

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Índice de Transparencia Corporativa en el Sector Financiero No Bancario

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

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Denisse Daniela Álvarez Figueroa

Dario Eduardo Gamarra Atauchí

Gary Albert Palomino Ugarte

Erik Oswaldo Salas Cárdenas

Asesora: Beatrice Elcira Avolio Alecchi

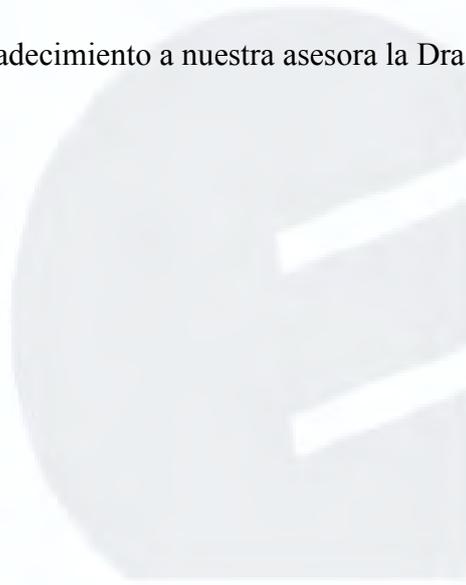
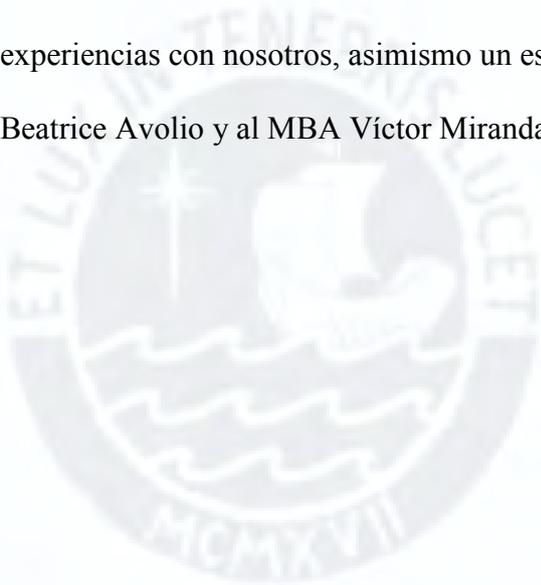
Cusco, diciembre 2020

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por darnos la fortaleza para afrontar los desafíos que se presentaron en el transcurso de esta etapa.

Agradecemos a nuestros familiares por todo el apoyo que nos dieron.

Agradecemos a todos nuestros docentes que compartieron sus conocimientos y experiencias con nosotros, asimismo un especial agradecimiento a nuestra asesora la Dra. Beatrice Avolio y al MBA Víctor Miranda.



Dedicatorias

A mi esposo Tomás por su amor y apoyo incondicional, a mis hijos Dylan y Dyogo mis tesoros por entenderme el no poder estar los fines de semana con ellos y la fuerza que generan en mí para seguir adelante, a mis padres toda mi gratitud.

Denisse Álvarez

A mis padres Dario y Trinidad por su paciencia, apoyo incondicional y fortaleza al haber hecho en mí una persona con valores y principios, sobre todo por confiar en mí durante todo este tiempo.

Dario E. Gamarra

A mis padres Yadira y Jorge por su apoyo y dedicación constante, a mis hermanos Mijaíl y Gabriela que siempre estuvieron presentes en cada paso, a mis abuelos por el gran amor que me compartieron y a mis compañeros de tesis por su comprensión y compromiso.

Gary Palomino

A mi querida madre Lilia, a mi amada esposa Viselka, a mis adorados hijos Diego y Sergio, dedico el presente trabajo por la comprensión y apoyo incondicional durante esta etapa de estudios.

Oswaldo Salas

Resumen

En el presente trabajo de investigación se propone un modelo que permite medir el índice de transparencia corporativa (ITC) en el sector financiero no bancario en el Perú, el cual está compuesto por 38 empresas divididas en 10 Financieras, 12 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), 7 Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC) y 9 Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME). Con esta propuesta se espera trazar una línea base de transparencia en la información para las empresas prestadoras de servicios financieros y así combatir una parte de la corrupción que agobia al país.

En la elaboración se han examinado conceptos sobre transparencia corporativa, así como diversos modelos que se emplean en algunos países para cuantificar la transparencia. Además, se han analizado las buenas prácticas en el sector financiero no bancario a nivel internacional que permitieron identificar algunos pilares, factores e indicadores los que han sido incluidos en el modelo. La metodología base empleada para el cálculo del índice de transparencia corporativa es la del Manual de Construcción de Índices Compuestos de la OCDE, la que fue ajustada para el modelo de cálculo. En la evaluación del ITC se han considerado 32 factores con sus respectivos indicadores los que han sido agrupados en 8 pilares.

La muestra analizada en el sector financiero no bancario está compuesta por cuatro Financieras, cuatro CMACs, tres EDPYMEs y tres CRACs. Para la recolección de la información se ha examinado información de las páginas web oficiales de cada entidad la cual ha sido complementada con información de la SBS y la SMV.

Finalmente, para la presentación de los resultados del ITC se elaboró una escala con cinco niveles de cumplimiento: deficiente, regular, aceptable, bueno y óptimo, asimismo se realizó un análisis por pilar y también por empresa.

Abstract

This research work proposes a model that allows to measure the corporate transparency index (CTI) in the non-bank financial sector in Peru, which is composed of 38 companies divided into 10 Financial entities, 12 Savings and Loan Municipal Cooperatives, 7 Savings and Loan Rural Cooperatives and 9 Small and Microenterprise Development Entities. This proposal hopes to draw up a baseline of information transparency for financial service providers to combat a part of the corruption that burdens the country.

The development has examined concepts on corporate transparency, as well as various models used in some countries to quantify transparency. In addition, good practices in the non-bank financial sector at the international level were analyzed to identify some pillars, factors and indicators that have been included in the model. The base methodology used for the calculation of the corporate transparency index is the OECD Composite Index Construction Manual, adjusted for the calculation model. The CTI evaluation has considered 32 factors with their respective indicators, grouped into eight pillars.

The sample analyzed in the non-bank financial sector consists of four financial entities, four Savings and Loan Municipal Cooperatives, three Small and Microenterprise Development Entities and three Savings and Loan Rural Cooperatives. The official websites, of each entity, were reached to obtain information, which has been supplemented by information from “Superintendencia de Banca, Seguros y AFP” and “Superintendencia del Mercado de Valores”.

Finally, for the results presentation of the CTI, a scale was developed with five levels of compliance: deficient, regular, acceptable, good and optimal, A scale analysis was carried out by pillar and by company as well.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras.....	viii
Capítulo I: Introducción	1
1.1. Antecedentes	2
1.2. Definición del Problema	3
1.3. Propósito de la Investigación	5
1.4. Importancia de la Investigación	5
1.5. Naturaleza de la Investigación	6
1.6. Definiciones Operacionales o Términos del Estudio	6
a) Transparencia corporativa.....	6
b) Transparencia financiera.....	7
c) Transparencia de la información.....	7
d) Ética empresarial.....	7
1.7. Limitaciones de la Investigación.....	8
1.8. Delimitaciones de la Investigación	8
1.9. Resumen.....	9
Capítulo II: Revisión de la Literatura	10
2.1. Mapa de la Literatura	10
2.2. Definición de Transparencia Corporativa	11
a) Evolución de transparencia corporativa	11
b) Definición del concepto de transparencia corporativa	12
2.3. Modelos de Transparencia Corporativa	16
a) Modelo brasilero de medición de transparencia corporativa.....	22

b) Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX	
35.....	23
c) Índice de transparencia corporativa de negocios de Chile.....	25
d) Índice de transparencia corporativa para empresas del estado mexicano.....	26
e) Modelo Aid transparency index.....	27
f) Modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR).....	29
g) Ley N° 27806 – ley de transparencia y acceso a la información pública.....	32
h) Transparencia de gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina.....	33
2.4. Buenas Prácticas en el Sector Financiero no Bancario.....	35
a) Smart Campaign.....	36
b) Fundación BBVA Microfinanzas.....	41
c) Microfinance Information Exchange (MIX).....	43
2.5. Resumen.....	47
Capítulo III: Metodología de la Investigación.....	49
3.1. Metodología OCDE para la Elaboración del ITC.....	49
a) Desarrollo del marco conceptual.....	49
b) Elección de los componentes del indicador.....	50
c) Normalización de datos.....	50
d) Ponderación.....	52
e) Descomposición y revisión de los indicadores.....	53
f). Visualización de los resultados.....	53
3.2. Resumen.....	54
Capítulo IV: Elaboración del Índice de Transparencia Corporativa.....	55

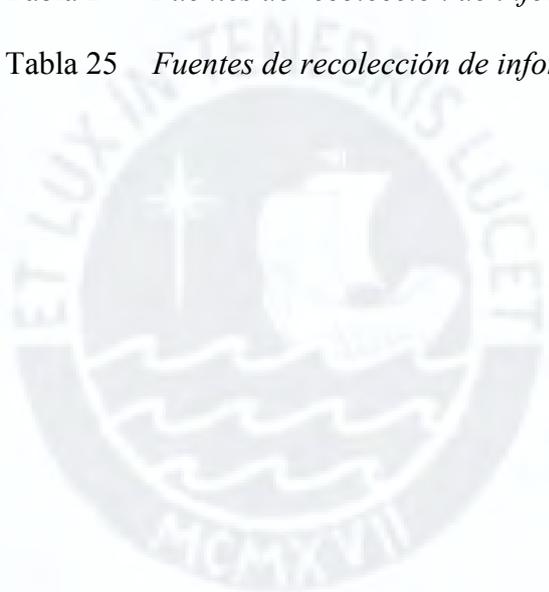
4.1. Definición de Transparencia Corporativa	55
4.2. Explicación del Modelo del ITC	56
4.3. Selección de Componentes del ITC	59
a) Pilares.	59
b) Factores.	60
c) Indicadores	72
d) Lógica de cálculo de índice de transparencia corporativa.	74
e) Juicios de ponderación.	74
f) Recolección de datos.	75
g) Validez y confiabilidad.	75
4.4. Escala de Clasificación de Resultados del ITC	75
 Capítulo V: Aplicación del Índice de Transparencia Corporativa en el Sector	
Financiero No Bancario.....	77
5.1. Análisis del Sector Financiero No Bancario	77
5.2. Población Objetivo y Determinantes de la Muestra.....	80
5.3. Recolección de Datos	81
5.4. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Financiero No Bancario	82
a) Resultados del ITC del sector financiero no bancario.....	82
b) Resultados del ITC por pilar del sector financiero no bancario.....	85
c) Resultados del ITC por entidad financiera no bancaria	94
 Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones.....	
6.1. Conclusiones	109
6.2. Recomendaciones.....	111
Referencias.....	114

Apéndices	119
Apéndice A. Evaluación de ITC para Crediescotia Financiera.....	119
Apéndice B. Evaluación de ITC para Financiera Compartamos.....	121
Apéndice C. Evaluación de ITC para EDPYME Acceso Crediticio	123
Apéndice D. Evaluación de ITC para Financiera Confianza	125
Apéndice E. Evaluación de ITC para Caja Huancayo	127
Apéndice F. Evaluación de ITC para CMAC Cusco	129
Apéndice G. Evaluación de ITC para CMAC Arequipa	131
Apéndice H. Evaluación de ITC para Financiera Oh!	133
Apéndice I. Evaluación de ITC para Caja Piura	135
Apéndice J. Evaluación de ITC para CRAC Raíz	137
Apéndice K. Evaluación de ITC para EDPYME Santander	139
Apéndice L. Evaluación de ITC para CRAC CAT.....	141
Apéndice M. Evaluación de ITC para EDPYME BBVA Consumer Finance.....	143
Apéndice N. Evaluación de ITC para CRAC Los Andes.....	145

Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Créditos directos según tipo de crédito y tipo de empresa del sistema financiero al 30 de abril de 2020 (en miles de soles).....</i>	4
Tabla 2	<i>Estructura de participación del sistema financiero no bancario – abril 2020.</i>	5
Tabla 3	<i>Definición de conceptos de transparencia.</i>	14
Tabla 4	<i>Modelos de índice de transparencia corporativa tomados como referencia para la presente investigación.</i>	18
Tabla 5	<i>Ventajas de los modelos de ITC tomados como referencia para el presente trabajo de investigación.</i>	19
Tabla 6	<i>Desventajas de los modelos de ITC tomados como referencia para el presente trabajo de investigación.</i>	21
Tabla 7	<i>Modelo brasilero de medición de transparencia corporativa.....</i>	22
Tabla 8	<i>Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35.</i>	24
Tabla 9	<i>Índice de transparencia corporativa de negocios de Chile.....</i>	25
Tabla 10	<i>Índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado mexicano.</i>	27
Tabla 11	<i>Modelo Aid transparency index.....</i>	28
Tabla 12	<i>Modelo de índice de transparencia corporativa de CiFAR.</i>	30
Tabla 13	<i>Transparencia de gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina.</i>	33
Tabla 14	<i>Principios de evaluación de Smart Campaign.</i>	37
Tabla 15	<i>Pilares de evaluación de la fundación BBVA Microfinanzas.....</i>	42
Tabla 16	<i>Pilares de evaluación de Microfinance Information Exchange.</i>	45
Tabla 17	<i>Cuadro comparativo de los modelos de ITC.</i>	56

Tabla 18	<i>Propuesta de modelo de índice de transparencia corporativa.....</i>	72
Tabla 19	<i>Estructura de participación del sistema financiero no bancario – abril 2020.</i>	78
Tabla 20	<i>Ranking de créditos directos de empresas financieras al 30 de abril de 2020.</i>	79
Tabla 21	<i>Ranking de créditos directos de las cajas municipales al 30 de abril de 2020.....</i>	79
Tabla 22	<i>Ranking de créditos directos de las cajas rurales al 30 de abril de 2020.</i>	80
Tabla 23	<i>Ranking de créditos directos y patrimonio de las EDPYME al 30 de abril de 2020.</i>	80
Tabla 24	<i>Fuentes de recolección de información por pilar propuesto.</i>	82
Tabla 25	<i>Fuentes de recolección de información por pilar propuesto.</i>	83



Lista de Figuras

<i>Figura 1. Mapa de la literatura.</i>	10
<i>Figura 2. Línea de tiempo de la evolución de la transparencia corporativa.</i>	11
<i>Figura 3. Ciclo de la Transparencia</i>	13
<i>Figura 4. Ejemplo de sello de certificación de protección a clientes</i>	39
<i>Figura 5. Últimas organizaciones certificadas por Smart Campaign</i>	40
<i>Figura 6. Socios que conforman los proyectos de financiación de MIX</i>	44
<i>Figura 7. Ganadores del premio en Fintech 50 Inclusivo 2019</i>	47
<i>Figura 8. Modelo específico del índice de transparencia corporativa</i>	59
<i>Figura 9. Pilares del índice transparencia corporativa propuesto.</i>	60
<i>Figura 10. Pilar información corporativa y sus factores del ITC.</i>	62
<i>Figura 11. Pilar información financiera y sus factores del ITC.</i>	63
<i>Figura 12. Pilar gobierno corporativo y sus factores del ITC.</i>	64
<i>Figura 13. Pilar responsabilidad social empresarial y sus factores del ITC.</i>	66
<i>Figura 14. Pilar protección al consumidor y sus factores del ITC.</i>	67
<i>Figura 15. Pilar desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental y sus factores del ITC.</i>	68
<i>Figura 16. Pilar digitalización e innovación tecnológica y sus factores del ITC.</i>	69
<i>Figura 17. Pilar accesibilidad a la información y sus factores del ITC.</i>	70
<i>Figura 18. Cuadro detallado de cada pilar con sus factores del ITC.</i>	71
<i>Figura 19. Escala de clasificación de resultados del índice de transparencia corporativa.</i>	76
<i>Figura 20. Entidades tomadas como muestra</i>	81
<i>Figura 21. Resultado global del índice de transparencia corporativa aplicado al sector financiero no bancario.</i>	84

<i>Figura 22. Resultado de la evaluación al pilar información corporativa.</i>	86
<i>Figura 23. Resultado de la evaluación al pilar información financiera.</i>	87
<i>Figura 24. Resultado de la evaluación al pilar información de gobierno corporativo.</i>	88
<i>Figura 25. Resultado de la evaluación al pilar información de responsabilidad social empresarial.</i>	89
<i>Figura 26. Resultado de la evaluación al pilar protección al consumidor.</i>	91
<i>Figura 27. Resultado de la evaluación al pilar desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental.</i>	92
<i>Figura 28. Resultado de la evaluación al pilar digitalización e innovación tecnológica.</i>	93
<i>Figura 29. Resultado de la evaluación al pilar accesibilidad de la información.</i>	94
<i>Figura 30. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Crediescotia Financiera.</i>	95
<i>Figura 31. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Compartamos Financiera.</i>	96
<i>Figura 32. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a EDPYME Acceso Crediticio.</i>	97
<i>Figura 33. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Financiera Confianza.</i>	98
<i>Figura 34. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Huancayo.</i>	99
<i>Figura 35. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Cusco.</i>	100
<i>Figura 36. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Arequipa.</i>	101
<i>Figura 37. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Financiera OH.</i>	102
<i>Figura 38. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Piura.</i>	103
<i>Figura 39. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CRAC Raíz.</i>	104
<i>Figura 40. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a EDPYME Santander.</i>	105
<i>Figura 41. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CRAC CAT.</i>	106
<i>Figura 42. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a EDPYME BBVA Consumer Finance.</i>	107
<i>Figura 43. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CRAC los Andes.</i>	108

Capítulo I: Introducción

Hoy en día ser competitivo compromete constantemente tomar decisiones estratégicas si se pretende permanecer en el mercado de manera sostenible en el tiempo, por lo tanto, directores y gerentes tienen como prioridad la generación de valor, no solo basta con ser eficientes y aminorar costos para lograr el éxito. Se debe considerar el desarrollo como organización con la finalidad de crear ventajas competitivas que les ayude a lograr un crecimiento estratégico organizacional sostenible en el tiempo, y parte de ello implica demostrar la transparencia mediante la divulgación de información al público que genere confianza.

Sabemos que implementar buenas prácticas de Transparencia Corporativa ya no se realiza solo por conseguir un galardón, se hace por necesidad ya que es un factor relevante de análisis para la toma de decisiones como son de inversión, formar parte de la empresa como colaborador, ser cliente y proveedor. En este contexto, no llevar a cabo acciones que mejoren como la sociedad lo demanda es un riesgo latente para las empresas en general. Es deber de todo ejecutivo que lidera una empresa pensar en estos riesgos y convertirlos en oportunidades.

Son diferentes las razones que impulsan a que las empresas realicen mejoras en su forma de gestionar eficientemente sus actividades y de esta manera garantizar la sostenibilidad en el tiempo, mantener su crecimiento, disminuir sus costos y lo más importante el manejo de la transparencia corporativa orientada a generar confianza y mejorar las relaciones con sus *stakeholders*. Se sabe que todos estos argumentos son válidos para justificar todo el esfuerzo que debe poner la alta dirección de la empresa para lograr sus objetivos.

Del mismo modo, con el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC) es importante la accesibilidad y simplificación de la información para los clientes,

proveedores y demás *stakeholders*, con la finalidad de tener mayor seguridad al momento de contactar y/o elegir una empresa. Actualmente la tendencia del mercado es trabajar con empresas del sistema financiero que se encuentran altamente comprometidas con la transparencia.

1.1. Antecedentes

A raíz de los grandes vacíos que existían en las normas, que generaba desconfianza en la información que reportaban las empresas, sobre todo cuando cotizaban en la Bolsa de Valores, surge la necesidad de analizar los aspectos financieros y contables, como consecuencia se crea el comité conformado por el Consejo de Información Financiera en el Reino Unido, conocido como el Informe Cadbury, que tenía por finalidad realizar el análisis ético de resultados financieros de las sociedades (Gonzales, 2007). Este informe definió al buen gobierno corporativo como una metodología que permite que las empresas puedan ser controladas y gobernadas (López, 2011). En la misma línea, las empresas al generar impactos en la sociedad son reguladas por normativas y estándares internacionales que se considera avances asociados a la transparencia corporativa (Villabón, Pinzón & Ramírez, 2013).

Es importante reflexionar sobre el concepto de transparencia corporativa sobre todo por los antecedentes de casos de corrupción que se ha podido apreciar por años, generando crisis financieras originadas por las malas decisiones de grandes compañías y por la falta de transparencia al brindar su información. Es evidente que los casos de Enron (2001), WorldCom en EEUU (2002), así como otros escándalos Lehman Brothers (2008) y los más recientes en Latinoamérica como la Internacional Odebrecht tenían problemas de gobierno corporativo.

Los diversos hechos de corrupción afectan la salud macroeconómica mundial y las organizaciones hacen intentos de colocar a la Transparencia Corporativa como un principio rector del buen Gobierno Corporativo (OCDE, 2004). Las investigaciones de transparencia se incrementaron debido a la crisis asiática que inició en la segunda mitad de 1997 y a los hechos acontecidos en los mercados de valores de los Estado Unidos (Lipschutz, 2011).

La transparencia corporativa tiene diversas conceptualizaciones, sin embargo, la definición más práctica está relacionada con la intención de una organización por crear un ambiente de confianza a todas las partes interesadas brindando información clara (Cabrera, 2008).

Es así que la transparencia comienza a ser un tema que concierne a toda la sociedad, que implica una transformación profunda y revoluciona todos los aspectos de la economía y de las industrias, obligando a las empresas a replantear sus estrategias de comunicación. Respecto al nivel de información que aspiran a compartir, podemos decir que los negocios están operando en una era de la transparencia (Cabrera, 2008).

En el Perú el año 2002 el Índice de Buen Gobierno Corporativo surge como prácticas de BGC, brindando información sobre Transparencia Corporativa (BVL, 2009). El código de BGC para las organizaciones peruanas tiene cinco pilares: (a) derechos de los accionistas, (b) junta general de accionistas, (c) el Directorio y la Alta Gerencia, (d) riesgos y cumplimiento; y (e) transparencia de la información (SMV, 2018). En ese sentido, diversos autores indican que una forma de minimizar el grado de corrupción es mediante la Transparencia Corporativa (TC), a través de la presentación de información importante sobre las operaciones de las organizaciones (Hernández, 2018).

1.2. Definición del Problema

La transparencia corporativa se ha convertido en un elemento esencial en las empresas para aumentar la confianza de los *stakeholders*. Esta confianza va de la mano con la reputación de la empresa ya que este es un recurso intangible, generador de ventajas competitivas.

En el Perú la transparencia corporativa viene implementándose recientemente desde el 2002. La CONASEV promovió la formación de un comité de alto nivel, junto con la BVL, MEF, ASBANC y CONFIEP, para tratar acerca de los principios del buen gobierno corporativo, las que fueron dadas a conocer en el 2004 a través del documento “Principios del buen gobierno para las sociedades peruanas”.

Dentro del sector financiero no bancario, la transparencia corporativa no debería encontrarse al margen, a pesar de contar sólo con un 12% del total de colocaciones directas según SBS a abril 2020, este representa a un número significativo de clientes dentro de las pequeñas y microempresas con una participación en colocaciones directas del 53% de un total de 2,848,666 empresas de este tipo según SBS a abril 2020 (Tabla 1). Por lo que este sector es uno de los más sensibles por el tipo de segmento al que está dirigido en los que se requiere que la información no sea solo transparente y real, sino yendo más allá haciéndola simple, entendible y de fácil acceso para todos los usuarios.

Tabla 1
Créditos directos según tipo de crédito y tipo de empresa del sistema financiero al 30 de abril de 2020 (en miles de soles).

Tipo de Crédito	Banca Múltiple	Entidades Financieras no Bancarias	Banco de la Nación	Agrobanco	TOTAL CRÉDITOS DIRECTOS	TOTAL DEUDORES
Corporativos	81,471,182	235,031	-	384	81,706,597	785
Grandes empresas	48,394,940	100,437	-	-	48,495,377	3,104
Medianas empresas	42,602,036	2,543,187	-	535,547	45,680,770	35,885
Pequeñas y microempresas	19,186,814	21,766,211	-	285,443	41,238,467	2,848,666
* Porcentaje de las pequeñas y microempresas según tipo de empresa financiera	46.5%	52.8%	0.0%	0.7%	100%	-
Consumo	55,082,183	14,865,840	5,441,374	-	75,389,398	5,434,847
Hipotecarios para Vivienda	49,722,948	1,792,180	326,128	-	51,841,256	265,252
TOTAL CRÉDITOS DIRECTOS	296,460,103	41,302,887	5,767,502	821,374	344,351,865	
% Porcentajes	86%	12%	1.7%	0.2%	100%	

Fuente: Carpeta de información del sistema financiero abril 2020 SBS

Por tanto, la presente investigación pretende enfocarse en proponer un modelo de medición del índice de la transparencia corporativa alineado a la realidad del sector

financiero no bancario en Perú, compuesto por 38 empresas divididas en 10 Financieras, 12 Cajas Municipales, 7 Cajas Rurales de Ahorro y Crédito y 9 EDPYMES (Tabla 2).

Tabla 2

Estructura de participación del sistema financiero no bancario – abril 2020.

Abril 2020	Número de Empresas	Activos		Créditos		Depósitos	
		Monto (Miles S/)	%	Monto (Miles S/)	%	Monto (Miles S/)	%
Empresas Financieras	10	17,019,724	32.57%	13,627,628	32.99%	8,214,427	25.08%
Cajas Municipales (CM)	12	29,386,376	56.24%	22,837,996	55.29%	22,851,461	69.78%
Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC)	7	2,868,866	5.49%	2,282,789	5.53%	1,683,163	5.14%
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	9	2,980,577	5.70%	2,554,474	6.18%	-	0.00%
Total	38	52,255,543	100%	41,302,886	100%	32,749,051	100%

Fuente: Carpeta de información del sistema financiero abril 2020 SBS

1.3. Propósito de la Investigación

El objetivo principal de la presente investigación es proponer una metodología que permita construir el índice de transparencia corporativa que se ajuste a la realidad del sector financiero no bancario del Perú.

La presente investigación tiene como objetivos específicos: (a) Definir la transparencia corporativa enfocada al sector financiero no bancario; (b) proponer un instrumento que mida el índice de transparencia corporativa en el sector financiero no bancario en el Perú; (c) identificar las dimensiones de la transparencia corporativa que se ajusten al contexto del sector de estudio; y (d) aplicar el instrumento que mida el índice de transparencia corporativa en el sector financiero no bancario en el Perú.

1.4. Importancia de la Investigación

La presente investigación es relevante para el sector financiero no bancario en el contexto actual permitiendo la elaboración de un ranking en el que las empresas observen su

índice de transparencia y puedan trabajar en los puntos de mejora, promoviendo una mayor competencia en beneficio del mercado y los *stakeholders*, y así permitir que el proceso de bancarización sea sostenible generando valor.

1.5. Naturaleza de la Investigación

La metodología a emplear en la presente investigación es descriptiva debido a que se observa y describe con detalle las características y peculiaridades de la transparencia corporativa dentro del sector financiero no bancario dando una visión clara de cómo medir y evaluar la información disponible.

El estudio tiene un enfoque cuantitativo porque recoge datos organizados para calcular el índice de transparencia corporativa a través de una metodología con la que se determina patrones o estándares de medición del comportamiento de las empresas del sector.

1.6. Definiciones Operacionales o Términos del Estudio

En esta sección, se definen los conceptos y variables principales que conforman la presente investigación.

a) Transparencia corporativa.

Bushman, Piotroski y Smith (2004) mencionan que la transparencia corporativa se refiere a “la divulgación de información específica por parte de una empresa a aquellos ajenos a la misma”, siendo un agente concluyente en la eficaz asignación de medios y el desarrollo de la economía. Así mismo se puede mencionar que la transparencia corporativa es la divulgación de información como puede ser financiera, estructural, generación de valor, entre otros de manera confiable de una empresa sobre su accionar en un determinado tiempo y espacio. Para lo cual la transparencia corporativa debería de estar considerada como política de la organización para que, en base a ello puedan realizar sus reportes financieros y comerciales con información real, permitiendo así informar a sus *stakeholders* sobre su actividad y su accionar.

b) Transparencia financiera.

La transparencia financiera en tiempos de globalización se presenta como una agenda de cooperación entre gobiernos que tiene por objetivo la lucha contra los flujos financieros ilícitos y se relaciona con problemas transnacionales tan relevantes como la evasión fiscal, la corrupción y el terrorismo. En 2015 el tema se convirtió en una prioridad para la ONU, ocupando su propio espacio en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS, meta 16.4) y numerosas referencias en la Agenda de Acción de Addis Abeba sobre financiación del desarrollo (ONU, 2015).

