

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Transparencia Corporativa Aplicado al Sector Pesquero

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

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

PRESENTADO POR:

Jonathan Cesar Quispe Gaspar

Raúl Edinson Soto Figueroa

Víctor Abraham Pérez Senozáin

Joseph Paul Javes Aramburú

Asesor: Beatrice Elcira Avolio Alecchi

Surco, enero del 2020

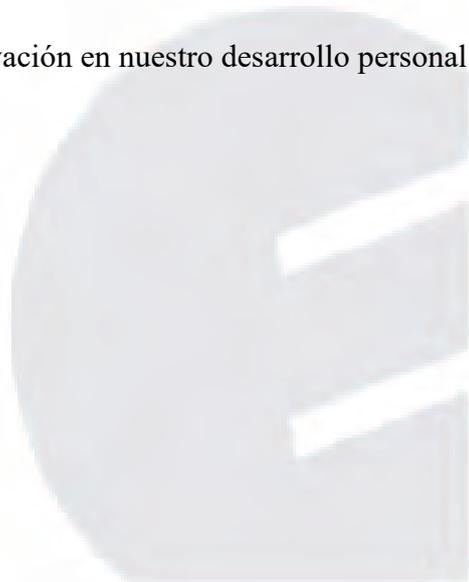
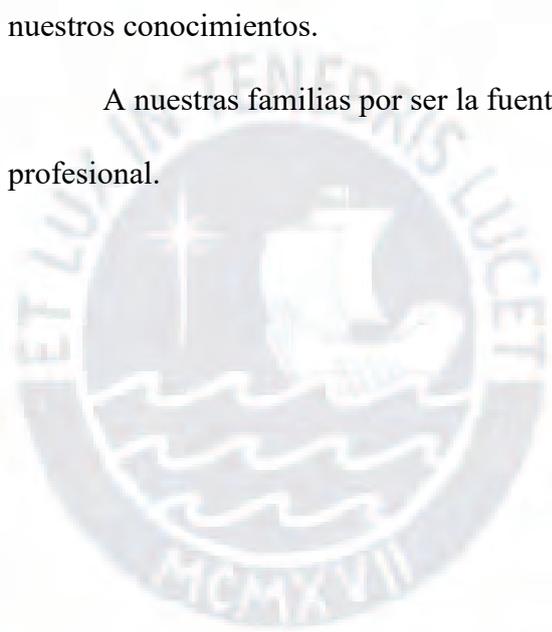
Agradecimientos

A nuestra asesora Beatrice Avolio, por sus consejos y apoyo determinante en el desarrollo del presente proyecto de investigación.

A CENTRUM PUCP, en especial a los profesores por su compromiso y contribución en pro de nuestro desarrollo profesional.

A nuestros compañeros y amigos del MBA Gerencial Internacional 110, a quienes tuvimos la oportunidad de conocer su profesionalismo y experiencias que enriquecieron nuestros conocimientos.

A nuestras familias por ser la fuente de motivación en nuestro desarrollo personal y profesional.



Dedicatorias

A mi familia, hijos, madre y mi esposa por estar ahí presente en esta tan difícil etapa, pero a la vez tan gratificante. Gracias por su apoyo

Jonathan Quispe

A mis padres Victorino y Marcelina, por estar siempre presente y haberme inculcado valores. A mi esposa Jessica, por su apoyo incondicional y comprensión durante este largo camino. A mis hijas Camila y Lucia, mis princesas que me impulsan a ser mejor persona cada día.

Raúl Soto

A mis padres Víctor y Margarita, por su sacrificio, amor y consejos. A mis pequeños hijos, por ser mi fuente de inspiración, ilusión y apoyo en todo momento. Y a Dios, por siempre acompañarme y protegerme en los momentos trascendentales de mi vida.

Víctor Pérez

A mis padres, quienes me formaron con valores alineados con principios y me mostraron el secreto. A mi esposa Herika, por su apoyo incondicional, tolerancia, confianza, comprensión y quien me acompañó durante este largo camino. A mis hijos Joseph y Kenny, quienes son mi más preciado tesoro y fuente de inspiración para mejorar tanto en el ámbito familiar, personal y profesional.

Joseph Javes

Resumen Ejecutivo

Actualmente, de acuerdo con el informe de Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) 2018 emitido por Transparencia Internacional, se puede observar un claro y preocupante estancamiento de la lucha contra la corrupción en la mayoría de los países de Latinoamérica, siendo Perú uno de los países que ha sufrido una baja en su ubicación respecto al año anterior.

De igual manera, con los casos de corrupción descubiertos en el país recientemente la población en general busca conocer a detalle el comportamiento y desarrollo de las empresas más importantes del país por lo que se considera que todo desarrollo de trabajo académico que pueda contribuir a combatir o disminuir los actos de corrupción e incrementar al mismo tiempo la transparencia corporativa representan una oportunidad para el desarrollo de nuestro país como sociedad.

Dado esto, se ha ejecutado la presente investigación con el propósito de medir la Transparencia Corporativa con el que actúan las empresas peruanas, desarrollando para esto un modelo de Índice de Transparencia Corporativa (ITC) que puede ser aplicado a cualquier empresa independientemente del sector económico al que pertenezca.

Este modelo de ITC ha sido desarrollado siguiendo la metodología del OCDE, considerándose el uso de ponderaciones equitativas para reducir la subjetividad del modelo. La propuesta de Índice de Transparencia Corporativa cuenta con seis dimensiones, que a la vez están conformados por 19 factores y 32 variables. Es importante mencionar que toda la información para construir el modelo de ITC es recabada de fuentes de información abierta como son las páginas de internet donde la información es obtenida principalmente de las páginas web de las compañías, superintendencia de mercados de valores, clasificadoras de riesgos, etc.

Como ejemplo práctico, el ITC desarrollado ha sido aplicado al sector pesquero del

país con el objetivo de conocer el nivel de transparencia corporativa con el que las empresas de este sector desarrollan sus actividades. Los resultados obtenidos muestran un puntaje de 54 puntos de un total de 100 puntos, ubicándose de esta manera en el nivel medio de Transparencia Corporativa.

Se concluye que el sector pesquero peruano no posee una cultura alta en Transparencia Corporativa porque no está obligada a pertenecer a la Bolsa de Valores y, por ello no reporta informes financieros; así como el envío de información a la Superintendencia de Mercado de Valores.



Abstract

Currently, according to the Corruption Perceptions Index (CPI) 2018 report issued by Transparency International, a clear and worrying stagnation in the fight against corruption can be observed in most Latin American countries, with Peru being one of the countries that has suffered a drop in its CPI score with respect to the previous year.

Likewise, with the corruption cases recently discovered in the country, the population in general wants to know in detail the behavior and development of the most important companies in the country, so it is considered that any development of academic work that can contribute to fight or reduce the acts of corruption and at the same time increase corporate transparency represents an opportunity for the development of our country as a society.

Given this, the present investigation has been carried out with the purpose of measuring the Corporate Transparency with which Peruvian companies operate, developing for this a Model of Corporate Transparency Index (ITC) that can be applied to any company regardless of the economic sector to which it belongs.

This ITC model has been developed following the OECD methodology, with the use of equitable weights being considered to reduce the subjectivity of the model. The proposed Corporate Transparency Index has six dimensions, which are made up of 19 factors and 32 variables. It is important to mention that all the information used to build the ITC model is gathered from open information sources such as internet pages where the information is obtained mainly from the companies' websites, securities market superintendence, risk classifiers, etc.

As a practical example, the ITC developed has been applied to the country's fishing sector with the objective of knowing the level of corporate transparency with which companies in this sector carry out their activities. The results obtained show a score of 54 points out of a total of 100 points, thus placing in the middle level of Corporate

Transparency.

It is concluded that the Peruvian fishing sector does not have a high culture in Corporate Transparency because it is not required to belong to the Stock Exchange and, therefore, does not report financial reports; as well as the sending of information to the Superintendence of Securities Market.



Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras.....	vii
Capítulo I: Introducción	1
1.1. Antecedentes de la Investigación	2
1.2. Definición del Problema	4
1.3. Propósito de la Investigación	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. Importancia de la Investigación	5
1.5. Marco Teórico	6
1.6. Definiciones Operacionales	7
1.7. Supuestos de la Investigación	8
1.8. Limitaciones de la Investigación.....	9
1.9. Delimitaciones de la Investigación	9
1.10. Resumen.....	9
Capítulo II: Revisión de la Literatura	11
2.1. Mapa de la Literatura	11
2.2. Definición de Transparencia Corporativa	13
2.2.1. Evolución del Concepto de Transparencia Corporativa.....	13
2.2.2. Concepto de Transparencia Corporativa	13
2.2.1. Campos de Estudio de la Transparencia Corporativa.....	19
2.3. Modelos de Transparencia Corporativa	20
2.3.1. Modelo de Patel, Balic y Bwakira.....	20
2.3.2. Modelo de Inteligencia de Negocio.....	24

2.3.3. Modelo Ganescu & Gangone	26
2.3.4. Modelo de Transparencia en Informes Corporativos TRAC-Brasil.....	28
2.3.5. Modelo de Índice de Transparencia Corporativa por internet en IBEX 35.....	31
2.3.6. Modelo E-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las sociedades cotizadas españolas: Un estudio empírico	31
2.4. Matriz Resumen de Modelos de Transparencia	34
2.5. Resumen.....	36
2.6. Conclusiones	36
Capítulo III: Metodología	38
3.1. Metodología de la OCDE.....	38
3.1.1. Desarrollo del Marco Conceptual.....	39
3.1.2. Selección del Conjunto de Indicadores Simples	41
3.1.3. Ponderación y Agregación	41
3.1.4. Análisis de Incertidumbre y Sensibilidad.....	42
3.1.5. Revisión de Indicadores Simples.....	43
3.1.6. Visualización de los Resultados	44
3.2. Resumen.....	44
Capítulo IV: Propuesta del Índice de Transparencia Corporativa.....	46
4.1. Definición de Transparencia Corporativa	46
4.2. Dimensiones de Transparencia Corporativa	47
4.3. Modelo del Índice de Transparencia Corporativa	53
4.3.1. Factores y Variables del ITC.....	54
4.3.1. Dimensiones del ITC.....	58
4.4. Forma de Cálculo del Índice de Transparencia Corporativa.....	59
4.5. Criterio de Ponderación en el Índice de Transparencia Corporativa	60

4.6. Análisis de Confiabilidad del Instrumento.....	61
4.7. Escala de Clasificación de Resultados del Índice Transparencia Corporativa.....	61
4.8. Resumen.....	62
Capítulo V: Aplicación del Índice de Transparencia Corporativa al Sector Pesquero	64
5.1. Análisis del Sector.....	64
5.2. Población Objetivo.....	67
5.3. Determinación de la Muestra	67
5.4. Recolección de Datos	69
5.5. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Pesquero	69
5.5.1. Resultado Global del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Pesquero	69
5.5.2. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa por Dimensiones del Sector Pesquero	71
5.5.3. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa por Empresa Pesquera	77
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	102
6.1. Conclusiones	102
6.1.1. Conclusiones Generales.....	102
6.1.2. Conclusiones Específicas	104
6.2. Recomendaciones.....	105
6.2.1. Recomendaciones Generales	105
6.2.2. Recomendaciones Específicas.....	108
6.2.3. Recomendaciones para Futuras Investigaciones	108
Referencias.....	109
Apéndice.....	116
Apéndice A: Modelo Propuesto del ITC del Sector Pesquero	116
Apéndice B: Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach y Kuder y Richardson.....	117

Apéndice C: Resultados de Índice de Transparencia Corporativa en el Sector Pesquero 119



Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Diversos Conceptos de Transparencia Corporativa</i>	18
Tabla 2	<i>Modelo del Índice de Divulgación y Transparencia (T&D) de Standard & Poor's</i> .	21
Tabla 3	<i>Modelo de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios</i>	25
Tabla 4	<i>Modelo de ITC TRAC de Brasil</i>	30
Tabla 5	<i>Dimensiones del Modelo de ITC de las Empresas del IBEX 35</i>	32
Tabla 6	<i>Modelo de Índice de Transparencia Corporativa de Gandía y Andrés</i>	33
Tabla 7	<i>Matriz de Resumen de Modelos de Transparencia</i>	35
Tabla 8	<i>Criterios de Evaluación por Dimensiones del Modelo de ITC</i>	47
Tabla 9	<i>Dimensión Información Financiera</i>	55
Tabla 10	<i>Dimensión Información Corporativa</i>	55
Tabla 11	<i>Dimensión Información General</i>	56
Tabla 12	<i>Dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas</i>	57
Tabla 13	<i>Dimensión Responsabilidad Social Empresarial y Medio Ambiental</i>	57
Tabla 14	<i>Dimensión Gobernanza Corporativa</i>	58
Tabla 15	<i>Cálculo del Alfa de Cronbach y Kuder y Richardson para el Instrumento del ITC Propuesto</i>	61
Tabla 16	<i>Escala de Clasificación ITC</i>	62
Tabla 17	<i>Principales Empresas Pesqueras Exportadoras 2018</i>	68
Tabla 18	<i>Determinación de la Muestra</i>	69
Tabla 19	<i>Fuentes de Información por Dimensión</i>	70
Tabla 20	<i>Ranking de Empresas Pesqueras por Puntaje ITC</i>	78

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Metodología de la OCDE para la construcción de un Índice Compuesto	7
<i>Figura 2.</i>	Mapa de Exploración de la Literatura.....	12
<i>Figura 3.</i>	Distribución Bidimensional de análisis cuantitativo por países.....	27
<i>Figura 4.</i>	Modelo del ITC.....	54
<i>Figura 5.</i>	Dimensiones y factores del ITC.....	54
<i>Figura 6.</i>	PBI por sectores económicos (variaciones porcentuales económicos).....	65
<i>Figura 7.</i>	Derechos de pesca y otros aportes.	66
<i>Figura 8.</i>	Resultado global del ITC sector pesquero.	71
<i>Figura 9.</i>	Resultado de la dimensión información financiera.....	72
<i>Figura 10.</i>	Resultado de la dimensión información corporativa.....	70
<i>Figura 11.</i>	Resultado de la dimensión información general.	71
<i>Figura 12.</i>	Resultado de la dimensión ética, integridad y rendición de cuentas.....	75
<i>Figura 13.</i>	Resultado de la dimensión responsabilidad social y medio ambiental.	76
<i>Figura 14.</i>	Resultado de la dimensión gobernanza corporativa.....	77
<i>Figura 15.</i>	Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Austral Group S.A.A. ...	80
<i>Figura 16.</i>	Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Exalmar S.A.A.	81
<i>Figura 17.</i>	Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Corporación Pesquera Inca S.A.C.....	80
<i>Figura 18.</i>	Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de DSM Marine Lipids Perú S.A.C.....	81
<i>Figura 19.</i>	Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Tecnológica de Alimentos S.A. – TASA	86
<i>Figura 20.</i>	Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Hayduk S.A. .	87

<i>Figura 21.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Inversiones Prisco S.A.C.	89
<i>Figura 22.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Diamante S.A.	90
<i>Figura 23.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de CFG Investment S.A.C.	92
<i>Figura 24.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Seafrost S.A.C.	90
<i>Figura 25.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Marinazul S.A.....	95
<i>Figura 26.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Altamar Foods Perú S.R.L.	96
<i>Figura 27.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Centinela S.A.C.....	98
<i>Figura 28.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Puertos del Pacífico S.A.	99
<i>Figura 29.</i> Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Productora Andina de Congelados S.R.L.	100

Capítulo I: Introducción

Una de las políticas del gobierno corporativo en las empresas que ha pasado de ser opcional a necesaria es, sin duda alguna, la transparencia corporativa. En años anteriores, la transparencia corporativa, sobre todo la relacionada a factores medioambientales, sociales y de buen gobierno, era asumida por las empresas como una política plenamente voluntaria y de libre albedrío; sin embargo, hoy en día, se ha convertido en una necesidad básica y esencial para todo tipo de actividad empresarial.

En la actualidad, las empresas ya no son vistas simplemente como agentes de generación de empleo cuyo objetivo y/o misión primordial es el obtener altas utilidades para sus socios y directores, ahora son vistas como agentes sociales, culturales y medioambientales. Así pues, la transparencia corporativa ya no es solo un esfuerzo por cumplir con las políticas del gobierno corporativo, sino que se ha convertido en una verdadera fuerza para crear valor y obtener ventajas competitivas frente a los competidores.

Así mismo, el sentido y significado del concepto de transparencia corporativa ha ido evolucionando puesto que, actualmente, es entendido como la responsabilidad que tienen las empresas, no solo de publicar información relacionadas a su visión, misión y/o información relacionada a actividades superfluas o poco relevantes, sino a información puramente relevante, fiable y verificable, sobre todo la relacionada a sus actividades comerciales, financieras y el aporte que brindan a la sociedad.

En ese sentido, para las mismas empresas, la forma de entender y asumir su cultura empresarial y su responsabilidad social corporativa asociada a la transparencia corporativa ha comenzado a cambiar en un sentido positivo, pues esta ya no es vista como una carga o un gasto, sino que ahora es tomada como una estrategia necesaria para una buena gestión y una adecuada rendición de cuentas ante la sociedad con réditos a obtener en un mediano o largo plazo, sobre todo el asociado a su imagen ante la sociedad y principalmente ante sus

stakeholders.

El presente capítulo detalla los antecedentes y la definición del problema de investigación. Luego, se explica el propósito de la presente investigación y su debida importancia, se menciona el marco teórico donde se detallan cada uno de los pasos definidos por la metodología de la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE, por sus siglas en inglés) utilizada para construir el índice propuesto. Posteriormente, se exponen las definiciones operacionales, supuestos, las limitaciones y las delimitaciones de la investigación. Finalmente, se realiza un resumen de la presente sección.

1.1. Antecedentes de la Investigación

La globalización y el desarrollo de las tecnologías de la información generaron un cambio en las sociedades. A partir de ello, se ha hecho más frecuente la necesidad de la sociedad de conocer más información sobre las empresas que les proveen productos y servicios. En este contexto, surge la responsabilidad de las empresas de brindar información sobre sus actividades. Por lo tanto, las empresas del siglo XXI se encuentran ante un reto desafiante donde deberán basar sus actividades no solo en factores como la calidad de sus bienes producidos o servicios, sino deberán desarrollar una cultura ética en todos sus niveles organizacionales y con todos sus grupos de interés (*stakeholders*). Por ello, las empresas deben enfocar su responsabilidad en brindar información fidedigna sobre los datos de sus actividades (Bonsón y Escobar, 2009).

Brady y Honey (2007) indicaron que la transparencia corporativa incide en la percepción de los *stakeholders* sobre la empresa, debido a que contribuye a visualizar la situación económica y financiera con mayor exactitud. En el contexto internacional, las autoridades y organismos reguladores afirman que el Gobierno Corporativo (GC) y la divulgación de información son dos instrumentos que no se pueden separar cuyo propósito es resguardar al inversor y mejorar el funcionamiento del mercado de capitales (Cadbury

Committee Report, 1992; OCDE, 1999).

Según Choi y Hilton & Millar (2004), importantes instituciones como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Federación Internacional de Contadores (IFAC), y la Corporación Financiera Internacional (IFC) han adoptado la transparencia corporativa como uno de los principios que rigen el buen gobierno corporativo. La OCDE (1999) indicó que el GC es un instrumento importante que aumenta la eficiencia y el crecimiento económico; mientras que el informe de la OCDE titulado “Gobierno corporativo: Mejorando la competitividad y el acceso al capital en mercados globales”, pone de relieve la importancia de la transparencia y divulgación de información, refiriéndose a que la divulgación de la estructura contractual y de gobierno de la empresa puede reducir la incertidumbre de los inversores y las primas de riesgo lo cual incide en un menor coste de capital.

La transparencia corporativa fomenta la comprensión común acerca de las reglas del juego y ayuda a los trabajadores a disminuir la fricción de trabajo mediante la publicación de información proporcionada por la empresa de forma íntegra en los aspectos de desempeño, financiera, estructura y gobernanza (OCDE, 1999). En ese sentido, se sugiere que la información divulgada por la empresa cubra de forma íntegra y oportuna las dimensiones de la situación financiera, desempeño, estructura de la propiedad y gobernanza empresarial. Cabe resaltar que, en la mayoría de casos, las empresas proporcionan la información corporativa para cumplir ciertas obligaciones con la sociedad, los inversores, proveedores, acreedores y autoridades (Rouf, 2011).

La investigación realizada por Healy y Palepu (2001) afirmó que los informes financieros y la divulgación de información son medios trascendentes para transmitir el desempeño y la estructura de gobierno a los inversores externos. Por otra parte, un estudio del Banco Mundial, realizado en el 2007, indicó que el 70% de las empresas que operan en la

India revelaron haber dado regalos con el objetivo de adquirir una autorización de construcción. Asimismo, se observó que el 50% de empresas que operan en Camerún realizaron el pago de sobornos para obtener una licencia operativa.

1.2. Definición del Problema

Desde mediados del año 2018, el crecimiento económico del país se ha visto afectado considerablemente por enfrentamientos políticos que han generado inestabilidad, incertidumbre y alejamiento de inversionistas, todos atribuidos a actos de corrupción protagonizados por importantes constructoras extranjeras y locales en contubernio con autoridades políticas del más alto rango en el país. Así pues, de acuerdo con el informe del Índice de Percepción de Corrupción (IPC) del año 2018 desarrollado por Transparency International, Dinamarca y Nueva Zelanda obtuvieron los mejores lugares en el ranking, el cual incluía a un total de 180 países, mientras que Perú, El Salvador, Timor Oriental y Zambia ocuparon el lugar 105.

En el contexto peruano, Huber (2016) mencionó que, la corrupción es uno de los males más graves en el país, ya que afecta el crecimiento económico, la inseguridad, la negación de valores morales y una considerable falta de respeto a la institucionalidad y perjudica sobre todo a los más pobres; asimismo concluye que según estimaciones del Ex contralor Edgar Alarcón en el año 2015, las pérdidas del Estado por este lastre se estimaron en 12,600 millones de soles, dichas afirmaciones tiene gran notoriedad y están siendo sustentados en casos recientes como el de la constructora Odebretch que en nuestra actualidad es un caso emblemático de corrupción. De igual manera, según el estudio de corrupción realizado por Daly & Navas (2015), donde mediante entrevistas y encuestas a 406 ejecutivos de la empresa privada peruana, se concluyó que existe un incremento de la corrupción en nuestro país el mismo que es atribuido a raíces culturales; 75% de los participantes admitieron haber realizado algún soborno y/o pago irregular para agilizar

algunos trámites a organismos estatales.

Dado esto, se puede observar que urge la implementación de políticas que ayuden a cambiar la percepción negativa que tienen tanto los inversionistas nacionales y extranjeros como el público en general. ¿Pero cuál es el camino correcto que pueden seguir las empresas para poder cambiar esta mala percepción? La respuesta está asociada a verdaderas políticas de Transparencia Corporativa, las cuales ayuden a dejar bien en claro cada una de las decisiones y acciones que toman y ejecutan las empresas en cada una de sus actividades.

En ese sentido, la presente investigación propone la implementación de una herramienta que ayude y sirva de modelo y guía para la medición de la Transparencia Corporativa en cualquier sector económico del mercado Perú. Así pues, los inversionistas locales, extranjeros, la ciudadanía en general y las mismas empresas pueden tener una percepción más realista del nivel de Transparencia Corporativa con la que desarrollan sus actividades.

1.3. Propósito de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

El propósito de la presente investigación es desarrollar un modelo de Índice de Transparencia Corporativa (ITC), y validarlo en el sector pesquero del Perú.

1.3.2. Objetivos Específicos

La presente investigación tiene los siguientes objetivos específicos: (a) el primero, es definir el concepto de transparencia corporativa. (b) el segundo, es proponer las variables e indicadores que se deben considerar al medir la transparencia corporativa. (c) el tercer objetivo, es desarrollar un modelo para medir la transparencia corporativa; y (d) el cuarto objetivo, es probar el modelo desarrollado en el sector pesquero del país.

1.4. Importancia de la Investigación

El desarrollar un modelo de Transparencia Corporativa es importante por varias

razones: En primer lugar, estudios previos indican que implementar políticas de transparencia corporativa por parte de las empresas pueden significar a mediano y largo plazo una ventaja competitiva frente a sus competidores ya que esta ayuda a mejorar la percepción de los inversionistas y población en general; en ese sentido, una herramienta de medición de Transparencia Corporativa es primordial.

En segundo lugar, el contar con una herramienta de medición de Transparencia Corporativa aplicable a cualquier sector económico del país puede ayudar a las mismas entidades del estado a tener un mejor control de las actividades de las empresas disminuyendo por consiguiente los niveles de corrupción que tanto afectan la economía y desarrollo del país.

En tercer lugar, el desarrollo de herramientas o modelos de medición de Transparencia Corporativa aplicables a diversos sectores económicos en el país es bastante escaso. Esta investigación provee información y conocimiento importante para poder tener una percepción más realista del nivel de transparencia corporativa con el que actualmente se desempeñan las empresas en un determinado sector económico del país.

1.5. Marco Teórico

Se ha reconocido la transparencia por su potencial para ayudar a la eficacia del régimen (Mitchell, 1998), reducir las posibilidades de conflictos y guerras (Schultz, 1998, Fearon, 1995), y establecer un potencial suplente de las débiles perspectivas sobre la capacidad de la cuenta democrática de las organizaciones internacionales (Keohane y Nye, 2003).

La transparencia corporativa es promocionada como una de las soluciones para la corrupción, que trata sobre la inadecuada utilización de cargos públicos para obtener beneficios privados. Durante su búsqueda por generar valor, las empresas han empezado a preocuparse por tener una estructura de dirección y control que les ayude a supervisar la

generación de aquel valor, especialmente en aquellas empresas con varios interesados con diferentes intereses (Marquina et al., 2016).

En este sentido, se presenta la metodología de la OCDE para la construcción de un Índice Compuesto (IC) (ver Figura 1). Luego, en el Capítulo III se desarrollará cada una de estas etapas.



Figura 1. Metodología de la OCDE para la construcción de un Índice Compuesto. Adaptado de OCDE, Handbook on Constructing Composite Indicators, 2008 (<http://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm>).

1.6. Definiciones Operacionales

La definición operacional está constituido por actividades u operaciones que son necesarias para realizar la medición o manipulación de las variables, proporcionando el significado a un concepto al observar, registrar o medir sus valores (Vara-Horna, 2012, p. 281).

En la presente investigación se consideran:

Transparencia Corporativa. Está basado en el acceso a la información que la

organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2004).

Transparencia Financiera. Consiste en determinar que la información financiera de toda la organización llegue a través de informes corporativos, esta información debe ser confiable reflejando la rentabilidad y eficiencia de la operación real, y debe estar disponible en todo momento para los *stakeholders* autorizados (Bushman, Piotroski y Smith, 2004).

Información Financiera. Es el conjunto integrado de estados financieros y notas, que indican cual es la situación financiera y el resultado de sus operaciones (Bushman et al., 2004).

Índice de Transparencia Corporativa. Es un conjunto de indicadores ponderados que miden y reflejan cómo se difunde la información tanto interna como externa (Pérez, 2011).

Transparencia de la Gobernanza. Vigila que las decisiones jerárquicas queden establecidas y normadas, donde se incluyan comités de auditores y a los directores con el objetivo de tener un control de las decisiones que se tomen y eviten así fraudes empresariales y malversación de fondos. Todo ello, debe ser correctamente estructurado y aprobado por la Junta de accionistas, los procedimientos y los niveles de gobernanzas están disponibles, y sea de conocimiento de las gerencias y la Alta Dirección de la organización. (Choy, Kang y Lee, 2008).

1.7. Supuestos de la Investigación

La presente investigación supone que la información obtenida de las fuentes secundarias, como los portales web de las empresas y las entidades reguladoras del país, es veraz y fiable. De igual manera, también asume que el desarrollar un modelo de transparencia corporativa puede ayudar al país en la disminución de la corrupción, así como también generar ventajas competitivas para las empresas que apliquen su uso.

1.8. Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones de la investigación son: (a) la información tomada proviene solo de fuentes secundarias como el portal web de las empresas y las entidades reguladoras del estado; (b) los trabajos de investigación de transparencia corporativa de las empresas del sector brindan poca información debido a que no se realizaron muchos estudios al respecto; (c) la veracidad de la información de los informes publicados por las empresas en sus portales web.

1.9. Delimitaciones de la Investigación

Las delimitaciones de la investigación son: (a) el modelo será validado en empresas formales de la industria del sector pesquero peruano; (b) el modelo se basará en la toma de información publicada por las empresas en sus páginas web y en las instituciones reguladoras a través de internet; (c) el modelo a plantear se desarrollará considerando aquellos modelos cuyas variables se ajustan mejor a la realidad peruana.

1.10. Resumen

En la última década, en muchos países se han ido produciendo cambios en la sociedad con respecto a las exigencias que estos tienen sobre la transparencia con la que las empresas públicas y privadas ejecutan sus actividades. Así pues, para muchos países se ha convertido en prioridad conocer la información compartida y la no compartida por las empresas. Por lo tanto, no solo a nivel empresarial sino también en la política, y en muchos otros campos, el concepto de transparencia corporativa se ha convertido en un término de uso constante en las empresas, principalmente debido a los numerosos casos de corrupción que han sido descubiertos en casi todos los países de Latinoamérica, y principalmente en nuestro país.

La presente investigación tiene como propósito plantear un modelo de Transparencia Corporativa teniendo como base la metodología presentada en el *Handbook on Constructing Composite Indicators* diseñado por la *Organization for Economic Cooperation and*

Development (OECD), así como también el análisis de modelos que ya han sido aplicados en diferentes sectores empresariales del país y el extranjero.

El estudio tiene cinco objetivos específicos: (a) definir el concepto de transparencia corporativa; (b) proponer variables e indicadores que deben ser considerados al medir la transparencia corporativa; (c) desarrollar un modelo para medir la transparencia corporativa aplicable a cualquier sector del país; (d) probar el modelo desarrollado en el sector pesquero del país.

La importancia de desarrollar esta investigación radica en poder contar con un modelo de transparencia corporativa que ayude y sirva de herramienta tanto para las empresas que desean demostrar la transparencia de sus actividades económicas, financieras y sociales, así como también para las entidades reguladoras y público en general que buscan la reducción de los niveles de corrupción que agobian a nuestra sociedad.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

Hoy en día, los *stakeholders* desean saber más del comportamiento de las empresas, por lo que el concepto de transparencia ha adquirido gran relevancia entre la sociedad. La transparencia, como concepto, constituye una exigencia ubicua en el mundo de la política democrática: obliga al poder a abrirse a la inspección pública; lo fuerza a explicar y justificar sus actos y lo supedita a la amenaza de sanciones (Vera, 2015). Específicamente, el interés por estudiar la Transparencia Corporativa con la que las empresas desarrollan sus actividades, se debe a los graves escándalos de corrupción descubiertos en los últimos años y su influencia significativa en el desarrollo económico del país.

Algunas de las investigaciones de Transparencia Corporativa están enfocadas en el desarrollo de diversos modelos que buscan medir y mostrar el nivel de transparencia con el que las empresas desarrollan sus actividades y las hacen públicas a sus *stakeholders* y la población en general.

El presente capítulo expone la literatura existente sobre los diversos modelos de Transparencia Corporativa implementados en otros países. En primer lugar, se presenta la literatura sobre los diversos conceptos asociados a la Transparencia Corporativa y su evolución. Luego, se presentan algunos de los principales campos de estudio de la Transparencia Corporativa. Por último, se examinan los modelos de Transparencia ya desarrollados en el mercado internacional.

2.1. Mapa de la Literatura

La Matriz de Exploración de la Literatura, considera cuatro grandes temas principales que componen la investigación de la Transparencia Corporativa agrupadas en: (a) antecedentes, (b) conceptos y variables, (c) estudios e investigaciones, y (d) modelos e instrumentos de medición (ver Figura 2).

