

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUM PUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

Medición de la Transparencia Corporativa en el Sector Inmobiliario

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

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Marco Antonio Cardoso Ortiz

Rosario Angélica Mejía Chávez

Percy Ángel Pardo Zapata

Roxana Paola Velarde Surichaqui

Asesor: Luciano Barcellos de Paula

Surco, noviembre 2018

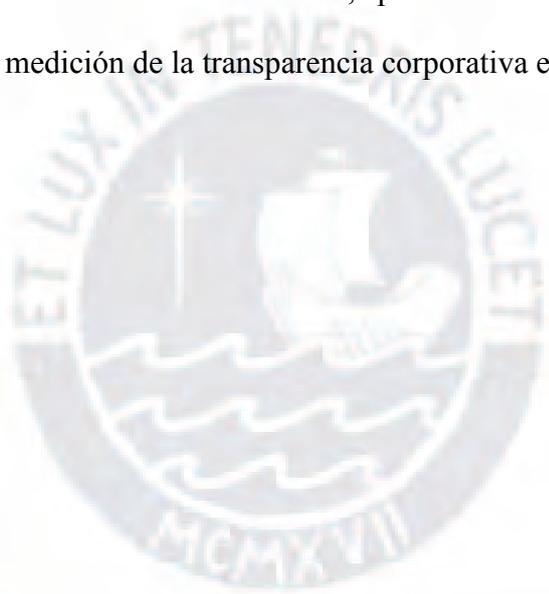
Agradecimientos

Expresamos nuestra mayor gratitud y aprecio a:

El profesor PhD Luciano Barcellos de Paula por ser nuestro guía y apoyarnos incondicionalmente en todos los pasos dados para así culminar con éxitos la presente tesis.

Los profesores de CENTRUM PUCP por sus invaluable consejos durante la elaboración de nuestra tesis.

Los siete representantes de las empresas inmobiliarias que apoyaron con el levantamiento de los datos, aportando así su experiencia en las entrevistas requeridas para la medición de la transparencia corporativa en dicha industria.



Dedicatorias

A Liyanet, mi esposa y a mis padres Ana y Delfor por todo su apoyo y amor.

Marco Cardoso Ortiz

A mis padres Raúl y Rosa, mi hermano Raúl y mi tía Rosa, por su apoyo incondicional, ejemplo y paciencia.

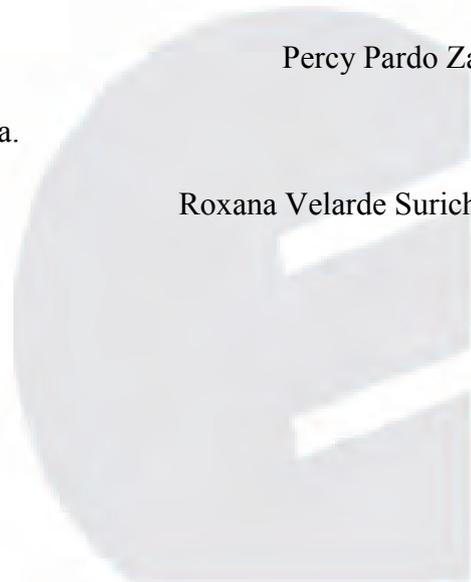
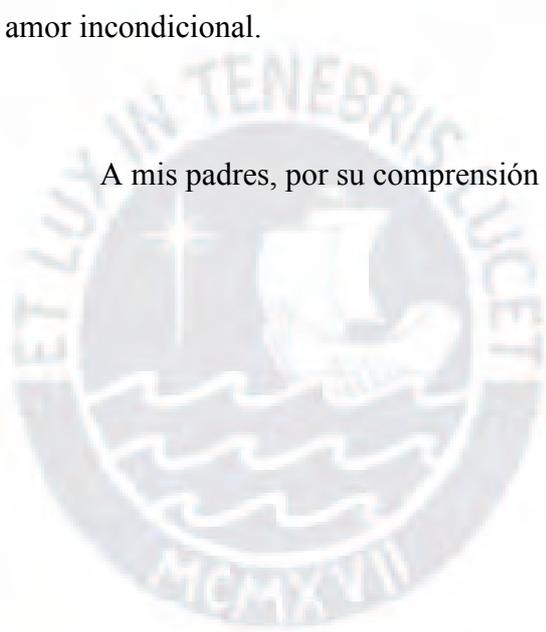
Rosario Mejía Chávez

A mi familia, en especial a mis padres y a mi hermana por su dedicación, paciencia y amor incondicional.

Percy Pardo Zapata

A mis padres, por su comprensión y paciencia.

Roxana Velarde Surichaqui



Resumen Ejecutivo

¿Qué tan valorada es la información que muestran las empresas inmobiliarias más representativas del Perú a través del internet? ¿Qué tipo de información muestran las empresas inmobiliarias más representativas del Perú? ¿Cuál es la percepción de los representantes inmobiliarios frente a un sistema de medición de transparencia corporativa? El objetivo de la presente investigación es acercarse a responder estas interrogantes e identificar el índice de transparencia corporativa en las empresas inmobiliarias más representativas. Se ha realizado una revisión de la literatura acerca de la transparencia, obteniendo resultados de organismos internacionales que se preocupan por las iniciativas, el desarrollo, implementación y seguimiento del desempeño y cumplimiento de varios países de todo el mundo, es así que los indicadores que recogen información son medidos a través de índices de medición de transparencia. El presente trabajo toma un modelo de índice de medición de transparencia aplicado a empresas que cotizan en bolsa, para luego ser adaptado en la industria inmobiliaria peruana. La validación se realizó a través de la metodología cualitativa por medio de entrevistas a los representantes de las inmobiliarias más representativas.

En síntesis, la presente tesis consta de cinco capítulos. El Capítulo I presenta los antecedentes, la problemática, el propósito de la investigación, los objetivos y las preguntas de investigación; en el Capítulo II se revisa y conceptualiza la transparencia en empresas peruanas, Latinoamericanas, del mundo, y los instrumentos de medición de índices de transparencia que existen; en el Capítulo III se revisa la transparencia corporativa en las empresas inmobiliarias más representativas con mayores colocaciones en viviendas, presenta la metodología de investigación, la población y el instrumento a utilizar; en el Capítulo IV se realiza el análisis de datos, y los resultados de la aplicación del instrumento; finalmente en el Capítulo V se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Transparencia, sector inmobiliario, internet, corporativo

Abstract

How valuable is the information shown by the most representative real estate companies in Peru through the internet? What type of information do the most representative real estate companies in Peru show? What is the perception of real estate representatives in front of a corporate transparency measurement system? The objective of the present investigation is to approach to answer these questions and identify the index of corporate transparency in the most representative real estate companies. A review of the literature on transparency has been carried out, obtaining results from international organizations that are concerned with the initiatives, development, implementation and monitoring of the performance and compliance of several countries around the world, so that the indicators they collect information are measured through transparency measurement indices. The present work takes a transparency measurement index model applied to companies listed on the stock exchange, and then adapt it in the Peruvian real estate industry. Validation was carried out through qualitative methodology through interviews with representatives of the most representative real estate agencies.

In summary, this thesis consists of five chapters. Chapter I presents the background, the problem, the purpose of the research, the objectives and the research questions; in Chapter II, transparency and conceptualization of transparency in Peruvian, Latin American and world companies is reviewed, as well as the instruments for measuring the transparency indexes that exist; Chapter III reviews corporate transparency in the most representative real estate companies with the greatest placements in housing, presents the research methodology, the population and the instrument to be used; in Chapter IV the data analysis is performed, and the results of the application of the instrument; Finally, in Chapter V, the conclusions and recommendations are presented

Key words: Transparency, real estate, internet, corporate.

Tabla de Contenidos

Lista de Figuras.....	v
Lista de Tablas	vi
Capítulo I: Introducción	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición del Problema	4
1.3. Propósito de la Investigación.....	5
1.3.1. Objetivos secundarios	5
1.4. Preguntas de la Investigación	6
1.5. Naturaleza de la Investigación.....	6
1.6. Marco Teórico	7
1.7. Definiciones Operacionales.....	10
1.8. Supuestos de la Investigación.....	12
1.9. Limitaciones de la Investigación	12
1.10. Delimitaciones de la Investigación.....	13
1.11. Resumen	14
Capítulo II: Revisión de la Literatura	17
2.1. Mapa de la Literatura del Capítulo	17
2.2. Transparencia Corporativa	19
2.3. Transparencia Corporativa en las Empresas Peruana y Latinoamericanas	21
2.4. Transparencia Corporativa en las Empresas del Mundo	27
2.5. Índices de Medición de Transparencia Corporativa de las Empresas	30
2.6. Resumen	42
2.7. Conclusión.....	43
Capítulo III: Metodología de la Investigación.....	44

3.1.	Diseño de la Investigación.....	44
3.2.	Conveniencia del Diseño	45
3.2.1.	Justificación del modelo elegido.....	47
3.3.	Población y Muestra	49
3.4.	Consentimiento Informado	50
3.5.	Instrumento de la Investigación.....	51
3.5.1.	Cuestionario y validación de preguntas	52
3.6.	Recolección de Datos	54
3.7.	Resumen	56
Capítulo IV: Propuesta de un Índice de Transparencia Corporativa		58
4.1.	Análisis de Datos	58
4.1.1.	Codificación abierta	61
4.1.2.	Codificación axial	67
4.1.3.	Codificación selectiva.....	73
4.2.	Análisis de Preguntas de la Investigación	73
4.3.	Método Delphi	76
4.4.	Validez y Adaptabilidad del Modelo.....	78
4.5.	Resumen	84
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.....		85
5.1.	Conclusiones.....	85
5.1.1.	Conclusiones generales	85
5.1.2.	Conclusiones específicas	87
5.2.	Recomendaciones	89
5.2.1.	Recomendaciones generales	89
5.2.2.	Recomendaciones prácticas	90

5.2.3. Recomendaciones para futuras investigaciones.....	91
Referencias.....	92
Apéndices.....	105
Apéndice A: Modelo de Transparencia Propuesto por Gandía y Andrés (2005)	105
Apéndice B: Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (2016)	106
Apéndice C: Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (2012).....	112
Apéndice D: Modelo de Transparencia Propuesto por Gómez y Montesinos (2014).....	119
Apéndice E: Modelo de Transparencia Propuesto por Alonso (2009).....	120
Apéndice F: Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (2017)	122
Apéndice G: Modelo de Transparencia Propuesto por Acción Social de España	139
Apéndice H: Consentimiento Informado.....	141
Apéndice I: Cuestionario para la Entrevista.....	142
Apéndice J: Validación de Preguntas	143
Apéndice K: Guía de Entrevista.....	147
Apéndice L: Cartas de Presentación	149
Apéndice M: Protocolo del Caso	169
Apéndice N: Evaluación de las Empresas.....	170
Apéndice O: Notas de Entrevistas	190
Apéndice P: Consentimientos Informados	197
Apéndice Q: Entrevistas Transcritas	211
Apéndice R: Primer Cuestionario para Consenso de Expertos.....	233
Apéndice S: Segundo Cuestionario para Consenso de Expertos.....	234
Apéndice T: Modelo Adaptado.....	235

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Colocación a enero 2018, las 20 inmobiliarias más representativas.	14
<i>Figura 2.</i>	Mapa de la literatura sobre Transparencia Corporativa.....	18
<i>Figura 3.</i>	Ruta de cuatro fases.	34
<i>Figura 4.</i>	Selección de modelo por criterios.	49
<i>Figura 5.</i>	Colocación a enero 2018, las 20 inmobiliarias más representativas.	51
<i>Figura 6.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria Viva GYM bajo modelo original.....	54
<i>Figura 7.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria DHMont bajo modelo original.	55
<i>Figura 8.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria Los Portales bajo modelo original.....	55
<i>Figura 9.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria D&D Constructores bajo modelo original.....	55
<i>Figura 10.</i>	Cálculo de IT de Cosapi Inmobiliaria bajo modelo original.	56
<i>Figura 11.</i>	Categoría, sub-categoría y palabras clave.	60
<i>Figura 12.</i>	Ranking de IT de modelo adaptado.	81
<i>Figura 13.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria Viva GYM bajo modelo original.....	81
<i>Figura 14.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria DHMont bajo modelo original.	82
<i>Figura 15.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria Los Portales bajo modelo original.....	82
<i>Figura 16.</i>	Cálculo de IT de inmobiliaria D&D Constructores bajo modelo original.....	82
<i>Figura 17.</i>	Cálculo de IT de Cosapi Inmobiliaria bajo modelo original.	83
<i>Figura 18.</i>	Ranking de IT: Diferencia entre el modelo original y adaptado.	83
<i>Figura 19.</i>	Variación de IT del modelo original versus el modelo adaptado.	84

Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Ranking de Países Transparentes en Latinoamérica, Legislativas</i>	24
Tabla 2	<i>Los Principios de Buen Gobierno Corporativo para las Empresas Peruanas</i>	27
Tabla 3	<i>Índice de Transparencia Corporativa (e-ITC)</i>	31
Tabla 4	<i>Parámetros de Medición</i>	33
Tabla 5	<i>Factores de Medición del Modelo Municipal en Colombia</i>	34
Tabla 6	<i>Factores de Medición la Ley de Transparencia y Buen Gobierno - España</i>	36
Tabla 7	<i>Modelo de Análisis de Nivel de Transparencia para las ONGs</i>	37
Tabla 8	<i>Resultado de Prueba de Hipótesis</i>	38
Tabla 9	<i>Ponderación de los Índices ITEP</i>	39
Tabla 10	<i>Calificación de Riesgo del ITEP</i>	40
Tabla 11	<i>Indicadores del Índice de Gobierno Abierto (IGA)</i>	40
Tabla 12	<i>Modelo de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios</i>	42
Tabla 13	<i>Modelos Revisados</i>	47
Tabla 14	<i>Matriz de 14 Modelos Investigados</i>	50
Tabla 15	<i>Empresas Seleccionadas como Muestra</i>	51
Tabla 16	<i>Matriz de Congruencia</i>	52
Tabla 17	<i>Escala de Likert para la Validación de Preguntas del Cuestionario</i>	53
Tabla 18	<i>Evaluación del Cuestionario de Entrevista Mediante el Alfa de Cronbach</i>	53
Tabla 19	<i>Entrevistas en Orden Cronológico</i>	60
Tabla 20	<i>Codificación Abierta: Concientización Respecto a la Transparencia</i>	62
Tabla 21	<i>Codificación Abierta: Experiencias Respecto a la Transparencia</i>	63
Tabla 22	<i>Codificación Abierta: Opinión en la Evaluación</i>	64
Tabla 23	<i>Codificación Abierta: Sugerencias al Modelo Mostrado para Adaptación</i>	65
Tabla 24	<i>Codificación Axial: Concientización Respecto a la Transparencia</i>	68

Tabla 25	<i>Codificación Axial: Experiencias Respecto a la Transparencia</i>	69
Tabla 26	<i>Codificación Axial: Opinión en la Evaluación del Índice</i>	70
Tabla 27	<i>Codificación Axial: Sugerencias al Modelo Mostrado para Adaptación</i>	71
Tabla 28	<i>Codificación Selectiva</i>	72
Tabla 29	<i>Criterios de Evaluación para Escoger Modelo a Adaptar</i>	75
Tabla 30	<i>Perfil de los Expertos para Adaptar el Modelo Propuesto</i>	77
Tabla 31	<i>Cumplimiento de Perfil de los Expertos</i>	77
Tabla 32	<i>Resultados de la Primera Iteración del Método Delphi</i>	79
Tabla 33	<i>Resultados de la Segunda Iteración del Método Delphi</i>	79



Capítulo I: Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo partir de los antecedentes de la transparencia corporativa y la importancia de su aplicación en las organizaciones para dar paso a la definición del problema a tratar en las organizaciones del sector inmobiliario y la falta de confianza hacia éstas, definiendo el objetivo de la investigación, la naturaleza de la investigación, el desarrollo del marco teórico, el uso del internet para la difusión de información y la propuesta de adaptar, según Guzmán (2012, p. 3), un modelo de índice de transparencia corporativa que se adecue a la realidad del sector inmobiliario, todo esto enmarcado dentro de los supuestos, limitaciones y delimitaciones de la investigación.

1.1. Antecedentes

La transparencia está siendo cada vez más apreciada por la sociedad con fines de inversión e investigación, haciendo que las empresas mantengan su credibilidad y logren un verdadero valor compartido como factor estratégico (Mañas & Montes, 2016). La transparencia corporativa nace como previsión ante los casos de malas prácticas empresariales y para recuperar la confianza de la sociedad, siendo percibida como un aspecto importante sobre todo en las organizaciones socialmente responsables y las que están camino a serlo (Mañas & Montes, 2016). Según el Capítulo Peruano de Transparencia Internacional (Proética, 2018) debe existir transparencia a la hora de transmitir el mensaje a los grupos de interés de una organización, fortaleciendo y mejorando el acceso a la información pública a través de: a) la actualización del portal de transparencia estándar; b) mecanismos innovadores de transparencia y c) presentación oportuna de la información.

Para las normas establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO) la ISO 26000 (2016), el principio de transparencia no consiste en revelar información confidencial de la propia organización, si no se debe compartir información suficiente, clara y completa para que a los grupos de interés puedan permitirles decidir, evaluar y analizar sus

próximas decisiones con respeto a dicha organización. Por otro lado, para la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV, 2018) las empresas que cumplan con el Principio del Buen Gobierno Corporativo contribuyen en la generación de confianza a los inversionistas, convirtiéndolas cada vez más competitivas, impactando positivamente en la economía peruana, y satisfaciendo las demandas cambiantes. Estas instituciones le dan credibilidad a la información presentada ya que son sociedades auditoras, bancos reconocidos, y sociedades reguladoras de mercado de valores que contribuyen con el auspicio de la buena gobernabilidad (Bushman & Smith, 2003).

Después de conocer las definiciones de transparencia, la presente investigación dará un enfoque cualitativo en el caso peruano en su nivel de transparencia corporativa, en una de las industrias que ha crecido en los últimos cinco años, la industria inmobiliaria. Según el Informe Económico de Construcción (IEC) elaborado por Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) y la información del Instituto Nacional de Estadística (INEI) el sector de construcción tuvo un incremento en diciembre 2017 de 6.62% respecto al mes del año anterior, fue el segundo crecimiento más alto después del 2014 (6.99%), además el Producto Bruto Interno (PBI) del sector superó en diciembre 2017 al PBI Global en 5.3%, siendo el PBI Global en dicho mes de 1.32%. Para los últimos siete meses de 2017 el sector demostró un crecimiento alentador, ya que el nivel de crecimiento anual del PBI del sector llegó a 2.2% levemente menor que el PBI Global 2.5% (CAPECO, 2018; INEI, 2018).

Es importante mencionar que los segmentos que conforman el sector de construcción son: a) edificaciones, b) inmobiliarias y c) proveedores. De las cuales el crecimiento del 2017 se debe al incremento de edificaciones a través de obras públicas ejecutadas, y en segundo lugar el segmento inmobiliario alcanzó colocaciones de 29 mil unidades en todo el país, y en tercer lugar el crecimiento de proveedores conformado por el consumo de cemento y servicios, según La Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO, 2018).

Según los indicadores económicos y sociales informados por el INEI a diciembre 2017 la producción nacional creció en 1.32%, en términos anuales la producción nacional creció en 2.5%, producto de mayores exportaciones en 3.88%, importación de bienes de consumo no duradero en 6.59%, ventas minoristas en 1.69% y créditos de consumo en 3.75%. De las cuales la contribución de crecimiento de la actividad de construcción fue 0.13% (INEI, 2018).

Se mantiene grandes expectativas de crecimiento para el cumplimiento de los objetivos estratégicos del país. Según INEI (2018), el sector de construcción creció 7.84% a enero 2018, al parecer este año será mejor que los anteriores. El destrabe de proyectos públicos sería el inicio del crecimiento del sector, con mejores tasas, incremento del crédito y dinamismo para viviendas de interés social. Según CAPECO (2018) las ventas de viviendas este año crecerán en un 6% impulsado por el segmento MiVivienda y techo propio y según el Informe Económico de la Construcción (IEC) las ventas de viviendas no sociales crecerán en un 6.85%, según la encuesta realizada por CAPECO el incremento de viviendas por segmento serían 14% en techo propio, 39% en MiVivienda y 46% no social.

Así mismo CAPECO (2018), sostiene que habrá mayores ofertas de viviendas en Lima Centro (Breña, Cercado de Lima, La Victoria, Rímac y San Luis) que favorecerán a las inmobiliarias, las zonas con menores ofertas inmobiliarias han ido creciendo por periodos de etapas por ejemplo entre 2004 - 2010 se dio un impulso inicial con 1041 viviendas, luego entre 2011-2015 mantuvo un dinamismo registrando 2630 viviendas, a pesar que en el 2015 hubo una reducción, en los tres últimos años se vio una recuperación en la oferta inmobiliaria con 3464 viviendas colocadas, ello evidencia que hay un crecimiento en Lima Centro.

Otro factor que contribuiría al dinamismo es la evaluación que realizó el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento que los fondos de inversión sirvan para comprar la cartera crediticia hipotecaria a las instituciones financieras. Hoy se cuenta con la opción de

poder obtener la cuota inicial de un crédito hipotecario o amortizar parte del crédito con el 25% del aporte a la AFP, promoviendo de esta manera mayor demanda de viviendas y una disminución en las tasas de interés por parte de la competencia (VIVIENDA, 2018).

Los grupos de interés serán afectados positiva o negativamente por las decisiones de una empresa. En ese sentido, la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria debe estar destinada a brindar información relevante sobre las actividades financieras, de gestión, comercial y resultados en conjunto con el beneficio social que esta crea a través de la Responsabilidad Social Empresarial y el Buen Gobierno Corporativo, creando valor para las empresas y una mayor aceptación por los grupos de interés, permitiendo disminuir la incertidumbre frente a ellos, por tanto mientras más alto sea el grado de transparencia de la empresa, mayor será la oportunidad de crear valor para la misma a través de su reputación (Gómez & Montesinos, 2014; Freeman, 1999).

1.2. Definición del Problema

Hoy en día no se transmite una realidad saludable en el país, resulta muy fácil evidenciar problemas de estafa, corrupción, inconsistencias en la información contable y financiera, falta de gobernabilidad, de objetividad e imparcialidad de información que finalmente generan a los grupos de interés desconfianza a la hora de evaluar la elección de un servicio o producto (Molina, 2017). En ese sentido, Mañas y Montes (2016) encuentran una relación directa entre el nivel de confianza de las organizaciones con el nivel de transparencia de estas. Es por ello la falta de transparencia de información que percibe el público por parte de las diversas industrias del Perú es porque no están obligadas en cierta medida a revelar más de lo solicitado por la regulación vigente, a través de intermediarios como instituciones privadas (Molina, 2017).

La industria inmobiliaria ocupó la segunda posición en el ranking de infracciones y sanciones durante el año 2017 (Molina, 2017). En el informe emitido por Transparencia

Internacional en cuanto a niveles de corrupción, el presente año se coloca al Perú en el lugar 96 de 180 países, por lo que se podría inferir que aún queda mucho camino por recorrer en aras de una transparencia transversal en las organizaciones.

Es así como se ha identificado como principal problema la existencia de una baja concientización en brindar mayor información corporativa por parte de las empresas inmobiliarias del Perú, lo cual contribuye a que estas estén expuestas a riesgos económicos y financieros (Ferro, 2016). Por ello el presente trabajo busca identificar las razones de la baja concientización en transparencia de información corporativa a través de la obtención de las percepciones de los representantes inmobiliarios más relevantes del Perú. Según Ferro (2016) las empresas deben mostrar información con las siguientes características: (a) Facilidad de presentación, que sea rápida de encontrar y a la vez entendible; (b) estandarizada, que se comparable con las demás empresas de la industria, con el fin de colocar información imparcial; y (c) objetiva, que busque siempre lograr la excelencia en sus operaciones, entregando información crítica de la situación actual.

1.3. Propósito de la Investigación

El propósito de esta investigación es adaptar un modelo de índice de transparencia corporativa para la industria inmobiliaria del Perú.

1.3.1. Objetivos secundarios

- a) Definir el concepto que tiene la industria inmobiliaria frente a la transparencia corporativa.
- b) Identificar modelos que se apliquen en industrias similares a nivel mundial y cuales podrían adaptarse a la realidad peruana.
- c) Medir el nivel de transparencia con un modelo ya propuesto para otro país y contrastar los resultados con la realidad de la industria inmobiliaria peruana.

- d) Conocer la percepción de las inmobiliarias más representativas del Perú, frente a la información que se debe mostrar a través del internet.

1.4. Preguntas de la Investigación

En la presente investigación se desarrollarán las siguientes preguntas:

- a) ¿Cómo medir el nivel de transparencia en las empresas inmobiliarias del Perú?
- b) ¿Cuál es el concepto de transparencia corporativa que tienen los representantes inmobiliarios más representativos del Perú?
- c) ¿Qué modelos de medición de transparencia existen para industrias similares a nivel mundial que se puedan aplicar a la realidad peruana?
- d) ¿Cuál es el nivel de transparencia que tienen las empresas peruanas inmobiliarias en la actualidad?
- e) ¿Qué tipo de información muestran las empresas inmobiliarias más representativas del Perú a través del internet?

1.5. Naturaleza de la Investigación

La presente investigación tiene un propósito descriptivo porque su utilización permite evaluar algunas características de una situación o entorno en particular (Avolio, 2016).

Adicionalmente, tiene un enfoque cualitativo ya que este permite un proceso dinámico y creativo en donde los investigadores analizan y clasifican sus propios datos (Avolio, 2016).

Se usará como instrumento de recolección de datos las entrevistas, debido a que la entrevista es una técnica intensiva que funciona en base a estímulos, empleada para profundizar aspectos más teóricos y globales sobre un tema (Martínez, 2006).

La estrategia empleada es el estudio del caso, porque permite investigar de manera más profunda las diferentes perspectivas de los representantes inmobiliarios sobre el tema de la transparencia corporativa. El instrumento con la que se pretende medir la validez será de

tipo contenido y coherencia interna, porque se realizará una revisión de las variables por expertos en la materia y se medirán con el coeficiente Alfa de Cronbach (Martínez, 2006).

Las entrevistas se realizarán a personas que actualmente laboran en las empresas más representativas de la industria inmobiliaria, ya que corresponde a fuente de información primaria. Las entrevistas se llevarán a cabo bajo una guía y serán debidamente grabadas bajo el consentimiento informado de los entrevistados para finalmente buscar la opinión de expertos y validar las propuestas finales.

1.6. Marco Teórico

El tema central del presente trabajo está enfocado en proponer una alternativa de medición de transparencia frente al problema de investigación sobre la baja existencia de concientización en brindar mayor información corporativa por parte de las empresas más representativas en la industria inmobiliaria. Para abordar el problema se revisó la literatura sobre, las definiciones de transparencia a nivel nacional e internacional, las razones sobre la baja concientización en mostrar información, la identificación de modelos de medición existentes que más se asemejen a la realidad del mercado local sobre todo a la industria inmobiliaria peruana.

Para empezar, Berglof y Pajuste (2005) identificaron que las empresas de Europa central y oriente publican información dependiendo del marco normativo legal de cada país, limitándose en divulgar información financiera de las compañías por no estar todas obligadas, en el estudio se identificó que solo las empresas con mayor rentabilidad y las de menor apalancamiento presentan más información al público. Es así que la información involucra informes periódicos que muestran información específica que son considerados en algunos casos obligatorios y en otros voluntarios. Según Bushman, Piotroski y Smith (2003) existen dos factores que se le atribuye al nivel de transparencia, la transparencia financiera tiene que

ver con el beneficio del entorno económico y político y la transparencia de la Gobernabilidad que tiene que ver con el régimen legal y judicial de cada país.

Para llevar a cabo el objetivo, se revisó de manera exhaustiva los modelos de medición que más se asemejan a la realidad peruana, identificando 14 modelos de las cuales se identificaron siete enfocados en el sector público que son: (a) el modelo de Corporación de transparencia por Colombia propone cuatro fases entre la metodología hasta su aplicación y difusión de resultados para el buen control de información transparente en el ámbito municipal (Corporación de Transparencia por Colombia, 2015), (b) el modelo propuesto por De la Fuente (2016) sugiere que los resultados sean medidos de acuerdo a la coyuntura política, el entorno y como se relacionan los recursos, el proceso, los resultados y el impacto a la hora de mostrar información, (c) el modelo de Scrollini (2012) aplicado en Chile con el objetivo de medir la transparencia en la recolección de datos bajo la implementación de leyes que la soporten y aprueben, (d) el modelo propuesto por Gómez y Montesinos (2014) enfocado en mostrar información financiera y presupuestal en Colombia a través del internet, donde se impulsa una mejor comunicación entre la administración pública y los ciudadanos, (e) el modelo propuesto por Beltrán y Martínez (2017) acerca a los ciudadanos a la gestión administrativa pública centrándose en brindar información de manera transparente a través de una ley que los ampara y dispone, donde y que información se debe revelar, (f) el modelo de Índice de Transparencia de las entidades públicas (ITEP, 2017) presenta variables cada una con una ponderación aplicado al mercado Colombiano, permite tomar calificaciones e indicar si está aprobada o desaprobada en función a los resultados, (g) el modelo de Índice de Gobierno Abierto (IGA, 2016) mide el nivel de cumplimiento de información de manera eficiente, que exista libre disponibilidad de información con transparencia, accesibilidad, adecuada para combatir la corrupción de entidad públicas.

Cuatro enfocados en el sector privado que son: (a) el modelo propuesto por Gandía y Andrés (2005) aplicado en España, con un enfoque de análisis sobre la información que deben mostrar las empresas y su repercusión a través de los medios de difusión como el internet y la tecnología. Por los cambios de mercado y necesidad de las empresas se cuantificaron tres índices que dieron como resultado que el grado de transparencia es mayor cuando estos son mayormente analizados por investigadores, el tiempo que ya llevan cotizando en bolsa y la visibilidad de la empresa, (b) el modelo propuesto por Briano y Rodríguez (2013) sustenta la relación de factores legales y aspectos de gobierno corporativo sobre las empresas que muestran su información a través de internet y cotizan en bolsa, donde el nivel de transparencia tiene que ver con el tamaño del consejo y la independencia de los mismos y la duplicidad de tener CEO y COB, (c) el modelo propuesto por (Alonso, 2009) indico que mostrar información transparente da signos de confianza creando seguridad a las partes interesadas, por lo tanto mucha mayor información muestre la empresa mayor confianza ganara, así mismo considera variables de dimensión legal, información voluntaria, credibilidad, compromiso social y el dialogo, (d) el modelo de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios del 2012 (Díaz et al.,2012) promueve la transparencia en Chile como un valor social, centrándose no solo en información financiera, sino también en información de responsabilidad empresarial y gobierno corporativo con variables de presentación de la organización, estrategia de proyectos, gobierno corporativo, información financiera, información para inversionistas e informes de sustentabilidad.

Y dos que se adecuan a las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y una al sector público y privado que son: (a) el modelo propuesto por Said, Cousido y Berlanga (2018) enfocado en la transparencia de instituciones educativas públicas y privadas en Colombia, donde se identificaron que existe un nivel bajo en cuanto revelación de información y correcta aplicación, (b) el modelo propuesto por Baamonde, García y Martínez

(2017) indica que debe existir transparencia de información en las ONG's a través de internet, (c) el modelo de ONG Acción social (Plataforma ONG, 2015), propuso procedimientos para el cumplimiento de índices de transparencia y buen gobierno corporativo aplicables a las ONG's, estos índices son medibles y están de acuerdo a los objetivos,.

Después de realizar un cuadro comparativo de los modelos revisados, se ha tomado como modelo a adaptar el de Briano y Rodríguez, 2013, por contener variables y ítems que se asemejan a la realidad del mercado local sobre todo en la industria donde se pretende adaptar, los factores que se consideraron para justificar la elección del modelo fueron el sector de aplicación, el uso del internet para mostrar la información, la aplicabilidad en la industria inmobiliaria, la alineación a los principios de la SMV (2018), la aplicabilidad a la realidad peruana y una actualización menor a cinco años.

Por lo tanto, considerando el crecimiento de la industria inmobiliaria en los últimos años y las perspectivas positivas a futuro, el estudio se ha centrado en proponer adaptar un modelo de medición de transparencia para la industria. Para ello se ha tomado como muestra a las 20 empresas con mayor colocación en crédito MiVivienda. Mientras que en el diseño de investigación se consideró como instrumento entrevistas a través de un cuestionario estructurado, con el objetivo de dar respuesta a las preguntas y objetivos de investigación (MiVivienda, 2018).