Así mismo, el “White Paper”, indica que los informes financieros deberían de ser auditados, por auditores externos independientes, competentes y calificados, de acuerdo a las normas internacionales de calidad (Johnston, 2004). Haciendo uso de atributos como: estándares contables, formatos de entrega y periodicidad de la presentación de la información, a través de la memoria anual o estados financieros (EE.FF.) trimestrales (Díaz, 2012)

c) Transparencia de la información.

Se refiere a la información necesaria para demostrar el desempeño gerencial concerniente a los objetivos financieros y estratégicos de la empresa. De tal modo que está relacionado a elaborar reportes los cuales serán expuestos según lo requiera cada grupo de interés, ya sea por medio de sitios web o memoria anual (Briano, 2012).

d) Ética empresarial.

Es un puente hacia el futuro de la empresa, vivida como una cultura donde todos sus miembros aplican los valores y las normas compartidas en la organización; asimismo, se hace presente en la empresa en los códigos de ética, en la cultura de la integridad y en la responsabilidad social (Martínez, 2005). Cabe mencionar, que los directivos y la alta gerencia

son los responsables de aplicar la ética en su toma de decisiones para fomentar una buena cultura organizacional sin desconfianza (Jaramillo & Bermúdez, 2002).

Peter Drucker, conocido teórico de la gestión empresarial, fue uno de los que proclamaron la inexistencia de la ética empresarial, ya que solo existía la ética en los negocios. (1981).

1.7. Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones de la investigación son: (a) en el sector algunas de las empresas no tienen información financiera completa, confiable y actualizada, asimismo varias de ellas no cuentan con información de gobierno corporativo lo cual restringe la información disponible al aplicar el modelo; (b) la valoración e implementación de Transparencia Corporativa optada por cada empresa es subjetiva como una consecuencia de la ausencia de estandarización en la amplitud y calidad de la información divulgada; (c) el acceso a los datos es bastante complicado al interior de algunas páginas web de ciertas entidades; (d) considerando la diversidad de tamaños y características de las empresas, los resultados derivados de la investigación no se pueden extender a todo el sector financiero no bancario.

1.8. Delimitaciones de la Investigación

Las delimitaciones del presente estudio son: (a) para la selección de las empresas se ha considerado las más grandes del sector financiero no bancario tomando en cuenta la participación que tienen en este sector; (b) de acuerdo a la disponibilidad y confiabilidad de la información la validación del estudio se realiza con empresas supervisadas por la SBS; (c) la información de reporte de sostenibilidad y buen gobierno corporativo utilizada es la comprendida entre los años 2017 y 2019 y; (d) la metodología de la investigación se encuentra enmarcada en el modelo que emplea la OCDE para el tratamiento de la información de índices compuestos.

1.9. Resumen

Son conocidos a nivel mundial diversos casos de corrupción los que también han sido puestos en evidencia en el Perú; una herramienta que puede ayudar a combatir los altos niveles de deshonestidad en las organizaciones es la transparencia corporativa, promoviendo la divulgación de forma clara de información sensible y fiable de las empresas, poniéndola a disposición de sus grupos de interés (*stakeholders*) y la sociedad en su conjunto.

Resulta importante la construcción de un modelo que haga posible cuantificar el nivel de transparencia corporativa de las empresas en relación al giro del negocio, naturaleza y políticas de la junta directiva, estructura financiera, gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial, políticas anticorrupción entre otros aspectos. El modelo permitirá la evaluación de la transparencia corporativa en base a índices y variables que aporten valor y sean de importancia para todos los *stakeholders* de la organización. En la construcción de este modelo se incluye el proceso metodológico empleado por la OCDE y que se corrobora al emplearlo en el sector financiero no bancario en Perú.

Actualmente la publicación y divulgación de información empresarial en cuanto a calidad y cantidad está ligada a la manera en que valoran la transparencia los directivos y gerentes de las empresas por lo que en muchas ocasiones se encuentra incompleta, poco fiable y/o desactualizada. Para efectos de mitigar o eliminar los errores en la aplicación del modelo de transparencia la investigación se enfoca en las empresas del sector financiero no bancario del Perú que son supervisadas por la SBS.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

En el presente capítulo se pretende tener un concepto más claro de los modelos de Transparencia corporativa, con la revisión de la literatura se explicarán los conceptos a través de investigaciones previas que nos proporcionarán mayor entendimiento de los modelos existentes.

2.1. Mapa de la Literatura

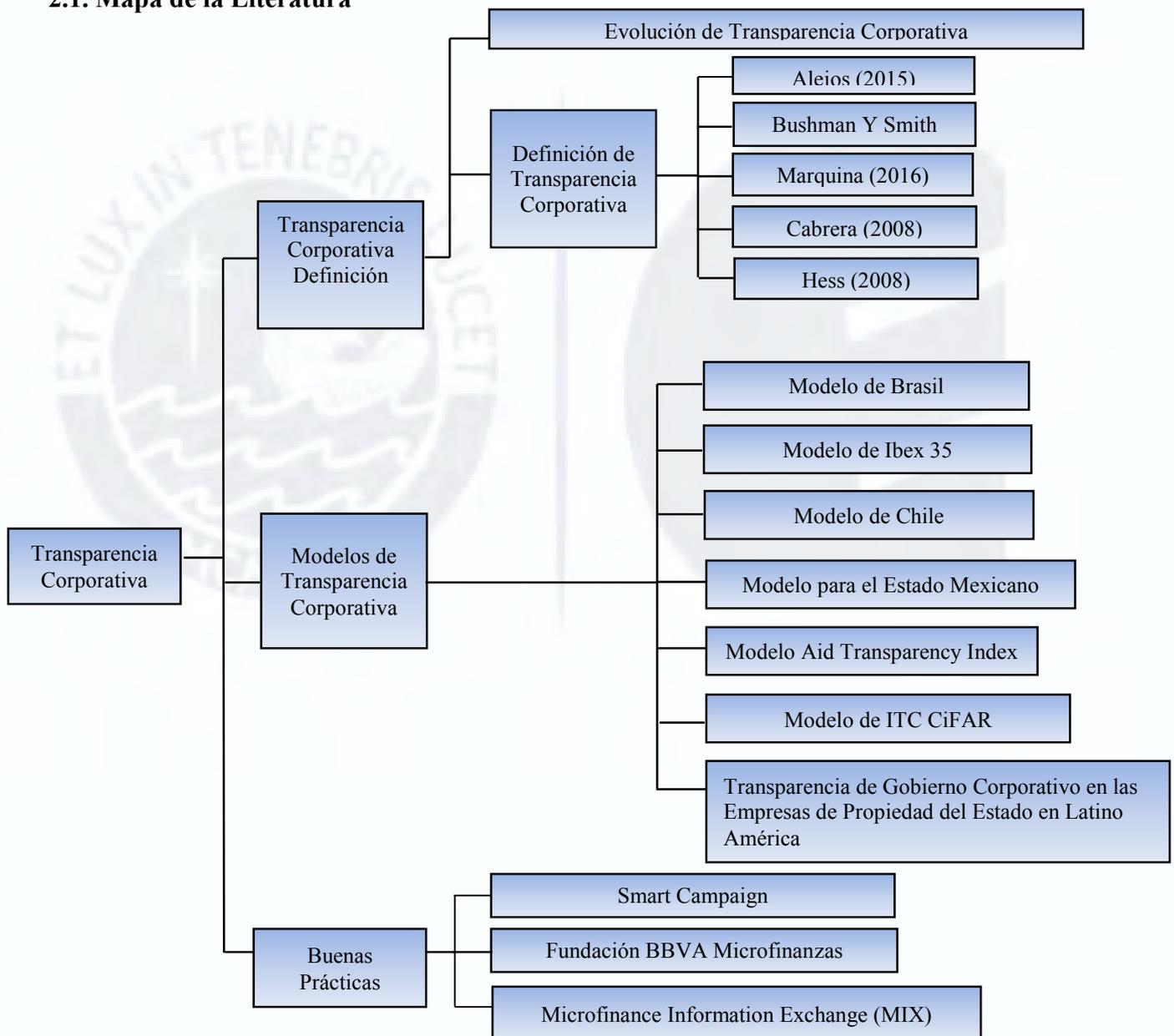


Figura 1. Mapa de la literatura.

2.2. Definición de Transparencia Corporativa

a) Evolución de transparencia corporativa

La transparencia tiene sus inicios en la antigua Grecia y China con Aristóteles y Confucio al remarcar que la base de un buen gobierno era las habilidades que tenían sus líderes para la discrecionalidad. Algunos autores consideran que adquirió un carácter cuasi-religioso en el debate de gobernanza, sin embargo, la evidencia muestra que la transparencia es más invocada que puesta en práctica por las personas. En el siglo XVII Adam Smith y Jaques Rosseau relacionan la Transparencia con la Economía Política, es así que en el año 1766 se difunde la ley de transparencia en la gestión pública en Suecia, la cual tuvo como objeto dar a conocer a la ciudadanía información sobre la gestión pública que se realizaba. De este modo se instauró esta ley como una medida de control.

Posteriormente en 1940 el concepto de transparencia toma protagonismo cuando se vincula a la responsabilidad Social Corporativa (RSC). En el año 2004 el término Transparencia Corporativa fue insertado por Bushman, Piotroski & Smith, el cual en la actualidad cuenta con nuevas definiciones que introducen cambios sociales.

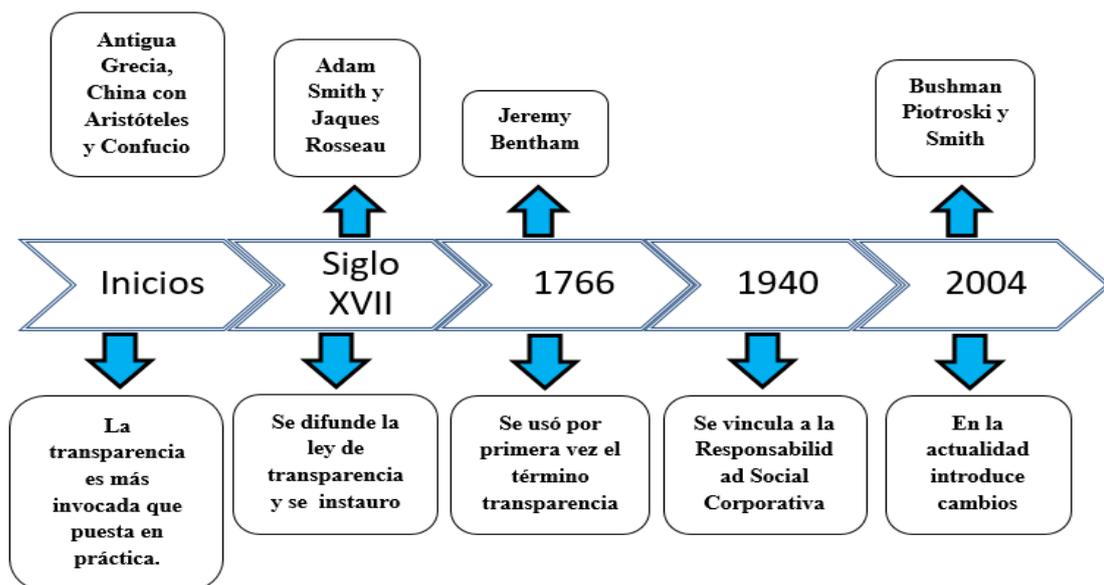


Figura 2. Línea de tiempo de la evolución de la transparencia corporativa.

b) Definición del concepto de transparencia corporativa

Transparencia corporativa es la difusión, divulgación y dar a conocer la información a los *stakeholders*. El origen del concepto de transparencia corporativa se genera en Estados Unidos a raíz de la responsabilidad social corporativa bajo el formato de proporcionar información sobre las contribuciones de las empresas a las áreas de salud y educación e innovación. Es por esta razón que la transparencia llega a ser el nuevo enfoque como agente social para los países (Alejos, 2015). En el campo de las relaciones internacionales, se ha reconocido la transparencia por su potencial para contribuir a la eficacia del régimen (Mitchell, 1998).

Bushman y Smith (2001) señalaron que la transparencia hace que los accionistas logren un mayor entendimiento de la gestión, puesto que reduce la asimetría de información y genera mayor confianza en los mercados de capitales extranjeros, dando como resultado un incremento de las fuentes de financiamiento.

Por otro lado, la transparencia también se promueve como un antídoto importante contra la corrupción, frena aquellas personas que ocupan cargos públicos y quieren hacer favores privados. La persistente preocupación por la generación de valor por parte de las empresas ha provocado que estas se empiecen a preocupar en contar con una estructura de dirección y control que les permita monitorear la generación de dicho valor y más cuando existen varios interesados (Marquina et al, 2016).

La transparencia no es un fin, sino un medio para lograr un entorno de confianza dentro de las organizaciones (Cabrera, 2008).

La transparencia corporativa es una política del gobierno corporativo de una empresa, que tiene como principal requisito informar a la sociedad sobre sus actividades comerciales y financieras, sus resultados y su contribución a la sociedad a través de la Responsabilidad Social Empresarial, (Díaz, 2018).

Estudios como los de Ruiz Lozano et al. (2008) y Alejos, (2015), señalan que la transparencia acarrea a las organizaciones para adoptar prácticas de responsabilidad social, optimizando la creación de valor compartido e informar acertadamente sobre las mismas a los *stakeholders*.

En ese contexto, cada vez más las empresas informan sobre su desempeño a sus partes interesadas, en temas relacionados a sus buenas prácticas, resultados financieros y económicos y contenido de impacto social y ambiental (Mañas & Montes, 2016).

Hess, (2008) indica que la transparencia corporativa es doble (a) comunicar la realidad de la organización a todas las partes interesadas buscando un dialogo bidireccional y de confianza, (b) que a través de la transparencia la empresa incremente y asegure su desempeño social. Así mismo considera que la transparencia es un pilar importante, puesto que da a conocer la información necesaria mermando la asimetría de poder y promoviendo un dialogo de calidad. Del mismo modo ayuda a que las empresas puedan mejorar sus políticas y lograr un cambio más responsable, con esto se genera un ciclo de acción.

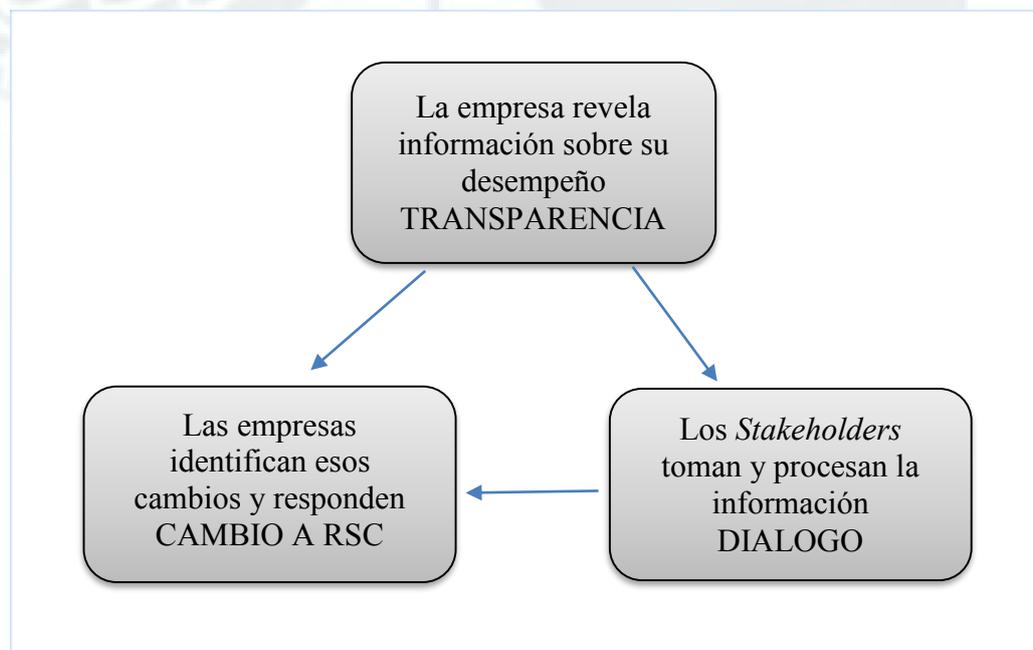


Figura 3. Ciclo de la Transparencia
Fuente: (Hess, 2008)

Se ha identificado diferentes conceptos sobre transparencia corporativa que ayudaran a elaborar el índice de transparencia de una determinada industria, para lo cual se cuenta con diferentes definiciones de transparencia propuestas por diversos autores y citas académicas de los últimos años.

Tabla 3

Definición de conceptos de transparencia.

N°	Año	Definición de Transparencia	Autor (es)
1	2009 2014	La transparencia en el entorno organizacional significa que la empresa tiene la disposición de informar sobre su situación actual, de que decisiones se toman y por quienes son tomadas.	Alonso Arredondo
2	2003 2004	Disponibilidad de información general de carácter relevante y confiable sobre el desempeño anual, estados financieros, oportunidades de inversión, gobernanza corporativa, valor económico y riesgo de las compañías que cotizan en los mercados bursátiles	Bushman & Smith
3	2004 2015	La transparencia corporativa se refiere al nivel de divulgación de información específica de una empresa a aquellos ajenos a la misma, constituyéndose en un factor determinante en la eficiente asignación de recursos y el crecimiento de la economía.	Bushman, Piotroski, & Smith en Briano & Saavedra
4	2004	Promueve la interacción de una compañía con sus <i>stakeholders</i> mediante eventos, hechos relevantes y desempeño verificables sobre sus bienes y operaciones con el objetivo de crear confianza, busca que los grupos de interés puedan evaluar y juzgar el desempeño de la organización en base a la información clara para impactar de forma positiva en la reputación de una compañía.	Piechocki
5	2006	La transparencia sobre el gobierno corporativo es la disponibilidad de información sobre gobernanza a aquellos que están fuera de la empresa	Bhat, Hope, & Kang.
6	2008	Intención de carácter voluntario de una compañía para hacer pública información a través de una comunicación abierta donde brinda detalles de la situación actual de la organización a sus diversos <i>stakeholders</i> .	Cabrera

Tabla 3
Definición de conceptos de transparencia. (Continuación)

N°	Año	Definición de Transparencia	Autor (es)
7	2010	Práctica estándar que consiste en divulgar información corporativa con los <i>stakeholders</i> .	Chiang
8	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 & Naurin
9	2011	Es una fuente de credibilidad para que los inversionistas obtengan toda la información necesaria para tomar una decisión.	Cerse
10	2011 2014	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 & Arredondo.
11	2014	Herramienta que reduce el nivel de corrupción, incrementa el comportamiento ético y la imagen de la empresa. Un buen comportamiento ético puede ayudar a construir la imagen de una empresa.	OCDE
12	2016	La transparencia corporativa se puede definir como una poderosa arma para combatir los males que caracterizan a las sociedades actuales, entre ellos podemos mencionar a la corrupción y a la dejadez de las instituciones por los grupos de interés.	Dabbagh.
13	2016	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 & Montes

2.3. Modelos de Transparencia Corporativa

Existen diversos modelos o índices de transparencia corporativa de diferentes autores, pero todos con un fin en común que es el de proteger los intereses de los inversionistas. Sin embargo, cada modelo maneja sus dimensiones y variables de forma personalizada algunos son aplicados a nivel país o región por lo que no existe un estándar general para poder medir la transparencia corporativa. En la mayoría de estos modelos la información obtenida es a través de las páginas web oficiales de las entidades a evaluar o plataformas similares, también existen entrevistas y encuestas.

En el Perú actualmente no existe un modelo oficial definido para la evaluación de transparencia, pero si existe la ley 27806 – ley de transparencia y acceso a la información pública, que desde el 2003 entro en vigencia con el propósito de promover la transparencia de la información y velar el derecho a revisar la información pública. Mediante esta ley se establece que las instituciones del estado peruano publiquen vía web información relacionada con los datos generales de la entidad, información de su presupuesto, temas de adquisición de bienes y servicios entre otros, lo que da indicios de que se está en camino de poder implementar un modelo oficial.

En la tabla 4 se detallan las dimensiones de los ocho modelos que se tomaron como referencia para el presente trabajo de investigación: (1) Modelo brasilero de medición de transparencia corporativa (Consoni & Colauto, 2016), (2) transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35 (Briano & Rodríguez, 2013) , (3) índice de transparencia corporativa de negocios de Chile (IdN, 2010), (4) índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado mexicano (Centro de Análisis de Políticas Públicas, 2019), (5) modelo Aid transparency index (Publish What You Fund, 2020), (6) modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR) (Białek-Jaworska, 2016), (7) ley N° 27806 – ley de transparencia y acceso a la

información pública y (8) la transparencia del gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina (Penfold, Oneto & Rodríguez, 2015).



Tabla 4
Modelos de índice de transparencia corporativa tomados como referencia para la presente investigación.

	Modelo Brasileiro de Medición de Transparencia Corporativa	Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35	Índice de Transparencia Corporativa de Negocios de Chile	Índice de Transparencia Corporativa para Empresas Productivas del Estado Mexicano	Modelo Aid Transparency Index	Modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR)	Ley N° 27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública	La Transparencia del gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina
	Visión de mercado	Información corporativa	Presentación y negocios	-----	-----	Información general	Disposiciones generales,	Marco legal y regulatorio
	Estrategia corporativa	-----	-----	Transparencia en la política de propiedad y objetivos de las EPE	Planeamiento organizacional y compromisos	-----	-----	-----
	Desempeño económico financiero	Información financiera / Relación con inversores	Información financiera	-----	Finanzas y presupuestos	Información financiera	Transparencia sobre el manejo de las finanzas públicas	Revelación de información
	-----	Gobierno corporativo	Gobierno corporativo	Transparencia del consejo de administración	Gobierno de datos	-----	Portal de transparencia	Dueño estatal identificable
	-----	-----	Información para el inversionista	-----	-----	Información de accionistas	-----	Trato equitativo a accionistas minoritarios
Dimensiones	-----	-----	-----	Transparencia en asociaciones para proyectos productivos con el sector privado	Información sobre proyectos	-----	Acceso a la información pública del estado	-----
	-----	Información corporativa	RSE y RSA	Transparencia de las relaciones con los actores interesados y responsabilidad empresarial	-----	-----	-----	-----
	Aspectos operacionales	-----	-----	Transparencia de la organización, operación y resultados de las EPE	-----	-----	-----	-----
	-----	-----	Misceláneos	Las empresas públicas en el mercado	-----	Información suplementaria	-----	El directorio
	-----	-----	-----	-----	Rendimiento	-----	-----	-----

Ventajas de los modelos. Después de revisar las características de cada modelo podemos decir que los ocho modelos consideran como una de las dimensiones a la información brindada por los indicadores financieros, así como el acceso a toda la información que es factible conseguirla en los portales web, seguido por la información estratégica como la misión y visión. También se tiene los modelos de Brasil, Chile y México quienes evalúan la responsabilidad social como un pilar clave en su modelo de transparencia. Otra ventaja importante de los modelos IBEX 35, Chile, México, Aid Transparency Index, Ley 27806 y América latina es la evaluación de información referente al gobierno corporativo, que es un pilar fundamental al momento de evaluar la transparencia corporativa en las empresas. En la Tabla 5 se muestra las ventajas de cada modelo analizado.

Tabla 5
Ventajas de los modelos de ITC tomados como referencia para el presente trabajo de investigación.

Ventajas	Brasil	IBEX 35	Chile	México	Aid Transparency Index	CiFAR	Ley N° 27806 - Perú	América Latina
La Responsabilidad social Corporativa está considerada como un índice de medición	X		X	X				
El modelo evalúa la información estratégica como la misión y visión	X	X	X	X		X	X	X
Está enfocado en la información que brindan los Indicadores Financieros	X	X	X	X	X	X	X	X
Evalúa el gobierno corporativo como pilar fundamental		X	X	X	X		X	X

Tabla 5

Ventajas de los modelos de ITC tomados como referencia para el presente trabajo de investigación. (continuación)

Ventajas	Brasil	IBEX 35	Chile	México	Aid Transparency Index	CiFAR	Ley N° 27806 - Perú	América Latina
Considera su evaluación del mercado, así como su impacto.	X				X			
Información sobre la bolsa de valores en la que cotiza		X				X		
Se analiza la estrategia corporativa de la empresa, como la creación de valor	X			X	X	X		
Evalúan la información que se presenta a los accionistas			X			X		X
Analiza la información sobre proyectos				X	X		X	
Información divulgada en el sitio web en inglés y español		X	X					
Recopilación de la información en sitio web	X	X	X	X	X	X	X	X

Desventajas de los modelos. Los ocho modelos tienen la desventaja en común que los modelos al momento de evaluar a las empresas ponen a la confidencialidad con mayor ponderación que la transparencia. Esto quiere decir que no se puede divulgar la información que afecte la imagen de la empresa y/o pueda servir a la competencia para imitar a la empresa, lo que puede sesgar la información al momento de su evaluación, generando esto un conflicto entre transparencia y confidencialidad, traducido en pérdida de objetividad al

momento de realizar la medición. En la tabla 6 se muestra las desventajas de cada modelo analizado.

Tabla 6

Desventajas de los modelos de ITC tomados como referencia para el presente trabajo de investigación.

Desventajas	Brasil	IBEX 35	Chile	México	Aid Transparency Index	CiFAR	Ley N° 27806 - Perú	América Latina
Al evaluar a las empresas la confidencialidad tiene mayor importancia que la transparencia	X	X	X	X	X	X	X	X
No considera el Gobierno corporativo como un pilar importante.	X					X		
No evalúa los aspectos de operación, como la ejecución de estrategias.		X	X		X	X	X	X
No analizada la estrategia corporativa de la empresa.		X	X			X	X	X
No considerada como un pilar importante la responsabilidad social para la evaluación de los indicadores.		X			X	X	X	X
El modelo solo se aplica empresas que cotizan en bolsa.		X						
No evalúa la información que se presenta a los accionistas.	X	X		X	X		X	

a) Modelo brasileiro de medición de transparencia corporativa.

Brasil es una de los países con una economía emergente en el mercado Latinoamericano, la OCDE emitió algunos principios de los cuales destacan la “divulgación de datos y transparencia” con el objetivo de comprender la información divulgada en Brasil. Una de las herramientas más utilizada para evaluar la transparencia corporativa en las empresas es la construcción de índices de divulgación (García & Andrés, 2005). Para lo cual se debe de seleccionar los ítems que integran un índice de transparencia corporativa dependiendo del contexto y la naturaleza de cada país (Hossain & Hammami, 2009).

El modelo está elaborado en base a la información divulgada de forma voluntaria por las empresas y así poder comprender que información es obligatoria en Brasil (Consoni & Colauto, 2016). El modelo está conformado por 4 dimensiones y 27 subíndices. 1) visión general del mercado, 2) estrategia corporativa, 3) desempeño económico y financiero y 4) aspectos operativos. La apreciación se realiza considerando lo siguiente: (a) cuando no se tiene información a la respuesta de la pregunta es 0, (b) cuando la respuesta es a grandes rasgos de manera descriptiva es 1, (c) si la respuesta al ítem es clara concisa e informativa y de forma cuantitativa es 2. El modelo fue desarrollado en base a referencias nacionales e internacionales las cuales fueron aplicadas al mercado brasileño. (Tabla 7).

Tabla 7

Modelo brasileiro de medición de transparencia corporativa.

Dimensiones	Descripción del Índice	Subíndice
Visión de Mercado	Información relacionada a la administración y la dinámica económica del mercado en la que actúa la empresa	1. Análisis competitivo 2. Cuota de mercado 3. Principales tendencias 4. Influencia del gobierno
Estrategia Corporativa	Información relacionada a la estrategia corporativa para crear valor, además de la gestión de riesgos e información de la estructura	5. Planes y objetivos corporativos 6. Alineamiento de Objetivos y actividades. 7. Perspectivas de nuevas inversiones 8. Proyecciones de ventas

Tabla 7
 Modelo Brasileiro de medición de transparencia corporativa. (Continuación)

Dimensiones	Descripción del Índice	Subíndice
Desempeño Económico Financiero	Análisis de indicadores económico - financiero de la empresa. Incluidos parámetros como costo de capital resultados por unidad de negocio.	9. Ganancias
		10. Flujo de caja
Aspectos Operacionales	Acciones de la gerencia para ejecutar la estrategia. Actividades operativas de innovación, desarrollo de marca, relaciones con clientes y cadena de suministros	11. Inventario insumos o productos terminados.
		12. Cuentas por cobrar
		13. volumen de ventas
		14. Gastos administrativos
		15. Ganancias operacionales
		16. Costo de los bienes vendidos, productos o servicios
		17. Recaudación de recursos de terceros
		18. Recursos propios
		19. Rendimientos de acciones
		20. Indicadores globales (EVA, EBITDA, MVA)
		21. Costo de equidad
		22. Producción actual vs capacidad instalada
		23. Indicadores de eficiencia Operacional
		24. Dependencia de tecnología, proveedores
		25. Inversiones y desinversiones
		26. Recursos invertidos en capital humano
		27. Recursos invertidos en educación, cultura y desarrollo social.