El mapa está dividido de la siguiente manera:

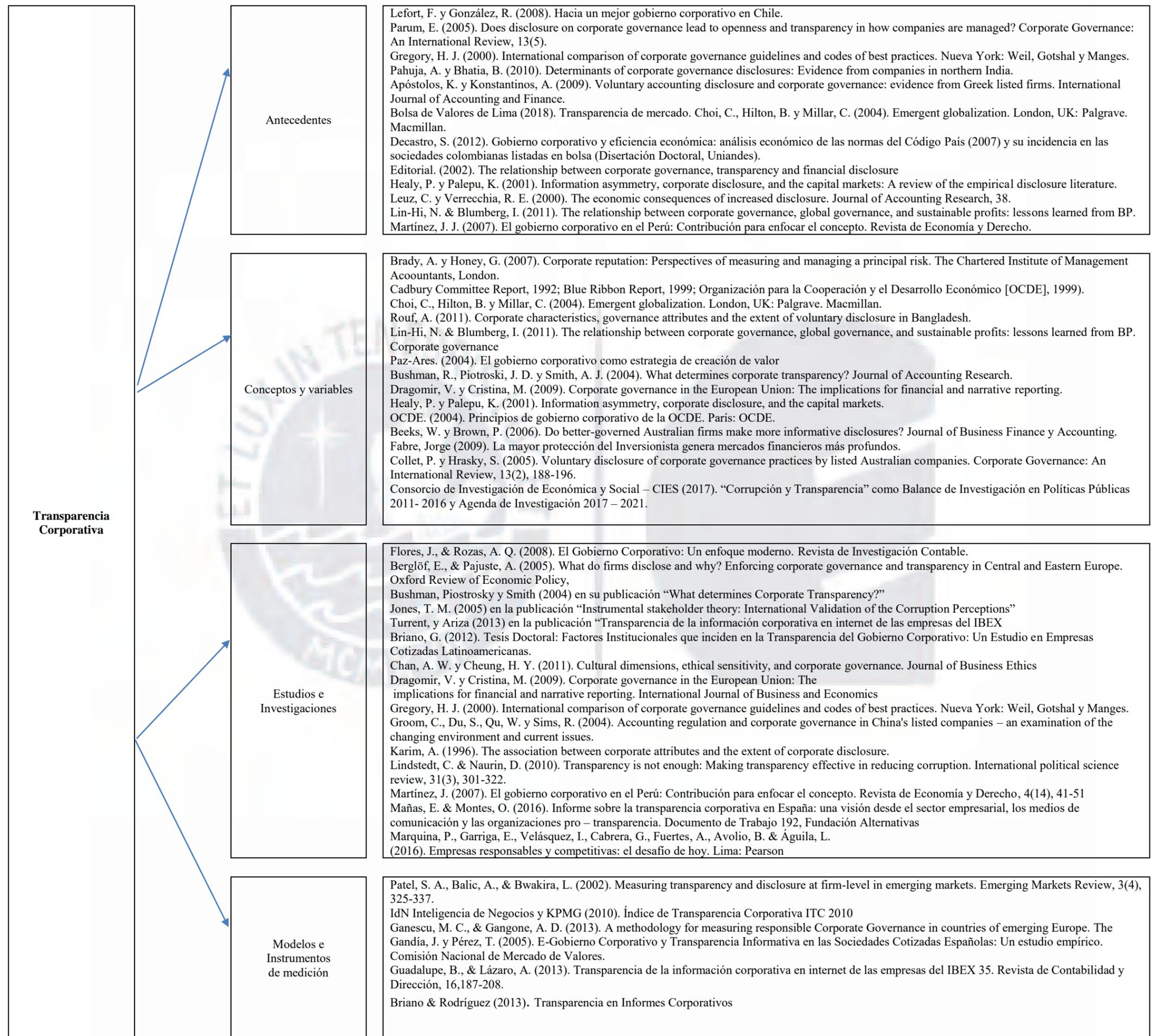


Figura 2. Mapa de Exploración de la Literatura.

2.2. Definición de Transparencia Corporativa

2.2.1. Evolución del Concepto de Transparencia Corporativa

No se tiene un registro que indique una fecha exacta para la definición del concepto de transparencia corporativa, sin embargo, desde centenares de años atrás conceptos relacionados a la transparencia, han sido definidos por diversos autores, todos ellos enfocados en la importancia que tiene para la sociedad el poder acceder de una u otra forma a la información de las instituciones. Incluso cuando los orígenes de la rendición de cuentas por parte de los gobiernos se encuentran en la civilización oriental; de acuerdo a lo que indicó Goig (2015), diez años antes de la Independencia de Estados Unidos y trece años antes de la Revolución Francesa, se aprobó en Suecia en el año 1766, la Ley para la Libertad de Prensa y del Derecho de Acceso a las Actas Publicas, que fue la primera ley formal de acceso a la información.

En 2004, se da la primera aproximación al término de transparencia corporativa, acuñado por Bushman, Piotroski y Smith, ha servido para numerosas aproximaciones de definiciones futuras.

2.2.2. Concepto de Transparencia Corporativa

En Perú y Latinoamérica, las empresas buscan constantemente mejorar su competitividad mediante la adquisición de mayor valor a juicio de sus clientes, principalmente en este periodo de globalización, en el cual el mercado es tremendamente competitivo, y la obtención de ventajas competitivas es cada vez más complicado.

Según Parum (2005), los últimos escándalos financieros en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, han originado curiosidad por el tema. Además, indicó que la transparencia corporativa ha sido considerada como uno de los principios del buen gobierno por organismos internacionales como la Organización para el Desarrollo y Cooperación Económicos [OCDE].

Según Dragomir y Cristina (2009), a diferencia de Europa y EE. UU., la protección legal del inversionista en Latinoamérica es débil; ello ocasiona que la concentración de propiedad sea la forma preponderante de gobierno. En esta línea, se basan en los principios de equidad, rendición de cuentas, responsabilidad y transparencia con el propósito de aumentar el valor de la empresa y lograr un mayor nivel de vida. De acuerdo a Bonson y Escobar (2004), el gobierno corporativo mediante chequeos y balances o de vigilancias que ayudará que las empresas puedan ser transparentes y, de esta manera, logren entrar a los mercados financieros. La relevancia de la transparencia se centra en que, cuando una empresa se fortalece con una administración transparente, la confirmación de los resultados será evidente; por lo que el comité de administración logrará trabajar favorablemente para lograr resultados concretos, y la empresa podrá ganar la confianza de los accionistas.

La transparencia corporativa ha logrado convertirse en uno de los principales componentes de los principios de buen corporativo, los cuales han sido adoptados por las empresas a nivel mundial y se han convertido en un requisito fundamental para el adecuado funcionamiento del mercado de capitales (Lefort y González, 2008; Leuz y Verrecchia, 2000). Desde el entorno institucional, el gobierno corporativo plantea una estructura de diálogo entre la empresa, accionistas y *stakeholders* con el propósito de que entiendan las metas estratégicas y operacionales de la empresa, así como resguardar sus intereses mediante el fomento de la equidad corporativa, la transparencia y rendición de cuentas en el mercado global (Parum, 2005; Chan y Cheung, 2011).

La revisión de “El Plan Nacional de Lucha contra la Corrupción 2012-2016 de la Comisión de Alto Nivel Anticorrupción” (CAN, 2012), se sostiene sobre una vasta investigación bibliográfica que toma en cuenta otros estudios realizados en Perú. En 2016, la CAN presentó su informe acerca del cumplimiento del Plan Nacional de Lucha contra la Corrupción 2012-2016 que analiza cinco objetivos desde el punto de vista normativo; sin

embargo, no se especifica si la Comisión ha tenido algún efecto en la lucha contra la corrupción. A nivel regional, se constituyó las Comisiones Anticorrupción, las cuales no presentaron sus respectivos planes.

El crecimiento de la transparencia corporativa en Latinoamérica está en la etapa de desarrollo con variaciones en los resultados y emprendimientos de los diferentes países. Es por ello que se han creado iniciativas en varios países de la región 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. De esta manera, los líderes en el tema se encuentran en Chile y Colombia, y Perú puesto que existe un desarrollo continuo en el tema, que permite combatir las malas prácticas de funcionarios.

Según Flores y Rozas (2008), ante los contextos de irregularidad generados por algunas empresas del entorno, han tenido un efecto significativo en la pérdida de confianza en el mercado y en las empresas, han generado una respuesta sólida en el desarrollo de una serie de informes, comúnmente por exigencia de los Estados, que han consentido examinar la situación del gobierno de las empresas en cada país. En ese sentido, a nivel global, la Transparencia Corporativa y Buen Gobierno Corporativo, y sus principios han evolucionado de favorablemente en los países desarrollados como herramienta para el crecimiento y fortalecimiento de sus empresas.

Bushman et al. (2004), la definen como la disponibilidad de la información de la empresa hacia los externos que cotizan en bolsa. Jones (2005), propone mejorar la posición teórica de los interesados como un tema integrador para el campo empresarial y de la sociedad. Patel et al. (2002) indicaron que la transparencia y la publicación de la información son elementos esenciales para el buen gobierno corporativo.

Rivero (2005), mostró de informes anteriores como: el informe Treadway de 1997, en

Estados Unidos, orientado al análisis de fraudes de información financiera, que fue el pionero en recomendar la constitución de una Comisión de Auditoría dentro de los Consejos de Administración de las sociedades, como canal para monitorear el fraude. Por otra parte, están el Informe Cadbury, de 1992, en Reino Unido, hecho por el “Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance”; y el Informe Greenbury, de 1995, que continúa el informe Cadbury, y se enfoca en las remuneraciones de los directivos.

Por otra parte, Ortiz y Clavel (2006) analizaron la aplicación de la transparencia corporativa de cada uno de los países europeos. En ese contexto, en Francia se construyó, en 1995, el Informe Vienot; cuya segunda edición se publicó en 1999. Fue aplicado a las sociedades cotizadas, con el objetivo de monitorear, de manera profusa, el régimen de derechos y obligaciones de los administradores mediante la indicación de su deber de actuar siempre en beneficio de la sociedad, informar cualquier escenario de conflicto de intereses con la organización, evitar el uso de información privilegiada, publicar las retribuciones de los consejeros, implantar que al menos la mitad de los miembros del consejo sean independientes, entre otros.

En el informe Deutscher Corporate Governance Codex del 2001, el cual fue desarrollado en Alemania, se estableció que el objetivo principal de la transparencia corporativa es la protección de accionistas y pequeños inversores; para ello, fue necesario exigir a las empresas la publicación del nivel de cumplimiento de sus medidas en el informe anual. Asimismo, el Código de Autodisciplina para las empresas cotizadas, desarrollado en Italia y publicada en 1999, introdujo la necesidad de que las empresas cuenten con un número mínimo de consejeros independientes, se establecen claramente las funciones y obligaciones de los administradores, se anticipa la creación de un comité de remuneraciones, se regulan las operaciones relacionadas y se procura brindar la máxima información y transparencia a los accionistas.

En ese sentido, la Unión Europea no ha sido indiferente; por lo que en el año 2002, Japp Winter y su equipo de expertos, desarrollaron el Informe Winter, el cual contiene un conjunto de recomendaciones para la comisión, referentes tanto al Derecho de Sociedades Europeo, como a la creación de la Sociedad Limitada Europea, vínculo entre registros mercantiles, la diferenciación entre empresas que cotizan y las que no cotizan en bolsa, como al buen gobierno de las empresas, transparencia (exigiendo a las empresas cotizadas a divulgar un informe acerca del buen gobierno), disposición de participación para los accionistas, información mediante la web e establecimiento del voto electrónico, instauración del sistema de remuneración de consejeros y directivos (especificando la remuneración de cada consejero) y la creación del Comité de Auditoría.

La preocupación de las empresas por generar valor les ha originado preocupación por tener una estructura directiva y de control que les permita regular el proceso de generación de aquel valor, principalmente cuando en esas empresas haya numerosas partes interesadas con diferentes objetivos (Marquina et al., 2016). Los fraudes y escándalos empresariales que sucedieron en el pasado han creado frecuente incertidumbre acerca de la transparencia de información que publican las organizaciones para sus partes interesadas (Marquina et al., 2016).

En este contexto, Mañas y Montes (2016) indicaron que, cada vez más empresas rinden cuentas sobre su desempeño a sus partes interesadas, en temas relacionados a sus políticas, buenas prácticas, resultados financieros y económicos, y contenido de impacto social y ambiental. Sin embargo, muchas de estas empresas no son del todo transparentes sobre todas sus actividades relacionadas a la generación de sus productos o servicios, ni acerca de cómo estos productos tienen un impacto en la salud y/o bienestar a los consumidores o la sociedad (Marquina et al., 2016).

Lindstedt y Naurin (2010) indicaron que, la transparencia es la divulgación de

información relevante sobre instituciones. En este aspecto, completan su definición al indicar que “una institución transparente es aquella en la que las personas dentro o fuera de la misma pueden adquirir la información que requieran para formar opiniones pertinentes sobre acciones y procesos dentro de la institución”. Según la información revisada, existen distintas alternativas de conceptos para transparencia corporativa y propuestas de índices relacionados que han utilizado los principales estudios de investigación para diversos sectores como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1

Diversos Conceptos de Transparencia Corporativa

Concepto de Transparencia	Autores de referencia
La transparencia corporativa es la divulgación de información específica de la empresa a los constituyentes externos de las empresas que cotizan en bolsa.	Bushman, Piotroski y Smith (2003) en Pattnaik, Chang y Shin (2013)
La transparencia es la divulgación de información sobre instituciones que es relevante para evaluar a dicha institución	Lindstedt y Naurin (2010)
Una institución transparente es aquella en la que las personas dentro o fuera de la misma pueden adquirir la información que requieran para formar opiniones pertinentes sobre acciones y procesos dentro de la institución.	Lindstedt y Naurin (2010)
La transparencia corporativa puede entenderse como el intento deliberado por parte de la organización de crear un entorno de confianza en el que promocionar el acceso libre a la información, la comunicación abierta y la participación de todos los profesionales en la toma de decisiones.	Mañas y Montes (2016)
La transparencia se refiere a la posición que asumen las organizaciones públicas o privadas de manejarse bajo estándares éticos, de tal forma que los criterios que se siguen, cuando se toma una decisión, puedan presentarse con claridad a las personas que tengan derecho a conocerlos.	Villanueva (2011) en Arredondo et al. (2014)
La transparencia se entiende como la actitud y la disponibilidad de informar	Marcuello, Bellostas y Moneva (2007) en Arredondo et al. (2014)

2.2.1. Campos de Estudio de la Transparencia Corporativa

Transparencia en el Gobierno. Actualmente, una de las principales exigencias para los gobiernos son las políticas de transparencia con la que deben actuar en cada una de las decisiones que este tome durante su gestión. La transparencia en la actividad pública, debería ser una cualidad inherente en todo gobierno que se considere totalmente democrático ya que cada vez más la población busca y exige conocer a detalle cada una de las decisiones tomadas por sus gobernantes. En ese contexto, es donde aparece el concepto de transparencia como el derecho de acceso a la información, cuya finalidad es mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, ofreciendo el poder de la información para su uso cercano y personal, todo ello dando forma, contenido y sentido al derecho a la información en general (Goig, 2015).

Transparencia en la Política. En la última década, el desempeño de los políticos y la influencia que las empresas tienen sobre la vida política del país, ha generado que la transparencia sea más exigida que nunca. En América Latina, la falta de transparencia y la corrupción se perciben como problemas serios por la sociedad, debido a ello se han unido esfuerzos mediante iniciativas más estratégicas de fortalecer las políticas públicas en pro de la transparencia y en contra de la corrupción. Desde ese punto de vista la lucha contra la corrupción debe ser liderada por el Estado, otorgándole valor público a las políticas en términos de legitimación, capacidad y asignación de recursos es decir viabilidad operativa y administrativa (Berthin, 2008).

Transparencia Empresarial. Comportamientos poco transparentes como contabilidades fraudulentas, ingresos inflados, evasión de impuestos, entre otros, han puesto en evidencia el mal comportamiento de muchas empresas en el país y el mundo, y al mismo tiempo de los mismos organismos de control responsables de supervisar y avalar la gestión de estas, por lo cual el tema de transparencia en los últimos años ha sido impulsado por diversos sectores de la población y por las mismas empresas buscando convertirlo en un valor que

puede ser muy cotizado y tomado como una ventaja competitiva en el sector empresarial (Torre, 2005).

Transparencia Bancaria. Con los últimos acontecimientos registrados a nivel internacional sobre la existencia de paraísos fiscales alrededor del mundo, donde los corruptos han podido por años guardar y ocultar el dinero obtenido de la corrupción, se ha hecho necesario que las entidades bancarias actúen con más transparencia para llevar un mejor control y reporte de estos ingresos ilícitos. En ese sentido, se considera necesario y prioritario que las entidades implementen herramientas o modelos que ayuden a medir la transparencia corporativa con la que actúan o ejecutan sus operaciones (Medina, 2010).

2.3. Modelos de Transparencia Corporativa

2.3.1. Modelo de Patel, Balic y Bwakira

Patel et al. (2002) indicaron que las organizaciones con mejores prácticas de transparencia y divulgación de la información son las más valoradas en el mercado.

Patel et al. (2002) analizaron el grado de transparencia de los reportes anuales que presentaron 1600 grandes empresas con alta liquidez y que se operan en más de 30 países clasificados como mercados emergentes; para ello, utilizaron los datos del índice Transparencia y Divulgación (puntuación T & D) de Standard & Poor. En la Tabla 2 se observan las dimensiones y preguntas del modelo.

Los informes cuentan con 98 posibles componentes agrupados 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 empleada fue dividida en tres secciones, la primera sección fue la investigación, en la que el conjunto de datos utilizados fue descrito; en la segunda sección, se compararon las diferencias relevantes de los mercados emergentes; y en la tercera sección se examinaron las tendencias más importantes que son utilizadas para garantizar la transparencia y

Tabla 2

Modelo del Índice de Divulgación y Transparencia (T&D) de Standard & Poor's

Categorías	Sub Categoría	Indicador
1. Estructura de propiedad y derechos de los inversores	Transparencia de propiedad	Proporcionar una descripción de las clases de acciones. Proporcionar una revisión de los accionistas por tipo.
		Proporcionar el número de acciones ordinarias emitidas y autorizadas pero no emitidas. Proporcionar el valor nominal de las acciones ordinarias emitidas y autorizadas pero no emitidas.
		Proporcionar el número de acciones emitidas y autorizadas pero no emitidas de preferencia, sin voto y otras clases.
		Proporcionar el valor nominal de las acciones emitidas y autorizadas pero no emitidas de preferencia, sin voto y otras clases.
	Concentración de propiedad	¿La compañía divulga los derechos de voto para cada clase de acciones?
		¿Los principales accionistas de 1, 3, 5 o 10 revelados?
		¿Se revelan accionistas que poseen más de 10, 5 o 3 por ciento?
		¿La compañía divulga el porcentaje de propiedad cruzada?
		¿Hay un calendario de fechas importantes para los accionistas? Revisión de las juntas de accionistas (¿podrían ser minutos)?
		¿Describe el procedimiento para las propuestas en las juntas de accionistas?
Procedimientos de votación y reunión de accionistas	¿Cómo los accionistas convocan una reunión general extraordinaria?	
	¿Cómo los accionistas nombran directores para abordar? Describe el proceso de llevar la investigación a bordo.	
	¿El informe anual se refiere o publica Carta de Gobierno Corporativo o Código de Mejores Prácticas?	
	¿Los Artículos de Asociación o los Artículos de Incorporación de la Carta están publicados?	
2. Transparencia financiera y divulgación de información	Enfoque empresarial	¿Hay una discusión de estrategia corporativa?
		¿Informar detalles del tipo de negocio en el que se encuentra?
		¿Ofrece la compañía una visión general de las tendencias en su industria?
		¿Informa detalles de los productos o servicios producidos / proporcionados?
		¿Proporcionar un análisis de segmento, desglosado por línea de negocio?
		¿La compañía divulga su participación de mercado para alguna o todas sus empresas?
		¿La compañía reporta provisiones de ganancias básicas de cualquier tipo? ¿En detalle?
		¿Revelar resultados en términos físicos?
		¿La compañía da un pronóstico de producción de algún tipo?
		¿La empresa da características de los activos empleados?
		¿La compañía proporciona indicadores de eficiencia (ROA, ROE, etc.)?
		¿Proporciona la empresa alguna relación específica de la industria?
		¿La compañía revela sus planes de inversión en los próximos años?
¿La compañía revela los detalles de sus planes de inversión en los próximos años?		

Tabla 2

Modelo del Índice de Divulgación y Transparencia (T&D) de Standard & Poor's (Continuación)

Categorías	Sub Categoría	Indicador
2. Transparencia financiera y divulgación de información	Revisión de la política contable	¿Proporcionar información financiera sobre una base trimestral?
		¿La compañía discute su política contable?
		¿La compañía divulga los estándares contables que utiliza para sus cuentas?
		¿La empresa proporciona cuentas de acuerdo con las normas contables locales?
		¿La empresa proporciona cuentas en alternativas reconocidas internacionalmente?
		¿Método contable? ¿La empresa proporciona cada uno de los balances, ingresos Estado de cuenta, y estado de flujo de efectivo por métodos reconocidos internacionalmente?
	Detalles de la política contable	¿Proporciona la empresa una conciliación de sus cuentas nacionales a nivel internacional?
		¿Métodos reconocidos?
		¿La compañía divulga métodos de valoración de activos?
	Estructura de partes relacionadas y transacciones	¿La compañía divulga información sobre el método de depreciación de los activos fijos?
		¿La compañía produce estados financieros consolidados?
		¿Proporciona una lista de afiliados en los que tiene una participación minoritaria?
Información sobre los auditores	¿La compañía revela la estructura de propiedad de los afiliados?	
	¿Existe una lista / registro de transacciones grupales?	
	¿Existe una lista / registro de transacciones con partes relacionadas?	
	¿La compañía revela el nombre de su firma auditora?	
3. Estructura y Proceso de la Junta	Estructura y composición del tablero.	¿La compañía reproduce el informe de auditoría?
		¿Revelar cuánto le paga al auditor los honorarios de auditoría?
		¿Revela los honorarios que no son de auditoría pagados al auditor?
		¿Hay un presidente en la lista?
		¿Detalle sobre el presidente (aparte del nombre / título)?
		¿Hay una lista de los miembros de la junta (nombres)?
	Rol de la Junta	¿Hay detalles sobre los directores (aparte del nombre / título)?
		¿Los detalles sobre empleo / posición directiva en curso, siempre?
		¿Se proporcionan detalles sobre empleos / puestos anteriores?
		¿Revelar cuando cada uno de los directores unió a la junta?
		¿Clasifica los directores como ejecutivo o un director externo?
		¿Detalles sobre el rol de la junta directiva en la empresa?
	¿Se divulga una lista de asuntos reservados para la junta?	
	¿Hay una lista de comités de la junta?	

Tabla 2

Modelo del Índice de Divulgación y Transparencia (T&D) de Standard & Poor's (Continuación)

Categorías	Sub Categoría	Indicador	
3. El Directorio y la estructura de gestión y procesos	Rol de la Junta	¿Revisar la última reunión de la junta (podría ser minutos)?	
		¿Hay un comité de auditoría?	
		¿Divulgación de nombres en el comité de auditoría?	
		¿Detalles sobre el rol de la junta directiva en la empresa?	
		¿Se divulga una lista de asuntos reservados para la junta?	
		¿Hay una lista de comités de la junta?	
		¿Revisar la última reunión de la junta (podría ser minutos)?	
		¿Hay un comité de auditoría?	
		¿Divulgación de nombres en el comité de auditoría?	
		¿Existe un comité de remuneración / compensación?	
	Formación y compensación del director	Compensación y evaluación ejecutiva	¿Nombres en el comité de remuneración / compensación)?
			¿Hay un comité de nominación?
			¿Divulgación de nombres en el comité de nominación?
			¿Otra función de auditoría interna además del comité de auditoría?
			¿Existe un comité de estrategia / inversión / finanzas?
			¿Revelan si proporcionan formación al director?
			¿Revelar el número de acciones en la compañía en poder de los directores?
			¿Discutir el proceso de toma de decisiones del salario de los directores?
			¿Se divulgan los detalles de los salarios de los directores (números)?
			¿Formularios de sueldos de directores divulgados (efectivo, acciones, etc.)?
			¿Se divulgaron los detalles específicos sobre el pago relacionado con el desempeño de los directores?
¿Lista de los altos directivos (no en el consejo de administración)?			
¿Se divulgaron los antecedentes de los altos directivos?			
¿Número de acciones en poder de los altos directivos reveladas?			
¿Revelar el número de acciones mantenidas en otras compañías afiliadas por los gerentes?			
¿Discutir la toma de decisiones del pago de los gerentes (no del consejo)?			
¿Número de salarios de los gerentes (no a bordo) revelados?			
¿La forma de los salarios de los gerentes (que no están a bordo) fue revelada?			
¿Se divulgaron los detalles específicos sobre el pago relacionado con el desempeño para los gerentes?			
¿Se han revelado los detalles del contrato del CEO?			

Nota. Adaptado de “Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets”, por S. A. Patel, A. Balic & L. Bwakira, 2002, *Emerging Markets Review*, 3(4), 325–33

publicación de la información financiera durante los últimos tres años (1998-2000); en la cuarta y quinta sección, se mostró la asociación entre la transparencia y divulgación, y la estructura patrimonial y valoración de las empresas.

Los resultados del estudio mostraron que los mercados emergentes asiáticos y el de Sudáfrica, presentan una transparencia y divulgación significativamente más alta en comparación con los mercados emergentes de América Latina, Europa del Este y Medio Oriente. La brecha entre los mercados emergentes asiáticos y de Sudáfrica sobre otros mercados emergentes ha venido aumentando en los últimos tres años de evaluación (1998 - 2000).

2.3.2. Modelo de Inteligencia de Negocio

IdN Inteligencia de Negocios y KPMG de Chile, desde el 2010 elaboran el índice de transparencia corporativa con el objetivo de analizar la información importante que publican las empresas privadas y públicas hacia la sociedad, este es el primer paso para promover la transparencia como un valor fundamental en el entorno empresarial. La metodología propone la recolección de información de manera exploratoria, fuentes secundarias de carácter público, en los cuales se revisa la presencia o ausencia de contenidos informativos importantes, que contribuyan a una mejor y más confiable estimación del valor de la transparencia corporativa de una empresa. Esta metodología evalúa la presencia de un conjunto de contenidos o atributos importantes para los *stakeholders* de la empresa, lo que establecen las normativas vigentes de las economías de avanzada y también en las recomendaciones y estándares que dan los organismos internacionales (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012).

Después de hacer las revisiones respectivas durante el proceso de investigación, IdN Inteligencia de Negocios & KPMG (2012) halló cinco dimensiones más un componente facilitador de la información, los cuales son: (a) Presentación de la Empresas y sus Negocios,

(b) Gobierno Corporativo, (c) Información Financiera, (d) nominado “herramientas”, las cuales facilitan la búsqueda y comprensión de la información que las empresas publican en sus páginas web, los componentes del modelo se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3

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

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>).

A cada conjunto de variables, se le asignó una ponderación en función a la cantidad de atributos informativos, de esta manera, cuanto mayor sea la cantidad de contenidos o atributos, mayor será la ponderación. Dichas ponderaciones fueron evaluadas en función al nivel de relevancia de la información, es decir si a algún punto se le otorgó mayor relevancia, mayor ponderación obtendrá. Luego de revisar 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”, en la cual se encuentran datos fundamentales como: capitalización bursátil, servicio de alerta electrónica y dividendos pagados, entre otros, mientras que la menor ponderación se dio al ítem “herramientas”, el cual contiene propiedades digitales que facilitan el acceso a los contenidos (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%

2.3.3. Modelo Ganescu & Gangone

Ganescu & Gangone (2013) propone una metodología para realizar la medición cuantitativa del Gobierno Corporativo Responsable (GCR) en 23 países emergentes de Europa: Estonia, Republica Checa, Albania, Rumania, entre otros. Para evaluar las cinco dimensiones del modelo GCR, se utilizó el Informe Global de Competitividad publicado por el Foro Económico Mundial, este informe evalúa a todos los países considerados por el estudio.

Las cinco dimensiones que evalúa este modelo son:

- a) Derechos de los accionistas y su igualdad de trato: Se refiere a la obligación corporativa que protege la inversión de los accionistas y su igualdad de trato, proporcionando mecanismos de seguridad para el registro y confirmación de la propiedad de los accionistas, derechos de voto y cobro de dividendos
- b) Relación con los *stakeholders*: Su foco principal es la relación con los colaboradores y con los clientes.

- c) Responsabilidad del directorio en concretar objetivos corporativos: Considera la capacitación en gestión y la delegación de colaboradores.
- d) Conducta ética corporativa: Se basa en la percepción ética de un país con relación a los demás países.
- e) Transparencia y la implementación de sistemas de control interno y externo: Relacionado al consentimiento de reportar y auditar finanzas.

Al aplicar la metodología descrita en la sección anterior, se determina el valor del índice de gobierno corporativo responsable GCR para cada país. Los resultados muestran que diez de los veintitrés estados tienen un rendimiento promedio y superior al promedio en términos de GCR, con valores superiores a 0,5. Estonia ocupa el primer lugar, de lejos con un valor de índice de 0,911 que muestra que la percepción de los encuestados es muy favorable a que en este país se siguen los principios de gobierno corporativo responsable.

Este modelo se destaca porque al final de su evaluación, vincula un indicador macroeconómico de los países (PBI) en relación al indicador obtenido (GCR) para mejorar las conclusiones de su estudio. El objetivo era enfatizar que el país que presenta un alto índice de GCR está relacionado con un alto desarrollo económico (ver Figura 3).

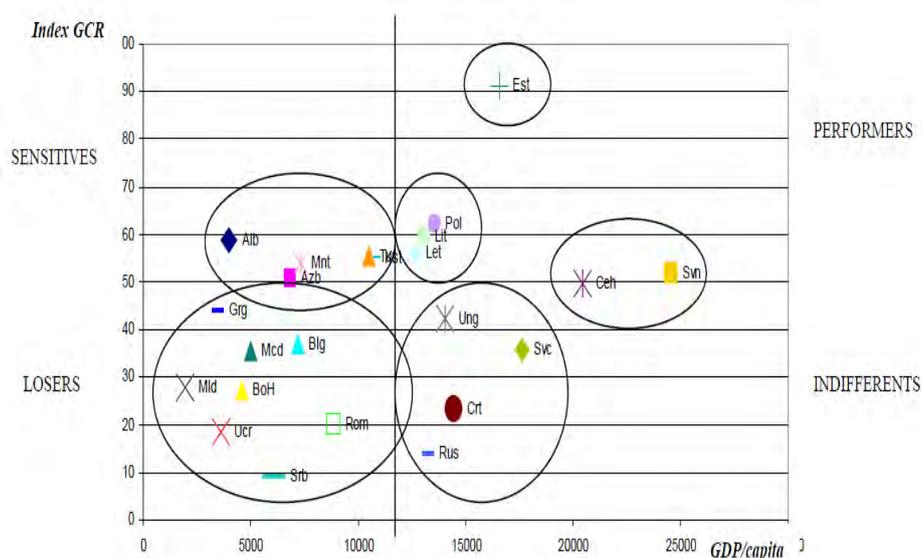


Figura 3. Distribución Bidimensional de análisis cuantitativo por países. Tomado de “A methodology For Measuring Responsible Corporate Governance in countries of Emerging Europe”, por Ganescu & Gangone, 2013.

2.3.4. Modelo de Transparencia en Informes Corporativos TRAC-Brasil

En el 2016, se presentó el mayor escándalo de corrupción en la historia de Brasil, cuyo impacto final a la actualidad no se ha podido cuantificar. Durante dos años de investigación conocida por Operación Lava Jato, los fiscales descubrieron una red de sobornos que alcanzo a ejecutivos empresarios, políticos, teniéndose como resultado hasta la fecha, 118 condenas y 240 acusaciones penales, por un total global de 1,256 años de prisión. La principal empresa implicada en este escándalo, fue la constructora Odebrecht, que reconoció haber efectuado sobornos a funcionarios de la petrolera estatal Petrobras a través de pagos irregulares por miles de millones de dólares, y en una decisión histórica, en abril de 2017, la justicia le ordeno a esta empresa pagar una multa de USD 2.600 millones a Brasil, Suiza y EE. UU. (TRAC Brasil, 2018).

En el año 2018, se elaboró el primer estudio sobre Transparencia en Informes Corporativos “TRAC - Brasil”, enfocado en las 100 mayores empresas y los 10 mayores bancos brasileños en los ingresos netos y que tengan como sede principal, Brasil. Si bien los números anteriores de este estudio “TRAC”, se han centrado en las multinacionales más grandes en el mundo (2012 - 2014), y los mayores comerciantes emergentes (2013 - 2016), en el 2016, fueron evaluadas 12 empresas brasileñas (TRAC Brasil, 2018).

El resultado del estudio también trajo un resultado particular, ya que las empresas investigadas o condenadas en casos de corrupción tuvieron relativamente buenas calificaciones, estos fueron los casos de Petrobras y de Odebrecht, para citar las más emblemáticas. Una explicación a ello, es que las empresas mencionadas tienen intenciones de revertir sus pérdidas financieras y de imagen, por lo cual han invertido mucho en el cumplimiento de las leyes y reglamentos, este fenómeno es muy común a nivel internacional, ya que las empresas que pasaron por crisis reputaciones, en general, responden con transformaciones en sus divulgaciones anticorrupción, muchas hoy son hasta referencias en

programas anticorrupción, el esfuerzo de estas empresas debe ser reconocido, pero no se puede olvidar que durante décadas, operaron de manera corrupta. Por lo tanto, estos cambios deben ir acompañados de cerca por el mercado y la sociedad, la carga que presentar con eficacia a estas nuevas normas (TRAC Brasil, 2018).

El estudio de transparencia corporativa se centró en dos objetivos, en primer lugar estimular a la empresa a incorporar en su gestión estándares cada vez más altos de transparencia y el segundo objetivo es que los compromisos adoptados contra la corrupción puedan ser de conocimiento por la sociedad en general; asimismo este estudio se enfoca en cómo estas empresas revelan información desde tres dimensiones: (a) los programas de lucha contra la corrupción, (b) la estructura organizativa; y (c) los datos financieros sobre el rendimiento en otras naciones. Las empresas analizadas (110 empresas) fueron separadas en dos grupos: (a) Índice General, que tuvo en cuenta las dos primeras dimensiones, y el Índice de multinacionales brasileñas, que considera los tres. Sólo 53 grandes empresas que actúan en el exterior se agruparon en el último índice (TRAC Brasil, 2018).

El informe recopiló información pública disponible en los sitios web corporativos y en los vínculos incrustados en ellos. Los investigadores buscaron responder a un cuestionario con 26 ítems sobre las tres dimensiones evaluadas. Cada dimensión tuvo un peso equivalente en la nota final. El levantamiento comenzó en julio de 2017, y los resultados fueron revisados en septiembre del mismo año, y luego compartidos con todas las empresas, que pudieron comentar, cuestionar y sugerir ajustes antes del cálculo de las puntuaciones finales. En la Tabla 4 se observan las preguntas y las dimensiones del modelo.