1.7. Definiciones Operacionales

Los términos que tienen relación directa con la investigación descriptiva son los siguientes:

Gobierno Corporativo. De acuerdo con Oliva y Alarcón (2018), el gobierno corporativo debe ser entendido como la sinergia que existe entre la normatividad y las prácticas que establecen el poder de los directores, conllevando que la aplicación de una buena estructura de gobierno corporativo otorgue motivación a la organización y a que éstas

generen valor por sí mismas aplicando innovación y logrando de una manera eficaz el logro de objetivos. Para Lagos, Betancourt y Gómez (2017) existieron algunos problemas al momento de aplicar un buen gobierno corporativo, ya que debe ser progresivamente mejorada y modificada en el tiempo, para que éstas sean adecuadas al entorno y evolución de la organización.

Grupos de interés. Bonilla y Benítez (2017) dijo que debe entenderse como aquellos grupos que tienen algún interés en la organización de forma que éstos puedan tomar decisiones en torno a la organización con la información que se les proporciona, es así que los grupos de interés buscan explicar el comportamiento de la interacción de la organización con su entorno. En este sentido según Volpentesta (2017), la incorporación de los grupos de interés en las decisiones que toman las organizaciones toma mayor relevancia ya que este grupo tiene interés sobre la organización, sin necesidad de ser un interés accionarial, que busca satisfacer sus necesidades y expectativas.

Transparencia Corporativa. Se entiende a la transparencia corporativa, de acuerdo con Cabrera citado por Mañas y Montes (2016), como el esfuerzo de las organizaciones por crear un ambiente de confianza con sus grupos de interés dándose a través de la divulgación de información y la libre accesibilidad a ésta, además de establecer un ambiente con constante comunicación y siendo los grupos de interés parte importante en la toma de decisiones. En esa misma línea, Hess (citado por Mañas y Montes, 2016) definió la transparencia corporativa como aquel esfuerzo de las empresas por dar mayor fluidez a la información con sus grupos de interés, generando así un mayor entorno de confianza.

Ventaja competitiva. La ventaja competitiva debe lograrse a través de una estrategia buscando que la organización ocupe una posición de la cual puede sacar provecho de manera sostenible, teniendo en cuenta las fuerzas que existen en la competencia dentro de una industria. Surge como el valor que se da a los clientes de tal manera que el valor sea superior

a los costos en los que se incurre. Entendemos también por ventaja competitiva a un objetivo a largo plazo que tiene que ser sostenible, que supere los límites de la estructura de una organización (Martín & Ojeda, 2017). La ventaja competitiva de las empresas u organizaciones son comportamientos dentro de las empresas que conllevan a la captación de mayores clientes mediante el ofrecimiento de productos o servicios de manera efectiva, satisfaciendo las necesidades de los clientes y del mercado (Camargo, 2016)

1.8. Supuestos de la Investigación

La investigación supone que:

- a) La información financiera inconsistente, que presentan las empresas inmobiliarias, causa desconfianza en los inversionistas (Bonilla et al., 2011).
- b) El problema en el que se ven inmiscuidas las personas, que invierten sus ahorros en la adquisición de una casa propia y se ven sorprendidos, cuando no reciben lo que les ofrecieron las inmobiliarias (Docavo, Gadea, & García, 2011).
- c) Existe una alta tasa de reclamos y sanciones para la industria inmobiliaria, del cual se desprende que no haya una adecuada comunicación con el cliente (Molina, 2017).
- d) La falta de comunicación interna y externa de las empresas inmobiliarias genera una baja concientización en mostrar información a las partes interesadas, evidenciando además que, muchas empresas señalan que publicando información de buen gobierno corporativo es suficiente para demostrar transparencia en la organización, cuando lo que tienen que hacer es preocuparse que las partes interesadas reciban información de manera eficaz y clara (Krick, Forstater, Monaghan, & Sillampää, 2006).

1.9. Limitaciones de la Investigación

Se encontraron limitaciones en el acceso de información de algunas empresas tomadas como muestra, no se encontró información financiera, ni información relacionada a prácticas de buen gobierno corporativo, en algunos casos datos desactualizados. En la solicitud de las

entrevistas no todas las empresas respondieron y solo uno de los investigadores contaba con contactos en el sector inmobiliario. Los que aceptaron las entrevistas se demoraron en responder y confirmar las fechas aproximadamente entre dos a cuatro semanas. El tiempo y los recursos en definir la población del trabajo a investigar fue uno de los limitantes, ya que la industria a investigar es la inmobiliaria, sin embargo, en las fuentes de información la industria inmobiliaria se encuentra dentro del sector de construcción, siendo exhaustiva la búsqueda de las fuentes.

1.10. Delimitaciones de la Investigación

Según la revista Perú (Ptp.pe, 2018): The Top 10,000 Companies al 2016 existieron 115 inmobiliarias formales y de acuerdo con el informe de Fondo MiVivienda a marzo 2018 se ejecutaron 362 colocaciones a través de las 20 empresas de mayor participación en crédito MiVivienda en el país (ver Figura 1). De acuerdo con los estudios del fondo MiVivienda existe una demanda de viviendas aproximada de USD 5.4 mil millones, de las cuales USD 4.2 mil millones corresponde a Lima metropolitana y la diferencia a provincias según Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA, 2008). Se ha tomado como muestra las 20 empresas de mayor participación en colocaciones de crédito MiVivienda (2018) para solicitar entrevistas a por lo menos tres representantes de diferentes áreas. Sin embargo, solo se obtuvieron entrevistas de cinco empresas, que son: Los Portales S.A a tres representantes de diferentes áreas, DH Mont un representante, Viva GyM, un representante, COSAPI un representante y D&D Constructores con un representante. Se esperaba obtener por lo menos una aceptación en las entrevistas del 50%, sin embargo, solo se obtuvo el 25% del total de la muestra. El tiempo empleado en la presente investigación comprendió de abril a octubre del 2018.



Figura 1. Colocación a enero 2018, las 20 inmobiliarias más representativas. (La revista inmobiliaria del Perú MiVivienda, 2018 - abril).

1.11. Resumen

Las empresas se han dado cuenta que hoy en día el público interesado en un negocio está siendo cada vez más cauteloso a la hora de elegir un producto, servicio o invertir en la empresa, por ello buscan información de las empresas que están interesadas a través de internet, desde la composición de los representantes, datos financieros, futuros proyectos e información corporativa, esto como previsión de casos de malas prácticas empresariales y por la desconfianza que le generan algunas organizaciones con antecedentes negativos. Por ello las empresas deben recuperar la confianza mostrando información corporativa de la manera más transparente y clara para el público. Según Proética, las empresas deben mejorar el acceso de la información pública a través de las actualizaciones de sus portales, con mecanismos innovadores y presentación eficaz. Mientras que, la ISO 26000 (2016) mencionó

que la información que deben compartir las empresas debe ser clara y que les permita tomar decisiones a las partes interesadas.

Para darle un enfoque adecuado a la investigación, se ha considerado realizar una investigación cualitativa para abordar el problema sobre la baja concientización en brindar más información corporativa de parte de las empresas inmobiliarias. Dado que el sector inmobiliario es una de las industrias con mayor perspectiva de crecimiento y tras el impulso y desarrollo del Gobierno en proyectos que beneficiaran la vivienda social, se ha considerado centrar la investigación en dicha industria. Tras esta noticia las entidades financieras y empresas inmobiliarias están implementando estrategias para colocar mayores créditos hipotecarios y colocaciones de viviendas respectivamente.

Así como habrá un crecimiento en la industria, habrá un mayor manejo de información que deberán revelar y compartir en internet para que las partes interesadas puedan tomarlas para el fin que consideren necesario. Esta información debe ser clara y transparente para todos los usuarios, sin embargo, hoy en día en el Perú se evidencian problemas de estafa, corrupción, inconsistencia en información contable financiera que generan falta de objetividad en la información que presentan, creando desconfianza a los grupos de interés a la hora de evaluar su elección, ya que en el Perú las organizaciones privadas no están obligadas a revelar más de lo requerido por las regulaciones vigentes.

En ese sentido, al identificar el problema de la baja concientización en revelar información transparente de parte de las empresas, en las inmobiliarias peruanas no se ha identificado un instrumento que mida el nivel de transparencia en la presentación de información, y que este modelo de instrumento este adecuado a la realidad local.

El objetivo de la investigación tiene como propósito validar una propuesta de índice de medición de transparencia corporativa, que considere las apreciaciones y valoraciones de los representantes inmobiliarios del Perú, con la idea de obtener información de nivel de

valoración y aceptación y que respondan a las preguntas de investigación. Como objetivos secundarios se define la transparencia corporativa en las inmobiliarias peruanas, se identifica modelos de otros países que se apliquen a industrias similares, se toma un modelo ya propuesto en otros países para contrastar los resultados con la realidad de las inmobiliarias más representativas del Perú y por último conocer las percepciones de los representantes inmobiliarios más reconocidas. El modelo por tomar permitirá contrarrestar la información que revelan las empresas inmobiliarias peruanas frente a la información solicitada por el modelo ya existente y aplicada en otros países.



Capítulo II: Revisión de la Literatura

El capítulo tiene como finalidad indagar la literatura existente acerca de estudios realizados concernientes a transparencia corporativa en empresas y organismos internacionales, encontrando que existen denodados esfuerzos por la aplicación de transparencia corporativa apoyados en la promulgación de leyes que los fortalecen, viéndose que a nivel internacional el tema está mucho más desarrollado, aceptado y aplicado. Finalmente, se hace un estudio más profundo de los índices de medición existentes, encontrándose 14 modelos interesantes los cuales se analizaron con el fin de seleccionar el que más se adecue a la industria inmobiliaria nacional (ver Apéndice A).

2.1. Mapa de la Literatura del Capítulo

El Mapa de la Literatura se detalla en la Figura 2, donde se muestra la revisión de:

- a) Transparencia corporativa, detallando su definición y aplicación.
- b) Transparencia corporativa en las empresas peruanas y latinoamericanas, describiendo su historia, aplicación tanto en Latinoamérica como en Perú.
- c) Transparencia corporativa en las empresas del mundo, describiendo la perspectiva mundial, instrumentos y aplicación.
- d) Indicadores de medición de transparencia corporativa de las empresas, abarcando su historia y los modelos revisados.

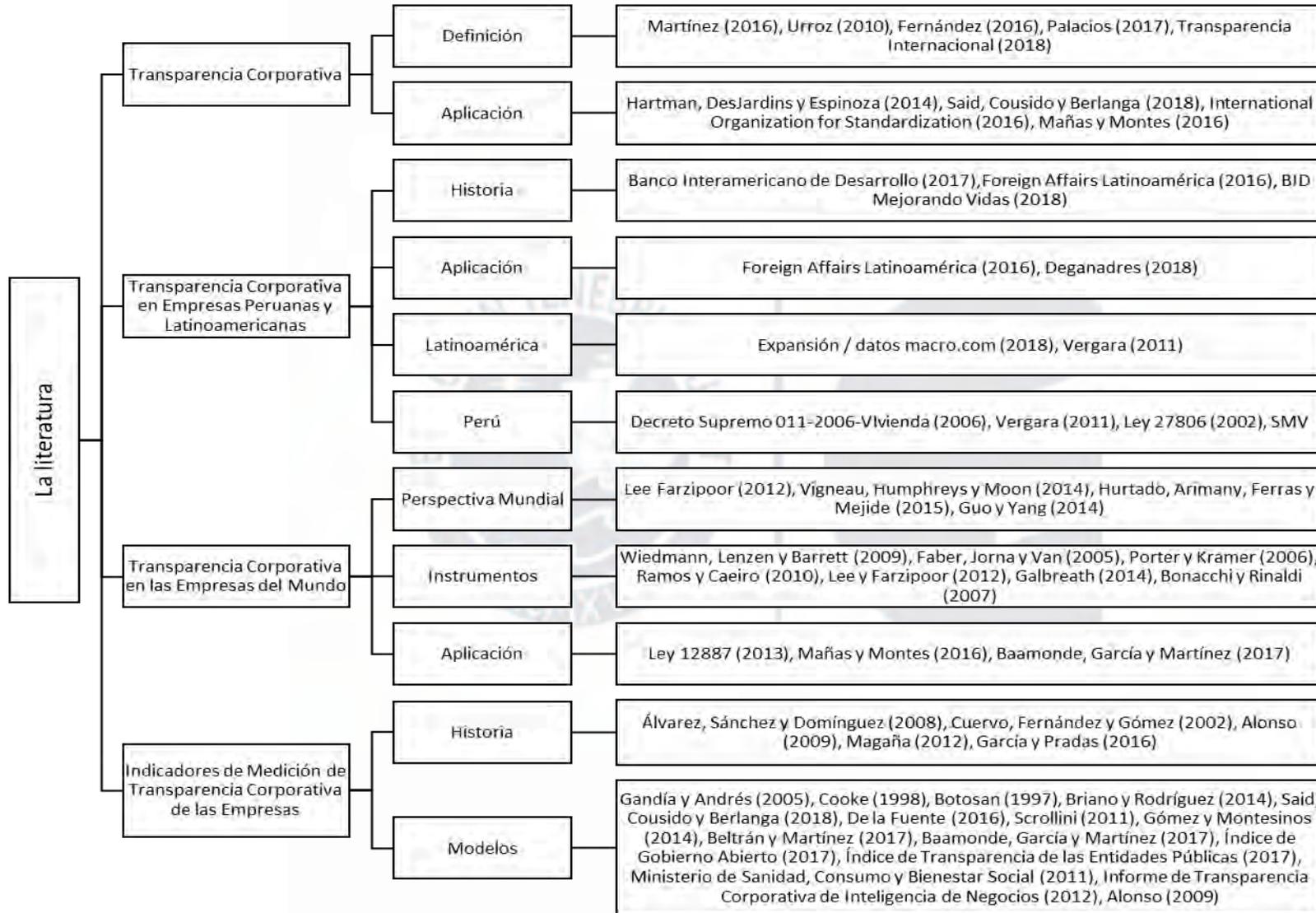


Figura 2. Mapa de la literatura sobre Transparencia Corporativa.

2.2. Transparencia Corporativa

La transparencia corporativa es fundamentalmente un mecanismo por el cual se provee de información clara, precisa y exacta para los distintos agentes de los grupos de interés de una determinada compañía. No solo se trata de comunicar datos sino de transmitir la información relevante para que los distintos agentes reciban información auténticamente retrospectiva y además prospectiva la cual asegure a los interesados tengan la libertad de decidir con qué empresa concretarán sus negociaciones (Martínez, 2016). La aplicación de transparencia corporativa permite crear valor a las empresas. Por lo tanto, una compañía con altos índices de transparencia corporativa garantiza sostenibilidad a través del tiempo (Fernández, 2016; Urroz, 2010).

Por el contrario, el que una empresa tenga un bajo índice de Transparencia Corporativa conlleva al riesgo de generar grandes pérdidas económicas, ya que no solo genera riesgos legales sino también riesgos financieros, es por ello que los líderes no pueden permitir perder este enfoque porque los costos de la práctica deshonestas pueden llevar a destruir valor a la compañía (Hartman, DesJardins, & Espinoza, 2014). Además de lo mencionado, la Transparencia Corporativa va más allá de generar un impacto financiero o legal, se trata de incluirla como parte fundamental de la estrategia corporativa para cuantificar cuán transparente puede ser la empresa, además de demostrar cuánto es su nivel de control de sus riesgos y cuáles serían sus medidas a tomar para manejar alguna incidencia (Palacios, 2017).

Adicionalmente, la organización Transparencia Internacional define a la transparencia como aquella cualidad de las organizaciones, tanto públicas como privadas y también de las personas naturales de tener apertura para la publicación de información, con la finalidad de que los *stakeholders* perciban de manera idónea las acciones que se están llevando a cabo en estas organizaciones. En esa misma línea, el avance tecnológico ha sido un facilitador para

promocionar la cultura digital y la transparencia en las instituciones partiendo así de una premisa que concibe a los datos generados por los administradores públicos como propiedad de toda la sociedad, sin embargo, ante esta posición surge una nueva disyuntiva que es la protección de datos para determinados fines y que puedan ser utilizados para fines distintos a los de su concepción (Said, Cousido, & Berlanga, 2018).

En este sentido, nace una nueva preocupación en aspectos relacionados con la responsabilidad social empresarial, por ello la norma ISO 26000 otorga una guía para que las empresas puedan aplicar ciertas acciones efectivas para materializar los principios de la organización y compartir las mejores prácticas identificadas y que estén directamente relacionadas con la responsabilidad social (International Organization for Standardization, 2016).

Mañas y Montes (2016) han profundizado más en las relaciones existentes entre las empresas y los grupos de interés con la finalidad de generar mayores entornos de confianza, colaboración y credibilidad existente por parte de las empresas hacia sus grupos de interés, por lo que se identifican algunos puntos importantes que valen la pena mencionar:

- La mayoría de las empresas y grupos de interés entienden que las empresas son transparentes si es una decisión voluntaria, para los medios de comunicación y para las empresas la transparencia es percibida como una herramienta necesaria para fortalecer las relaciones con el entorno.
- Todos los grupos de interés coinciden en que la información que se proporciona no debe ser confusa sino más bien, información relevante, entendible, íntegra, útil, viable y veraz.
- Los medios de comunicación perciben que la transparencia es utilizada por las empresas con fines de publicidad, pues se pierde el sentido y finalidad esencial de la

transparencia que en lugar de informar se convierte en un medio para que la empresa logre dar a conocerse.

- Las organizaciones que promueven la transparencia reconocen que existe un beneficio en las empresas que son transparentes, tal como lo son la generación de credibilidad y confianza.
- Las empresas entienden que la transparencia se realiza desde el interior de la organización hacia el exterior.
- En el ámbito de los límites de la transparencia hay cierto desacuerdo al respecto, ya que los medios de comunicación indican que se debería informar sobre todo lo favorable y desfavorable para la empresa y cambios relevantes, sin embargo, de parte de las organizaciones que promueven la transparencia se entienden que existen límites para la aplicación de ésta como por ejemplo en el caso de patentes y propiedad intelectual.
- Las memorias son percibidas por todos los actores como un medio no adecuado para los clientes ni para la sociedad en general.
- Existe una opinión global que comparten todos los grupos de interés, y es que la transparencia no debe ser percibida como una moda efímera, sino más bien como un camino sin retorno.

2.3. Transparencia Corporativa en las Empresas Peruana y Latinoamericanas

Los gobiernos de Perú y Latinoamérica se están concentrando cada vez más en fortalecer los estándares de transparencia corporativa, a través de una gestión más honesta, más eficiente y también menos corrupta. Por ello, a través de los tiempos, los gobiernos de Perú y Latinoamérica han implementado páginas web con información importante y relevante, han promulgado leyes para castigar las malas prácticas, promueven la información completa y asertiva y además utilizan los medios de comunicación para proponer acciones a

través de las buenas prácticas. Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2017) indicó que investigadores han analizado los problemas referentes a la falta de transparencia existente, que afectan al desarrollo de los países.

Dada la situación, el BID (2017) también se ha visto forzado a evolucionar con el fin de apoyar a los países para que sean cada vez más transparentes, debido a que existe un empoderamiento por parte de los clientes a tener cada vez más información. Foreign Affairs Latinoamérica (2016) indicó que a pesar de que los ciudadanos solo cuentan con una pequeña proporción de datos, brindada por los organismos internacionales, pueden exigir a los gobernantes a rendir cuentas, todo esto a favor de la transparencia.

En la actualidad existe el Fondo de Transparencia creado por el Banco Interamericano de Desarrollo desde el año 2007 con aportes de los siguientes países: Canadá, Noruega, Italia, Suecia y también de la empresa privada MasterCard. Tiene como objetivo apoyar el diseño y la implementación de políticas, mecanismos y herramientas de transparencia y también anticorrupción (BID, 2008).

Por otro lado, se puede mencionar algunas de las empresas inmobiliarias Latinoamericanas sancionadas por el Fondo de Transparencia.

Las empresas inmobiliarias peruanas sancionadas son:

- OCA Construcciones y Proyectos, S.A.
- Project Construction S.A.C.
- Roprusca Contratistas Generales S.A.
- BMR Consultoría y Construcción S.A.C.
- PROCONSSA S.A.
- Tecniaisla S.R.L.
- Grupo Sotoval de Construcciones y Proyectos S.L.
- Constructora VRB E.I.R.L.

- Consultora y Constructora Robles S.A.C.

Las empresas inmobiliarias bolivianas sancionadas son:

- Constructora Slim.
- Servicios de Ingeniería y Construcción Vargas Ríos.
- Constructora EMCONCIMET.
- Constructora Citeco.
- Constructora Extracon.
- Constructora Construsand S.R.L.
- Constructora Sedinc.
- Constructora Romero Arteaga.
- Empresa Constructora y Consultora Laptus S.R.L.
- ICOR Ingeniería en Construcciones Orleans.
- Empresa Constructora Fernández Escobar.
- Constructora y Servicios Merubia.

En Colombia, Argentina y México se encuentran las siguientes empresas inmobiliarias sancionadas:

- Itansuca Proyectos de Ingeniería S.A.S, J.C.
- Segura Construcciones S.A.
- SNC-Lavalin Ingeniería y Construcción, S.A.

Foreign Affairs Latinoamérica (2016) indicó que la transparencia es impulsada también por el internet ya que a partir de ello sería fácil tener acceso a la información. Además, es una de las prioridades de las grandes urbes. López (Deganadores, 2018) indicó que siendo transparentes de forma externa e interna se tendrá una confianza sólida y concreta entre los distintos requerimientos de sus *stakeholders*. Expansión / datos macro.com (2014) publicó un ranking de los países más transparentes en cuanto a referencias legislativas, el

cálculo se realizó con 61 índices a los que se otorgó puntaje de cero a dos, siendo la calificación máxima 150 puntos y en base al puntaje se elaboró el ranking. En la siguiente tabla se muestran los países de Perú y Latinoamérica con su respectiva puntuación, la posición en el ranking y el año en que se promulgó la Ley de Transparencia vigente (ver Tabla 1). Cabe indicar que no se mencionan a los siguientes países: Bolivia, Costa Rica, Cuba, Haití, República Dominicana y Venezuela (Expansión /datos.com, 2016).

Tabla 1

Ranking de Países Transparentes en Latinoamérica, Legislativas

País	Año	Ranking de Transparencia	Año Ley	Índice de Transparencia
México	2016	1	2002	136
El Salvador	2016	7	2011	122
Nicaragua	2016	18	2007	111
Brasil	2016	21	2011	108
Colombia	2016	29	1985	102
Panamá	2016	32	2002	100
Guatemala	2016	41	2008	94
Chile	2016	42	2008	93
Perú	2016	43	2003	93
Uruguay	2016	46	2008	91
Argentina	2016	47	2004	91
Honduras	2016	59	2006	83
Ecuador	2016	74	2004	73
Paraguay	2016	98	2014	61

Nota. Adaptado de Expansión /datos.com (2016).

Chile es uno de los países que evidencia denodados esfuerzos por incentivar la transparencia en las diferentes industrias privadas, avanzando en empresas que alcanzan niveles aceptables del índice, niveles que solamente eran alcanzados por grandes compañías globales, revelando así que existe un gran compromiso por parte de las empresas privadas chilenas por cumplir con los estándares de transparencia otorgando así un valor agregado a sus grupos de interés tales como la divulgación de información relevante.

Chile estableció un índice de transparencia corporativa, donde se recopila recomendaciones realizadas por otras organizaciones como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) o la Unión Europea (UE), basándolo en seis pilares fundamentales con respecto a la

divulgación de información, tales como: (a) presentación de la empresa y sus negocios; (b) el buen gobierno corporativo; c) la información financiera, la que en su mayoría corresponde al último año; (d) los servicios a los inversionistas; (e) la sostenibilidad; y (f) misceláneos, éste último depende del sector al cual pertenezca la empresa, puede publicarse información que se considere relevante para alguno de sus grupos de interés (Díaz et al, 2012).

La transparencia en el Perú se ha visto enfocada principalmente al sector público, es así que se establece una normativa legal al respecto, la Ley 27806 promulgada en el año 2002 que tiene como finalidad la promoción de información concerniente a los actos que se llevan a cabo en las entidades gubernamentales (PCM, 2003). Vergara (2011) concluyó que los índices de transparencia, en materia de contrataciones del Estado, el Perú se encuentra en una posición mucho más favorable que otros países latinoamericanos, sin embargo, se encuentra aún por debajo de países como Chile, Uruguay, España y Costa Rica. Por lo tanto, aún queda mucho por estudiar y plantear planes de acción.

En cuanto a transparencia en la industria inmobiliaria no se ha encontrado estudios al respecto, no obstante, existen mecanismos que buscan regular este rubro, tal es el caso del Decreto Supremo 011-2006-Vivienda, en el cual se aprueban 66 normas técnicas del reglamento nacional de edificaciones, el cual otorga a las constructoras normas y lineamientos que deben de ser cumplidos. Este instrumento es utilizado en su mayoría por las licitaciones u obras solicitadas por entidades gubernamentales (MiVivienda, 2018).

Como resultado de un trabajo en conjunto de 14 instituciones privadas y públicas como:

- La Superintendencia del Mercado de Valores (SMV)
- La Asociación de Empresas Promotoras del Mercado de Capitales (PROCAPITALES)
- El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

- La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS)
- El Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE).
- La Bolsa de Valores de Lima S.A. (BVL).
- CAVALI S.A. Institución de Compensación y Liquidación de Valores.
- La Asociación de Sociedades Agentes de Bolsa del Perú.
- La Asociación de Bancos (ASBANC).
- El Comité de Fondos Mutuos de ASBANC.
- La Asociación de Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (AAFP).
- La Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP).
- El Instituto Peruano de Auditores Independientes (IPAI).
- Mercados de Capitales, Inversiones y Finanzas Consultores S.A. (MC&F)

Se presenta el nuevo Código del Buen Gobierno Corporativo para las empresas peruanas que participan en el mercado de valores, de productos y en los diversos sistemas de fondos de inversión, que es presidida por la SMV (2018). Con el objetivo de impulsar la confianza a los inversionistas, fortalecer la cultura del buen gobierno corporativo en el Perú, considerando las exigencias del mercado que cada día se va adecuando a la vanguardia globalizada, aumentara la eficacia de la economía en el Perú, así como también contribuye al desarrollo y creación de valor para la economía. El Código recoge las versiones de los principios actualizados a nivel nacional e internacional, bajo las exigencias enfocadas en la Junta General de accionistas, el Directorio y la Alta Gerencia. Cabe mencionar que la adopción a las sociedades es voluntaria y los que desean participar deben presentar documentación solicitada por la SMV indicando si desean participar con el principio de

cumple o explica. A continuación, los principios presentados por el Comité de Actualización de los Principios de Buen Gobierno Corporativo (ver Tabla 2).

Tabla 2

Los Principios de Buen Gobierno Corporativo para las Empresas Peruanas

Principios	Descripción
PILAR I: Derecho de los Accionistas	
Principio 1: Paridad de trato	
Principio 2: Participación de los accionistas	
Principio 3: No dilución en la participación en el capital social	
Principio 4: Información y comunicación a los accionistas	
Principio 5: Participación en dividendos de la Sociedad	
Principio 6: Cambio o toma de control	
Principio 7: Arbitraje para solución de controversias	
PILAR II: Junta General de Accionistas	
Principio 8: Función y competencia	
Principio 9: Reglamento de Junta General de Accionistas	
Principio 10 : Mecanismos de convocatoria	
Principio 11 : Propuestas de puntos de agenda	
Principio 12 : Procedimientos para el ejercicio del voto	
Principio 13 : Delegación de voto	
Principio 14 : Seguimiento de acuerdos de JGA	
PILAR III: El Directorio y La Alta Gerencia	
Principio 15 : Conformación del Directorio	
Principio 16 : Funciones del Directorio	
Principio 17 : Deberes y derechos de los miembros del Directorio	
Principio 18 : Reglamento de Directorio	
Principio 19 : Directores Independientes	
Principio 20 : Operatividad del Directorio	
Principio 21 : Comités especiales	
Principio 22 : Código de Ética y conflictos de interés	
Principio 23 : Operaciones con partes vinculadas	
Principio 24 : Funciones de la Alta Gerencia	
PILAR IV: Riesgo y Cumplimiento	
Principio 25 : Entorno del sistema de gestión de riesgos	
Principio 26 : Auditoría interna	
Principio 27 : Auditores externos	
PILAR V: Transparencia de la Información	
Principio 28 : Política de información	
Principio 29 : Estados Financieros y Memoria Anual	
Principio 30 : Información sobre estructura accionaria y acuerdos entre los accionistas	
Principio 31 : Informe de gobierno corporativo	

Nota. Adaptado de los 31 principios de buen gobierno corporativo de la SMV. (Superintendencia de Mercado y Valores, 2018).

2.4. Transparencia Corporativa en las Empresas del Mundo

De acuerdo con la literatura investigada las empresas europeas cada vez más se preocupan en llevar sus operaciones relacionadas y enfocadas al ámbito social y medioambiental, por ello el interés en brindar información transparente y accesible al público en general. Esta información voluntariamente es enviada a agencias reconocidos para obtener calificaciones como (Gallego, García, & Rodríguez, 2008):

- Dow Jones Sustainability Index,
- Carbon Disclosure Project,
- FTSE4 good, Global 100,
- DEFRA (Department of environment, Food and Rural Affairs),
- EFFAS (European Federation of Financial Analysts Societies),
- IFAC (International Federation of Accountants),
- Green building o GRI (Global Reporting Initiative),

Estas agencias brindan diversas metodologías de manera estándar para que sirvan de base a las empresas a la hora de revisar el desempeño en los aspectos de transparencia y sostenibilidad (Lee & Farzipoor, 2012; Vigneau, Humphreys, & Moon, 2014; Guo & Yang, 2014). De esa forma las empresas son vistas desde diferentes perspectivas a nivel mundial en innovación de buenas prácticas y sostenibilidad. Esto es considerado por otros países como un valor añadido que suma la gestión de un plan estratégico sostenible (Hurtado, Arimany, Ferras, & Mejide, 2015).

Hasta el día de hoy no existen instrumentos que midan el comportamiento de las empresas frente a su desempeño sostenible a medida de una determinada industria (Wiedmann, Lenzen, & Barrett, 2009). Pero, sí existen otros mecanismos importantes de gestión corporativa para el desarrollo de actividades de responsabilidad social y sostenibilidad para identificar el grado de complejidad de factores o elementos que limitan la obtención de resultados y cuestionamientos que puedan ser resueltos para dar claridad en información hacia las partes interesadas (Faber, Jorna, & Van, 2005; Porter & Kramer, 2006; Ramos & Caeiro, 2010; Lee & Farzipoor, 2012; Galbreath, 2014).

También existen diversos instrumentos que norman la gestión ambiental como la norma ISO 14001 (2015), la norma de gestión de calidad ISO 9001 (2018), así como estas existen otras que cada vez más aparecen para regular la gestión empresarial y así contribuir

con temas ambientales, sociales y económicos (ISO, 2018). Adicionalmente, la Iniciativa de Reporte Global o Global Reporting Initiative (GRI) organismo internacional que evalúa el desempeño económico, social y ambiental de las empresas (Vigneau, Humphreys, & Moon, 2014), ha propuesto un modelo de reporte Reporting 2025 para que empresas de diferentes países tomen y consideren cuestionamientos que los ayudarán a la hora de elaborar su plan de gestión para obtener buenos resultados (Bonacchi & Rinaldi, 2007). Aún existe el grado de dificultad por parte de las empresas en identificar cuáles son los cuestionamientos, elementos que desvían o entorpecen el buen desempeño que quiere alcanzar frente a la información financiera, económica, social, ambiental y sus *stakeholders*, considerando que existen diversas perspectivas de estos.

Por otro lado, en países como España se ve un esfuerzo por realizar un trabajo transparente, enfocado al sector público según Ley 12887 (2013) de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, reconociendo a éstas como ejes fundamentales de los accionares políticos con la clara finalidad de dar a conocer a la ciudadanía cómo se toman las decisiones que les afecta directamente. Asimismo, reconoce que existen otros países con mayores niveles de transparencia y como consecuencia de su aplicación favorecen el crecimiento económico, promoviendo la eficacia del estado y donde los ciudadanos pueden juzgar de manera objetiva (BOE, 2013).

Baamonde, García y Martínez (2017) indicaron que, dentro del sector de entidades sociales como una ONG, existe un factor clave de éxito que es la transparencia, y donde se definen cuatro aspectos fundamentales de información que debe ser divulgada como (a) la financiación pública, (b) las donaciones privadas, (c) el trabajo voluntario y (d) el alcance y cumplimiento de los proyectos como resultados y que éstos sean proyectos socialmente valorados. Es así que dichos autores concluyen que la transparencia no es una opción sino

una necesidad para la subsistencia corporativa, precisando otorgar información veraz y contundente.