Nota. Adaptado de "Voluntary disclosure in the context of convergence with International Accounting Standards in Brazil", por Consoni y Colauto, 2016, p. 664.

b) Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35.

Este modelo está basado en estudios desarrollados por Bonsón y Escobar en el año 2006, conteniendo 41 elementos en tres dimensiones 1) información de la empresa, 2) información financiera y relación con inversores, e 3) información sobre gobierno corporativo. (Briano & Rodríguez, 2013) la ponderación de las variables es dicotómica (valor de 1 o 0). Usa la información que es publicada en los sitios web de las empresas, por lo que

exige a las empresas que evalúa a difundir su información en sus portales web. También este modelo mide el gobierno corporativo que incluye la ética de la empresa, sus políticas e informes, dentro de las variables que evalúa este modelo está el nivel de deuda que tiene una relación indirecta con la transparencia. Este modelo presenta su mayor desventaja al evaluar solo a empresas que cotizan en bolsa, así como a no considerar información que no esté en sus portales web. (Tabla 8).

Tabla 8

Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35.

Dimensión	Subíndice
Información corporativa	1. Sitio web en inglés/castellano
	2. Perfil corporativo
	3. Estrategia
	4. Productos/Servicios/Negocios/Marcas
	5. Presencia/Cobertura/Subsidiarias
	6. Información sobre clientes
	7. Proveedores
	8. Calidad
	9. Innovación/Tecnología
	10. Comunidad/Medio ambiente
	11. Contactos/Mapa del sitio
	12. Recursos humanos
	13. Sala de prensa
	14. Responsabilidad social y sustentabilidad
Información financiera / Relación con inversores	1. Informe anual
	2. Informes trimestrales
	3. Cifras relevantes/Indicadores financieros
	4. Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)
	5. Servicios e información para los inversores
	6. Presentaciones corporativas
	7. Información bursátil
	8. Eventos relevantes/Noticias
	9. Bolsas de valores internacionales en las que cotiza

Tabla 8

*Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35.
(Continuación)*

Dimensión	Subíndice
Gobierno corporativo	1. Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta
	2. Políticas de gobierno corporativo
	3. Informes de Gobierno corporativo
	4. Asamblea de accionistas
	5. Composición del consejo de administración
	6. Compensación del consejo de administración
	7. Comités de apoyo (Auditoría)
	8. Comités de apoyo (Gobierno corporativo)
	9. Comités de apoyo (Nombramientos y remuneración)
	10. Comités de apoyo (Planeación y finanzas)
	11. Comités de apoyo (Otros)
	12. Equipo directivo
	13. Composición accionarial
	14. Estatutos sociales
	15. Derechos de los accionistas minoritarios
	16. Política de distribución de dividendos
	17. Ofertas públicas de adquisiciones
	18. Factores de riesgo

Nota. Adaptado de "Transparencia de la Información Corporativa en Internet de las Empresas del IBEX35", por Briano & Rodríguez, 2013, p. 10

c) Índice de transparencia corporativa de negocios de Chile.

El modelo desarrollado apoya la transparencia de la información corporativa como una herramienta necesaria que las compañías colocan para comunicar las acciones de valor añadido, y esto ayuda a reducir la incertidumbre de los inversionistas. El modelo consta de 81 atributos agrupados en seis dimensiones: (1) presentación de la empresa y sus negocios, (2) gobierno corporativo, (3) información financiera, (4) información para el inversionista, (5) responsabilidad social y ambiental y (6) misceláneos (IdN, 2010) (Tabla 9).

Tabla 9

Índice de transparencia corporativa de negocios de Chile.

Dimensión	Descripción de la dimensión	Subíndice
Presentación y negocios	Considera datos sobre la empresa sinopsis histórica, sus negocios fortalezas y cobertura comercial.	Historia corporativa Misión, visión, valores

Tabla 9
Índice de transparencia corporativa de negocios de Chile. (Continuación)

Dimensión	Descripción de la dimensión	Subíndice
Gobierno corporativo	Organización detallada de la compañía dueño, directorio, alta gerencia y reglas internas.	Estatuto social Remuneraciones del Directorio
Información para el inversionista	Todo aquello que un inversionista debe saber, desde los hechos esenciales hasta los planes estratégicos pasando por los dividendos, juntas de accionistas y la cotización bursátil.	Hechos esenciales Calendario de eventos Actas de juntas de accionistas
Información financiera	Los estándares contables, formatos de entrega supervisiones y periodicidad en la entrega de la información.	Memoria Anual EE.FF. trimestrales
RSE y RSA	Incluye todo lo referente a políticas de crecimiento sustentable, tanto en lo social como en lo ambiental.	Memoria de sustentabilidad Desempeños
Misceláneos	Herramientas que facilitan la búsqueda y comprensión de la información.	Contáctenos Otros idiomas

Nota. Adaptado de "Índice de Transparencia Corporativa ITC 2010", por Inteligencia de Negocios, 2010, p. 9 (<https://comunicaciones.udd.cl/mediatica/files/2011/12/Estudio-Transparencia-Corporativa-2010.pdf>)

d) Índice de transparencia corporativa para empresas del estado mexicano.

Se evalúa a partir de la información brindada por las empresas productivas del estado (EPE) de forma voluntaria, con el objetivo de generar mayor valor económico a través de la confianza que esto genera para los inversionistas (Centro de Análisis de Políticas Públicas, 2019). El modelo consta de 6 directrices, 19 categorías y 50 variables de transparencia corporativa, la verificación se realiza en base a la información disponible en los portales de internet de las empresas productivas del estado (EPE) mexicanas durante el año 2018 información corroborada y ampliada por portales web oficiales de PEMEX y CFE (Tabla 10).

Tabla 10
Índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado mexicano.

Dimensión	Subíndice
Transparencia en la política de propiedad y objetivos de las EPE	Misión, objetivo y prioridades de las EPE Actividades comerciales y no comerciales Política de propiedad del Estado
Transparencia de la organización, operación y resultados de las EPE	Estructura y organización interna de la EPE Desempeño de la EPE (Incluye objetivos, indicadores de desempeño e informes financieros) Compras públicas Separación entre funciones del Estado como dueño y regulador Imparcialidad en la procuración de justicia
Las empresas públicas en el mercado	Difusión de financiamiento de banca privada y pública Transferencias del gobierno federal o gobiernos subnacionales Contratos o asignaciones celebrados entre las EPE y gobierno en todos sus niveles (federal, estatal, municipal)
Transparencia en asociaciones para proyectos productivos con el sector privado	Asociaciones sociedades, convenios, proyectos de producción compartida con sector privado
Transparencia de las relaciones con los actores interesados y responsabilidad empresarial	Relaciones con acreedores, deudores, trabajadores y comunidades afectadas (Responsabilidad social empresarial) Sistema de Control Interno Política de ética e integridad corporativa Política y mecanismos anticorrupción
Transparencia del Consejo de Administración	Información relacionada con quién integra el Consejo de Administración Información relacionada con cómo opera el Consejo de Administración Información relacionada con las decisiones de cómo opera el Consejo de Administración

Nota. Adaptado de "Índice de Transparencia Corporativa para empresas productivas del estado – Rendición de cuentas y generación de valor en PEMEX y CFE0", por Centro de Análisis de Políticas Públicas, 2019 (<https://www.mexicoevalua.org/mexicoevalua/wp-content/uploads/2019/05/IndiceTransparenciaEPE.pdf>)

e) Modelo Aid transparency index.

El modelo propuesto tiene como objetivo evaluar la transparencia de las principales organizaciones del mundo, alentando el progreso de aprendizaje entre sus pares y para crear conciencia de la transparencia de los datos (Publish What You Fund, 2020). El modelo consta

de 34 sub dimensiones agrupados en cinco dimensiones: (1) Planeamiento Organizacional y Compromisos, (2) Finanzas y presupuestos, (3) Información sobre proyectos, (4) Gobierno de datos y (5) Rendimiento. (Tabla 11).

Tabla 11
Modelo Aid transparency index.

Dimensiones	Descripción	Sub dimensiones
Planeamiento Organizacional y Compromisos	Se refiere a los compromisos de transparencia que haya realizado la empresa, junto con la publicación de documentos de planificación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de Legislación 2. Accesibilidad 3. Organización estratégica 4. Informe Anual 5. Política de Asignación 6. Estrategia (País / Región) 7. Política de Adquisiciones 8. Auditoría
Finanzas y presupuestos	Se refiere a los datos publicados que permiten a cualquier persona hacer un seguimiento del dinero de la empresa. Desde el presupuesto total de una organización hasta transacciones individuales para cada actividad de desarrollo.	<ol style="list-style-type: none"> 9. Presupuesto total 10. Presupuesto desglosado 11. Presupuesto por proyecto 12. Documentación financiera de los proyectos 13. Obligaciones de pago 14. Desembolsos y gastos 15. Gasto de capital
Información sobre proyectos	Se refiere a datos descriptivos, no financieros, sobre actividades de los proyectos.	<ol style="list-style-type: none"> 16 Título 17. Descripción 18. Fechas Planificadas 19. Fechas Actuales 20. Estado Actual 21. Datos de contacto 22. Sector 23. Ubicación 24. Implementador 25. Identificador

Tabla 11
Modelo Aid transparency index. (Continuación)

Dimensiones	Descripción	Sub dimensiones
Gobierno de datos	Se refiere a la naturaleza de los flujos, actividades y actores dentro de una empresa y la necesidad que los datos se vinculen entre sí.	26. Tipo de flujo 27. Tipo Aid 28. Tipo de financiamiento 29. Estado de Aid 30. Condiciones 31. Adquisiciones del proyecto
Rendimiento	Se refiere a datos y documentos que son esenciales para evaluar si un proyecto está o ha logrado sus objetivos de desarrollo, por ejemplo, revisiones y evaluaciones, objetivos y resultados	32. Objetivos 33. Evaluación del impacto del proyecto 34. Revisiones y evaluaciones

Nota. Adaptado de "2020 Aid Transparency Index", por Publish What You Fund, 2020, (https://www.publishwhatyoufund.org/wp-content/uploads/dlm_uploads/2019/11/2020-Index-Technical-Paper-1.pdf).

f) Modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR).

El modelo tuvo como objetivo identificar las determinantes de la divulgación de la información financiera de 227 empresas públicas que cotizan en la bolsa de Varsovia en Polonia entre los años 2010 a 2013, con la finalidad de brindar acceso a información confiable para los inversores. Analiza siete dimensiones que se construyen a partir de 86 variables (Białek-Jaworska, 2016) (Tabla 12).

Tabla 12
Modelo de índice de transparencia corporativa de CiFAR.

Dimensiones	Sub dimensiones
	1 Normas contables
	2 Estados financieros
	3 Detalles de la base de costos del 50% de inversiones a largo plazo
	4 Detalles del 21-50% de inversiones a largo plazo
	5 Detalles del 20% de inversiones a largo plazo
	6 Punto de partida para el estado de flujo de efectivo
	7 Costos de investigación y desarrollo Costos de pensión
	8 Razones para artículos extraordinarios
Política contable	9 Método de costo de inventario
	10 Método de adquisición
	11 Contabilidad de impuestos diferidos de buena voluntad
	12 Administrador externo de fondos de pensiones
	13 Arrendamientos financieros a largo plazo
	14 Método de conversión de moneda extranjera
	15 Ganancias / pérdidas de conversión de moneda extranjera
	16 Reservas discrecionales
	17 Intereses minoritarios
	18 Pasivos contingentes
	19 Balance general completo
	20 Activos corrientes separados de activos fijos
	21 Pasivo corriente separado del pasivo a largo plazo
	22 Capital contable separado del pasivo
	23 Separación de reservas no patrimoniales y reservas patrimoniales
	24 Ganancias retenidas
	25 Efectivo y equivalentes de efectivo
Hoja de balance	26 Cuentas por cobrar
	27 Inventarios
	28 Activos corrientes
	29 Activos fijos en el activo
	30 Fondo de comercio y otros activos intangibles
	31 Se pueden derivar
	32 Cambios en el patrimonio de los accionistas
	33 Asignación de ganancias retenidas

Tabla 12
 Modelo de índice de transparencia corporativa de CiFAR. (Continuación)

Dimensiones	Sub dimensiones
Información de accionistas	34 Dividendos por acción
	35 Ganancias por acción
	36 Número de acciones
	37 Múltiples acciones en circulación
	38 Valor nominal
	39 Dividendos totales
	40 Divisiones de acciones / Dividendos / Emisiones de derechos
	41 Precio de acciones
	42 Volumen de cotización en bolsa
	43 Volumen negociado
	44 Ganancias diluidas por acción
	45 Dividendos trimestrales / intermedios
	46 Cambios en el capital
	47 Dividendos diferentes para múltiples clases de acciones
Información general	48 Ganancias por Acción (EPS) para múltiples clases de acciones
	49 Composición significativa de los accionistas
	50 Composición de las acciones
	51 Dirección
	52 Teléfono
	53 Fax
	54 Telex Segmento de producto
	55 Segmento geográfico
	56 Información de gestión
	57 Información de subsidiarias
	58 Planes futuros
	59 Declaración del CEO
	60 Número de empleados
	61 Fin de año fiscal
Estado de resultados	62 Estado de resultados consolidado
	63 Costo de bienes vendidos
	64 Ventas completas del estado de resultados
	65 Costos de venta, generales y administrativos
	66 Ingresos de operación
	67 Ganancias / pérdidas cambiarias
	68 Ganancias / pérdidas extraordinarias
	69 Ingresos
	70 Gasto por impuestos
	71 Intereses minoritarios
	72 Ingresos netos declarados

Tabla 12
 Modelo de índice de transparencia corporativa de CiFAR. (Continuación)

Dimensiones	Sub dimensiones
Flujo de efectivo	73 Estado de flujo de efectivo completo
	74 Flujo de efectivo de operaciones
	75 Definiciones de fondos (flujo de efectivo)
	76 Estado de flujo de efectivo
Información suplementaria	77 Numerador de Ganancias por Acción
	78 Denominador de Ganancias por Acción
	79 Notas a las Cuentas
	80 Divulgación de Eventos posteriores
	81 Remuneración de Directores y Oficiales
	82 Costos de Investigación y Desarrollo
	83 Gastos de Capital
	84 Lista de Miembros de la Junta y Afiliaciones
	85 Exportaciones
	86 Resumen financiero.

Nota. Adaptado de "Determinants of Information Disclosure by Companies Listed on the Warsaw Stock Exchange in Poland", por Bialek-Jaworska, 2016, p.9.

g) Ley N° 27806 – ley de transparencia y acceso a la información pública.

En el Perú la ley de transparencia y acceso a la información pública entró en vigencia en julio de 2013, con la finalidad de que las actividades del estado se den de manera transparente y de forma pública. Los funcionarios públicos que incumplan con esta ley podrán ser denunciados penalmente.

La ley de transparencia y acceso a la información pública está compuesta a por: 1) disposiciones generales, 2) portal de transparencia, donde las empresas del estado deberán de difundir por internet su información de manera progresiva. 3) acceso a la información pública del estado, donde se menciona que toda persona tiene derecho a información de cualquier entidad pública y 4) transparencia sobre el manejo de las finanzas públicas, en este punto se crearon mecanismos para acceder a la información de carácter fiscal en la que un ciudadano puede ejercer una supervisión sobre las finanzas públicas.

De acuerdo con esta ley todas las entidades públicas del estado peruano deben de contar con un portal de transparencia en la cual puedan compartir información de la entidad como información sobre presupuestos, adquisiciones de bienes y servicios entre otros. Una desventaja es que muchas de las instituciones no cuentan con la infraestructura necesaria para poder cumplir con la ley. La publicación y difusión de la ley N° 27806 es un primer paso que ya dio el gobierno, demostrando con esto que se está en buen camino en aras de implementar un modelo oficial que pueda ser aplicado a la realidad nacional.

h) Transparencia de gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina.

Este modelo está basado en la información pública presentada en las páginas web de 105 empresas de propiedad estatal (EPE) de 13 países de América Latina (Penfold, Oneto & Rodríguez, 2015). El modelo se construyó en base a 5 pilares: 1) marco legal y regulatorio al cual están sujetas las EPE; 2) grado en que el representante de la propiedad ejerce su rol de manera efectiva; 3) existencia y trato equitativo de accionistas minoritarios (en caso que existan); 4) transparencia y revelación de información; y 5) conformación del Directorio. La ponderación de las variables es dicotómica (valor de 1 o 0) (Tabla 13).

Tabla 13

Transparencia de gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina.

Dimensión	Subíndice
Marco legal y regulatorio	Existe un regulador independiente y es diferente al dueño estatal.
	La empresa de propiedad estatal (EPE) está sujeta a derecho privado.
	La EPE no tiene beneficios especiales explícitos (beneficios impositivos, regulación diferenciada, préstamos a tasas especiales, entre otros).
	Publica su marco legal completo incluyendo ley de creación, estatutos sociales y otras leyes relevantes.

Tabla 13

Transparencia de gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina. (Continuación)

Dimensión	Subíndice
Dueño estatal identificable	<p>El dueño estatal está claramente definido en alguna instancia administrativa del estado. Aquí se incluyen ministerios, gobiernos subnacionales y unidades de control de la propiedad.</p> <p>El accionista estatal está especializado. Incluye a las diferentes unidades administrativas encargadas de las áreas de gestión económica y planificación financiera del estado, así como a los ministerios o unidades subnacionales encargadas del área de negocio en la cual se desempeña la EPE.</p>
Trato equitativo a accionistas minoritarios (este pilar está limitado a aquellas empresas que poseen accionistas minoritarios, sean públicos o privados)	<p>Revela la composición accionaria de la empresa.</p> <p>Publica un documento con los derechos y obligaciones de los accionistas minoritarios.</p>
Revelación de información	<p>Tiene auditorias con una frecuencia por lo menos anual.</p> <p>Tiene auditores externos.</p> <p>Publica estados financieros con notas del último período.</p> <p>Publica su plan estratégico.</p> <p>Publica informe de gestión anual del último período.</p> <p>Publica un documento con los lineamientos para la presentación de resultados e información financiera.</p> <p>Publica su código de buen gobierno corporativo.</p> <p>Publica otros informes de gestión (como, por ejemplo, impacto social o ambiental de la EPE).</p> <p>Emplea normas contables internacionales.</p> <p>Incluye sección de contacto, bien sea telefónico o vía Internet.</p>

Tabla 13

Transparencia de gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina. (Continuación)

Dimensión	Subíndice
El Directorio	<p>Los integrantes del directorio no están prefabricados, es decir, no son designados como directores por los otros puestos que ocupan en la administración pública.</p> <p>En caso de que exista asamblea de accionistas, ésta debe nombrar a la junta directiva. De lo contrario, el propietario indicado en el segundo pilar debe ser el encargado de elegir a los directores.</p> <p>Se incluyen requerimientos explícitos para la selección de directores (edad, nacionalidad, antecedentes penales y comerciales, experiencia laboral, nivel educativo, entre otros)</p> <p>No plantea mecanismos de remoción para los miembros de la junta directiva sin una causa justificada</p> <p>Especifica la duración de los directores en su cargo, y si pueden ser reelectos luego de vencido este período.</p> <p>El directorio es de nombramiento escalonado, es decir, es renovado parcialmente en intervalos de tiempo preestablecidos.</p> <p>Publica los miembros del directorio</p> <p>Publica los perfiles reducidos de los directores.</p> <p>Publica explícitamente el reglamento del directorio.</p> <p>Posee al menos un director independiente</p> <p>El gerente general o presidente ejecutivo es nombrado por el directorio</p> <p>Un máximo de dos personas ocuparon el cargo de gerente general entre junio de 2009 y junio de 2014.</p>

Nota. Adaptado de “La Transparencia del gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina”, por Penfold, A Oneto & G Rodríguez. 2015, (<https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/767/CAF%20N20%20FINAL%20con%20cambios%20adicionales.pdf?sequence=5&isAllowed=y>).

2.4. Buenas Prácticas en el Sector Financiero no Bancario.

Debido al rol tan importante que representan las entidades financieras no bancarias en la economía, el público y el mercado tienen un alto grado de sensibilidad a los problemas que pueden surgir por deficiencias de buenas prácticas generando objetivos e intereses no alineados y hasta contrapuestos con las de los *stakeholders*. De esta manera las buenas prácticas en el sector financiero no bancario tienen como objetivo la transparencia de la

información, la integridad de las instituciones, la protección a sus clientes y los lineamientos para un gobierno corporativo responsable. La integridad de los productos financieros que ofrecen, buscan reforzar la confianza entre los *stakeholders*, para generar valor económico a las empresas y por consiguiente contribuir al crecimiento del país.

Actualmente en el sector financiero no bancario existen diferentes organizaciones internacionales dedicadas a promover la implementación de buenas prácticas, aplicando distintos lineamientos con la finalidad de propiciar mayor integración y lograr sinergias en la mejora del sector. En el presente documento se ha identificado y considerado tres programas de organizaciones que marcan la pauta dentro de este medio como son: a) Smart Campaign, b) Microfinance Information Exchange (MIX), y c) Fundación Microfinanzas BBVA. Las que han elaborado estándares de medición y certificación que apuntan a diferentes aspectos importantes en su desarrollo, los mismos que son considerados muy relevantes para la presente investigación.

a) Smart Campaign.

Smart Campaign, es un esfuerzo internacional que reúne a expertos de todo el mundo en las microfinanzas, los cuales están comprometidos con la protección del cliente buscando que las instituciones brinden servicios financieros transparentes y respetuosos mediante un código común de conducta que incluye siete principios básicos. Estos principios de protección al cliente son estándares mínimos que establecen una relación con el cliente y las instituciones del sector microfinanzas (Smart Campaign).

Desde el 2010 Smart Campaign, viene trabajando en el desarrollo de un programa de certificación de protección al cliente, este programa permite a las Instituciones Micro financieras (IMFs), cumplir con los estándares mínimos que se requieren, desarrollando herramientas y recursos necesarios para todos los involucrados. Este modelo de evaluación

está compuesto por 7 principios y 25 estándares, los que se detallan en la Tabla 14 que se presenta a continuación.

Tabla 14
Principios de evaluación de Smart Campaign.

Principios	Estándares
	La institución financiera ofrece productos y servicios que estén adaptados a las necesidades de los clientes.
Diseño y distribución adecuada de productos	La institución financiera monitorea la idoneidad de los productos y servicios que ofrece y sus canales de distribución. Se implementa una política y un proceso documentado para prevenir las técnicas de venta agresivas y la firma forzada de contratos.
Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera tiene una política sólida y un proceso bien documentado para la aprobación de préstamos y toma decisiones de manera estandarizada, basándose en información documentada y con un criterio sistemático. La institución financiera utiliza información del informe de crédito (historial crediticio) de sus clientes, siempre que esté disponible en los mercados donde opera. La gerencia superior y el consejo directivo de la institución financiera monitorean el mercado y toman medidas preventivas en los casos donde existe un mayor riesgo de sobreendeudamiento. La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable. La institución financiera incentiva al personal a aprobar préstamos de calidad.
Transparencia	Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de todos los productos. La institución financiera se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de canales adecuados. La institución financiera adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda todo y para apoyar las decisiones que éste tome. La institución financiera se gestiona de manera sostenible para ofrecer servicios a largo plazo.
Precios responsables	La política de precios de la institución financiera fue generada tomando en cuenta el interés superior de sus clientes. Los índices financieros de la institución financiera no indican problemas con los niveles de precios. (Si sus niveles están fuera de los rangos recomendados, se requiere que la IF presente una explicación válida que justifique los niveles más altos).

Tabla 14
Principios de evaluación de Smart Campaign. (Continuación)

Principios	Estándares
Trato justo y respetuoso de los clientes	<p>La institución financiera promueve y refuerza el trato justo y respetuoso de los clientes en línea con un código de conducta institucional.</p> <p>La institución financiera tiene políticas y procesos documentados para evitar la discriminación contra las categorías protegidas al aprobar clientes y al establecer sus términos y condiciones.</p> <p>El personal de la institución financiera y sus agentes de cobranzas cobran los préstamos de manera apropiada.</p> <p>La institución financiera tiene sistemas efectivos para prevenir y detectar el fraude.</p> <p>Las reclamaciones de seguros se procesan de manera eficiente, justa y oportuna.</p> <p>La gerencia y supervisión de la institución financiera apoyan el trato justo y respetuoso de los clientes.</p>
Privacidad de los datos del cliente	<p>Los datos de los clientes se resguardan de manera segura y confidencial.</p> <p>Se informa a los clientes sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para el uso de sus datos.</p> <p>La institución financiera implementa un sistema efectivo para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes.</p>
Mecanismos para la resolución de quejas	<p>La institución financiera informa a sus clientes sobre su derecho a quejarse y cómo presentar una queja.</p> <p>La institución financiera usa la información de las quejas de manera sistemática para gestionar sus operaciones y mejorar la calidad de sus productos y servicios.</p>

Nota. Adaptado de “Estándares de certificación en protección al cliente”, por Smart Campaign. 2016, (<https://www.smartcampaign.org/certificacion/estandares-de-certificacion>).

Para efectuar la certificación, Smart Campaign autoriza a agencias de calificación de microfinanzas expertas y reconocidas por sus contribuciones al desarrollo en el proceso de certificación y su habilidad para cumplir con estándares de licenciamiento. Estas agencias son seleccionadas por su experiencia mundial en evaluación de MFI y sus conocimientos en protección del cliente. En la actualidad las agencias autorizadas son las siguientes: (a) Micro-credit Rating International Ltd. www.m-cril.com, (b) MF Rating. Web: www.mf-rating.com, (c) Micro Rate. Web: www.microrate.com, (d) EBS Advisory. Web: <http://www.ebsadvisory.com/>, (e) Saway Desarrolladores de Éxito. Web:

<http://saway.com.pe/>, (f) M2I Consulting. Web: www.m2iconsulting.com y (g) Inclusion Social Ratings. Web: www.inclusionsocialratings.org

Smart Campaign otorga una certificación de protección al cliente por un periodo de 4 años la cual a los dos años de ser concedida debe pasar por una auditoria de vigilancia obligatoria para mantenerla. Las entidades financieras pueden emplear la certificación para promocionar y posicionar a su organización como una institución que se enfoca en la protección al cliente, de manera confiable y socialmente responsable. Asimismo, se les autoriza a exhibir el sello de certificación mostrado en la Figura 4. en su página web y documentos que consideren.



Figura 4. Ejemplo de sello de certificación de protección a clientes
Fuente: <https://www.smartcampaign.org/certification>

A nivel mundial desde 2012 más de 120 instituciones financieras han sido certificadas por Smart Campaign, en la figura 5 se muestran las entidades que fueron acreditadas recientemente.

	AFK Microfinance Kosovo	Kosovo	ONG	Jun-20 *Checked in Marzo 2018* Oct-15
	ENDA Tamweel	Túnez	IFBN	Jun-20
	Banco Finca Ecuador	Ecuador	Banco	*Checked in Mayo 2020* Abr-18
	Cooperativa Andalucía	Ecuador	COAC	Mar-20
	Finca Jordan	Jordán	IFBN	Feb-20
	Kashf Foundation	Pakistán	IFBN	Feb-20
	Finsocial	Colombia	IFBN	Feb-20
	SAFCO	Pakistán	IFBN	Ene-20
	Al Majmoua	Libano	IFNB	Dic-19
	Mibanco	Perù	IFNB	Dic-19
	DBACD	Egipto	ONG	Dic-19
	Muthoot Microfin	India	IFNB	*Checked in Diciembre 2019* May-17
	Bayport Financial Services	Botsuana	Payroll micro-lender	Nov-19 *Checked in Enero 2018* Mar-15
	Banco Pyme Ecofuturo S.A.	Bolivia	Banco	Nov-19
	Imon International	Tayikistan	IFNB	*Checked in Noviembre 2019* May-17 Nov-14
	COAC Ambato	Ecuador	COAC	Oct-19
	Kushhali Microfinance Bank	Pakistán	Banco	*Checked in Octubre 2019* Jul-17
	FINCA Bank Kyrgyzstan	Kirguizstán	Banco	*Checked in Octubre 2019* Jul-17 Dic-14
	Kompanion Bank	Kirguizstán	Banco	*Checked in Octubre 2019* Abr-17
	Asian Credit Fund	Kazajstán	IFNB	*Checked in Octubre 2019* Ago-17

Figura 5. Últimas organizaciones certificadas por Smart Campaign

Fuente: www.mf-rating.com

b) Fundación BBVA Microfinanzas.

Dentro del marco de responsabilidad social corporativa del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA) se creó la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) que es una organización sin fines de lucro, la cual fue creada para poner toda la experiencia bancaria del BBVA al servicio de personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad. (Fundación BBVA Microfinanzas)

La FMBBVA tiene como finalidad el desarrollo sostenible de personas con actividades productivas en vulnerabilidad, brindando servicios financieros, capacitaciones técnicas y acompañamiento dirigidos a mejorar su situación económica. Mediante la capacitación en educación financiera que permita acumular ingresos de manera sostenible, planificando sus gastos y evitando el sobreendeudamiento.