Aunque algunas empresas se esfuerzan por cumplir con los estándares internacionales de transparencia corporativa, la gran mayoría tuvo un mal desempeño en la adopción de programas de lucha contra la corrupción y la difusión de su estructura organizativa: en una escala de 0 a 10, el conjunto de la nota en el Índice General fue de 5,7.

Tabla 4

Modelo de ITC TRAC de Brasil

Dimensión	Preguntas de la dimensión	
1. Divulgación de Programas de Anticorrupción	1 ¿La empresa se compromete públicamente a combatir la corrupción?	
	2 ¿La empresa se compromete públicamente a cumplir con todas las leyes relevantes, incluidas las leyes anticorrupción?	
	3 ¿El liderazgo de la empresa (junta y / o junta) muestra apoyo para combatir la corrupción?	
	4 ¿El código de conducta y la política anticorrupción de la compañía se aplican explícitamente a todos los empleados y directores?	
	5 ¿La política anticorrupción de la empresa se aplica explícitamente a las personas que no son empleados, pero que están autorizadas para actuar en representación o representar a la empresa (por ejemplo, agentes, consultores, representantes o intermediarios)?	
	6 ¿El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades legales que no están subordinadas a la compañía pero que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo, contratistas, subcontratistas o proveedores)?	
	7 ¿Tiene la empresa un programa de capacitación anticorrupción para empleados y directores?	
	8 ¿Tiene la empresa una política de recibir regalos, invitaciones de viaje y pagar los gastos de terceros?	
	9 ¿Existe una política que prohíba explícitamente los pagos de facilitación?	
	10 ¿Permite el programa que los empleados y otras personas presenten inquietudes y denuncien violaciones (del programa) sin riesgo de represalias?	
	11 ¿Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden denunciar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción, y el canal acepta informes confidenciales o anónimos?	
	12 ¿La compañía monitorea regularmente el programa anticorrupción para revisar su relevancia, así como su idoneidad y efectividad, realizando mejoras cuando sea necesario?	
	13 ¿Tiene la compañía una política sobre contribuciones políticas que prohíba tales contribuciones o, de no ser así, exige que dichas contribuciones se divulguen públicamente?	
	14 ¿La empresa divulga todas las subsidiarias totalmente consolidadas?	
	15 ¿La empresa revela su interés en todas las subsidiarias consolidadas?	
	2. Transparencia internacional	16 ¿La empresa divulga los países en los que se incorporan todas las subsidiarias totalmente consolidadas?
		17 ¿La empresa divulga los países en los que operan todas las subsidiarias totalmente consolidadas?
18 ¿Revela la compañía todas las subsidiarias que no están totalmente consolidadas (asociadas o negocios conjuntos)?		
19 ¿Revela la compañía su interés en todas las subsidiarias que no están totalmente consolidadas?		
20 ¿La empresa divulga los países en los que todas las filiales no están totalmente consolidadas?		
21 ¿La empresa divulga los países en los que operan todas las filiales que no están totalmente consolidadas?		
3. Informe de país	22 ¿La empresa divulga ingresos / ventas en el país X?	
	23 ¿La empresa divulga los gastos de capital en el país X?	
	24 ¿La empresa revela ingresos brutos en el país X?	
	25 ¿La empresa revela cuánto pagó por el impuesto sobre la renta en el país X?	
	26 ¿La empresa divulga la contribución comunitaria en el país X?	

Nota. Adaptado de “Transparência em relatórios corporativos as 100 maiores empresas e os 10 maiores bancos brasileiros” por Transparency Internacional Brasil, 2018, pp. 41-42.
<https://transparenciacorporativa.org.br/TI-TRAC-2018.pdf>

El Índice de multinacionales brasileñas obtuvo una nota aún peor: 4.5.

Este bajo rendimiento, está directamente relacionado con la divulgación de los informes por país de operación, de las 53 empresas en este ámbito, 41 empresas recibieron nota 0, pues no divulgan informaciones básicas sobre su actuación fuera de Brasil.

2.3.5. Modelo de Índice de Transparencia Corporativa por internet en IBEX 35

En la actualidad, el medio más común para compartir información es el internet ello debido al bajo costo y su facilidad para llegar a sus *stakeholders*, aquí se puede incluir información financiera y relevante. Briano y Rodríguez (2013), plantearon un índice de transparencia exclusivo que recolecta información de la plataforma web de estas en Internet y que cotizan en el IBEX 35, en la Tabla 5 se muestran las dimensiones y elementos del modelo.

En este modelo se asigna especificaciones como: códigos de ética, informes de gobierno corporativo, sus políticas, comités y asamblea de accionistas y con un análisis de regresión múltiple, con el giro de negocio de la empresa, clientes y proveedores y en lo financiero con rentabilidad, e información bursátil, con estas variables el modelo podrá determinar el grado de transparencia con una escala del 1 al 100. Como ya se ha mencionado, este índice tiene exclusividad en plataformas digitales y sus ventajas están al incluir variables de comisión accionarial. Sin embargo, este modelo solamente está desarrollado para empresas que cotizan en el IBEX 35, y no incorpora ninguna variable de lucha contra la corrupción, y mucho menos relación con modelos de los informes de gobiernos corporativos.

2.3.6. Modelo E-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las sociedades cotizadas españolas: Un estudio empírico

Este modelo planteado por Gandía y Andrés (2005), analiza la información que deben publicar las empresas o las consecuencias de su divulgación, mediante el planteamiento de canales de difusión. Asimismo, se examinó la importancia que la tecnología, y en especial en

Tabla 5

Dimensiones del Modelo de ITC de las Empresas del IBEX 35

Dimensiones	Elementos
1. Información Corporativa	Sitio web en inglés/castellano
	Perfil corporativo
	Estrategia
	Productos/Servicios/Negocios/Marcas
	Presencia/Cobertura/Subsidiarias
	Información sobre clientes
	Proveedores
	Calidad
	Innovación/Tecnología
	Comunidad/Medio ambiente
	Contactos/Mapa del sitio
	Recursos humanos
	Sala de prensa
Responsabilidad social y sustentabilidad	
2. Información financiera / relación inversores	Informe anual
	Informes trimestrales
	Cifras relevantes/Indicadores financieros
	Registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)
	Servicios e información para los inversores
	Presentaciones corporativas
	Información bursátil
	Eventos relevantes/Noticias
	Bolsas de valores internacionales en las que cotiza
	Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta
3. Gobierno Corporativo	Políticas de gobierno corporativo
	Informes de Gobierno corporativo
	Asamblea de accionistas
	Composición del consejo de administración
	Compensación del consejo de administración
	Comités de apoyo (Auditoría)
	Comités de apoyo (Gobierno corporativo)
	Comités de apoyo (Nombramientos y remuneración)
	Comités de apoyo (Planeación y finanzas)
	Comités de apoyo (Otros)
	Equipo directivo
	Composición accionarial
	Estatutos sociales
	Derechos de los accionistas minoritarios
Política de distribución de dividendos	
Ofertas públicas de adquisiciones	
Factores de riesgo	

Nota. Adaptado de “Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35”, por G. Briano y L. Rodríguez, 2013, *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16 (2013), 187-208.

Internet, posee en el avance del gobierno corporativo y de la transparencia de las empresas cotizadas. Este modelo toma como base la construcción de un índice compuesto por 32 elementos que deben estar presentes en los sitios web de las empresas (ver Tabla 6).

Tabla 6

Modelo de Índice de Transparencia Corporativa de Gandía y Andrés

Subíndices	Variables
A) Información relativa al consejo de la administración	1 Miembros de Consejo de Administración
	2 Estructura del consejo de Administración
	3 Reglas de organización y funcionamiento del Consejo de Administración y de sus comisiones
	4 Las funciones y cargos de cada consejero dentro de la sociedad
	5 Los procedimientos de selección, remoción y reelección
	6 Existe un documento que recoge las normas de conducta de los miembros del Consejo
	7 Existe una referencia relativa a la responsabilidad del Consejo respecto a la información que la empresa transmite a los mercados
	8 Se explicitan las relaciones entre los consejeros y los accionistas de referencia
	9 Participación en el Capital Social de los consejeros
	10 Se indica qué consejeros tienen poderes ejecutivos y cuales se consideran independientes o miembros de comités de supervisión
	11 Se explicitan las condiciones que determinan la independencia de un consejero
	12 Cualificación profesional de los consejeros independientes
	13 Hacen público si algún consejero independiente ocupa órganos de dirección en otras sociedades
	14 Retribución de los consejeros (*)
B) Junta general de accionistas	15 Acuerdos adoptados en la última junta General Celebrada
	16 Se divulga Información sobre la convocatoria de la Junta
	17 Se divulga Información sobre el orden del día
	18 Se divulga Información sobre el texto de todos los acuerdos que se proponen para su adopción
	19 Se detallan los porcentajes de participación en la propiedad de la sociedad de los accionistas significativos
C) Estructura de la propiedad	20 Se informa sobre las operaciones de la sociedad con sus administradores y altos directivos, así como en qué medida dichas transacciones han sido realizadas en condiciones de libre competencia
	21 Se informa sobre todas las transacciones importantes que han ocurrido entre la empresa y los accionistas significativos, así como en qué medida dichas transacciones han sido realizadas en condiciones de libre competencia
	22 Autocartera que tenga la sociedad y sus variaciones significativas
	23 Contenido de los Estatutos sociales
	24 Informes trimestrales del ejercicio e informes anuales correspondientes a los dos últimos años, junto con los informes de los auditores externos
	25 La sociedad hace público un documento sobre las estructuras y prácticas de gobierno de la misma (informe anual de gobierno corporativo)
	26 La sociedad hace referencia a que criterios de buen gobierno adopta y cuál es su grado de observancia
	27 Honorarios de los auditores
D) Otras informaciones relacionadas con el buen gobierno	28 Honorarios por servicios accesorios prestados por los auditores y/o sociedades del grupo a las que pertenezca
	29 Información contenida en las presentaciones hechas a los distintos operadores del mercado y a accionistas significativos
	30 Un resumen de los informes emitidos por los principales analistas, bancos de inversión o agencias de calificación, que siguen la sociedad de manera continua
	31 Difunden informes referentes a su política de responsabilidad social corporativa (código deontológico empresarial, política medioambiental y otros compromisos políticos públicos)
	32 Si la compañía cotiza en otros mercados, se exponen los resultados y situación financiera derivada de la aplicación de las normas vigentes en dichos mercados

Nota. Adaptado de "E-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las sociedades cotizadas españolas: Un estudio empírico" por Gandía y Andrés, 2005, p. 21

(https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3399332)

La oportunidad de este estudio se aprecia en el creciente interés de los organismos reguladores de los mercados de capitales europeos y estadounidenses en supervisar los contenidos y la manera de divulgar la información acerca de gobierno corporativo.

Tres índices de transparencia en materia de gobierno corporativo fueron cuantificados y se contrastaron las variables que explican los niveles de difusión alcanzados.

La metodología tuvo un enfoque cualitativo, apoyándose en el análisis de contenido y la consulta de sitios web. Esta clase de índice no ponderado, con variables dicotómicas (tomando el valor 1 o 0), ha sido utilizada anteriormente en estudios concernientes al análisis de la información brindada por las empresas en internet acerca de cuestiones vinculadas con información corporativa, información financiera, relación con inversores y gobierno corporativo. Los resultados de este modelo mostraron que las empresas con alto ITC son las que utilizan Internet como canal principal para divulgar la información.

2.4. Matriz Resumen de Modelos de Transparencia

La matriz de resumen muestra los modelos de Transparencia Corporativa de mayor importancia que fueron aplicados en países como Chile, Brasil, Canadá, España y otros del mundo, especifica las principales características favorables y desfavorables a considerar en cada aplicación del modelo (ver Tabla 7).

Luego de la revisión de la literatura y analizar los seis modelos de Transparencia Corporativa de escala global, se describen los puntos favorables. Las dimensiones como: Información Corporativa, Información Financiera y Gobierno Corporativo se han presentado en todos los modelos revisados; asimismo, los modelos se enfocan en la recopilación interna de la información que las empresas publican en su página web, ya sea de carácter obligatorio o voluntario. Como puntos desfavorables de los modelos de Transparencia Corporativa revisados, no consideran dimensiones que busquen dar a conocer las acciones de las empresas en aspectos sociales, medioambientales y los programas de lucha anticorrupción..

Tabla 7

Matriz de Resumen de Modelos de Transparencia

MODELO	AUTORES	DIMENSIÓN - PILARES	RESULTADOS DE LOS INDICADORES	LUGAR DE APLICACIÓN DEL MODELO	PUNTOS A FAVOR DEL MODELO	PUNTOS EN CONTRA DEL MODELO
1. Patel, Balic y Bwakira	Patel, Balic y Bwakira	GC-IF	Índice de TC	MUNDO	Se centra principalmente en el análisis de la transparencia, a través de reportes anuales de las empresas en los últimos tres años en 19 países de zonas emergentes.	No tiene una medición explícita, sino agrupa a las empresas por zonas geográficas para analizar el cumplimiento de transparencia en sus reportes.
2. Inteligencia de Negocio	IdN Inteligencia de Negocios y KPMG	GC-IF-S-MA	Índice de TC	CHILE	Modelo basado en evaluación de información obligatoria y voluntaria, información de carácter financiero y no financiero que permitan incrementar la eficiencia de las operaciones en los mercados de capitales; asimismo incluye información de carácter social como RSE y RSA.	No incorpora ninguna variable de lucha contra la corrupción.
3. Transparencia en Informes Corporativos	Transparencia Internacional	LC-EO-DF	Índice de TC	BRASIL	Modelo basado en evaluación de información abierta de páginas de la web; asimismo el modelo incorpora la dimensión de divulgación de programas de lucha contra la corrupción por parte de las empresas.	El modelo no considera criterios de evaluación en las dimensiones de responsabilidad social y medioambiental.
4. Gobierno Corporativo Responsable	Ganescu y Gangone	GC	Índice de BGC	EUROPA	Medición del gobierno corporativo responsable, compuesto por cinco dimensiones a evaluar por país para finalmente hacer una relación del índice del país y su PBI per cápita.	Es un modelo de medición del gobierno corporativo responsable que se realiza por países, no por empresas. No considera la evaluación de responsabilidad social y medioambiental.
5. Índice de Transparencia Corporativa por internet	Briano y Rodríguez	[e-ITC]	Índice IBEX 35	ESPAÑA	El modelo busca identificar aquellas variables de gobierno corporativo que podrían tener una influencia en el e-ITC, utilizando el análisis de regresión múltiple; a través de la recopilación de información abierta de las páginas web de las empresas.	El modelo ha sido desarrollado para empresas que cotizan en el IBEX 35 y no incorpora ninguna variable de lucha contra la corrupción. No considera la evaluación de responsabilidad social y medioambiental.
6. E-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las Sociedades Cotizadas Españolas	Gandía y Andrés	IF-IF-GC	Índice de TC	ESPAÑA	Modelo basado en evaluación de información obligatoria y voluntaria; a través de la recopilación de información en páginas web. El modelo busca identificar aquellas variables de gobierno corporativo que podrían tener una influencia en el ITC, utilizando el análisis de regresión múltiple.	El modelo ha sido desarrollado para empresas que cotizan en el IBEX 35. No considera la evaluación de responsabilidad social y medioambiental y no incorpora ninguna variable de lucha contra la corrupción.

2.5. Resumen

En la literatura revisada en el presente estudio, se puede apreciar la necesidad de las empresas en poseer mecanismos de medición de transparencia, la importancia de impactar positivamente, mejorar la reputación corporativa y generar valor. Para comenzar el desarrollo de la propuesta metodológica del índice de transparencia corporativa, sobresale el concepto indicado por Lindstedt y Naurin (2010), en el que se define la transparencia corporativa como la publicación de información pertinente e importante para el análisis de cada organización.

Después de analizar seis modelos de transparencia corporativa desarrollados a nivel global, se puede mostrar que la mayor parte de países presenta índices con estructura semejante en cuanto a pilares, factores y variables, donde los más presentes y valorados los temas de Gobierno Corporativo, Estructura de propiedad, Rendición de Cuentas, Divulgación de la Información, Indicadores Financieros y Relación con los Grupos de interés. Asimismo, los factores más recurrentes son Cuestiones Legales o Marcos Regulatorios, Estructura del Accionariado, Presencia Mediática, Responsabilidad Social y Accesibilidad a la Información.

2.6. Conclusiones

Luego de revisar la literatura se puede concluir que, hay un profundo interés de los países y sus representantes para que las organizaciones públicas y privadas sean transparentes; en este contexto, nace la necesidad de los grupos de interés por contar con información apta para tomar de decisiones adecuadas, y que en conjunto sean beneficiosas para todas las interesadas, puesto que, en la actualidad, el índice de transparencia es visto como un valor agregado.

Podemos indicar que durante muchos años cientos de países han realizado muchos esfuerzos por introducir la transparencia corporativa, y garantizar su cumplimiento, no obstante, existen organizaciones que destacan la importancia la existencia de índices de transparencia en el sector privado que permita brindar un valor agregado a los grupos de

interés con los que interactúa. Por otro lado, se observan factores que determinan la percepción de las empresas y de los grupos de interés para entender de forma efectiva la finalidad y objetivos de la transparencia corporativa en las empresas, con algunos factores compartidos por los involucrados, no obstante, hay factores que no coinciden.



Capítulo III: Metodología

El presente capítulo se basa en la metodología presentada en el *Handbook on Constructing Composite Indicators* diseñado por la *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD) para la construcción del modelo de transparencia corporativa. Los pasos indicados por el manual a seguir son: (a) desarrollo de un marco teórico; (b) selección de variables; (c) imputación de datos faltantes; (d) análisis multivariado; (e) normalización; (f) ponderación y agregación; (g) incertidumbre y análisis de sensibilidad; (h) revisión de indicadores; (i) correlación con otros indicadores y (j) visualización de los resultados, los cuales buscan determinar la coherencia y aplicación en el modelo de transparencia de la presente investigación para las empresas de diversos sectores económicos del país.

3.1. Metodología de la OCDE

La metodología de acuerdo a la OCDE, es presentada en una guía que permite construir y utilizar indicadores compuestos para que los responsables de políticas, académicos, medios de comunicación y otras partes interesadas, puedan elaborar eficientemente diferentes investigaciones. Según el manual, para construir un indicador compuesto se deben considerar los siguientes diez pasos:

1. Establecer el marco conceptual, a través de la definición del concepto a medir y sobre los cimientos que conforman sub-definiciones del concepto.
2. Selección de variables, a través del análisis de composición de cada indicador, detalle de variables y fuentes principales.
3. Tratamiento de datos, a través del análisis e imputación de datos faltantes, en caso sea necesario, detallando el método de imputación y confiabilidad.
4. Análisis multivariable, se busca identificar la estructura de la data y establecer la relación entre variables del indicador.

5. Normalización de los datos, se busca estandarizar la información que compone cada variable, a fin de establecer una base.
6. Ponderación y agregación, se selecciona el método apropiado para determinar las ponderaciones y agregaciones para la data.
7. Análisis de incertidumbre y sensibilidad, a través del análisis de robustez del indicador construido.
8. Revisión de indicadores, a través del análisis de la data y sus resultados. El análisis del indicador compuesto permite analizar y concluir a través de su desagregación.
9. Conexión con otros indicadores, permite establecer el vínculo o correlación del indicador construido con otros indicadores y presentar conclusiones.
10. Visualización de los resultados, a través de un conjunto de herramientas permitirá la presentación clara de los resultados obtenidos con la construcción del indicador compuesto.

A continuación se van a detallar los pasos que se han utilizado para la elaboración del modelo propuesto de Transparencia Corporativa.

3.1.1. Desarrollo del Marco Conceptual

De acuerdo al Handbook de la Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 2008), el desarrollo de un marco teórico proporciona la base para la selección y combinación de variables para la construcción de un indicador compuesto significativo, bajo el principio de idoneidad. Se busca contar con una definición clara del concepto de análisis de transparencia corporativa, con la importancia que permite una comprensión de lo abordado y permite medir el fenómeno de modo multidimensional. Asimismo, permite la estructuración de los subgrupos de los indicadores; así como determinar una lista de criterios de selección para las variables subyacentes, las cuales pueden

ser entrada, salida y proceso. Un fuerte respaldo teórico es el punto de inicio para estructurar indicadores compuestos. El marco teórico permite establecer el concepto y sus componentes principales basado en lo que es deseable medir, y no en aquello que está disponible, definiendo indicadores y ponderaciones individuales que reflejen su importancia relativa y las dimensiones del indicador compuesto.

Dado que se tiene en cuenta que no todos los conceptos multidimensionales tienen fundamentos teóricos y empíricos sólidos como son el caso de los indicadores compuestos en áreas de: política, competitividad, desarrollo sostenible, preparación para el negocio electrónico, entre otros, por lo que la investigación económica en estos campos todavía es incipiente. La transparencia es, en consecuencia, fundamental para la elaboración de indicadores fidedignos, lo que involucra:

Definir el concepto, brinda un sentido claro de lo que se busca medir con el indicador compuesto. Se debe referir al marco teórico relacionado una serie de subgrupos e indicadores subyacentes. No obstante, existen conceptos difíciles de definir y medir con exactitud o estar sujetos a controversias. Definitivamente, a aquellos que utilizan indicadores compuestos les corresponde analizar su calidad y relevancia.

Determinación de subgrupos, en función a los conceptos multidimensionales, pueden establecerse distintos subgrupos que no requieren ser estadísticamente independientes entre sí, y las asociaciones deben ser descritas teóricamente o empíricamente en la mayor medida posible. En este paso, es obligatorio tomar en cuenta la opinión de expertos e interesados con el fin de tener múltiples puntos de vista, incrementar la robustez del marco conceptual y el grupo de indicadores.

Identificación de los criterios de selección para los indicadores subyacentes: Son una guía para determinar la inclusión de un indicador en la composición general del índice. Debe contar con la mayor precisión posible y describir el fenómeno medido; es decir, entrada,

salida y proceso. Frecuentemente, los indicadores compuestos contienen medidas de entrada y salida.

3.1.2. Selección del Conjunto de Indicadores Simples

Dado que un indicador compuesto es la suma de sus partes, las fortalezas y debilidades de los indicadores compuestos proviene de la calidad de las variables subyacentes. Lo ideal es que las variables sean seleccionadas con base en su relevancia, solidez analítica, oportunidad, accesibilidad, entre otros. Además, es posible que la escasez de datos principales limite la capacidad para desarrollar indicadores compuestos sólidos. Por ello, ante la posibilidad de tener datos cuantitativos faltantes (internacionalmente comparables), los indicadores compuestos, en su mayoría, contienen datos cualitativos resultantes de encuestas a expertos o de la revisión de políticas (OECD, 2008).

Es importante considerar que las medidas representativas o proxy pueden ser utilizadas cuando no se disponen de los datos esperados o cuando los países son difíciles de comparar. Para los datos flexibles, es necesario ser cuidadosos con el uso de indicadores indirectos, siempre y cuando los datos lo permitan, la exactitud de las medidas representativas debe validarse a través del análisis de correlación y sensibilidad.

Por último, se debe poner especial atención cuando el indicador depende del PBI u otros factores concernientes al tamaño; es decir, se sugiere que, para poder tener una comparación objetiva entre países pequeños y grandes, se deben tomar en cuenta las variables a través de una medida de tamaño apropiada como población, ingresos, volumen de comercio, área de tierra poblada, entre otros, dependiendo del tipo de variables seleccionadas como indicadores de entrada, salida o proceso. El tipo de variables seleccionadas deben coincidir con la definición del indicador compuesto, y las mejoras recíprocas (OECD, 2008).

3.1.3. Ponderación y Agregación

Respecto a la ponderación, el OECD (2008) indicó que los indicadores tienen que ser

ponderados y agregados en función al marco teórico. Las presentaciones de correlación y compensación entre indicadores deben ser considerados y corregidos como características del fenómeno que se tiene que retener en el análisis. Asimismo, indicó que hay diversos métodos para asignar pesos, pero aclara que son esencialmente juicios de valor. Existen métodos de ponderación para un índice compuesto, tales como: (a) pesos iguales, (b) estadísticos o basados en la data misma, y c) participativos o basados en el marco de referencia.

Debido a la naturaleza de la metodología de elaboración de un índice compuesto, la carencia de un solo método de ponderación objetivo no resalta la pérdida de validez del índice (OCDE, 2008). Es importante que haya una justificación avalada por el marco teórico, que establezca de manera clara la importancia del método de ponderación seleccionado, así como una validación estadística para examinar el alcance de la metodología como instrumento para alcanzar los objetivos de los constructores del índice compuesto.

3.1.4. Análisis de Incertidumbre y Sensibilidad

En la construcción de un indicador compuesto se deben considerar los siguientes criterios: (a) la selección de subíndices; (b) método de normalización de datos; (c) determinación de los pesos o ponderaciones; (d) métodos de agregación y; (e) falta de datos, entre otros. (OECD, 2008). La solidez o robustez del índice compuesto, está basado en tomar en cuenta la incertidumbre y sensibilidad subyacentes en su medición. La incertidumbre está vinculada a la variabilidad o al grado de dispersión en la medición de una variable alrededor de un resultado, al incorporar la incertidumbre dentro del modelo, le brinda el nivel de confianza o validez a la medición.

Para determinar la validez del índice y, por tanto, su robustez, el Handbook que presenta la metodología de la OCDE (2008) propone el análisis de sensibilidad, el cual compara la diferencia en resultados para el instrumento luego de cambiar o modificar criterios específicos en su construcción, entre los que se encuentran: la exclusión de cada

variable que ha sido incluido en el método de ponderación y el método de normalización. Para determinar el impacto de la no inclusión de variables en la consistencia del índice, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach a fin de realizar la comparación en el estudio.

El coeficiente de Alfa de Cronbach presenta la estimación de la consistencia interna de los elementos en un modelo o encuesta sobre el nivel de Confiabilidad/Análisis. El coeficiente evalúa qué tan bien un conjunto de elementos como indicadores individuales mide un solo objeto unidimensional como actitud o fenómeno, entre otros. Por lo que, mide la porción del total de la variabilidad de la muestra de indicadores individuales debido a la correlación de indicadores; aumenta con el número de indicadores individuales y con la covarianza de cada par. Si no existe correlación y los indicadores individuales son independientes, entonces Alfa es igual a cero, mientras que, si los indicadores individuales son independientes perfectamente correlacionado, el Alfa es igual a uno, lo que implica mayor consistencia de los datos bajo análisis, mientras que más cercano a cero implica lo contrario, lo aceptable es considerar un valor superior a 0.6 (OCDE, 2008). Para el análisis de sensibilidad, existen diversos métodos de ponderación y normalización, por lo que se considera adecuado evaluar los resultados del índice y las posiciones relativas de cada participante con el objetivo de analizar la consistencia en los resultados.

3.1.5. Revisión de Indicadores Simples

En este paso se considera revisar y definir cuáles son los componentes que tienen una mayor relevancia en el resultado del índice compuesto hallado, con ellos determinar el peso de los componentes y medir la contribución individual en el resultado, sobre el cual se determina el comportamiento, desempeño, características, entre otros, los que permitirán guiar el trabajo para futuras políticas, así como guía de investigaciones.

La descomposición de los indicadores compuestos puede iluminar el rendimiento general del resultado y el análisis individual para identificar con mayor claridad las cercanías

o brechas que se presentan en el índice compuesto. Estos resultados pueden ser presentados a través de herramientas gráficas como diagramas radiales, gráficos semáforos, gráfico líder/rezagado, gráfico de barras compuestos, entre otros, con la finalidad de presentar con mayor facilidad visual los resultados con mayor rapidez y precisión.

3.1.6. Visualización de los Resultados

Este paso es importante dado que presenta los resultados de los indicadores compuestos, los cuales tienen la capacidad de influir sobre las estrategias de los tomadores de decisiones y de los usuarios finales de forma rápida y precisa; por ello, el investigador o presentador debe decidir sobre la presentación de resultados a través de tablas que presentan la información completa, o puede ocultar temas delicados que pueden ser visibles a través de la representación gráfica, o considerar ambos con un diseño cuidadoso en todas las situaciones. El formato tabular es la presentación más simple en la que el indicador compuesto se presenta por cada país mediante la forma de una tabla de valores. Por lo general, los países se muestran en orden descendente de rango.

Otra alternativa, es la presentación a través del gráfico de barras, colocando los países o empresas en el eje vertical y los resultados en el eje horizontal. Por otra parte, la tercera alternativa en la presentación de resultados es el uso de gráficos de línea los cuales permiten visualizar cambios o la evolución de resultados en un periodo de tiempo. Luego, la cuarta alternativa en la presentación de resultados con gráficos radiales, que permita identificar resultados conglomerados o tendencias de agrupación. Finalmente, se debe haber elegido y presentar un conjunto de herramientas gráficas o tabulares para presentar los resultados finales del índice compuesto que presente y transmita la información deseada de forma clara y acertada (OCDE, 2008).

3.2. Resumen

La presente investigación se basa en la metodología presentada en el manual de la

OCDE (2008) como guía ideal para construir y utilizar indicadores compuestos para responsables de políticas, académicos, medios de comunicaciones y otras partes interesadas, especialmente diseñada para la construcción de indicadores compuestos que permitan comparar y clasificar el desempeño de países y empresas en áreas de competitividad industrial, desarrollo sostenible, globalización e innovación, entre otros.

El manual enfatiza la solidez teórica como base para proceder a la construcción del índice, y presenta un conjunto de herramientas para la construcción de componentes por pesos según su ponderación e interpretación de resultados, así como la adecuada presentación de resultados que permita visualizar importantes señales para los investigadores y partes interesadas. De acuerdo al manual, los pasos considerados en esta investigación son: (a) establecimiento del marco teórico, (b) selección de componentes, (c) determinación de pesos, (d) validación del índice y análisis de sensibilidad, (e) revisión de indicadores simples, y (f) visualización de resultados, los que permitirán lograr el objetivo eficazmente.

Capítulo IV: Propuesta del Índice de Transparencia Corporativa

El presente capítulo define el concepto de Transparencia Corporativa y detalla el modelo del Índice de Transparencia Corporativa presentado de acuerdo al marco referencial del Handbook on Constructing Composite Indicators diseñado por la Organisation for Economic Cooperation and Development (OCDE). Asimismo, se presenta la estructura, cálculo, ponderación y escala de clasificación de acuerdo a los resultados en el Índice de Transparencia Corporativa en el sector en estudio.

4.1. Definición de Transparencia Corporativa

La presente investigación define a la Transparencia Corporativa bajo tres diferentes enfoques de acuerdo a la revisión de la literatura, los cuales han logrado una posición y relevancia en la actualidad. En primer lugar, la Transparencia Corporativa alcanza gran importancia debido a la creciente exigencia de los diversos grupos de interés de una gestión eficiente, responsable y transparente por parte de las organizaciones públicas y privadas con buenas prácticas de responsabilidad social y ambiental, dada la alta concurrencia de malas prácticas y casos de corrupción, lo que genera un alto grado de desconfianza. En segundo lugar, el cumplimiento de la legislación vigente y el marco normativo que regula las obligaciones de divulgación de información por partes de la organizaciones y en tercer lugar la rápida y fácil accesibilidad a la información de las organizaciones dado el creciente desarrollo de la tecnología digital.

Diversos actores como gerentes, trabajadores, clientes, proveedores, gobiernos y el público en general; a través de la transparencia corporativa y manejo de redes sociales e Internet, pueden ejercer una influencia muy notable sobre las actividades productivas y organizativas de las empresas, beneficiándose mutuamente en una sociedad globalizada. Asimismo, la divulgación de información de empresas que conforman un sector representativo en la economía nacional, sobre las actividades relacionadas a responsabilidad y

gobierno corporativo permitirá que la industria se presente con claridad y confianza ante los grupos de interés erradicando temas de corrupción y malas prácticas.

4.2. Dimensiones de Transparencia Corporativa

Para la elección de las dimensiones del Modelo de ITC propuesto, se han tomado como referencias el modelo de Brasil elaborado por Transparencia Internacional, el modelo de Chile elaborado por la Consultora Inteligencia de Negocio y el modelo de IBEX 35, como resultado de la revisión de ventajas y desventajas mostradas en el capítulo II (ver Tabla 8), por lo tanto, se ha determinado que la propuesta del Modelo de ITC esté representada por seis dimensiones propuestas.

Tabla 8

Crterios de Evaluación por Dimensiones del Modelo de ITC

Dimensiones Propuestas	Patel, Balic y Bakira (Mundo)	Inteligencia de Negocios (Chile)	Ganescu y Gangone (Europa)	Transparencia Internacional (Brasil)	Briano y Rodríguez (España)	Gandía y Andrés (España)
Información General		X			X	
Información Corporativa		X		X	X	X
Información Financiera	X	X		X	X	X
Gobernanza Corporativa	X	X	X		X	X
Responsabilidad Social Empresarial y Medioambiental		X	X			
Ética, Integridad y Rendición de Cuentas			X	X		

A continuación, se detallan las dimensiones que componen el ITC y las bases sustentadas en sus respectivos factores:

Información financiera. Las divulgaciones del desempeño financiero e información contable constituyen los roles más importantes y sensibles que presentan las empresas en temas de transparencia. Es por ello que los diversos modelos de ITC en muchos países, la consideran como una dimensión vital para la determinación de sus índices a evaluar. Los

factores que componen la dimensión de información financiera y contable, por tanto se justifica incluir esta dimensión al modelo de medición del ITC porque es fundamental para la evaluación de aspectos relevantes financieros y contables. Por lo que, entre los factores adoptados para difusión de esta dimensión se consideran a: (a) los estados financieros, (b) reportes anuales y (c) las inversiones.

Los estados financieros permitirán a los inversionistas y a los *stakeholders* conocer la situación económica y financiera de la empresa, y con ello tomar mejores decisiones respecto de la empresa; asimismo, los estados financieros deben mostrar información completa, veraz y confiable respetando las normas tributarias vigentes.