Asimismo, en España se han identificado tres factores particulares en comparación con otros países de la unión europea: (a) la escasez de cultura empresarial y el desinterés de la sociedad para exigir información a las empresas provocando una obstaculización de transparencia; (b) existen esfuerzos notables de los altos directivos en materia de transparencia corporativa en los últimos años que no han sido suficientes y aún queda un largo camino de esfuerzos y trabajos conjuntos que deben realizar las empresas acompañadas de las perspectivas de los grupos de interés; y (c) existe temor en los directivos en dirigir programas que no tengan resultados a corto plazo (Mañas & Montes, 2016)

2.5. Índices de Medición de Transparencia Corporativa de las Empresas

Debido a que existe una separación entre la propiedad y la gestión, es necesario que existan mecanismos de control que permitan que los accionistas o propietarios puedan monitorear el desempeño de la empresa, y cómo esta va alineada a sus objetivos de riesgo y rentabilidad (Gallego, García, & Rodríguez, 2008). Existen muchos estudios que proponen múltiples herramientas para la valoración del nivel de transparencia corporativa, las cuales se orientan a medir aspectos generales como el sistema legal, contable y financiero, aplicables en su gran mayoría a los sectores públicos, debido a que, por su naturaleza, estos están sujetos a una mayor fiscalización. Sin embargo, es necesario poder contar también con un sistema de medición que facilite mostrar un índice de transparencia confiable, el cual pueda ser analizado por los *stakeholders*, con el fin de poder generar confianza para que las actividades realizadas cumplan y excedan las normas y leyes del buen gobierno corporativo.

Algunos de estos mecanismos van alineados a los modelos de gobierno de la empresa y pueden ceñirse tanto al modelo continental como al anglosajón, teniendo en común entre

ambas que uno de los mecanismos más destacados de control es la divulgación de información hacia los accionistas (Cuervo, Fernández & Gómez, 2002).

Uno de los mecanismos de control que se puede mencionar, es el Índice de Transparencia Informativa propuesto por Gandía y Andrés (2005) el cual fue aplicado para España. A diferencia de la mayoría de los análisis antes propuestos, los cuales solo se orientaron al estudio y revisión de los reportes anuales de las empresas que presentaron problemas para determinar una medida objetiva que los cuantifique tal como lo identificaron Cooke (1998) y Botosan (1997). Integra un índice de revelación, el cual es complementado de acuerdo con los informes anuales, comisión anual del mercado de valores y las páginas web de las empresas, logrando una mejor aproximación para medir la transparencia (ver Apéndice B).

También se debe mencionar que existe un modelo propuesto por Briano y Rodríguez (2013), el cual se sustenta en explicar por medio de una ecuación la relación entre factores legales y dimensiones del gobierno corporativo, integrando de una manera adecuada las variables y sus respectivas ponderaciones con el fin de entregar un índice confiable como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

Índice de Transparencia Corporativa (e-ITC)

Subíndice	Elementos	%
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34.1
	2 Perfil corporativo	
	3 Estrategia	
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos	
	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	

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

Tabla 3

Índice de Transparencia Corporativa (e-ITC) (continuación)

Subíndice	Elementos	%
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22.0
	2 Informes trimestrales	
	3 Cifras relevantes/Índices financieros	
	4 Registros (SEC, 2OF, 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	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	43.9
	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 remuneraciones)	
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)	
	11 Comités de apoyo (otros)	
	12 Equipo directivo	
	13 Composición accionarial	
	14 Estatus sociales	
	15 Derechos de los accionistas minoritarios	
	16 Política de distribución de dividendos	
	17 Ofertas públicas de adquisiciones	
	18 Factores de riesgo	
Total		100

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

Adicionalmente, se tiene la medición utilizada por Said, Cousido y Berlanga (2018), en las que se establece un mecanismo de puntaje a la información revelada de acuerdo a una ponderación acorde a la relevancia de éstas, es decir, que para ambos casos el proceso de obtención del índice es a través de la ponderación de variables (ver Tabla 4).

Tabla 4

Parámetros de Medición

Tipo de transparencia	Dimensión de análisis	Parámetros de medición
Formal	Micro navegación	Referidos al portal institucional <ul style="list-style-type: none"> • Calidad y volumen de la información (relevancia, registro total y orden de la información expuesta) • Legibilidad y ergonomía del diseño web • Navegación y representación de la información • Recuperabilidad de la información a través de las bases de datos • Interactividad y computabilidad (vías de comunicación existentes y efectividad e interactividad) • Descarga de la información en enlaces (existencia de enlaces activos) • Servicios adicionales (software u otros productos alternativos que la Universidad pueda proporcionar para facilitar el acceso a información)
	Macro navegación	Visibilidad y luminosidad (presencia y funcionamiento de enlaces externos y criterios claros de selección de éstos; además de indexación del portal en motores de búsqueda) Autodescripción de la web (presencia de títulos y meta-etiquetas en las páginas del portal)
Sustantiva		Existencia de portal de transparencia Portal web responde a criterios jerárquicos internos Datos institucionales que figuran en el portal web Titularidad de la información expuesta Acceso a documentos solicitados por terceros Exposición clara de plazos de respuestas a solicitudes de información Procedimientos de acceso a información Exposición de resoluciones dadas a solicitudes de acceso Exposición de sanciones a funcionarios que no faciliten acceso a documentos solicitados Coste de acceso a documentos públicos de la institución analizada

Nota. Fuente: Said, E., Cousido, M., & Berlanga, I. (2018). Transparencia en las instituciones de educación superior en Colombia. *El Profesional de la Información*, 27(1), 162-171.

Una metodología planteada por la Unión Europea y Colombia para medir el índice de transparencia municipal (Corporación de Transparencia por Colombia, 2017), indica que esta es una herramienta de control social y propone cuatro grandes fases para aplicar la metodología que a su vez reparte diez pasos y abarca desde la preparación de la metodología hasta la publicación y difusión de los resultados, garantizando mediante este proceso un resultado bastante objetivo y estandarizado para medir la transparencia en las actividades municipales del país (ver Figura 3).



Figura 3. Ruta de cuatro fases.

Adaptado Corporación Transparencia por Colombia.

En ese sentido, el mismo modelo (Corporación de Transparencia por Colombia, 2017) propone tres factores o categorías para evaluar la transparencia las cuales tiene una ponderación de acuerdo con su importancia y aporte a la transparencia (ver Tabla 5).

Tabla 5

Factores de Medición del Modelo Municipal en Colombia

Factor	Peso Factor	Indicador	Tipo Indicador
Visibilidad	30%	Divulgación de la información pública	Tipo 2
		Divulgación de la gestión administrativa	Tipo 1
		Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Tipo 1
		Divulgación de información de servicio al ciudadano	Tipo 2
		Políticas y medidas anticorrupción	Tipo 2
Institucionalidad	40%	Gestión de la planeación	Tipo 2
		Políticas de comportamiento ético y organizacional	Tipo 2
		Gestión de la contratación	Tipo 1
		Gestión de Talento Humano	Tipo 1
		Gestión del control fiscal	Tipo 2
Control y Sanción	30%	Sistema de PQRs	Tipo 2
		Rendición de cuentas a la ciudadanía	Tipo 1
		Control Social	Tipo 2
		Control Institucional	Tipo 2
		Control Interno de Gestión	Tipo 1

Nota. Fuente: 21. Corporación de Transparencia por Colombia. (2017). Documento Metodológico Índice de Transparencia Municipal 2015 – 2016.

Por otra parte, De la Fuente (2016) indicó que existen otros índices que miden la transparencia corporativa con herramientas de medición binarios en cuanto al cumplimiento de la divulgación de la información. Es también que, a pesar de los resultados arrojados por

su modelo de medición, sugiere que los resultados sean interpretados de acuerdo con la coyuntura política y el entorno que puede afectar al objetivo de la herramienta de medición.

Dicho modelo explica de qué forma se relacionan cuatro dimensiones en el desarrollo del acceso de la información, las cuales son: (a) recurso, (b) proceso, (c) resultado e (d) impacto. Los cuales fueron aplicados a los siguientes países: Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Perú y Uruguay (ver Apéndice C).

En el caso peruano, los resultados generales fueron desalentadores, sin embargo, aún es necesaria la creación de un órgano garante para regular los estándares de una transparencia activa (De la Fuente, 2016).

Por otro lado, Scrollini (2012) planteó un modelo para la transparencia de Chile en el ámbito de acceso a la información pública teniendo como conclusión la preocupación que se tiene por generar índices de transparencia al recolectar la información de datos. El autor indica además que la creación de leyes en torno a este tema es relevante para lograr el objetivo de ser cada vez más transparentes (ver Apéndice D).

Por otro lado, en la investigación realizada por Gómez y Montesinos (2014) sobre la divulgación y la transparencia de la información financiera y presupuestal de los departamentos colombianos usando como canal para la divulgación el internet, ya que la estrategia de Gobierno en Línea impulsa el uso del internet para una mayor y mejor comunicación entre la administración pública y los ciudadanos. Es así que, como parte de las conclusiones a las que se llegó, producto de la investigación, es que la ciudadanía reconoce las tecnologías de la información, por ejemplo, el internet, como instrumento de información. En este sentido, el modelo estudiado por Gómez y Montesinos (2014) abarca grupos de ítems en el que cada uno de ellos cuenta con una puntuación (ver Apéndice E).

Asimismo, de acuerdo con el estudio realizado por Beltrán y Martínez (2017), en España se establece una ley denominada Ley de Transparencia y Buen Gobierno, como

respuesta al compromiso existente de acercar a los ciudadanos a la gestión administrativa pública teniendo como principal atributo a la transparencia de la información. Esta ley es aplicable para todas aquellas entidades públicas y dispone cómo, dónde y qué información es la que debe difundirse, es así que se establece un modelo de medición de transparencia que consta de apartados agrupados en bloques (ver Tabla 6).

Tabla 6

Factores de Medición la Ley de Transparencia y Buen Gobierno - España

Bloque	Apartado
Información Institucional	Estructura
	Funciones
	Planes de objetivos
	Entes del sector público estatal (art. 2.1)
	Curriculum de altos cargos (art. 6.1)
	Retribuciones de altos cargos (art. 8.1 f)
	Autorizaciones para el ejercicio de actividad privada tras el cese de altos cargos (art. 8.1 g)
Normativa	Indemnizaciones por razón del abandono del cargo (art. 8.1 f)
	Autorización de compatibilidad de empleados públicos (art. 8.1 g)
	Relaciones de puestos de trabajo
	Normativa destacada
Contratos, convenios, subvenciones y bienes inmuebles	Normativa en elaboración
	Normativa en vigor
	Otras disposiciones
	Contratos (art. 8.1 a)
	Contratos basados en acuerdos marco (art. 8.1 b)
	Estadística de contratos (art. 8.1 a)
	Convenios y encomiendas (art. 8.1 b)
Subvención a partidos políticos (art. 8.2)	
Presupuestos, fiscalización e informes	Subvenciones (art. 8.1 c)
	Bienes inmuebles (art. 8.3)
	Presupuestos generales (art. 8.1 d)
	Ejecución presupuestaria (art. 8.1 d)
	Cuentas anuales e informes de auditoría (art. 8.1 e)
	Informes de fiscalización (art. 8.1 e)
	Informes y estadísticas relevantes (art. 8.1 i)
Estabilidad presupuestaria (art. 8.1 d)	
Más información presupuestaria (art. 8.1 d) e i), salvo la información correspondiente a los PGE y si ejecución, y estabilidad presupuestaria)	

En esta misma línea de establecimiento de modelos de medición de transparencia, Baamonde, García y Martínez (2017) reconocen que la transparencia es un elemento clave en el sector de las entidades sociales como las ONGs ya que va acorde con la razón de ser de este tipo de organizaciones. Con la finalidad de abarcar el nivel de transparencia de las ONGs sociales se elaboró un modelo a modo de ficha de análisis para evaluar los niveles de

transparencia, este modelo consta de preguntas agrupadas en apartados en el que realizaron una evaluación de las ONGs que cumplen con dicho modelo con variables dicotómicas, es decir, puntuándolos con el valor de uno en aquellos que cumplan y con cero en aquellos que no cumpla, y usando como medio de difusión el internet, es decir, se ha evaluado la información mostrada en la página web oficial de éstas (ver Tabla 7).

Tabla 7

Modelo de Análisis de Nivel de Transparencia para las ONGs

Categoría	Atributo a analizar	Puntuación por apartado (un punto por pregunta)
Organización Interna	Los estatutos son accesibles y disponibles para el público	3
	Los órganos de gobierno están a disposición del público	
	Los nombres de los responsables de la estructura ejecutiva son públicos	
Rendición de cuentas	Se explica la misión, visión y valores	10
	Tiene un formulario para contactar con la organización	
	Explica su historia y trayectoria	
	Hace pública su planificación y objetivos	
	Indica la implantación territorial de la organización (sedes)	
	Enumera los proyectos y actividades que lleva a cabo	
	Informa de sus zonas de actuación	
	Puede descargarse la memoria	
	Indica la procedencia y destino de sus recursos económicos	
	Dispone de una auditoría externa	
Socios / donantes / colaboradores	Especifica el número de socios	3
	Dispone de un formulario para hacerse socio o donar	
Comunicación	Posee un espacio virtual específico para socios, donantes o voluntarios	9
	Posee un espacio específico para periodistas	
	Utiliza un sistema de boletín electrónico	
	Elabora y dispone de forma pública algún tipo de dossier de prensa	
	Permite la descarga de las notas de prensa	
	Permite descargar las imágenes o vídeos	
	El responsable de prensa está identificado	
	Hace uso de una o varias redes sociales	
Actualiza con frecuencia sus perfiles en redes sociales		
Ética y autorregulación	Dispone de foro o de blog	3
	Tiene accesible algún código de conducta	
	Dispone de criterios de colaboración con empresas	
	Posee algún distintivo o sello de garantía de transparencia	

Nota. Adaptado de Baamonde, García y Martínez (2017).

Por otra parte, se cuenta con un análisis empírico, el cual propone a la transparencia como un signo de confianza para los *stakeholders* (Alonso, 2009), y desprende que la buena comunicación crea seguridad y confianza por medio de la valoración de la integridad de la contraparte (Magaña, 2012). Convirtiendo de esta manera a la transparencia en un factor fundamental, donde existe una proporcionalidad directa entre el crecimiento de la confianza y

la disposición de las empresas a mostrarse y responder no solo a los aspectos económicos y financieros, sino también, atender la información relevante para todos los grupos con intereses legítimos (García & Pradas, 2016).

El modelo propone investigar una muestra de 95 empresas (ver Apéndice G), categorizadas por la Bolsa de Madrid en el año 2005, en las cuales se aplicó un modelo constituido por 95 variables derivados de investigaciones previas, estableciendo cinco dimensiones para los índices de confianza, los cuales fueron: (a) legalidad, (b) información voluntaria, (c) credibilidad, (d) compromiso social y (e) dialogo, cada una con sus respectivas variables dicotómicas (Alonso, 2009).

Este estudio, tuvo a bien validar las siguientes hipótesis propuestas: (a) existe una relación positiva entre el tamaño de la empresa y la transparencia para la confianza que la empresa genera a través de internet, (b) existe una relación positiva entre el tipo de industria de la empresa y la transparencia para la confianza que se genera a través de internet, (c) existe una relación positiva entre el nivel tecnológico de la industria y la transparencia para la confianza que la empresa genera a través de internet, (d) existe una relación positiva entre la cotización de la empresa en mercados de capitales no nacionales y la transparencia para confianza por internet y (e) existe una relación positiva entre ser auditada por una sociedad de auditoría de los “cuatro grandes” y la información para la confianza que se genera a través de internet (ver Tabla 8).

Tabla 8

Resultado de Prueba de Hipótesis

Variable	Hipótesis	Resultado
Tamaño	+ H1 a	Aceptada
Sector	+ H1 b	Aceptada Parcialmente
Nivel Tecnológico	+ H1 c	No aceptada
Cotización en mercados de capitales no nacionales	+ H1 d	Aceptada
Auditada por los cuatro grandes	+ H1 e	No aceptada

Nota. Adaptado de Alonso (2009).

Obteniendo como conclusiones, que tanto el tamaño, sector y la cotización en bolsas internacionales, si tiene correlación con el alto índice de transparencia de las empresas analizadas, mientras que el nivel tecnológico y las auditorías realizadas por los “cuatro grandes”, no se relacionan con los resultados obtenidos (Alonso, 2009). También, existe un modelo ponderado que da el Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (ITEP, 2017), el cual no solo clasifica la información como tal, sino que establece las fuentes de donde esta proviene, de la siguiente manera (ver Apéndice F). Con lo cual busca una buena y confiable visibilidad, institucionalidad y control, los cuales cuentan con peso ponderado de 30%, 40% y 30% respectivamente.

En la Tabla 9 se detalla los aspectos para considerar en el índice, los cuales son los siguientes:

Tabla 9

Ponderación de los Índices ITEP

Índice	Subíndice	Peso
Visibilidad - 30%	Divulgación de la información pública	16.70%
	Divulgación de la gestión administrativa	33.30%
	Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	33.30%
	Divulgación de los trámites y servicio al ciudadano	16.70%
	Total	100.00%
Institucionalidad - 40%	Políticas y medidas anticorrupción	16.70%
	Gestión de la planeación	16.70%
	Políticas de comportamiento ético y organizacional	16.70%
	Gestión de la contratación	25.00%
	Gestión de talento humano	25.00%
	Total	100.00%
Control y Sanción - 30%	Sistema de PQRS	14.30%
	Rendición de cuentas a la ciudadanía	28.60%
	Control social	14.30%
	Control institucional	14.30%
	Control Interno de gestión	28.60%
	Total	100.00%

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017).

El modelo también considera que es necesario tomar la calificación y colocarle una escala de aprobación y desaprobación en función al resultado (ver Tabla 10).

Tabla 10

Calificación de Riesgo del ITEP

Riesgo	Calificación
Riesgo Bajo	89.5-100
Riesgo Moderado	74.5-89.4
Riesgo Medio	60-74.4
Riesgo Alto	44.5-59.9
Riesgo Muy Alto	0-44.4

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017).

En conclusión, este modelo aplicado para las entidades públicas colombianas revela con mucha precisión, lo que está sucediendo en dicho sector, ya que según el último reporte del año 2016-2017 solo el 23% tiene una calificación moderada, y alrededor de un 56 % medio, seguido de un 17 % de un riesgo alto. Motivo por el cual refleja que es necesario tomar acciones correctivas para mejorar los resultados en los próximos años (ITEP, 2017).

Por otro lado, se tiene el Índice de Gobierno Abierto (IGA, 2016) que mide a través de reportes el nivel de cumplimiento de información eficiente y utilizadas para prevenir la corrupción de organismo públicos, se miden en base a un puntaje que van de 0 a 100, donde 100 es el puntaje máximo. Según la Organización para la OCDE es de Gobierno Abierto porque se requiere que existe una libre disponibilidad de información cumpliendo con sus características principales, transparencia, accesibilidad, participación e información pública (ver Tabla 11).

Tabla 11

Indicadores del Índice de Gobierno Abierto (IGA)

Categorías	Indicadores
Organización de la Información Exposición de la Información	Indicadores de la categoría de Control Interno
	Indicador de la categoría de Gestión Documental
	Indicadores de la categoría Visibilidad de la Contratación
	Indicadores de la categoría de Competencias Básicas Territoriales
Diálogo de la Información	Indicadores de la categoría de Sistemas de Gestión Administrativa y Financiera
	Indicadores de la categoría de Gobierno Electrónico
	Indicadores de la categoría de Transparencia y Rendición de Cuentas
	Indicador de la categoría de Atención al Ciudadano

La plataforma de ONG de acción social de España (2015) propuso procedimientos para la verificación del cumplimiento de índices de transparencia y buen gobierno, con la idea de identificar los parámetros más aplicables en las ONGs y fundamentar a través de una herramienta diseñada y probada. Los índices son medibles y objetivos, a la vez son ponderados de acuerdo con su objetivo. La cual se ha considerado de manera más transparente que lo realicen auditoras reconocidas bajo una modalidad previamente acordada por las ONGs (ver Apéndice H). Según el informe de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios (2012) en setiembre de 2011 con la idea de fomentar la transparencia corporativa en las empresas privadas Chilenas y que coticen en bolsa se firmó una alianza entre la facultad de comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, Inteligencia de Negocios, Chile transparente y KPMG para promover la transparencia como un valor social, para ello se pretende impulsar como parte de la cultura, la transparencia en la sociedad y empresas de mayor reconocimiento.

Adicionalmente, el modelo podría servir para replantearlos a otros países como Colombia y Perú. Para ello se inició un mayor nivel de exigencia de transparencia en información de responsabilidad empresarial, es decir, que tengan que ver con la sociedad y medio ambiente y el gobierno corporativo, considerando un estado de actualización. En conclusión, este modelo debe demostrar transparencia en su credibilidad, sofisticación y actualización de la información. Se ha puesto en práctica a la empresa chilena Enersis la cual ha demostrado cumplir con los estándares de transparencia como en los mercados desarrollados, ya que la información que mostraba era fácil de entender por los inversionistas y el público en general (Universidad del Desarrollo, 2012). En tanto, el instrumento busca información tipo escáner identificando si las empresas cuentan o no con información transparente, es decir se revisó si contaban con información sobre (a) presentación de la organización y sus estrategias de proyectos, (b) gobierno corporativo, (c) información

financiera, (d) servicios e información para inversionistas, (e) informes de sustentabilidad (Universidad del Desarrollo, 2012) (ver Tabla 12).

Tabla 12

Modelo de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios

Componentes	Atributos	Ejemplos
Presentación & Negocios	Descripción sobre el negocio de la empresa, sinopsis histórica, fortalezas, cobertura comercial, etc.	Historia corporativa Misión, visión, valores
Gobierno Corporativo	Descripción detallada de la organización y su forma de gobierno	Estatuto social Remuneraciones del Directorio
Servicios e Información para el Inversionista	Datos que un inversionista desea saber, desde los hechos esenciales hasta los planes estratégicos pasando por los dividendos, la cotización bursátil, etc.	Hechos esenciales Calendario de eventos Política de dividendos
Información Financiera	Estándares contables, formatos de entrega, supervisiones y periodicidad en la entrega de la información	Memoria Anual EE.FF. Trimestrales
Sustentabilidad	Descripción y datos sobre políticas de sustentabilidad del negocio y relación con sus grupos de interés.	Memoria de Sustentabilidad Desempeños
Herramientas	Herramientas que facilitan la búsqueda y comprensión de la información	Contáctenos Otros idiomas

2.6. Resumen

De acuerdo con lo indicado, se tiene inicialmente que transparencia corporativa es brindar información clara y precisa hacia los distintos grupos de interés relacionados a las empresas, pero no solo se trata de comunicar sus datos o información sino de transmitirlo para que sea inteligible. Es por ello por lo que surgió la norma ISO 26000 (2016), para cubrir los vacíos de información que necesitan los grupos de interés y de esta forma puedan tomar sus acciones o decisiones de acuerdo con lo que estimen conveniente.

En el ámbito de la transparencia corporativa en Perú y Latinoamérica, se reflejan esfuerzos por impulsar temas de transparencia, tal es así, que han implementado distintas páginas web con información relevante, la promulgación de leyes y la creación de entes regulatorios para castigar las malas prácticas. Para el caso del Perú, en específico, se promulgó la ley 27806 en el año 2002 con el propósito de obligar a los distintos segmentos empresariales, tanto públicos y privados, a compartir información relevante. Por otro lado, en torno a la transparencia corporativa en el mundo, es posible comparar su adelanto en el ámbito de la transparencia ya que muchas empresas se preocupan en brindar la información

necesaria a los grupos de interés para competir y participar en la obtención de certificaciones de agencias reconocidas mundialmente. En cuanto a los índices de medición de transparencia corporativa se han revisado los distintos modelos existentes en la actualidad, es decir, los que se vienen aplicando en sus distintas formas.

2.7. Conclusión

De la revisión de la literatura podemos concluir que existe un gran interés de parte de los países y sus representantes porque sus organizaciones sean transparentes, y ésta misma buena práctica desean que sea replicada en las organizaciones del sector privado, por ello surge la necesidad de parte de los grupos de interés por contar con información idónea para poder realizar toma de decisiones y que en conjunto resulta ser beneficioso para todas las partes, ya que en tiempos actuales un índice de transparencia es percibido como un valor agregado.

Podemos ver que durante muchos años cientos de países han realizado denodados esfuerzos por inculcar la transparencia y que estos se cumplan, con mayor énfasis en el sector público, no obstante, existen organizaciones que resaltan la importancia de que existan índices de transparencia en el sector privado que permitan brindar un valor agregado a los grupos de interés con los que interactúa. Asimismo, apreciamos que existen factores determinantes de percepción de parte de las empresas y de los grupos de interés por entender bien la finalidad y objetivos de la transparencia en las empresas, algunos factores son compartidos por todos los involucrados, sin embargo, existen factores en los que no coinciden todos.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

La presente investigación tiene un propósito descriptivo con un enfoque cualitativo, la estrategia a utilizar es el estudio del caso, porque buscará describir la existencia de una baja concientización de las empresas inmobiliarias en mostrar información corporativa de manera transparente, dado que, no se ha identificado un instrumento de índice de medición de nivel de transparencia que las evalúen. Para recabar información se ha realizado entrevistas a las empresas más representativas, éstas son aquellas que cuentan con mayor colocación de viviendas a través de crédito MiVivienda (MiVivienda, 2018). El contacto con los representantes inmobiliarios se ha realizado inicialmente mediante el envío previo de cartas de presentación emitidas por CENTRUM PUCP para las respectivas visitas. Se llevaron a cabo en las oficinas de las propias empresas que se visitaron, de una duración de 30 minutos aproximadamente cada una de ellas. Las entrevistas con preguntas abiertas y cerradas debidamente estructuradas, conducidas por una guía de entrevista, las cuales han sido grabadas y transcritas. Adicionalmente, se han tomado notas de los comentarios más resaltantes para ser analizados con mayor profundidad. Para la transcripción de las entrevistas realizadas, se ha tomado como herramienta de ayuda el software libre en línea speech to text.

3.1. Diseño de la Investigación

De acuerdo con Mañas y Montes (2016), hay una brecha existente en las empresas con respecto a la percepción de la aplicación de la transparencia, debe existir concientización no solo para aumentar la credibilidad en sus grupos de interés, sino también en la generación de valor de las empresas. Pudiendo también reflejarse en beneficios económicos en un mediano o largo plazo. Es así que un estudio descriptivo es adecuado para abordar un tema nuevo en un sector y grupo de personas, como lo es la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria en el Perú.

La intención del presente estudio es descriptivo, de manera que busca construir descripciones de situaciones nuevas, orientadas a identificar la forma de medir el nivel de transparencia en las empresas inmobiliarias del Perú, conocer el concepto que tienen las empresas inmobiliarias respecto a la transparencia corporativa, saber qué tipo de información muestran, el nivel de transparencia que representan y qué tan valorada es la información que muestran las empresas inmobiliarias a través de internet.

El propósito es descriptivo debido a que las investigaciones realizadas hasta el momento sobre transparencia han sido abordadas con mayor preocupación en países desarrollados, sobre todo en el sector público a través de organismos que los regulan. El tema sobre transparencia corporativa en la industria inmobiliaria es poco tratado ya que no son obligadas a mostrar información, por ende, es un tema nuevo que investigar y servirá para identificar la existencia de la baja concientización de las empresas de la industria en mostrar información corporativa.

El enfoque del presente trabajo de investigación es cualitativo tal como se indicó en el capítulo I por las siguientes razones: (a) busca identificar la forma de medir el nivel de transparencia corporativa en la industria inmobiliaria; (b) cómo conceptualizan la transparencia corporativa los agentes inmobiliarios más representativos del Perú; (c) investigar la información que publican a través de internet; y (d) conocer la percepción de los agentes inmobiliarios frente a la información que se debe mostrar al público para identificar que tan valoradas.

3.2. Conveniencia del Diseño

En la presente investigación no se tiene control sobre el tema, por ello se utiliza como estrategia el método del estudio del caso. Se realizaron entrevistas debidamente estructuradas como instrumento de investigación para profundizar el tema que se desea abordar, para luego analizar las variables del modelo de transparencia que se pretende adaptar, recogiendo las

percepciones y consideraciones de cambios en el modelo para adecuarlo a la industria inmobiliaria del Perú (Martínez, 2006).

Esta metodología permite identificar las razones del poco interés de algunas empresas inmobiliarias en mostrar mayor información y qué beneficios podrían lograr mostrando información hacia el mercado financiero y el público en general. Las razones por la cual no todas las empresas revelan información necesaria en internet no se pueden asumir, por ello es inadecuado utilizar otro método de investigación como encuestas, ya que no ayudarían a tener un mejor entendimiento del tema (Avolio, 2016). Por lo que, las entrevistas son adecuadas para obtener la mayor cantidad de información que se relacionan con las variables que se desea validar, en cuanto al nivel de divulgación de información.

El estudio es inductivo porque se obtiene toda la información que contribuye a adaptar un nuevo modelo al ya propuesto y adecuarlo a la realidad de la industria inmobiliaria, permitiendo agregar nuevas variables o categorías. Por lo tanto, la investigación utiliza la estrategia del método del estudio del caso bajo un enfoque holístico para abarcar el tema de la transparencia en la industria inmobiliaria peruana (Martínez, 2006).

La transparencia en las organizaciones es necesaria para generar confianza entre los grupos de interés, sin embargo, tanto las leyes como el mercado no establecen suficientes mecanismos a las organizaciones para revelar un nivel adecuado de transparencia, no obstante, existen buenas prácticas provenientes del buen gobierno corporativo. Es así que las empresas deben utilizar un medio de difusión universal óptimo, como lo es el internet que tiene alcance global y oportuno (Alonso, 2009).

Las preguntas son de dos tipos: preguntas abiertas y cerradas. Las primeras buscan una respuesta extensa de parte del entrevistado y es el tipo de preguntas que se prefiere para obtener mayor información de parte de éste y obtener información rica en la materia de investigación. Por otro lado, el segundo tipo de pregunta busca respuestas puntuales que en su

mayoría constan de respuestas ya brindadas como monosílabos, este tipo de preguntas cerradas tienden a volver la conversación un poco limitante, aunque no se aconseja su uso para obtener información, se recomienda su uso para buscar cerrar un compromiso o para validar una información (Delgado & Delgado, 1998).

3.2.1. Justificación del modelo elegido

Luego de revisar los 14 modelos presentados (ver Tabla 13), se puede apreciar que estos fueron aplicados tanto en empresas del sector público y privado, así también, se observó que estas se aplicaron a diversas industrias en diferentes países como España, Colombia, Chile y a otros contextos internacionales.

Tabla 13

Modelos Revisados

Ítem	Autor	Año	País
1	Gandía y Andrés	2005	España
2	Briano y Rodríguez	2014	España
3	Said, Cousido y Berlanga	2018	Colombia
4	Corporación Transparencia por Colombia	2014	Colombia
5	De la Fuente	2016	Internacional
6	Scrollini	2012	Chile
7	Gómez y Montesinos	2014	Colombia
8	Baamonde, García y Martínez	2017	Internacional
9	Beltrán y Martínez	2017	España
10	Alonso	2009	España
11	Índice de Transparencia de las Entidades Públicas	2017	Colombia
12	Índice de Gobierno Abierto	2016	Internacional
13	ONG Acción Social	2008	España
14	Inteligencia de Negocios	2012	Chile

Para poder considerar la aplicabilidad del modelo al contexto nacional, se han tenido en cuenta cinco puntos para poder escoger el modelo más apropiado para la realidad de la industria inmobiliaria peruana.

- Modelos aplicados al sector privado: Esto debido a que, el contexto y composición de una empresa privada, difiere en la participación de los accionistas, así como la forma en la que se toman las decisiones frente a una empresa pública (Briano & Rodríguez, 2013).

- Modelos basados en divulgación por internet: Esto debido a que el internet trae grandes ventajas en lo referido a divulgación de información tales como: (a) facilidad de comunicación entre sociedades e inversores, (b) reduce el costo de distribución, (c) fomenta la participación de los accionistas, (d) democratiza el acceso a la información y (e) aporta credibilidad a las prácticas de buen gobierno (Gandía & Andrés, 2005).
- Mayor aplicación en la industria inmobiliaria: Esto con el fin de ver qué modelos consideraron a la industria inmobiliaria, para poder aplicarse (Briano & Rodríguez, 2013).
- Alineados a los pilares de la SMV: Esto debido a que en la actualidad existen algunas recomendaciones por parte de la SMV para poder incorporar de manera voluntaria el código del buen gobierno corporativo para las sociedades peruanas, motivo por el cual se considera, que estas deben estar alineadas al modelo a elegirse (SMV, 2018).
- Antigüedad menor a cinco años: Esto debido a que los constantes cambios en la forma de mostrar información son muy rápidos en el mediano plazo, por eso se debe considerar un modelo con una antigüedad menor a cinco años, ya que esta supondrá información más actual (Management Solutions Making thing happen, 2014).

Dichos criterios se han tenido en cuenta para la evaluación de cada uno de los modelos y analizar su cumplimiento (ver Tabla 14).

De acuerdo a los 14 modelos revisados, cinco modelos cumplen con utilizar como medio de divulgación al internet y a su vez son aplicados al sector privado, de estos cinco, cuatro cumplen con haber sido aplicados a empresas inmobiliarias, dos de éstos se encuentran alineados a los pilares de buen gobierno corporativo de la SMV (2018) y solo uno de éstos cumple con una antigüedad menor a cinco años, siendo éste el modelo de Briano y Rodríguez (2013) (ver Figura 4).