La fundación Microfinanzas BBVA en Perú mediante la Financiera Confianza ha atendido al 2019 a 579,578 clientes de los cuales 274,356 son colocaciones directas, 71% de ellos son personas en estado de vulnerabilidad es decir con ingresos menores a 10 dólares al día y de los cuales un 55% son mujeres.

Se han obtenido resultados tangibles como que un 51% haya mejorado su nivel de renta después de haber accedido a sus créditos, y que un 8% ha mejorado las condiciones de su vivienda luego de 2 años de relación con la institución (Informe FMBBVA, 2019).

Uno de sus principales objetivos es apoyar a las mujeres emprendedoras mediante una oferta de valor dividido en tres programas que son: (a) Palabra de Mujer, con créditos que van desde los 300 soles a 7000 soles a grupos de mujeres en estado de vulnerabilidad que ya se encuentran realizando actividades económicas, (b) Mujer Segura, que es un beneficio para las mujeres que están en el programa Palabra de Mujer, ofreciéndoles un seguro oncológico gratuito que tiene una cobertura de entre mil soles y 7 mil soles para clientas con diagnóstico de cáncer al útero o mamas y (c) Conéctate, que a través de una alianza con la ONG CARE,

brindan educación financiera a 2,200 mujeres para que puedan ser incluidas en el sistema financiero en un corto plazo.

Otra de las iniciativas de la institución es la sostenibilidad medioambiental, que apoya a sus clientes mediante programas como microfinanzas para la adaptación basada en ecosistemas, cuyo objetivo es capacitar a los emprendedores para la implementación de nuevas tecnologías. Logrando así que se promueva la mitigación y adaptación al cambio climático, mediante el uso responsable del agua, eficiencia energética, gestión adecuada de materias primas y residuos, así como soluciones de movilidad sostenible.

Todo lo antes mencionado es el resultado de la aplicación de un modelo de buenas prácticas que se vienen siguiendo las empresas que forman parte de este grupo, y que debería ser tomado en cuenta como indicadores dentro del presente estudio al tener relación directa con el sector financiero no bancario (Tabla 15).

Tabla 15
Pilares de evaluación de la fundación BBVA Microfinanzas.

Pilar	Indicador
Objetivos de Desarrollo Sostenible	Fin de la pobreza
	Hambre cero
	Educación de calidad
	Igualdad de género
	Agua limpia y saneamiento
	Trabajo decente y crecimiento económico
	Reducción de la desigualdades
	Ciudades y comunidades sostenibles
	Acción por el clima
	Paz, justicia e instituciones solidas
Alianzas para lograr los objetivos	
Digitalización e innovación tecnológica	Organización y Planeación
	Talento
	Nuevas capacidades
	Experiencia de cliente
	Modelo de negocio
	Modelo de distribución

Tabla 15
Pilares de evaluación de la fundación BBVA Microfinanzas. (Continuación)

Pilar	Indicador
Empoderamiento de la mujer	Compromiso con la equidad interna de género. Empoderamiento económico
Medición de Impacto social	Universo de análisis Variables financieras Excedente per cápita mensual o “renta” Renta relativa a la Línea de Pobreza Vulnerabilidad económica Línea de vulnerabilidad (tres veces la Línea de Pobreza)
Medición de Impacto social	Evolución de datos financieros y variación del segmento de pobreza Segmentación de clientes con mejor desempeño. Análisis multivariante de la salida y entrada en la pobreza Retención de clientes Recurrencia Indicadores de generación de empleo TCAC y TAM Clientes Core/no-Core de ahorro Análisis sobre acumulación de activos del negocio
Sostenibilidad medioambiental	Riesgo frente al cambio climático Huella ambiental (Atención al cliente) Educación, Alianzas, Certificaciones verdes
Gobierno corporativo	Talleres de buen gobierno Revista de actualidad jurídica, progreso Código de gobierno corporativo para instituciones micro financieras
Capital humano	Cultura Becas Campus micro finanzas

Nota. Adaptado de “Desarrollo del sector” por Fundación BBVA Microfinanzas (<http://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/desarrollo-del-sector/>).

c) Microfinance Information Exchange (MIX).

Las tecnologías digitales están cambiando la cara de los servicios financieros.

Encuestas globales como Global Findex han documentado la contribución de los servicios

financieros digitales (DFS) a los esfuerzos de inclusión financiera. MIX fue fundada en 2002, con el objetivo de ser un socio de datos confiables para inversionistas socialmente responsables.

MIX también está encargada de recopilar datos para formular estándares comunes que permitan obtener y mostrar información transparente que ayude a desbloquear flujos de capital para poder cerrar la brecha financiera que se genera en los sectores desatendidos y así alcanzar un crecimiento sostenible en el sector. Así mismo MIX creó y probó una metodología para medir los flujos de financiación para la inclusión financiera digital, que permitirá a los financiadores mejorar las asignaciones de cartera e introducir asociaciones estratégicas que maximicen la escala y el impacto.

El objetivo de MIX es analizar los datos para capacitar a los responsables de la toma de decisiones (inversores socialmente responsables, responsables de políticas y proveedores de servicios financieros) para construir un ecosistema de servicios financieros inclusivo. Socios que conforman los proyectos mediante la financiación que permite diseñar, desarrollar y ofrecer iniciativas de datos catalíticos para una financiación inclusiva.



Figura 6. Socios que conforman los proyectos de financiación de MIX

Fuente: <https://www.themix.org/our-partners>

Microfinance Information Exchange basa sus evaluaciones en cuatro pilares detallados en la tabla 16.

Tabla 16

Pilares de evaluación de Microfinance Information Exchange.

Pilar	Indicador
Clientes y Crecimiento	Total, de usuarios
	Usuarios activos
	Inversión a la fecha
	Lista de todas las inversiones por nombre del inversor y tipo de inversión.
Rentabilidad	Número de empleados
	Ingresos promedio por cliente
	Costo promedio por cliente
	Costo por adquisición (CPA)
	Valor de vida de un cliente
Potencial de escala	Pista de efectivo
	La investigación documentada del lado de la demanda está disponible
	Contratos establecidos con socios relevantes
	Han recibido un premio o reconocimiento 1 o más miembros del equipo de liderazgo son mujeres
	Porcentaje de agentes que son mujeres
Gestión de riesgos y protección del consumidor	Participa en un centro de incubación o programa acelerador
	Existen mecanismos para el consentimiento informado
	Los clientes pueden revocar el consentimiento para ciertos usos
	Los términos se comunican en un lenguaje claro para todos los usuarios
	Existen mecanismos para la reparación y el agravio
	Existen métodos para recopilar y utilizar sistemáticamente los comentarios de los clientes.
	Los clientes pueden solicitar acceso a sus datos
Los clientes pueden portar sus datos cuando terminan la relación con la empresa o el producto	
Almacenamiento seguro de datos documentados y prácticas de transferencia internas de la empresa	
Quejas y reclamos documentados de clientes	

Nota. Adaptado de "Data Standards for Inclusive Fintech" por MIX (<https://drive.google.com/file/d/1QmXTrnbQ1B4D8C7O1Tgz5HXNTJ5Quhvq/view?ts=5d55459c>).

MIX ha implementado el recurso de datos global para inversores enfocado en finanzas inclusivas con el premio Fintech 50. Esta iniciativa global apoya a los inversores a identificar empresas con alto potencial para atraer capital y recursos necesarios para poder crecer. Esta competencia presenta nuevos modelos de negocio con productos viables que están listos para la inversión. Los ganadores demuestran el dominio de la tecnología financiera para propagar acceso a los servicios financieros en los mercados avanzados y emergentes. Seguidamente se detalla algunos de los ganadores del premio en Fintech 50 Inclusivo 2019 por categoría de productos:



	<p>4Tech Fintech Pais: Estados Unidos Producto: Creditos</p> <p>4Told reduce los costos administrativos y los riesgos de incumplimiento para bancos comunitarios, cooperativas, instituciones de microfinanzas y otros mediante la inserción de inteligencia artificial en la cadena de valor de los préstamos. El 86 por ciento de los préstamos de sus socios institucionales se originan digitalmente, la mayoría de los cuales se procesan en menos de tres minutos. Hasta la fecha, 6.500 clientes finales en Colombia han recibido fondos a través de la clientela de 4Told.</p>
	<p>ACRE África Pais: Kenia Producto: Seguros</p> <p>vincula a los pequeños agricultores en Kenia, Ruanda y Tanzania con productos de seguros agrícolas, ganaderos e indexados para protegerse contra el clima impredecible. Ha adquirido una gran base de clientes mediante el uso de una plataforma fuera de línea donde la recolección de primas y reclamos por partes se basan en tarjetas de rascar y dinero móvil. A través de datos alternativos como rutas GPS, A partir de 2018, más de 1,700,000 agricultores habían asegurado acumulativamente más de USD \$ 181 millones en activos contra una variedad de riesgos climáticos.</p>
	<p>Celcoin Pais: Brasil Productos: Pagos y Remesas</p> <p>transforma los teléfonos inteligentes de los comerciantes en terminales de pagos multiservicio, abriendo nuevas fuentes de ingresos para estos pequeños minoristas. Los comerciantes pueden usar Celcoin para recibir pagos de facturas, vender recargas, compras en línea, boletos de transporte y otros servicios financieros en nombre de sus clientes, Celcoin tiene como objetivo compensar el efecto de miles de cierres de sucursales bancarias en los dos últimos años, también está reduciendo, a cero, el capital requerido para convertirse en corresponsal de un banco móvil, mientras que los comerciantes experimentan un aumento de ingresos promedio de 5 a 20 por ciento. Después de dos años en funcionamiento, Celcoin tiene 16,000 agentes activos en todo Brasil que procesan 2 millones de transacciones para más de 1 millón de usuarios finales</p>
	<p>Blockbonds Pais: Noruega Producto: Ahorro y Gestion Financiera</p> <p>Cualquier usuario de teléfono inteligente con conectividad puede acceder a una cuenta bancaria en un minuto. Para desplegar la cuenta bancaria móvil, Blockbonds proporciona su infraestructura SPENN a un banco asociado en el país. El dinero que está en circulación en las diferentes cuentas de usuario en el sistema SPENN se agrupa y deposita en una cuenta flotante con el socio bancario, que puede generar un retorno sobre el capital.</p>
	<p>BASIX Sub-K Pais India Producto: Infraestructura</p> <p>Sub-K crea una infraestructura operativa de alta tecnología para brindar servicios financieros significativos (crédito, pagos, remesas y ahorros) como un socio de canal para las instituciones financieras en India. desarrolló un modelo ligero de capital y una amplia cobertura de distribución a través de una plataforma tecnológica interna que se integra con los sistemas bancarios centrales de las instituciones financieras; La plataforma también se instala en los dispositivos de los agentes rurales y periurbanos para atender a los clientes finales. Hasta la fecha, Sub-K ha facilitado alrededor de USD \$ 500 millones en préstamos y USD \$ 200 millones en ahorros desde el inicio, impactando a más de 2 millones de hogares de bajos ingresos, incluido 1 millón de mujeres y 10,000 MIPYME.</p>

Figura 7. Ganadores del premio en Fintech 50 Inclusivo 2019

Fuente: <https://www.inclusivefintech50.com/winners#infrastructure>

2.5. Resumen

Hoy en día la transparencia corporativa gana más terreno día a día debido a que los *stakeholders* se informan más a detalle sobre las actividades de las empresas, al igual que los accionistas y los trabajadores de las distintas empresas que quieren estar informados.

La transparencia corporativa se basa en informar a la sociedad los puntos que crean valor para la empresa, y como se diferencian de las demás, permitiendo esto despejar las dudas que pudieran tener los inversionistas. Así mismo, la transparencia corporativa genera en sus *stakeholders* sensación de confianza. Estos campos que involucra la transparencia corporativa están directamente relacionadas a las áreas de finanzas, contabilidad, talento humano, marketing, gobierno corporativo y medio ambiente. También se entiende por transparencias corporativa como un mecanismo para proteger los intereses de los inversionistas, debido a la publicación de la información.

En el presente capítulo a través del mapa de la literatura se pudo definir los diferentes conceptos a los que están ligados la transparencia corporativa. Donde la mayoría de los conceptos coinciden en que se debe de brindar la mayor cantidad de información hacia los *stakeholders*.

También se pudo revisar algunos modelos de transparencia corporativa como el modelo brasileño de medición de transparencia corporativa, transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35, índice de transparencia corporativa de negocios de Chile, índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado mexicano, modelo Aid transparency index, modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR), ley N° 27806 – ley de transparencia y acceso a la información pública y la transparencia del gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina. Los cuales sirven para poder plantear la propuesta de índice de transparencia corporativa aplicado al sector no financiero.

También se encontró que existen diferentes organizaciones internacionales que se dedican a promover buenas prácticas en el sector financiero no bancario, como el programa Smart Campaign, Microfinance Information Exchange (MIX), y Fundación Microfinanzas BBVA, dedicadas a incentivar la transparencia en mediante certificaciones y premios.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

La metodología seleccionada para la construcción del modelo de cálculo del índice compuesto que se emplea para caracterizar la transparencia corporativa es la propuesta en el Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide publicada en 2008 por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). En el presente capítulo se efectúa la adecuación de la metodología elegida y se especifican los pasos a seguir para la obtención del índice de transparencia corporativa.

3.1. Metodología OCDE para la Elaboración del ITC

Para el desarrollo y la construcción del ITC de las entidades financieras no bancarias se ha tomado como base la metodología de la OCDE (2008), en la que se consideran las siguientes etapas que se requieren para realizar un ITC siendo las siguientes: (a) desarrollo del marco conceptual, (b) elección de los componentes del indicador, (c) normalización de los datos, (d) ponderación, (e) revisión de indicadores simples, (f) visualización de los resultados, los que serán desarrollados en los Capítulos III, IV y V del presente trabajo de investigación.

a) Desarrollo del marco conceptual.

Sampieri, Collado y Lucio (2014) concluyeron que desde el inicio de la investigación se debe efectuar la exploración de la literatura puesto que la información que provee resulta valiosa para plantear el problema del estudio, además más adelante es útil para depurar y contextualizar dicho problema.

El desarrollo de un marco conceptual es esencial para tener una visión clara y objetiva del contexto en el que se desplegará el estudio, así como los factores que inciden en las variables del problema. Es decir, se debe definir lo que se desea medir y sus subcomponentes de manera detallada y utilizando fuentes confiables de información. Este paso debe de

centrarse en el fenómeno a medir ya que en consecuencia permitirá seleccionar indicadores coherentes para el desarrollo de criterios de evaluación para el ITC del sector de estudio.

Para este proceso es necesario aplicar tres pasos, primero la definición del concepto, que da una idea clara de lo que se desea medir como indicador compuesto, segundo la determinación de sub grupos, que permitirá mejorar la comprensión de las fuerzas impulsadoras detrás del indicador compuesto, y por último la identificación de los criterios de selección para los indicadores subyacentes, que servirán como una guía para saber que indicadores incluirse dentro del índice compuesto.

b) Elección de los componentes del indicador.

La selección correcta de las variables subyacentes permitirá fortalecer los indicadores compuestos para que la evaluación sea confiable y aplicable en el sector.

Para lograr lo expuesto en el párrafo anterior, dichas variables deben tomarse según su relevancia, accesibilidad, solidez analítica, puntualidad, disponibilidad y calidad de información con la que se cuenta de las empresas más importantes del sector, es decir se debe discutir la pertinencia de las variables existentes. Cabe mencionar que la selección de indicadores se rige por el marco teórico, mientras que el proceso de selección de datos puede ser subjetiva al no contar con un conjunto definido de indicadores. En caso de no tener datos disponibles se puede optar por medidas similares, pero éstas deben ser confiables.

Por otro lado, la mejora en la recopilación de datos e identificación de fuentes confiables permitirán obtener indicadores más exactos y orientados al sector de estudio para la generación de un índice más preciso.

c) Normalización de datos.

En la presente etapa se designa y aplica reglas para las relaciones y comparación de datos con objeto de minimizar la redundancia y facilitar el proceso de agregación de

indicadores de manera estandarizada y ajustar los datos que presenten una distribución asimétrica. Para este proceso existen diferentes métodos de normalización:

- Clasificación es la más simple de las técnicas, la cual no se ve afectada por valores atípicos y permite ver el desarrollo de países en posiciones relativas.
- Estandarización o puntuación z permite convertir a los indicadores en una escala estándar con una media de cero y una desviación estándar de uno. En caso de existir indicadores con valores extremos estos tendrían un efecto mayor sobre el indicador compuesto.
- Min-Max permite normalizar indicadores en un rango semejante $[0,1]$ restando el valor mínimo y dividiendo por el rango de valor del indicador.
- Distancia a una medida de referencia de la posición relativa de un indicador vis-a-vis un punto de referencia, este enfoque se basa en los valores extremos que podrían ser poco confiables.
- La escala categórica asigna una puntuación para cada indicador, estas categorías pueden ser cuantitativos o cualitativos. Generalmente las puntuaciones se basan en los percentiles de la distribución de un indicador de un país a otro.
- Los indicadores por encima y debajo de la media son modificados de tal manera que los valores próximos a la media reciben 0, mientras que los de arriba o abajo del umbral reciben 1 y -1 según sea el caso.
- Métodos para indicadores cíclicos, en los que los indicadores compuestos son combinados con las encuestas de opinión empresarial para disminuir el riesgo de falsas señales y predecir de mejor manera los ciclos de actividad económica.
- Equilibrio de opiniones, se solicita la opinión de gerentes de empresas que pertenecen a diversos sectores y de variados tamaños, los que deben opinar sobre el rendimiento de la empresa que dirigen.

- Porcentaje de variación anual, constituye el porcentaje de la diferencia entre dos años consecutivos vale decir la variación que se registra entre un año y el año anterior a ese, esto se emplea en lugar de tomar un valor absoluto

d) Ponderación.

Al realizar la ponderación en el cálculo del índice compuesto lo que se busca es distribuir “pesos” a los diversos valores que toman los indicadores, con la finalidad de mostrar las diferencias que existen en la magnitud relativa de cada uno de estos indicadores (Cea, 2008). Lo que se persigue es el hecho de poder resaltar o atenuar la influencia de cada una de las diferentes cantidades. La importancia de ponderar un índice es que nos permite comparar grupos de variables, así como mejorar la precisión del índice.

Los índices compuestos son el producto de un procedimiento de agregación de subindicadores o pilares que distinguen y resaltan las características que identifican a los atributos que se desean examinar, y que poseen la virtud de sintetizar solamente en una dimensión el rendimiento de un grupo de componentes con características similares, de esta manera se logra acceder al análisis de fenómenos compuestos por varias dimensiones (Funes, 2014).

En este punto se debe asignar los pesos de la manera más proporcionada a cada uno de los índices individuales del modelo, con los cuales cada variable debe ser ponderada para luego conformar el índice compuesto. Existen varias metodologías para la determinación de pesos, entre los cuales se tienen los basados en el marco teórico, ponderación equitativa, juicios de expertos o también en el consenso de grupos de interés, entre otros. Aunque la elección de cierto método explícito para efectuar la asignación de pesos puede conllevar algún impacto relativo al resultado final del índice, esto no se ve traducido en una disminución en la eficacia del índice (OCDE, 2008).

Para culminar este acápite se debe tener una adecuada selección del método de asignación de pesos en congruencia con el marco conceptual, establecer el procedimiento de ponderación, así como documentar los pasos del proceso de ponderación y agregación.

e) Descomposición y revisión de los indicadores.

Algunas de las características más importantes de los indicadores compuestos son la potestad que tienen para añadir resultados, resumir diferentes variables en una sola categoría estándar y ser una herramienta de soporte en la toma de decisiones. En la presente etapa se proyecta dividir los indicadores compuestos en sub indicadores o componentes con el propósito de determinar cuáles son los que causan más o menos repercusión en el resultado final. Establecer una relación causa efecto es una tarea bastante compleja y teniendo claro que correlación no es sinónimo de causalidad, en situaciones en las que no se tiene idea de que es lo que produjo un componente, la estructura de correlación de un conjunto de datos puede servir de gran ayuda (OCDE, 2008).

Una de las ventajas que se obtiene al dividir el indicador compuesto es que permite tomar atención en las fortalezas y debilidades de cada una de las dimensiones y variables propuestas.

f). Visualización de los resultados.

La presentación de información de los índices compuestos es fundamental, se debe hacer de una manera ordenada, concreta y clara de tal forma que se pueda efectuar fácilmente el análisis y la interpretación de los resultados, ayudando a tomar decisiones de manera rápida.

Se pueden emplear tablas presentando la información de una manera sencilla y completa, aunque resulta bastante detallada y algo tediosa a la vista. Una manera más fácil de presentar los datos es por medio de gráficos de barras los cuales deben ser trazados

cuidadosamente mostrando claridad y estética en su diseño. Asimismo, se puede considerar la posibilidad de presentar ambas opciones a la vez tanto tablas y gráficos.

Además, se cuentan con los gráficos de líneas en los que se puede ilustrar y visualizar de mejor manera a lo largo del tiempo las variaciones de un indicador compuesto, así como de sus componentes. Los indicadores se pueden exponer aplicando, los niveles absolutos, tasas de crecimiento absolutos, niveles de indexado y las tasas de crecimiento indexadas.

Finalmente, las tendencias en el desempeño se pueden presentar a través de diagramas de tendencia, esto debido a que cuando un indicador compuesto se encuentra disponible para un sector en al menos dos puntos de tiempo diferentes, los cambios o las tasas de crecimiento pueden ser representados en estos diagramas.

3.2. Resumen

En el manual publicado por la OCDE que trata sobre la construcción de indicadores compuestos se plantea una metodología bastante completa y minuciosa que permite la caracterización de la transparencia corporativa de forma confiable, y que a lo largo de los pasos planteados sistemáticamente se garantiza la calidad y robustez de los resultados.

Al construir el modelo y obtener el índice de transparencia corporativa, se sugiere definir el marco conceptual para tener claro el contexto de desarrollo de la investigación, luego se debe realizar la elección correcta de los componentes del indicador. Seguidamente se normalizan los datos con el objetivo de minimizar la redundancia y así estandarizar los indicadores, para luego realizar la asignación de pesos a los indicadores de una forma bien proporcionada pues fundamental para la conformación del índice compuesto. En el siguiente paso se dividen los indicadores compuestos en diferentes componentes para ver cuales tienen mayor incidencia, para luego el observar el vínculo que tienen con otros indicadores. Finalmente, la presentación y visualización de los resultados de manera clara y ordenada ayudara a un fácil análisis y toma de decisiones rápidas.

Capítulo IV: Elaboración del Índice de Transparencia Corporativa

4.1. Definición de Transparencia Corporativa

Es fundamental tener claro el concepto de transparencia corporativa, puesto que es la piedra angular de la presente investigación que ayudara a diseñar un índice de transparencia corporativa que será aplicado al sector. En este contexto considerando los diferentes enfoques y criterios que se enmarcaron en la Revisión de la Literatura desarrollada en el capítulo II; se define a la transparencia corporativa bajo un enfoque integral que contiene políticas de gobierno corporativo que se promueven en el sector público y privado, teniendo mayor importancia la disponibilidad de información posible sobre la organización a través de medios de acceso público. De esta manera la organización debe de presentar su información con claridad sobre sus actividades comerciales, financieras, responsabilidad social y ambiental generando confianza ante los *stakeholders*.

En este contexto se puede explicar la transparencia corporativa como la voluntad de explicar todas las fuentes de valor que genera una empresa, las cuales están resumidas en el concepto de valor económico total (Randall, 1987). Por lo tanto, la elaboración del ITC examina la existencia o ausencia de una serie de contenidos asociados en pilares, factores e indicadores, que son comparados con los estándares internacionales y las buenas prácticas aplicadas al sector financiero no bancario.

4.2. Explicación del Modelo del ITC

Se elaboró un cuadro en base a los modelos que se seleccionaron para tomar de referencia en el presente trabajo. (Tabla 17)

Tabla 17

Cuadro comparativo de los modelos de ITC.

	Modelo Brasileiro de Medición de Transparencia Corporativa	Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35	Índice de Transparencia Corporativa de Negocios de Chile	Índice de Transparencia Corporativa para Empresas Productivas del Estado Mexicano	Modelo Aid Transparency Index	Modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR)	Ley N° 27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública	La Transparencia del gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina
Dimensiones	Visión de mercado	Información corporativa	Presentación y negocios	-----	-----	Información general	Disposiciones generales,	Marco legal y regulatorio
	Estrategia corporativa	-----	-----	Transparencia en la política de propiedad y objetivos de las EPE	Planeamiento organizacional y compromisos	-----	-----	-----
	Desempeño económico financiero	Información financiera / Relación con inversores	Información financiera	-----	Finanzas y presupuestos	Información financiera	Transparencia sobre el manejo de las finanzas públicas	Revelación de información
	-----	Gobierno corporativo	Gobierno corporativo	Transparencia del consejo de administración	Gobierno de datos	-----	Portal de transparencia	Dueño estatal identificable
	-----	-----	Información para el inversionista	-----	-----	Información de accionistas	-----	Trato equitativo a accionistas minoritarios
	-----	-----	-----	Transparencia en asociaciones para proyectos productivos con el sector privado	Información sobre proyectos	-----	Acceso a la información pública del estado	-----
	-----	Información corporativa	RSE y RSA	Transparencia de las relaciones con los actores interesados y responsabilidad empresarial	-----	-----	-----	-----
	Aspectos operacionales	-----	-----	Transparencia de la organización, operación y resultados de las EPE	-----	-----	-----	-----
	-----	-----	Misceláneos	Las empresas públicas en el mercado	-----	Información suplementaria	-----	El directorio
	-----	-----	-----	-----	Rendimiento	-----	-----	-----

Los modelos que se tomaron de referencia son (a) modelo Brasileiro de medición de transparencia corporativa, (b) transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35, (c) índice de transparencia corporativa de negocios de Chile, (d) índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado mexicano, (e) modelo Aid transparency index, (f) modelo de índice de transparencia corporativa del foro civil para la recuperación de activos (CiFAR), (g) ley N° 27806 – ley de transparencia y acceso a la información pública y (h) la transparencia del gobierno corporativo en las empresas de propiedad del estado en América Latina. Así como las buenas prácticas en el sector financiero no bancario como son (a) Smart Campaign, (b) Fundación BBVA y (c) MIX

El modelo de índice de transparencia corporativa que se propone contiene información que se mencionó en los capítulos anteriores, así como la aplicación de la metodología de la OCDE, se han identificado los puntos más significativos que tienen un impacto importante en la transparencia dentro de las organizaciones financieras no bancarias.

Las dimensiones se propusieron en base a la información literaria que se hace mención en el capítulo II, mediante el cual también se elaboró el cuadro comparativo de los modelos de ITC (tabla 17).

Dentro del estudio se ha podido identificar que la mayoría de los modelos examinados han tomado a los pilares de información general de la empresa e información financiera, debido a que son considerados como datos de alta importancia para los accionistas, las altas gerencias, colaboradores e inversionistas.

Sobre el gobierno corporativo, se puede indicar que desde la década pasada ha cobrado mayor importancia debido a que de esto depende una buena gestión de la empresa, que puede llevar a crear o destruir valor dentro de la misma. Por último, del análisis realizado se ha podido observar que la responsabilidad social, el desarrollo sostenible, la protección al consumidor, la digitalización y accesibilidad a la información, han sido poco mencionados

dentro de los modelos analizados y en algunos casos no se consideraron. Sin embargo, actualmente han tomado más importancia para los colaboradores y especialmente para consumidores y clientes. Se puede decir que la propuesta del índice de transparencia corporativa en el sector financiero no bancario peruano contendrá 8 pilares: (a) información corporativa, (b) información financiera, (c) gobierno corporativo, (d) responsabilidad social corporativa, (e) protección al consumidor, (f) desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental, (g) digitalización e innovación tecnológica, y (h) accesibilidad a la información.

El modelo propuesto se basa en la recolección de la información que se encuentra disponible en los portales web oficiales de las empresas, instituciones regulatorias y supervisoras del sector como la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y de la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV).

Estas evaluaciones son realizadas por especialistas con experiencia en el sector. En la etapa de normalización se utiliza la metodología de la OCDE donde los pasos a seguir se explicaron en el capítulo III.

A continuación, se presenta el modelo específico del ITC.