Los reportes anuales son las cartas de presentación corporativa de las empresas ante los inversionistas y *stakeholders*, por lo tanto son una fuente de oportunidades que permiten adquirir confianza y legitimidad ante los grupos de interés.

Los inversores y *stakeholders*, deben estar informados en forma correcta y transparente sobre las inversiones que realizan la empresa, reconociéndose que no solo las inversiones que buscan rentabilidad son importantes; sino las inversiones a largo plazo que buscan la sostenibilidad del negocio.

Información corporativa. La segunda dimensión de Transparencia Corporativa aborda la información sobre los productos y servicios que brindan las empresas, los cuales sirven de consideración para la dinamización de la economía, siendo una herramienta fundamental para luchar contra malas prácticas como la piratería, falsificación y el proteccionismo. Asimismo, proporciona nuevas posibilidades comerciales y aperturas de mercados. Entre los factores que integran el componente se encuentran: (a) la cartera de clientes, (b) las especificaciones de sus productos y servicios que brindan y (c) socios estratégicos.

Se evalúan los factores de Cartera de Clientes, Productos y Socios Estratégicos,

considerando que es un medio para mitigar la piratería, falsificación y el proteccionismo. Bajo un enfoque a la transparencia, se realiza la difusión de los clientes con quienes se tienen lazos comerciales vigentes.

Para mitigar la piratería en el factor de Producto, se detallan las características y dimensiones de los productos del portafolio de la empresa y finalmente en el factor de socios estratégicos, la valorización de la variable se circunscribe a que la empresa proporcione una página o enlace web donde comparta información con sus socios estratégicos.

Información general. La divulgación de esta información por parte de las organizaciones representa uno de los principales motores que impulsan la generación de rentabilidad al largo plazo. La divulgación de la información general permite mejorar aspectos internos de la empresa como son: (a) gestión interna, (b) posicionamiento de la marca, (c) imagen de la organización; lo cual se muestra atractivo ante diversos actores como nuevos inversionistas. La mayor parte de las entidades proveen la difusión de esta dimensión de forma pública a través de algún canal de comunicación de la organización como la publicación en sus respectivas páginas webs.

Entre los factores que componen esta dimensión, resaltan las condiciones en la divulgación de información que la organización brinda sobre los principales acontecimientos históricos, políticos y económicos; aspectos que presentan y definen la empresa como (a) visión, misión y valores; (b) historia de la empresa; (c) contacto de la empresa y (d) clasificación de riesgo, presentadas por alguna clasificadora de riesgos.

El factor Misión, Visión y Valores, permite que todos los involucrados, directa e indirectamente, con la empresa puedan conocer y entender la razón de ser de la empresa y sobre que decisiones y tareas se apoyaran los líderes, accionistas y empleados de la empresa para cumplir los objetivos de la misma. Con respecto a la declaración de los valores, permite complementar y reforzar los principios éticos que los miembros de la organización deben

cumplir como parte de las tareas que llevan a cabo en la búsqueda diaria del cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Respecto al factor Historia de la empresa muestra su crecimiento y desarrollo a lo largo del tiempo desde su fundación. Para las empresas, el publicar su historia les puede significar una oportunidad de transmisión de confianza, prestigio y solidez para sus clientes y el público en general. Así pues, el poder conocer los orígenes, desarrollo y evolución de la empresa es una señal de transparencia ya que permite conocer el aporte que esta ha hecho a la sociedad en su conjunto a través de su desempeño a lo largo de su existencia.

El factor Contacto de la empresa, resalta el poder contar con canales de comunicación abiertos que permitan no solo una comunicación con los mismos empleados de la empresa sino también con los clientes y el público en generales. Es decir, como señal de transparencia es importante que la empresa ponga a disposición diversas vías de contacto con ellos como la misma página web, las redes sociales y la intranet de la empresa.

Finalmente, el factor Clasificación de riesgo, es una opinión independiente y debidamente fundamentada por una empresa especializada en este tipo de estudios mediante un informe. La decisión de las empresas de mostrar abiertamente el resultado de su clasificación de riesgo es un claro ejemplo de transparencia corporativa hacia el mercado financiero, proveedores, inversionistas, accionistas y público en general. La importancia de este factor radica en que la sociedad en general puede conocer con total seguridad el riesgo crediticio y solvencia con el que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones económicas ante la sociedad.

Ética, integridad y rendición de cuentas. La dimensión referente al ámbito ético toma importancia con mayor fuerza a partir de los casos de corrupción y dado que en los procesos de transparencia es necesario que la organización se controle a través de la divulgación de la información con transparencia. Entre los factores que aborda el componente se encuentran:

(a) códigos de ética y/o conducta; (b) políticas anticorrupción, la normatividad, medidas anti corruptivas, (c) la gestión de reclamos y sanciones y (d) contratación de bienes y servicios con la divulgación pública sobre relaciones con el Estado a través de licitaciones.

El código de ética en una organización busca generar comportamientos (tanto personal como profesional) de sus miembros acorde con los valores la organización, es decir define lo que es correcto en el desarrollo de sus actividades y en la relación con sus grupos de interés.

La política anticorrupción es un documento que busca mantener el crecimiento y la reputación de una organización ante sus colaboradores y grupos de interés, en este documento se establecen las normas y medidas en caso de estar antes situaciones de sobornos o de tratar de influir indebidamente ya sea en el sector público y privado, este documento debe ser firmado y acatado por todos los colaboradores y socios de una organización.

Sanciones y reclamaciones, es de suma importancia conocer el historial de una organización en términos de sanciones recibidas ya que nos muestra una realidad de las empresas en relación con sus cumplimientos de las normativas vigentes.

Contratación de bienes y servicios; es de mucho interés que las empresa informen a los diversos grupos de interés, sobre cómo vienen ejecutando la contratación los bienes y servicios y así evitar favoritismos en las contrataciones; asumiendo un rol de independencia e imparcialidad.

Responsabilidad social empresarial y medioambiental. La divulgación de información de RSE es una dimensión importante dado que permite las buenas prácticas entre nuevos inversionistas. Es importante, dado que se muestran en los resultados empresariales. Los factores de esta dimensión se basan en información relacionados a temas de (a) responsabilidad corporativa y (b) sostenibilidad corporativa, social y medioambiental. La evaluación de los factores de RSE permite incrementar la satisfacción de los *stakeholders* y

mejorar la reputación e imagen de la empresa.

Se considera la Responsabilidad Corporativa como factor importante porque permitirán generar un impacto positivo en la percepción de sus grupos de interés (*stakeholder*), mejora la reputación, la imagen, la confianza, todo ello siendo una empresa Socialmente responsable y que conlleva a generar valor en la empresa.

La Sostenibilidad Social y medioambiental se consideran factores importantes porque permitirán construir y reconstruir, la confianza, la imagen corporativa y la reputación de los grupos de interés en las empresas generando sinergia, lealtad, sentido de pertenencia y relaciones de sólidas. Siendo factores claves en el crecimiento sostenible de la empresa.

Gobernanza corporativa. La gobernanza corporativa se considera una dimensión importante para establecer el nivel de transparencia, dado que se basa en la transparencia de la información. Esta dimensión se enfoca en los lineamientos de ética y conducta empresarial que tienen como objetivo proteger los intereses, derechos de los accionistas, empleados y facilitar el monitoreo de la cadena de valor de las organizaciones, la entrega continua y el uso eficiente de recursos. Con respecto a los factores considerados en esta dimensión se encuentran: (a) Principios de Gobierno Corporativo, (b) la Estructura y composición del accionariado y (c) Políticas, normas y reglamentos internos.

Los Principios de Gobierno Corporativo son por naturaleza, un documento destinado a evolucionar, y se revisan a la luz de los cambios más relevantes que se producen en cada momento, con el objeto de mantener su papel como instrumento fundamental para los desarrollos legislativos en el campo del gobierno corporativo.

En relación al factor Estructura y composición del accionariado, muchos estudios de transparencia corporativa, han puesto en evidencia una relación positiva entre la independencia del consejo de administración (CA), el tamaño del CA y el nivel de transparencia en las organizaciones. Por lo expuesto en muchos estudios identifican como

importante dentro la gobernanza corporativa a la proporción de consejeros independientes, la presencia del comité de auditoría, la independencia del COB y CEO y la proporción de miembros familiares en el CA

En relación a las política de dividendos tiene una influencia crucial sobre el valor de la compañía, ya que se debe mantener un equilibrio entre las políticas de crecimiento de la empresa y las políticas de pago de dividendos que son considerados como el pago a los accionistas por su contribución en la aportación de fondos para una empresa y la compensación por soportar los riesgos inherentes al negocio.

4.3. Modelo del Índice de Transparencia Corporativa

El modelo propuesto de índice de transparencia corporativa se basa en la definición de transparencia corporativa, como la práctica de divulgar con calidad, transparencia y veracidad la información financiera y otras actividades que impactan a los grupos de interés en la sociedad. El desarrollo del modelo se basa en el análisis de modelos que han sido aplicados en diferentes sectores empresariales, lo que permitió alcanzar el propósito de la presente investigación cubriendo los principales enfoques estratégicos: (a) información corporativa, (b) información financiera, (c) información general, (d) gobernanza corporativa, (e) responsabilidad social y medioambiental; y (f) ética, integridad y rendición de cuentas. Sin embargo, existen otros enfoques estratégicos dentro de Transparencia Corporativa, que no han sido considerados en la presente investigación debido a que no presenta relevancia en la divulgación de información para el desarrollo del índice de transparencia corporativa en este sector. Los criterios de evaluación para la selección de componentes se basan en los enfoques mencionados, así como las referencias consideradas en investigaciones detalladas en el capítulo II.

La revisión de la literatura, detallada anteriormente, permitió la evaluación realizada para definir y describir los componentes del Índice de Transparencia Corporativa a nivel de

dimensiones, factores y variables de medición.

Asimismo, se detalla la definición de las fuentes para la recolección de datos, la ponderación y valorización de los factores de medición. Con ello, la definición del índice de transparencia se someterá al proceso metodológico propuesto por la OCDE para la creación del Modelo de ITC (ver Figura 4).



Figura 4. Modelo del ITC.

El modelo de transparencia corporativa se compone de variables categóricas dicotómicas (cero y uno) y cada dimensión tiene la misma escala de medición, por ese motivo no es necesario hacer una normalización de datos.

4.3.1. Factores y Variables del ITC

El ITC es una representación de las dimensiones y sus respectivos factores que conforman el ITC.

Los criterios de ponderación y fuentes de información se detallan de acuerdo a la información identificada y las definiciones de acuerdo a cada variable a evaluar (ver Tabla 9 a la 14).

Tabla 9

Dimensión Información Financiera

Factor	Peso Factor	Variable	Peso Variable	Definición	Fuente de Información
1. Estados Financieros	6.25%	1. Estados Financieros y Dictamen	3.13%	Informa sus estados financieros en conjunto con su dictamen	Página web de la empresa y SMV
		2. Notas a los Estados Financieros	3.13%	Informa sus notas a los estados financieros	Página web de la empresa y SMV
2. Reportes Anuales	3.13%	3. Memoria Anual	3.13%	Presenta sus memorias anuales	Página web de la empresa y SMV
3. Inversiones	3.13%	4. Programa de inversiones	3.13%	Informa su diversificación de inversiones	Página web de la empresa y SMV

Tabla 10

Dimensión Información Corporativa

Factor	Peso Factor	Variable	Peso Variable	Definición	Fuente de Información
1. Clientes	3.13%	1. Cartera de Clientes	3.13%	Información de quienes son sus clientes más representativos	Página web de la empresa
		2. Descripción	3.13%	2. Descripción	3.13%
3. Cotización	3.13%			Presenta información de la cotización de productos	Página web de la empresa
3. Socios Estratégicos	3.13%	4. Información para socios estratégicos	3.13%	Presenta una página informativa para los socios estratégicos	Página web de la empresa

Tabla 11

Dimensión Información General

Factor	Peso Factor	Variable	Peso Variable	Definición	Fuente de Información
1. Visión, Misión y Valores	9.38%	1. Visión	3.13%	Publica la visión de la empresa en su sitio web	Página web de la empresa
		2. Misión	3.13%	Publica la misión de la empresa en su sitio web	Página web de la empresa
		3. Valores	3.13%	Publica los valores organizacionales en su sitio web	Página web de la empresa
2. Historia de la Empresa	9.38%	4. Fundación	3.13%	Expresa antigüedad de la empresa	Página web de la empresa
		5. Grupo Empresarial	3.13%	Expresa pertenencia de un grupo empresarial	Página web de la empresa
		6. Fusiones o Cambio razón social	3.13%	Expresa las fusiones empresariales o cambio de razón social	Página web de la empresa
		7. Localización de oficinas	3.13%	Ubicación geográfica de la empresa	Página web de la empresa
3. Contacto de la Empresa	12.50%	8. Teléfono de contacto	3.13%	Presenta teléfonos de contacto	Página web de la empresa
		9. Buzón de consultas	3.13%	Presenta buzón de consultas	Página web de la empresa
		10. Redes sociales	3.13%	Divulga las redes sociales donde contactar a la empresa	Página web de la empresa
		11. Informe de Clasificación de Riesgo	3.13%	Publica los informes de Clasificación de Riesgo	Clasificadoras de Riesgo y página web

Tabla 12

Dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas

Factor	Peso Factor	Variable	Peso Variable	Definición	Fuente de Información
1. Códigos	3.13%	1. Código de ética y/o conducta	3.13%	Presenta su código de ética y/o código de conducta	Página web empresa
2. Políticas Anticorrupción	3.13%	2. Política anticorrupción	3.13%	Informa la política contra la corrupción	Página web empresa
3. Reclamaciones y Sanciones	6.25%	3. Reclamaciones	3.13%	Presenta las estadísticas de reclamos	Página web empresa
		4. Sanciones	3.13%	Informa las sanciones	Superintendencia de Mercado de Valores Página web empresa
4. Contratación de bienes y servicios	3.13%	5. Lista de Licitaciones	3.13%	Publica información de participación en licitaciones de acuerdo a bases	Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE)

Tabla 13

Dimensión Responsabilidad Social Empresarial y Medio Ambiental

Factor	Peso Factor	Variable	Peso Variable	Definición	Fuente de Información
1. Responsabilidad Corporativa	100%	1. Medición de reputación, responsabilidad y gobierno corporativo	60%	Participa en rankings de reputación corporativa, responsabilidad y gobierno corporativo	Monitor empresarial de reputación corporativa
		2. Logros y reconocimientos	40%	Informa sobre los reconocimientos y logros	Página web empresa
2. Sostenibilidad social y medioambiental	100%	3. Reporte de Sostenibilidad Social y Medioambiental	100%	Presenta reporte de sostenibilidad social y medioambiental	Página web empresa

Tabla 14

Dimensión Gobernanza Corporativa

Factor	Peso Factor	Variable	Peso Variable	Definición	Fuente de Información
1. Principios	100%	1. Principios de Gobierno Corporativo	100%	Presenta información sobre los principios de gobierno corporativo	BVL y página web de la empresa
2. Estructura y composición del accionariado y directorio	100%	2. Composición del directorio	50%	Publica la información de los miembros del directorio	BVL y página web de la empresa
		3. Composición del accionariado	50%	Indica la concentración del accionariado	BVL y página web de la empresa
3. Políticas, normas y reglamentos internos	100%	4. Política de Dividendos	60%	Informa la política referente a los dividendos	Superintendencia de Mercado de Valores y página web de la empresa
		5. Pago de Dividendos	40%	Publica el valor y cronograma de pago de dividendos	Superintendencia de Mercado de Valores y página web de la empresa

4.3.1. Dimensiones del ITC

La presente investigación esquematiza el Índice de Transparencia Corporativa en seis dimensiones: (a) información financiera, (b) información corporativa, (c) información general, (d) ética, integridad y rendición de cuentas, (e) responsabilidad social empresarial y medioambiental; y (f) gobernanza corporativa (ver Figura 5).

Se han considerado un total de 19 factores que se fundamentan en el análisis de los modelos revisados en el Capítulo II.



Figura 5. Dimensiones y factores del Modelo ITC.

4.4. Forma de Cálculo del Índice de Transparencia Corporativa

Primero se calcula el índice parcial por empresa para luego agregar al índice global. Este índice parcial se obtiene al dividir la suma de los puntos obtenidos entre el total de puntos que pudo obtener la empresa si hubiese divulgado el máximo número de ítems, donde cada variable puede tener un valor de [1] si la información es publicada por la empresa y [0] si no se ha publicado, siendo 32 el puntaje máximo a obtener. Cada índice parcial se calcula de la siguiente manera:

$$ITC_{parcial} = \frac{\text{Suma total de puntos obtenidos}}{\text{Total de puntos que se pueden obtener}} \times 100$$

El índice de transparencia corporativa global (ITC_{Global}) se calcula como un promedio ponderado expresado en la siguiente ecuación:

$$ITC_{Global} = \sum_{i=1}^n I_i^p \times P_i^t$$

Donde I^p es el valor promedio de la dimensión con base en los valores por cada empresa y P^t es la proporción o peso que representa la dimensión i respecto al número total de puntos del índice global, por tanto el ITC_{Global} se calcula como:

$$ITC_{Global} = (\text{Peso de la dimensión 1}) \times (\text{Prom (X1i)}) + (\text{Peso de la dimensión 2}) \times (\text{Prom (X2i)}) + (\text{Peso de la dimensión 3}) \times (\text{Prom (X3i)}) + (\text{Peso de la dimensión 4}) \times (\text{Prom (X4i)}) + (\text{Peso de la dimensión 5}) \times (\text{Prom (X5i)}) + (\text{Peso de la dimensión 6}) \times (\text{Prom (X6i)})$$

Donde:

$X1i$ = Es la dimensión información financiera de la empresa i

$X2i$ = Es la dimensión información corporativa de la empresa i

$X3i$ = Es la dimensión información general de la empresa i

$X4i$ = Es la dimensión ética, integridad y rendición de cuentas de la empresa i

$X5i$ = Es la dimensión responsabilidad social empresarial y medio ambiental de la empresa i

$X6i$ = Es la dimensión gobernanza corporativa de la empresa i

De acuerdo a esta metodología, tanto los índices parciales como el índice global podrán obtener un valor comprendido entre 0 y 1 puntos.

4.5. Criterio de Ponderación en el Índice de Transparencia Corporativa

La construcción del ITC supone una ponderación puesto que repercute directamente en los niveles de confiabilidad de los resultados que se pueden obtener por la aplicación del modelo. Por ello, es necesario justificar el peso de cada variable y las consideraciones que integran los indicadores. El método de ponderación que se aplica será el de pesos equitativos para todo el modelo propuesto en esta investigación, cabe recalcar que el método de pesos equitativos o ponderación equitativa presenta una mayor transparencia y practicidad, además de la aplicación, permite reducir la subjetividad. A cada una de las variables se le dará una ponderación del orden de 3.13% lo que equivale a una división de 32 partes del total del índice. La ponderación de cada dimensión será el resultado de la suma de los pesos de los factores que la componen, los pesos de los factores serán el resultado de la suma de los pesos de cada variable que lo integra. El detalle de las ponderaciones se presenta en el modelo para cada dimensión, factor y variables (ver Apéndice A).

4.6. Análisis de Confiabilidad del Instrumento

Se realiza la prueba del coeficiente KR-20 de Kuder y Richardson puesto que dicho coeficiente es el más adecuado para datos dicotómicos (sí o no) y equivale matemáticamente al coeficiente de Alfa de Cronbach (Oviedo & Campo-Arias, 2005). Para que sea considerado confiable, se debe obtener una calificación mayor a 0.6, donde lo ideal es llegar a un valor de 0.8, considerando que, mientras más cerca de 1 se conforma que los resultados son de mayor confiabilidad (OECD, 2008).

Al aplicar la prueba de coeficiente de Alfa de Cronbach con el software SPSS obtenemos como resultado para los 32 elementos un valor de 0.919, mientras que el valor de KR-20 alcanzó un valor de 0.927, ambos resultados demuestran la confiabilidad del modelo como se puede observar en la Tabla 15, mientras que en el Apéndice B se muestran los detalles de los resultados en cada una de las variables analizadas.

Tabla 15

Cálculo del Alfa de Cronbach y Kuder y Richardson para el Instrumento del ITC Propuesto

Alfa de Cronbach en SPSS	KR-20	Varianza total	Número de variables
0.919	0.927	32.457	32

4.7. Escala de Clasificación de Resultados del Índice Transparencia Corporativa

Entre las diversas escalas de clasificación de resultados de índices compuestos, se considera como referencia la escala de clasificación del nivel de progreso social con un puntaje de 0 a 100, comprendiendo siete niveles con media entre niveles muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto. En esta investigación no se considera aquellos intermedios entre escalas, resultando solo cinco escalas: muy alto con puntaje superior a 84 puntos, alto con puntaje entre 84 y 70 puntos, medio con puntaje de 50 a 69 puntos, bajo con puntajes de 25 a 49 puntos, y muy bajo con puntaje menor a 25 puntos (ver Tabla 16).

Tabla 16

Escala de Clasificación ITC

Puntaje	Nivel
85 – 100	Muy Alto
70 – 84	Alto
50 – 69	Medio
25 – 49	Bajo
0 – 24	Muy Bajo

4.8. Resumen

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

La estructura del ITC consiste en seis dimensiones clasificadas de acuerdo a la relevancia y discusión para el sector en estudio, que a la vez clasifican a 19 factores y estos a 32 variables. Las seis dimensiones son: (a) información financiera; (b) información comercial; (c) información general; (d) ética, integridad y rendición de cuentas; (e) responsabilidad social empresarial y medio ambiental; y (f) gobernanza corporativa. Estas dimensiones incluyen 19 factores, y los factores incluyen variables; las cuales muestran una ponderación de acuerdo a discusión y relevancia.

Las variables asignadas a cada dimensión tomaron en cuenta aquellas capaces de ser cuantificadas con un valor dicotómico de la siguiente forma: 1, presencia de la variable; 0, ausencia de la variable. Las principales fuentes secundarias donde se puede acceder a la información son: (a) página web institucional; (b) Bolsa de Valores de Lima; (c) portal de entidades reguladoras, entre otros. Dentro de una determinada dimensión, las variables tienen

el mismo peso relativo en términos porcentuales. Así pues, el porcentaje de peso de cada variable se determinó dividiendo 100 entre el número de variables dentro de la dimensión.

Luego, se establece el criterio de ponderación de las dimensiones del índice es el de pesos equitativos, al realizar el análisis de confiabilidad del modelo con la prueba del coeficiente KR-20 se obtuvo un valor de 0.920 demostrando la confiabilidad del modelo propuesto.



Capítulo V: Aplicación del Índice de Transparencia Corporativa al Sector Pesquero

Este capítulo describe los resultados de la aplicación del Índice de Transparencia Corporativa en el sector pesquero del Perú. Asimismo, se presenta el análisis del sector pesca y su participación en la economía y desarrollo del país, por lo que se exponen las empresas más representativas como población objetivo, se procede a determinar la muestra e identificar las fuentes de información de cada empresa. Los resultados se presentarán como resultado global de ITC, por dimensiones; y por empresa.

5.1. Análisis del Sector

El sector pesquero en el Perú es un sector que genera empleo formal, ingresos para el Estado y exportaciones que tienen gran impacto económico a nivel descentralizado. Dedicada principalmente a las actividades extractivas y de procesamiento de ingredientes marinos, gracias a los recursos marítimos alojados en el mar peruano principalmente en el norte del país. Entre los principales recursos marinos peruanos en la industria pesquera se encuentran la harina de pescado, aceite de pescado, conservas de pescados, congelados, para el consumo directo, entre otros.

Durante el periodo enero-junio de 2017, el sector pesca aumentó en 82.85%, contribuyendo positivamente en el PBI del primer semestre del año. Dicho resultado posicionó al sector pesquero peruano como el de mayor aportante al PBI nacional al cierre del 2017. Aquel resultado fue producto de la mayor captura de anchoveta que, junto con el inventario de harina del cierre del año 2016, generó un gran volumen de exportación de harina de pescado. En 2017, la industria pesquera también contribuyó a la recuperación de la industria manufacturera, golpeada por la crisis externa. Asimismo, colaboró en la recuperación del dinamismo económico de las ciudades afectadas por el Niño Costero en el norte del país. Para el 2018, el sector pesca presentó una variación de 39.7% siendo mayor tasa registrada desde 2011. El crecimiento se debió, principalmente, a las dos buenas

temporadas de pesca de anchoveta con altos ritmos de captura debido a la ausencia de anomalías climáticas. En el primer trimestre del 2019, el sector pesca registró una reducción de 20.5%, explicado principalmente por el comportamiento de los tres primeros meses con capturas atípicas y por el inicio tardío de la temporada. En general, se espera una contracción de 14.6 por ciento principalmente por la menor cuota asignada en la primera temporada de pesca. Para 2020 se proyecta una tasa de crecimiento de 9.0% favorecido por las condiciones climáticas normales en dicho año (Banco Central de Reserva del Perú, 2019).

	2018	2019*			2020*	
		I Trim	RI Mar.19	RI Jun.19	RI Mar.19	RI Jun.19
PBI primario	3,3	-1,3	3,0	1,3	3,4	3,6
Agropecuario	7,8	4,9	4,5	4,5	4,0	4,0
Pesca	39,7	-20,5	-4,5	-14,6	2,0	9,0
Minería metálica	-1,5	-2,2	3,3	2,1	4,3	4,0
Hidrocarburos	0,0	9,5	3,0	2,6	-0,5	0,3
Manufactura	13,2	-13,0	0,5	-5,9	1,2	2,1
PBI no primario	4,2	3,3	4,2	4,0	4,2	4,1
Manufactura	3,7	3,1	4,0	3,2	3,8	3,8
Electricidad y agua	4,4	6,0	4,5	4,3	4,5	4,0
Construcción	5,4	1,8	6,5	5,4	7,5	6,9
Comercio	2,6	2,4	3,4	3,2	3,5	3,5
Servicios	4,4	3,7	4,2	4,1	4,0	4,0
Producto Bruto Interno	4,0	2,3	4,0	3,4	4,0	4,0

* Proyección.
RI: Reporte de Inflación.

Figura 6. PBI por sectores económicos (variaciones porcentuales económicos) Tomado de “Reporte de Inflación Junio 2019”, por Banco Central de Reserva del Perú, 2018 (<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/junio/reportes-de-inflacion-junio-2019.pdf>).

El sector pesquero se ubica dentro del grupo de las cuatro actividades económicas con mayores ingresos de divisas al país, por lo que representa aproximadamente 7% de las exportaciones peruanas. A nivel del mercado mundial, las exportaciones pesqueras peruanas se muestran en un nivel expectante y para el rubro de envíos de ingredientes marinos lidera el ranking de acuerdo con el Anuario Estadístico de la IFFO 2015. El Perú es reconocido por su aporte mundial del 25-30% aproximadamente de la producción mundial de harina y aceite de pescado (Sociedad Nacional de Pesquería [SNP], 2019).

La industria pesquera peruana tiene como activos a 834 embarcaciones y 110 plantas, lo que equivale a una inversión de US\$ 7,000 millones. La flota industrial se encuentra

compuesta por diferentes artes o sistemas de pesca: flota con redes de cerco, flota con redes de arrastre, flota con artes de pesca multipropósito y sistema de trampas, situadas a los largos del litoral peruano para extraer diversas especies hidrobiológicas. Las 61 empresas asociadas a la Sociedad Nacional de Pesquería principalmente operan con redes de cerco, que es el arte que se utiliza para capturar recursos como anchoveta, jurel y caballa; bajo las políticas de sostenibilidad y los permisos respectivos por embarcación, otorgados por el Ministerio de la Producción (SNP, 2019).

Entre las principales contribuciones de la industria pesquera, en la especie anchoveta presenta aproximadamente el 95% de los aportes totales que entregan todas las pesquerías en el Perú, a pesar de que hay otras muy importantes especies como la pota, el jurel, la caballa, que tienen distintos regímenes. La pesca de la anchoveta, contribuyo en el 2016 con aportes por un total de US\$ 40.01 millones, (ver Figura 7) de los cuales el 50% corresponde a aportes por concepto de fiscalización pesquera, que incluye el Sistema de Seguimiento Satelital (SISESAT) y el Programa de Vigilancia y Control de Pesca y Desembarque en el Ámbito Marítimo; el 21% del monto total corresponde a los aportes extraordinarios que realizan las

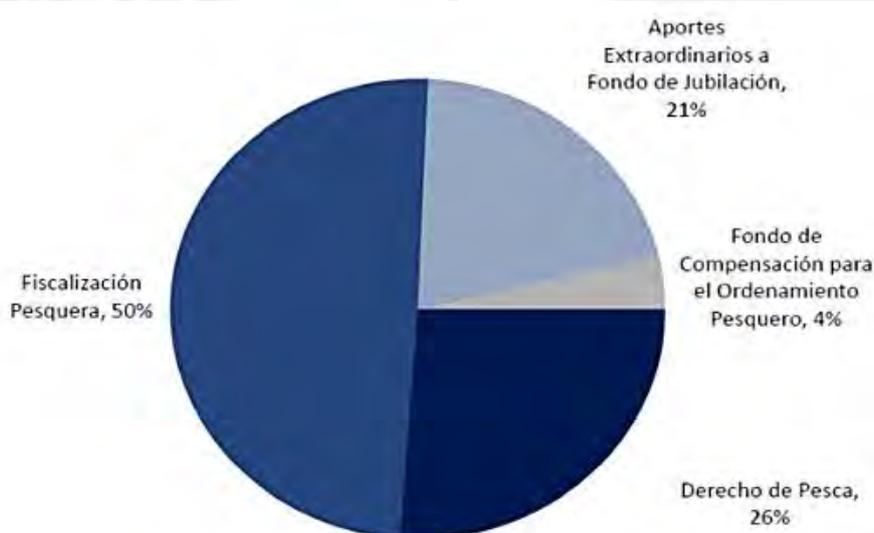


Figura 7. Derechos de pesca y otros aportes. Tomado de “Industria pesquera: Contribución a la economía peruana”, por Sociedad Nacional de Pesquería, 2019 (<https://www.snp.org.pe/relevancia-economica/>).

empresas pesqueras de anchoveta al Fondo de Jubilación, y 4% es para el Fondo de Compensación para el Ordenamiento Pesquero, el restante 26% corresponde a los derechos de pesca que pagan las empresas (SNP, 2019).

5.2. Población Objetivo

La presente investigación tiene como población objetivo el sector pesquero peruano, dado que este sector es uno de los principales contribuyentes en el PBI peruano (0.5%), se resalta que la primera empresa pesquera exportadora fue Tecnológica de Alimentos S.A. del grupo Breca, la cual representó 13.29% de participación, seguida de Pesquera Copeinca S.A.C., Pesquera Hayduk S.A., y Pesquera Exalmar.

El 80% de participación de las exportaciones pesqueras se encuentran distribuidas en 32 empresas, cabe destacar que 15 empresas participan con 1% del total de las exportaciones (ver Tabla 17).

5.3. Determinación de la Muestra

Para la determinación de la muestra, se consideraron las principales empresas pesqueras exportadoras del Perú mediante la verificación de las certificaciones de calidad de los productos de las empresas exportadoras que se encuentren activas durante el periodo del estudio.

Dado que la muestra es de tipo no probabilístico, se tomaron en cuenta aquellas empresas pesqueras exportadoras con una participación mayor a 1% del total de exportaciones de la población de empresas con exportaciones mayores a 20 millones de dólares americanos, quedando solo 16 de ellas.

Seguido se verificó la respectiva página web activa, en la que no se encontró la empresa Costa Mira S.A.C., por lo que sólo 15 empresas conforman la muestra a evaluar en el ITC (ver Tabla 18).

Tabla 17

Principales Empresas Pesqueras Exportadoras 2018

N°	Empresa Exportadora	Miles US \$	TM	PART. (%)
1	Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	432,953.91	270,227.53	13.29
2	Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	270,969.53	183,456.78	8.32
3	Pesquera Hayduk S.A.	226,309.81	139,762.65	6.95
4	Pesquera Exalmar S.A.A.	212,048.60	136,911.80	6.51
5	Pesquera Diamante S.A.	188,734.87	121,826.68	5.79
6	Austral Group S.A.A.	176,207.75	114,257.48	5.41
7	CFG Investment S.A.C.	133,835.13	87,256.80	4.11
8	Seafrost S.A.C.	108,046.63	20,419.74	3.32
9	DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	76,373.95	22,798.33	2.34
10	Marinazul S.A.	71,879.62	11,378.00	2.21
11	Inversiones Prisco S.A.C.	63,175.99	6,737.42	1.94
12	Productora Andina de Congelados S.R.L.	55,154.93	23,006.28	1.69
13	Pesquera Centinela S.A.C.	55,150.74	36,532.24	1.69
14	Costa Mira S.A.C. (*)	44,333.06	11,315.29	1.36
15	Altamar Foods Perú S.R.L.	43,147.82	15,260.85	1.32
16	Puertos del Pacífico S.A.	34,823.54	10,812.63	1.07
17	Perupez S.A.C.	29,859.41	6,443.54	0.92
18	Inversiones Holding Perú S.A.C. (*)	29,788.17	6,890.60	0.91
19	Provedora de Productos Marinos S.A.C.	27,994.41	10,188.14	0.86
20	Pesquera Cantabria S.A. (*)	27,248.15	17,805.41	0.84
21	Mik Carpe S.A.C. (*)	26,966.34	6,988.42	0.83
22	Corporación de Ingeniería de Refrigeración S.R.L.	26,192.95	5,134.59	0.80
23	Sabanamar Pacífico S.A.C.	26,106.53	8,498.88	0.80
24	Pacific Freezing Company S.A.C.	24,060.99	6,855.53	0.74
25	Peruvian Sea Food S.A. (*)	23,780.12	11,682.35	0.73
26	Compañía Pesquera del Pacífico Centro S.A.C. (*)	23,538.90	14,875.15	0.72
27	Refrigerados Fisholg & Hijos S.A.C.	22,882.23	5,710.26	0.70
28	Novaperú S.A.C. (*)	22,752.91	3,959.65	0.70
29	Dexim S.R.L.	22,169.34	8,395.64	0.68
30	Spring Valley Fruit S.A.C.	21,227.00	5,706.74	0.65
31	Doil International S.A.C.	21,118.04	11,795.70	0.65
32	Exportadora Cetus S.A.C.	20,672.03	4,874.70	0.63

Nota. (*) No presenta página web activa. Tomado de "Exportaciones Pesqueras 2018), por Sociedad Nacional de Industrias, 2019 (<https://www.snp.org.pe/wp-content/uploads/2019/02/REPORTE-DE-LAS-EXPORT.-PESQUERAS-A%C3%91O-2018.pdf>).