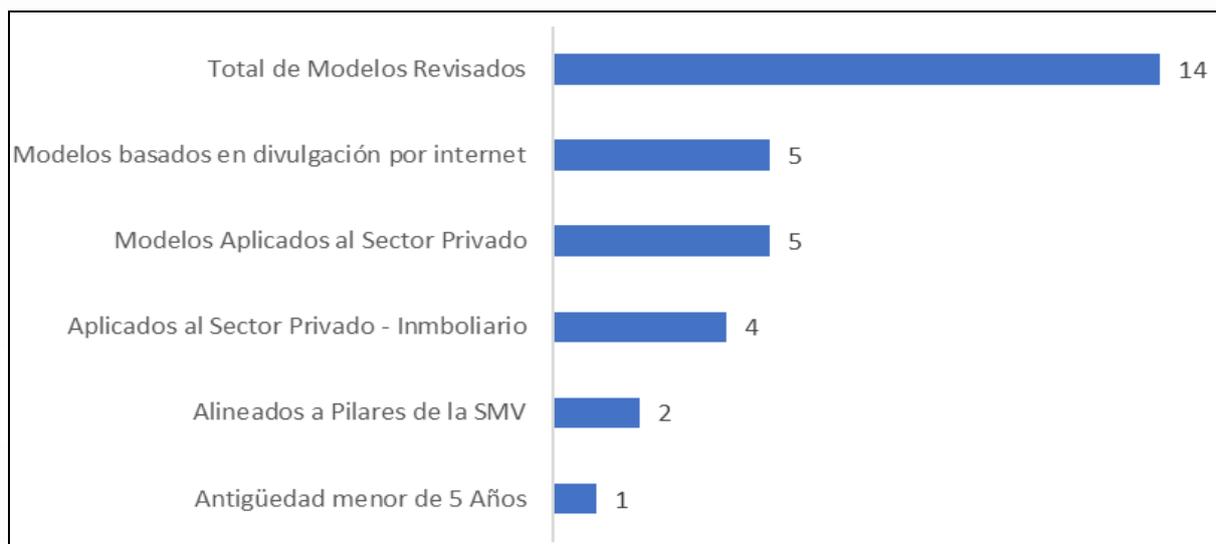


Figura 4. Selección de modelo por criterios. (Briano & Rodríguez, 2013).

3.3. Población y Muestra

De acuerdo con Dicoovski (2008) definió la población como un conjunto de elementos que cumplen con especificaciones similares. Por ello, se ha tomado como población las 115 empresas inmobiliarias y constructoras del ranking Top 10,000 (Ptp.pe, 2016).

La muestra que emplear es no probabilística, por ello se ha considerado a las 20 empresas inmobiliarias con mayor número de colocaciones en créditos MiVivienda (2018) (ver Tabla 15), es decir, esta no debe ser necesariamente representativa sino teórica, por lo que se buscan casos en los que se pueda replicar el fenómeno (Eisenhardt, 1989). Por otra parte, existen otros autores que indican que, al no haber una guía adecuada, esta se deja a criterio de los investigadores (Perry, 1998 & Patton, 1990). Sin embargo, Eisenhardt (1989) indicó que un número adecuado de muestra se encuentra entre cuatro y 20 casos, ya que es una cifra idónea para el tipo de investigación cualitativa.

Tabla 14

Matriz de 14 Modelos Investigados

Autor	Gandía y Andrés	Briano y Rodríguez	Said, Cousido y Berlanga	Transparencia por Colombia	De la Fuente	Scrollini	Gómez y Montesinos	Baamonde, García y Martínez	Beltrán y Martínez	Alonso	Transparencia de las Entidades Públicas	Índice de Gobierno Abierto	ONG Acción Social	Inteligencia de Negocios	Total
Año	2005	2014	2018	2014	2016	2012	2014	2017	2017	2009	2017	2016	2008	2012	
País	España	España	Colombia	Colombia	Internac.	Chile	Colombia	Internac.	España	España	Colombia	Internac.	España	Chile	
a) Enfocado al sector privado	X	X	X							X				X	5
b) Internet como medio de divulgación	X	X	X				X	X		X			X	X	8
c) Aplicabilidad a la industria inmobiliaria	X	X								X				X	4
d) Alineación a los principios de buen gobierno corporativo actualizado por la SMV		X								X					2
e) Antigüedad menor a cinco años		X	X	X	X		X	X	X		X	X		X	10
Puntaje total	3	5	3	1	1	0	2	2	1	4	1	1	1	4	

3.4. Consentimiento Informado

El propósito del consentimiento informado es la autorización formal hacia el participante de la investigación, el cual indica su participación de manera voluntaria, que busca resguardar y brindar seguridad tanto al investigado como al investigador (Briano & Rodríguez, 2013). Para el presente trabajo se empleará el siguiente formato (ver Apéndice I).

Posteriormente, se calculó el índice de transparencia bajo el modelo de Briano y Rodríguez para las empresas seleccionadas como muestra (ver Tabla 5).

Tabla 15

*Empresas Seleccionadas como Muestra*Empresas con mayor colocación en créditos MiVivienda

Viva GyM S.A.
 Consorcio DHmont & CG & M S.A.C.
 Los Portales S.A.
 Paz Centenario S.A.
 Constructora galilea S.A.C.
 Besco S.A.C.
 Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios S.A.C. (dpi)
 Clasem S.A.C.
 Constructores Interamericanos S.A.C.
 D&D Constructores S.A.C
 Cosapi Inmobiliaria S.A.
 Inmobiliaria Ruttini S.A.C
 Constructora Pozo y Salinas S.A.C.
 Mezymol Inversiones S.A.C.
 Altozano Desarrollo y Construcción S.A.C
 Inmobiliaria Derrama Magisterial (DM)
 FT Constructores S.A.C.
 MC Promotores y Constructores S.A.C.
 Inmobiliaria Garden City S.A.C.
 Los Corales Promotora y Constructora S.A.C

En la Figura 5 de detalla el Ranking del índice de transparencia del modelo original.

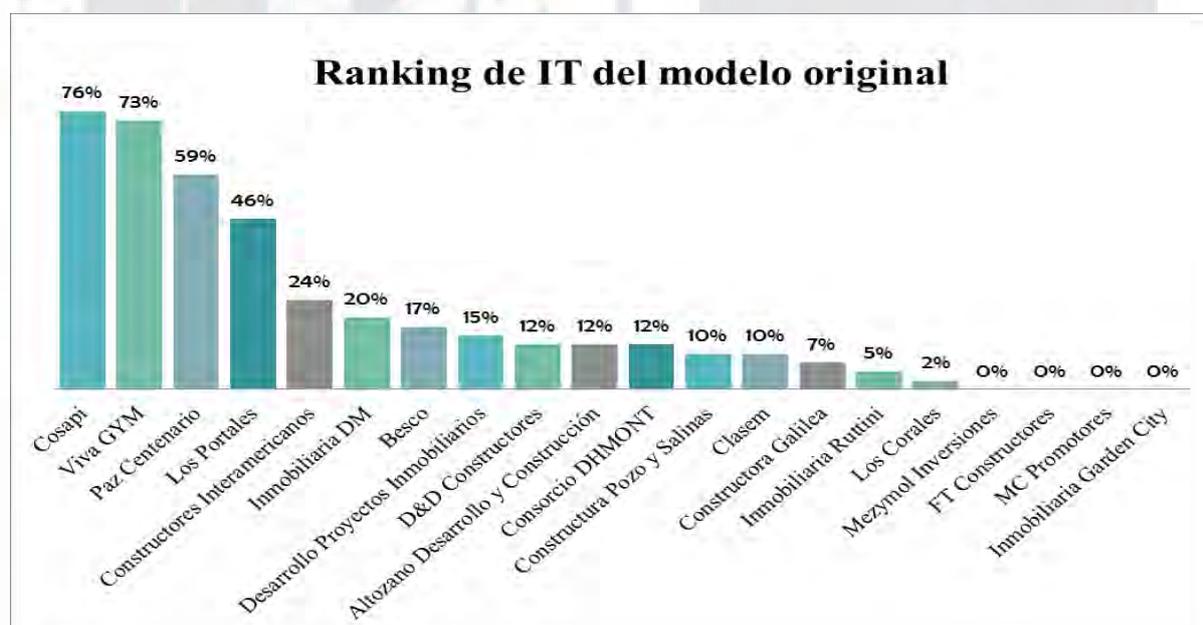


Figura 5. Colocación a enero 2018, las 20 inmobiliarias más representativas. (La revista inmobiliaria del Perú MiVivienda, 2018 - Abril).

3.5. Instrumento de la Investigación

Se ha tenido como premisa inicial la responsabilidad de utilizar un instrumento de investigación para poder obtener datos necesarios que ayuden a cumplir con los objetivos y responda a las preguntas planteadas, por ello se utiliza la entrevista estructurada como

instrumento de investigación, ya que el entrevistador seguirá una guía de preguntas específicas y se rige en absoluto a ésta (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.5.1. Cuestionario y validación de preguntas

Las preguntas establecidas en el cuestionario (ver Apéndice J) que serán utilizadas para la entrevista estructurada, han sido elaboradas a través de una matriz de congruencia (ver Tabla 16) con la finalidad que estos cumplan con los objetivos de la investigación. Cada una de las preguntas del cuestionario fueron relacionadas directamente con las preguntas de investigación y estas a su vez son relacionadas con los objetivos, principal y secundarios, haciendo así un enlace con el problema que abarca el presente trabajo investigación, donde los números de la columna “Pregunta para entrevista relacionada” de la matriz de congruencia obedece a la columna “Número” del cuestionario.

Tabla 16

Matriz de Congruencia

Problema	Objetivo Principal	Pregunta principal	Pregunta para entrevista relacionada
Existe una baja concientización en brindar mayor información corporativa en las empresas inmobiliarias del Perú, lo cual contribuye a que estas estén expuestas a riesgos económicos y financieros.	Identificar un índice de medición de la transparencia corporativa que pueda ser aplicado en la industria inmobiliaria peruana.	¿Cómo se podría medir el nivel de transparencia en las empresas inmobiliarias del Perú?	2, 9
	Objetivos secundarios	Preguntas secundarias	Pregunta para entrevista relacionada
	Definir que concepto tiene la industria inmobiliaria respecto a la transparencia corporativa.	¿Cuál es el concepto de transparencia corporativa que tienen representantes inmobiliarios más representativos del Perú?	1
	Identificar que modelos se aplican en industrias similares a nivel mundial y cuales podrían adaptarse a la realidad peruana. Medir el nivel de transparencia con un modelo ya propuesto para otro país y contrastar los resultados con la realidad de la industria inmobiliaria peruana.	¿Qué tipo de información muestran las empresas ¿Inmobiliarias más representativas del Perú?	9
	Conocer la percepción de las inmobiliarias más representativas del Perú, frente a la información que se debe mostrar a través del internet.	¿Cuál es el nivel de transparencia que tienen las empresas peruanas inmobiliarias en la actualidad? ¿Qué tan valorada es la información que muestran las empresas inmobiliarias más representativas del Perú a través de internet?	5, 6, 7, 8 3,4,10,11,12

El cuestionario fue sometido a una validación de expertos empleando la escala de Likert (ver Tabla 17) recomendada por Malhotra (2008) ya que presenta la ventaja de ser fácil de construir y aplicar por lo que los participantes se sienten más familiarizados con dicha escala y consiste en indicar el grado de acuerdo o desacuerdo, además de ser utilizada para calificar los elementos, en este caso las preguntas, que son asociadas con opiniones, percepciones o valoraciones (De Dios, Alvarado, Valles, & Báez, 2016).

Tabla 17

Escala de Likert para la Validación de Preguntas del Cuestionario

Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
-1	-2	-3	-4	-5

Las evaluaciones realizadas por los expertos (ver Apéndice K) son validadas a través del coeficiente alfa de Cronbach, siendo el valor mínimo aceptable para la confiabilidad de 0.7 (De Dios, Alvarado, Valles & Báez, 2016), es así que obtenemos los resultados de dicha validación (ver Tabla 18).

Tabla 18

Evaluación del Cuestionario de Entrevista Mediante el Alfa de Cronbach

Variable	Descripción de Variable	Resultado
K:	El número de ítems	12
$\sum Si^2$:	Sumatoria de las Varianzas de los Ítems	9
Sr^2 :	La Varianza de la suma de los Ítems	56.67
α :	Coficiente de Alfa de Cronbach	0.92

Por lo tanto, el cuestionario es válido por tener un coeficiente alfa de Cronbach de 0.92 ya que de acuerdo con De Dios et al. (2016) si es superior a 0.7 expresa un alto nivel de confiabilidad.

Guía de entrevista. Para ejecutar el cuestionario, se sigue la guía de entrevista que se detalla en el Apéndice L (ver Apéndice L).

3.6. Recolección de Datos

La recolección de datos es sin duda, un proceso de la investigación cualitativa. Hernández, Fernández y Baptista (2014) indicaron que en todo estudio cualitativo es necesario recabar información para la recolección de datos de distintas personas o grupos de personas con el fin de obtener información sobre conceptos, percepciones, creencias, experiencias, vivencias, etc. Es por ello por lo que, para el presente trabajo de investigación descriptivo – cualitativo se realizaron las entrevistas entre las siguientes fechas: del 29/08/2018 al 02/10/2018. Estas entrevistas fueron llevadas a cabo por los investigadores: (a) Marco Cardoso, (b) Rosario Mejía, (c) Percy Pardo y (d) Roxana Velarde. El proceso se desarrolló de la siguiente manera: los investigadores realizaron las entrevistas a ejecutivos claves del negocio de la muestra elegida, visitándolos en sus centros laborales para que participen en el estudio de investigación.

De la muestra de empresas seleccionadas se procedió con enviar cartas de presentación a estas, (ver Apéndice M) de las que han sido excluidas aquellas empresas que no respondieron o de aquellas que decidieron no participar de la investigación.

Las empresas inmobiliarias a las que se entrevistaron fueron:

- Viva GYM, con su respectiva evaluación de IT según modelo de Briano y Rodríguez (ver Figura 6).

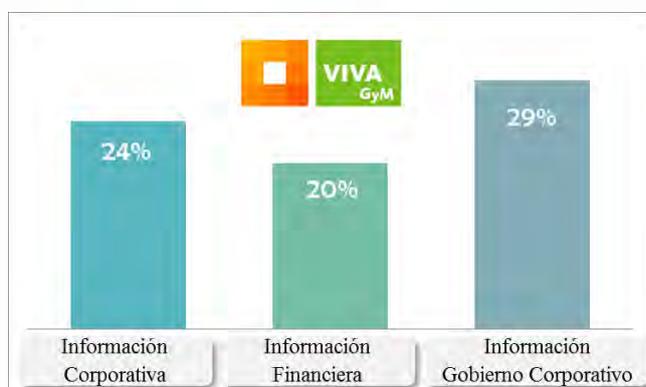


Figura 6. Cálculo de IT de inmobiliaria Viva GYM bajo modelo original.

- Consorcio DHMONT & CG & M S.A.C, con su respectiva evaluación de IT según modelo de Briano y Rodríguez (ver Figura 7).



Figura 7. Cálculo de IT de inmobiliaria DHMONT bajo modelo original.

- Los Portales S.A, con su respectiva evaluación de IT según modelo de Briano y Rodríguez (ver Figura 8).



Figura 8. Cálculo de IT de inmobiliaria Los Portales bajo modelo original.

- D&D Constructores S.A.C, con su respectiva evaluación de IT según modelo de Briano y Rodríguez (ver Figura 9).

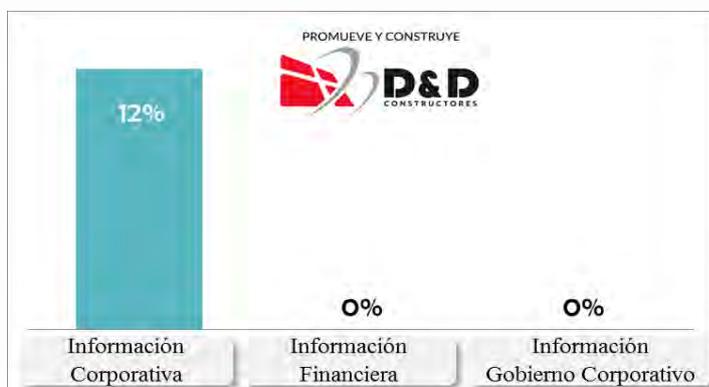


Figura 9. Cálculo de IT de inmobiliaria D&D Constructores bajo modelo original.

- Cosapi Inmobiliaria S.A.C, con su respectiva evaluación de IT según modelo de Briano y Rodríguez (ver Figura 10).



Figura 10. Cálculo de IT de Cosapi Inmobiliaria bajo modelo original.

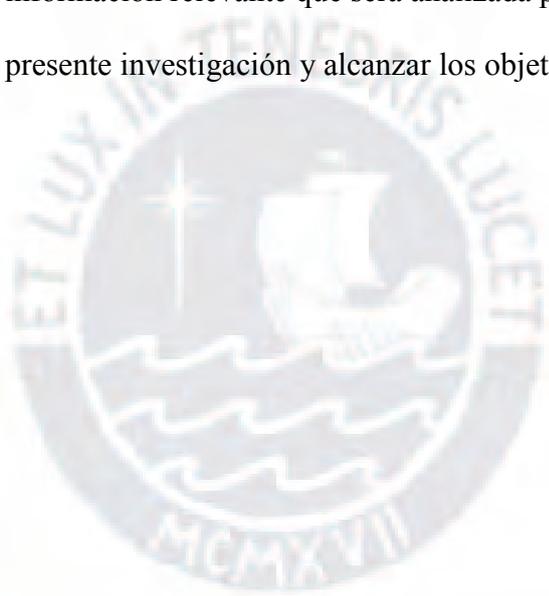
Protocolo del Caso. Avolio (2016) sugirió manejar en esta sección un protocolo del caso para que el investigador lo tenga en cuenta al inicio de la entrevista (ver Apéndice N).

Datos recolectados. Siguiendo con el protocolo establecido, se procedió con la evaluación de cada una de las empresas seleccionadas con el modelo de transparencia de Briano y Rodríguez (2013) (ver Apéndice O). Una vez realizada la evaluación se procedió a realizar las entrevistas a las empresas que accedieron obteniéndose así: (a) las notas de entrevistas (ver Apéndice O), (b) los consentimientos informados por cada uno de los entrevistados (ver Apéndice P) y (c) las entrevistas transcritas a cada uno de los participantes (ver Apéndice R).

3.7. Resumen

En cuanto a la metodología empleada para el presente capítulo se obtuvieron datos bajo un diseño descriptivo, con enfoque cualitativo y bajo la estrategia del método de estudio del caso. Se eligió como instrumento de investigación la entrevista estructurada, empleando un cuestionario, el cual fue sometido a una validación por especialistas, para corroborar que las preguntas cumplan con el objetivo de la investigación, obteniéndose un nivel óptimo de confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach de 0.92. Previamente a las entrevistas, se analizaron 14 modelos revisados en base a criterios establecidos como el ámbito de

aplicación, la aplicabilidad a la industria inmobiliaria, el internet como medio de divulgación, la antigüedad del estudio del modelo y la alineación a los pilares de buen gobierno corporativo de la SMV (2018), concluyendo que de los 14 modelos analizados el modelo propuesto por Briano y Rodríguez (2013), es el único que cumplió con los criterios antes mencionados. Una vez seleccionado el modelo, se procedió con su aplicación a las empresas seleccionadas como muestra, para luego realizar un total de siete entrevistas a personas pertenecientes a cinco empresas, producto de estas entrevistas se ha podido obtener información relevante que será analizada para obtener las respuestas a las preguntas de la presente investigación y alcanzar los objetivos.



Capítulo IV: Propuesta de un Índice de Transparencia Corporativa

El presente capítulo muestra una de las más importantes fases de la investigación, el análisis de los datos y su interpretación, en donde luego de recolectarlos se exponen los resultados presentados para responder al problema, objetivos y preguntas de investigación determinados para la presente tesis.

Como punto inicial, se tomaron las siete entrevistas realizadas a las cinco empresas de mayor participación en crédito MiVivenda (2018 para editarlas, codificarlas y categorizarlas en base al problema planteado para posteriormente analizar la pregunta principal y las secundarias. Como siguiente paso se procedió a validar el contenido de la plantilla de juicio de expertos, diseñada en torno a las entrevistas estructuradas, mediante el coeficiente de concordancia W de Kendall. A partir de allí, en base a las sugerencias de los representantes de las inmobiliarias y a la colaboración de los cinco jueces, se adaptó el modelo de los investigadores Briano y Rodríguez (2013) a un modelo peruano para adaptar el índice de medición de transparencia para la industria inmobiliaria peruana.

4.1. Análisis de Datos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2013) indicaron que los datos recolectados en una investigación cualitativa no se encuentran ordenados, por lo que, el análisis de datos consiste en recopilar los datos para darles significado organizado a través de la codificación, es decir, el análisis de datos se inicia con la estructuración de datos mediante la organización y transcripción de las entrevistas para posteriormente codificarlas de forma abierta (comparar unidades) y axial (comparar categorías). Por otro lado, Avolio (2016) aseveró que, para analizar la información, además de realizar la codificación abierta y axial, es necesario codificarla de forma selectiva, también indicó que como parte del proceso de análisis habría que tomar en cuenta la reducción de la información recolectada y la presentación de ésta, por

lo que se les dará una estructura definida a los aportes de los representantes de las empresas inmobiliarias involucradas.

Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista (2013) indicaron que los propósitos principales para el análisis de datos en una investigación cualitativa son:

- Examinar los datos.
- Imponerles una estructura.
- Describir las experiencias de los participantes según la óptica, lenguaje y expresiones.
- Descubrir los conceptos, categorías, temas y patrones, así como sus vínculos para encontrarles sentido y explicarlos en función al problema planteado.
- Comprender la profundidad del contexto que rodea a los datos.

Por lo tanto, se deberá organizar los datos relevantes de manera ordenada y consistente para descubrir el verdadero significado de la investigación (Rodríguez & Valdeoriola, 2009.). Hernández, Fernández y Baptista (2013) indicaron como sugerencia que en la transcripción de una entrevista se respete el principio de confidencialidad, es decir, no se deberá mencionar el nombre verdadero del participante, éste deberá ser reemplazado por códigos. Además, es importante verificar que los datos estén completos y que tengan la calidad suficiente para ser analizados.

El presente proyecto fue desarrollado a partir de datos obtenidos de un total de siete entrevistas estructuradas realizadas a los representantes de sus respectivas inmobiliarias como Los Portales, DH Mont, Viva GyM, D&D Constructores y Cosapi Inmobiliaria. Se han organizado las entrevistas mediante una tabla ordenada cronológicamente (ver Tabla 19) en las cuales se emplearon los materiales descritos en el protocolo del caso (ver Apéndice N).

Tabla 19

Entrevistas en Orden Cronológico

Inmobiliaria	Fecha
Los Portales	29/08/2018
Los Portales	29/08/2018
Los Portales	6/09/2018
DH Mont	20/09/2018
Viva GYM	21/09/2018
Cosapi Inmobiliaria	22/09/2018
D&D Constructores	02/10/2018

Posteriormente, se asignaron categorías, sub categorías y códigos a las entrevistas realizadas (ver Figura 11) con la finalidad de enfocar el análisis de datos como proceso para resolver el problema principal de la presente tesis. Luego se realizó la codificación abierta (primer nivel) donde es el inicio del análisis de los datos para posteriormente plantear la codificación axial (segundo nivel), para lo cual se agruparon temas relacionados a las categorías planteadas. Por último, se realizó la codificación selectiva para seleccionar la categoría que más represente a hallar respuesta al problema planteado en el presente trabajo de investigación.

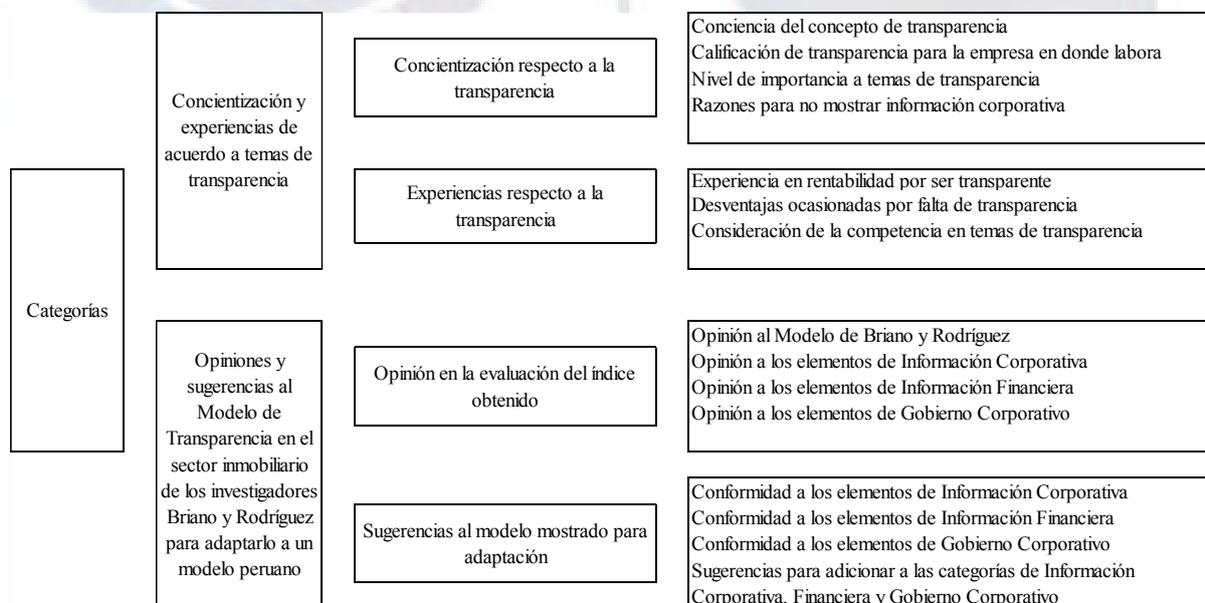


Figura 11. Categoría, sub-categoría y palabras clave.

4.1.1. Codificación abierta

Es un procedimiento para desarrollar categorías de información pero que no llevan relación entre ellas, es decir, es descriptivo. Quintana (2006) indicó que este tipo de codificación es el paso inicial del análisis luego de la recolección de datos para comprenderlos. Por otro lado, Strauss y Corbin (1998) indicaron que la codificación abierta es un proceso analítico que se resuelve a partir de los datos recolectados representados en categorías y sub categorías.

De acuerdo a las dos categorías diseñadas con sus respectivas sub categorías y códigos, se diseñó la tabla de codificación abierta de la sub categoría “Concientización respecto a la transparencia” asociada a la categoría “Concientización y experiencias de acuerdo a temas de transparencia” (ver Tabla 20), la tabla de codificación abierta de la sub categoría “Experiencias respecto a la transparencia” asociada a la categoría “Concientización y experiencias de acuerdo a temas de transparencia” (ver Tabla 21), la tabla de codificación abierta de la sub categoría “Opinión en la evaluación del índice obtenido” asociada a la categoría “Opiniones y sugerencias al Modelo de Transparencia en el sector inmobiliario de los investigadores Briano y Rodríguez (2013) para adaptarlo a un modelo peruano” (ver Tabla 22), la tabla de codificación abierta de la sub categoría “Sugerencias al modelo mostrado para adaptarlo a un modelo peruano” asociada a la categoría “Opiniones y sugerencias al Modelo de Transparencia en el sector inmobiliario de los investigadores Briano y Rodríguez (2013) para adaptarlo a un modelo peruano” (ver Tabla 23), para hallar las palabras claves que coincidieron en respuesta de las entrevistas realizadas.

Tabla 20

Codificación Abierta: Concientización Respecto a la Transparencia

Representantes inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada		Sub-Categoría: Concientización respecto a la transparencia
Respuesta de cada representante		Palabras Claves
001	La transparencia corporativa es la obligación que tienen las empresas de proporcionar información al público.	Conciencia del concepto de transparencia
002	Es la entrega oportuna de información financiera y no financiera a los agentes del mercado sin costo alguno.	
003	La transparencia corporativa es reflejar lo que la organización gestiona en diferentes aspectos.	
004	Es la capacidad de la empresa de poder expresar públicamente todas sus capacidades.	
005	Es mostrar información hacia el público, se trata de brindar datos hacia las demás personas.	
006	Se trata de qué tan abierta es la empresa a mostrar información hacia las partes interesadas.	
007	Es la forma de poder mostrar la información que tiene la empresa en el sector financiero, comercial, legal.	
001	El puntaje es de 90% de transparencia.	Calificación de transparencia
002	Se sabe que siempre hay mucho por hacer, estaríamos en in 60% más o menos.	
003	Va a depender del aspecto que se quiera reflejar, pero le pondría alrededor de 20%	
004	No se podría calificar.	
005	Se estima una puntuación por encima del 95%	
006	El puntaje va por encima del 90%	
007	Le pondría un 85%	
001	Las empresas formales le dan esta importancia, no creo que las inmobiliarias pequeñas tengan esa capacidad.	Nivel de importancia a temas de transparencia
002	Tal vez no mucho. A nosotros nos preocupa ganar un sitio como compañía transparente.	
003	Se necesita ser más transparentes para recuperar la confianza de quienes invierten y trabajan con la empresa.	
004	Le atribuimos una alta importancia.	
005	A raíz de los acontecimientos de corrupción, la transparencia es cada vez más importante.	
006	Considero que es muy importante, los interesados deben tener confianza y qué mejor siendo transparentes.	
007	En el mercado de provincia tenemos mucho por mejorar, establecer reglas, hacer las cosas más formales.	
001	Porque no quieren reflejar su real situación económica financiera, podrían ahuyentar a un cliente.	Razones para no mostrar información corporativa
002	Porque la información puede ser manipulada, existe desconfianza en el mercado.	
003	Para empresas en crecimiento no sería su prioridad o por temor a la competencia.	
004	Porque no son de interés público, pero si alguien lo solicita se le debe proporcionar.	
005	Por estrategia, para que los competidores no lo copien.	
006	Es por un tema de seguridad y estrategia.	
007	No habría motivo por el cual no mostrarla.	

Tabla 21

Codificación Abierta: Experiencias Respecto a la Transparencia

Representantes inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada		
Sub-Categoría: experiencias respecto a la transparencia		
	Respuesta de cada representante	Palabras claves
001	Ha hecho que demos una buena señal en el mercado y que los inversionistas sean mucho más proclives a invertir con nosotros. Les ha dado una satisfacción de seguridad.	Experiencia en rentabilidad por ser transparente
002	Al entregar información permite entregar menores tasas de interés, por lo tanto, menores gastos financieros. Yo sí encuentro correlación directa entre transparencia y rentabilidad.	
003	Considero que hemos tenido algunas iniciativas que nos han generado beneficios.	
004	Hemos corroborado que la transparencia hacia el cliente trae consigo rentabilidad económica para todos.	
005	Siendo transparente podemos emitir instrumentos financieros con gran acogida, debido a la confianza y se puede ser muy competitivo. Se puede reducir el riesgo del inversionista con tasas muy bajas para nosotros.	
006	Es claro que ser transparente atrae mucho la confianza del inversionista y eso nos faculta a reducir el riesgo y ser una opción de inversión segura.	
007	Nuestra venta se acumula en un gran porcentaje en los referidos, eso precisamente porque hemos sido muy transparentes con los clientes, proveedores y socios estratégicos.	
001	No hemos tenido experiencias negativas, más bien positivas.	Desventajas ocasionadas por falta de transparencia
002	Al no contar con la información de la compañía, los inversionistas asumían inversiones de riesgo mayor.	
003	Los millennials tienen mayor participación dentro de la empresa y es necesario comunicar mejor las actividades de responsabilidad social.	
004	No hemos tenido problemas.	
005	La empresa no se ha visto vinculada en desventajas.	
006	Ninguna experiencia de ese tipo en la propia empresa.	
007	Por falta de información se creyó que queríamos depredar la duna de la Huacachina, nos costó la imagen.	
001	Si se quiere competir, el tema de transparencia y gobierno corporativo se vuelve un tema sensible.	Consideración de la competencia en temas de transparencia
002	Estamos en el quinto año trabajando para ser cada día más transparentes.	
003	Se tiene que trabajar desde la alta gerencia, como una cultura de gobierno corporativo porque la información se tiene, pero se debe buscar la forma de comunicarlo.	
004	Tenemos la información internamente, no lo damos a conocer porque no es necesaria.	
005	Es importante mantener el liderazgo, en caso de estar rezagados en este tema se tomarían acciones inmediatas para resolverlo.	
006	Se va revisar por qué existe información que no se muestra y de ser el caso se actualizará.	
007	El mostrar resultados financieros es transparente, eso ayudaría a que suba nuestro índice e igualar a los demás.	