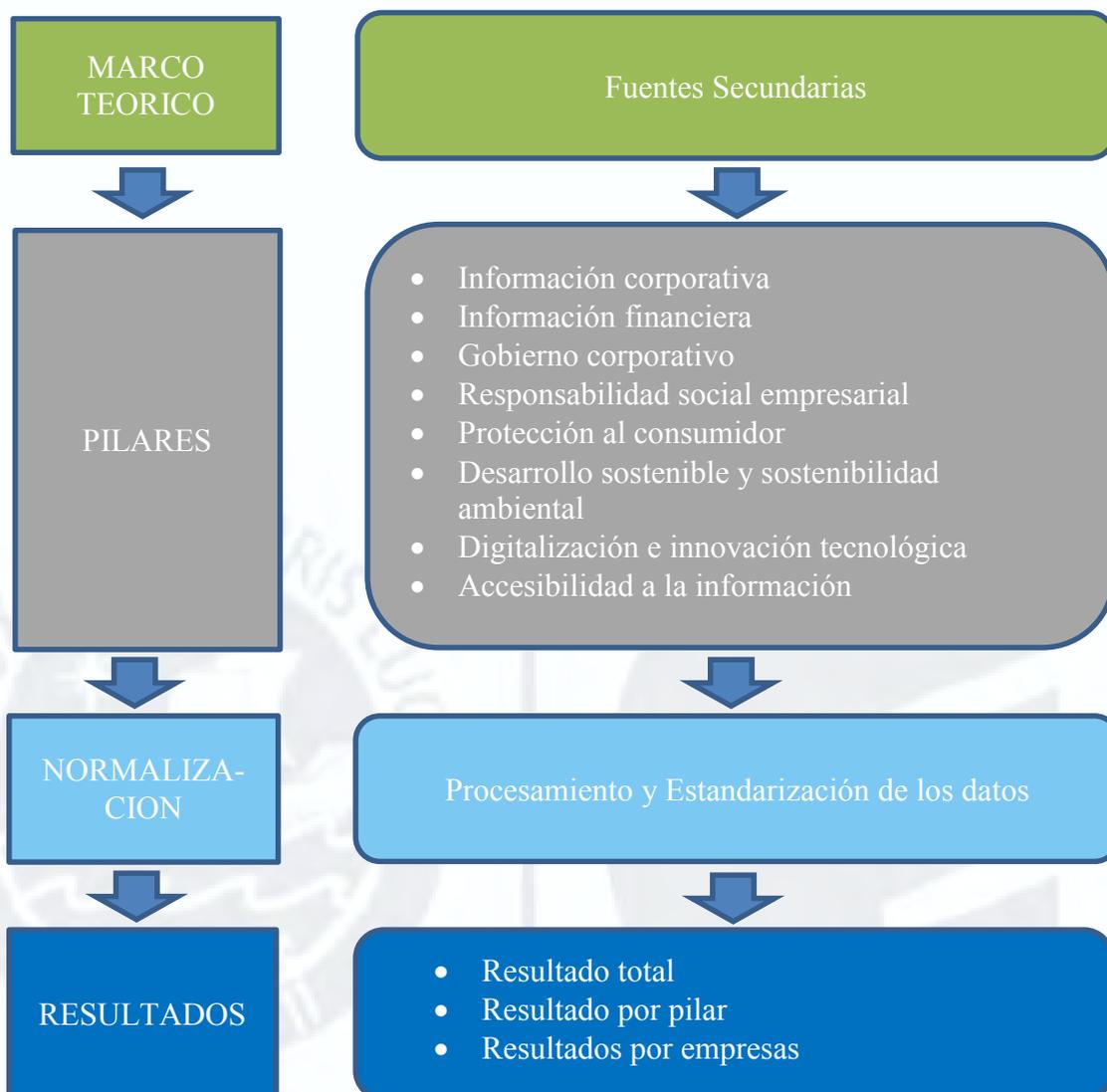


Figura 8. Modelo específico del índice de transparencia corporativa

4.3. Selección de Componentes del ITC

El índice de transparencia corporativa estará compuesto por: (a) pilares (subíndices) es la dimensión que hace referencia a las áreas que componen el ITC, (b) factores (elementos de cada subíndice) son las variables que conforman cada uno de los pilares propuestos, (c) indicadores (data para cada elemento) son las evidencias que presentan cada factor.

a) Pilares.

Es la columna vertebral del ITC, también es conocido con subíndice, donde cada pilar es medible y analizado de manera individual.

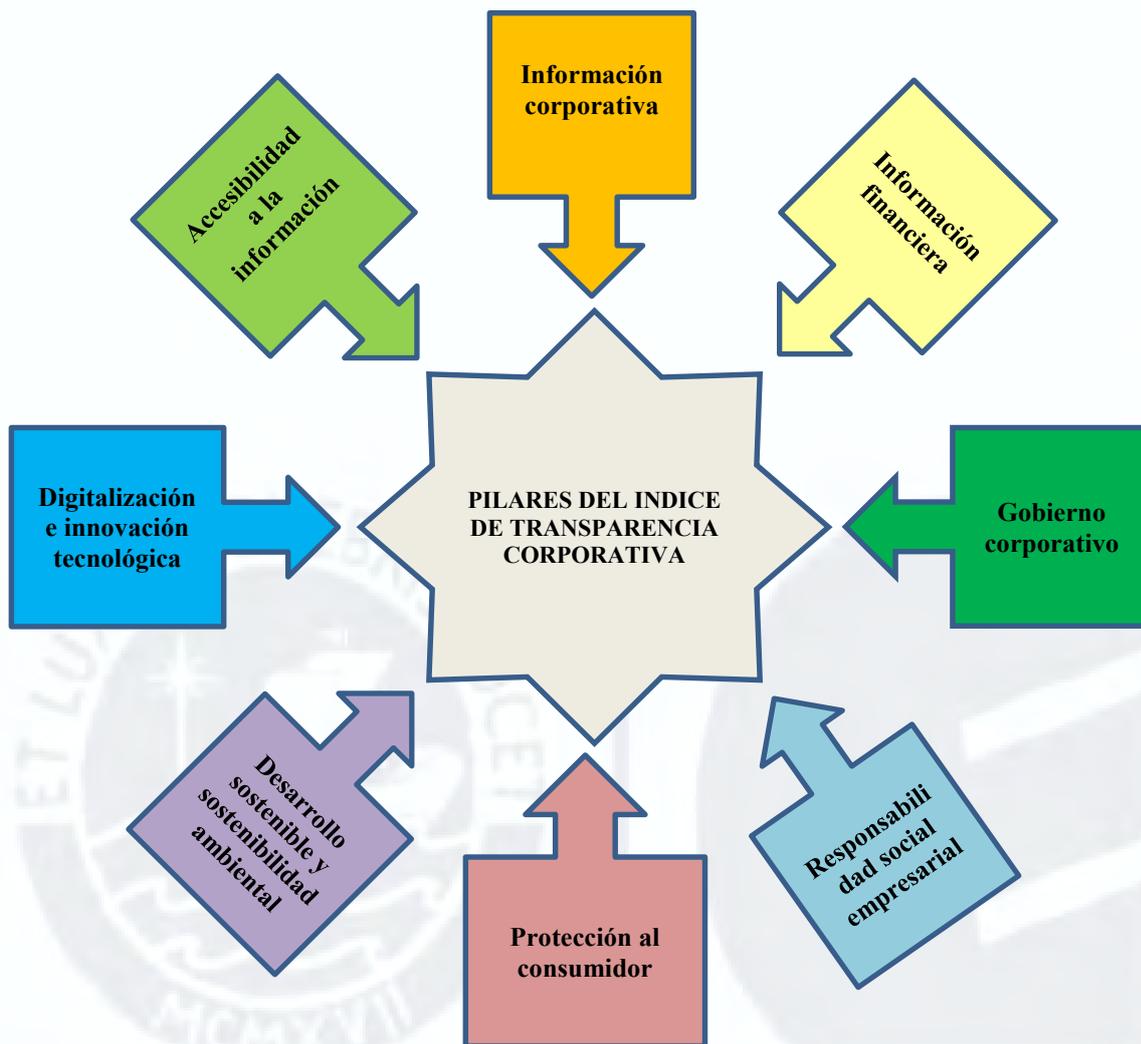


Figura 9. Pilares del índice transparencia corporativa propuesto.

b) Factores.

Los factores también conocidos como elementos de cada subíndice, brindan la información necesaria a cada pilar el cual es tomado en cuenta a la hora de realizar la evaluación.

La selección de los factores debe de ejecutarse en base a un conjunto de criterios que brindan la legitimidad y fiabilidad de la información al momento de realizar la medición. Por lo que se consideraron dos puntos importantes como son:

- (i) La información que se recopile debe de ser por empresa de modo tal que el responsable de la medición evalúe en base a la realidad del sector y no en base a supuestos que terminarían distorsionando la información.
- (ii) La recopilación de la información debe de ser de fuentes oficiales como los portales web oficiales de las empresas, instituciones reguladoras y supervisoras del sector, en ningún caso se considerará información no oficial.

A continuación, se desarrollan los pilares y se mencionan cada uno de sus factores:

Información corporativa, en un mercado donde todas las empresas compiten entre sí, es más frecuente ver que las empresas publiquen información sobre su estructura esto con la finalidad de generar mayor confianza en sus *stakeholders*, este pilar ayuda a poder entender y conocer el rumbo que tiene trazado la empresa. Los modelos de índice de transparencia corporativa como Brasil, IBEX35, Chile, CiFAR y la ley peruana 27806 lo consideran también como uno de sus pilares al momento de realizar la evaluación.

En este punto se analiza cómo está actualmente la empresa, hacia dónde quiere llegar, la claridad de la información que publican y la clasificación de riesgo frente a sus competidores. Cuando una empresa comparte su información corporativa de forma comprometida y transparente con sus *stakeholders*, ayuda a tomar una decisión más responsable a la hora de realizar su elección. (Figura 10)



Figura 10. Pilar información corporativa y sus factores del ITC.

Información financiera, son los datos proporcionados por las empresas de forma cuantitativa de manera ordenada, clara y transparente para así poder ayudar a conocer es estado actual de una empresa al momento de tomar una decisión por parte de los *stakeholders*.

La información financiera es esencial y va relacionada al tema de transparencia corporativa, es por ello que está presente en la mayoría de los modelos de transparencia corporativa. Según el FMI (2012) es la capacidad de acceso que tiene una persona de poder conocer la información fiscal, de las actividades pasadas y presentes de forma confiable.

Esto obliga a las empresas a publicar información sobre sus actividades económicas dentro de un periodo de tiempo. La información financiera proporcionada debe ser manejada cuidadosamente por las empresas, para garantizar la seguridad de sus clientes y su reputación institucional. (Figura 11)



Figura 11. Pilar información financiera y sus factores del ITC.

Información de gobierno corporativo, las empresas implementan buenas prácticas de gobierno corporativo para promover un clima de respeto a los derechos de los accionistas y de los inversionistas, esto ayuda a la generación de valor, solidez y eficiencia en las empresas, para lograr una mejor administración de los riesgos a los cuales se encuentran expuestas. Además, proporciona el acceso al mercado de capitales, incidiendo en la reducción del costo de capital, lo que facilita un mayor y mejor acceso a fuentes de financiamiento y de inversión a largo plazo (SMV).

El Gobierno Corporativo es el sistema por el cual las empresas son dirigidas y controladas. La estructura del gobierno corporativo especifica la distribución de los derechos y responsabilidades entre los diferentes *stakeholders* de la empresa, tales como el directorio, los gerentes, los accionistas y otros agentes económicos que mantengan algún vínculo con la organización. Así también proporciona los lineamientos a través de los cuales se instauran los objetivos de la empresa, las medidas para alcanzarlos y realizar un seguimiento a su desempeño” (OCDE, 2002).

Con respecto a los factores que forman parte de este pilar, se busca establecer un buen gobierno corporativo basado en la aplicación de valores asociados al código de conducta ética y capacidad profesional, política de gobierno corporativo, tratamiento equitativo a los accionistas y control y comunicación de los riesgos. (Figura 12)



Figura 12. Pilar gobierno corporativo y sus factores del ITC.

Información de responsabilidad social empresarial, en los últimos años la evolución en el tema de responsabilidad social en el sector bancario mundial ha cobrado mayor importancia. Se vienen integrando en estas instituciones criterios ambientales y sociales en sus procesos, productos y servicios, para articular positivamente su accionar en respuesta a requerimientos y necesidades de sus *stakeholders* o partes interesadas (Córdova, 2006).

En este contexto es preciso referirse a los microcréditos los cuales permiten a las instituciones financieras poner en práctica la RSE, logrando llegar y atender a las poblaciones que luchan contra las causas de la exclusión financiera (Lacalle-Calderón & Rico-Garrido, 2006). También pueden ser un medio para erradicar la pobreza, aunque se ha afirmado que

sólo llegan a los pobladores que tienen actividades económicas, mientras que los de la extrema pobreza siguen siendo excluidos (Goggin, 2006).

Del mismo modo las personas que desean ahorrar su dinero, acuden a una entidad bancaria de su preferencia y eligen de acuerdo a la rentabilidad a obtener en la inversión del riesgo a asumir y de la liquidez que tiene el producto que se va a contratar, características que definen a cualquier activo financiero. Son pocos los clientes que indagan sobre el uso que le van a dar al capital invertido, cual es la situación actual de la empresa considerando sus estados financieros y la clasificación de riesgo que tiene. Del mismo modo la entidad bancaria tampoco suele preguntar al depositante sobre sus preferencias respecto al destino de los fondos que le confían.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) juega un papel muy importante, porque las empresas tienen el compromiso de respetar y promover los derechos de los involucrados, el crecimiento sostenible de la sociedad y el cuidado del medioambiente. Compromiso que se convierten en hechos reales buscando el beneficio de la empresa y todos aquellos grupos de interés que, más allá de sus accionistas están involucrados hasta el punto de definir de modo determinante sobre su éxito o fracaso. La RSC, además de ser ética, y socialmente favorable y en ocasiones legalmente exigible, es favorable para la empresa siempre y cuando contribuya a la creación de valor económico para sus accionistas.

En el pilar de responsabilidad social empresarial ha sido considerados los siguientes factores: a) la sostenibilidad corporativa, b) políticas de responsabilidad Social, c) la inclusión financiera, d) reconocimiento y premiación. (Figura 13)



Figura 13. Pilar responsabilidad social empresarial y sus factores del ITC.

Protección al consumidor, es conocido que existe una responsabilidad del Estado por velar por los intereses de los consumidores y usuarios mediante leyes que los protejan, esto debido a la información asimétrica que existe entre el proveedor y los clientes. Sin embargo, también es importante para las empresas estar alineados a brindar un mejor servicio, con productos de calidad a la altura de la exigencia de los usuarios para generar una relación sostenible, responsable y transparente. En este caso se vio por conveniente tomar como modelo los pilares que establecen Smart Campaign y MIX que son organizaciones internacionales de referencia para las micro financieras en cuanto al trato hacia el cliente y su seguridad financiera. (Figura 14)



Figura 14. Pilar protección al consumidor y sus factores del ITC.

Desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental, el presente pilar se ha considerado con el fin de evaluar y promover las buenas prácticas en el sector financiero no bancario, tomando como referencia los estándares adoptados por la fundación Microfinanzas BBVA la cual es una organización sin fines de lucro y que tiene dentro de sus objetivos principales el desarrollo sostenible.

Dentro de los aspectos a evaluar en relación a la sostenibilidad medioambiental se considera si la entidad ha implementado algún programa que impulse medidas respetuosas con el medio ambiente en la atención al cliente y/o tome en cuenta el impacto que sus actividades ocasionan en el medio ambiente. Otro aspecto analizado es si se promueve la mitigación del cambio climático mediante el incentivo y apoyo de proyectos que estimulen su adopción. También se considera si cuenta con programas eco amigables para emprendedores que protejan y promuevan el uso racional de los recursos naturales y las energías limpias o renovables. (Figura 15)



Figura 15. Pilar desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental y sus factores del ITC.

Digitalización e innovación tecnológica, según informe del Banco Central de Reservas del Perú (BCRP) las operaciones financieras realizadas a través de canales digitales entre enero y julio del 2019 se han incrementado en un 198% frente a lo registrado hace cinco años. Por otro lado, en el 2019 se registró que el 60% de la población peruana utiliza internet, un 10% más que hace dos años según datos del INEI.

Este avance importante debe venir de la mano con las innovaciones tecnológicas en las instituciones financieras tanto bancarias como no bancarias, ya que permite reducir costos, ampliar el mercado y sobre todo ofrecer un mejor servicio y acceso a los clientes, en particular de las zonas alejadas del país, brindando oportunidades de crecimiento a las empresas. Cuanto mayor sea el acceso a estas plataformas, mayores serán los beneficios para los que los utilizan, es por eso que la digitalización e innovación tecnológica es un pilar cada vez más importante en las empresas que optan por un cambio en sus procesos y tecnología.

Para este indicador se tuvo como referencia nuevamente a los estándares adoptados por la fundación Microfinanzas BBVA, quien mantiene como uno de sus objetivos principales la digitalización responsable de los grupos de interés. (Figura 16)

Digitalización e Innovación Tecnológica

Acceso a plataformas virtuales

Soporte técnico para clientes

Venta de productos a través de la web de la entidad

Figura 16. Pilar digitalización e innovación tecnológica y sus factores del ITC.

Accesibilidad a la información, de acuerdo a diversas definiciones de transparencia corporativa revisadas en el capítulo II, un aspecto fundamental es difundir, divulgar y dar a conocer la información a todos los *stakeholders*. Para que estas condiciones se cumplan es altamente recomendable que la información sea de fácil acceso en la página web oficial de la entidad.

Actualmente se ha extendido ampliamente el uso de internet siendo imprescindible la disponibilidad de la información por este medio. La información sustancial y relevante al encontrarse accesible permitirá que los *stakeholders* conozcan la situación de la empresa facilitándoles el análisis y la toma de decisiones.

En este pilar se examinará si las organizaciones cumplen con publicar información en la página web, si estos datos son entendibles y actualizados regularmente, además si se cuenta

con la posibilidad de contactar con algún funcionario para consultas diversas y acceder a datos complementarios y/o adicionales. (Figura 17)



Figura 17. Pilar accesibilidad a la información y sus factores del ITC.

A continuación, se presenta el mapa completo de los pilares y factores.

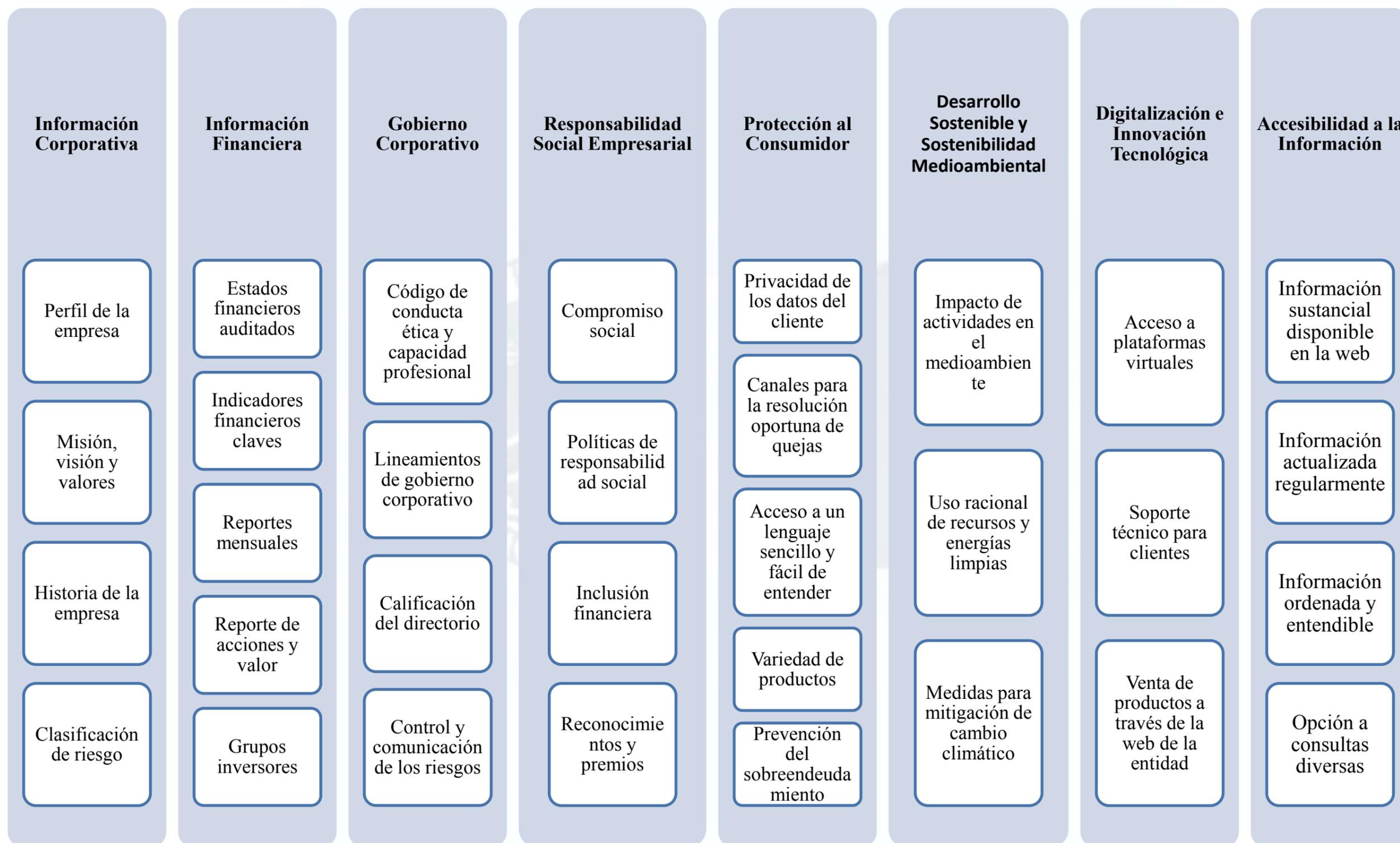


Figura 18. Cuadro detallado de cada pilar con sus factores del ITC.

c) Indicadores

Los ocho pilares del modelo para el cálculo del índice de transparencia corporativa están conformados por indicadores los que definen criterios de evaluación. Información que es obtenida y recopilada de las páginas web oficiales de las empresas, la SBS y la SMV. (Tabla 18)

Tabla 18

Propuesta de modelo de índice de transparencia corporativa.

Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente
1. Información Corporativa	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV
2. Información Financiera	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV
	Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV
	Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS
	Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV
	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV
3. Gobierno Corporativo.	Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS
4. Responsabilidad Social Empresarial	Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL
	Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
5. Protección al Consumidor	Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa
	Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa
	Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa
	Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa
	Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS

Tabla 18
 Propuesta de modelo de índice de transparencia corporativa. (Continuación)

Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa
	Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa
	Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa
	Soporte técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa
	Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa
8. Accesibilidad a la Información	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa
	Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV
	Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV
	Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa

d) Lógica de cálculo de índice de transparencia corporativa.

Realizar el cálculo del ITC, representa un reto que conlleva a normalizar los datos para proporcionar la comparación entre las unidades de análisis de cada indicador, puesto que muchas de las variables que lo conforman tienen diferentes unidades de medida.

La OCDE recomienda diversos modelos de cálculo para lograr la normalización de datos cualitativos y cuantitativos estas son: (i) re-escalamiento, (ii) ranking, y (iii) categorización de escalas, (iv) la estandarización, (v) min-max, (vi) categorización de valores por encima o por debajo del promedio, (vii) indicadores cíclicos y finalmente (viii) porcentaje de diferencias anuales en años consecutivos.

Para el ITC propuesto se empleará el modelo de Min-Max, mediante el cual se estandariza los datos en base a $[0,1]$ que se obtienen de los indicadores, donde el valor 0 se utilizará para la variable que obtenga un menor valor y el valor 1 para las variables que obtengan un mayor valor.

e) Juicios de ponderación.

El estudio adopta lo indicado en el manual de la OCDE (2008) en base a que se tienen tres metodologías de ponderación que se pueden emplear de acuerdo al propósito, las cuales son: (a) técnicas de ponderación equitativa, (b) técnicas de ponderaciones orientadas al uso de modelos estadísticos, y (c) métodos participativos, asimismo se afirma que la elección de alguno de los métodos no afecta la eficacia del índice.

Buscando eliminar algún posible sesgo en la asignación de pesos para el procesamiento de datos se adopta la técnica de ponderación equitativa considerando que los pilares elegidos poseen una prelación equivalente, y también los factores e indicadores tienen una estimación bastante similar.

f) Recolección de datos.

Para la recopilación de la información se consideraron fuentes secundarias, buscando y consultando los datos publicados en las páginas web oficiales de las entidades, la página web de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs (SBS). La asignación de valores y cálculo de los índices se realizaron en una matriz consolidando todos los campos requeridos (ver apéndice X).

g) Validez y confiabilidad.

Para la presente investigación se han utilizado base de datos que garantizan la autenticidad de los mismos como son las páginas web de las empresas, la memoria anual e información presentada por la SBS y SMV. En el caso del nivel de confiabilidad se ha determinado con los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento de medición establecido por la OCDE, el mismo que está validado por juicio de experto.

4.4. Escala de Clasificación de Resultados del ITC

Para la presente tesis se ha establecido una escala dividida en 5 grupos, con puntajes que van de 0 % a 100 %, en las que un puntaje de 0% a 24% se considera un nivel deficiente de cumplimiento, es decir que la organización no muestra información necesaria hacia los grupos de interés. Un valor de 25% a 49 % indica un nivel regular, en la que la organización presenta información escasa hacia los grupos de interés. Un puntaje de 50% a 74% es aceptable, donde la organización presenta información relevante a los grupos de interés y está a punto de llegar a obtener la transparencia necesaria. Un puntaje de 75% a 90% es bueno, indica que la organización presenta información relevante de alto valor a los grupos de interés y por último un puntaje de 91% a 100% es óptimo, en la que la organización presenta información bajo altos estándares de transparencia hacia los grupos de interés.

Niveles	Deficiente	Regular	Aceptable	Bueno	Óptimo
Alcance ITC	0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 90	91 - 100

Figura 19. Escala de clasificación de resultados del índice de transparencia corporativa.



Capítulo V: Aplicación del Índice de Transparencia Corporativa en el Sector Financiero No Bancario

El presente capítulo explica la aplicación del índice de transparencia corporativa para el sector financiero no bancario en el Perú, en el cual se expondrá un análisis e interpretación de los resultados obtenidos por cada pilar y factores que consideramos para el modelo. Es necesario indicar que el modelo es susceptible a variaciones por variables externas no controlables, por lo que se recomienda realizar periódicamente la medición para obtener un resultado más exacto.

5.1. Análisis del Sector Financiero No Bancario

El sector financiero no bancario comprende todas las instituciones financieras residentes que no están clasificadas como pertenecientes al sistema bancario. En el Perú se incluyen a las empresas financieras, las cajas rurales y cajas municipales de ahorro y crédito, las cooperativas de ahorro y crédito, las compañías de seguros, la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide), el Fondo MiVivienda, los fondos privados de pensiones y los fondos mutuos. (BCRP, 2011).

A junio 2020, el saldo de créditos directos del sistema financiero alcanzó los S/ 368 236 millones (equivalente a US\$ 104 mil millones), siendo mayor en S/ 46 839 millones a lo registrado doce meses antes, lo que representa un aumento de 14,6% (12,6% si se considera el tipo de cambio de junio 2019). Las colocaciones en moneda nacional y extranjera en el último año tuvieron una variación anual de +18,9% y -4,3% respectivamente, con lo que alcanzaron saldos de S/ 278 693 millones y US\$ 25 309 millones a junio 2020. Como consecuencia de este comportamiento, el ratio de dolarización de los créditos disminuyó de 27,0% en junio 2019 a 24,3%.

Respecto a la evolución del sistema financiero no bancario al cierre de abril 2020, se registra 38 empresas entre Cajas Municipales (CMAC), Financieras, Cajas Rurales de Ahorro

y Crédito (CRAC), Entidades de desarrollo de la Pequeña Empresa (EDPYME). Respecto al saldo en colocaciones de créditos se aprecia un crecimiento de S/ 41,302 millones, reportando un mayor crecimiento las Cajas Municipales con un 55.29% seguido de las Financieras con un 32.99%. Del mismo modo respecto a la evolución de la cartera de pasivos (depósitos) se observa un incremento de S/ 32,749 millones, estimulado principalmente por las Cajas Municipales con 69.78%, seguido por las Financieras con un 25.08%. (Tabla 19)

Tabla 19

Estructura de participación del sistema financiero no bancario – abril 2020.

Abril 2020	Número de Empresas	Activos		Créditos		Depósitos	
		Monto (Miles S/)	%	Monto (Miles S/)	%	Monto (Miles S/)	%
Empresas Financieras	10	17,019,724	32.57%	13,627,628	32.99%	8,214,427	25.08%
Cajas Municipales (CM)	12	29,386,376	56.24%	22,837,996	55.29%	22,851,461	69.78%
Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC)	7	2,868,866	5.49%	2,282,789	5.53%	1,683,163	5.14%
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	9	2,980,577	5.70%	2,554,474	6.18%	-	0.00%
Total	38	52,255,543	100%	41,302,886	100%	32,749,051	100%

Fuente: Carpeta de información del sistema financiero abril 2020 SBS

En relación a las entidades financieras no bancarias se tiene cuatro grupos, el primer grupo mostrado en la tabla 20 en el que las primeras cuatro representan el 76.91% del total de colocaciones. En segundo lugar, se tienen a las CMAC mostradas en la tabla 21 en el que las primeras cuatro representan el 71.25% de las colocaciones. En tercer lugar, se encuentran las cajas rurales mostradas en la tabla 22 en el que las tres primeras representan el 88.10% de las colocaciones y por último se tiene a las EDPYME mostradas en la tabla 23 en el que las primeras tres entidades mantienen el 77.42% de las colocaciones.