Tabla 18

Determinación de la Muestra

Nº	Empresa Exportadora	Miles US \$	TM	PART. US\$
1	Tecnológica de Alimentos S.A - TASA Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA	432,953.91	270,227.53	13.29
2	S.A.C.	270,969.53	183,456.78	8.32
3	Pesquera Hayduk S.A.	226,309.81	139,762.65	6.95
4	Pesquera Exalmar S.A.A.	212,048.60	136,911.80	6.51
5	Pesquera Diamante S.A.	188,734.87	121,826.68	5.79
6	Austral Group S.A.A.	176,207.75	114,257.48	5.41
7	CFG Investment S.A.C.	133,835.13	87,256.80	4.11
8	Seafrost S.A.C.	108,046.63	20,419.74	3.32
9	DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	76,373.95	22,798.33	2.34
10	Marinazul S.A.	71,879.62	11,378.00	2.21
11	Inversiones Prisco S.A.C.	63,175.99	6,737.42	1.94
12	Productora Andina de Congelados S.R.L.	55,154.93	23,006.28	1.69
13	Pesquera Centinela S.A.C.	55,150.74	36,532.24	1.69
14	Altamar Foods Perú S.R.L.	43,147.82	15,260.85	1.32
15	Puertos del Pacífico S.A.	34,823.54	10,812.63	1.07

Nota. Adaptado de “Exportaciones Pesqueras 2018), por Sociedad Nacional de Industrias, 2019 (<https://www.snp.org.pe/wp-content/uploads/2019/02/REPORTE-DE-LAS-EXPORT.-PESQUERAS-A%C3%91O-2018.pdf>).

5.4. Recolección de Datos

La recolección de datos aplicado al sector pesquero peruano se efectuó mediante la consolidación de información proveniente de fuentes secundarias asociadas a cada factor propuesto (ver Tabla 19). Para ello, se consideró la respectiva página web de cada empresa pesquera, e información financiera y contable expuesta en la Bolsa de Valores de Lima (BVL), Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), Clasificadora de Riesgos, Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE) y, Monitor empresarial de reputación corporativa.

5.5. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Pesquero

5.5.1. Resultado Global del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Pesquero

El sector pesquero peruano, de acuerdo a la evaluación de las variables y los respectivos pesos de los factores y dimensiones, alcanzó 54 puntos de un total de 100 puntos;

Tabla 19

Fuentes de Información por Dimensión

	Dimensión	Fuente de Información
1	Información Financiera	(i) Superintendencia de Mercado de Valores
2	Información Corporativa	(i) Página web empresa
3	Información General	(i) Página web empresa (ii) Clasificadoras de Riesgo
4	Ética, Integridad y Rendición de Cuentas	(i) Página web empresa (ii) Superintendencia de Mercado de Valores (iii) Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE)
5	Responsabilidad Social y Medio Ambiental	(i) Monitor empresarial de reputación corporativa (ii) Página web empresa
6	Gobernanza Corporativa	(i) BVL (ii) Superintendencia de Mercado de Valores (iii) Página web empresa

lo que se ubica en el nivel medio de Transparencia Corporativa. A nivel de dimensiones, el mayor puntaje fue registrado por la dimensión de información corporativa con 87 puntos, información general con 85 puntos, responsabilidad social y medioambiental con 53 puntos; y los puntajes más bajos en la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 31 puntos, seguido de gobernanza corporativa con 15 puntos, e información financiera con 13 puntos (ver Figura 8).

Cabe señalar que la dimensión con menor puntaje es la dimensión de información financiera puesto que, a pesar de registrar el nivel de exportaciones, no se expresan o se publican en los estados financieros y memorias anuales ante la Superintendencia de Mercado de Valores; sin embargo, se cuenta con información dada la declaración ante SUNAT.

Por otro lado, la dimensión con mayor puntaje se registra en la dimensión información corporativa puesto que estas empresas desean contar con el contacto del cliente y la presentación de los productos ya que son demandados en el mercado extranjero. Para poder más detalles de los resultados de la medición del ITC ver el Apéndice C.

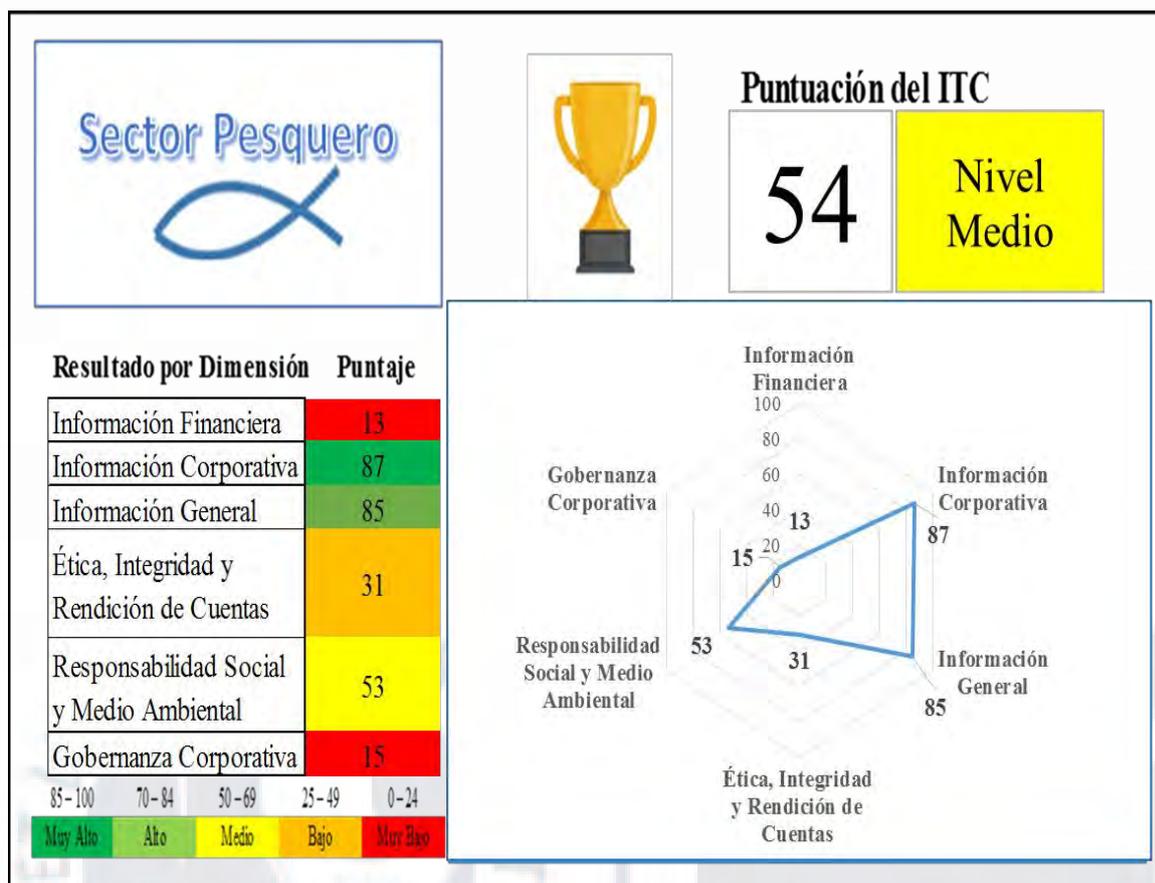


Figura 8. Resultado global del ITC sector pesquero.

5.5.2. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa por Dimensiones del Sector Pesquero

Dimensión información financiera. En esta dimensión, el sector pesquero peruano alcanzó 13 puntos de un total de 100 puntos ubicándose en el nivel muy bajo, en el cual las puntuaciones de los factores que la componen muestran el mismo puntaje demostrando el nivel muy bajo en los factores de estados financieros, reportes anuales, e inversiones.

Cabe mencionar que el criterio de las variables de los factores se consolidó con información de la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV) en el cual sólo dos empresas, Pesquera Exalmar S.A.A. y Austral Group S.A.A., reportaron los estados financieros, memorias anuales e información de inversiones (ver Figura 9).

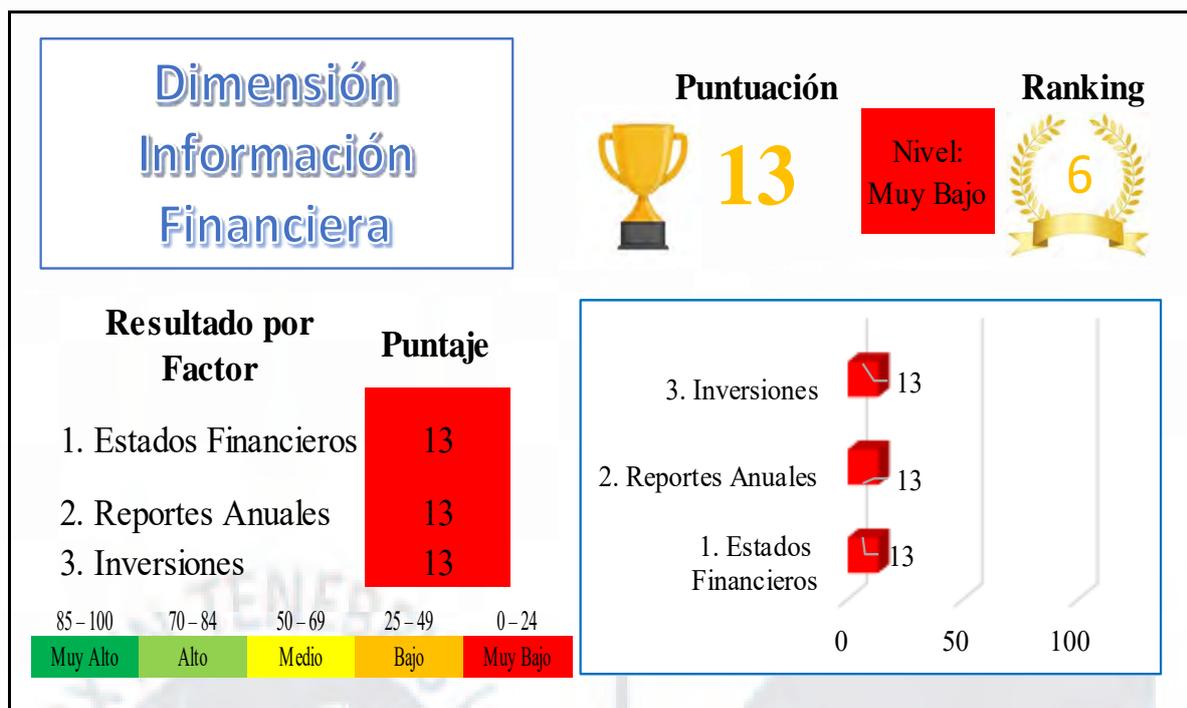


Figura 9. Resultado de la dimensión información financiera.

Dimensión información corporativa. El sector pesquero peruano alcanzó 87 puntos de un total de 100 puntos ubicándose en el nivel muy alto, siendo el primer en el ranking a nivel de dimensiones. De acuerdo a las puntuaciones, en los factores que la componen muestran puntajes alcanzando los niveles alto y muy alto (ver Figura 10).

El factor Clientes, es el que reporta mayor puntaje debido a que en las páginas web las empresas consideran como una estrategia de marketing mostrar su presencia a nivel internacional como preferencia de los consumidores, y la fidelización con los mercados y clientes estratégicos.

El factor Producto muestra los principales beneficios y propiedades de cada uno de sus productos que se envían al mercado internacional; cada página web expone atractivamente los productos que se exportan y los meses de pesca. El tercer factor, sobre la información de los socios estratégicos, presenta nivel alto dado que en más del 50% de las empresas pertenecen a grupos económicos que operan en diversos sectores económicos como el grupo Breca, Romero, Grupo Dyer, entre otras.

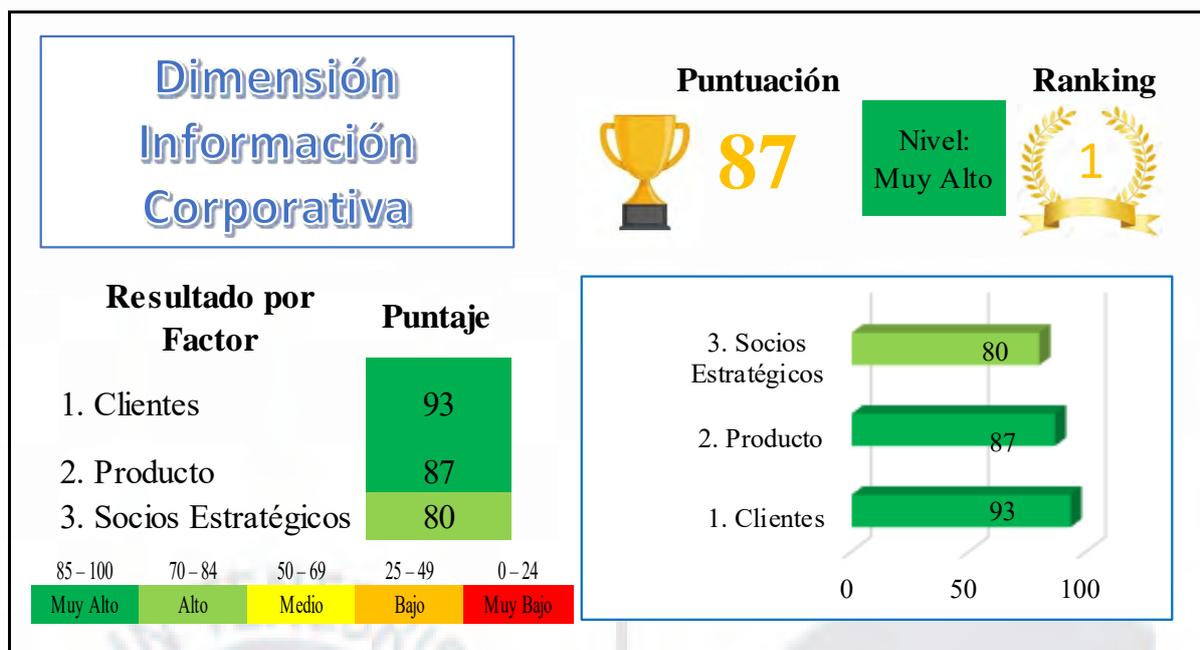


Figura 10. Resultado de la dimensión información corporativa.

Dimensión información general. En esta dimensión, el sector pesquero peruano alcanzó 85 puntos ubicado en el nivel alto; ello lo ubica en el segundo lugar en las dimensiones (ver Figura 11). La dimensión de información general promedia los resultados de los factores: (a) visión, misión y valores; (b) historia de la empresa; (c) contacto de la empresa; y (d) clasificación de riesgo. El mayor puntaje, a nivel de factores, lo obtuvo la historia de la empresa, alcanzando el puntaje máximo de 100 puntos.

El factor visión, misión, y valores; comprende los pilares en los que se basa cada empresa; por lo que cada una de las empresas presenta su visión en el mediano plazo, así como la misión que tiene en el sector pesquero. Por otro lado, no todas las empresas publican la visión y la misión de la organización en sus páginas web. Este factor registró 87 puntos ubicándose en el nivel muy alto.

El segundo factor, historia de la empresa alcanzó los 100 puntos registrando en todas las empresas la fecha de fundación y los principales fundadores e inició de sus operaciones. El tercer factor contacto de la empresa, alcanzó 93 puntos en el segundo lugar en los cuatro factores, las empresas presentan en sus respectivas páginas web la dirección de las empresas,

teléfonos de contacto, y en 85% todas las opciones de las redes sociales. El último factor, muestra la clasificación de riesgo por parte de empresas clasificadoras de riesgo, en el cual no se encontró evaluación de ellas.

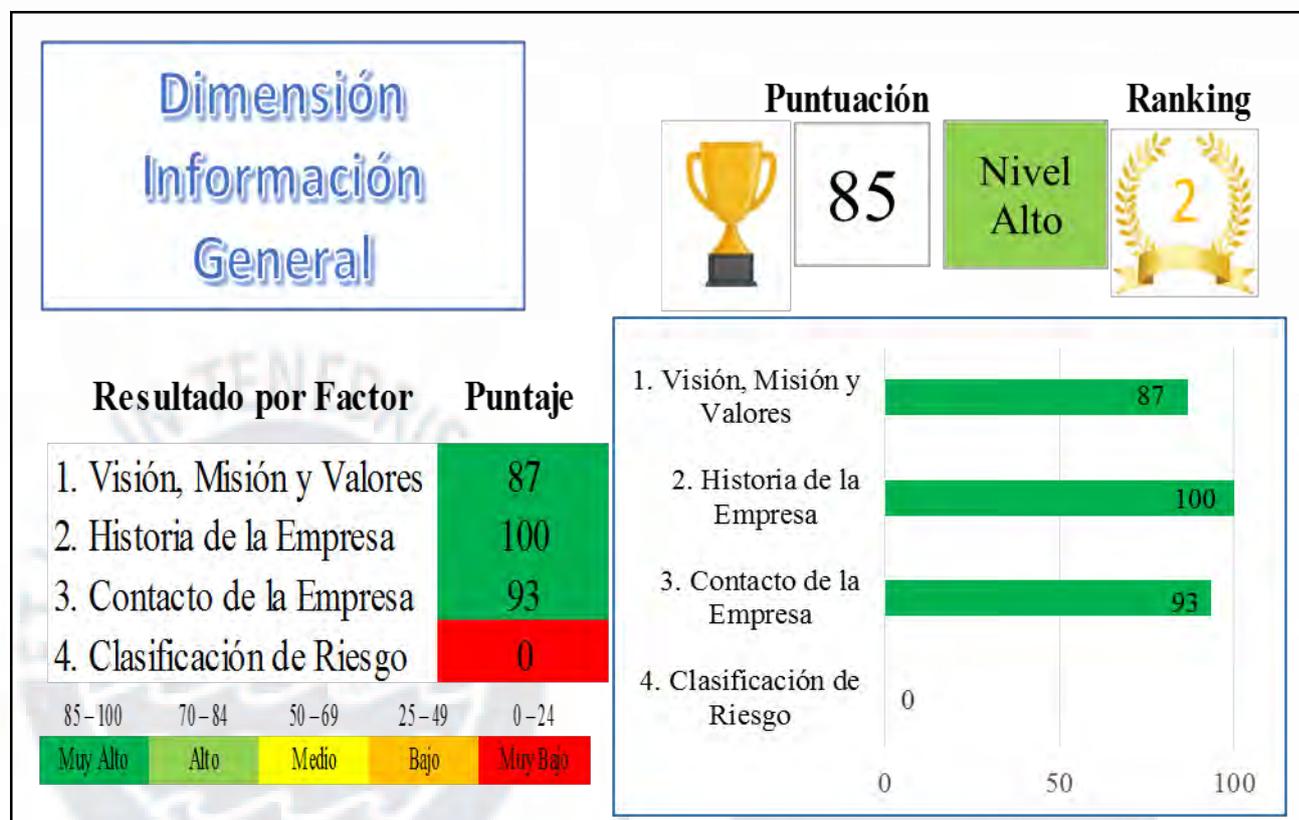


Figura 11. Resultado de la dimensión información general.

Dimensión ética, integridad y rendición de cuentas. La cuarta dimensión aborda los componentes que señalan el comportamiento de la empresa basados en su código de ética, integridad y sobre la rendición de cuentas, lo que demuestra la transparencia en el compromiso a lo largo de sus operaciones. Esta dimensión en el sector pesquero alcanzó 31 puntos de 100 puntos ubicado en el nivel bajo, ocupando el cuarto lugar de las seis dimensiones. Los factores que integran esta dimensión son (a) códigos; (b) políticas anticorrupción; (c) reclamaciones y sanciones; y (d) contratación de bienes y servicios (ver Figura 12).

El factor de códigos indica si la empresa presenta e indica su código de ética y conducta, el cual registró 53 puntos; es decir, la mitad de las empresas presentan en su página

web información sobre su código de ética y conducta. El factor de política anticorrupción presenta información sobre el comportamiento y código en cumplimiento a buenas prácticas y transparencia; sólo el 20% de las empresas cuentan con la divulgación de su política anticorrupción; este factor alcanzó 20 puntos encontrándose en el nivel muy bajo. El tercer factor, reclamaciones y sanciones con 37 puntos en nivel medio, en el cual las empresas ponen a disposición la lista y buzón de reclamaciones, así como las sanciones impuestas a cada empresa como medida de incurrir en una falta, información proporcionada en la Superintendencia de Mercado de Valores. Finalmente, el factor contratación de bienes y servicios presenta información de expediente si la empresa postuló para la venta de productos o prestación de servicios en las instituciones públicas alcanzando sólo 7 puntos de 100 puntos.



Figura 12. Resultado de la dimensión ética, integridad y rendición de cuentas.

Dimensión responsabilidad social y medio ambiental. El sector pesquero registró 55 puntos en el nivel medio. Las calificaciones son el promedio de los factores: (a) responsabilidad corporativa; y (b) sostenibilidad ambiental y medio ambiental. El factor con

mayor puntaje se registró en sostenibilidad social con 73 puntos en el nivel alto, con mayor ventaja que el factor responsabilidad corporativa con 43 puntos en el nivel bajo (ver Figura 13).

El factor de responsabilidad corporativa comunica acerca de la información de su reputación, responsabilidad y gobierno corporativo; ello indica que, si cumple con dicho compromiso, se encontrará en el ranking de empresas. El factor sostenibilidad social y medioambiental informa sobre presentación de reportes de sostenibilidad social y medioambiental, así como de estudios e impacto medio ambiental sobre sus actividades.

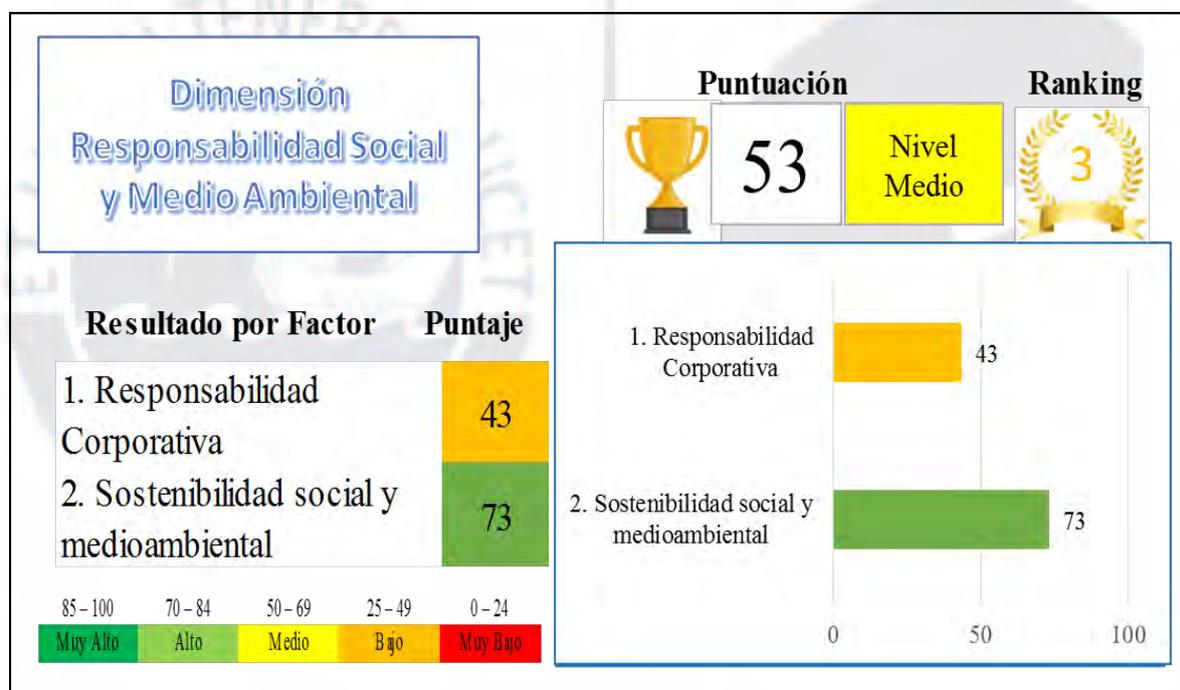


Figura 13. Resultado de la dimensión responsabilidad social y medio ambiental.

Dimensión gobernanza corporativa. El sector pesquero registró 14 puntos en el nivel muy bajo. Las calificaciones son el promedio de los factores: (a) principios; y (b) estructura y composición del accionariado y directorio, y (c) políticas, normas y reglamentos internos. El factor con mayor puntaje se registró en políticas, normas y reglamentos internos con 17 puntos en el nivel muy bajo, con poca diferencia en los otros dos factores que mostraron el mismo puntaje con 13 puntos en el nivel muy bajo (ver Figura 14).

El primer factor presenta información sobre los principios de gobierno corporativo.

El segundo factor, presenta información sobre la estructura, composición del accionariado y directorio como indicadores en el número de personas que conforman el accionariado, así como la concentración de los mismos.



Figura 14. Resultado de la dimensión gobernanza corporativa.

5.5.3. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa por Empresa

Pesquera

De acuerdo a los resultados obtenidos, de la muestra de 15 empresas pesqueras con mayor participación en el sector exportador pesquero, registraron en promedio 54 puntos en el ITC del sector pesquero.

La empresa con mayor puntaje alcanzado fue Austral Group S.A.A. con 88 puntos de 100 puntos, mientras que la empresa Productora Andina de Congelados S.R.L. alcanzó el menor puntaje con 13 puntos en el nivel muy bajo. Cabe destacar que en las posiciones tres y cuatro, dos empresas alcanzaron 63 puntos que empatan en el tercer puesto y cuatro empresas alcanzaron 50 puntos ubicándolas en el séptimo puesto del ranking (ver Tabla 20).

Tabla 20

Ranking de Empresas Pesqueras por Puntaje ITC

Ranking	Empresa	Puntaje ITC
1	Austral Group S.A.A.	88
2	Pesquera Exalmar S.A.A.	84
3	Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	63
3	DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	63
4	Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	59
5	Pesquera Hayduk S.A.	56
6	Inversiones Prisco S.A.C.	53
7	Pesquera Diamante S.A.	50
7	CFG Investment S.A.C.	50
7	Seafrost S.A.C.	50
7	Marinazul S.A.	50
8	Altamar Foods Perú S.R.L.	47
9	Pesquera Centinela S.A.C.	44
10	Puertos del Pacífico S.A.	38
11	Productora Andina de Congelados S.R.L.	13

La brecha entre el máximo y mínimo resultado radica en que el común denominador de las empresas se centra en presentar información de contacto y comunicación como canal para captar a clientes, presentando sus principales productos y evidenciando las certificaciones alcanzadas que garantizan la calidad de sus productos marinos a exportar; por lo que la dimensión información corporativa alcanzó mayor puntaje. Sin embargo, al extremo se encuentra la dimensión de información financiera puesto que la mayoría de las empresas pesqueras no se encuentran en la lista en la SMV ni en la BVL.

Cabe destacar que las empresas que ocupan los primeros puestos en el ranking pertenecen al grupo de empresas con mayor nivel de exportación como son el caso de Austral Group S.A.A., Pesquera Exalmar S.A.A., Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C. y Tecnológica de Alimentos S.A – TASA; a excepción de DSM Marine Lipids Perú S.A.C. con participación de 2.34% en exportaciones. DSM ocupó el cuarto lugar debido a la

información que presenta la corporación en su página web, su compromiso, logros y certificaciones, características y beneficios de los productos, y su compromiso con el medio ambiente.

Austral Group S.A.A. Empresa pesquera miembro del grupo noruego Austevoll Seafood ASA, uno de los grupos pesqueros más grandes del mundo, listada en la Bolsa de Oslo, cuenta con operaciones en cuatro de los países pesqueros más importantes: Noruega, Reino Unido, Perú y Chile. Austral Group alcanzó el primer lugar en el ranking de empresas con 88 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel alto (ver Figura 15).

Las dimensiones que alcanzaron el máximo puntaje son información financiera, información corporativa y gobernanza corporativa. Cabe mencionar que es una de las dos empresas pesqueras que presentan información en SMV sobre los estados financieros, memorias anuales y alguna sanción incurrida, además presenta información completa en su página web como información de sus clientes, mercados y productos.

Por otro lado, presenta un nivel medio con 50 puntos de información en el factor de responsabilidad corporativa y no presenta información en otras organizaciones sobre clasificación de riesgo, contratación de bienes y servicios, y política anticorrupción.

Pesquera Exalmar S.A.A. Empresa pesquera con inicio en 1976 en el sector por Víctor Matta Curotto, registró 84 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel alto (ver Figura 16).

Las dimensiones con mayor puntaje se encuentran en información financiera e información corporativa con 100 puntos, seguido de información general con 91 puntos, gobernanza corporativa con 80 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 67 puntos; y con 60 puntos la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas.

El mayor puntaje se debe a que es una de las empresas que presenta información financiera en la SMV, lo que le permite contar con ventaja ante otras.

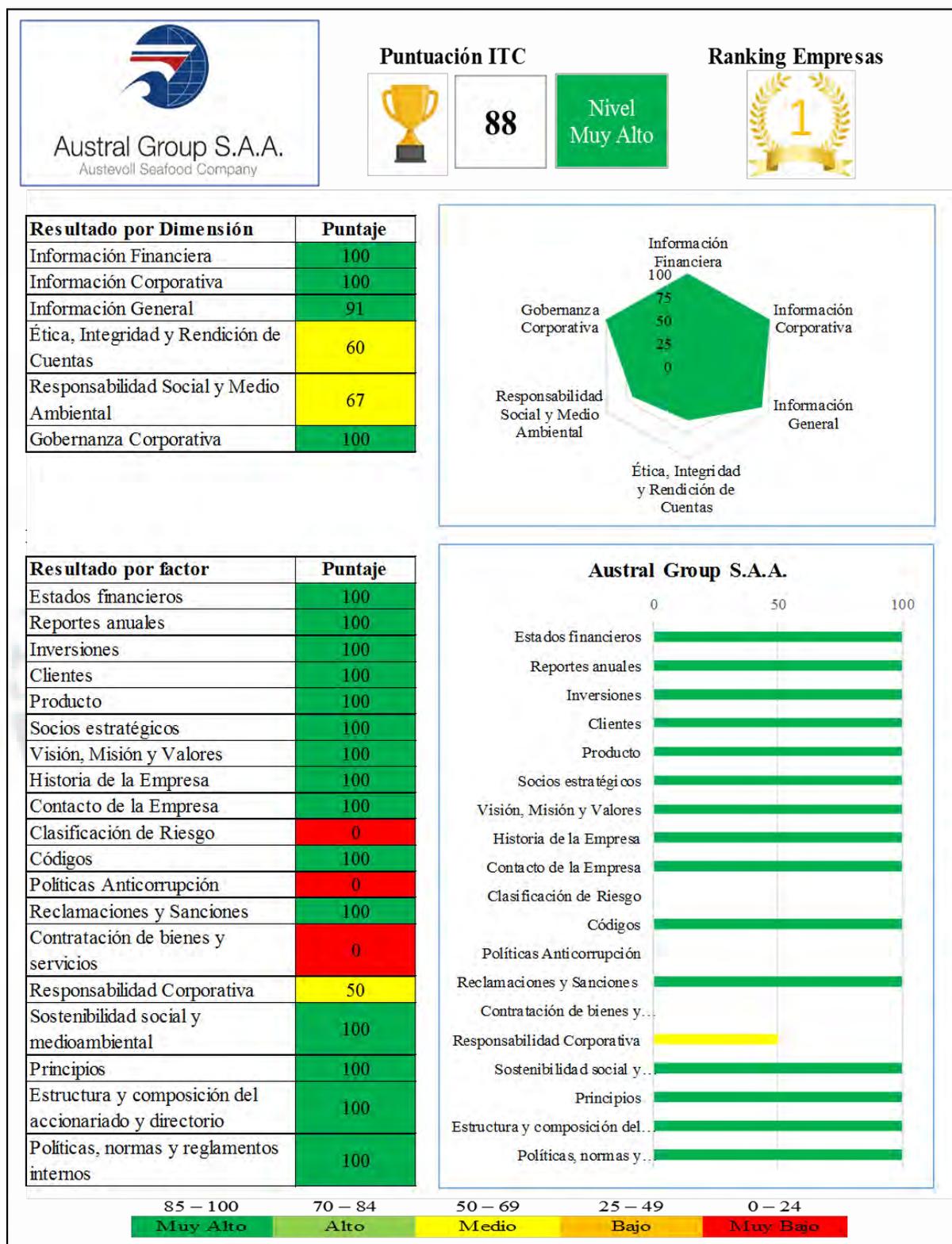


Figura 15. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Austral Group S.A.A.