Tabla 22

Codificación Abierta: Opinión en la Evaluación

Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada		Sub-Categoría:
Opinión en la evaluación del índice obtenido		Palabras Claves
	Respuesta	
001	Me parece bien, vivimos en un mundo globalizado, se tiene que estar preparado para poder recibir inversionistas.	Opinión al Modelo de Briano y Rodríguez (2013)
002	Es casi todo lo que un <i>stakeholder</i> le podría satisfacer en cuanto a la información que tenga interés.	
003	Los números están bastante acotados a la realidad.	
004	Nuestra realidad peruana es distinta al europeo.	
005	Considero que están bien consideradas y abarcan todos los aspectos importantes de la empresa.	
006	Me parece que estos tres bloques abarcan lo más relevante y que en general todos los ítems son importantes.	
007	Me parecen correctos los atributos a excepto de algunos.	
001	El resultado obtenido fue de 17.05% de un total de 34%, estamos a mitad de camino.	Opinión a los elementos de Información Corporativa
002	El resultado obtenido fue de 17.05% de un total de 34%, aquí hay información estratégica por lo que la empresa no está dispuesta a revelarla.	
003	El resultado obtenido fue de 17.05% de un total de 34%, creo que podríamos mejorar. Se debe configurar una manera de difundirlo para mejorar el porcentaje.	
004	El resultado obtenido fue de 9.74% de un total de 34%, sí estoy de acuerdo porque no revelamos estrategias salvo información sensible que las entidades las requieran.	
005	El resultado obtenido fue de 24.4% de un total de 34%, estoy de acuerdo porque hay ítem que la empresa no cumple, pero igual sería ideal ver qué tan relevantes pueden ser para el mercado.	
006	El resultado obtenido fue de 24.36% de un total de 34%, en general no estamos tan mal, pero hay cosas que son soluciones y fáciles de poder subsanar.	
007	El resultado obtenido fue de 12.18% de un total de 34%, no estoy de acuerdo porque hay ítems que deberían considerarse dentro de la ponderación.	
001	El resultado obtenido fue de 17% de un total de 22%, estamos por buen camino. Con todo cumplimos.	Opinión a los elementos de Información Financiera
002	El resultado obtenido fue de 17% de un total de 22%, entregamos todo tipo de información porque estamos regulados por la SMV	
003	El resultado obtenido fue de 17% de un total de 22%, estoy de acuerdo porque se inició cuando estuvimos más cerca de los inversionistas.	
004	El resultado obtenido fue de 2.44% de un total de 22%, sí estoy de acuerdo porque no revelamos estrategias salvo información sensible que las entidades las requieran.	
005	El resultado obtenido fue de 19.56% de un total de 22%, estoy de acuerdo porque no aplica el punto 4 a nuestra realidad (registros SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX, 10U, Labitex)	
006	El resultado obtenido fue de 17.11% de un total de 22%, estoy de acuerdo porque no cumplimos con el punto 4 (registros SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX, 10U, Labitex)	
007	El resultado obtenido fue de 0% de un total de 22%, estoy de acuerdo con todo salvo el tema bursátil porque no tenemos acciones en la bolsa.	

Tabla 22

Codificación Abierta de la Sub Categoría Opinión en la Evaluación del Índice Obtenido (continuación)

Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada		Sub-Categoría:
Opinión a la evaluación del índice obtenido		
	Respuesta	Palabras Claves
001	El resultado obtenido fue de 12.19% de un total de 44%, creo que se pudo tener un 30% porque hay información que no se revela, pero sí se revisan.	
002	El resultado obtenido fue de 12.19% de un total de 44%, estoy de acuerdo porque hemos avanzado en los últimos cinco o seis años en avanzar las buenas prácticas. Aún hay mucho por hacer.	
003	El resultado obtenido fue de 12.19% de un total de 44%, estoy de acuerdo porque es un requisito para crecer y hemos avanzado mucho pero aún se debe formalizar lo interno del negocio pensando en exponerlo.	Opinión a los elementos de Gobierno Corporativo
004	El resultado obtenido fue de 0% de un total de 44%, si estoy de acuerdo porque no revelamos estrategias salvo información sensible que las entidades las requieran.	
005	El resultado obtenido fue de 29.27% de un total de 44%, si estoy de acuerdo porque la información faltante si existe, pero no está divulgada.	
006	El resultado obtenido fue de 31.71% de un total de 44%, si estoy de acuerdo porque hay información que si tenemos, pero por temas de seguridad y confidencialidad no son publicadas.	
007	El resultado obtenido fue de 0% de un total de 44%, no estoy de acuerdo con la valoración porque si lo tenemos, pero es público porque estamos en reestructuración en la página web.	

Tabla 23

Codificación Abierta: Sugerencias al Modelo Mostrado para Adaptación

Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista		
Sub-Categoría: Sugerencias al modelo mostrado para adaptación		
	Respuesta	Palabras Claves
001	Conforme con todos los elementos menos estrategia ni innovación / tecnología.	
002	Conforme con todos los elementos menos estrategia.	
003	Conforme con todos los elementos.	
004	Conforme con todos los elementos menos estrategia, información sobre clientes, proveedores, recursos humanos ni sala de prensa.	Conformidad a los elementos de Información Corporativa
005	Conforme con todos los elementos.	
006	Conforme con todos los elementos.	
007	Conforme con todos los elementos.	

Tabla 23

Codificación Abierta: Sugerencias al Modelo Mostrado para Adaptación (continuación)

Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista	
Sub-Categoría: Sugerencias al modelo mostrado para adaptarlo a un modelo peruano	
Respuesta	Palabras Claves
001 Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) ni bolsas de valores internacionales en las que cotiza.	Conformidad a los elementos de Información Financiera
002 Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) ni bolsas de valores internacionales en las que cotiza.	
003 Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) ni bolsas de valores internacionales en las que cotiza.	
004 No conforme con ninguna porque es información confidencial y en algunos no aplicamos.	
005 Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).	
006 Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).	
007 Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).	
001 Conforme con todos los elementos menos asamblea de accionistas, composición del consejo de administración, compensación del consejo de administración, comités de apoyo (nombramiento y remuneraciones), comités de apoyo (planeación y finanzas), comités de apoyo (otros), derechos de los accionistas minoritarios.	Conformidad a los elementos de Gobierno Corporativo
002 Conforme con todos los elementos menos asamblea de accionistas, composición del consejo de administración, compensación del consejo de administración, comités de apoyo (nombramiento y remuneraciones), comités de apoyo (planeación y finanzas), comités de apoyo (otros), derechos de los accionistas minoritarios.	
003 Conforme con todos los elementos menos asamblea de accionistas, composición del consejo de administración, compensación del consejo de administración, comités de apoyo (nombramiento y remuneraciones), comités de apoyo (planeación y finanzas), comités de apoyo (otros), derechos de los accionistas minoritarios.	
004 No conforme con ninguna porque es información confidencial y en algunos no aplicamos.	
005 Conforme con todos los elementos.	
006 Conforme con todos los elementos.	
007 Conforme con todos los elementos.	
001 Agregar información de denuncias ante INDECOPI frente a la proporción de las denuncias versus los proyectos que se desarrollan.	Sugerencias para adicionar a las categorías de Información Corporativa, Financiera y Gobierno Corporativo
002 Reforzar los temas de sostenibilidad, medio ambiente y responsabilidad social.	
003 Agregar cómo va la gestión del riesgo y control interno.	
004 Agregar la satisfacción del cliente y el nivel de planificación urbana sostenible.	
005 Sugiere no agregar ningún elemento al modelo.	
006 Sugiere no agregar ningún elemento al modelo.	
007 Sugiere no agregar ningún elemento al modelo.	

4.1.2. Codificación axial

A diferencia con la codificación abierta, que como se indicó, desarrolla las categorías de información, la codificación axial las interconecta entre sí, es decir, se deben relacionar según el contexto de las entrevistas estructuradas. Strauss y Corbin (1998) indicaron que este tipo de codificación relaciona las categorías en cuanto a alguna característica en común que se halle de las entrevistas realizadas. Por otro lado, Avolio (2016) indicó que la codificación axial relaciona categorías de la recolección de datos.

De acuerdo a las dos categorías diseñadas con sus respectivas sub categorías y códigos se diseñó la tabla de codificación axial de la sub categoría “Concientización de la transparencia” asociada a la categoría “Concientización y experiencias de acuerdo a temas de transparencia” (ver Tabla 24), la tabla de codificación axial de la sub categoría “Experiencias en torno a la transparencia” asociada a la categoría “Concientización y experiencias de acuerdo a temas de transparencia” (ver Tabla 25), la tabla de codificación axial de la sub categoría “Opinión a la evaluación del índice obtenido” asociada a la categoría “Opiniones y sugerencias al Modelo de Transparencia en el sector inmobiliario de los investigadores Briano y Rodríguez (2013) para adaptarlo a un modelo peruano” (ver Tabla 26), la tabla de codificación axial de la sub categoría “Sugerencias al modelo mostrado para adaptarlo a un modelo peruano” asociada a la categoría “Opiniones y sugerencias al Modelo de Transparencia en el sector inmobiliario de los investigadores Briano y Rodríguez (2013) para adaptarlo a un modelo peruano” (ver Tabla 27), para hallar las palabras claves que coincidieron en respuesta de las entrevistas realizadas.

Tabla 24

Codificación Axial: Concientización Respecto a la Transparencia

Palabras claves	Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada / Sub-categoría: Concientización respecto a la transparencia						
	Representante 001	Representante 002	Representante 003	Representante 004	Representante 005	Representante 006	Representante 007
Conciencia del concepto de transparencia	La transparencia corporativa es la obligación que tienen las empresas de proporcionar información al público.	Es la entrega oportuna de información financiera y no financiera a los agentes del mercado sin costo alguno.	La transparencia corporativa es reflejar lo que la organización gestiona en diferentes aspectos.	Es la capacidad de la empresa de poder expresar públicamente todas sus capacidades.	Es mostrar información hacia el público, se trata de brindar datos hacia las demás personas.	Se trata de qué tan abierta es la empresa a mostrar información hacia las partes interesadas.	Es la forma de poder mostrar la información que tiene la empresa en el sector financiero, comercial, legal.
Calificación de transparencia	El puntaje es de 90% de transparencia.	Se sabe que siempre hay mucho por hacer, estaríamos en in 60% más o menos.	Va a depender del aspecto que se quiera reflejar, pero le pondría alrededor de 20%	No se podría calificar.	Se estima una puntuación por encima del 95%	El puntaje va por encima del 90%	Le pondría un 85%
Nivel de importancia a temas de transparencia	Las empresas formales le dan esta importancia, no creo que las inmobiliarias pequeñas tengan esa capacidad.	Tal vez no mucho. A nosotros nos preocupa ganar un sitio como compañía transparente.	Se necesita ser más transparentes para recuperar la confianza de quienes invierten y trabajan con la empresa.	Le atribuimos una alta importancia.	A raíz de los acontecimientos de corrupción, la transparencia es cada vez más importante.	Considero que es muy importante, los interesados deben tener confianza y qué mejor siendo transparentes.	En el mercado de provincia tenemos mucho por mejorar, establecer reglas, hacer las cosas más formales.
Razones para no mostrar información corporativa	Porque no quieren reflejar su real situación económica financiera, podrían ahuyentar a un cliente.	Porque la información puede ser manipulada, existe desconfianza en el mercado.	Para empresas en crecimiento no sería su prioridad o por temor a la competencia.	Porque no son de interés público, pero si alguien lo solicita se le debe proporcionar.	Por estrategia, para que los competidores no lo copien.	Es por un tema de seguridad y estrategia.	No habría motivo por el cual no mostrarla.

Tabla 25

Codificación Axial: Experiencias Respecto a la Transparencia

Palabras claves	Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada / Sub-categoría: Concientización respecto a la transparencia						
	Representante 001	Representante 002	Representante 003	Representante 004	Representante 005	Representante 006	Representante 007
Experiencia en rentabilidad por ser transparente	Ha hecho que demos una buena señal en el mercado y que los inversionistas sean mucho más proclives a invertir con nosotros. Les ha dado una satisfacción de seguridad.	Al entregar información permite entregar menores tasas de interés, por lo tanto, menores gastos financieros. Yo sí encuentro correlación directa entre transparencia y rentabilidad.	Considero que hemos tenido algunas iniciativas que nos ha generado beneficios.	Hemos corroborado que la transparencia hacia el cliente trae consigo rentabilidad económica para todos.	Siendo transparente podemos emitir instrumentos financieros con gran acogida, debido a la confianza y se puede ser muy competitivo. Se puede reducir el riesgo del inversionista con tasas muy bajas para nosotros.	Es claro que ser transparente atrae mucho la confianza del inversionista y eso nos faculta a reducir el riesgo y ser una opción de inversión segura.	Nuestra venta se acumula en un gran porcentaje en los referidos, eso precisamente porque hemos sido muy transparentes con los clientes, proveedores y socios estratégicos.
Desventajas ocasionadas por falta de transparencia	No hemos tenido experiencias negativas, más bien positivas.	Al no contar con la información de la compañía, los inversionistas asumían inversiones de riesgo mayor.	Los millenians tienen mayor participación dentro de la empresa y es necesario comunicar mejor las actividades de responsabilidad social.	No hemos tenido problemas.	La empresa no se ha visto vinculada en desventajas.	Ninguna experiencia de ese tipo en la propia empresa.	Por falta de información se creyó que queríamos depredar la duna de la Huacachina, nos costó la imagen.
Consideración de la competencia en temas de transparencia	Si se quiere competir, el tema de transparencia y gobierno corporativo se vuelve un tema sensible.	Estamos en el quinto año trabajando para ser cada día más transparentes.	Se tiene que trabajar desde la alta gerencia, como una cultura de gobierno corporativo porque la información se tiene, pero se debe buscar la forma de comunicarlo.	Tenemos la información internamente, no lo damos a conocer porque no es necesaria.	Es importante mantener el liderazgo, en caso de estar rezagados en este tema se tomarían acciones inmediatas para resolverlo.	Se revisará por qué existe información que no se muestra y de ser el caso se actualizará.	El mostrar resultados financieros es transparente, eso ayudaría a que suba nuestro índice e igualar a los demás.

Tabla 26

Codificación Axial: Opinión en la Evaluación del Índice

Palabras claves	Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada / Sub-categoría: Opinión en la evaluación del índice						
	Representante 001	Representante 002	Representante 003	Representante 004	Representante 005	Representante 006	Representante 007
Opinión al Modelo de Briano y Rodríguez (2013)	Me parece bien, vivimos en un mundo globalizado, se tiene que estar preparado para poder recibir inversionistas.	Es casi todo lo que un <i>stakeholder</i> le podría satisfacer en cuanto a la información que tenga interés.	Los números están bastante acotados a la realidad.	Nuestra realidad peruana es distinta al europeo.	Considero que están bien consideradas y abarcan todos los aspectos importantes de la empresa.	Me parece que estos tres bloques abarcan lo más relevante y que en general todos los ítems son importantes.	Me parecen correctos los atributos a excepto de algunos.
Opinión a los elementos de Información Corporativa	El resultado obtenido fue de 17.05% de un total de 34%, estamos a mitad de camino.	El resultado obtenido fue de 17.05% de un total de 34%, aquí hay información estratégica por lo que la empresa no está dispuesta a revelarla.	El resultado obtenido fue de 17.05% de un total de 34%, creo que podríamos mejorar. Se debe configurar una manera de difundirlo para mejorar el porcentaje.	El resultado obtenido fue de 9.74% de un total de 34%, si estoy de acuerdo porque no revelamos estrategias salvo información sensible que las entidades las requieran.	El resultado obtenido fue de 24.4% de un total de 34%, estoy de acuerdo porque hay ítem que la empresa no cumple, pero igual sería ideal ver qué tan relevantes pueden ser para el mercado.	El resultado obtenido fue de 24.36% de un total de 34%, en general no estamos tan mal, pero hay cosas que son soluciones y fáciles de poder subsanar.	El resultado obtenido fue de 12.18% de un total de 34%, no estoy de acuerdo porque hay ítems que deberían considerarse dentro de la ponderación.
Opinión a los elementos de Información Financiera	El resultado obtenido fue de 17% de un total de 22%, estamos por buen camino. Con todo cumplimos.	El resultado obtenido fue de 17% de un total de 22%, entregamos todo tipo de información porque estamos regulados por la SMV	El resultado obtenido fue de 17% de un total de 22%, estoy de acuerdo porque se inició cuando estuvimos más cerca de los inversionistas.	El resultado obtenido fue de 2.44% de un total de 22%, si estoy de acuerdo porque no revelamos estrategias salvo información sensible que las entidades las requieran.	El resultado obtenido fue de 19.56% de un total de 22%, estoy de acuerdo porque no aplica el punto 4 a nuestra realidad (registros SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX, 10U, Labitex)	El resultado obtenido fue de 17.11% de un total de 22%, estoy de acuerdo porque no cumplimos con el punto 4 (registros SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX, 10U, Labitex)	El resultado obtenido fue de 0% de un total de 22%, estoy de acuerdo con todo salvo el tema bursátil porque no tenemos acciones en la bolsa.
Opinión a los elementos de Gobierno Corporativo	El resultado obtenido fue de 12.19% de un total de 44%, creo que se pudo tener un 30% porque hay información que no se revela, pero sí se revisan.	El resultado obtenido fue de 12.19% de un total de 44%, estoy de acuerdo porque hemos avanzado en los últimos cinco o seis años en avanzar las buenas prácticas. Aún hay mucho por hacer.	El resultado obtenido fue de 12.19% de un total de 44%, estoy de acuerdo porque es un requisito para crecer y hemos avanzado mucho pero aún se debe formalizar lo interno del negocio pensando en exponerlo.	El resultado obtenido fue de 0% de un total de 44%, si estoy de acuerdo porque no revelamos estrategias salvo información sensible que las entidades las requieran.	El resultado obtenido fue de 29.27% de un total de 44%, si estoy de acuerdo porque la información faltante sí existe, pero no está divulgada.	El resultado obtenido fue de 31.71% de un total de 44%, si estoy de acuerdo porque hay información que sí tenemos, pero por temas de seguridad y confidencialidad no son publicadas.	El resultado obtenido fue de 0% de un total de 44%, no estoy de acuerdo con la valoración porque sí lo tenemos, pero es público porque estamos en reestructuración en la página web.

Tabla 27

Codificación Axial: Sugerencias al Modelo Mostrado para Adaptación

Palabras claves	Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Técnica: Entrevista estructurada / Sub-categoría: Sugerencias al modelo mostrado para adaptación						
	Representante 001	Representante 002	Representante 003	Representante 004	Representante 005	Representante 006	Representante 007
Conformidad a los elementos de Información Corporativa	Conforme con todos los elementos menos estrategia ni innovación / tecnología.	Conforme con todos los elementos menos estrategia.	Conforme con todos los elementos.	Conforme con todos los elementos menos estrategia, información sobre clientes, proveedores, recursos humanos ni sala de prensa.	Conforme con todos los elementos.	Conforme con todos los elementos.	Conforme con todos los elementos.
Opinión a los elementos de Información Corporativa	Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) ni bolsas de valores internacionales en las que cotiza.	Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) ni bolsas de valores internacionales en las que cotiza.	Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) ni bolsas de valores internacionales en las que cotiza.	No conforme con ninguna porque es información confidencial y en algunos no aplicamos.	Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).	Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).	Conforme con todos los elementos menos registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).
Conformidad a los elementos de Gobierno Corporativo	Conforme con todos los elementos menos asamblea de accionistas, composición del consejo de administración, compensación del consejo de administración, comités de apoyo (nombramiento y remuneraciones), comités de apoyo (planeación y finanzas), comités de apoyo (otros), derechos de los accionistas minoritarios.	Conforme con todos los elementos menos asamblea de accionistas, composición del consejo de administración, compensación del consejo de administración, comités de apoyo (nombramiento y remuneraciones), comités de apoyo (planeación y finanzas), comités de apoyo (otros), derechos de los accionistas minoritarios.	Conforme con todos los elementos menos asamblea de accionistas, composición del consejo de administración, compensación del consejo de administración, comités de apoyo (nombramiento y remuneraciones), comités de apoyo (planeación y finanzas), comités de apoyo (otros), derechos de los accionistas minoritarios.	No conforme con ninguna porque es información confidencial y en algunos no aplicamos.	Conforme con todos los elementos.	Conforme con todos los elementos.	Conforme con todos los elementos.
Sugerencias para adicionar a las categorías de Información	Agregar información de denuncias ante INDECOPI frente a la proporción de las denuncias versus los proyectos que se desarrollan.	Reforzar los temas de sostenibilidad, medio ambiente y responsabilidad social.	Agregar cómo va la gestión del riesgo y control interno.	Agregar la satisfacción del cliente y el nivel de planificación urbana sostenible.	Sugiere no agregar ningún elemento al modelo.	Sugiere no agregar ningún elemento al modelo.	Sugiere no agregar ningún elemento al modelo.

Tabla 28

Codificación Selectiva

Representantes Inmobiliarios 001, 002, 003, 004, 005, 006 y 007 / Categoría Emergente: Concientización y experiencias de acuerdo a temas de transparencia	
Texto codificado	Categoría y Palabras Claves
	Concientización del concepto de transparencia
1 La transparencia corporativa es la obligación que tienen las empresas de proporcionar información al público. Es la entrega oportuna de información financiera y no financiera a los agentes del mercado sin costo alguno. La transparencia corporativa es reflejar lo que la organización gestiona en diferentes aspectos. Es la capacidad de la empresa de poder expresar públicamente todas sus capacidades. Es mostrar información hacia el público, se trata de brindar datos hacia las demás personas. Se trata de qué tan abierta es la empresa a mostrar información hacia las partes interesadas. Es la forma de poder mostrar la información que tiene la empresa en el sector financiero, comercial, legal.	1 Conciencia del concepto de transparencia.
2 El puntaje es de 90% de transparencia. Se sabe que siempre hay mucho por hacer, estaríamos en un 60% más o menos. Va a depender del aspecto que se quiera reflejar, pero le pondría alrededor de 20%. No se podría calificar. Se estima una puntuación por encima del 95%. El puntaje va por encima del 90% Le pondría un 85%	2 Calificación de transparencia para la empresa en donde labora.
3 Las empresas formales le dan esta importancia, no creo que las inmobiliarias pequeñas tengan esa capacidad. Tal vez no mucho. A nosotros nos preocupa ganar un sitio como compañía transparente. Todos quienes están en el sector van a querer y necesitar ser más transparentes para recuperar la confianza de quienes invierten y trabajan con la empresa. Le atribuimos una alta importancia. A raíz de los acontecimientos de corrupción es cada vez más importante. Considero que es muy importante, los interesados deben tener confianza y qué mejor siendo transparentes. En el mercado de provincia tenemos mucho por mejorar, establecer reglas, hacer las cosas más formales.	3 Nivel de importancia a temas de transparencia.
4 Porque no quieren reflejar su real situación económica financiera, podrían ahuyentar a un cliente. Porque la información puede ser manipulada, existe desconfianza en el mercado. Para empresas en crecimiento no sería su prioridad o por temor a la competencia. Porque no son de interés público, pero si alguien lo solicita se le debe proporcionar. Por estrategia, para que los competidores no lo copien. Es por un tema de seguridad y estrategia. No habría motivo por el cual no mostrarla.	4 Razones para no mostrar información corporativa.
	Experiencias en torno a la transparencia
1 Ha hecho que demos una buena señal en el mercado y que los inversionistas sean mucho más proclives a invertir con nosotros. Les ha dado una satisfacción de seguridad. Al entregar información permite entregar menores tasas de interés, por lo tanto, menores gastos financieros. Yo sí encuentro correlación directa entre transparencia rentabilidad. Considero que hemos tenido algunas iniciativas que nos ha generado beneficios. Hemos corroborado que la transparencia hacia el cliente trae consigo rentabilidad económica para todos. Siendo transparente podemos emitir instrumentos financieros con gran acogida, debido a la confianza y se puede ser muy competitivo. Se puede reducir el riesgo del inversionista con tasas muy bajas para nosotros. Es claro que ser transparente atrae mucho la confianza del inversionista y eso nos faculta a reducir el riesgo y ser una opción de inversión segura. Nuestra venta se acumula en un gran porcentaje en los referidos, eso precisamente porque hemos sido muy transparentes con los clientes, proveedores y socios estratégicos.	1 Experiencia en rentabilidad por ser transparente.
2 No hemos tenido experiencias negativas, más bien positivas. Al no contar con la información de la compañía, los inversionistas asumían inversiones de riesgo mayor. Los millennials tienen mayor participación dentro de la empresa y es necesario comunicar mejor las actividades de responsabilidad social. No hemos tenido problemas. La empresa no se ha visto vinculada en desventajas. Ninguna experiencia de ese tipo en la propia empresa. Por falta de información se creyó que queríamos depredar la duna de la Huacachina, nos costó la imagen.	2 Desventajas ocasionadas por falta de transparencia.
3 Si se quiere competir el tema de transparencia y gobierno corporativo se vuelve un tema sensible. Estamos en el quinto año trabajando para ser cada día más transparentes. Se tiene que trabajar desde la alta gerencia, como una cultura de gobierno corporativo porque la información se tiene, pero se debe buscar la forma de comunicarlo. Tenemos la información internamente, no lo damos a conocer porque no es necesaria. Es importante para nosotros mantener el liderazgo, en caso de estar rezagados en este tema se tomarían acciones inmediatas para resolverlo. Se va revisar por qué existe información que no se muestra y de ser el caso se actualizará. El mostrar resultados financieros es transparente, eso ayudaría a que suba nuestro índice e igualar a los demás.	3 Consideración de la competencia en temas de transparencia.

Categoría Emergente: Concientización y experiencias de acuerdo a temas de transparencia

4.1.3. Codificación selectiva

Como parte del análisis de datos, se realizó la codificación selectiva que consiste en la construcción de una historia en base a la interconexión de las categorías planteadas, es decir selecciona una categoría central enfocándola al problema que existe en la investigación (Hernández, 2014). Bajo la misma línea, Hernández, Fernández y Baptista (2013) mencionaron que la codificación selectiva implica encontrar una categoría con su descripción completa para ubicarla en el problema que se estudia, es decir, desarrolla las explicaciones finales a partir de la codificación axial seleccionando la categoría emergente (ver Tabla 28), para responder al problema de la investigación en base a la existencia de una baja concientización en brindar mayor información corporativa por parte de las empresas inmobiliarias del Perú, lo cual contribuye a que estas estén expuestas a riesgos económicos y financieros.

4.2. Análisis de Preguntas de la Investigación

El presente estudio plantea la siguiente pregunta principal: ¿cómo se podría medir el nivel de transparencia en las empresas inmobiliarias del Perú? Para responder la pregunta de investigación, se revisó de manera exhaustiva literatura nacional e internacional sobre temas de transparencia enfocados a sectores públicos, privados, ONGs, e instituciones educativas. Los organismos internacionales que promueven normativas y procedimientos de cumplimiento esperan que estos sean replicados o tomados como modelos de buenas prácticas para las empresas en general, en la presentación de información transparente sobre el buen gobierno corporativo, información financiera e información corporativa. Para el cumplimiento de estas variables emplean modelos de índices de transparencia como medición de cumplimiento con diferentes pesos de valoración en cada ítem y diferentes métodos estadísticos para determinar su composición (Briano & Rodríguez, 2013; Gandía & Andrés, 2005). De esta manera se identificó el modelo más adaptable a la industria inmobiliaria

peruana, en este sentido, para responder a la pregunta se presentan 14 modelos aplicados en otros países, para ello se construyó una matriz (ver Tabla 14) y la elección del modelo a adaptado (ver Tabla 3).

Como primera pregunta específica se tiene ¿cuál es el concepto de transparencia corporativa que tienen los representantes inmobiliarios más representativos del Perú? Para responder a esta pregunta, como se menciona en la metodología de investigación se elaboró un cuestionario para realizar las entrevistas estructuradas a las cinco empresas inmobiliarias más representativas que accedieron brindar su apoyo en la investigación de las veinte empresas que inicialmente se enviaron las solicitudes. De las siete entrevistas realizadas a los representantes inmobiliarios se obtuvo que definen la transparencia como la capacidad que tienen las empresas para mostrar de manera oportuna información financiera y no financiera sin costos alguno a las partes interesadas, las respuestas de los representantes son presentadas en las codificaciones abierta (ver desde Tabla 20 hasta Tabla 23) y axial (ver desde Tabla 24 hasta Tabla 27), asimismo en las entrevistas transcritas (ver Apéndice Q). Como segunda pregunta específica se tiene ¿existen modelos para industrias similares a nivel mundial que se puedan aplicar a la realidad peruana? Para responder a esta pregunta de los 14 modelos revisados se identificaron que cuatro modelos cumplían con dicho criterio (ver Tabla 14). El modelo de Gandía y Andrés (2013) consideró en su estudio a la industria inmobiliaria en un 7.35% de aplicación, el modelo de Briano y Rodríguez (2013) consideró en su estudio a la industria inmobiliaria en un 26%, el modelo de Alonso (2009) consideró en su estudio a la industria inmobiliario en un 27%, y el modelo Inteligencia de Negocios (Universidad del Desarrollo, 2012) de Chile consideró en su estudio a la industria inmobiliaria en un 2.8%.

Para responder a la tercera pregunta específica ¿cuál es el nivel de transparencia que tienen las empresas peruanas inmobiliarias en la actualidad? Se procedió de la siguiente manera, una vez identificado que el modelo de Briano y Rodríguez (2013) era el que más se

adecuaba a los criterios mínimos establecidos en la investigación para la industria inmobiliaria peruana (ver Tabla 29), se tomó dicho modelo para realizar una investigación en internet a las 20 empresas más representativas en colocaciones de vivienda a través de crédito MiVivienda que se tomaron como muestra (ver Apéndice P).

Tabla 29

Criterios de Evaluación para Escoger Modelo a Adaptar

Criterios para evaluar	Cantidad de Modelos
Antigüedad menor de 5 Años	1
Alineados a Pilares de la SMV	2
Aplicados al sector privado - Inmobiliario	4
Modelos aplicados al sector privado	5
Modelos basados en divulgación por internet	5
Total de modelos revisados	14

Finalmente, para responder la cuarta pregunta específica ¿qué tipo de información muestran las empresas inmobiliarias más representativas del Perú a través del internet? Así como se indica en el párrafo anterior en la investigación realizada a las 20 empresas inmobiliarias más representativas se identificó que solo tres empresas cumplían con más del 50% de la valoración del modelo propuesto por Briano y Rodríguez (2013) y estas son: (a) Viva GyM con 73.18% de cumplimiento, (b) Centenario con 58.54% de cumplimiento y (c) Cosapi Inmobiliaria con 75.62% de cumplimiento. Por otro lado, Los Portales cumplió con el 46.36%.

De la investigación realizada se identificó que las empresas que cuentan con una mayor valoración son aquellas que al ser expuestas al mercado de capitales y cotizan en bolsa están obligadas a presentar información requerida por la SMV (2018), adicionalmente a la revelación voluntaria de información de buen gobierno corporativo, mientras que las otras empresas que no superaron el 50% (ver Apéndice Q) se extrae de las entrevistas que no lo hacen porque no están obligadas, motivo por el cual solo lo hacen cuando son solicitadas por entidades como la SUNAT e instituciones financieras, y por ultimo otra de las razones por la que no consideran la presentación de información es por considerarlas parte de su estrategia.

4.3. Método Delphi

Consiste en medir la forma en que las respuestas son representativas de manera general. Hernández, Fernández y Baptista (2013) indicaron que el tipo de validez de expertos debe ser considerado como parte de validez de contenido. Escobar y Cuervo (2008) indicaron que el juicio de expertos es un tipo de comentario informado de personas con experiencia y trayectoria sobre el tema al que se desea consultar, es decir, la opinión de éstos son valorados y calificados para formar parte de una crítica constructiva del proceso de investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2013) indicaron que la validez de expertos es el grado en que un instrumento mide la variable de interés. Por lo que se utilizó el juicio de expertos, para la validación del instrumento.

Para el caso de la presente investigación se tomó la opinión de cinco expertos, con experiencia en temas de investigación, transparencia e inmobiliaria los cuales son: Pablo Arana, Carlos Bazán, Víctor Hostos, Jimmy Mattos y Mario Solís. Para la realización del instrumento de juicio de expertos, Escobar y Cuervo (2008) recomendaron los siguientes pasos: (a) preparación de instrucciones y plantillas, (b) selección de expertos, (c) explicación del contexto, (d) posibilitar la reconsideración y (e) establecer acuerdo entre los expertos.

Continuando con el proceso de comunicación entre expertos, esto se realiza mediante un proceso iterativo en el que se debe garantizar el anonimato entre los jueces, para así obtener la retroalimentación y realizar un análisis estadística a la respuesta de grupo (López, 2018). El método Delphi es un método confiable muy utilizado en muchos ámbitos de la investigación que tiene como objetivo la solución de un problema mediante un proceso sistemático para obtener, a partir de opiniones, experiencias y respuestas subjetivas de expertos hasta llegar a un consenso (García & Lena, 2018; Ouariachi, Gutiérrez & Olvera, 2017).