La información mostrada es de fuentes secundarias, principalmente de las páginas de la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS), páginas web de las empresas en estudios, Superintendencia de Mercado de Valores (SMV) y la Bolsa de Valores de Lima (BVL).

Tabla 20

Ranking de créditos directos de empresas financieras al 30 de abril de 2020.

Empresas	Monto (En miles de soles)	Participación (%)	Porcentaje Acumulado
1 Crediescopia Financiera	4,588,758	33.67	33.67
2 Compartamos Financiera	2,593,234	19.03	52.70
3 Financiera Confianza	1,799,876	13.21	65.91
4 Financiera Oh!	1,499,032	11.00	76.91
5 Financiera Efectiva	867,371	6.36	83.27
6 Mitsui Auto Finance	804,657	5.90	89.18
7 Financiera Credinka	790,479	5.80	94.98
8 Financiera Proempresa	448,527	3.29	98.27
9 Financiera Qapaq	235,694	1.73	100.00
10 Amérika Financiera	-	-	-

Fuente: SBS (https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=2#)

Tabla 21

Ranking de créditos directos de las cajas municipales al 30 de abril de 2020.

Empresas	Monto (En miles de soles)	Participación (%)	Porcentaje Acumulado
1 CMAC Arequipa	5,110,949	22.38	22.38
2 CMAC Huancayo	4,323,696	18.93	41.31
3 CMAC Piura	3,748,937	16.42	57.73
4 CMAC Cusco	3,089,119	13.53	71.25
5 CMAC Sullana	2,134,131	9.34	80.60
6 CMAC Trujillo	1,675,776	7.34	87.94
7 CMAC Ica	1,068,266	4.68	92.61
8 CMAC Tacna	758,999	3.32	95.94
9 CMAC Maynas	387,836	1.70	97.63
10 CMCP Lima	341,314	1.49	99.13
11 CMAC Paita	110,447	0.48	99.61
12 CMAC Del Santa	88,525	0.39	100.00

Fuente: SBS (https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=3#)

Tabla 22

Ranking de créditos directos de las cajas rurales al 30 de abril de 2020.

	Empresas	Monto (En miles de soles)	Participación (%)	Porcentaje Acumulado
1	CRAC CAT	872,139	38.21	38.21
2	CRAC Raíz	707,013	30.97	69.18
3	CRAC Los Andes	431,972	18.92	88.10
4	CRAC Prymera	107,461	4.71	92.81
5	CRAC del Centro	102,565	4.49	97.30
6	CRAC Incasur	33,283	1.46	98.76
7	CRAC Sipán	28,355	1.24	100.00

Fuente: SBS (https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=4#)

Tabla 23

Ranking de créditos directos y patrimonio de las EDPYME al 30 de abril de 2020.

	Empresas	Monto (En miles de soles)	Participación (%)	Porcentaje Acumulado
1	EDPYME Acceso Crediticio	952,350	37.28	37.28
2	EDPYME Santander	584,207	22.87	60.15
3	EDPYME BBVA Consumer Finance	441,106	17.27	77.42
4	EDPYME Micasita	171,251	6.70	84.12
5	EDPYME Alternativa	157,061	6.15	90.27
6	EDPYME Inversiones La Cruz	129,781	5.08	95.35
7	EDPYME Progreso	51,101	2.00	97.35
8	EDPYME GMG	45,193	1.77	99.12
9	EDPYME Credivisión	22,425	0.88	100.00

Fuente: SBS (https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=5#)

5.2. Población Objetivo y Determinantes de la Muestra

En la aplicación del modelo de Índice de Transparencia Corporativa en el sector financiero no bancario de un total de 38 entidades que pertenecen a este sector. En el presente estudio se consideran a las 14 entidades con mayor participación como muestra, distribuidas de la siguiente manera: cuatro empresas financieras, cuatro cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC), tres entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa (EDPYME) y tres cajas rurales de ahorro y Crédito (CRAC) las que se muestran en la Figura 20.



Figura 20. Entidades tomadas como muestra

5.3. Recolección de Datos

Para realizar la recolección de datos aplicado al Índice de Transparencia Corporativa en el sector financiero no bancario en el Perú, se tomó en consideración como las fuentes oficiales de información las páginas Web de las empresas evaluadas, la BVL, así mismo de las empresas reguladoras y supervisoras. (Tabla 24)

Tabla 24

Fuentes de recolección de información por pilar propuesto.

Pilar	Organización que brindará la información
1. Información Corporativa	(i) Portal web de la empresa
2. Información Financiera	(i) Portal web de la empresa (ii) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) (iii) Superintendencia del mercado de valores (SMV)
3. Gobierno Corporativo.	(i) Portal web de la empresa (ii) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)
4. Responsabilidad Social Empresarial	(i) Portal web de la empresa (ii) Bolsa de Valores de Lima (BVL)
5. Protección al Consumidor	(i) Portal web de la empresa (ii) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	(i) Portal web de la empresa
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	(i) Portal web de la empresa
8. Accesibilidad a la Información	(i) Portal web de la empresa (ii) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) (iii) Superintendencia del mercado de valores (SMV)

Fuente: Propuesta de modelo de índice de transparencia corporativa. Capítulo IV.

5.4. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Financiero No Bancario

a) Resultados del ITC del sector financiero no bancario.

Fueron 14 empresas que se tomaron como muestra para el sector financiero no bancario en el Perú, las que se evaluaron con el modelo propuesto del índice de transparencia corporativa obteniéndose un promedio total para la muestra de 70%, lo que lo sitúa en un nivel aceptable dentro de la escala de clasificación detallada en la figura 19 del capítulo IV.

Se evidencia que solo una de las empresas obtuvo un resultado óptimo, seis empresas obtuvieron resultado bueno, así mismo también se aprecia que tres empresas se situaron en la escala de aceptable y cuatro empresas en la escala de regular. (Tabla 25)

Tabla 25

Fuentes de recolección de información por pilar propuesto.

Pilar	1. Información Corporativa	2. Información Financiera	3. Gobierno Corporativo.	4. Responsabilidad Social Empresarial	5. Protección al Consumidor	6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	7. Digitalización e Innovación Tecnológica	8. Accesibilidad a la Información	Total
Crediescotia Financiera	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Compartamos Financiera	100%	80%	100%	75%	100%	67%	100%	100%	90%
EDPYME Acceso Credificio Financiera	100%	60%	75%	100%	100%	100%	67%	100%	88%
Confianza	100%	100%	100%	75%	80%	33%	100%	100%	86%
CMAC Huancayo	100%	80%	100%	75%	100%	33%	100%	100%	86%
CMAC Cusco	100%	100%	50%	100%	100%	33%	100%	100%	85%
CMAC Arequipa Financiera Oh!	75%	80%	75%	100%	100%	33%	100%	75%	80%
CMAC Piura	75%	100%	50%	0%	100%	0%	100%	100%	66%
CRAC Raíz	75%	60%	50%	25%	80%	0%	100%	100%	61%
EDPYME Santander	75%	80%	75%	0%	80%	0%	33%	100%	55%
CRAC CAT	50%	60%	50%	0%	100%	0%	67%	50%	47%
EDPYME BBVA Consumer Finance	75%	40%	25%	0%	80%	0%	100%	50%	46%
CRAC Los Andes	75%	40%	50%	0%	60%	0%	67%	75%	46%
	75%	100%	50%	25%	60%	0%	0%	50%	45%
	84%	77%	68%	48%	89%	29%	81%	86%	70%

En la figura 21 se detalla la calificación que se obtuvo por cada pilar, del que destaca el pilar de protección al consumidor que obtuvo un resultado bueno con un 89%, seguido de accesibilidad a la información con un 86%, información corporativa con 84%, digitalización e innovación tecnológica con 81%, información financiera con 77%, gobierno corporativo con 68%, responsabilidad social empresarial con 48% y finalmente desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental con 29%.

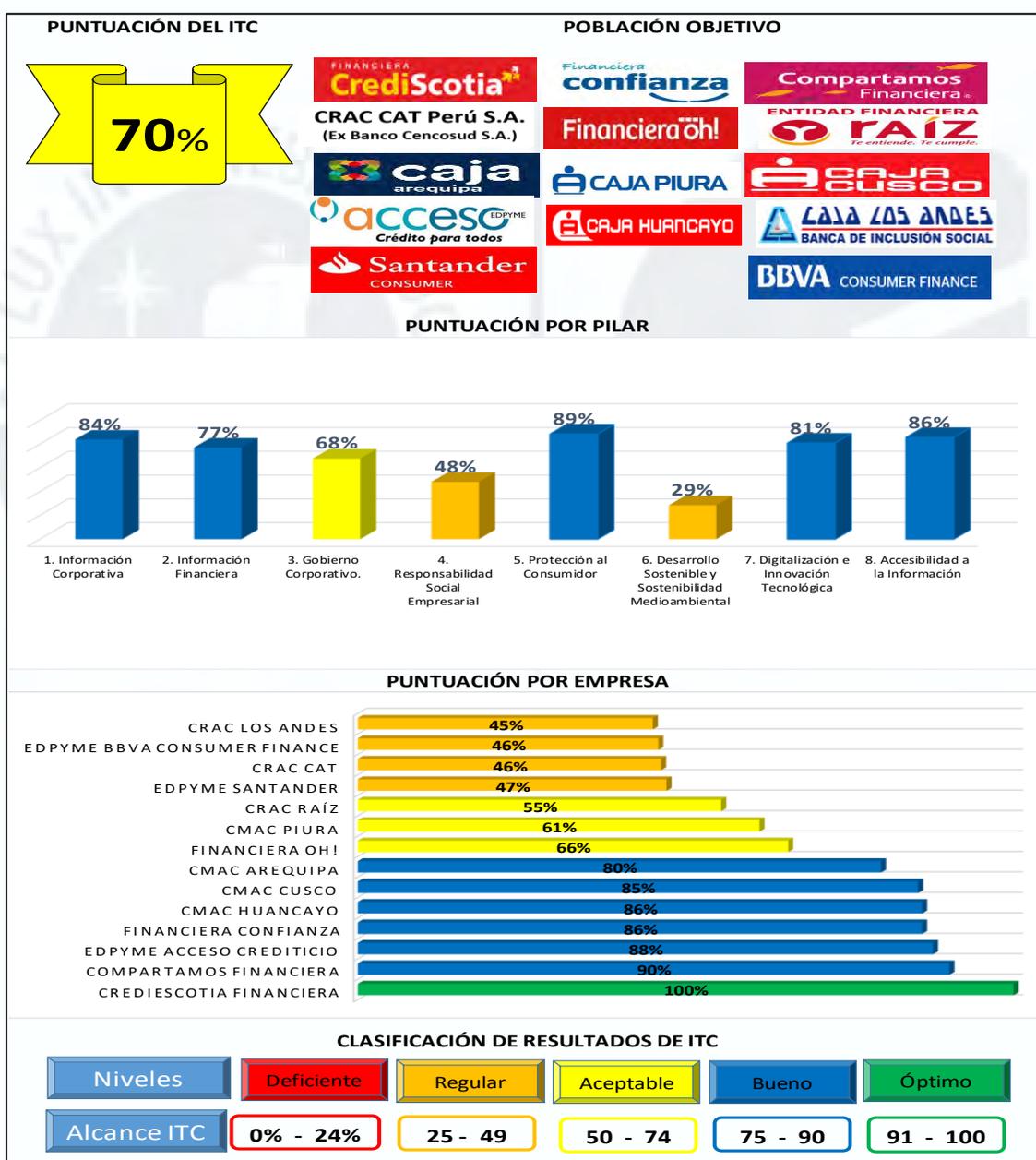


Figura 21. Resultado global del índice de transparencia corporativa aplicado al sector financiero no bancario.

b) Resultados del ITC por pilar del sector financiero no bancario

Pilar información corporativa,

En la figura 22 se detallan los resultados obtenidos en el pilar información corporativa con una calificación de 84% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de bueno y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el tercer puesto. Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: perfil de la empresa con 100%, misión, visión y valores con 86%, historia de la empresa con 86% y clasificación de riesgo con 64%.

La evaluación que se realizó a este pilar también permite ver que Crediescotia Financiera, Compartamos Financiera, Financiera Confianza, CMAC Huancayo, CMAC Cusco y EDPYME Acceso Crediticio obtuvieron 100%, mientras que Financiera Oh!, CMAC Arequipa, CMAC Piura, EDPYME BBVA Consumer Finance, CRAC CAT, CRAC Los Andes y CRAC Raíz el 75% y el más bajo porcentaje fue de EDPYME Santander con el 50%.



Figura 22. Resultado de la evaluación al pilar información corporativa.

Pilar información financiera,

En la figura 23 se detallan los resultados obtenidos en el pilar información financiera con una calificación de 77% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de bueno y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el quinto puesto. Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: estados financieros auditados con 100%, indicadores financieros claves con 71%, reportes mensuales con 100%, reporte de acciones y valor con 50%, y grupos inversores con 64%.

La evaluación que se realizó a este pilar también permite ver que Crediescotta Financiera, Financiera Confianza, Financiera Oh!, CRAC Los Andes y CMAC Cusco

obtuvieron 100%, mientras que Compartamos Financiera, CMAC Arequipa, CMAC Huancayo y CRAC Raíz el 80%, así mismo CMAC Piura, EDPYME Acceso Crediticio y EDPYME Santander el 60%, EDPYME BBVA Consumer Finance y CRAC CAT obtuvieron el porcentaje más bajo con un 40%.

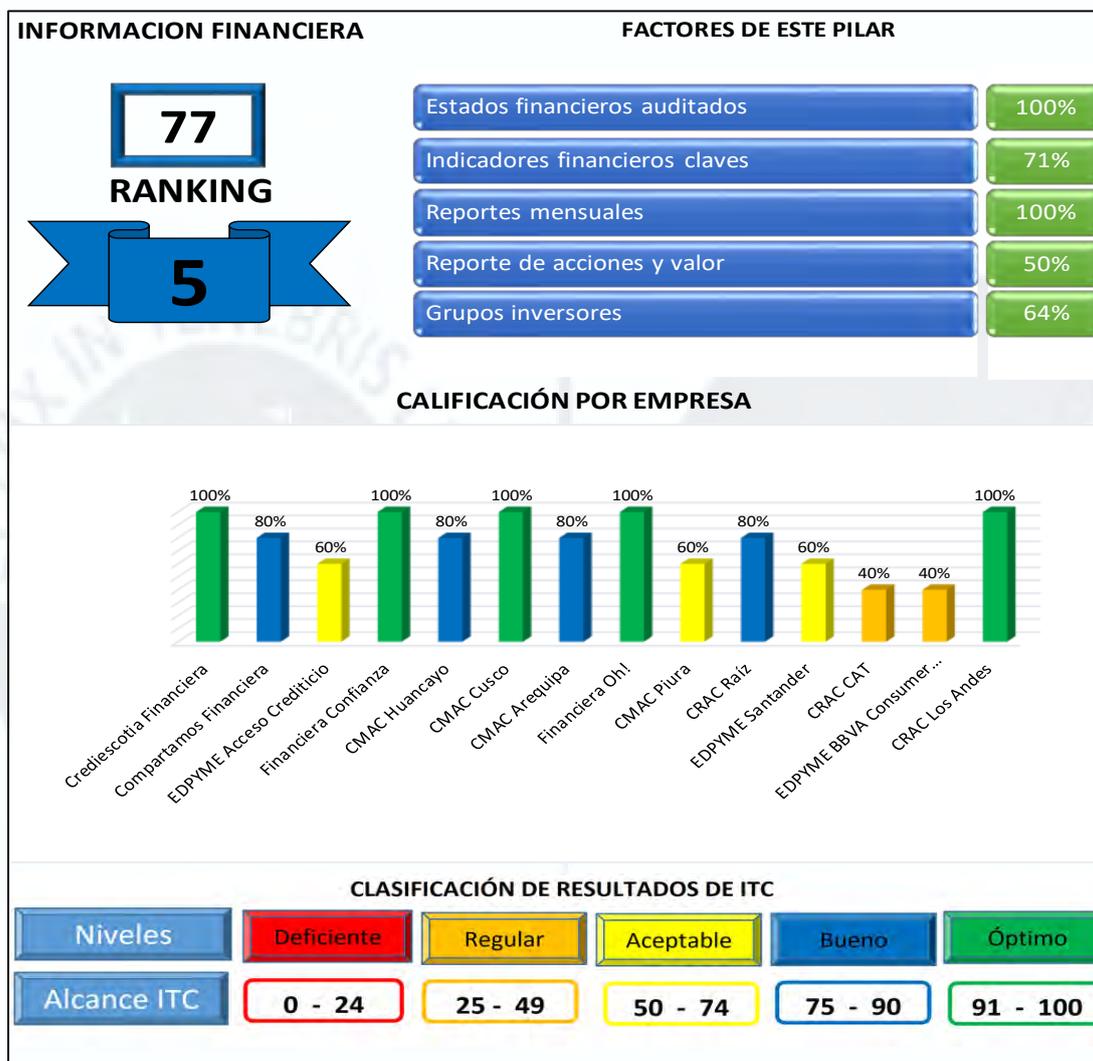


Figura 23. Resultado de la evaluación al pilar información financiera.

Pilar información de gobierno corporativo,

En la figura 24 se detallan los resultados obtenidos en el pilar gobierno corporativo con una calificación de 68% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de aceptable y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en sexto puesto.

Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: Control y comunicación de los riesgos con 100% lo que indica que todas las empresas cumplen con reporta y divulgar la gestión integral de riesgos que está diseñado en base al modelo de negocio.

Los factores de lineamientos de gobierno corporativo, calificación del directorio con puntajes de 71%, 64% respectivamente y por último código de conducta y capacidad profesional con el puntaje más bajo 36%, puesto que en muchos casos lo tienen como un documento interno de la institución y no lo publican en su página Web para conocimiento de los *stakeholders*.



Figura 24. Resultado de la evaluación al pilar información de gobierno corporativo.

Pilar información de responsabilidad social empresarial,

En la figura 25 se detallan los resultados obtenidos en el pilar responsabilidad social empresarial con una calificación de 48% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango regular y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el séptimo puesto.

Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: compromiso social con 50%, políticas de responsabilidad social con 29%, inclusión financiera con 64%, reconocimiento y premios con 50%.

Con estos resultados se identifica que el factor con menor calificación es política de responsabilidad social, puesto que muchas de las instituciones financieras no consideran por un tema de presupuesto.



Figura 25. Resultado de la evaluación al pilar información de responsabilidad social empresarial.

Pilar protección al consumidor.

En la figura 26 se detallan los resultados obtenidos en el pilar de protección al consumidor con una calificación de 89% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de bueno y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el primer puesto.

Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: canales para la resolución de quejas con 100%, acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender con 100%, privacidad de los datos del cliente con 86%, variedad de productos con 86% y la prevención del endeudamiento con 71%.

De las empresas calificadas todas cumplieron con dos factores al 100%, uno la resolución de quejas y segundo el uso de un lenguaje sencillo y fácil de entender. Esto debido a que se tiene al cliente con el centro de atención de las instituciones, y se requiere brindar respuestas rápidas a posibles molestias de los consumidores, así como comunicarse de manera clara y transparente para generar una relación de confianza que beneficie de manera transversal a todos los involucrados.

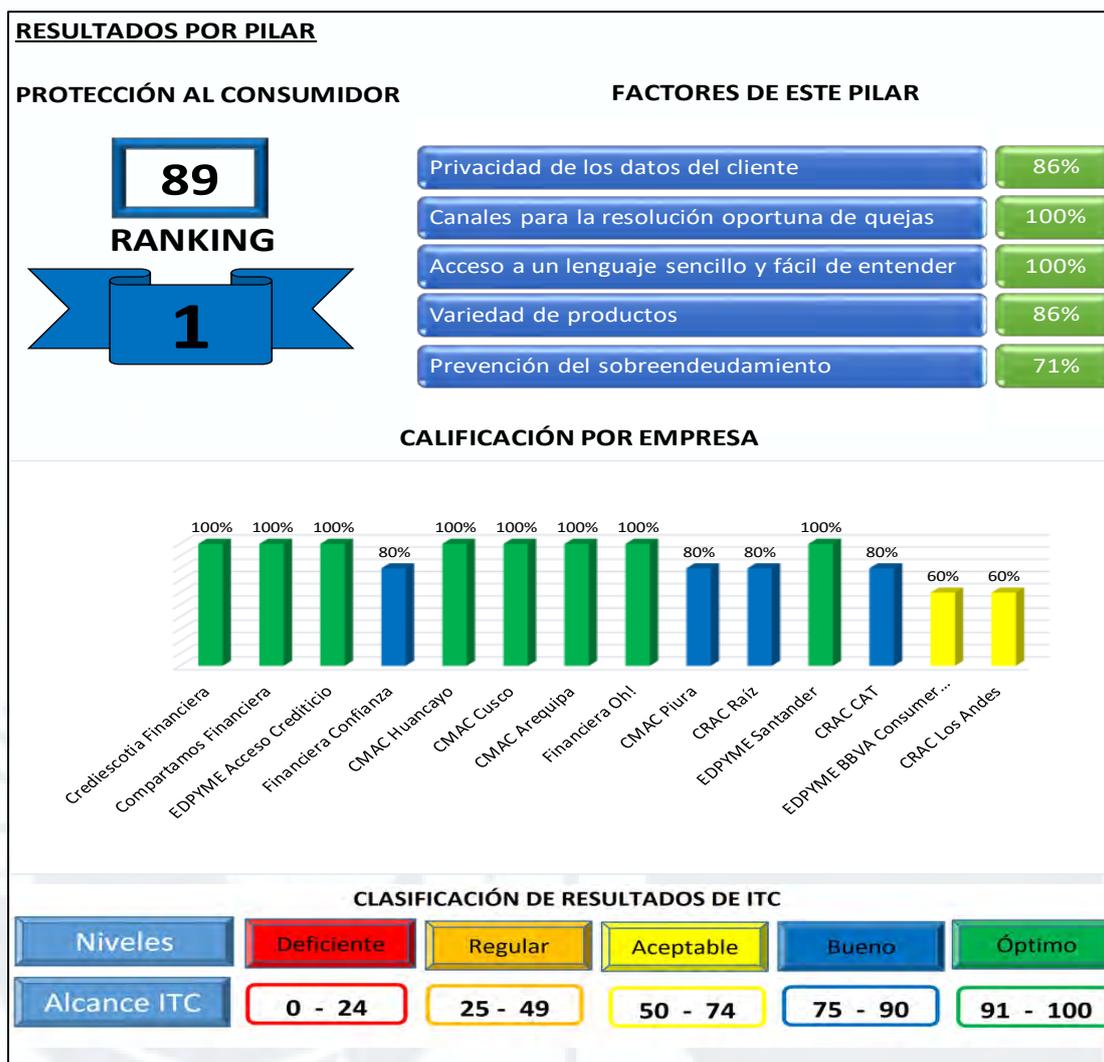


Figura 26. Resultado de la evaluación al pilar protección al consumidor.

Pilar desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental.

En la figura 27 se detallan los resultados obtenidos en el pilar desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental con una calificación de 29% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de regular y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el octavo puesto.

Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: impacto de actividades en el medioambiente con 43%, uso racional de recursos y energías limpias con 29%, y medidas para mitigación de cambio climático con 14%. La mayoría de las entidades analizadas no cuentan con una política medioambiental ni de sostenibilidad.

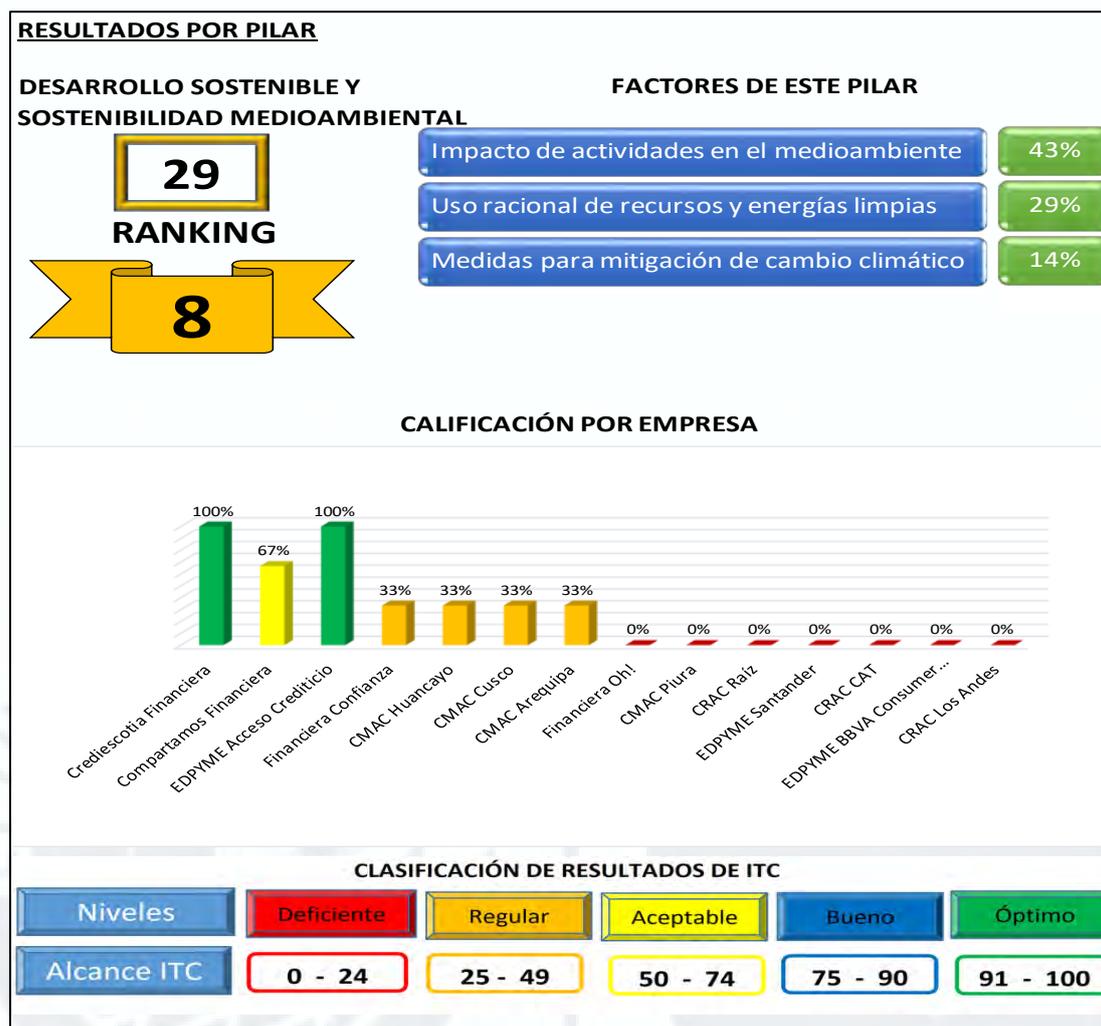


Figura 27. Resultado de la evaluación al pilar desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental.

Pilar digitalización e innovación tecnológica.

En la figura 28 se detallan los resultados obtenidos en el pilar digitalización e innovación tecnológica con una calificación de 81% de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de bueno y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el cuarto puesto. Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: soporte técnico para los clientes con 93%, venta de productos a través de la web de la entidad con 86% y acceso a las plataformas virtuales con 64%.

Estos resultados denotan que la digitalización toma cada vez más importancia sobre todo en la agilización de procesos y disminución de costos que se traducen en brindar

mejores opciones a los grupos de interés. La menor calificación la obtuvo el acceso a plataformas virtuales, en la que en su mayoría las EDPYMES y CRAC sólo cuenta con una página web con información de la empresa, mas no una plataforma virtual en la que puedan interactuar en línea con las cuentas, créditos y otros productos.