Por otro lado, encuentra desventaja en el factor de responsabilidad corporativa con 40 puntos; aunque presenta sus logros y reconocimientos, no participa ni presenta información en ranking de empresas con mayor reputación hacia aquellas consultoras. Asimismo, no

presenta información sobre política anticorrupción; y no se encuentra con información de clasificación de riesgo y presentaciones ante licitaciones en el sector público.

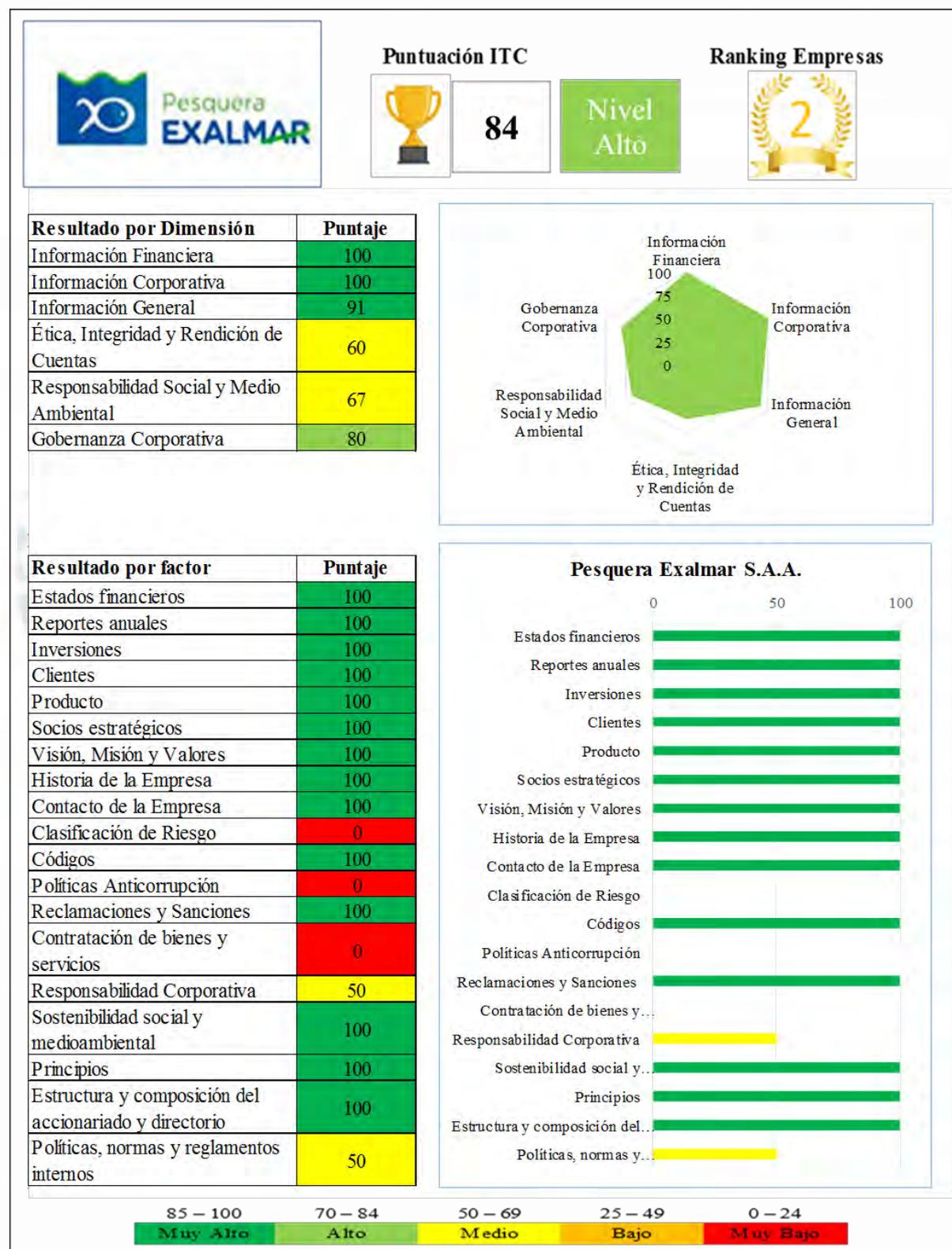


Figura 16. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Exalmar S.A.A.

Corporación Pesquera Inca S.A.C. – COPEINCA. Empresa pesquera con seis plantas en el Perú, registró 63 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio ocupando el tercer lugar en el ranking (ver Figura 17). Las dimensiones con mayor puntaje se encuentran en información corporativa con 100 puntos, seguido de información general con 91 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 67 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 60 puntos, la dimensión de información financiera no alcanzó ningún puntaje.

Cabe destacar que, la página web presenta información corporativa como estrategia de marketing mostrando sus productos, clientes a nivel mundial, e información para sus socios, por lo que muestra ventaja sobre ello. Presenta el mayor puntaje de las empresas en la dimensión ética, integridad y rendición de cuentas con 60 puntos. Sin embargo, presenta desventaja en la dimensión de información financiera puesto que no envía información a la SMV.

DSM Marine Lipids Perú S.A.C. Compañía global con base científica y especializada en Nutrición, Salud y Vida Sostenible. Alcanzó 63 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio ocupando el tercer lugar en el ranking registrando empate con otra empresa (ver Figura 18). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en su información corporativa con 100 puntos, seguida de información general con 75 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 70 puntos; ética, integridad y rendición de cuentas con 63 puntos; y con menor puntaje la dimensión de gobernanza corporativa con 13 puntos, la dimensión de información financiera no alcanzó ningún puntaje. Siendo DSM una organización a nivel mundial con una variedad de productos y líneas de negocios, tiene la ventaja de contar en su página web con políticas responsables, noticias, información a inversores, sostenibilidad, códigos de ética, exposición de especificaciones y beneficios de los productos, entre otros.

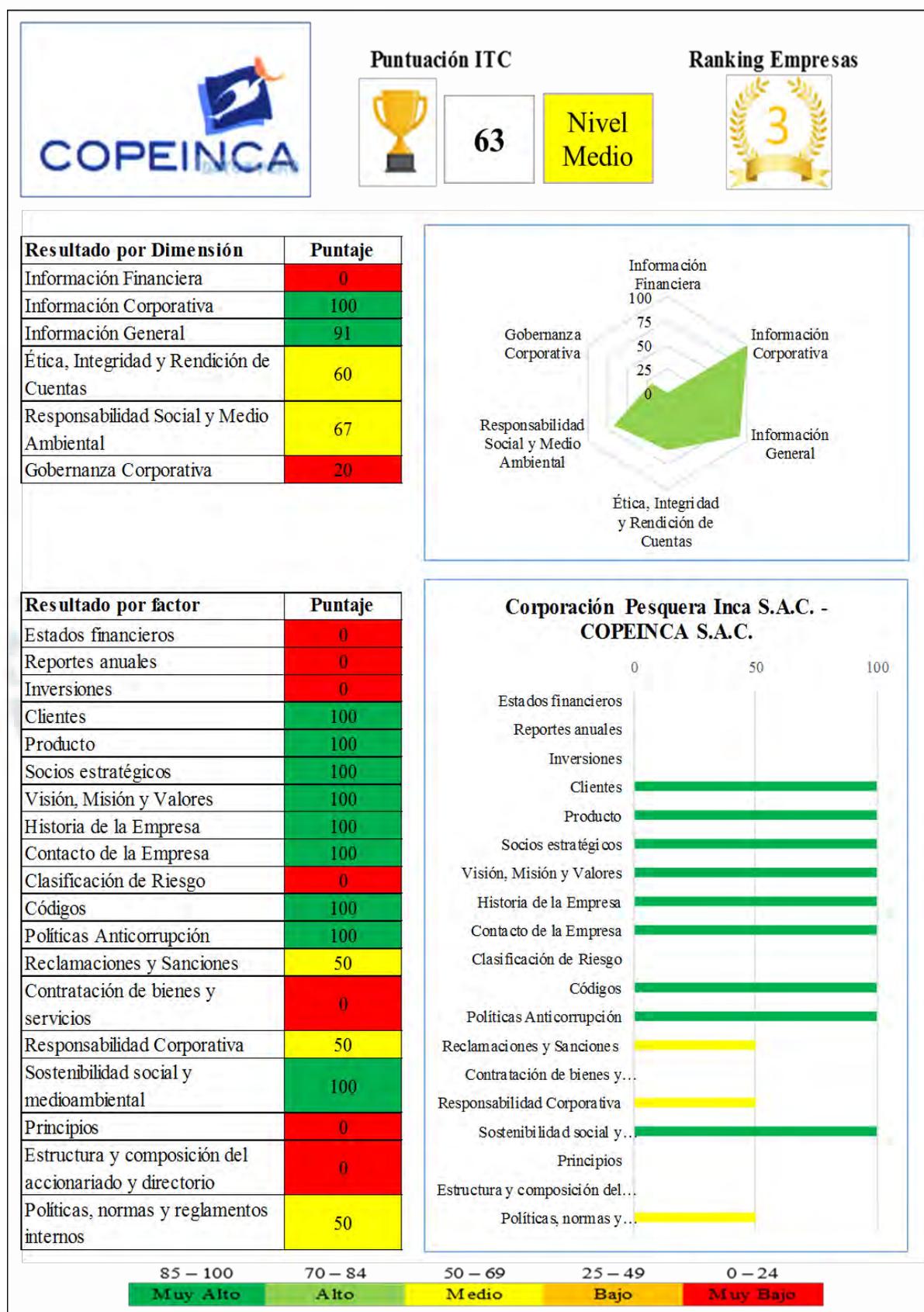


Figura 17. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Corporación Pesquera Inca S.A.C.

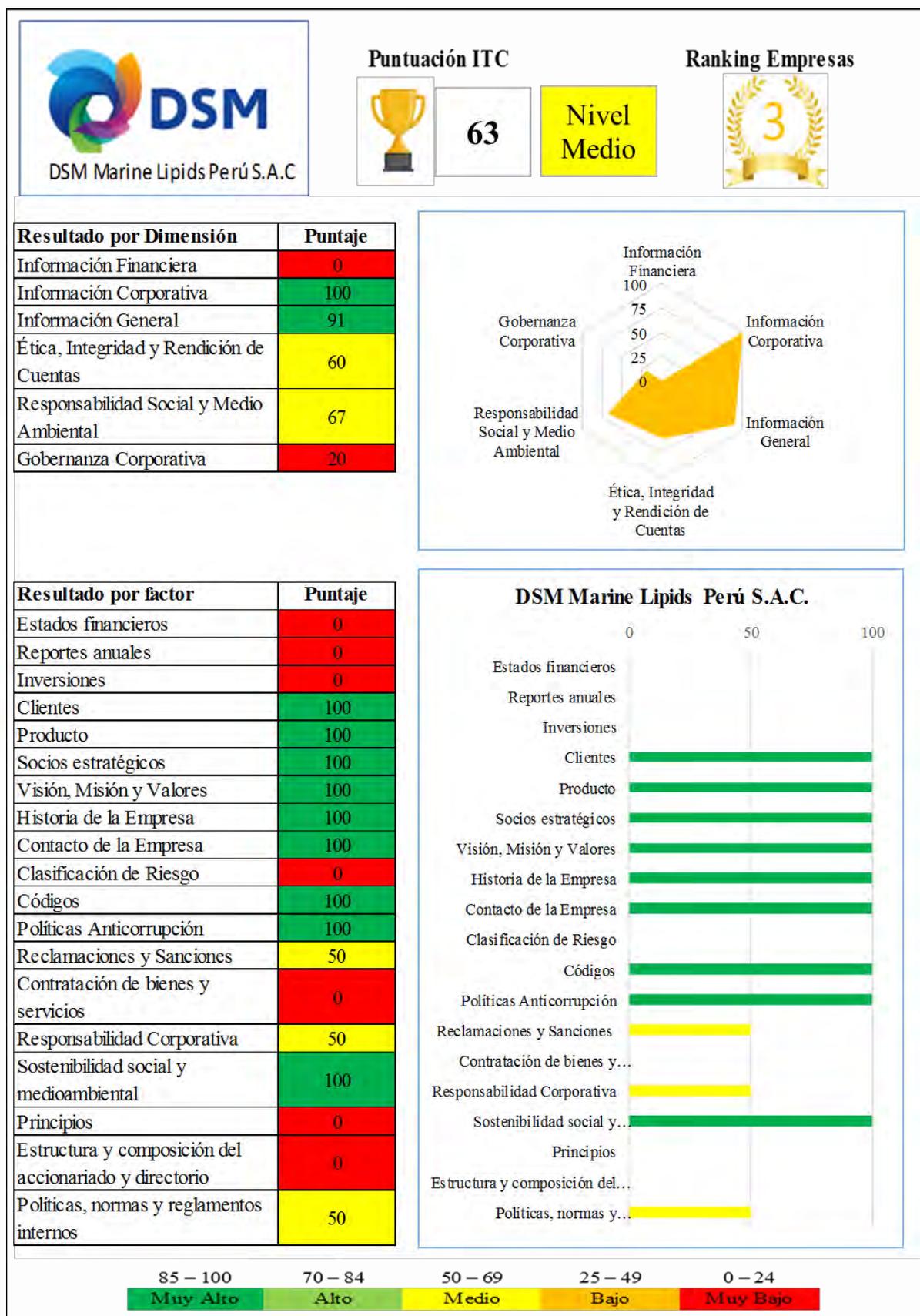


Figura 18. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de DSM Marine Lipids Perú S.A.C.

Tecnológica de Alimentos S.A. – TASA. Empresa pesquera líder en exportaciones pesqueras del 2018 con 13% de participación; registró 59 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio (ver Figura 19). Las dimensiones con mayor puntaje se encuentran en información corporativa y responsabilidad social y medio ambiental con 100 puntos, seguido de información general con 75 puntos, y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 38 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

Los mayores puntajes se deben a información proporcionada en su página web, como la información de clientes, detalle y beneficios de los productos e información para los socios estratégicos. Sin embargo, presenta desventaja frente a la dimensión de gobernanza corporativa, puesto que no reporta información en la SMV Y BVL.

Pesquera Hayduk S.A. Empresa pesquera con capital 100% peruano, en el 2018 tuvo el 7% de participación en el total de exportaciones pesqueras; registró 56 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio (ver Figura 20). Las dimensiones con mayor puntaje se encuentran en información corporativa con 100 puntos, seguido de información general con 91 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 67 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 40 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

Los mayores puntajes se deben a información proporcionada en su página web, como la información de clientes, detalle y beneficios de los productos e información para los socios estratégicos; mostrando atractivos sus productos reconocidos a nivel mundial. El factor de reclamaciones y sanciones alcanzó 50 puntos al igual que en el factor de responsabilidad corporativa, la empresa cumple con divulgar sus logros y reconocimientos, sin embargo, no se encuentra participando en el ranking de reputación de empresas; en la dimensión de gobernanza corporativa no reporta información en la SMV y BVL no obtiene ningún puntaje.

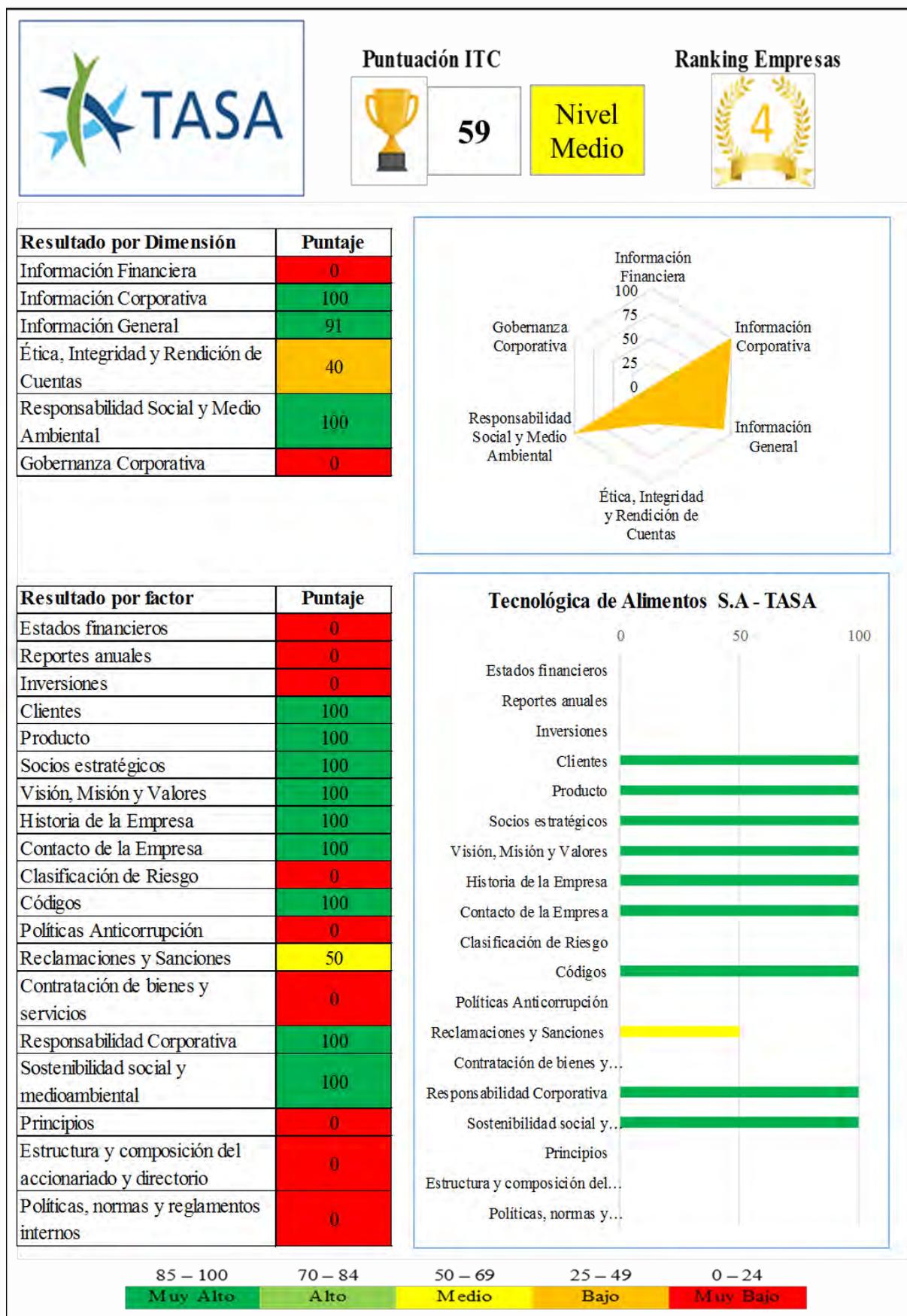


Figura 19. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Tecnológica de Alimentos S.A. – TASA

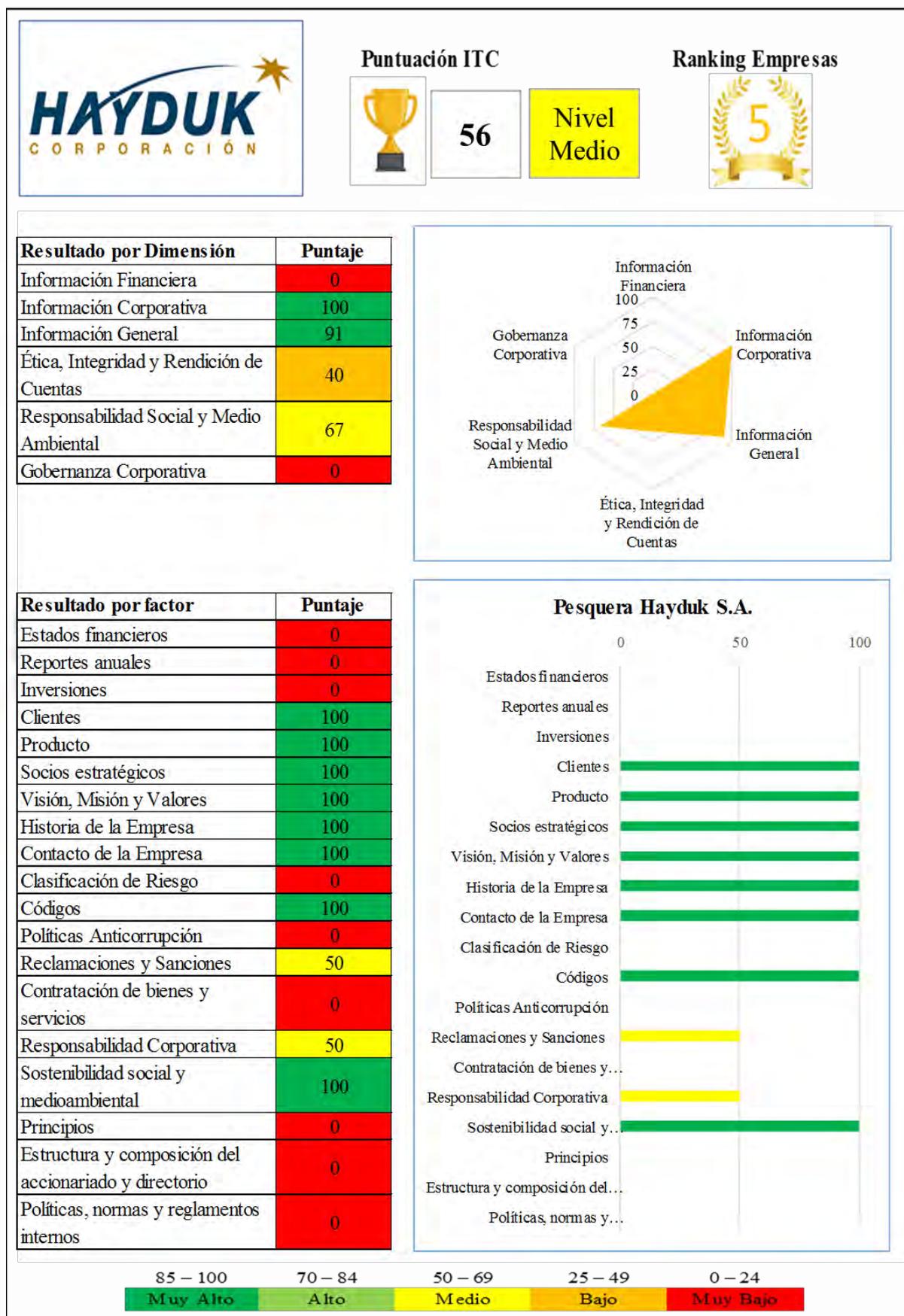


Figura 20. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Hayduk S.A.

Inversiones Prisco S.A.C. Empresa pesquera perteneciente a la corporación E.W. Se dedica a la extracción, cultivo, procesamiento y comercialización de productos pesqueros para consumo directo. Alcanzó 53 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio (ver Figura 21). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en la información corporativa con 100 puntos, seguido de información general con 91 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 67 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 20 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

Los mayores puntajes se deben a información que enriquece su página web en la presentación de sus productos, información de clientes, historia de la empresa e información para los socios estratégicos. El factor de responsabilidad corporativa alcanzó el puntaje de 50 puntos, es una de las pocas empresas que divulga su política anticorrupción. En la dimensión de gobernanza corporativa, puesto que no reporta información en la SMV Y BVL no obtiene ningún puntaje.

Pesquera Diamante S.A. Empresa pesquera creada en 1986, registró 50 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio; esta empresa ocupa el puesto siete en el ranking empatando con tres empresas más (ver Figura 22). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en información corporativa con 91 puntos, seguido de información general con 75 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 67 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 20 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

La empresa en su página web enfatiza la historia y creación de la empresa, así como la visión y misión, y los diversos medios de contacto con el cliente. Sin embargo, solo lista los productos sin presentar mayor detalle. El factor de producto y responsabilidad corporativa alcanzó 50 puntos, debido a que cumple con divulgar sus logros y reconocimientos como

parte de su estrategia de marketing. No reporta información en la SMV y BVL no obtiene ningún puntaje.

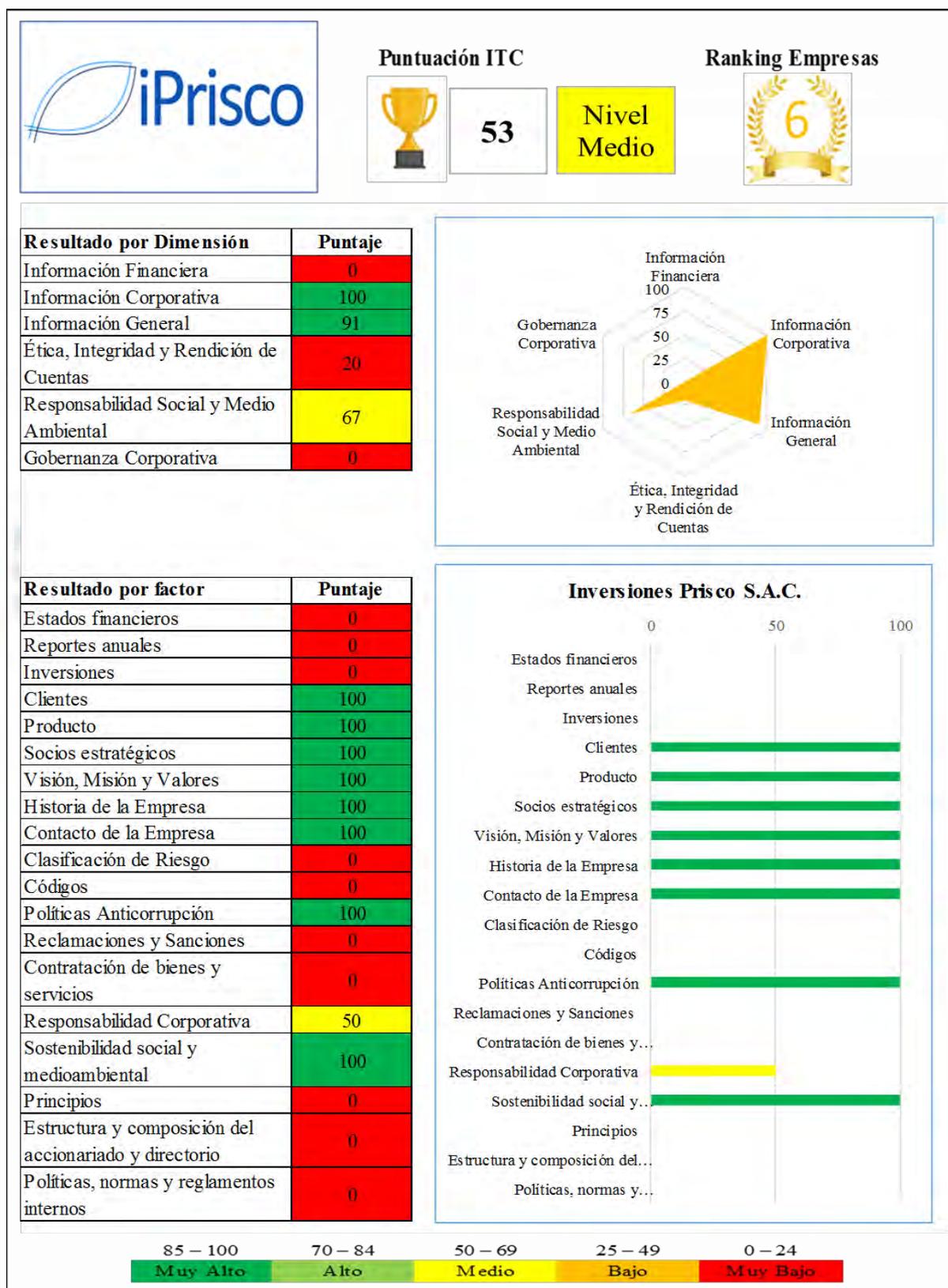


Figura 21. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Inversiones Prisco S.A.C.

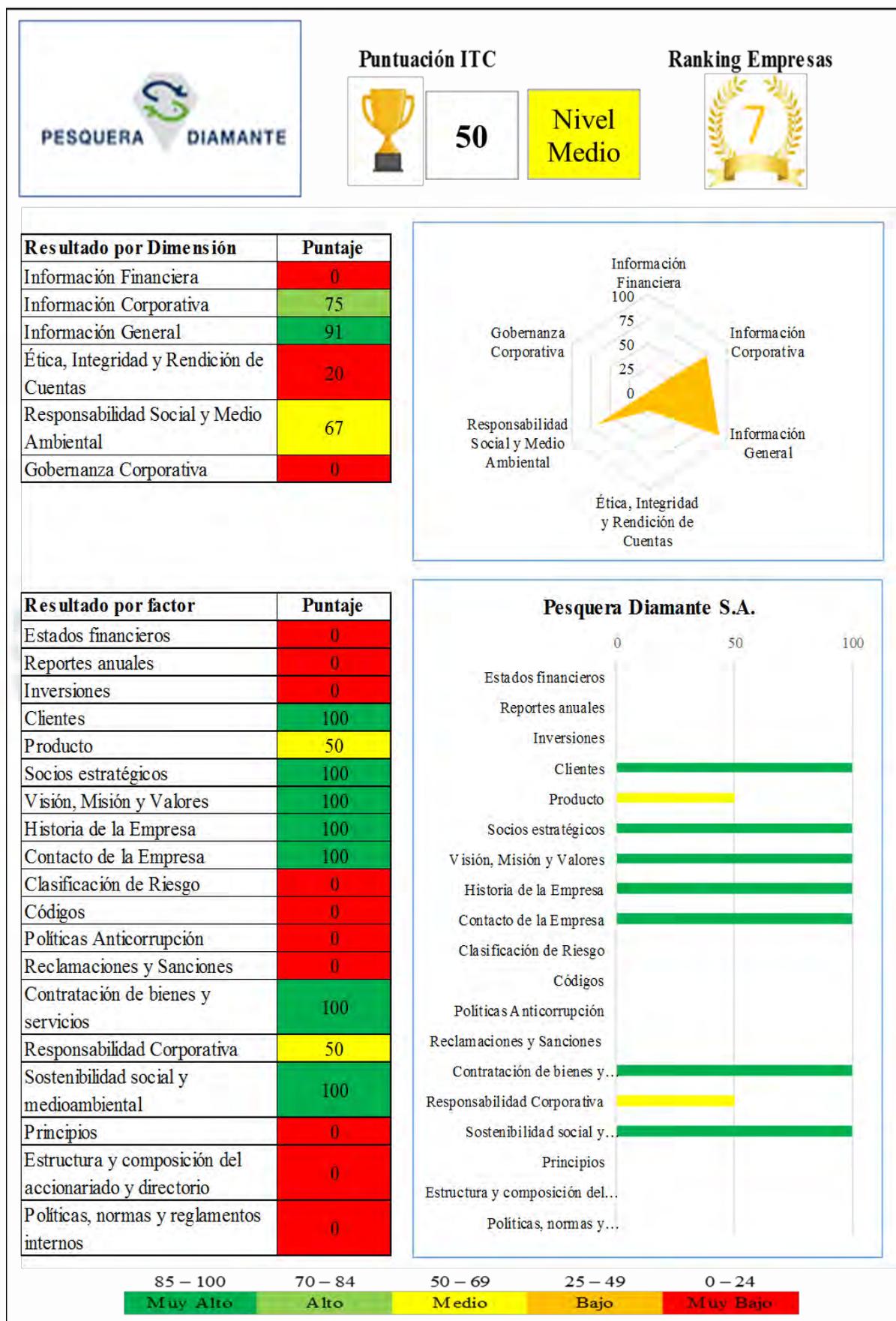


Figura 22. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Diamante S.A.

CFG Investment S.A.C. Empresa pesquera del grupo internacional Pacific Andes, alcanzó 50 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio (ver Figura 23). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en su información corporativa con 100 puntos, seguido de información general con 91 puntos, responsabilidad social y medio ambiental con 33 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 20 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

Los mayores puntajes se deben a información proporcionada en su página web, como la información de clientes, detalle y beneficios de los productos e información para los socios estratégicos; así como la historia y contactos de la empresa en las redes sociales. El factor de sostenibilidad social y medio ambiental alcanzó 100 puntos, la empresa cumple con el cuidado del medio ambiente. En la dimensión de gobernanza corporativa, puesto que no reporta información en la SMV y BVL no obtiene ningún puntaje.

Seafrost S.A.C. Empresa pesquera fundada en Paita hace 16 años; alcanzó 50 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio (ver Figura 24). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en información general con 91 puntos, seguido de responsabilidad social y medio ambiental con 67 puntos, información corporativa con 50 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 40 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

Los mayores puntajes se deben a información de la empresa como visión, misión, valores; historia y contacto de la empresa; reportes y noticias de sostenibilidad ambiental. El factor de responsabilidad corporativa alcanzó 50 puntos por presentar sus logros y reconocimientos y 50 puntos en el factor de sanciones y reclamaciones dado que dispone de un canal de buzón de reclamos, el mismo puntaje se obtuvo en el factor producto.