Por lo que, se elaboró un cuestionario (ver Apéndice R) a partir de los datos obtenidos en las entrevistas realizadas para su validación por método Delphi. En la utilización del método Delphi no existe un acuerdo, dentro de la literatura, donde se establezca un tamaño adecuado para la cantidad de jueces a consultar (García & Lena, 2018). Sin embargo, Lynn (1986) sugirió un mínimo de tres jueces. Motivo por el cual para la presente investigación se contó con la participación de cinco expertos, lo cuales tendrán un perfil establecido (ver Tabla 30).

Tabla 30

Perfil de los Expertos para Adaptar el Modelo Propuesto

Requisito	Opcional
Profesional	No
Académico	No
Especialista en investigación	No
Especialista en la industria inmobiliaria	Si
Especialista en transparencia	Si
Experiencia no menor a diez años	No

Luego de contar con la aceptación en la participación por parte de los jueces, se procedió a establecer una matriz de cumplimiento del perfil de los cinco jueces consultados (ver Tabla 31).

Tabla 31

Cumplimiento de Perfil de los Expertos

Experto	Profesional	Académico	Especialista en Investigación	Especialista en la Industria Inmobiliaria	Especialista en Transparencia	Experiencia no Menor a diez Años
Experto 1	Si	Si	Si	No	No	Si
Experto 2	Si	Si	Si	No	No	Si
Experto 3	Si	Si	Si	No	Si	Si
Experto 4	Si	Si	Si	Si	No	Si
Experto 5	Si	Si	Si	Si	Si	Si

Por consiguiente, en la presente investigación se cuenta con la participación de dos expertos en la industria inmobiliaria que representa el 40% del total, estos dos expertos son profesionales, académicos, especialistas en investigación y con experiencia profesional no menor a 10 años (Briano y Rodríguez, 2013).

Luego de definido el cuestionario y el panel de jueces se procedió con la ejecución del método, el cual será de manera itinerante hasta lograr el consenso, en cuanto a la cantidad de iteraciones que se tenga que realizar no está definida exactamente, sin embargo, existe una clara tendencia en que la respuesta grupal se estandariza a partir de la segunda iteración, asimismo se establece que el cuestionario debe ser adecuado en cada iteración en base a las respuestas obtenidas en la iteración anterior (López, 2018). Adicionalmente, Escobar y Cuervo (2008) indicaron que para calcular la concordancia entre jueces se debe utilizar el coeficiente de concordancia de W de Kendall.

4.4. Validez y Adaptabilidad del Modelo

Según Martínez (2006) indicó que “la validez es la fuerza mayor de las investigaciones” y es porque sin la validez la investigación carecería de evidencia. Por su parte, Hernández, Fernández y Baptista (2014) indicaron que “la validez es el grado en que un instrumento mide la variable que desea medir” y cuando la investigación es cualitativa, como el presente trabajo de investigación, es mucho más compleja aún. Se tienen las siguientes evidencias: (a) evidencia relacionada con el contenido, (b) evidencia relacionada con el criterio y (c) validez relacionada con el constructo.

En ese sentido, para poder interpretar los resultados del método Delphi (López, 2018) realizado en el presente trabajo, se realizaron iteraciones para el cuestionario (ver Apéndice T) el cual se compone por seis ítems, teniendo al ítem dos con nueve divisiones, los cuales serán analizados por medio de dos hipótesis:

Hipótesis Nula H_0 : No existe acuerdo entre los jueces.

Hipótesis Alterna H_1 : Si existe acuerdo entre los jueces.

Los resultados de la primera iteración se presentan en el siguiente cuadro (ver Tabla 32).

Tabla 32

Resultados de la Primera Iteración del Método Delphi

Ítems	Total sí	Total no	W Kendall	Chi- cuadrado	Df	P value	Resultado	
Ítem 1	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 2	A	4	1	0.36	1.80	1.00	0.18	No se rechaza la Ho
	B	2	3	0.04	0.20	1.00	0.65	No se rechaza la Ho
	C	3	2	0.04	0.20	1.00	0.65	No se rechaza la Ho
	D	3	2	0.04	0.20	1.00	0.65	No se rechaza la Ho
	E	3	2	0.04	0.20	1.00	0.65	No se rechaza la Ho
	F	4	1	0.36	1.80	1.00	0.18	No se rechaza la Ho
	G	0	5	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	H	2	3	0.04	0.20	1.00	0.65	No se rechaza la Ho
	I	3	2	0.04	0.20	1.00	0.65	No se rechaza la Ho
Ítem 3	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 4	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 5	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 6	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	

Como se puede observar, en la Tabla anterior, los jueces tienen acuerdo en los ítems 1, 3, 4, 5 y 6, mostrando solo desacuerdo en los elementos del ítem 2, motivo por el cual, se les mando el cuestionario nuevamente con los resultados promedio (ver Apéndice S), para que puedan realizar la segunda iteración, la cual muestra los siguientes resultados (ver Tabla 33).

Tabla 33

Resultados de la Segunda Iteración del Método Delphi

Ítems	Total sí	Total no	W Kendall	Chi- cuadrado	Df	P value	Resultado	
Ítem 1	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 2	A	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	B	0	5	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	C	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	D	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	E	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	F	0	5	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	G	0	5	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	H	0	5	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
	I	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho
Ítem 3	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 4	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 5	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	
Ítem 6	5	0	1.00	5.00	1.00	0.03	Se rechaza la Ho	

Se puede observar que con estos resultados se llega a dar el consenso debido a que el resultado W es igual a 1, y la significancia P value es menor que 0.05, por tal motivo, se puede rechazar la hipótesis nula H_0 , tomando para todos los ítems la hipótesis alterna.

En ese mismo sentido, se debe considerar que el juicio de expertos indica que para los elementos del ítem 2, están de acuerdo en no retirar del modelo adaptado presentado, a los elementos B, G y H, los cuales no deben ser retirados por las siguientes justificaciones:

- Ítem 2-B: Los registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex) los cuales serán reemplazados por los registros de la SMV, y en caso no aplique para una empresa, tendrá el valor de uno.
- Ítem 2-G: Los estatutos sociales son parte de la constitución de la empresa, y debido que existen muchas empresas fachadas (Pérez, 2013), los jueces consideran importante mostrarla.
- Ítem 2-H: Derechos de los accionistas minoritarios, los jueces consideran que es importante no retirar este elemento debido a que justamente, se encuentran en una posición más vulnerable frente a los accionistas mayoritarios, coincidiendo con lo mencionado por Ferro (2007) por lo que es de suma importancia tener claro sus derechos.

Finalmente, luego de obtenido la apreciación de las empresas inmobiliarias y el juicio de los expertos, se obtiene un modelo con 33 atributos, de los cuales las categorías información corporativa, información financiera y gobierno corporativa quedan con ponderaciones de 39.4 %, 24.2% y 36.4% respectivamente (ver Apéndice U). Por lo tanto, se recalcularon los índices de transparencia de las empresas inmobiliarias seleccionadas como muestra para conocer el impacto del modelo original versus el modelo adaptado (ver Figura 12).

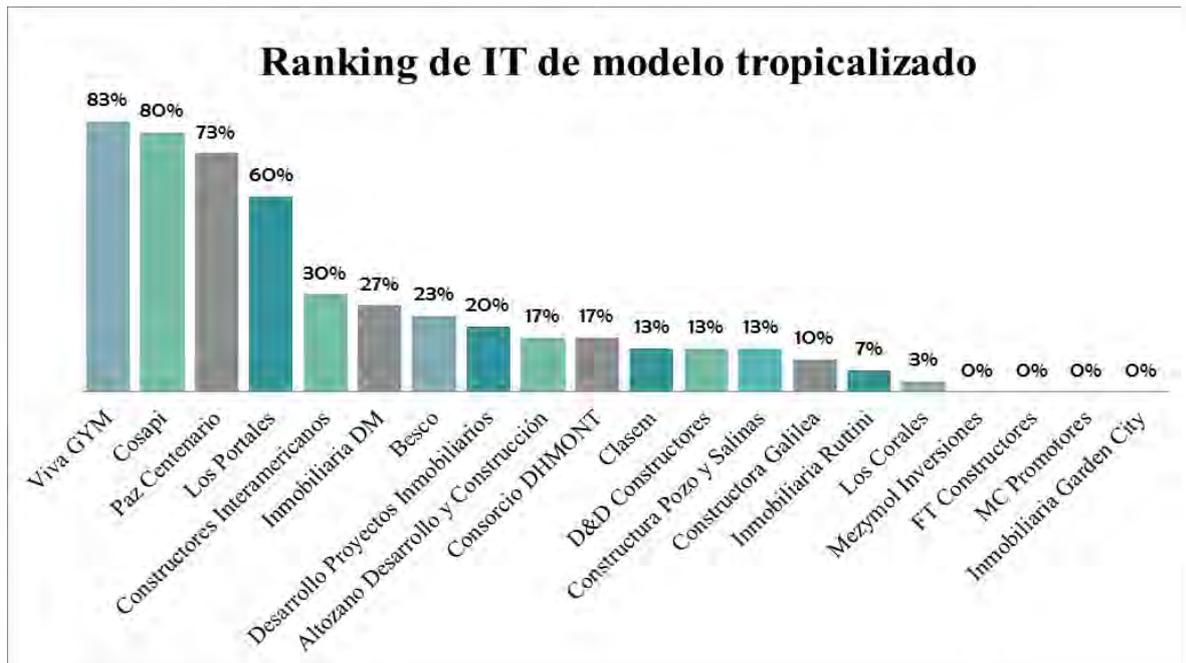


Figura 12. Ranking de IT de modelo adaptado.

Posteriormente, se calcularon los nuevos índices de transparencia de las empresas inmobiliarias entrevistadas bajo el modelo adaptado para conocer la diferencia que existe entre los índices del modelo original versus el modelo adaptado.

Las empresas inmobiliarias a las que se entrevistaron fueron:

- Viva GYM, con su respectiva evaluación de IT según modelo adaptado (ver Figura 13).

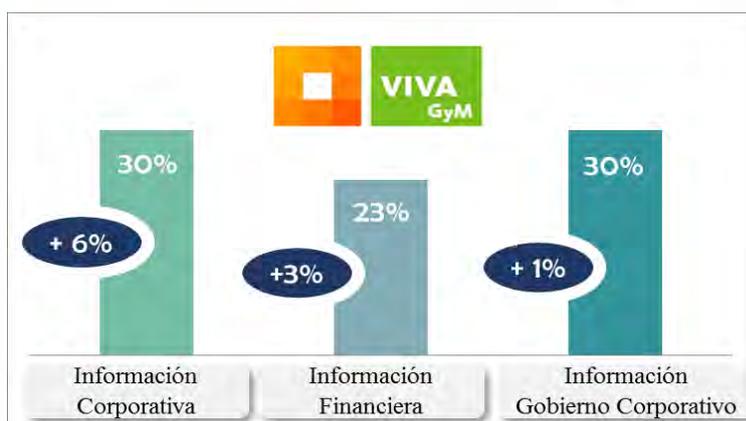


Figura 13. Cálculo de IT de inmobiliaria Viva GYM bajo modelo original.

- Consorcio DHMONT & CG & M S.A.C, con su respectiva evaluación de IT según modelo adaptado (ver Figura 14).



Figura 14. Cálculo de IT de inmobiliaria DHMONT bajo modelo original.

- Los Portales S.A, con su respectiva evaluación de IT según modelo adaptado (ver Figura 15).



Figura 15. Cálculo de IT de inmobiliaria Los Portales bajo modelo original.

- D&D Constructores S.A.C, con su respectiva evaluación de IT según modelo adaptado (ver Figura 16).



Figura 16. Cálculo de IT de inmobiliaria D&D Constructores bajo modelo original.

- Cosapi Inmobiliaria S.A.C, con su respectiva evaluación de IT según modelo adaptado (ver Figura 17).

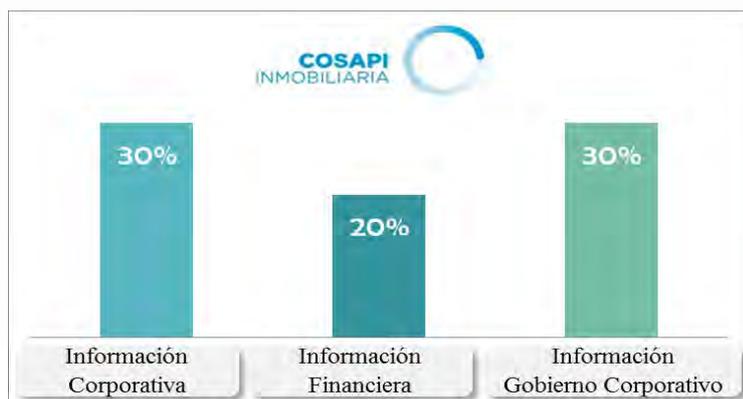


Figura 17. Cálculo de IT de Cosapi Inmobiliaria bajo modelo original.

Por último, se calcularon diferenciales de los índices de transparencia del modelo original versus el modelo adaptado de las empresas inmobiliarias seleccionadas como muestra (ver Figura 18).

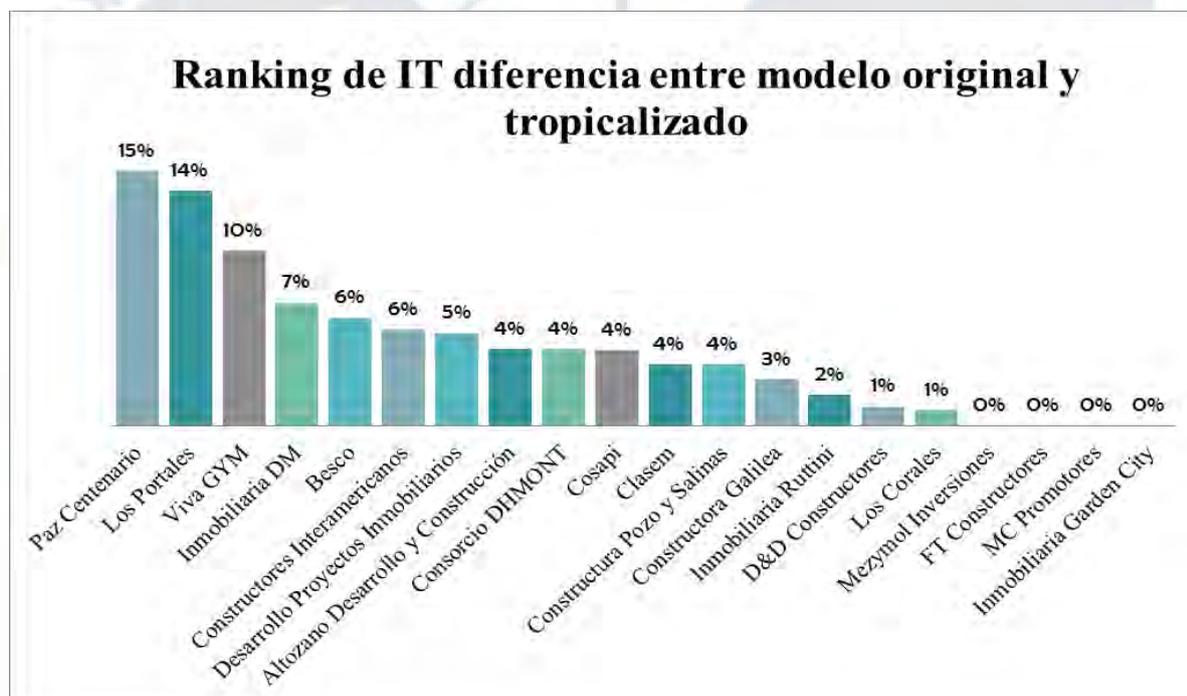


Figura 18. Ranking de IT: Diferencia entre el modelo original y adaptado.

Presentando una variación mayor en las categorías de *información corporativa* e *información financiera* (ver Figura 19).

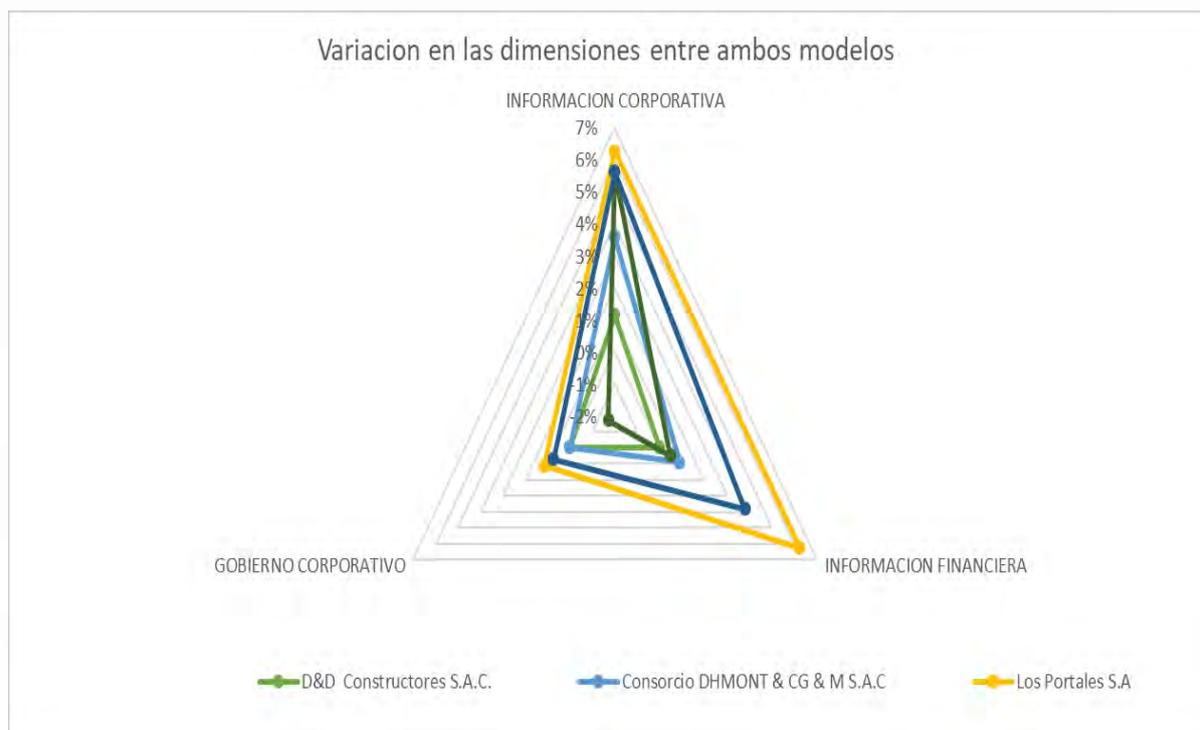


Figura 19. Variación de IT del modelo original versus el modelo adaptado.

4.5. Resumen

En resumen, el capítulo tuvo como objetivo analizar los datos recolectados para interpretarlos y generar la adaptabilidad del modelo de los investigadores Guadalupe Briano y Lázaro Rodríguez (2013) al modelo peruano mediante entrevistas estructuradas realizadas a los representantes de las empresas inmobiliarias de mayor participación en crédito MiVivienda y con la colaboración de cinco expertos con experiencia y profesionalismo comprobados.

Adaptar un índice de medición de transparencia para la industria inmobiliaria peruana es un aporte para el país ya que ha tenido el análisis y evaluación adecuada por la revisión bibliográfica y por los comentarios y sugerencias de los representantes de las inmobiliarias y por los expertos consultados para la adaptabilidad del modelo planteado inicialmente

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

La presente investigación realizada en materia de transparencia corporativa en la industria inmobiliaria en el Perú arrojó resultados que se detallan en las siguientes conclusiones generales y específicas.

5.1.1. Conclusiones generales

- (i) Para poder elaborar un índice de transparencia, de debe considerar cual es el enfoque y alcance que se quiere abordar, lo que condicionará que elementos y dimensiones tendrá el instrumento a elegir. Para ello, en el presente trabajo, se analizaron 14 modelos existentes, de los que se han filtrado e identificado que existen modelos aplicables al sector público en su mayoría, y cinco de los 14 modelos son aplicados al sector privado, de los cuales, cuatro únicamente han aplicado el modelo a empresas inmobiliarias, sin embargo no se ha identificado un modelo específico para la industria inmobiliaria en el Perú, sino modelos aplicables a empresas privadas en general, consecuentemente al no existir un modelo específico para la industria a nivel mundial, se llega a la elección del modelo de Briano y Rodríguez (2013) para su aplicación a la industria inmobiliaria peruana. Debido a que es un modelo que los expertos consideran adecuado para lograr una mejora sustancial en el buen gobierno corporativo de las empresas inmobiliarias, y que las inmobiliarias pueden adoptar por la cantidad y tipos de variables de sus dimensiones que éste contiene para su aceptación y cumplimiento que generaría un valor agregado y beneficios para los fines de la empresa.
- (ii) El modelo elegido, tiene como base tres dimensiones claramente definidas, las cuales son solicitadas de manera voluntaria y obligatoria, por lo que algunas empresas consultadas indicaron que estas están por encima de las solicitadas por los entes

reguladores y el Estado, por lo que se enfatizó en que la información adicional solicitada a pesar de ser voluntaria, si impacta en la calificación que se le otorgará y que el modelo propuesto trata de implementar un estándar alineado a las buenas prácticas empresariales.

(iii) La presente investigación ha contribuido en incentivar a las empresas que ya cumplían revelando información corporativa mayor a una ponderación del 50%, en darse cuenta que van por buen camino, pero que existen otros ítems valorados en otros países y están de acuerdo en tomar acciones para adicionarlas en el corto plazo, mientras que a las empresas con una ponderación menor al 50%, se les anticipó, la importancia que se le da a las variables de medición en otros países y en el plano local, siendo cada vez más valorada por los *stakeholders*, y la competencia al igual que ellos ha ido creciendo y por las necesidades del mercado se han visto obligados a revelar cada vez más información corporativa. También ha ayudado a identificar brechas que existen al presentar información, ya sea por falta de conocimiento, capacitación o concientización, lo cual repercute en una calificación baja.

(iv) La adaptación del modelo refleja el nivel de transparencia de las empresas inmobiliarias, apreciándose un mayor índice en aquellas empresas que cotizan en bolsa, y de acuerdo a los datos recopilados producto de las entrevistas, los representantes de las principales inmobiliarias en el país coinciden en que el nivel de cumplimiento de dicho índice tiene una relación directa con las regulaciones y obligatoriedad de publicación de la información y que la información publicada obedece a fines comerciales. Asimismo, las empresas que se ven en la necesidad de incursionar en el mercado de capitales son exigidas a presentar más información con el fin de mostrar el riesgo que conlleva a invertir en ellas, obteniendo una relación directa entre el tamaño de la empresa con su nivel de transparencia.

- (v) Luego de revisada la literatura, específicamente los cinco autores que hablan sobre conceptos de transparencia corporativa, y aunado a la percepción de los representantes de la industria inmobiliaria recogida en las entrevistas realizadas, se concluye que la transparencia es la divulgación de información de manera oportuna, precisa, veraz y sin costo alguno.

5.1.2. Conclusiones específicas

- (i) De las empresas evaluadas se observó que tanto Cosapi Inmobiliaria S.A. como Viva GYM S.A son las únicas que cumplían el modelo inicial por encima del 70%, lo cual refleja que el cumplimiento de las empresas que cotizan en bolsa en materia de publicación de información es mayor que el de las empresas que no lo están.
- (ii) Se evidenció, que luego de realizar la adaptación del modelo, y volver a analizar las empresas, estas obtienen resultados superiores hasta en un 14.80%, tal como le sucede a la empresa Paz Centenario S.A, debido a que muchas de las variables que contenía el modelo inicial no eran cumplidas por la empresa, ya que estas no debían ser aplicables a la realidad de la industria nacional.
- (iii) Al realizar la evaluación de los resultados del modelo original se observa que la empresa con mayor puntaje fue Cosapi Inmobiliaria S.A. con un 75.61% frente a Viva GYM S.A. con un 73.17% de cumplimiento. Sin embargo, al realizar la evaluación con el modelo adaptado, se aprecia que la empresa con mayor puntaje es Viva GYM S.A. con un 83.33% de cumplimiento, frente a Cosapi Inmobiliaria S.A. con un 80%, lo cual difiere de los resultados obtenidos al aplicar el modelo inicial esto debido a que las variables del modelo inicial en la dimensión de *gobierno corporativo*, son las que la empresa Cosapi tenía más desarrollado, por lo que al tener la adaptación del modelo la relevancia de esta se ve disminuida afectando los resultados.

- (iv) El resultado de la dimensión *información corporativa*, indica que es la que más se cumple en las empresas aplicadas, y esto se debe a que dicha información contiene aspectos generales de las mismas y obedecen a fines comerciales, es decir, las empresas lo cumplen en su mayoría por que es por ahí donde pueden ser ubicados y contactados por los clientes y demás partes interesadas, sin embargo, se aprecia que este cumplimiento tiene mayor incidencia en las empresas más grandes y estas muestran un gran interés por cumplir los ítems pendientes, ya que consideran que si tienen relevancia para su empresa.
- (v) El resultado de la dimensión *información financiera*, indica que es la segunda en mayor cumplimiento y se evidencia más en las empresas que cotizan en bolsa o que por regulaciones están obligadas a presentar información contable y financiera, tal es el caso como Viva GYM S.A. y Paz Centenario S.A, dimensión que es muy valorada por los inversionistas, ya que las cifras y datos presentados son analizados con indicadores de rentabilidad para poder invertir. Sin embargo, es necesario considerar que las empresas pequeñas que no muestran dicha información no son porque no la tengan, sino más bien obedece a la utilidad que para estas representa mostrar la información, lo cual se percibe como innecesario, ya que no buscan un crecimiento por medio de las inversiones de forma abierta.
- (vi) El resultado de la dimensión *gobierno corporativo*, muestra que es la menor en cumplimiento por parte de las empresas analizadas, limitándose solo a empresas que cotizan en bolsa o realizan emisiones públicas de bonos de inversión, esto con el fin de transmitir confianza a sus clientes e inversionistas, transmitiendo sus políticas, informes, códigos de ética, composición accionaria y factores de riesgo, tal como se muestra en las empresas Viva GYM S.A, Cosapi Inmobiliaria S.A, Los Portales S.A.C y Paz Centenario S.A.

(vii) Se considera que el modelo busca medir la transparencia en base a la información presentada, es decir, a pesar de que algunas de las empresas analizadas puedan indicar que sí cuentan con la información solicitada por el modelo, no basta solo con tenerla, sino que esta debe ser mostrada, asimismo, se debe considerar que a pesar de que existen algunos formatos para presentar parte de la información, tales como los estados financieros, para otra información se debe buscar formatos estándar para colocar la información de forma ordenada y estructurada, con el fin de garantizar no solo que la información sea publicada, sino que también llegue de forma clara a las partes interesadas.

5.2. Recomendaciones

5.2.1. Recomendaciones generales

Si bien es cierto, el modelo adaptado de Briano y Rodríguez (2013) ha sido validado y aceptado por los expertos y los representantes de las empresas inmobiliarias, queda aún una brecha existente para cumplir con un nivel aceptable de transparencia en la industria, por lo que se recomienda lo siguiente:

- (i) Profundizar en el estudio de la aplicabilidad del modelo propuesto, en cuanto a aquellas variables que no se cumplan o se dificulte cumplir por las empresas inmobiliarias.
- (ii) Es reconocido por los principales representantes de las empresas inmobiliarias en el Perú que el cumplimiento de la divulgación de información contenida en cada una de las dimensiones y variables del modelo propuesto se encuentra directamente relacionado con la obligatoriedad, por lo que la implementación de una legislación en torno a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria sería idónea para alcanzar niveles altos de cumplimiento.

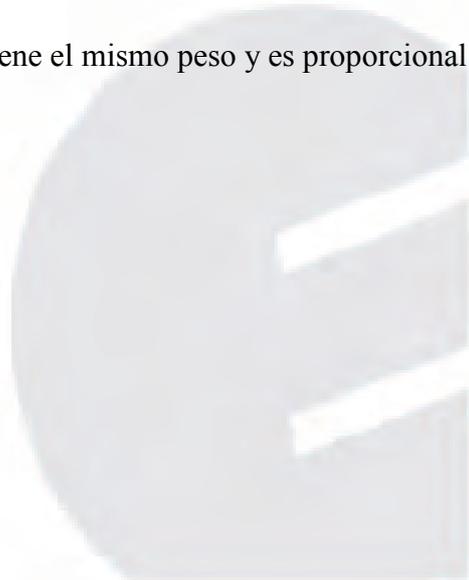
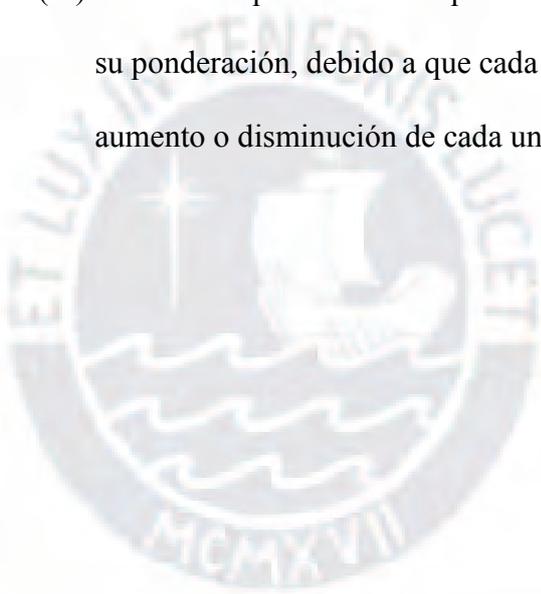
- (iii) El modelo propuesto debe ser adecuado en el tiempo, pues así con la evolución de las empresas la industria también evoluciona y podrían surgir nuevas variables para considerarse en el modelo u otras que deban prescindirse.
- (iv) El presente estudio tuvo como principal grupo de interés a las empresas más representativas del sector inmobiliario en el Perú, por ende, se recomienda la profundización del estudio en cuanto a variables que deban considerarse en el modelo que respondan a las necesidades de otros grupos de interés en torno a la industria inmobiliaria.

5.2.2. Recomendaciones prácticas

- (i) Establecer normativas o regulaciones que promuevan la divulgación de información corporativa y financiera de las empresas no es suficiente, sino también se debe establecer mecanismos como la propuesta del presente trabajo que permita dar una medición para establecer medidas correctivas.
- (ii) En nuestro país se deben implementar y mantener una buena comunicación para fortalecer temas de transparencia. Esto con la intención de formar una cultura de concientización para mantenerse informado y además exigir información visible, generando una sana competencia entre las empresas del sector por su cumplimiento por intermedio de un ranking de transparencia.
- (iii) Se debe buscar estandarizar la información que presentan las empresas con la finalidad de poder hacer más fácil la comparación y análisis entre ellas, así se podría generar una fuente para realizar benchmarking e incentivar una competencia sana por alcanzar estándares aceptables de transparencia.
- (iv) Se recomienda, replicar el modelo en las demás industrias, ya que debe considerar que la transparencia es un tema transversal para la sociedad, realizando los ajustes en las dimensiones y variables según su tipo de aplicabilidad.

5.2.3. Recomendaciones para futuras investigaciones

- (i) Al ser una investigación descriptiva, se recomienda que para futuras investigaciones se estime contar con una mayor cantidad de empresas convocadas, para obtener más datos del sector inmobiliario.
- (ii) Se recomienda considerar no solo las variables sino también la calidad en la que estas son presentadas, proponiendo plantillas, modelos y formatos estandarizados, y que estén alineados a las necesidades de los grupos de interés.
- (iii) Considerar que al añadir o quitar variables en cada dimensión, esta se verá afectada en su ponderación, debido a que cada variable tiene el mismo peso y es proporcional al aumento o disminución de cada una.