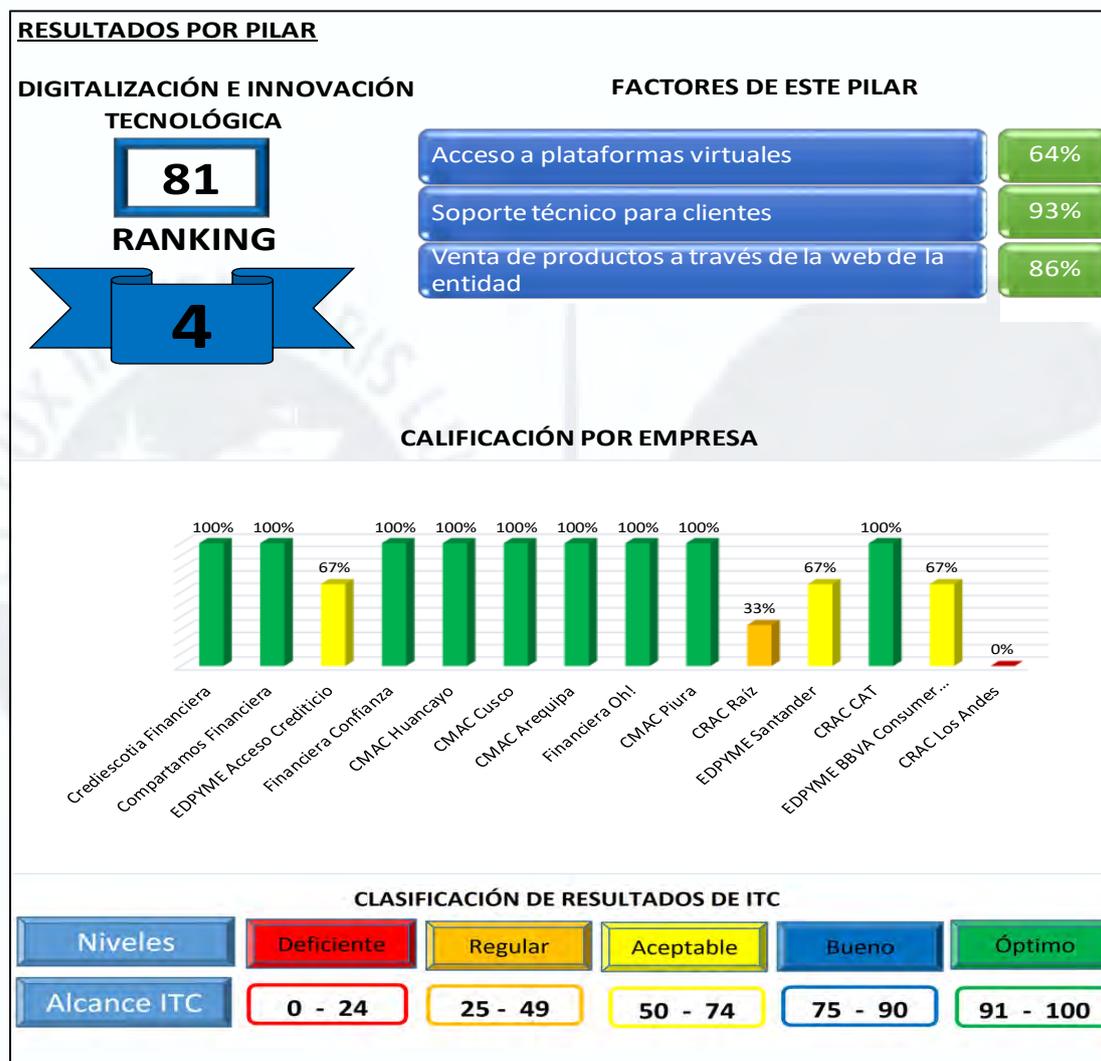


Figura 28. Resultado de la evaluación al pilar digitalización e innovación tecnológica.

Pilar accesibilidad a la información.

En la figura 29 se detallan los resultados obtenidos en el pilar accesibilidad de la información con una calificación de 86%, de acuerdo a la escala de clasificación se encuentra en el rango de bueno y en el ranking a nivel de los ocho pilares se ubica en el segundo puesto.

Así mismo se muestran los factores que conforman este pilar como: información sustancial disponible en la web con 79%, información actualizada regularmente con 93%, información ordenada y entendible con 93%, y opción a consultas diversas con 79%. El puntaje obtenido en este pilar refleja un buen nivel de transparencia cumpliendo con la presentación de información relevante y de gran valor para los *stakeholders*.

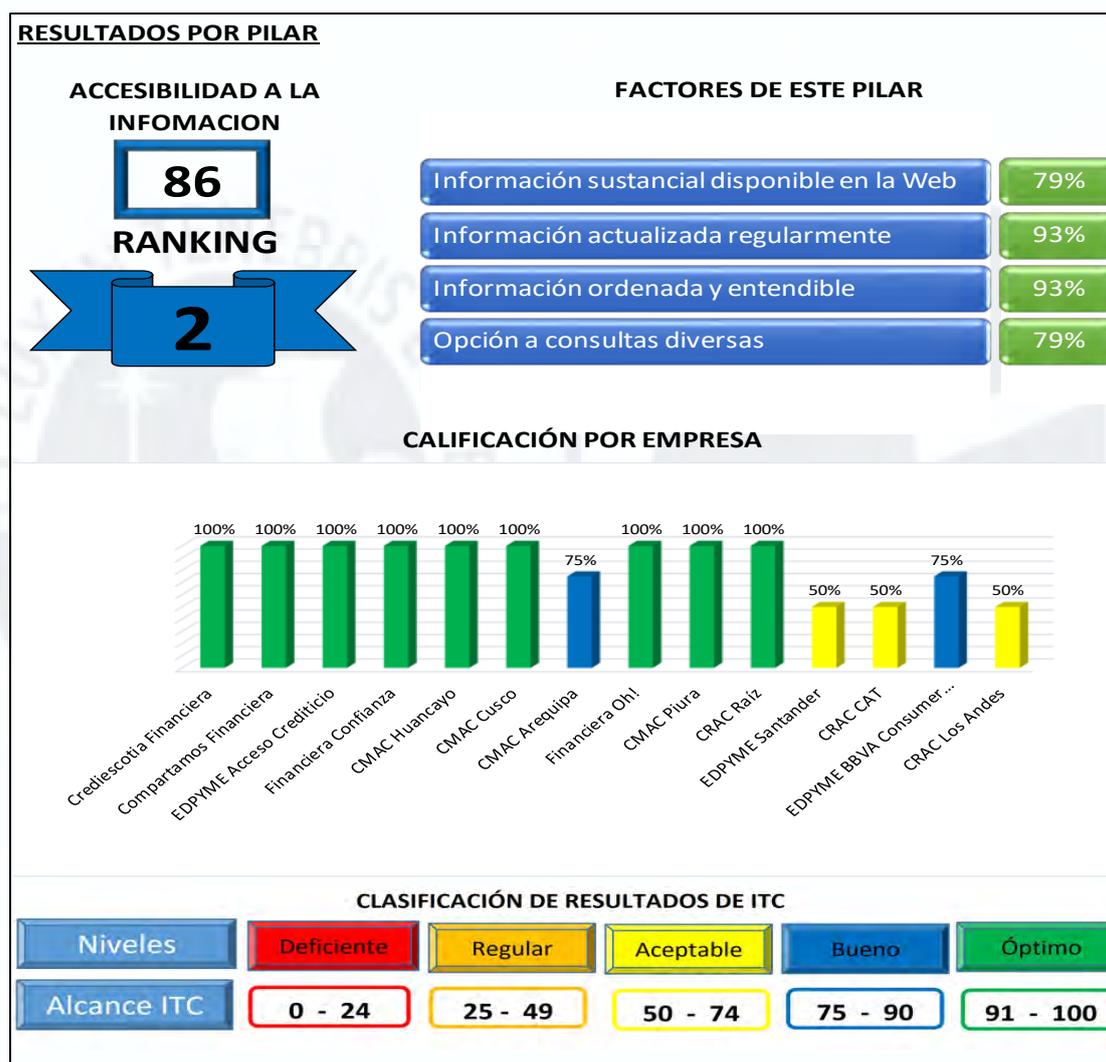


Figura 29. Resultado de la evaluación al pilar accesibilidad de la información.

c) Resultados del ITC por entidad financiera no bancaria

Crediescota Financiera

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Crediescota dio como resultado 100% ubicándose en el primer puesto

entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como óptimo. El valor obtenido en los pilares de: información financiera, protección al consumidor, digitalización e innovación tecnológica, accesibilidad a la información, información corporativa, gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental es de 100% (Figura 30).

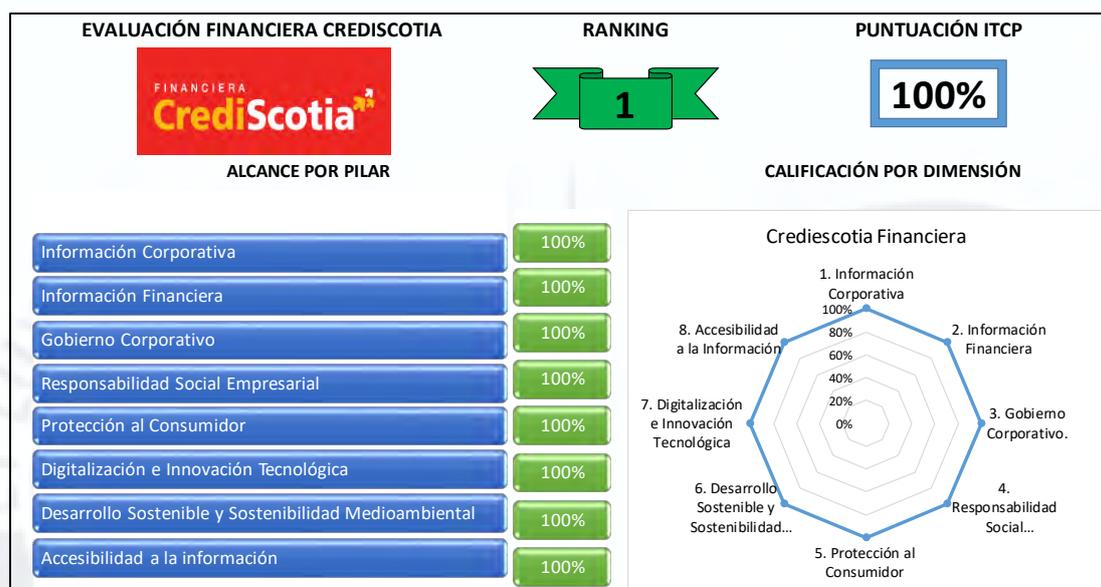


Figura 30. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Crediescopia Financiera.

Compartamos Financiera

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Compartamos Financiera dio como resultado 90% ubicándose en el segundo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como bueno.

El valor obtenido en los pilares información corporativa, gobierno corporativo, protección al consumidor, digitalización e innovación tecnológica y accesibilidad a la información es del 100%, lo cual son cinco pilares de los ocho que comparten el resultado óptimo. De otro lado los pilares de información financiera y responsabilidad social empresarial con 80% y 75% respectivamente tienen un nivel de transparencia bueno y

desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental con 67% un nivel de transparencia aceptable. (Figura 31).



Figura 31. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Compartamos Financiera.

EDPYME Acceso Crediticio

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Edpyme Acceso Crediticio dio como resultado 88% ubicándose en el tercer lugar entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como bueno.

El valor obtenido en los pilares de información corporativa, responsabilidad social, desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental y accesibilidad a la información es del 100%, lo cual son cuatro pilares de los ocho que comparten el resultado óptimo. De otro lado el pilar de gobierno corporativo 75% con un nivel bueno, digitalización e innovación tecnológica e información financiera 67% y 60% tienen un nivel aceptable (Figura 32).

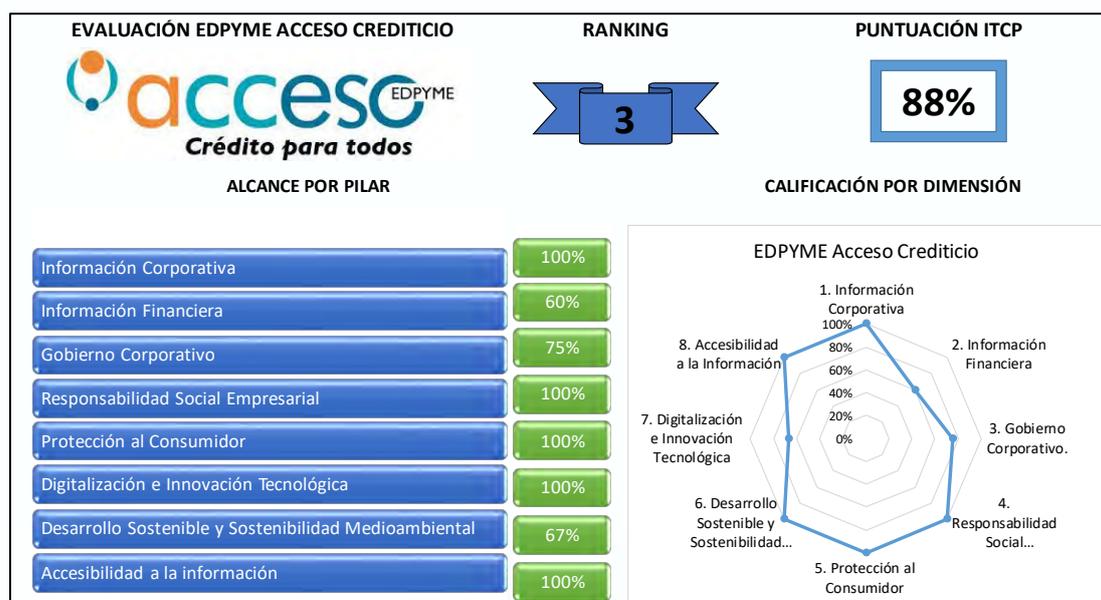


Figura 32. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a EDPYME Acceso Crediticio.

Financiera Confianza

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Financiera Confianza dio como resultado 86% ubicándose en el cuarto puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como bueno.

El valor obtenido en los pilares de: información corporativa, información financiera, gobierno corporativo, digitalización e innovación tecnológica y accesibilidad a la información es de 100%, son cinco pilares de ocho los que obtuvieron un resultado óptimo. De otro lado los pilares de protección al consumidor y responsabilidad social empresarial con 80% y 75% tienen un nivel de transparencia bueno y por último desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental con 33% con un nivel de transparencia de regular debido a que no se encontró información relacionada con este pilar en la búsqueda que se realizó. (Figura 33).

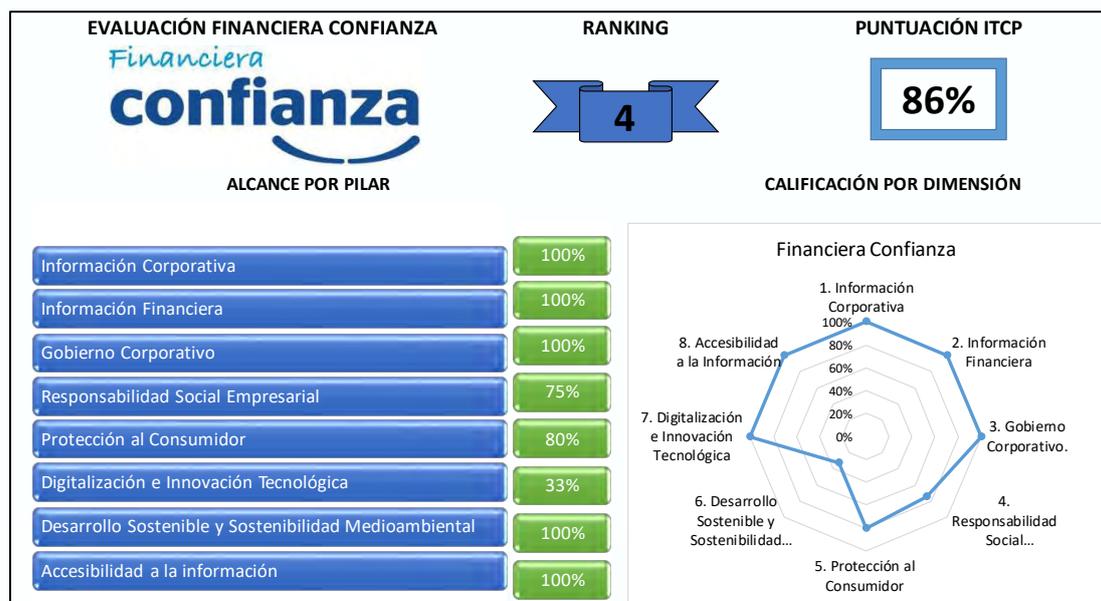


Figura 33. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Financiera Confianza.

CMAC Huancayo

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo dio como resultado 86% ubicándose en el quinto puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como bueno.

El valor obtenido en los pilares de: información corporativa, gobierno corporativo, protección al consumidor, digitalización e innovación tecnológica y accesibilidad a la información es de 100%, son cinco pilares de ocho los que obtuvieron un resultado óptimo. De otro lado los pilares de información financiera y responsabilidad social empresarial con 80% y 75% tienen un nivel de transparencia bueno. Por último, desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental con 33% con un nivel de transparencia de regular debido a que la empresa no muestra evidencia sobre el uso racional de recursos y energías limpias y las medidas que opta para la mitigación de cambio climático. (Figura 34).



Figura 34. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Huancayo.

CMAC Cusco

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. dio como resultado 85% ubicándose en el sexto puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como bueno.

El valor obtenido en los pilares de: información corporativa, información financiera, responsabilidad social, protección al consumidor, digitalización e innovación tecnológica y accesibilidad a la información es de 100%, son seis pilares de ocho los que obtuvieron un resultado óptimo, en los resultados resalta el programa de responsabilidad social que incentiva la educación financiera, la cultura y el deporte.

En el pilar de gobierno corporativo obtuvo un 50% con un nivel aceptable y finalmente consiguió 33% en desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental, en este último pilar la entidad no tiene una política clara sin embargo se tienen algunas acciones relacionadas a la gestión medioambiental. (Figura 35).

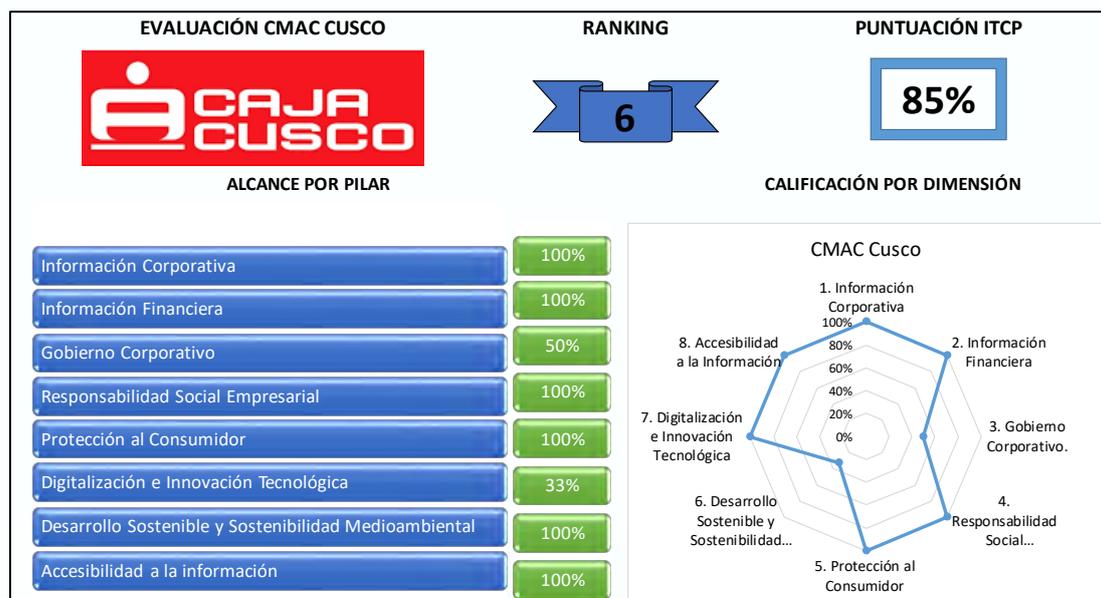


Figura 35. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Cusco.

CMAC Arequipa

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria CMAC Arequipa dio como resultado 80% ubicándose en el séptimo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como bueno.

El valor obtenido en los pilares de: responsabilidad social empresarial, protección al consumidor, digitalización e innovación tecnológica es de 100%, son tres pilares de ocho los que obtuvieron un resultado óptimo. De otro lado los pilares de información corporativa, información financiera, gobierno corporativo y accesibilidad a la información es de 75%, 80%, 75% y 75% respectivamente, con un nivel de transparencia bueno. Se encontró escasa información relacionada al pilar de desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental por lo cual se le asignó 33%, mostrando que la entidad no incentiva proyectos enfocados en el equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente (Figura 36).

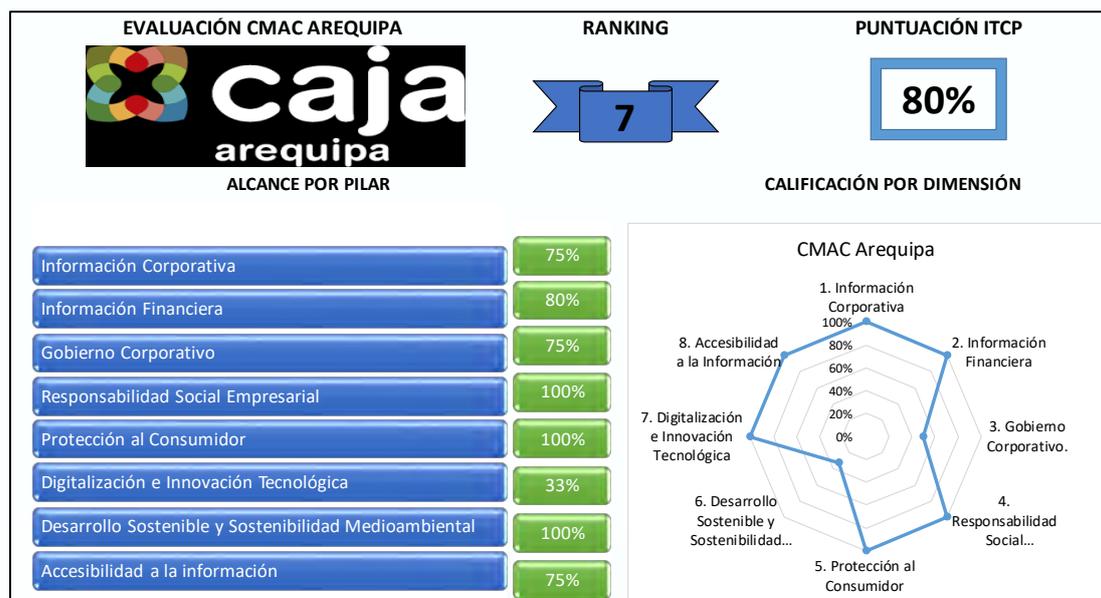


Figura 36. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Arequipa.

Financiera Oh!

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Financiera Oh! dio como resultado 66% ubicándose en el octavo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, clasificándose su desempeño general como aceptable.

El valor obtenido en los pilares de: información financiera, protección al consumidor, digitalización e innovación tecnológica y accesibilidad a la información es de 100%, son cuatro pilares de ocho los que obtuvieron un resultado óptimo, de otro lado los pilares de información corporativa y gobierno corporativo con 75% y 50% tienen un nivel de transparencia bueno y aceptable respectivamente.

No se encontró información relacionada a los pilares de responsabilidad social empresarial ni desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental por lo cual se le asignó 0% en estos aspectos, mostrando que la entidad no cuenta con una política de responsabilidad social empresarial y tampoco incentiva o financia proyectos enfocados en el equilibrio entre

el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente y compromiso social. (Figura 37).



Figura 37. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a Financiera OH.

CMAC Piura

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Financiera Caja Piura dio como resultado 61% ubicándose en el noveno puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como aceptable.

El valor obtenido en los pilares de digitalización e innovación tecnológica y accesibilidad a la información es del 100%, lo cual son dos pilares de los ocho que comparten el resultado óptimo, sobre los pilares de protección al consumidor, información corporativa, son de 80% y 75% con un nivel bueno. De otro lado los pilares de información financiera y gobierno corporativo los resultados son 60% y 50% con un nivel aceptable, el pilar de responsabilidad social con 25% tienen un nivel regular.

Por último, no se encontró información relacionada al pilar de desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental por lo cual se le asignó 0% esto obedece a que la entidad no

incentiva o financia proyectos enfocados en el equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente y compromiso social. (Figura 38).

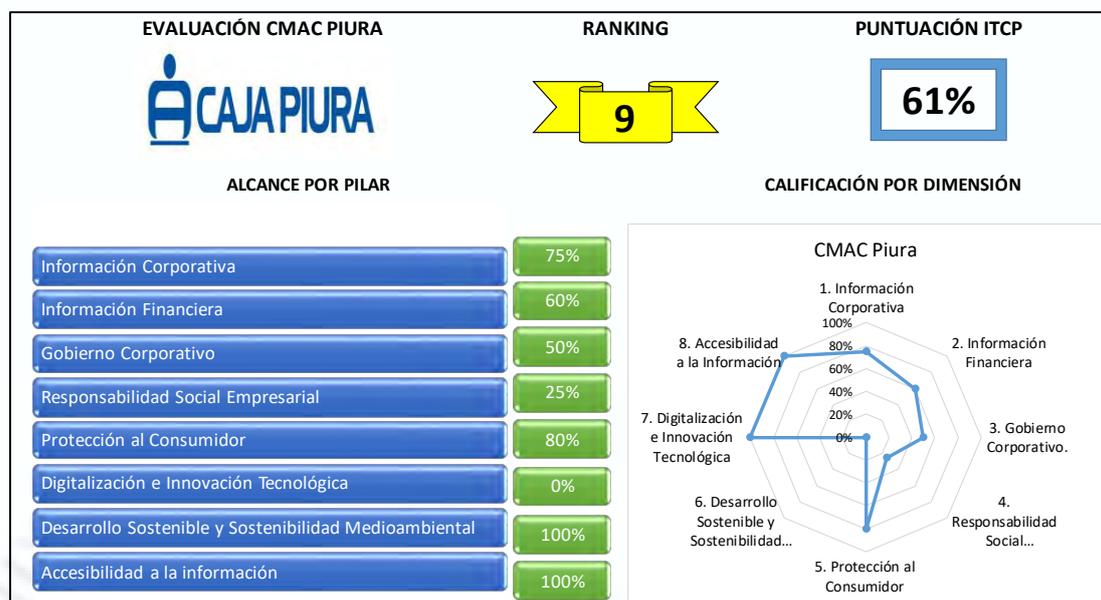


Figura 38. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CMAC Piura.

CRAC Raíz

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Caja Rural de Ahorro y Crédito Raíz S.A.A., dio como resultado 55% ubicándose en el décimo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como aceptable.

Destaca el 100% obtenido en el pilar de accesibilidad a la información ya que los datos que publican son entendibles se encuentran ordenados y actualizados regularmente. Los pilares de información financiera y protección al consumidor con 80% así como información corporativa y gobierno corporativo con 75% tienen un buen desempeño en cuanto a la clasificación del ITC. Con respecto a la responsabilidad social empresarial, así como el desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental no cuenta con ningún dato disponible dándole una calificación de 0%, demostrando un nivel deficiente en estos aspectos. (Figura 39).

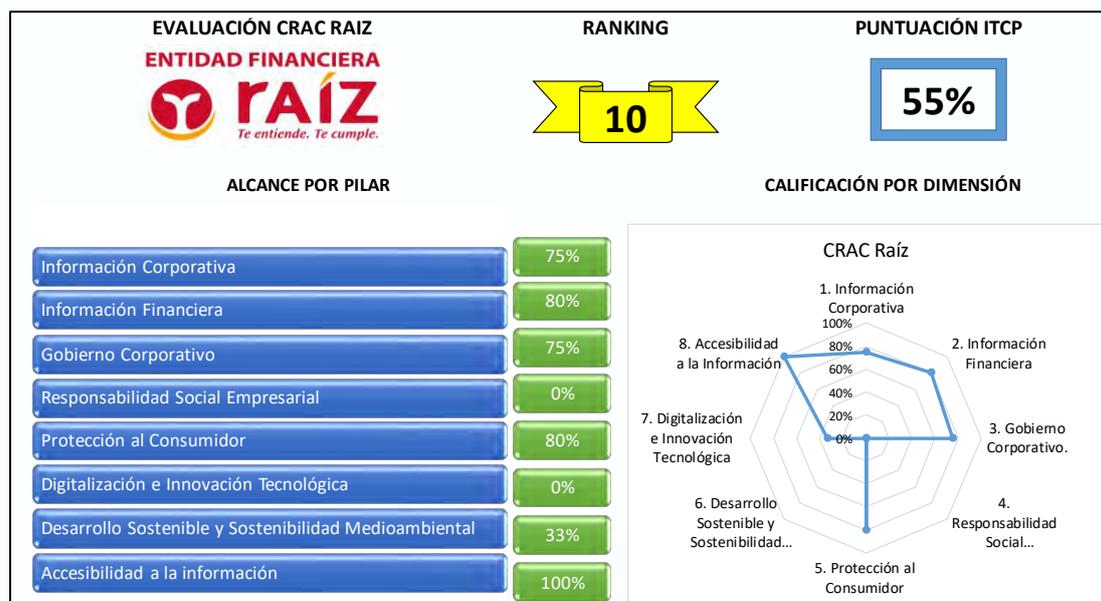


Figura 39. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CRAC Raíz.