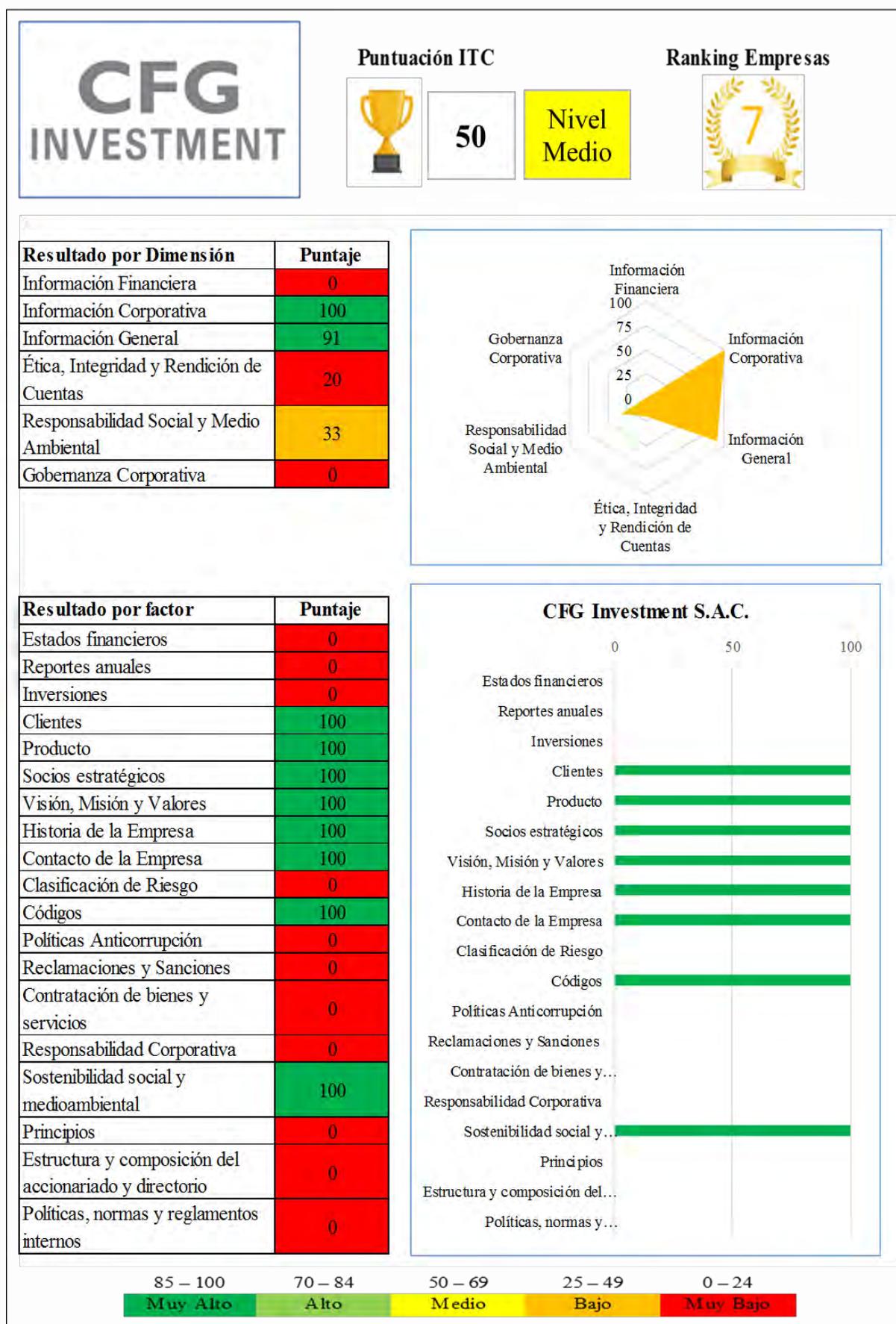


Figura 23. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de CFG Investment S.A.C.

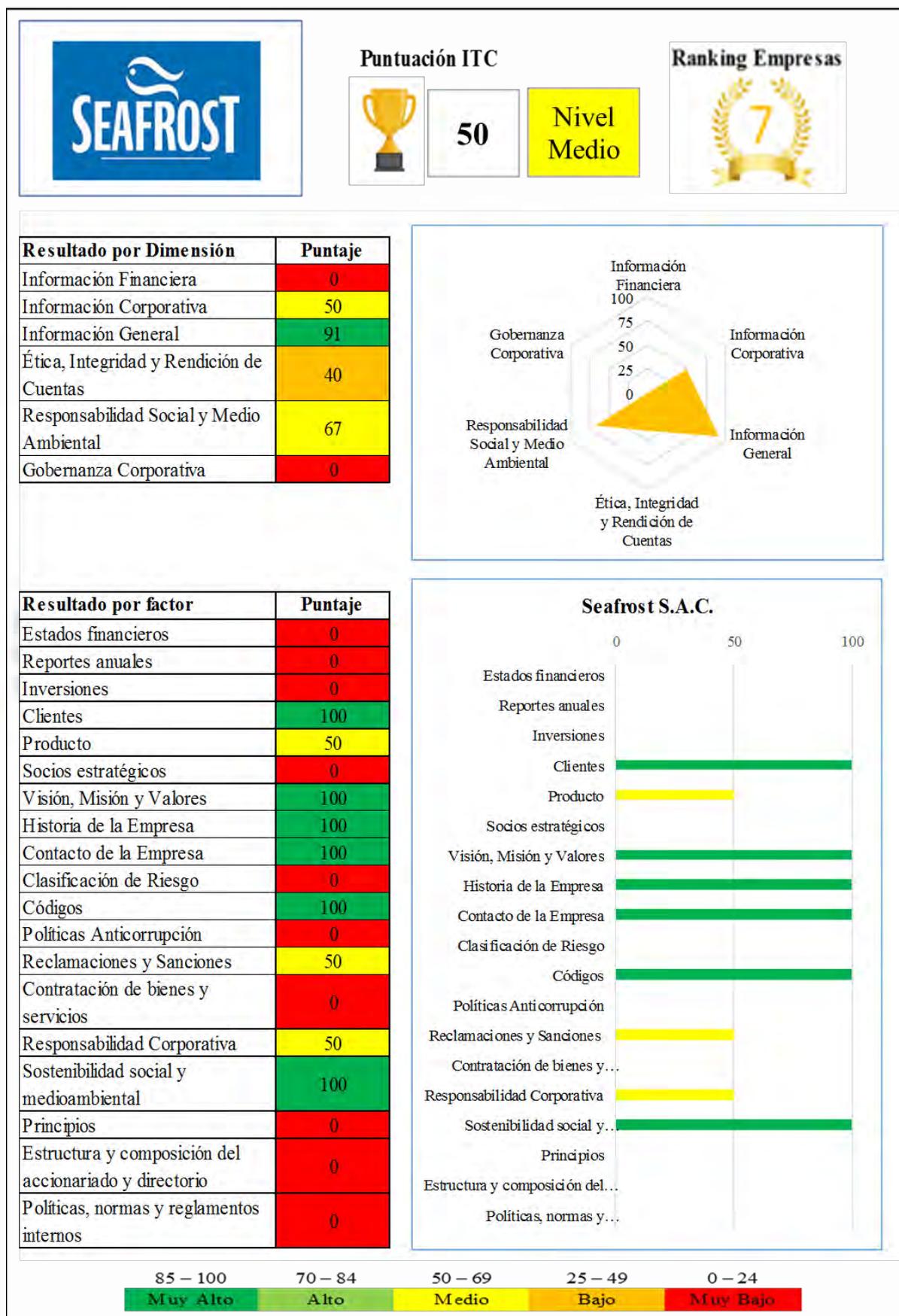


Figura 24. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Seafrost S.A.C.

Marinazul S.A. Empresa pesquera perteneciente al grupo Camposol dedicado a la producción de langostinos publicitada como Marinasol, registró 50 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel medio (ver Figura 25). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en la información general con 91 puntos, seguido de responsabilidad social y medio ambiental con 75 puntos, información corporativa con 67 puntos; y con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 20 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera y gobernanza corporativa.

Los mayores puntajes se deben a información proporcionada en su página web sobre sus clientes potenciales, detalle y beneficios de los productos, así mismo la historia, y diversos canales de contacto con la empresa. El factor de responsabilidad corporativa con 50 puntos dado que cumple con presentar sus logros y reconocimiento, alcanzando el mismo puntaje en el factor reclamaciones y sanciones. En la dimensión de gobernanza corporativa, puesto que no reporta información en la SMV Y BVL no obtiene ningún puntaje.

Altamar Foods Perú S.R.L. Empresa especializada en la producción y exportación de productos pesqueros congelados, cuenta con una planta ubicada en Paita. Alcanzó 47 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel bajo en el décimo puesto (ver Figura 26). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en información general con 91 puntos, seguido de información corporativa con 75 puntos, en la dimensión responsabilidad social y medio ambiente 33 puntos, con menor puntaje la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas con 20 puntos; y en las dimensiones restantes no alcanza ningún puntaje puesto que no registra información alguna.

A nivel de factores registra información sobre sus productos en las diferentes especies de exportación; información de la red de clientes a nivel mundial dado que forma parte de Altamar Foods Corporation; sin embargo, no presenta los informes de clasificación de riesgo. Cabe destacar que la oficina central se encuentra en Fort Lauderdale, Estados Unidos. En el

factor de responsabilidad corporativa alcanzó 50 puntos dado que cumple con presentar sus logros y reconocimiento, obtuvo el mismo puntaje en el factor reclamaciones y sanciones.

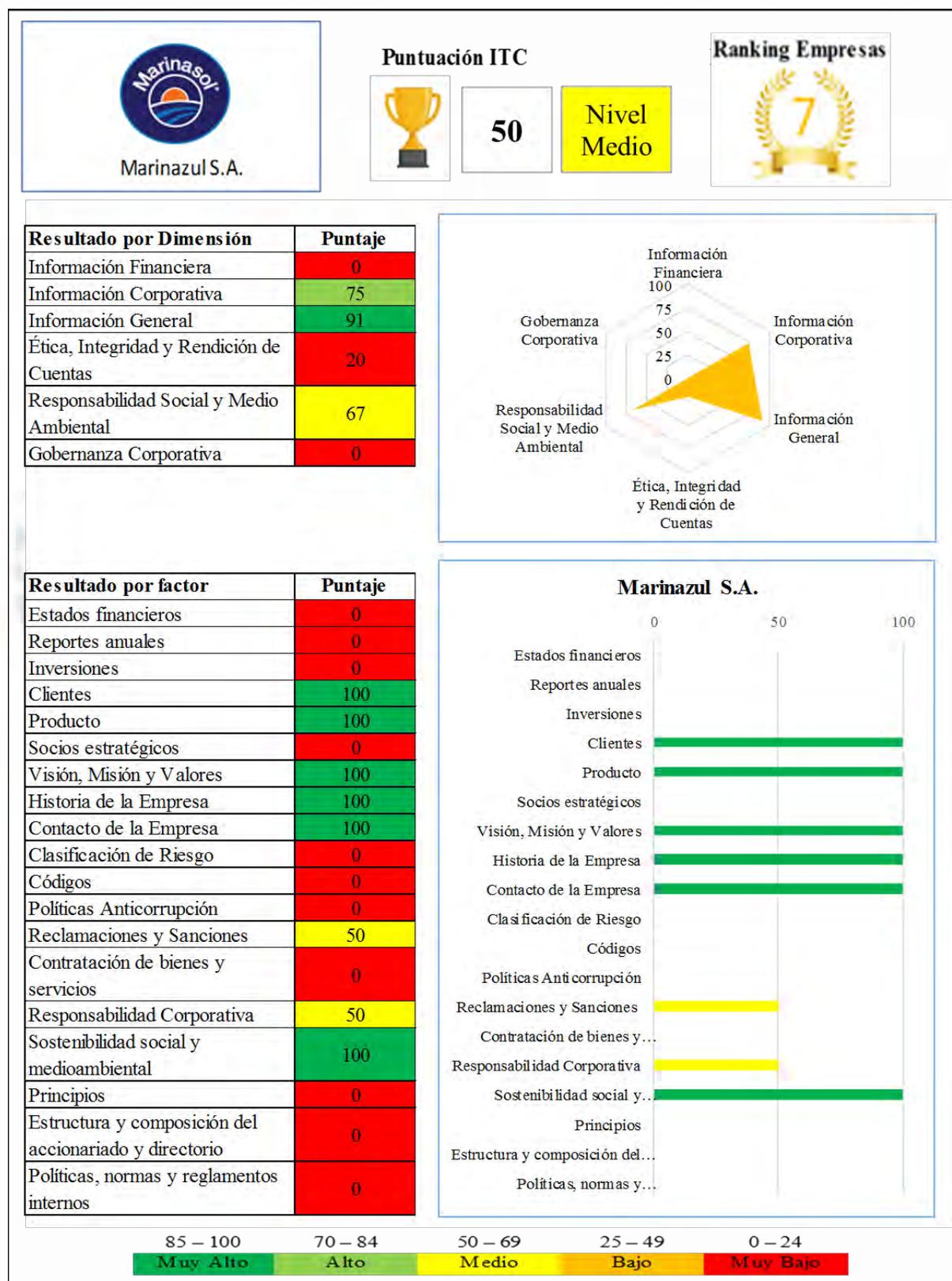


Figura 25. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Marinazul S.A.

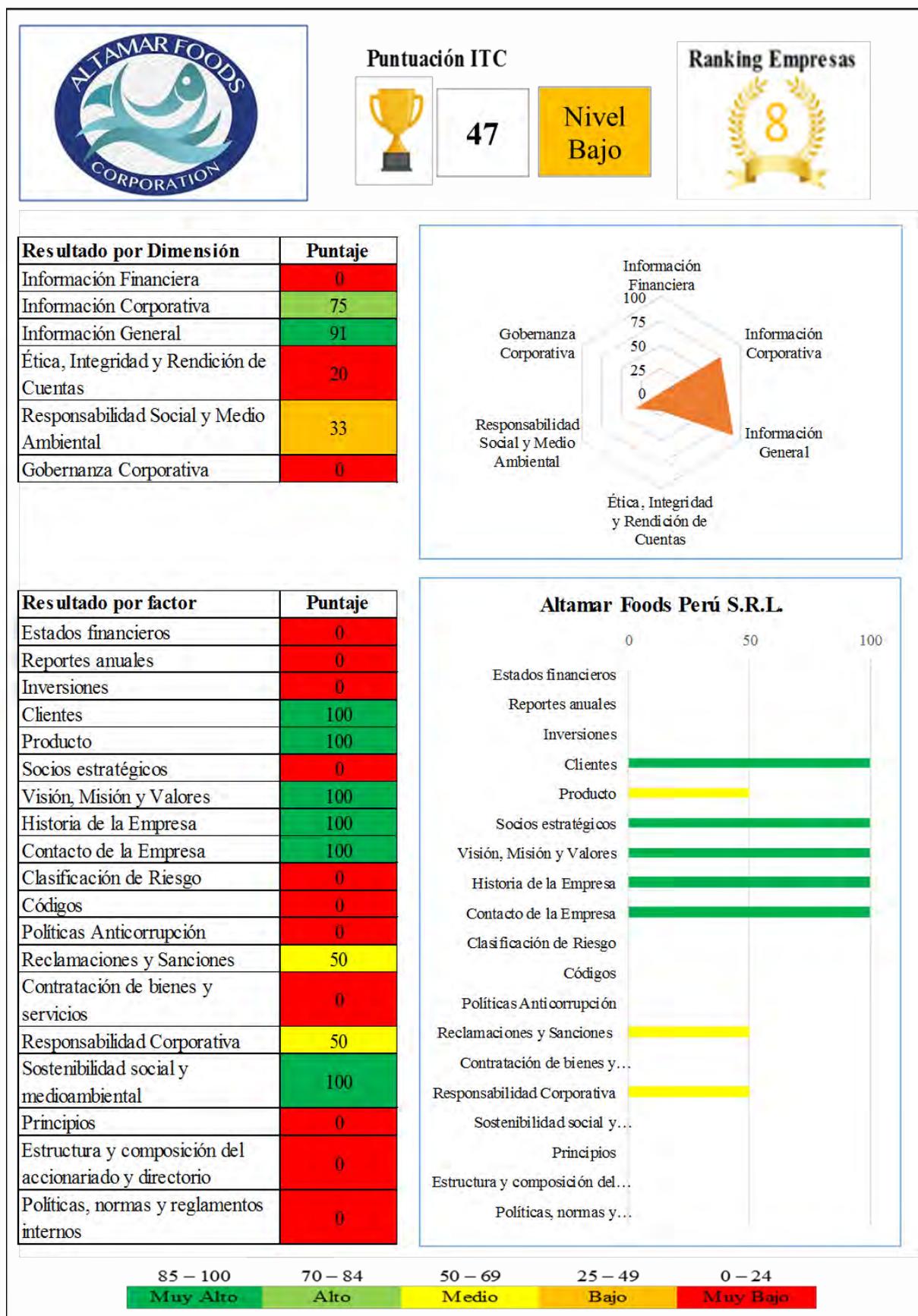


Figura 26. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Altamar Foods Perú S.R.L.

Pesquera Centinela S.A.C. Empresa pesquera perteneciente al grupo Romero desde 2009, dedicada a la extracción y procesamiento de pescado para la elaboración de harina y aceite, destinados tanto a consumo humano como hacia fines industriales. Alcanzó 44 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel bajo en el noveno lugar (ver Figura 27). La dimensión con mayor puntaje son la de información corporativa con 100 puntos, seguida de información general con 91 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera, ética, integridad y rendición de cuentas, responsabilidad social y medio ambiental y gobernanza corporativa, por lo que no obtuvo ningún puntaje.

Los puntajes alcanzados representan la información que contiene la página web, en la cual detallan información sobre sus clientes potenciales, características y beneficios de los productos e información para los socios o grupo. En otro grupo de factores, presentan información de la empresa como visión, misión, y valores; así como una breve historia y fundación de la empresa; los diferentes canales de contacto con la empresa y central telefónica. No presenta información en la SMV y BVL.

Puertos del Pacífico S.A. Empresa pesquera perteneciente a un grupo de empresa sudamericanas que reúne lo mejor de la pesca para el mundo con cuatro frentes de producción en Ecuador, Perú Norte, Perú centro y Perú Sur. Alcanzó 38 puntos de 100 puntos, por lo que se encuentra en el nivel bajo en el décimo lugar (ver Figura 28). La dimensión con mayor puntaje se encuentra en información corporativa con 100 puntos, seguida de información general con 64 puntos, y con menor puntaje la dimensión responsabilidad social y medio ambiental con 33 puntos. No registró ningún puntaje en las dimensiones de información financiera, ética, integridad y rendición de cuentas y gobernanza corporativa. Los mayores puntajes se deben a información proporcionada en su página web, como la información de clientes, marketing de los productos e información para los socios

estratégicos; sin embargo, por presentar los cuatro frentes presenta solo el enlace de contacto; alcanzó 50 puntos en el factor de responsabilidad corporativa.

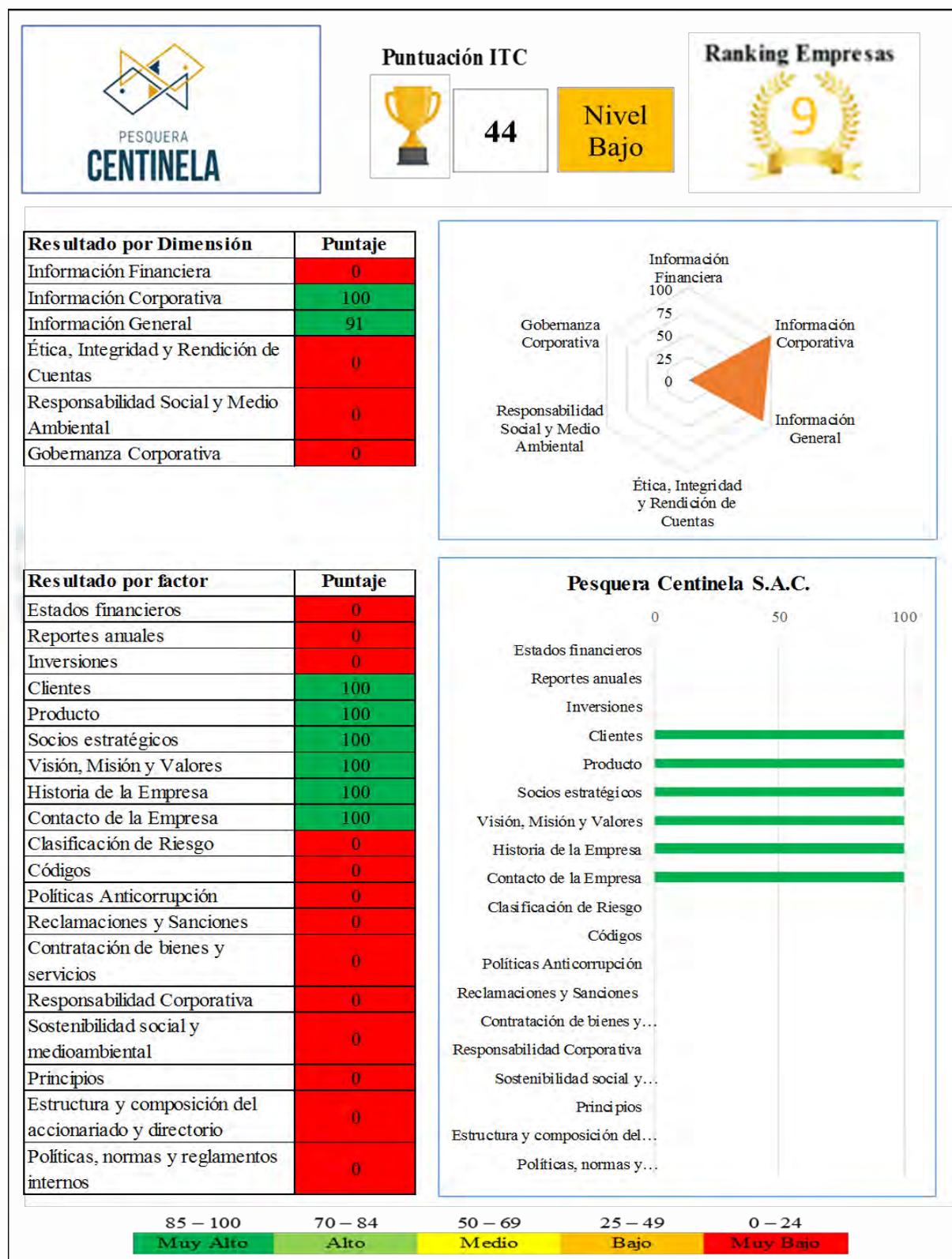


Figura 27. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Pesquera Centinela S.A.C.

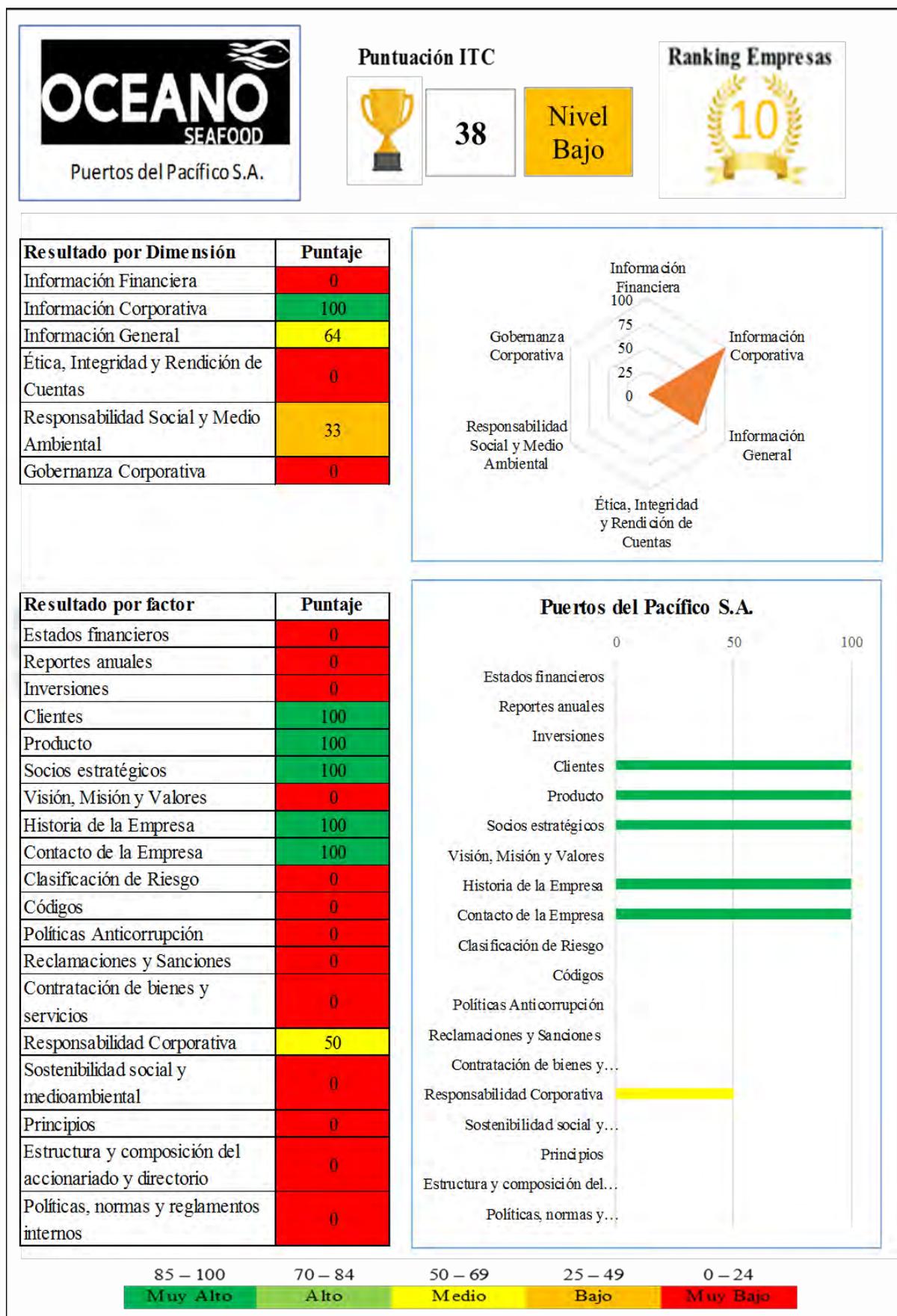


Figura 28. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Puertos del Pacífico S.A.

Productora Andina de Congelados S.R.L. – PROANCO. Empresa pesquera que ocupa el último lugar en el ranking de empresas con 13 puntos, por lo que se encuentra en el nivel muy bajo (ver Figura 29).

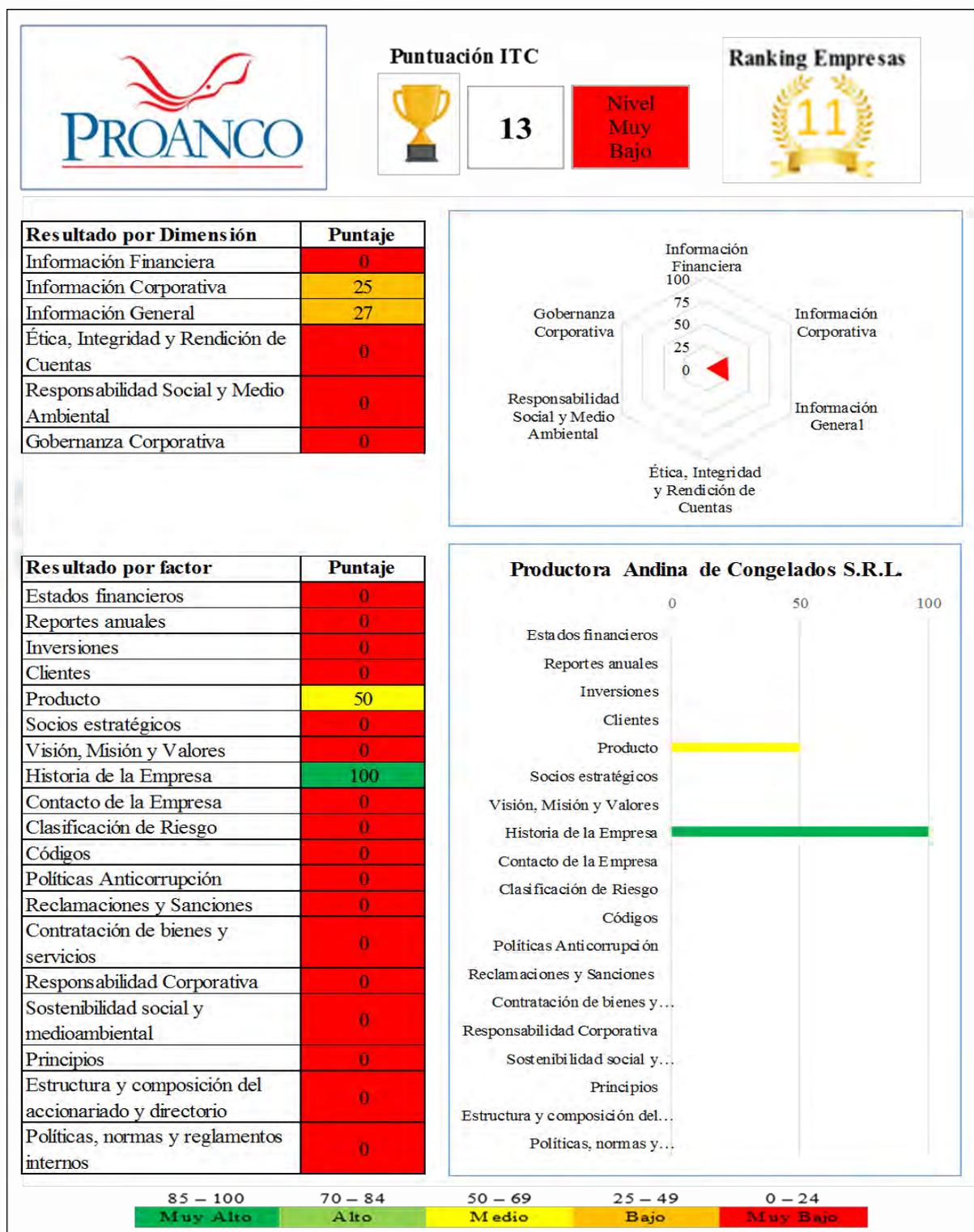


Figura 29. Resultado del ITC a nivel de dimensiones y factores de Productora Andina de Congelados S.R.L.

La dimensión con mayor puntaje se encuentra en información general con 27 puntos, dado que en su página web solo presenta información acerca de su historia y fundación. En la dimensión información corporativa alcanzó 25 puntos, por lo que solo menciona la lista de productos que provee. No presenta información en la SMV y BVL por tanto no es obligatorio la divulgación de las dimensiones información financiera y gobernanza corporativa, tampoco obtuvo puntaje en la dimensión responsabilidad social y medio ambiente.

En relación a los factores que sí divulgan la historia de la empresa alcanzó 100 puntos donde expresa la antigüedad, pertenencia a un grupo empresarial y fusiones empresariales.



Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

La presente investigación presentó el Índice de Transparencia Corporativa desarrollado a partir de las mejores prácticas definidas por la OCDE y siendo aplicado al sector pesquero peruano. Dado esto, de acuerdo con los resultados encontrados, a continuación, se detallan las conclusiones generales y específicas obtenidas.

6.1.1. Conclusiones Generales

Conforme a la elaboración del ITC del sector pesquero peruano, se detallan las siguientes conclusiones generales:

- i. Para la construcción del ITC, se revisó el enfoque de Transparencia Corporativa a abordar y, con base en ello, se definieron la estructura y componentes del instrumento como un modelo de transparencia integral. Por esa razón, el modelo propuesto considera información financiera, corporativa, general, así como información sobre ética, integridad y rendición de cuentas, actividades de RSE y actividades en gobernanza corporativa.
- ii. En base a la definición de Transparencia Corporativa y la estructura propuesta, se establecieron seis dimensiones que abarcan temas de divulgación voluntarios y otras de carácter obligatorio. La divulgación de la información revela la diferencia del nivel de transparencia corporativa, el común denominador de las empresas presenta información general y comercial, dado que el objetivo es presentar atractivamente los productos en el mercado nacional y en especial el mercado internacional. Asimismo, exponen desde la historia de la empresa, visión y misión. Solo dos empresas presentan información de estados financieros y memorias anuales en la Superintendencia de Mercado de Valores que son Austral Group S.A.A. y Pesquera Exalmar S.A.A. En la

aplicación para el sector pesquero, obtuvo una puntuación de 54 puntos en promedio lo que indica un nivel de Transparencia Corporativa medio.

- iii. La descripción de los factores y variables de las dimensiones fueron realizados considerando los criterios adecuados que controlen los riesgos de exponer información estratégica que trascienda o desequilibre la confidencialidad y transparencia. Se encontraron coincidencias sobre la divulgación de información acerca de las propiedades y características de los productos, presentación de la empresa desde sus inicios, nombres de fundadores y principales accionistas. Asimismo, se encontraron coincidencias en la participación en el mercado mundial, logros y certificaciones que afiancen la garantía de sus productos.
- iv. Para la ponderación de las dimensiones se utilizó una ponderación basada en pesos equitativos para reducir el tema de la subjetividad. A nivel de dimensiones el peso corresponde al resultado de la suma de los pesos de los factores que la componen; con respecto a los pesos de los factores es el resultado de la suma de los pesos de cada variable que lo integra.
- v. De acuerdo a los resultados presentados, se indica que el sector pesquero peruano no posee una cultura alta en Transparencia Corporativa porque no está obligada a pertenecer a la Bolsa de Valores y, por ello no reporta informes financieros; así como el envío de información a la Superintendencia de Mercado de Valores. Por esa razón, presentan un nivel medio con un puntaje promedio de 54 puntos. La mayor puntuación se presentó en la dimensión de información corporativa como estrategias de marketing en exponer las características, propiedades y beneficios de los productos, por lo que alcanzó el mayor nivel muy alto con 87 puntos; seguido de la dimensión de información general con 85 puntos, en la que se expone la información de la empresa como visión, misión y valores.