Referencias

- Alonso, M. (2009). La transparencia de las empresas en internet para la confianza de los accionistas e inversores: un análisis empírico. *Cuadernos de Administración*, 22 (38), 11-30. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/205/20511730002.pdf>
- Avolio, B. (2016). *Métodos Cualitativos de Investigación: Una aplicación al estudio del caso*. México, México D.F.: Cengage Learning Editores.
- Baamonde, X., García, S., & Martínez, X. (2017). Solidaridad y transparencia digital, webs y redes sociales de las ONGS españolas de acción social. *El Profesional De La Información*, 26(3), 438-446. doi:10.3145/epi.2017.may.10
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. (2008). *Servicio de Estudios Económicos del BBVA. Situación inmobiliaria del Perú*. Recuperado de https://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/revista_BBVA_situacion_inmobiliaria_tcm346-189944.pdf
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2008). *Fondo Fiduciario para actividades contra la corrupción. Informe de actividades preparatorias*. Recuperado de <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/>.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *Transparencia e Integridad en Latinoamérica y el Caribe: Rindiendo cuentas sobre el aporte del BID*. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/gobernarte/2017/11/02/>.
- Beltrán, P., & Martínez, E. (2017). Organización de la información y sujetos obligados en el portal de la transparencia de España. *El Profesional De La Información*, 26(5), 983-994. doi:10.3145/epi.2017.sep.19
- Berglof, E., & Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate Governance and transparency in central and Eastern Europe. *Oxford Review of economic policy*, 21(2), 178-180. doi:10.1093/oxrep/gri011

- Boletín Oficial del Estado Español. (2013). *Ley 12887 19/2013, Acceso a la información pública y buen gobierno*, 295, 97922-97952.
- Bonacchi, M. & Rinaldi, L. (2007). DartBoards and Clovers as new tools in sustainability planning and control. *Business Strategy and the Environment*, 16, 461-473. doi: org/10.1002/bse.596
- Bonilla, A., Corredor, G., Lizcano, C., Galeano, M., Miranda, A., Aldana, J., Rodriguez, J. & Suarez, C. (2011). Una aproximación hacia el concepto de honestidad en el ámbito laboral colombiano. *Iberoamericana de Psicología: Ciencia y tecnología*, 4(2), 101-106.
- Bonilla, M., y Benítez, P. (2017). El diálogo con los grupos de interés en las memorias de sostenibilidad del sector hotelero español. *Revista de Contabilidad*, 20(2), 157-165. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/>.
- Botosan, C. (1997). Disclosure level and the cost of equity capital. *The accounting review*, 72(3), 323 – 349. Recuperado de <http://econ.au.dk/>.
- Briano, G., & Rodríguez, L. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de contabilidad y dirección*, 16, 187-208.
- Bushman, R. y Smith, A. (2003). La transparencia, la información de contabilidad financiera y de gobierno corporativo. *Banco de la Reserva Federal de Nueva York Análisis de la Política Económica*, 4, 65-87.
- Bushman, R., Piotroski, D., y Smith, A. (2004). What Determines Corporate Transparency. *Journal of Accounting Research*, 42(2), 207-252. Recuperado de http://public.kenan-flagler.unc.edu/faculty/bushmanr/bushman_jar_transparency.pdf.
- Cámara Peruana de Construcción. (2018). *Informe Económico de Construcción (IEC)*. Recuperado de <https://www.capeco.org/>

- Camargo, E. (2016). Ventaja competitiva significativa: una propuesta para determinar la significatividad de la ventaja. *Revista de Derecho y Economía*, 46, 55-66.
Recuperado de
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contexto/article/view/5121>.
- Cooke, T. (1998). Regression analysis in accounting disclosure studies. *Accounting and business Research*, 28(3), 209 – 224. doi: 10.1080/00014788.1998.9728910.
- Corporación de Transparencia por Colombia (2015). *Índice de Transparencia Resultados Nacional ITD 2013 – 2014*. Recuperado de
<http://indicedetransparencia.org.co/Portals/0/Documentos/>
- Corporación de Transparencia por Colombia. (2017). *Documento Metodológico Índice de Transparencia Municipal 2015 – 2016*. Recuperado de
<http://indicedetransparencia.org.co/Portals/0/Documentos>
- Cuervo, A., Fernández, A., & Gómez, S. (2002). Mecanismos externos de control de la empresa: el papel de los bancos y el mercado de control en entornos de baja protección del inversor. *Ekonomiaz*, 50(2), 52-59.
- De la Fuente, G. (2015). *Proyecto de modelo de medición internacional de transparencia para la RTA*. Recuperado de <http://eurosocial.eu/es>.
- De la Fuente, G. (2016). *Modelo de medición internacional de transparencia para la red de transparencia y acceso a la información pública (RTA)*. Recuperado de
https://redrta.files.wordpress.com/2016/09/2109_informe_final_indicadores_rta.pdf
- Delgado, C. & Delgado, A. (1998). *La entrevista como instrumento de evaluación de las familias candidatas a la adopción internacional*. Recuperado de
<http://journals.copmadrid.org/apj/archivos/44050.pdf>.

- Díaz, M., & Raiman, P. (2017). Clientelismo y corrupción en contextos de baja estatalidad, una relación mutualista. *Revista De Sociología E Política*, 25(64), 73-98.
doi:10.1590/1678-987317256406
- Díaz, R., Parra, P., Pinto, N., Allende, C., De la Vega, R. & Álvarez, M. (2012, Agosto). Transparencia Corporativa 2012 Reporte en Chile 2012. *Inteligencia de Negocios*. Recuperado de
<http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202012%20CL.pdf>
- Dicovski, L. (2008). Estadística Básica. Recuperado de
http://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/2101/mod_resource/content/0/DEPOSITO_D E_MATERIALES/estadistica1_1_.pdf
- Docavo, D., Gadea, C. & García, J. (2011). *Fraude y Corrupción en el Sector Inmobiliario*. Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de
<http://www.prevencionblanqueo.com/trabajos-de-alumnos-4o-derecho-universidad-autonoma-de-madrid/>.
- Eisenhardt, M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14 (4), 532-550.
- El principal portal de negocios del Perú [Ptp.pe]. (2016). *Peru: Top 10,000 Companies*. Lima, Perú: Perú Top Publications. Recuperado de <http://ptp.pe/publicaciones-empresariales>.
- Expansión / Datos macro.com. (2014). *Índice del Derecho de la Información*. Recuperado de <https://www.datosmacro.com/estado/indice-derecho-informacion>
- Faber, N., Jorna, J., & Van, E. (2005). The Sustainability of "Sustainability". *Journal of Environmental. Assessment Policy and Management*, 7(1), 1-33.
doi.org/10.1142/S1464333205001955

Fernández, F. (2016). Los beneficios de la Transparencia Corporativa. *Executive Excellence*.

Recuperado de

<https://drive.google.com/file/d/1LXXSUFbu1O0Pmne7u1N9cmbKjCbtaEi2/view>.

Ferro, G. (2007). Gobierno Corporativo: los problemas y el estado actual de la literatura.

Centro de Estudios Económicos de Regulación Universidad Argentina de Empresa.

Recuperado de <https://www.uade.edu.ar/>.

Foreign Affairs Latinoamérica. (2016). *Cuatro claves para entender la corrupción en*

Latinoamérica. Recuperado de <http://revistafal.com/cuatro-claves-para-entender-la-corrupcion-en-latinoamerica/>

Freeman, E. (1999). Divergent Stakeholder Theory. *Academy of Management*, 24(2), 233-236. doi: 10.2307/259078.

Galbreath, J. (2014). Building corporate social responsibility into strategy. *European Business Review*, 21(2), 109-127. doi.org/10.1108/09555340910940123

Gallego, I., García, I. & Rodríguez, L. (2008). La Eficacia del Gobierno Corporativo y la Divulgación de Información en Internet. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(1), 109-135. Doi: 10.1016/S1135-2523(12)60081-1.

Gandía, J., & Andrés, T. (2005). *e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: un estudio empírico*, Madrid, España: Sociedad Anónima de Fotocomposición.

García, M. & Lena, F. (2018). Aplicación del Método Delphi en el diseño de una investigación cuantitativa sobre el fenómeno FABLAB. *Empiria*, 40(40). doi: 10.5944.

García, M., & Pradas, M. (2016). ¿La transparencia de las páginas web ayudan en la captación de clientes? Análisis de los campos de golf en Andalucía. *Intangible Capital*, 12(3), 805-821. doi:10.3926/ic.811

- Gómez, M., & Montesinos, V. (2014). Gobierno electrónico y transparencia financiera y presupuestal de los departamentos en Colombia. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 19(64), 670-698. Recuperado de <https://www.unavarra.es/>.
- Granell, R. (2016). La Gestión responsable de la diversidad cultural en las empresas: propuesta de buenas prácticas. *Universidad Politecnica de Valencia*. Recuperado de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/162791/1/gestiresponsempre.pdf>
- Guo, Y., & Yang, D. (2014). Sustainability Accounting Reporting: A Survey on 30 U.S. Dow-Jones Companies. *International Journal of Accounting and Taxation*, 2(3): 01-15.
- Gutierrez, M. (2012). El arte de la confianza en los stakeholders. *Red DirCom Iberoamericana*. Recuperado de <http://www.reddircom.org/articulos.php>.
- Guzmán, V. (2012). Obstrucciones. *Revista de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica - UCR*. 18, 3. Recuperado de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/13642/1303-1948-2-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hartman, L., DesJardins, J., & Espinoza, F. (2014). *Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal*. México D.F, México: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: Interamericana Editores.
- Hurtado, C., Arimany, N., Ferras, X., & Mejide, D. (2015). Intangible Capital: Estrategia Corporativa en el ámbito de la sostenibilidad. *OmniaScience*, 12(1), 167-197. doi.org/10.3926/ic.691
- Índice de Transparencia de las Entidades Públicas. (2017). *Resultados de Bogotá*. Recuperado de http://indicedetransparencia.org.co/Resultados_bogota_2016-2017

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad

Intelectual. (2010). *Norma Técnica Peruana NTP-ISO 2600 Guía de Responsabilidad Social*, 1, 1-180. Recuperado de

https://unaaa.edu.pe/unaaa/principal/docs/carta_desarrollo_sostenible/7Responsabilidad_Social_Universitaria/ISO_26000.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Lima, Perú. Recuperado de

<https://www.inei.gob.pe/>.

International Organization for Standardization (2016). *ISO 26000 – Social responsibility*.

Recuperado de <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

International Organization for Standardization When the world agrees. (2018). Recuperado

de <https://www.iso.org/home.html>.

International Organization for Standardization. (2015). *Norma Internacional ISO 14001*

Sistemas de gestión ambiental – requisitos con orientación para su uso. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:es>.

International Organization for Standardization. (2018). *Norma Internacional ISO 9001*

Sistemas de gestión calidad – Requisitos. Recuperado de

<http://www.escolaalguero.com/wp-content/uploads/2016/12/Iso-Internacional-9001-2008-Espa%C3%B1ol-Traduccion-Oficial-Sin-Empresa.pdf>

Krick, T., Forstater, M., Monaghan, P. & Sillampää, M. (2006). *De las palabras a la acción*

El compromiso con los stakeholders Manual para la práctica de las relaciones con

los grupos de interés. Recuperado de [http://www.foretica.org/wp-](http://www.foretica.org/wp-content/uploads/2016/01/204.pdf)

[content/uploads/2016/01/204.pdf](http://www.foretica.org/wp-content/uploads/2016/01/204.pdf).

Lagos, D., Betancourt, J. B., & Gómez, G. (2017). Implementación de prácticas de gobierno

corporativo en Colombia: Un análisis desde el isomorfismo institucional en empresas

- familiares y no familiares. *Revista Facultad De Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 25(2), 139-157. doi:10.18359/rfce.1832
- Lee, K., & Farzipoor, R. (2012). Measuring corporate sustainability management: A data envelopment analysis approach. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 219-226. doi: org/10.1016/j.ijpe.2011.08.024
- López, E. (2018). El Método Delphi en la Investigación Actual en Educación: Una Revisión Teórica y Metodológica. *Educación XXI*, 21(1), 17 – 40. doi: 10.5944/educXX1.15536.
- López, M. & Vélez, L. (2014). *Propuesta de Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía* (tesis de pregrado). Universidad de Medellín, Medellín, Colombia.
- López, M. (2018). La transparencia corporativa en las empresas, como herramienta para desarrollar una gestión de excelencia. *Degandores El conocimiento a tu alcance*. Recuperado de <http://www.degandores.com/>.
- Maese, J., Alvarado, A., Valles, D., & Báez, J. (2016). Coeficiente alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario difuso. *Cultura Científica y Tecnológica*, 13(59), 146–156. Recuperado de <http://revistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/viewFile/1455/1283>.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México D.F, México: Pearson Educación.
- Management Solutions Making thing happen. (2014). *Model Risk Management: Aspectos cuantitativos y cualitativos de la gestión del riesgo de modelo*. Recuperado de <https://www.managementsolutions.com/sites/default/files/publicaciones/esp/Riesgo-de-modelo.pdf>
- Mañas, E., & Montes, O. (2016). *Informe sobre la Transparencia Corporativa en España: una visión desde el sector empresarial, los medios de comunicación y las*

organizaciones pro-transparencia. Recuperado de
<http://www.fundacionalternativas.org/las-publicaciones>.

Martín, M., & Ojeda López, R. N. (2017). Ventajas competitivas de un centro comercial a partir de sus recursos. *Equidad y Desarrollo*, (28), 147-165. doi:10.19052/ed.4232

Martínez, D. (2016, 13 de diciembre). Un nuevo paradigma de Transparencia Corporativa. *Pacto Mundial*. Recuperado de <http://www.pactomundial.org/2016/12/nuevo-paradigma-transparencia-corporativa/>

Martínez, P. (2006). El método de estudio del caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, 165-193. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/646/64602005/>.

Ministerio de la presidencia relaciones con las cortes e igualdad España. (2013). *Ley 12887 De transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2013/BOE-A-2013-12887-consolidado.pdf>

Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social de España (2017). *Indicadores de Transparencia y Buen Gobierno Versión ONG acción social Propuesta de procedimientos para la verificación del cumplimiento de indicadores de Transparencia y Buen Gobierno*. Recuperado de <https://www.msssi.gob.es/ssi/familiasInfancia/>.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2018). Lima, Perú. Recuperado de <https://www.gob.pe/mtpe>.

MiVivienda (2018, abril). La revista inmobiliaria del Perú. *Mi Vivienda*, 14(124).
Recuperado de <https://www.mivivienda.com.pe/PortalWEB/fondo-MIVIVIENDA/revistas.aspx>

- Molina, C. (2017, Setiembre 30). ¿Cuáles son las infracciones más frecuentes que cometen las inmobiliarias? *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/son-infracciones-frecuentes-cometen-inmobiliarias-143399>.
- Nowajewski, F., Pérez, A. & Schlesinger, E. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Tendencias*. Recuperado de <https://www.dii.uchile.cl/wp-content/uploads/2015/11/Ensayo-RSE.pdf>
- Observatorio en Transparencia y Anticorrupción. (2016). *Índice de Gobierno abierto (IGA)*. Recuperado de <http://www.anticorruccion.gov.co/Paginas/indice-gobierno-abierto.aspx>
- Oliva, I., & Alarcón, K. (2018). El efecto del gobierno corporativo y la propiedad sobre el grado de orientación al mercado: evidencia empírica en el caso de Chile. *Universidad & Empresa*, 20(35), 79-115. doi:10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.5436
- Ouariachi, T., Gutiérrez, J. & Olvera, M. (2017). Criterios de Evaluación de Juegos en Línea sobre Cambio Climático: Aplicación del método Delphi para su identificación. *Scielo*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662017000200445.
- Palacios, C. (2017, 16 de marzo). Cómo contribuye la Transparencia Corporativa a la sostenibilidad. *El Nuevo Diario*. Recuperado de <https://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/421891-contribuye-transparencia-corporativa-sostenibilida/>
- Patton, M.Q. (1990). Qualitative Evaluation and Research Methods. *Designing Qualitative Studies*, 169-182. Beverly Hills - California, Estados Unidos: Sage.

Perry, Ch. (1998). Processes of a case study methodology for postgraduate research in marketing, *European Journal of Marketing*, 32 (9/10): 785-802. doi:

10.1108/03090569810232237

Plataforma de ONG de Acción Social y Plataforma del Tercer Sector. (2015). *Indicadores de Transparencia y Buen Gobierno Versión ONG Acción Social*. Recuperado de

<https://www.plataformaong.org/recursos/137/indicadores-de-transparencia-y-buen-gobierno-version-ong-de-accion-social>.

Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

Presidencia del Consejo de Ministro del Perú. (2003). *Ley 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la información Pública*. Recuperado de

http://www.peru.gob.pe/normas/docs/LEY_27806.pdf

PricewaterhouseCooper S.L. (2012). *Hacia un nuevo modelo de sector inmobiliario, sostenible y competitivo*. Recuperado de

<https://www.pwc.es/es/publicaciones/construccion-inmobiliario/assets/hacia-modelo-inmobiliario-sostenible.pdf>

Proética Capítulo Peruano de Transparency International. (2018). Lima, Perú. Recuperado de <https://www.proetica.org.pe/>.

Ramos, T., & Caeiro, S. (2010). Meta-performance evaluation of sustainability indicators. *Ecological Indicators*, 10(2), 157-166. doi:org/10.1016/j.ecolind.2009.04.008

Rocca, L. (2013). Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas. *Superintendencia del Mercado de Valores*. Recuperado de

http://www.smv.gob.pe/Uploads/CodBGC2013%20_2_.pdf

- Rodríguez, D. & Valldeoriola, J. (2009). *Metodología de la Investigación*. Barcelona, España: Eureka Media
- Rodríguez, H. (2017). Cuatro aplicaciones del consentimiento informado. *Anales de la Facultad De Medicina*, 4(2), 5-6. Recuperado de <https://www.anfamed.edu.uy/index.php/article/download/308/165>.
- Said, E., Cousido, M., & Berlanga, I. (2018). Transparencia en las instituciones de educación superior en Colombia. *El Profesional de la Información*, 27(1), 162-171. doi:10.3145/epi.2018.ene.15
- Scrollini, F. (2012). Evaluación de la Transparencia, estado del arte de indicadores. *Consejo para la transparencia*. Recuperado de https://www.consejotransparencia.cl/wp-content/uploads/estudios/2018/01/estado_del_arte_web.pdf.
- Superintendencia del Mercados de Valores [SMV]. (2018). Lima, Perú. Recuperado de <http://www.smv.gob.pe/>.
- Transparencia Internacional. (2018). Anti – Corruption glossary. Recuperado de <https://www.transparency.org/glossary/term/transparency>.
- Transparencia Internacional. (2018). *No hay cambios en las percepciones pese a los avances en América*. Recuperado de https://www.transparency.org/news/feature/no_hay_cambios_en_las_percepciones_pese_a_los_avances_en_america.
- Universidad del Desarrollo. (2012). *Inteligencia de Negocios Transparencia Corporativa Reporte de Chile 2012*. Recuperado de <http://www.udd.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte-Transparencia-Corporativa-2012.pdf>
- Urroz, F. (2010, 8 de octubre). Transparencia Corporativa, ¿en qué consiste? *Guioteca*. Recuperado de <https://www.guioteca.com/rse/transparencia-corporativa-en-que-consiste/>.

Vergara, R. (2011). La transparencia en la ley de contrataciones del Estado. *Derecho PUCP*, (66), 195-221.

Vigneau, L., Humphreys, M., & Moon, J. (2014). How Do Firms Comply with International Sustainability Standards? Processes and Consequences of Adopting the Global Reporting Initiative. *Journal of Business Ethics*, 131(2), 469-486.
doi.org/10.1007/s10551-014-2278-5

Volpentesta, J. R. (2017). Creación de un método de integración de grupos de interés al gobierno de las empresas. *Estudios Gerenciales*, 33(143), 195-207.
doi:10.1016/j.estger.2017.05.002

Wiedmann, T., Lensen, M., & Barrett, J. (2009). Companies on the scale comparing and benchmarking the sustainability performance of businesses. *Journal of Industrial Ecology*, 13(3), 361-383. doi.org/10.1111/j.1530-9290.2009.00125.x

Apéndices

Apéndice A: Modelo de Transparencia Propuesto por Gandía y Andrés (2005)

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

IA: Informe anual; CNMV: Comisión Nacional de Mercado de Valores; Web: Página de la Sociedad Cotizada

(*) Se han definido seis modelos de revelación para las retribuciones del consejo, cuyas puntuaciones varían desde un mínimo de cero puntos (no se revela información) hasta un máximo de cinco puntos

Apéndice B: Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (2016)

Tabla B 1

Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	
Dimensión	Subdimensión	Enunciado	Indicador
(I) Recurso	Reconocimiento del Derecho	¿Se reconoce el derecho de acceso a la información a los ciudadanos a nivel nacional?	(1) Se reconoce el derecho
			(0) No se reconoce
			(1) Se reconoce el derecho
		¿Se reconoce a nivel constitucional?	(0) No se reconoce
			(1) Se reconoce el derecho
			(0) No se reconoce
		¿Se conoce a nivel de ley específica?	(1) Existe sujeto obligado ejecutivo
			(0) No existe
			(1) Existe sujeto obligado legislativo
			(0) No existe
(1) Existe sujeto obligado judicial			
(0) No existe			
(1) Existe sujeto obligado municipal			
Tipos de Sujetos Obligados	(0) No existe		
	(1) Existe sujeto obligado otras instituciones públicas		
	(0) No existe		
	(1) Existe sujeto obligado órganos de la sociedad civil		
	(0) No existe		
¿Normativa distingue mecanismos de TA y de TP?	(1) Existe distinción entre mecanismos de TA y TP		
	(0) No existe		
¿Exigencia de existencia de unidades de enlace?	(1) Se exige existencia de unidades de enlace		
	(0) No se exige		

Tabla B 1

Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (continuación)

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	
Dimensión	Subdimensión	Enunciado	Indicador
(I) Recurso	Garantía del Derecho	¿Existen protocolos establecidos para el cumplimiento del derecho en TA? (fecha de actualización, usabilidad, precisión de la información, etc.)	(1) Existen protocolos (0) No existen
		¿Existen protocolos establecidos para el ejercicio del derecho en TP?	(1) Existen protocolos (0) No existen
		¿Existe un tercero independiente al sujeto obligado sobre el cual desarrollar una reclamación?	(1) Existe una instancia de reclamación distinta al sujeto obligado (0) No existe
		¿Existen sanciones que emanen del tercero independiente?	(1) Existen sanciones (0) No existen
		Existencia de políticas de archivo	(1) Existen políticas de archivo con estándares de transparencia (0) No existen
		¿Existencia de políticas de datos abiertos que emane del nivel legal?	(1) Existe una política (0) No existe
		¿Existe una política de datos abiertos que emane del nivel administrativo?	(1) Existe una política (0) No existe
(II) Proceso	Función (Órgano Garante)	¿Existe fiscalización en TA?	(1) Existe fiscalización (0) No existe
		¿Se mide calidad de la información?	(1) Se mide calidad (0) No se mide
		Tipo de fiscalización en TA	(1) Es de alcance universal (0) No es de alcance universal (1) Es de alcance muestral (0) No es de alcance muestral
		¿Existe fiscalización en TP?	(1) Existe fiscalización (0) No existe (1) Se da respuesta a solicitudes (0) No se da respuesta
		Tipo de fiscalización en TA	(1) Se cumple con los plazos legales (0) No se cumple (1) Existen mediciones sobre barreras de acceso (0) No existen

Tabla B 1

Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (continuación)

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	
Dimensión	Subdimensión	Enunciado	Indicador
(II) Proceso	Función (Órgano Garante)	¿Realizó programas de capacitación para funcionarios directivos sobre transparencia y derecho a acceso?	(1) Realizó programas de capacitación
			(0) No realizó
			(1) Periodicidad de los programas cada 12 meses o menos
			(0) Periodicidad mayor a 12 meses
			(1) 100% sujetos capacitados
			(0.7) Entre 75% y 99% sujetos capacitados
			(0.5) Entre 50% y 74% sujetos capacitados
			(0.25) Entre 25% y 49% sujetos capacitados
			(0) Entre 0% y 24% sujetos capacitados
			(1) Realizó programas de capacitación
(0) No realizó			
(1) Periodicidad de los programas cada 12 meses o menos			
(0) Periodicidad mayor a 12 meses			
(1) 100% sujetos capacitados			
(0.7) Entre 75% y 99% sujetos capacitados			
(0.5) Entre 50% y 74% sujetos capacitados			
(0.25) Entre 25% y 49% sujetos capacitados			
(0) Entre 0% y 24% sujetos capacitados			
(1) Realizó programas de capacitación			
(0) No realizó			
(1) Periodicidad de los programas cada 12 meses o menos			
(0) Periodicidad mayor a 12 meses			
(1) Existe una estrategia			
(0) No existe			
(1) Realizó campañas			
(0) No realizó			
(1) Aumentó presupuesto para campaña respecto al año anterior			
(0) Disminuyó presupuesto para campañas respecto al año anterior			
(1) Existen plataformas tecnológicas			
(0) No existen			
(1) Las plataformas están integradas			
(0) No están integradas			

Tabla B 1

Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (continuación)

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3		
Dimensión	Subdimensión	Enunciado	Indicador	
(II) Proceso	Función (Órgano Garante)	¿Existen estadísticas en línea respecto a la plataforma tecnológica?	(1) Existen estadísticas en línea (0) No existen	
		¿Existen reportes de rendición de cuentas de la función de transparencia?	(1) Existen reportes de rendición (0) No existen	
		¿Periodicidad de los reportes?	(1) Periodicidad igual o menor a 12 meses (0) Periodicidad mayor a 12 meses	
	Sujeto Obligado	Instalación de enlaces en sujetos obligados	Aumento o disminución de presupuesto para transparencia de año a año	(1) Aumentó presupuesto respecto al año anterior (0) Disminuyó presupuesto respecto al año anterior
				(1) 100% unidades instaladas (0.7) Entre 75% y 99% unidades instaladas
				(0.5) Entre 50% y 74% unidades instaladas (0.25) Entre 25% y 49% unidades instaladas (0) Entre 0% y 24% unidades instaladas
(III) Resultado	Desempeño Institucional	Información sobre resultado de la fiscalización TA	(1) Existe información (0) No existe	
		Resultados fiscalización TP		(1) Se da respuesta a solicitudes (0) No se da respuesta
				(1) Se cumple con plazos legales (0) No se cumple
			(1) Entre 75% y 100% cumplimiento de fiscalización TP (0.5) Entre 50% y 74% cumplimiento de fiscalización TP (0.25) Entre 25% y 49% cumplimiento de fiscalización TP (0) Entre 0% y 24% cumplimiento de fiscalización TP	
	Satisfacción Usuario	Satisfacción con la información disponible en el portal (TA)		(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
				(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
Satisfacción referida a la utilidad de la información			(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4	

Tabla B 1

Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (continuación)

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	
Dimensión	Subdimensión	Enunciado	Indicador
(III) Resultado	Satisfacción Usuario	Satisfacción con el proceso y resultado de la solicitud	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
		Satisfacción con la atención general en el proceso de reclamo	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
		Satisfacción con la claridad del lenguaje usado al informar sobre la decisión de su reclamo	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
		Satisfacción con la pertinencia de la decisión sobre su reclamo	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
		Tiempo de entrega de la decisión final sobre su reclamo	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
	Ciudadanía	¿Conoce que existe norma que garantiza el derecho al acceso a la información pública?	(1) Existe conocimiento del derecho (0) No existe
		¿Ha usado el derecho?	(1) Ha usado el derecho (0) No ha usado
		¿Consultado información?	(1) Ha consultado información (0) No ha consultado
		¿Solicitado información específica?	(1) Ha solicitado información (0) No ha solicitado
		Utilidad para el usuario de la transparencia y el acceso a la información	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4

Tabla B 1

Modelo de Transparencia Propuesto por De la Fuente (continuación)

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	
Dimensión	Subdimensión	Enunciado	Indicador
(III) Resultado	Funcionarios	¿Conoce que existe norma que garantiza el derecho al acceso a la información pública?	(1) Existe conocimiento del derecho (0) No existe
		¿Qué tanta utilidad cree que tiene la transparencia y el acceso a la información?	(1) Promedio de satisfacción entre 3,5 y 4 (0.5) Promedio de satisfacción entre 2,5 y 3,4 (0.25) Promedio de satisfacción entre 1,5 y 2,4 (0) Promedio de satisfacción entre 1 y 1,4
		¿El derecho de acceso a la información le ha permitido ejercer otros derechos?	(1) Ha permitido ejercer otros derechos (0) No ha permitido
(IV) Impacto	Derecho de acceso a la información como "derecho llave"	¿El ejercicio del derecho ha colaborado en introducir mejoras en la administración pública	(1) Ha colaborado (0) No ha colaborado
	Derecho de acceso a la información centrada en la gestión pública	¿Ha permitido reducir la corrupción o focos de corrupción detectados en la administración pública?	(1) Ha permitido ejercer otros derechos (0) No ha permitido
	Derecho de acceso a la información y sistema político	¿El derecho de acceso a la información contribuye a mejorar la calidad de la democracia?	(1) Ha contribuido (0) No ha contribuido
		¿En qué aspectos y en qué medida?	Aspectos y medida (cualitativo)

Nota. Adaptado de (De la Fuente, 2016).

Apéndice C: Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (2012)

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini

1	Principios	
1.1	Información gubernamental es pública	
1.2	Principio de máxima publicidad	
2	Sujetos Obligatorios	
2.1	Sujetos obligatorios	
2.1.1		Poder Ejecutivo
2.1.2		Administración pública Municipal
2.1.3		Poder Legislativo
2.1.4		Poder Judicial
2.1.5		Universidad Autónomas
2.1.6		Instituto Electoral
2.1.7		Partidos Políticos
2.1.8		Instituto de acceso a la información
2.1.9		Órgano de Fiscalización Superior
2.1.10		Comisión de Derechos Humanos
2.1.11		Particulares que ejercen actos de autoridad
2.1.12		Consejo de la Judicatura
2.2	Obligaciones genéricas de los sujetos obligados	
2.2.1		Documentar todo acto que derive del ejercicio de sus facultades, competencias o funciones
2.2.2		Capacitar a los servidores públicos en materia de la ley de transparencia, acceso a la información y protección de datos personales
2.2.3		Permitir que los integrantes del Órgano Garante puedan tener acceso a toda la información gubernamental y los archivos administrativos
2.2.4		Constituir y mantener actualizados sus sistemas de archivo y gestión documental
2.2.5		Proteger de los datos personales
3	Inf. Público de Oficio	
3.1	Información pública de oficio mínima para todos los sujetos obligados	
3.1.1		Estructura orgánica y las facultades de cada unidad administrativa
3.1.2		Marco normativo (leyes, reglamentos, acuerdos, circulares, manuales, etc.) que regulen al sujeto

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (continuación)

3	Inf. Público de Oficio	
3.1.3		Indicadores de gestión
3.1.4		Directorio de los servidores públicos
3.1.5		Remuneración mensual por puesto y el sistema de compensación (debe contener todos)
3.1.6		Lista con el importe de viáticos o equivalentes: por ejemplo, gastos de representación, transportación, consultorías y alimentación erogados
3.1.7		Perfil de los puestos de los servidores públicos
3.1.8		Planes o programas
3.1.9		Calendarización de las reuniones públicas de los diversos consejos, órganos colegiados, gabinetes, cabildos, sesiones plenarias o sesiones de trabajo
3.1.10		Nombre, domicilio oficial o dirección electrónica de los servidores públicos encargados del Comité de Información o en su caso, de la Unidad de Información
3.1.11		Informes de actividades
3.1.12		Archivos administrativos
3.1.13		Resultados de las auditorías
3.1.14		Información sobre los contratos celebrados por los sujetos obligados
3.1.15		Nombre o razón social del titular de las concesiones, licencias, permisos y autorizaciones otorgados
3.1.16		Relación de los servidores públicos comisionados por cualquier causa
3.1.17		Listado con los servicios o trámites que ofrece
3.2	Obligaciones de información pública de oficio para cada autoridad	
3.2.1		Obligaciones de información específica para el Poder Ejecutivo
3.2.2		Obligaciones de información específica para el Poder Legislativo
3.2.3		Obligaciones de información específica para el Poder Judicial
3.2.4		Obligaciones de información específica para los Municipios
3.2.5		Obligaciones de información específica en materia de Seguridad Pública
3.2.6		Obligaciones de información específica en materia de Procuración de Justicia

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (continuación)

3	Inf. Público de Oficio	
3.2.7		Obligaciones de información específica para el Instituto Electoral
3.2.8		Obligaciones de información específica para la Comisión de Derechos Humanos
3.2.9		Obligaciones de información específica para Universidades e Instituciones públicas de Educación Superior
3.2.10		Obligaciones de información específica para Partidos Políticos
3.3	Criterios para la calidad de la información	
3.3.1		Plazos de forma periódica para la actualización de la información
3.3.2		Existencia de buscadores temáticos
3.3.3		Obligación de indicar la fecha de última actualización en la página de Internet
3.3.4		Responsable (unidad o servidor público) de generar o actualizar la información
3.3.5		Indicadores de gestión
4	Inf. Reservada	
4.1	Causales de reserva	
4.1.1		Información que ponga en riesgo la seguridad pública
4.1.2		Información que dañe la estabilidad financiera o económica
4.1.3		Información que ponga en riesgo la vida o la salud de cualquier persona
4.1.4		Información que cause un serio perjuicio a las actividades de verificación del cumplimiento de las leyes
4.1.5		Información que cause un serio perjuicio a la impartición de la justicia
4.1.6		Información que cause un serio perjuicio a la recaudación de las contribuciones
4.1.7		Información que cause un serio perjuicio las estrategias procesales de los sujetos obligados en procesos judiciales, administrativos o arbitrales
4.1.8		Información que por disposición expresa de una ley sea calificada como confidencial o reservada
4.1.9		Información que menoscabe seriamente el patrimonio de una entidad público

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (continuación)