EDPYME Santander

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria EDPYME Santander dio como resultado 47% ubicándose en el onceavo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como regular.

El valor obtenido en los pilares de: protección al consumidor es de 100%, con un resultado óptimo, de otro lado los pilares de digitalización e innovación tecnológica, información financiera, información corporativa, gobierno corporativo y accesibilidad a la información con 67%, 60%, 50%, 50% y 50% respectivamente tienen un nivel de transparencia aceptable.

No se encontró información relacionada a los pilares de responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental por lo cual se le asignó 0% en estos aspectos. Esto muestra que la entidad no cuenta con una política de responsabilidad social empresarial y tampoco incentiva o financia proyectos enfocados en el

equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente y compromiso social. (Figura 40).

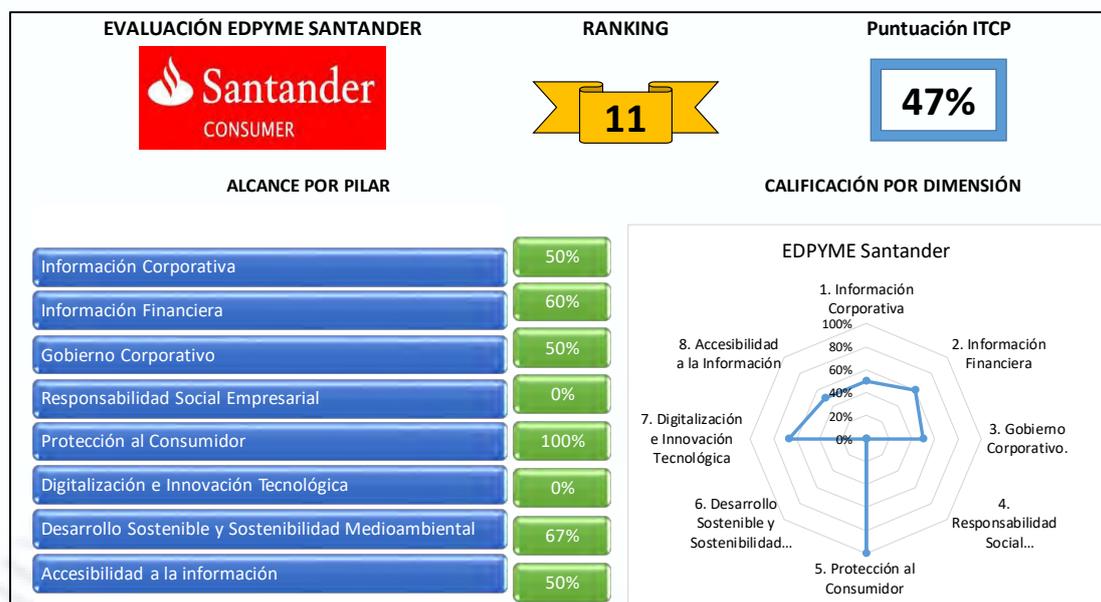


Figura 40. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a EDPYME Santander.

CRAC CAT

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria CRAC CAT dio como resultado 46% ubicándose en el doceavo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como regular.

El valor obtenido en los pilares de: digitalización e innovación tecnológica es de 100% consiguiendo un resultado óptimo debido a que maneja de manera activa sus plataformas digitales. Por otra parte, los pilares de protección al consumidor e información corporativa obtuvieron 80% y 75% tienen un nivel de transparencia bueno. Los pilares de accesibilidad a la información financiera con 50% y 40% tienen un nivel de transparencia aceptable y el pilar de gobierno corporativo con 25% tiene un nivel de transparencia de regular.

No se encontró información relacionada a los pilares de responsabilidad social empresarial ni desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental por lo cual se le asignó 0% en estos aspectos. (Figura 41)

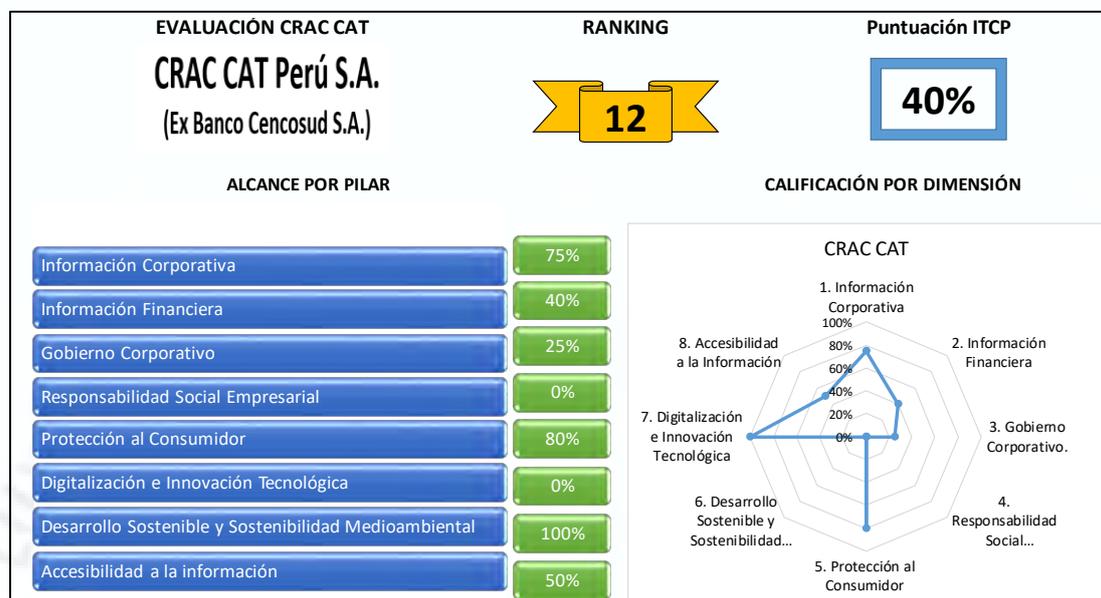


Figura 41. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CRAC CAT.

EDPYME BBVA Consumer Finance

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria EDPYME BBVA Consumer Finance, dio como resultado 46% ubicándose en el décimo tercer puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como regular.

Solamente los pilares de información corporativa y accesibilidad a la información con 75% califican con un desempeño de nivel bueno; los pilares de digitalización e innovación tecnológica con 67%, protección al consumidor con 60% e información corporativa con 50% se encuentran dentro de la escala aceptable.

De otra parte, el pilar de información financiera obtuvo 40% considerándose su desempeño regular, finalmente desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental junto a responsabilidad social empresarial no presentan información disponible por lo que se le

otorga una calificación de 0%, demostrando un nivel deficiente en estos aspectos. (Figura 42).

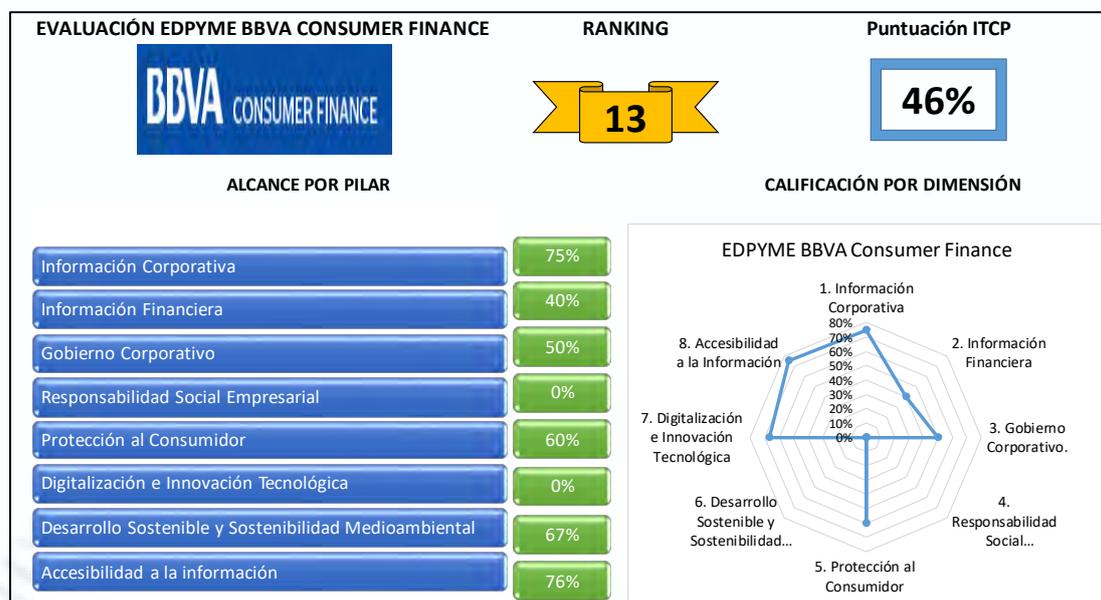


Figura 42. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a EDPYME BBVA Consumer Finance.

CRAC Los Andes

La aplicación del modelo de índice de transparencia corporativa a la entidad financiera no bancaria Caja Rural de Ahorro y Crédito Los Andes, dio como resultado 45% ubicándose en el décimo puesto entre las 14 entidades que se analizaron, su desempeño general se clasifica como Regular.

Destaca el 100% obtenido en el pilar de información financiera, esto obedece a que la empresa reporta a la SMV su desempeño financiero actualizados regularmente. Los pilares de información corporativa con 75%, protección al consumidor con 60% así como información de gobierno corporativo con 50%.

Con respecto a la responsabilidad social empresarial, así como el desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental no cuenta con ningún dato disponible dándole una calificación de 0%, demostrando un nivel deficiente en estos aspectos. (Figura 43).



Figura 43. Resultado de la evaluación del ITC aplicado a CRAC los Andes.

Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

En la presente investigación se formuló un modelo que permite medir el Índice de Transparencia Corporativa considerando ocho pilares. El modelo se aplicó a 14 empresas del sector financiero no bancario en el Perú.

- (i) En base a la literatura revisada se definió que la transparencia corporativa es la voluntad que tienen las empresas de divulgar su información real de manera clara de forma libre hacia sus *stakeholders*, generando esto mayor confianza entre ambas partes, nuestro modelo propuesto gira en base a este concepto, por lo que se consideró necesario la elaboración de un índice que permite medir la transparencia corporativa.
- (ii) Al ser un indicador compuesto el índice de transparencia corporativa, en la construcción del modelo de cálculo, se ha seleccionado la metodología propuesta en el año 2008 por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) en el Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide. Esta metodología por su sencillez y efectividad ha sido ampliamente utilizada en estudios similares.
- (iii) La metodología elegida para el cálculo del índice de transparencia corporativa en el sector financiero no bancario del Perú permite un tratamiento ordenado y sistematizado de la información, se empleó la ponderación equilibrada en todos los factores de cada uno de los pilares para evitar distorsiones en los resultados por falta de objetividad. Asimismo, para el cálculo del índice de transparencia por pilares y por entidades también se empleó el promedio aritmético (ponderación simple).
- (iv) El modelo propuesto de índice de transparencia corporativa está compuesto por ocho pilares: (a) información corporativa, (b) información financiera, (c) gobierno

- corporativo, (d) responsabilidad social corporativa, (e) protección al consumidor, (f) desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental, (g) digitalización e innovación tecnológica, y (h) accesibilidad de la información. Así mismo se estableció un total de 32 factores con sus respectivos indicadores.
- (v) De acuerdo a las SBS en el sector financiero no bancario en el Perú está compuesto por 38 empresa, agrupadas de la siguiente forma: (a) 10 empresas financieras, (b) 12 CMAC, (c) siete CRAC, y (d) nueve EDPYME. Se tomó como muestra a las 14 empresas que representan más del 70 % del portafolio de colocaciones.
- (vi) El resultado de la aplicación del modelo propuesto de ITC a las 14 empresas fue de 70%, que ubica a las empresas de este sector dentro del rango aceptable según la escala propuesta, este valor se ve influido por las exigencias de entrega de información por parte de los entes reguladores.
- (vii) Los pilares protección al consumidor, accesibilidad de la información, información corporativa, digitalización e innovación tecnológica y el pilar información financiera alcanzaron puntuaciones de 89%, 86%, 84%, 81% y 77% respectivamente se ubican según la tabla de clasificación de resultados con desempeño bueno y en el ranking de los pilares del primer al quinto puesto respectivamente, como se observa las puntuaciones más alta la obtiene los pilares de protección al consumidor y accesibilidad de la información esto debido a que las entidades reguladoras fiscalizan el cumplimiento obligatorio de la resolución SBS N° 3274 – 2017 reglamento de gestión de conducta de mercado del sistema financiero, en el que las empresas adopten buenas prácticas informando con transparencia todo lo relacionado a sus producto y servicios.
- (viii) El pilar gobierno corporativo alcanzo una puntuación del 68% ubicándose según la tabla de clasificación de resultados con desempeño aceptable y en el ranking de los

pilares en el sexto puesto, esto obedece a que la mayor parte de las empresas evaluadas no cotizan en bolsa, por lo tanto, no tienen la prioridad de publicar información de interés para los inversionistas.

- (ix) Los pilares responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental alcanzaron puntuaciones de 48% y 29%, según la tabla de clasificación de resultados estos se ubican con desempeño regular y en el ranking de los pilares en el séptimo y octavo puesto respectivamente, la transparencia en estos aspectos debe ser vista como una inversión que genera valor agregado y ventajas competitivas para la empresa no debe ser considerado un gasto, sin embargo el principal limitante que tienen las empresas para implementar estos pilares es el presupuesto que deben asignar.
- (x) La entidad Crediscotia Financiera alcanzo una puntuación de 100% ubicándose según la tabla de clasificación de resultados con desempeño optimo y en el ranking de las 14 empresas en el primer puesto, debido a que obtuvo 100% en los ocho pilares; por el contrario la entidad CRAC Los Andes alcanzo una puntuación de 45% ubicándose según la tabla de clasificación de resultados con desempeño regular y en el ranking de las 14 empresas en el último puesto, esto principalmente por la falta de información en los pilares desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental, digitalización e innovación tecnológica y responsabilidad social empresarial.

6.2. Recomendaciones

- (i) Se recomienda a las empresas del sector financiero no bancario aplicar el modelo propuesto de índice de transparencia corporativa una vez al año, con la finalidad detectar oportunidades de mejora, fomentar las buenas prácticas y generar mayor conciencia en las empresas respecto a la divulgación de la información hacia sus stakeholders y la sociedad.

- (ii) Se recomienda que el modelo propuesto sea revisado anualmente con el propósito de perfeccionarlo continuamente incluyendo o reconsiderando pilares, factores e indicadores de acuerdo a la coyuntura del país, buenas prácticas y evolución del sector. Una forma de mejorar el modelo podría ser preguntando a sus *stakeholders* acerca de sus necesidades de información y expectativas.
- (iii) Se recomienda a empresas promover el fortalecimiento de la transparencia de la información para que forme parte de su cultura organizacional, generando una imagen integra de la entidad y confianza en sus *stakeholders*.
- (iv) Se recomienda que todas las empresas del sector financiero no bancario actualicen su información anualmente con contenido claro y preciso para mantener informados a sus *stakeholders* sobre su accionar en el sector y así facilitar la toma de decisiones.
- (v) Se recomienda que se impulsen los pilares de gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa, así como desarrollo sostenible y sostenibilidad medioambiental aspectos en los que las empresas evaluadas obtuvieron una puntuación de aceptable y regular, ya que estos pilares hoy en día vienen tomando mayor importancia para los *stakeholders* debido al mayor impacto en la imagen de empresa ante la sociedad.
- (vi) Se recomienda que la ley N° 27806 - ley de transparencia y acceso a la información pública emitida por el estado peruano, sea ampliada y también abarque a las empresas del sector privado, con la finalidad de promover una cultura de transparencia en la información.
- (vii) Se recomienda que los organismos reguladores implementen gradualmente un sistema de fiscalización en asuntos de transparencia corporativa con la participación de las empresas involucradas, en aras de mejorar el índice de transparencia corporativa en el país, fomentando planes de mejora continua que incluyan también los pilares de gobierno corporativo, responsabilidad social y desarrollo sostenible.

(viii) Se recomienda al directorio de las entidades financieras no bancarias que dicten políticas para implementar estándares y buenas prácticas aplicados en otros países. De ser posible buscar la certificación en estas actividades.



Referencias

- BCRP (2011). Glosario de Términos Económicos. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>
- Białek-Jaworska, A. (2016). Determinants of Information Disclosure by Companies Listed on the Warsaw Stock Exchange in Poland. DOI: 10.13140
- Briano Turrent, G. d. (Julio de 2012). Factores Institucionales que inciden en la Transferencia del Gobierno Corporativo: Un estudio en empresas cotizadas Latinoamericanas. Santander.
- Briano, C., & Saavedra, M.L. (2015). La composición del consejo de administración y la estructura accionaria como factores explicativos de la transparencia en el gobierno corporativo en Latinoamérica: Evidencia en empresas cotizadas de Argentina, Brasil, Chile y México. *Estudios Gerenciales*, 31(2015), 275–286. recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359231500011X#bib0375>
- Briano, G & Rodríguez, L (2013) Transparencia de la información del IBEX 35. Recuperado de https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/Transparencia_de_la_informacion_corporativa_en_.pdf
- Bushman, R., Piotroski, J. D., & Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of Accounting Research*.
- Cabrera, J. (9 de octubre de 2008). Blog Innovación en la gestión. Recuperado de <http://blog.cabreramc.com/2008/10/09/la-transparencia-es-clave-para-el-futuro-de-nuestras-organizaciones/>

Cacuci, D. (2003). Sensitivity and uncertainty analysis. United States of América: Chapman & Hall/CRC.

Cea D'Ancona, A. (2012). Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de la investigación social. Madrid España: Editorial Síntesis S.A.

Centro de Análisis de Políticas Públicas (2019). Índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado – Rendición de cuentas y generación de valor en PEMEX y CFE. Recuperado de <https://www.mexicoevalua.org/mexicoevalua/wp-content/uploads/2019/05/IndiceTransparenciaEPE.pdf>

Consoni, S., & Colauto, R. (2016). Voluntary disclosure in the context of convergence with International Accounting Standards in Brazil. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 18(62), 658-677.

Cruz Vieyra, J., & Masson, M. (2015). *Gobernanza con Transparencia en tiempos de abundancia*. Washington, D.C. 20577: Sarah Schineller (A&S Information Specialists, LLC).

Díaz C., R. (2012). *Inteligencia de Negocios. Obtenido de Transparencia Corporativa Reporte Chile 201*. Recuperado de <http://www.udd.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte-Transparencia-Corporativa-2012.pdf>

FMI. (2018). *Espacios abiertos. Obtenido de Transparencia financiera*: <http://espaciosabiertos.org/transparencia-financiera/>

Fundación BBVA Microfinanzas. *Desarrollo del sector*. Recuperado de <http://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/desarrollo-del-sector/>

- Funes, M., Guevel, H., & Racagni, J. (2018). Comparación de métodos de agregación y ponderación evaluando la pérdida de información en la construcción de indicadores del desarrollo humano de países latinoamericanos. *Revista De La Escuela De Perfeccionamiento En Investigación Operativa*, 22(35), 56-77. Recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/epio/article/view/20253>
- FMI. (2012). Transparencia fiscal, rendición de cuentas y riesgo fiscal. Recuperado de <https://www.imf.org/external/spanish/np/pp/2012/080712s.pdf>
- García, L., & Pérez, A. (2014). Responsabilidad social empresarial, estrategia y ventaja competitiva en el sector bancario español. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, (21), 64-81.
- Hernández Pajares, J. (2018). Influencia de la naturaleza internacional de empresas peruanas en su información de sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 74–92. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.26441/RC17.1-2018-A4>
- Inteligencia de Negocios (IdN). (2010). Índice de Transparencia Corporativa ITC 2010. Recuperado de <https://comunicaciones.udd.cl/mediatica/files/2011/12/Estudio-Transparencia-Corporativa-2010.pdf>
- Johnston, D. J. (2004). OCDE. Obtenido de White Paper sobre Gobierno Corporativo en América Latina. Recuperado de <https://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/22368983.pdf>
- MIX. (2019). Data Standards for Inclusive Fintech. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1QmXTrnbQ1B4D8C7O1Tgz5HXNTJ5Quhvq/view?ts=5d55459c>
- MIX. (2019). What we do. Recuperado de <https://www.themix.org/inclusive-fintech>
- LEY N^a 27806.- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Recuperado de https://www.peru.gob.pe/normas/docs/LEY_27806.pdf

- Lipschutz, P. (2011, 01 de diciembre). Diez años después del colapso de Enron, los escándalos sólo han empeorado. *The Wall Street Journal Américas*. Recuperado de <https://search-proquest-om.ezproxybib.pucp.edu.pe/docview/907128484?accountid=28391>
- Lilia, A & Moreno, M. (2019) Índice de transparencia corporativa para empresas productivas del estado. Recuperado de <https://www.mexicoevalua.org/wp-content/uploads/2019/02/Indice-de-transparencia-corporativa-EPEs.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2004). Principios de gobierno corporativo de la OCDE. Recuperado de <https://www.oecd.org/spain/37191543.pdf>
- Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE). (2008). Handbook on Constructing Composite Indicators. Recuperado de <http://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm>
- Penfold, M., Oneto, A. & Rodríguez, G. (2015). La transparencia del gobierno corporativo en las Empresas de Propiedad del Estado en América Latina. Recuperado de <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/767/CAF%20N20%20VFINAL%20con%20cambios%20adicionales.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Publish What You Fund (2020). 2020 Aid Transparency Index. Recuperado de https://www.publishwhatyoufund.org/wp-content/uploads/dlm_uploads/2019/11/2020-Index-Technical-Paper-1.pdf

Rendir Cuentas. (2019). Obtenido de Transparencia uno de los principios de la ISO 26000. Recuperado de <http://www.rendircuentas.org/noticia/transparencia-uno-de-los-principios-de-la-iso-26000/>

Rivero, R., & Berdugo, I. (2003). El estado de derecho latinoamericano. Integración económica y seguridad jurídica en Iberoamérica. España, España, España: Ediciones Universidad de Salamanca y los autores.

Sampieri, R., Collado, C. & Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. México, D.F: McGraw-Hill Education.

Smart Campaign. (2016) Estándares de certificación en protección al cliente. Recuperado de <https://www.smartcampaign.org/certificacion/estandares-de-certificacion>

Transferencia Corporativa. (2017). Obtenido de <http://www.transparenciacorporativa.cl/>

Apéndices

Apéndice A. Evaluación de ITC para Crediescopia Financiera

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	100%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%	100%	100%
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	100%	100%
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	100%	100%
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Soporte técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice B. Evaluación de ITC para Financiera Compartamos

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	90%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%	80%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	100%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	75%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	67%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice C. Evaluación de ITC para EDPYME Acceso Crediticio

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	88%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%	60%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	75%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	100%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa		0%	67%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice D. Evaluación de ITC para Financiera Confianza

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	86%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%	100%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	100%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	75%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	80%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS		0%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	33%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Soporte técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%	100%	
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice E. Evaluación de ITC para Caja Huancayo

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	86%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%	80%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	100%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	75%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	33%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Soporte técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice F. Evaluación de ITC para CMAC Cusco

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	85%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%	100%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	50%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	100%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	33%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Soporte técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice G. Evaluación de ITC para CMAC Arequipa

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	80%
		Misión, visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	80%	
		Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	75%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	1	25%	100%	
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	33%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Apéndice H. Evaluación de ITC para Financiera Oh!

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	66%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%	100%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	50%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	0%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice I. Evaluación de ITC para Caja Piura

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	61%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	60%	
		Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%		
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	50%	
		Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	25%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	80%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	0	0%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		Soporte técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice J. Evaluación de ITC para CRAC Raíz

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	55%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	80%	
		Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%		
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	0	0%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	75%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	0%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	80%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	0	0%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	33%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	100%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice K. Evaluación de ITC para EDPYME Santander

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	50%	47%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%	60%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	0	0%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	50%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	0%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	100%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	67%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	50%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	0	0%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice L. Evaluación de ITC para CRAC CAT

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	46%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	40%	
		Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%		
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	0	0%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	25%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	0%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%	80%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	100%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	50%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	0	0%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Apéndice M. Evaluación de ITC para EDPYME BBVA Consumer Finance

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	46%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	40%	
		Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%		
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	0	0%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%	50%	
		Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	0	0%		
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	0%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	60%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	1	20%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%	67%	
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	1	33%		
		Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%	75%	
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		

Apéndice N. Evaluación de ITC para CRAC Los Andes

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
1. Información Corporativa	0.125	Perfil de la empresa	La empresa publica de manera clara su perfil como institución	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%	75%	45%
		Misión , visión y valores	La empresa publica su misión, visión y valores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Historia de la empresa	La empresa publica su historia	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Clasificación de riesgo	La empresa publica el tipo de clasificación de riesgo que tiene	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	25%		
2. Información Financiera	0.125	Estados financieros auditados	La empresa publica sus estados financieros auditados	0.2	Dic-19	Portal web de la empresa /SBS / SMV	1	20%	100%	
		Indicadores financieros claves	La empresa cuenta con indicadores como el ROA, ROE, liquidez y patrimonio	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	20%		
		Reportes mensuales	La empresa envía sus reportes financieros mensuales a la SBS	0.2	Jun-20	SBS	1	20%		
		Reporte de acciones y valor	La empresa publica el valor de sus acciones	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%		
3. Gobierno Corporativo.	0.125	Grupos inversores	La empresa publica quienes son sus socios inversores	0.2	Jun-20	Portal web de la empresa / SMV	1	20%	50%	
		Código de Conducta Ética y Capacidad Profesional	La empresa cuenta con un código de ética y conducta.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Lineamientos de gobierno corporativo	La empresa difunde sus lineamientos de gobierno corporativo.	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Calificación del directorio	La empresa publica la hoja de vida de sus directores	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
4. Responsabilidad Social Empresarial	0.125	Control y comunicación de los riesgos	La empresa informa sobre el riesgo crediticio, operacional y de mercado	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS	1	25%	25%	
		Compromiso social	La empresa asigna un aporte anual para temas de RRSS	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / BVL	0	0%		
		Políticas de Responsabilidad Social	La empresa cuenta con su política de responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Inclusión financiera	La empresa cuenta con un plan de inclusión social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	1	25%		
		Reconocimientos y premios	La empresa publica sus reconocimientos obtenidos en relación a responsabilidad social	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		

Pilar	Ponderación por Pilar	Factor	Indicador	Ponderación	Periodo	Fuente	0 = No cuenta 1 = Si cuenta	Índice Parcial	Índice por Pilar	Índice de Transparencia por Empresa
5. Protección al Consumidor	0.125	Privacidad de los datos del cliente	La empresa informa al cliente sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para su uso	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	60%	
		Canales para la resolución oportuna de quejas	La empresa tiene diferentes canales para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Acceso a un lenguaje sencillo y fácil de entender	La empresa informa a sus clientes sobre las condiciones, restricciones y beneficios de sus productos de forma clara y sencilla	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Variedad de productos	La empresa cuenta con variedad de productos y servicios para sus clientes	0.20	Jun-20	Portal web de la empresa	1	20%		
		Prevención del sobreendeudamiento	La institución financiera mantiene una calidad de la cartera sólida y estable $\leq 6\%$	0.20	Jun-20	SBS	0	0%		
6. Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Medioambiental	0.125	Impacto de Actividades en el Medioambiente	La empresa impulsa proyectos o programas respetuosos con el medio ambiente	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		Uso Racional de Recursos y Energías Limpias	La empresa promueve el uso racional de los recursos naturales y la energías limpias	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Medidas Para Mitigación de Cambio Climático	La empresa incentiva proyectos para la mitigación del cambio climático	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
7. Digitalización e Innovación Tecnológica	0.125	Acceso a plataformas virtuales	La empresa cuenta con una plataforma digital para poder visualizar sus cuentas	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	0%	
		SopORTE técnico para clientes	La empresa cuenta con un área o un call center dedicado a brindar soluciones a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
		Venta de productos a través de la web de la entidad	La empresa utiliza medios electrónicos para brindar productos o servicios a los clientes	0.33	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		
8. Accesibilidad a la Información	0.125	Información Sustancial Disponible en la Web	La información publicada por la empresa es útil	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%	50%	
		Información Actualizada Regularmente	La empresa actualiza su información sobre su desempeño de forma trimestral	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Información Ordenada y Entendible	La empresa presenta la información de manera clara y ordenada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa / SBS / SMV	1	25%		
		Opción a Consultas Diversas	La empresa cuenta con canales para realizar consultas sobre la información publicada	0.25	Jun-20	Portal web de la empresa	0	0%		