6.1.2. Conclusiones Específicas

- i. En relación a la muestra evaluada, se consideró las empresas pesqueras con mayor nivel de exportación en el 2018 y que cuenten con página web activa. Entre ellas, las empresas que registraron mayores puntajes se encuentran Austral Group S.A.A. con 88 puntos, y Pesquera Exalmar S.A.A. con 84 puntos, ubicadas en el nivel alto. Estos puntajes se alcanzan puesto que son las únicas dos empresas que reportaron información sobre sus estados financieros y memorias anuales.
- ii. El resultado de la dimensión de información financiera marca la diferencia entre los puntajes obtenidos en el ITC de las empresas pesqueras. En esta dimensión solo dos empresas registraron información de sus estados financieros, memorias anuales e inversiones ante la Superintendencia de Mercado de Valores, por lo que estas empresas tienen asegurado más de 16% de ventaja en la puntuación de transparencia corporativa respecto a las demás empresas analizadas.
- iii. El resultado de la dimensión de información corporativa indica que el sector tiene un nivel de transparencia muy alto con 87 puntos, el cual es el común presentado en todas las empresas en divulgar información sobre sus clientes; características, propiedades y beneficios de sus productos, información para los inversores, todo ello podría tener mayores posibilidades de captar más inversiones.
- iv. El resultado de la dimensión de información general indica que el sector tiene un nivel de transparencia medio con 85 puntos. El factor con 100 puntos se registró en la divulgación de la historia y fundación de la empresa; seguido de contacto de la empresa con 93 puntos en el cual presentan la central telefónica, dirección y en menor proporción en las redes sociales, empatando con la misma puntuación el factor producto. El factor visión, misión y valores, presentó 87 puntos en el nivel muy alto,

dado que las empresas presentan detalladamente la visión, misión y valores de la empresa, presentándose de forma estratégica.

- v. El resultado de la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas, indica que el sector tiene un nivel de transparencia bajo con 31 puntos, conformado por cuatro factores que se reportan en la página web, Superintendencia de Mercado de Valores, entre otras organizaciones; lo que indica que en nivel bajo las empresas presentan su política anticorrupción, códigos de ética y conducta, reclamaciones y sanciones, dado que no son de carácter obligatorio, solo se presentan en empresa responsables.
- vi. El resultado de la dimensión de responsabilidad social y medio ambiental indica que el sector tiene un nivel de transparencia medio con 53 puntos. Existe una tendencia que indica que las empresas del sector pesquero se encuentran constantemente supervisadas por la contaminación ambiental y otros, por lo que ellas presentan reportes de sostenibilidad y estudios medio ambientales, divulgándolo como medida de responsabilidad y cuidado al medio ambiente en respetar especialmente las fechas de vedas impuestas por el Estado.
- vii. El resultado de la dimensión de gobernanza corporativa indica que el sector tiene un nivel de transparencia muy bajo con 15 puntos en el que registró el segundo puntaje más bajo. En esta dimensión, se consideró la información proporcionada en la Bolsa de Valores de Lima, Superintendencia de Mercado de Valores y en sus respectivas páginas webs, dado que estas no envían información presentan una gran desventaja sobre la información en los principios de gobierno corporativo; estructura y composición del accionariado y directorio, así como la política y pagos de dividendos.

6.2. Recomendaciones

6.2.1. Recomendaciones Generales

La investigación expuesta se presenta como el inicio de nuevas investigaciones en la

elaboración del Índice de Transparencia Corporativa para el sector pesquero peruano, ya que es un tema que está presentando mayor tendencia de importancia e interés, esto permitirá generar esfuerzos e interés con el fin de mejorar el instrumento de medición propuesto y realizar un adecuado análisis. Es así que, en relación con los resultados obtenidos para las seis dimensiones, se presentan las siguientes recomendaciones de mejora:

- i. En relación con la dimensión de información financiera, el sector pesquero peruano alcanzó un puntaje más bajo en esta dimensión con 13 puntos que corresponde a un nivel de Transparencia Corporativa muy bajo. Esta dimensión examina los factores: estados financieros, reportes anuales e inversiones que se reportan a entes reguladores, además de los supervisores. Se recomienda enfocar esfuerzos en mejorar el factor de divulgación de información financiera dado que las empresas pesqueras no se encuentran obligadas a remitir esta información.
- ii. En relación con la dimensión de información corporativa, el sector pesquero peruano alcanzó la mejor puntuación de 87 puntos, que indica un nivel de Transparencia Corporativa muy alto. Esta dimensión examina los factores: clientes, producto y socios estratégicos, por lo que se propone que las empresas pesqueras mejoren la información para los socios estratégicos presentando niveles de ventas, precios, márgenes de utilidad, entre otros.
- iii. En relación con la dimensión de información general, el sector pesquero peruano alcanzó una puntuación de 85 puntos, que indica un nivel de Transparencia Corporativa medio. Esta dimensión examina los factores: visión, misión y valores; historia de la empresa, contacto de la empresa; y clasificación de riesgo. La proporción de las empresas que reportan este tipo de empresas es alta, puesto que la consideran como una estrategia de marketing en su página web. Se recomienda

- umentar esfuerzos en enfocar mejor la visión, misión de la empresa; y, por otro lado, permitir y divulgar el nivel de riesgo por una empresa clasificadora de riesgo.
- iv. En relación con la dimensión de ética, integridad y rendición de cuentas, el sector pesquero peruano alcanzó un puntaje de 31 puntos, que corresponde a un nivel de Transparencia Corporativa bajo. Esta dimensión examina los factores: códigos, políticas anticorrupción; reclamaciones y sanciones; y contrataciones de bienes y servicios. Se recomienda enfatizar y monitorear cada uno de estos factores por parte de organismos supervisores para evitar alguna práctica o medida de corrupción.
- v. En relación con la dimensión de responsabilidad social y medio ambiental, el sector pesquero peruano alcanzó un puntaje de 53 puntos, que corresponde a un nivel de Transparencia Corporativa medio. Esta dimensión examina los factores: responsabilidad corporativa, sostenibilidad corporativa, y sostenibilidad social y medioambiental. Se propone que los entes reguladores monitoreen las actividades extractivas como la pesca, implementen indicadores y medidas en sostenibilidad ambiental; velar por el cumplimiento de las leyes que protegen el medio ambiente; y ser rigurosos al solicitar un estudio medioambiental certificado anualmente.
- vi. En relación con la dimensión de gobernanza corporativa, el sector pesquero peruano alcanzó un puntaje de 15 puntos, que corresponde al nivel de Transparencia Corporativa muy bajo. Esta dimensión contempla los factores: principios de gobernanza corporativa; composición del accionariado y directorio; y políticas dividendos. Se recomienda que las empresas pesqueras reporten obligatoriamente información ante los entes reguladores como la BVL, SMV, entre otros; y de esta manera proporcionar información financiera de manera pública.

6.2.2. Recomendaciones Específicas

- i. Implementar el ITC con el presente modelo propuesto, para otro sector o empresas con mayor nivel de muestra de modo que permita cuantificar el ITC y conocer el nivel de Transparencia Corporativa que apoye a las empresas peruanas a ser más atractivas ante los inversionistas dado su nivel de transparencia corporativa y no solo por sus estrategias de marketing digital.
- ii. Realizar la evaluación del ITC en distintos sectores para captar mejoras en la descripción y elecciones de dimensiones, factores y variables considerados en la estructura del ITC.
- iii. Sensibilizar a las empresas y al Estado en la utilización de las buenas prácticas de Transparencia Corporativa en todos los sectores y niveles de las organizaciones estableciendo normas regulatorias y normativas ante las empresas como medidas de anticorrupción.

6.2.3. Recomendaciones para Futuras Investigaciones

- i. Revisar y validar la ponderación de los pesos de las dimensiones del modelo propuesto para afinar la información que brinde el mejor resultado del índice con las nuevas descripciones e inclusión de factores y variables.
- ii. Medir el ITC del sector pesquero en próximos periodos con el propósito de evaluar el nivel de desempeño de las empresas en medidas de transparencia corporativa, y así brindar mayor nivel de compromiso y buenas prácticas.

Referencias

- Aksu, M. y Kosedag, A. (2006). Transparency and disclosure scores and their determinants in the Istanbul Stock Exchange. *The Authors Journal Compilation*, 14(4), 277-296.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Banco Central de Reserva del Perú (2019). Reporte de Inflación. Recuperado de:
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/junio/reporte-de-inflacion-junio-2019.pdf>
- 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.
- Berglof, E., & Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in central and Eastern Europe. *Oxford Review of Economic Policy*, 178-197.
- Berthin, G. (2008). Fortalecimiento de la capacidad de formular e implementar políticas de transparencia y anticorrupción en América Latina. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (41), 141-172. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533672006.pdf>
- Bolsa de Valores de Lima (2018). Transparencia de mercado. Recuperado de
http://www.bvl.com.pe/transp_mercado.html
- Bonsón, E. y Escobar, T. (2009). 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.
- Brady, A. y Honey, G. (2007). Corporate reputation: Perspectives of measuring and managing a principal risk. *The Chartered Institute of Management Accountants*,

London.

Briano, G., & Rodríguez, L. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 187-208.

Bushman, R., Piotroski, J. D. y Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of Accounting Research*, 42(2), 207–252.

Bushman, R. M., & Smith, A. J. (2003). Transparency, financial accounting information, and corporate governance.

Cadbury Committee Report. (1992). Report of the Cadbury committee on the financial aspects of corporate governance. Londres: Gee.

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.

Choi, C., Hilton, B. y Millar, C. (2004). *Emergent globalization*. London, UK: Palgrave Macmillan.

Choy, E., Kang, C., & Lee, J. (2008). The Effect of Each of Firm Value and Management Performance on Corporate Governance in Korea's Chaebol: An Empirical Study,'paper presented at the International Economics Joint Conference of the Korean Economic Association, Seoul.

Comisión de Alto Nivel Anticorrupción (2012) Plan Nacional de Lucha contra la Corrupción 2012-2016.

Consorcio 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/balan>

ce_y_agenda_2017.pdf

- Daly, J. & Navas, O. (2015). Corrupción en el Perú: visión del Ejecutivo Peruano.
- Dragomir, V. y Cristina, M. (2009). Corporate governance in the European Union: The Implications for financial and narrative reporting. *International Journal of Business and Economics*, 9(1), 53-64.
- Fearon, J. (1995). Rationalist explanations for war. *International Organization*, 49(3), 379-414.
- Flores, J., y Rozas, A. (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>
- Gandía, J. y Andrés, T. (2005). E-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las Sociedades Cotizadas Españolas: Un estudio empírico. Comisión Nacional de Mercado de Valores.
- 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.
- Goig, J. (2015). Transparencia y corrupción. La percepción social ante comportamientos corruptos. *RDUNED: revista de derecho UNED*, 17, 73-107.
- Gregory, H. J. (2000). International comparison of corporate governance guidelines and codes of best practices. Nueva York: Weil, Gotshal y Manges.
- Guadalupe, B., & Lázaro, A. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 187-208.
- Healy, P. y Palepu, K. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 405-440.

Huber, L. (2016). Corrupción y transparencia. CIES, Balance de investigación en políticas públicas, 2016, 2017-2021.

IdN Inteligencia de Negocios y KPMG (2010). Índice de Transparencia Corporativa ITC 2010. Recuperado de [http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202010%20\(Final\).pdf](http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202010%20(Final).pdf)

IdN Inteligencia de Negocios y KPMG (2012). Transparencia Corporativa Perú 2012. Recuperado de

<http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202012%20PE.pdf>

Keohane, R. & Nye, J. (2003). Redefining accountability for global governance. *Governance in a global economy: political authority in transition*, 386-411.

Lefort, F. y González, R. (2008). Hacia un mejor gobierno corporativo en Chile. *Abante*, 11(1), 17-37

Leuz, C. y Verrecchia, R. E. (2000). The economic consequences of increased disclosure. *Journal of Accounting Research*, 38(Supplement: Studies on Accounting Information and the Economics of the Firm), 91-124.

Ley 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>

Lindstedt, C. & Naurin, D. (2010). Transparency is not enough: Making transparency effective in reducing corruption. *International political science review*, 31(3), 301-322.

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

Mañas, E. & Montes, O. (2016). Informe sobre la transparencia corporativa en España: una

visión desde el sector empresarial, los medios de comunicación y las organizaciones pro – transparencia. Documento de Trabajo 192, *Fundación Alternativas*.

Marquina, P., Garriga, E., Velásquez, I., Cabrera, G., Fuertes, A., Avolio, B. & Águila, L.

(2016). *Empresas responsables y competitivas: el desafío de hoy*. Lima: Pearson

Medina, A. Z. (2010). Reseña de "Corrupción y transparencia: Debatiendo las fronteras entre Estado, mercado y sociedad" de Irma Eréndira Sandoval (coord.). *Gestión Y Política Pública*.

Mitchell, R. (1998). Sources of transparency: information systems in international regimes.

International Studies Quarterly, 42(1), 109-130.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (1999). Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades. París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (2004). Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades. París:

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (2004). OECD

Principles of Corporate Governance. Paris: OECD Publications. Recuperado de:

<http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/37191543.pdf>.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (2008). Handbook on

Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide. Recuperado de:

<http://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm>

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.

- Oviedo, H. C., & Arias, A. C. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(4), 572-580.
- Pahuja, A. y Bhatia, B. (2010). Determinants of corporate governance disclosures:
- Parum, E. (2005). Does disclosure on corporate governance lead to openness and transparency in how companies are managed? *Corporate Governance: An International Review*, 13(5), 702-709.
- 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.
- Pattnaik, C., Chang, J. & Shin, H. (2013). Business groups and corporate transparency in emerging markets: Empirical evidence from India. *Asia Pacific Journal of Management*, 30(4), 987-1004.
- Paz-Ares. (2004). El gobierno corporativo como estrategia de creación de valor. Recuperado de http://www.indret.com/pdf/182_es.pdf
- Penfold, K., Oneto, A & Rodríguez, G. (2015, diciembre 15). La Transparencia del Gobierno Corporativo en Empresas de Propiedad del Estado en América Latina. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva, 978-980-422-004-3, 50. 20 de Junio del 2018, De IF74320153001508 Base de datos.
- Pérez, M. (2006). Metodologías de investigación. Modelo para el diseño de una investigación educativa. Recuperado de: <http://dewey.uab.es/pmarques/edusoft.htm> [Consulta: 2007, Mayo 30].
- Pérez, R. (2011). *Introducción a la estadística económica*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=JmB3X23y20AC&dq=definición+de+indice+estadistico+e+indicador&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Rivero T. (2005). Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo: Información y Transparencia. *Revista Asturiana de Economía RAE N°34*.

- Rouf, A. (2011). Corporate characteristics, governance attributes and the extent of voluntary disclosure in Bangladesh. *African Journal of Business Management*, 5(19), 7836-7845.
- Schultz, C. (2004). Market transparency and product differentiation. *Economics Letters*, 83(2), 173-178.
- Sociedad Nacional de Pesquería [SNP]. (2019). Industria pesquera: Contribución a la economía peruana. Recuperado de <https://www.snp.org.pe/relevancia-economica/>
- Testera, A., & Cabeza, L. (2013). Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas. *Intangible capital*, 9(1), 225-261.
- Torre, P. R. (2005). Responsabilidad social y gobierno corporativo: información y transparencia. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, (34), 9-29.
- Transparencia Internacional Brasil. (2018). Transparência em relatórios corporativos as 100 maiores empresas e os 10 maiores bancos brasileiros. Recuperado de <http://transparenciacorporativa.org.br/TI-TRAC-2018.pdf>
- Vara-Horna, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Manual electrónico disponible en internet: www.aristidesvara.net
- Vera, M. (2015). El acceso a la información pública y su impacto en la corrupción. *El caso de México.[citado jun 2015]*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2815/281538241003.pdf>

Apéndice

Apéndice A: Modelo Propuesto del ITC del Sector Pesquero

Tabla A

Modelo Propuesto para Medir el Índice de Transparencia Corporativa del Sector Pesquero

Dimensiones	Peso dimensión (%)	Factores		Peso del factor (%)	VARIABLES DE MEDICIÓN	Peso de variable (%)	Indicador	Peso indicador (%)	Fuente de información
Información Financiera	12.5%	1.1	Estados financieros	6.25%	1. Estados Financieros y Dictamen	3.13%	Informa sus estados financieros en conjunto con su dictamen	3.13%	Página web de la empresa y SMV
					2. Notas a los Estados Financieros	3.13%	Informa sus notas a los estados financieros	3.13%	Página web de la empresa y SMV
		1.2	Reportes anuales	3.13%	3. Memoria Anual	3.13%	Presenta sus memorias anuales	3.13%	Página web de la empresa y SMV
Información Corporativa	12.5%	2.1	Clientes	3.13%	1. Cartera de Clientes	3.13%	Información de quienes son sus clientes más representativos	3.13%	Página web de la empresa
					2. Descripción	3.13%	Expresa las características y dimensiones del producto	3.13%	Página web de la empresa
		2.2	Producto	6.25%	3. Cotización	3.13%	Presenta información de la cotización de productos	3.13%	Página web de la empresa
Información General	34%	2.3	Socios estratégicos	3.13%	4. Información para socios estratégicos	3.13%	Presenta una página informativa para los socios estratégicos	3.13%	Página web de la empresa
					1. Visión	3.13%	Publica la visión de la empresa en su sitio web	3.13%	Página web de la empresa
		3.1	Visión, Misión y Valores	9.38%	2. Misión	3.13%	Publica la misión de la empresa en su sitio web	3.13%	Página web de la empresa
Ética, Integridad y Rendición de Cuentas	16%	3.2	Historia de la Empresa	9.38%	3. Valores	3.13%	Publica los valores organizacionales en su sitio web	3.13%	Página web de la empresa
					4. Fundación	3.13%	Expresa antigüedad de la empresa	3.13%	Página web de la empresa
		3.3	Contacto de la Empresa	12.50%	5. Grupo Empresarial	3.13%	Expresa pertenencia de un grupo empresarial	3.13%	Página web de la empresa
Responsabilidad Social y Medio Ambiental	9%	3.4	Clasificación de Riesgo	3.13%	6. Fusiones o Cambio razón social	3.13%	Expresa las fusiones empresariales o cambio de razón social	3.13%	Página web de la empresa
					7. Localización de oficinas	3.13%	Ubicación geográfica de la empresa	3.13%	Página web de la empresa
		4.1	Códigos	3.13%	8. Teléfono de contacto	3.13%	Presenta teléfonos de contacto	3.13%	Página web de la empresa
Gobernanza Corporativa	16%	4.2	Políticas Anticorrupción	3.13%	9. Buzón de consultas	3.13%	Presenta buzón de consultas	3.13%	Página web de la empresa
					10. Redes sociales	3.13%	Divulga las redes sociales donde contactar a la empresa	3.13%	Página web de la empresa
		4.3	Reclamaciones y Sanciones	6.25%	11. Informe de Clasificación de Riesgo	3.13%	Publica los informes de Clasificación de Riesgo	3.13%	Clasificadoras de Riesgo y página web
Gobernanza Corporativa	16%	4.4	Contratación de bienes y servicios	3.13%	1. Código de ética y/o conducta	3.13%	Presenta su código de ética y/o código de conducta	3.13%	Página web de la empresa
					2. Política anticorrupción	3.13%	Informa la política contra la corrupción	3.13%	Página web de la empresa
		5.1	Responsabilidad Corporativa	6.25%	3. Reclamaciones	3.13%	Presenta las estadísticas de reclamos	3.13%	Página web de la empresa
Gobernanza Corporativa	16%	5.2	Sostenibilidad social y medioambiental	3.13%	4. Sanciones	3.13%	Informa las sanciones	3.13%	SMV
					5. Lista de Licitaciones	3.13%	Publica información de participación en licitaciones de acuerdo a bases	3.13%	Página web de la empresa y (OSCE)
		6.1	Principios	3.13%	1. Medición de reputación, responsabilidad y gobierno corporativo	3.13%	Participa en rankings de reputación corporativa, responsabilidad y gobierno corporativo	3.13%	Monitor empresarial de reputación corporativa
Gobernanza Corporativa	16%	6.2	Estructura y composición del accionariado y directorio	6.25%	2. Logros y reconocimientos	3.13%	Informa sobre los reconocimientos y logros	3.13%	Página web de la empresa
					3. Reporte de Sostenibilidad Social y Medioambiental	3.13%	Presenta reporte de sostenibilidad social y medioambiental	3.13%	Página web de la empresa
		6.3	Políticas, normas y reglamentos internos	6.25%	4. Política de Dividendos	3.13%	Informa la política referente a los dividendos	3.13%	SMV
Gobernanza Corporativa	16%	6.3	Políticas, normas y reglamentos internos	6.25%	5. Pago de Dividendos	3.13%	Publica el valor y cronograma de pago de dividendos	3.13%	SMV

Apéndice B: Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach y Kuder y Richardson

Tabla B1

Resultados para el Cálculo de Alfa de Cronbach en SPSS

Elementos	Media	Desv. Desviación	N
Informa sus estados financieros en conjunto con su dictamen	0.1333	0.35187	15
Informa sus notas a los estados financieros	0.1333	0.35187	15
Presenta sus memorias anuales	0.1333	0.35187	15
Informa su diversificación de inversiones	0.1333	0.35187	15
Información de quienes son sus clientes más representativos	0.9333	0.25820	15
Expresa las características y dimensiones del producto	1.0000	0.00000	15
Presenta información de la cotización de productos	0.7333	0.45774	15
Presenta una página informativa para los socios estratégicos	0.8000	0.41404	15
Publica la visión de la empresa en su sitio web	0.8667	0.35187	15
Publica la misión de la empresa en su sitio web	0.8667	0.35187	15
Publica los valores organizacionales en su sitio web	0.8667	0.35187	15
Expresa antigüedad de la empresa	1.0000	0.00000	15
Expresa pertenencia de un grupo empresarial	1.0000	0.00000	15
Expresa las fusiones empresariales o cambio de razón social	1.0000	0.00000	15
Ubicación geográfica de la empresa	0.9333	0.25820	15
Presenta teléfonos de contacto	0.9333	0.25820	15
Presenta buzón de consultas	0.9333	0.25820	15
Divulga las redes sociales donde contactar a la empresa	0.9333	0.25820	15
Publica los informes de Clasificación de Riesgo	0.0000	0.00000	15
Presenta su código de ética y/o código de conducta	0.5333	0.51640	15
Informa la política contra la corrupción	0.2000	0.41404	15
Presenta las estadísticas de reclamos	0.6000	0.50709	15
Informa las sanciones	0.1333	0.35187	15
Presenta y participa de acuerdo a las bases de licitaciones	0.0667	0.25820	15
Participa en rankings de reputación corporativa, responsabilidad y gobierno corporativo	0.0667	0.25820	15
Informa sobre los reconocimientos y logros	0.8000	0.41404	15
Presenta reporte de sostenibilidad social y medioambiental	0.7333	0.45774	15
Presenta información sobre los principios de gobierno corporativo	0.1333	0.35187	15
Publica la información de los miembros del directorio	0.1333	0.35187	15
Indica la concentración del accionariado	0.1333	0.35187	15
Informa la política referente a los dividendos	0.0667	0.25820	15
Publica el valor y cronograma de pago de dividendos	0.2667	0.45774	15

Tabla B2

Resultados para el Cálculo de Kuder y Richardson KR-20

Elementos	p	q = (1-p)	p x q
Informa sus estados financieros en conjunto con su dictamen	0.1333	0.8667	0.1156
Informa sus notas a los estados financieros	0.1333	0.8667	0.1156
Presenta sus memorias anuales	0.1333	0.8667	0.1156
Informa su diversificación de inversiones	0.1333	0.8667	0.1156
Información de quienes son sus clientes más representativos	0.9333	0.0667	0.0622
Expresa las características y dimensiones del producto	1.0000	0.0000	0.0000
Presenta información de la cotización de productos	0.7333	0.2667	0.1956
Presenta una página informativa para los socios estratégicos	0.8000	0.2000	0.1600
Publica la visión de la empresa en su sitio web	0.8667	0.1333	0.1156
Publica la misión de la empresa en su sitio web	0.8667	0.1333	0.1156
Publica los valores organizacionales en su sitio web	0.8667	0.1333	0.1156
Expresa antigüedad de la empresa	1.0000	0.0000	0.0000
Expresa pertenencia de un grupo empresarial	1.0000	0.0000	0.0000
Expresa las fusiones empresariales o cambio de razón social	1.0000	0.0000	0.0000
Ubicación geográfica de la empresa	0.9333	0.0667	0.0622
Presenta teléfonos de contacto	0.9333	0.0667	0.0622
Presenta buzón de consultas	0.9333	0.0667	0.0622
Divulga las redes sociales donde contactar a la empresa	0.9333	0.0667	0.0622
Publica los informes de Clasificación de Riesgo	0.0000	1.0000	0.0000
Presenta su código de ética y/o código de conducta	0.5333	0.4667	0.2489
Informa la política contra la corrupción	0.2000	0.8000	0.1600
Presenta las estadísticas de reclamos	0.6000	0.4000	0.2400
Informa las sanciones	0.1333	0.8667	0.1156
Presenta y participa de acuerdo a las bases de licitaciones	0.0667	0.9333	0.0622
Participa en rankings de reputación corporativa, responsabilidad y gobierno corporativo	0.0667	0.9333	0.0622
Informa sobre los reconocimientos y logros	0.8000	0.2000	0.1600
Presenta reporte de sostenibilidad social y medioambiental	0.7333	0.2667	0.1956
Presenta información sobre los principios de gobierno corporativo	0.1333	0.8667	0.1156
Publica la información de los miembros del directorio	0.1333	0.8667	0.1156
Indica la concentración del accionariado	0.1333	0.8667	0.1156
Informa la política referente a los dividendos	0.0667	0.9333	0.0622
Publica el valor y cronograma de pago de dividendos	0.2667	0.7333	0.1956

$$V_t = 32.457$$

$$KR-20 = 0.927$$

Apéndice C: Resultados de Índice de Transparencia Corporativa en el Sector Pesquero

Tabla C1

Resultados para la Dimensión Información Financiera

Empresa	Informa sus estados financieros en conjunto con su dictamen	Informa sus notas a los estados financieros	Presenta sus memorias anuales	Informa su diversificación de inversiones
Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	0	0	0	0
Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	0	0	0	0
Pesquera Hayduk S.A.	0	0	0	0
Pesquera Exalmar S.A.A.	1	1	1	1
Pesquera Diamante S.A.	0	0	0	0
Austral Group S.A.A.	1	1	1	1
CFG Investment S.A.C.	0	0	0	0
Seafrost S.A.C.	0	0	0	0
DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	0	0	0	0
Marinazul S.A.	0	0	0	0
Inversiones Prisco S.A.C.	0	0	0	0
Productora Andina de Congelados S.R.L.	0	0	0	0
Pesquera Centinela S.A.C.	0	0	0	0
Altamar Foods Perú S.R.L.	0	0	0	0
Puertos del Pacífico S.A.	0	0	0	0

Tabla C2

Resultados para la Dimensión Información Corporativa

Empresa	Información de quienes son sus clientes más representativos	Expresa las características y dimensiones del producto	Presenta información de la cotización de productos	Presenta una página informativa para los socios estratégicos
Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	1	1	1	1
Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	1	1	1	1
Pesquera Hayduk S.A.	1	1	1	1
Pesquera Exalmar S.A.A.	1	1	1	1
Pesquera Diamante S.A.	1	1	0	1
Austral Group S.A.A.	1	1	1	1
CFG Investment S.A.C.	1	1	1	1
Seafrost S.A.C.	1	1	0	0
DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	1	1	1	1
Marinazul S.A.	1	1	1	0
Inversiones Prisco S.A.C.	1	1	1	1
Productora Andina de Congelados S.R.L.	0	1	0	0
Pesquera Centinela S.A.C.	1	1	1	1
Altamar Foods Perú S.R.L.	1	1	0	1
Puertos del Pacífico S.A.	1	1	1	1

Tabla C4

Resultados para la Dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas

Empresa	Presenta su código de ética y/o código de conducta	Informa la política contra la corrupción	Presenta las estadísticas de reclamos	Informa las sanciones	Publica información de participación en licitaciones de acuerdo a bases
Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	1	0	1	0	0
Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	1	1	1	0	0
Pesquera Hayduk S.A.	1	0	1	0	0
Pesquera Exalmar S.A.A.	1	0	1	1	0
Pesquera Diamante S.A.	0	0	0	0	1
Austral Group S.A.A.	1	0	1	1	0
CFG Investment S.A.C.	1	0	0	0	0
Seafrost S.A.C.	1	0	1	0	0
DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	1	1	1	0	0
Marinazul S.A.	0	0	1	0	0
Inversiones Prisco S.A.C.	0	1	0	0	0
Productora Andina de Congelados S.R.L.	0	0	0	0	0
Pesquera Centinela S.A.C.	0	0	0	0	0
Altamar Foods Perú S.R.L.	0	0	1	0	0
Puertos del Pacífico S.A.	0	0	0	0	0

Tabla C5

Resultados para la Dimensión Responsabilidad Social Empresarial y Medioambiental

Empresa	Participa en rankings de reputación corporativa, responsabilidad y gobierno corporativo	Informa sobre los reconocimientos y logros	Presenta reporte de sostenibilidad social y medioambiental
Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	1	1	1
Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	0	1	1
Pesquera Hayduk S.A.	0	1	1
Pesquera Exalmar S.A.A.	0	1	1
Pesquera Diamante S.A.	0	1	1
Austral Group S.A.A.	0	1	1
CFG Investment S.A.C.	0	0	1
Seafrost S.A.C.	0	1	1
DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	0	1	1
Marinazul S.A.	0	1	1
Inversiones Prisco S.A.C.	0	1	1
Productora Andina de Congelados S.R.L.	0	0	0
Pesquera Centinela S.A.C.	0	0	0
Altamar Foods Perú S.R.L.	0	1	0
Puertos del Pacífico S.A.	0	1	0

Tabla C6

Resultados para la Dimensión Gobernanza Corporativa

Empresa	Presenta información sobre los principios de gobierno corporativo	Publica la información de los miembros del directorio	Indica la concentración del accionariado	Informa la política referente a los dividendos	Publica el valor y cronograma de pago de dividendos
Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	0	0	0	0	0
Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	0	0	0	0	1
Pesquera Hayduk S.A.	0	0	0	0	0
Pesquera Exalmar S.A.A.	1	1	1	0	1
Pesquera Diamante S.A.	0	0	0	0	0
Austral Group S.A.A.	1	1	1	1	1
CFG Investment S.A.C.	0	0	0	0	0
Seafrost S.A.C.	0	0	0	0	0
DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	0	0	0	0	1
Marinazul S.A.	0	0	0	0	0
Inversiones Prisco S.A.C.	0	0	0	0	0
Productora Andina de Congelados S.R.L.	0	0	0	0	0
Pesquera Centinela S.A.C.	0	0	0	0	0
Altamar Foods Perú S.R.L.	0	0	0	0	0
Puertos del Pacífico S.A.	0	0	0	0	0

Tabla C7

Resultados del ITC por Dimensión del Sector Pesquero

Empresa	Información Financiera	Información Corporativa	Información General	Ética, Integridad y Rendición de Cuentas	Responsabilidad Social y Medio Ambiental
Tecnológica de Alimentos S.A - TASA	0	100	91	40	100
Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	0	100	91	60	67
Pesquera Hayduk S.A.	0	100	91	40	67
Pesquera Exalmar S.A.A.	100	100	91	60	67
Pesquera Diamante S.A.	0	75	91	20	67
Austral Group S.A.A.	100	100	91	60	67
CFG Investment S.A.C.	0	100	91	20	33
Seafrost S.A.C.	0	50	91	40	67
DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	0	100	91	60	67
Marinazul S.A.	0	75	91	20	67
Inversiones Prisco S.A.C.	0	100	91	20	67
Productora Andina de Congelados S.R.L.	0	25	27	0	0
Pesquera Centinela S.A.C.	0	100	91	0	0
Altamar Foods Perú S.R.L.	0	75	91	20	33
Puertos del Pacífico S.A.	0	100	64	0	33

Tabla C8

Resultados del ITC por Factor del Sector Pesquero

Nombre del factor	Tecnología de Alimentos S.A - TASA	Corporación Pesquera Inca S.A.C. - COPEINCA S.A.C.	Pesquera Hayduk S.A.	Pesquera Exalmar S.A.A.	Pesquera Diamante S.A.	Austral Group S.A.A.	CFG Investment S.A.C.	Seafrost S.A.C.	DSM Marine Lipids Perú S.A.C.	Marinazul S.A.	Inversiones Prisco S.A.C.	Productora Andina de Congelados S.R.L.	Pesquera Centinela S.A.C.	Altamar Foods Perú S.R.L.	Puertos del Pacífico S.A.	Promedio
1. Estados financieros	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
2. Reportes anuales	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
3. Inversiones	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
1. Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	93
2. Producto	1	1	1	1	0.5	1	1	0.5	1	1	1	0.5	1	0.5	1	87
3. Socios estratégicos	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	80
1. Visión, Misión y Valores	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	87
2. Historia de la Empresa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100
3. Contacto de la Empresa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	93
4. Clasificación de Riesgo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1. Códigos	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	53
2. Políticas Anticorrupción	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	20
3. Reclamaciones y Sanciones	0.5	0.5	0.5	1	0	1	0	0.5	0.5	0.5	0	0	0	0.5	0	37
4. Contratación de bienes y servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
1. Responsabilidad Corporativa	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0	0.5	0.5	0.5	0.5	0	0	0.5	0.5	43
2. Sostenibilidad social y medioambiental	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	73
1. Principios	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
2. Estructura y composición del accionariado y directorio	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
3. Políticas, normas y reglamentos internos	0	0.5	0	0.5	0	1	0	0	0.5	0	0	0	0	0	0	17