4	Inf. Reservada		
4.1.10			Información que contenga las opiniones, recomendaciones o puntos de vista que formen parte del proceso deliberativo de los servidores públicos
4.2	Plazo máximo de reserva		
4.3	La información reservada debe ser desclasificada cuando se extingan las causas que dieron origen a su clasificación		
4.4	Atribución de generar los procedimientos de clasificación de la información		
4.5	Órganos o funcionarios responsables de la clasificación		
4.6	Posibilidad de generar versiones públicas		
4.7	Prueba de daños (u obligación de motivar la reserva)		
5	Inf. Confidencial		
5.1	Información confidencial		
5.1.1			Los datos personales
5.1.2			La información protegida por la legislación en materia de derechos de autor o propiedad intelectual
5.1.3			La protegida por los secretos comercial, industrial, bancario, profesional o fiduciario
5.1.4			Establece cual es la información que los particulares pueden entregar a las dependencias o entidades con carácter de confidencial
5.2	“Prueba de interés público” o la “prueba de balance”		
5.3	No aplica el secreto bancario para entidades públicas		
5.4	No aplica el secreto fiduciario para entidades públicas		
6	Datos Personales		
6.1	Definición de datos personales		
6.2	Principios para el tratamiento de los sistemas de datos personales		
6.3	Mecanismo para asegurar la identidad del solicitante de datos personales		
6.4	Derecho de acceso a datos personales		
6.5	Derecho de rectificación		
6.6	Derecho de cancelación		
6.7	Niveles de protección de datos personales		
6.8	Criterios para la conservación de datos personales		
6.9	Reglas para la transmisión de datos entre organismos públicos		
6.10	Protección de los datos personales a las personas físicas		

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (continuación)

7	Archivos	
7.1	Obligación para los sujetos obligados, de tener archivos administrativos actualizados	
7.2	Los archivos administrativos constan al menos de tres niveles (fondo, sección y serie documental)	
7.3	Instrumentos de control y consulta	
7.4	Series documentales si se trata de documentos reservados o confidenciales	
8	Órgano Garante	
8.1	Órgano garante especializado	
8.2	Mecanismo de selección de los comisionados que involucre por lo menos a dos poderes con candidatos propuestos de la sociedad civil	
8.3	Los comisionados no son removibles salvo por causales especificadas en la ley	
8.4	El cargo de comisionado tiene un periodo fijo	
8.5	El órgano garante tiene autonomía operativa, de gestión y decisión	
8.6	Establece que el órgano garante tiene autonomía presupuestal	
8.7	El órgano garante es colegiado	
8.8	Decisiones del órgano garante definitivas: Es decir tales resoluciones tienen fuerza de cosa juzgada y deben ser acatadas por los sujetos obligados contra ellas sólo procede el juicio de amparo	
8.9	Requisitos para ser comisionado	
8.10	Sistema de servicio profesional de carrera para los demás servidores públicos del órgano garante	
8.11	Atribuciones para el órgano garante	
8.11.1		En materia de acceso a la información pública
8.11.2		En materia de protección de datos personales
8.11.3		En materia de promoción de derechos de acceso o de cultura de transparencia
8.11.4		Lineamientos para los sujetos obligados
8.11.5		En materia de administración y gobierno interno
8.11.6		En materia de relaciones interinstitucionales
8.11.7		En materia de supletoriedad de los municipios
8.12	Obligación de rendir un informe ante el Congreso del Estado u otros órganos	

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (continuación)

9	Diseño Inst.	
9.1		Disposiciones que contemplen a las unidades de información, comité de información o sus equivalentes en los sujetos obligados
9.2		Integración de unidades de información, comité de información o sus equivalentes en sujetos obligados
9.3		Facultades de las unidades de información, comité de información o sus equivalentes en los sujetos obligados
9.4		Mecanismos específicos para la subsidiaridad de los municipios en materia de acceso a la información
9.5		Establece la obligación de rendir un informe periódico al Órgano Garante
10	Proc. De acceso	
10.1		El procedimiento de acceso no excede el plazo de 20 días hábiles
10.2		El particular tiene derecho a que el sujeto obligado le preste servicios de asesoría para presentar una solicitud de acceso a la información o para iniciar otro procedimiento
10.3		Establece un sistema electrónico para el uso remoto de los mecanismos de acceso a la información
10.4		La solicitud de acceso únicamente requiere como datos obligatorios, el nombre del solicitante, medio para recibir notificaciones y la descripción clara y precisa de los documentos que solicita
10.5		Los costos no son mayores a la reproducción y el envío de la información
10.6		Medio de prevención al solicitante, en caso de que la solicitud no contenga todos los datos requeridos
11	Rec. De Revisión	
11.1		El recurso de revisión procede en caso de negativa de acceso total o parcial
11.2		El recurso de revisión procede en caso de información incompleta
11.3		El recurso de revisión procede en caso de que la información sea entregada en un formato distinto al solicitado
11.4		El recurso de revisión procede en caso de información inexistente
11.5		El recurso de revisión procede en caso de rectificación de datos personales y negativa de acceso
11.6		El recurso de revisión puede interponerse por medios electrónicos o de manera directa
11.7		El procedimiento de revisión no excede el plazo de 4 meses

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Tabla C 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Scrollini (continuación)

11 Rec. De Revisión	
11.8	Suplencia de la queja en todos los casos
11.9	No establece supuestos de desechamiento excesivos, al grado que impidan el fácil acceso a la información
11.10	Causales de sobreseimiento del recurso de revisión explícitas
11.11	Posibilidad de una audiencia de conciliación
11.12	Procedimiento para el caso del silencio de la autoridad, ya sea a) positiva ficta b) negativa ficta
11.13	Si el Órgano Garante no resuelve el recurso de revisión en el plazo establecido por la ley, la decisión recurrida se entiende confirmada
11.14	Procedimiento de ejecución en caso de incumplimiento de una resolución en un recurso de revisión, a fin de hacerla cumplir
11.15	Medidas de apremio para lograr que la tramitación del recurso de revisión sea expedita
11.16	Cuando se determine que no existe la información solicitada, el Comité de Información o equivalente podrá ordenar que ésta se genere, cuando sea posible
12 Resp. Y sanciones	
12.1	Catálogo específico de conductas sancionables
12.2	Órgano calificado para sancionar, ya sea: a) Faculta al órgano garante b) Remite a otro órgano
12.3	Establece o remite a un procedimiento disciplinario, ya sea: a) Remite a otra ley b) Establece un procedimiento específico de responsabilidad en la propia ley

Nota. Adaptado de Scrollini (2012).

Apéndice D: Modelo de Transparencia Propuesto por Gómez y Montesinos (2014)

Tabla D 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Gómez y Montesinos

Índice de divulgación y transparencia e-government	Puntuación por ÍTEM	Puntaje Total
1. Contenido de la información provista		6
1.A. Información presupuestal y flujo de caja	2	
1.A.1 Información del presupuesto del año fiscal	0.4	
1.A.2 Gastos ejecutados	0.4	
1.A.3 Ingresos ejecutados	0.4	
1.A.4 Resultado presupuestal	0.4	
1.A.5 Modificaciones presupuestales	0.4	
1.B. Posición Financiera	2	
1.B.1 Balance general	0.4	
1.B.2 Estado de la actividad	0.4	
1.B.3 Estados de cambios en el patrimonio	0.4	
1.B.4 Notas a los estados contables	0.4	
1.B.5 Información del endeudamiento	0.4	
1.C. Información no Financiera (relacionados con la gestión de la administración pública)	2	
1.C.1. Índices de eficiencia	0.67	
1.C.2. Índices de economía	0.67	
1.C.3. Índices de eficacia	0.67	
2. Características de la información		6
2.A. Integridad		
La página web debe ser tan informativa como sea posible	1	
2.A.1. Las cuentas anuales pueden ser consultadas en la página web	1	
2.B. Oportunidad		
Provee información de manera más regular que simplemente anual	1	
2.B.1. Conveniencia oportunidad de la información provista (mensual-trimestral)	1	
2.C. Comparabilidad		
Provee información para tres o más periodos	1	
2.C.1. Existe la posibilidad de hacer comparaciones	0.5	
2.C.2. Son provistos resúmenes comparativos de la información contable.	0.5	
2.D. Comprensibilidad		
Hay gráficos y ratios, con comentarios explicativos	1	
2.D.1. Ratios, gráficos o figuras de respaldo se han introducido a la información	0.5	
2.D.2. Son incluidos comentarios a la información contable	0.5	
2.E. Relevancia		
Provisión de reportes técnicos sobre el desempeño gerencial	1	
2.E.1. Están disponibles reportes técnicos de la propia entidad	0.5	
2.E.2. La información ofrecida está ordenada y clasificada	0.5	
2.F. Confiabilidad		
La información es verificada por auditores.	1	
2.F.1. La información financiera oficial está certificada	0.5	
2.F.2. La información auditada y no auditada es claramente diferenciada	0.5	
3. Navegabilidad, diseño y acceso		6
3.A. Fácil acceso a la información		
Existencia de un mapa del sitio y de una sección sobre información financiera	1	
3.A.1. La página web tiene una sección para información financiera y presupuestal pública	0.5	
3.A.2. El mapa del sitio muestra la información que está disponible	0.5	
3.B. Categorización de la accesibilidad a los usuarios		
Se establecen diferentes perfiles de acceso a la información	1	
3.B.1. Se establece acceso limitado a ciertas áreas por perfil del usuario	1	
3.C. Fácil desplazamiento a través de las áreas de información financiera	1	
3.C.1. un sistema de hipervínculos para la información es provisto	1	
3.D. Fácil gestión de los datos		
La información está disponible en diferentes formatos para descarga.	1	
3.D.1. Formato: html	0.25	
3.D.2. Formato: pdf o doc	0.25	
3.D.3. Formato: xls	0.5	
3.E. Fácil uso en un contexto internacional		
Es provisto que la información esté disponible en diferentes idiomas	1	
3.E.1. El contenido de la información está en diferentes idiomas	1	
3.F. Interactividad con el usuario		
Medios disponibles para la interactividad entre el usuario y la administración	1	
3.F.1. Hay un e-mail disponible diferente al webmaster, para explicaciones y requerimientos	0.5	
3.F.2. Una lista de correos electrónicos es provista	0.5	
	TOTAL	18

Nota. Adaptado de Gómez y Montesinos (2014).

Apéndice E: Modelo de Transparencia Propuesto por Alonso (2009)

Tabla E 1

Modelo de Transparencia Propuesto por Alonso

Dimensiones	Variables
	A) Requisitos de contenidos: información legal sobre la sociedad
	V1 Estatutos sociales.
	V2 Capital social y acciones actuales con sus clases, cuadro de evolución, mercados en los que cotiza, calendario de abono de dividendos, emisiones y OPV.
	V3 Datos de participaciones significativas y autocartera.
	V4 OPA.
	V5 Hechos relevantes, el texto íntegro comunicado a la CNMV.
	V6 Agenda del inversor con las fechas más relevantes para el accionista respecto a la sociedad.
	V7 Direcciones físicas y electrónicas o números de teléfono a disposición del accionista para comunicarse con la sociedad.
	B) Información económica-fiscal
	V8 Cuentas anuales, informe de gestión e informe de auditoría, del último ejercicio cerrado.
	V9 Cuentas anuales, informe de gestión e informe de auditoría, de los dos ejercicios precedentes.
	V10 Información pública periódica que la empresa debe remitir a la CNMV.
	V11 Calificación otorgada por entidades de rating.
	C) Gobierno corporativo
	C.1) Junta general
	V12 Junta general: texto íntegro de su reglamento.
	V13 Convocatoria.
Dimensión de Legalidad	V14 Orden del día y propuestas del consejo.
	V15 Cauces para solicitar la información, delegar el voto o votar a distancia.
	V16 Acuerdos sobre las juntas celebradas en el ejercicio en curso y el precedente.
	C.2) Consejo de administración
	V17 Composición del consejo y sus comisiones.
	V18 Vínculos existentes de cada uno de sus miembros con los accionistas.
	V19 Reglamento del consejo.
	V20 Reglamento de conducta del consejo.
	V21 Texto íntegro de los pactos sociales.
	V22 Texto del informe anual de gobierno corporativo.
	D) Requisitos técnicos
	V23 Página web con nombre de dominio registrado.
	V24 Vínculo directo desde la página inicial de la empresa con la denominación "información para accionistas e inversores".
	V25 La visualización no debe requerir más de tres pulsaciones de ratón desde la página principal.
	V26 La página debe contener un mapa web.
	V27 Acceso gratuito a los contenidos.
	V28 Acceso libre.
	V29 Información en castellano.
	V30 Impresión de todas las páginas.
	V31 La información se puede presentar de forma directa o mediante enlaces a las BD.
	A) Información relativa al consejo de administración
	V32 Funciones y cargos de cada consejero dentro de cada sociedad.
	V33 Procedimientos de selección, remoción o reelección.
	V34 Existe una referencia relativa a la responsabilidad del consejo respecto a la información que se emite a los mercados.
	V35 Participación en el capital social de los consejeros.
Dimensión de información voluntaria	V36 CV de los miembros del consejo y de los directivos.
	V37 Relaciones entre los consejeros y los accionistas de referencia.
	V38 Condiciones de independencia de un consejero.
	V39 Cualificación profesional de los consejeros independientes.
	V40 Se hace público si algún consejero independiente ocupa órganos de la dirección en otras sociedades.
	V41 Retribución de los consejeros individualizada.
	B) Estructura de la propiedad
	V42 Operaciones de la sociedad con sus administradores y directivos.
	V43 Operaciones de la sociedad con sus accionistas de referencia.
	C) Otra información voluntaria
	V44 Informes trimestrales.
	V45 Honorarios pagados a los auditores.
	V46 Presentaciones hechas al mercado.
	V47 Resumen de los informes presentados por los analistas.
	V48 Resultados y situación financiera derivada de su cotización en otros mercados.
	V49 Ratios financieros.
	V50 Estructura de la organización.

Nota. Adaptado de Alonso (2009).

Tabla E1

Modelo de Transparencia Propuesto por Alonso (continuación)

Dimensiones	Variables
Dimensión de credibilidad	V51 Información sobre misión y valores.
	V52 Información sobre los proyectos en curso.
	V53 Notas de prensa.
	V54 Calendario con los resultados previstos.
	V55 Información legal.
	V56 Informe del ejercicio por región.
	V57 Informe de los 2 ejercicios anteriores por región.
	V58 Informe del ejercicio por línea de producto.
	V59 Informe de los 2 ejercicios anteriores por línea de producto.
	V60 Firma del presidente en los informes.
	V61 Firma del auditor en los informes.
Dimensión de compromiso social	V62 Política de RSC.
	V63 Código deontológico.
	V64 Acción social.
	V65 Acción medioambiental.
	V66 Compromisos públicos.
	V67 Información sobre capital intelectual.
	V68 Recursos humanos
	V69 Informe de RSC.
	A) Comunicación
Dimensión de diálogo	V70 FAQs.
	V71 Enlaces a los organismos supervisores o a las bolsas.
	V72 Documentos descargables en formato procesable.
	V73 Documentos descargables en formato pdf.
	V74 Sistema de búsquedas.
	V75 Listas de distribución.
	V76 Sistemas de alarmas (web).
	V77 Sistemas de alarmas (móvil).
	V78 Fecha de la última actualización.
	V79 Información en más de un idioma.
	V80 El consejo informa.
	V81 Ayuda en la web.
	V82 Solicitud de información en línea.
	B) Participación
	V83 Conexión a la junta.
	V84 Voto electrónico.
	V85 Videos en la web con la junta, presentaciones de la dirección, etc.
	V86 Audios.
	V87 Foros.
	V88 Chats.
	C) Aspectos técnicos relacionados
	V89 Hiperenlaces en la documentación.
	V90 En cada página botón de siguiente y anterior.
	V91 Rastro (bread crumb).
	V92 Dirección web relevante.
V93 Web adaptada a colectivos con discapacidad.	
V94 Uso de frames (no abrir una página nueva).	
V95 Información en formato integrable XML o XBRL.	

Nota. Adaptado de Alonso (2009).

Apéndice F: Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (2017)

Tabla F 1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Visibilidad	Divulgación de información pública	Condiciones institucionales de la información pública	Esquema de Publicación de Información	Existencia de Esquema de Publicación de Información
				Listas de información publicada en el sitio web
				Características generales de la información publicada o a publicar
				Periodicidad de la actualización de divulgación de información
				Criterios adicionales de publicación de la información
			Índice de Información Clasificada y Reservada	Formatos en los que se encuentra la información
				Existencia de índice de información clasificada y reservada
				Características generales de los documentos clasificados o reservados
			Registro de Activos de Información	Nombre y categoría del documento
				Motivos o fundamentos de la clasificación o la reserva
			Programa de Gestión Documental - PGD	Existencia de Registro de Activos de Información
				Categorías de información
				Características generales de los registros
				Existencia de Programa de Gestión Documental
			Función Archivística y Manejo Documental	Lineamientos para los procesos de gestión documental
Articulación con Sistema Integrado de Gestión o herramientas de planeación				
Articulación con instrumentos de divulgación de información				
Disposición de formatos reutilizables en sitio web	Cronograma de implementación			
	Existencia de instancia o comité interno que realiza función archivística en la Entidad			
	Aprobación de las Tablas de Retención Documental por comité interno de archivo			
	Aprobación de las Tablas de Retención Documental por Consejo Distrital de Archivo			
	Aplicación de las Tablas de Retención Documental según los lineamientos del Consejo Distrital de Archivos			
	Transferencias primarias o secundarias			
	Plan anual de adquisiciones y compras vigencia 2016			
Presupuesto en ejercicio vigencia 2016				
Plan de acción de la vigencia 2016				
Plan anual de adquisiciones y compras vigencia 2017				
Presupuesto en ejercicio vigencia 2017				
Plan de acción de la vigencia 2017				

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis	
Visibilidad		Información de planeación y gestión en el sitio web	Plan de Desarrollo Distrital 2016-2020		
			Descripción de los bienes y servicios ofertados a la ciudadanía		
			Informe de empalme		
			Histórico de informes de gestión		
			Estrategia de rendición de cuentas 2016		
			Plan Estratégico Institucional		
			Proyectos de inversión 2016		
			Proyectos de inversión 2017		
			Plan de acción vigencia 2016		
			Plan de acción vigencia 2017		
			Informe de rendición de cuentas vigencia 2016		
				Directorio de funcionarios de planta con datos de contacto y cargo	
				Directorio de contratistas de prestación de servicios profesionales	
				Nombre y cargo de Directivos	
				Perfil de Directivos	
	Información sobre asignaciones o escalas salariales				
Divulgación de la gestión administrativa		Información de talento humano en el sitio web	Manual de funciones y competencias		
			Tipo de contrato o de vinculación del personal		
			Información sobre acuerdos de gestión de gerentes públicos y/o directivos		
			Información sobre evaluación de desempeño		
			Ofertas de empleo a personal		
			Nombramientos realizados durante la vigencia 2016		
				Direccionamiento a Órganos de Control externos en sitio web	
				Funciones, procesos o mecanismos de control al interior de la Entidad	
				Informe de Control Interno de la Entidad	
				Informes elaborados por órganos externos de control sobre la Entidad	
				Plan de mejoramiento de la OCI producto de su propia evaluación	
				Informes de seguimiento a los planes de mejoramiento de la auditoría de la Oficina de Control Interno	
				Información de estrategias y medidas anticorrupción en el sitio web	Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2016
					Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2017

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
			Seguimiento al Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2016	
			Promoción del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2016	
			Promoción del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2017	
			Lineamientos éticos y/o de buen gobierno	
			Existencia de un canal de denuncias de hechos de corrupción	
	Divulgación de la gestión administrativa		Instrumentos para la divulgación de información vigencia 2016	Registro de Activos de Información Índice de Información Clasificada y Reservada Esquema de Publicación de Información Programa de Gestión Documental
		Publicidad de la participación ciudadana	Promoción de espacios formales de participación ciudadana	
			Instancias de participación ciudadana y del listado de sus miembros	
			Mecanismos de participación para seguimiento y evaluación de políticas públicas	
				Presupuesto vigencia 2016
				Presupuesto vigencia 2017
				Modificaciones al presupuesto vigencia 2016
				Modificaciones al presupuesto vigencia 2017
			Documentos de planeación presupuestal	Información histórica de presupuesto
				Estados financieros vigencia 2016
				Estados financieros vigencia 2017
				Ejecución del presupuesto vigencia 2016
				Ejecución del presupuesto vigencia 2017
	Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Información de la gestión presupuestal y contractual en el sitio web		Plan de adquisiciones vigencia 2016
				Plan de adquisiciones vigencia 2017
				Cambios en el plan de adquisiciones y compras vigencia 2016
			Documentos de planeación contractual	Cambios en el plan de adquisiciones y compras vigencia 2017
				Informes finales de supervisión
				Direccionamiento a Secop
				Lineamientos de contratación en sitio web
		Coherencia de la información contractual publicada	Concurso de mérito	
			Selección Abreviada	
			Licitación pública	

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
				La Entidad tuvo trámites u OPAs disponibles a los ciudadanos
			Inscripción de Trámites en la Guía de Trámites y Servicios del Distrito	Link a Guía Trámites y Servicios del Distrito
		Disposición de información sobre trámites y OPAs	Publicación en sitio web de información sobre trámites	Información sobre tablas y tarifas de trámites Posibilidad de realizar al menos un trámite parcial o completo en línea Direccionamiento a ventanillas únicas
			Avance en inscripción de trámites y Otros Procesos Administrativos - OPAs en la SUIIT	
			Proporción de trámites y OPAs automatizados	
	Divulgación de trámites y servicio al ciudadano		Publicación en sitio web de Foros de temas de interés o salas de discusión	
		Información general de servicio al ciudadano	Canales disponibles para presentar una PQR	
			Informe de PQRs de la Entidad	
			Direccionamiento al SDQS o Buzón de PQRs	
			Existencia de mecanismo en sitio web de seguimiento a PQRs en web	
		Información disponible sobre bienes y servicios	Medios de publicidad diferentes al sitio web para dar a conocer la oferta de bienes y servicios	Radio local Periódico local Redes sociales Carteleras Otros
			Publicidad diferente a sitio web para promocionar los bienes y servicios	
			Seguimiento a la planeación estratégica de talento humano	
			Plan de capacitaciones para la vigencia 2016	
Institucionalidad	Gestión de Talento Humano	Condiciones institucionales para el talento humano 2016		Procedimientos de ingreso o vinculación de servidores públicos a la Entidad por la vigencia Procedimientos de mérito para la vigencia Procedimientos de evaluación y seguimiento al desempeño a los servicios públicos Procedimientos de seguimiento al desempeño de temporales Procedimientos de seguimiento al desempeño de provisionales Procedimientos de seguimiento al desempeño de contratistas Procedimientos de incentivos para la vigencia Mención sobre procedimientos de Capacitaciones: Temas Mención sobre disposición de horas de las capacitaciones
			Contenido de los lineamientos de la planeación estratégica de talento humano	

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Gestión de Talento Humano		Competencias básicas en el Manual de Funciones 2016	Jefe Oficina Asesora de Planeación	Capacitaciones en transparencia o anticorrupción
				Disposición de recursos para las capacitaciones
				Estrategia de movimiento de personal (vacantes)
				Descripción de funciones (Manual de funciones)
				Otros estudios (Manual de funciones)
				Conocimientos Básicos (Manual de funciones)
				Profesión (Manual de funciones)
				Profesión compatible (Hoja de vida)
				Otros Estudios (Hoja de vida)
				Años de experiencia profesional (Hoja de vida)
		Jefe Oficina Asesora Jurídica	Descripción de funciones (Manual de funciones)	
			Otros estudios (Manual de funciones)	
			Conocimientos Básicos (Manual de funciones)	
			Profesión (Manual de funciones)	
			Profesión compatible (Hoja de vida)	
			Otros Estudios (Hoja de vida)	
			Años de experiencia profesional (Hoja de vida)	
			Brecha salarial	
			Brecha Interna	
			Brecha Externa	
		Conformación del talento humano 2016	Relación de funcionarios de carrera administrativa	
			Relación de contratistas por servicios profesionales (persona natural-directa)	
			Relación de funcionarios provisionales	
Relación de funcionarios de planta temporal				
Mérito 2016	Proporción de funcionarios del nivel directivo que ingresó por mérito			
	Proporción de funcionarios del nivel asesor que ingresó por mérito			
	Proporción de funcionarios del nivel profesional que ingresó por mérito			
Evaluación y seguimiento al desempeño 2016	Seguimiento al desempeño de los funcionarios de libre nombramiento y remoción			
	Seguimiento al desempeño de los funcionarios de carrera administrativa			
	Seguimiento al desempeño a los funcionarios provisionales			
	Seguimiento al desempeño a los funcionarios temporales			
	Seguimiento a los acuerdos de gestión realizados con gerentes públicos			
	Proporción de gerentes públicos con acuerdos de gestión			
	Proporción de seguimiento a los acuerdos de gestión con gerentes públicos			

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis	
Gestión de Talento Humano		Capacitaciones 2016	Temas de capacitaciones	Contratación Pública	
				Gestión Financiera	
				Gestión del Talento Humano	
				Gestión Administrativa	
				Participación Ciudadana	
				Administración al Servicio del Ciudadano	
		Supervisores de los contratos 2016	Evaluación de la idoneidad de los supervisores de contratos	Capacitaciones a los niveles	Gobierno de la información
					Cultura organizacional y/o comportamientos éticos
					Lucha Contra la Corrupción
					Otros
					Directivo
					Asesor
Supervisores de los contratos 2016	Temas de capacitaciones	Capacitaciones a los niveles	Profesional		
			Técnico		
			Asistencial Misional		
			Asistencial Apoyo		
			Normatividad de contratación pública		
			Sistema de compras y contratación		
Comportamiento ético	Contenidos mínimos de lineamientos éticos	Supervisores de los contratos 2016	Temas de capacitaciones	Control social a la contratación	
				Sistemas de información	
				Riesgos de la contratación	
				Otros	
				Tipo de vinculación de los supervisores	
				Existencia de documentos con lineamientos éticos	
		Instancia o grupo de trabajo ético	Contenidos mínimos de lineamientos	Conformación de la instancia o grupo de trabajo ético	Establece explícitamente todos los grupos de interés involucrados en su cumplimiento
					Establece el deber de socializarlo con todos los actores
					Establece mecanismos de seguimiento al Código de Ética
					Establece la existencia de un responsable que emita informes sobre el ejercicio de los lineamientos éticos
					Establece medidas frente a quienes entregan información confidencial
					Establece la existencia de una política anti soborno
Instancia o grupo de trabajo ético	Conformación de la instancia o grupo de trabajo ético	La Entidad conformó un Instancia o grupo de trabajo ético	Establece la existencia de una política antifraude y antipiratería		

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
			Conformación por niveles de planta de personal	Directivo Asesor Profesional Técnico o asistencial
			El comité se reúne con regularidad	
	Comportamiento ético			La Entidad entrega y difunde sus lineamientos éticos a sus funcionarios
				Ingreso de nuevos servidores públicos
			Momentos de socialización de los lineamientos éticos	Capacitaciones Diálogos ciudadanos Otros
		Socialización de los lineamientos éticos		Serveridores públicos
			Actores que participaron en la socialización	Ciudadanía o Grupos de interés Contratistas Otros
				El informe de empalme contó con información sobre la gestión en temas de transparencia y medidas contra la corrupción
		Transparencia/Medidas anticorrupción		El Plan Estratégico Institucional cuenta con metas establecidas en temas de transparencia y medidas contra la corrupción respaldadas en indicadores verificables
				El Plan de Acción cuenta con líneas de trabajo en temas de transparencia y medidas anticorrupción
				El Plan de Acción cuenta con herramientas de seguimiento de las actividades derivadas de las metas de transparencia y medidas anticorrupción
	Gestión de la planeación			El informe de empalme contó con información sobre la gestión en temas de acceso a la información
		Acceso a la información		El Plan Estratégico Institucional de la Entidad tiene metas establecidas en acceso a la información respaldadas con indicadores verificables
				El Plan de Acción tiene líneas de trabajo específicas relacionadas con el acceso a la información
				El Plan de Acción cuenta con herramientas de seguimiento a las metas verificables para el acceso a la información
				El informe de empalme contó con información sobre la gestión efectuada en temas de participación ciudadana o rendición de cuentas
		Participación ciudadana y/o rendición de cuentas		El Plan Estratégico Institucional de la Entidad tiene metas establecidas en participación ciudadana o rendición de cuentas respaldadas con indicadores verificables
				El Plan de Acción tiene líneas de trabajo específicos para la participación ciudadana y/o rendición de cuentas
				El Plan de Acción cuenta con herramientas de seguimiento a las metas para la participación ciudadana y/o rendición de cuentas

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Gestión de la planeación	Fortalecimiento Institucional			El informe de empalme contó con información sobre la gestión efectuada en temas de fortalecimiento institucional
				El Plan Estratégico Institucional de la Entidad tiene metas establecidas en fortalecimiento institucional respaldadas con indicadores verificables
				El Plan de Acción tiene líneas de trabajo específicos para el fortalecimiento institucional
				El Plan de Acción cuenta con seguimiento de las actividades derivadas de las metas de fortalecimiento Institucional
				Compromiso anticorrupción
				Acápíte en el que se hace referencia al Compromiso Anticorrupción
				Lineamientos mínimos a tener en cuenta a la hora de hacer el estudio de mercado o estudio del sector
				Lineamientos/condiciones/criterios mínimos para elegir la oferta más favorable
				Identificación de los riesgos asociados al contrato y la forma de mitigarlos
				Tiempos prudenciales amplios y suficientes para su etapa precontractual (Cronograma)
Gestión de la contratación	Contenidos Mínimos de los lineamientos del proceso contractual			Reglas aplicables a la presentación de ofertas su evaluación y adjudicación del contrato
				Causas para rechazar una oferta y las garantías exigidas para la ejecución del contrato
				Causales de inhabilidades e incompatibilidades por parte del Comité de Contratación
				Requisitos Habilitantes
				Cesión de contratos
				Certificado de cumplimiento por parte del interventor/supervisor
				Mecanismos para la liquidación de los contratos (de tracto sucesivo y los demás sujetos de liquidación) dentro del término oportuno
				Obligatoriedad de contar con control en la ejecución de los contratos a nivel interno
				Supervisores y políticas de supervisión
				Criterios para la elección el supervisor o Interventor
	Competencias en cuanto a la distribución de las cargas de los supervisores			
	Responsabilidades que adquiere el supervisor o interventor			
Planeación contractual				Instancias de planeación y seguimiento contractual
				Existencia del comité asesor de contratación
				Instancia de planeación y seguimiento contractual interdisciplinaria
	Jurídico			
	Técnico			
	Financiero			
	Otros			

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
				Directivo
				Asesor
			Niveles de quienes lo componen	Profesional
				Técnico
				Asistencial
				Se permite el salvamento del voto
			Inventario de suministros	
			Custodia de Documentos contractuales	
	Gestión de la contratación	Recurrencia en el uso de las Modalidades de contratación directa		
		Supervisión a los contratos	Proporción del número de contratos que contaron con supervisión en la vigencia 2016	
			Preparación del valor total de los contratos que contaron con supervisión en la vigencia 2016	
		Proceso Contractual	Pluralidad de oferentes en licitaciones de obra pública	
			Ejecución del presupuesto de gastos durante la vigencia 2016	
			Existencia de una medida orientada a la lucha contra la corrupción	
				Información de aspectos generales
				Objetivos o metas
			Contenidos de la medida	Acciones, alcance o estrategias
				Responsables
				Recursos para su desarrollo
			Política para la declaración y trámite de los conflictos de intereses	
	Políticas o medidas anticorrupción	Condiciones institucionales de medidas anticorrupción	Existencia de una medida para el trámite de conflictos de interés	Existencia de una medida para el trámite de conflictos de interés
				Sujetos obligados a declarar
				Ocasiones para declarar conflicto de intereses
				Contenido mínimo de la declaración de conflicto
				Mecanismos para la declaración
			Contenido de la política	Autoridades e instancias para el trámite del conflicto
				Procedimiento para el trámite del conflicto
				Procedimiento para el trámite del conflicto
				Exigencia de publicar conflictos de intereses

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis	
Políticas o medidas anticorrupción		Contenido de la política	Procedimiento que señalará el seguimiento a la declaración de bienes y rentas de los funcionarios		
			Existencia de un procedimiento que guíe a la declaración de bienes y rentas		
			Responsable del seguimiento a la declaración de bienes y rentas		
				Correo electrónico	
				Boletín	
				Software	
				Formatos	
				No se han actualizado en lo corrido de la vigencia 2017	
				Otros	
				Elaboración de matriz de riesgos	
			Elaboración de un diagnóstico previo	Análisis interno-externo de la entidad	
			Contenido del diagnóstico o matriz de riesgos de corrupción	Identificación de riesgos de corrupción	
				Priorización del riesgo o probabilidad de materialización	
				Acción de mitigación o actividades	
				Metas o indicadores	
				Tiempo	
				Responsables	
		Mención de recursos			
		Elaboración del PAAC 2017	Reportes de Auditorías (externas o internas)		
	Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano-PAAC		Reportes de consultas ciudadanas		
			Reportes de veedurías		
			Informes de PQRS		
			Informes del canal de denuncias		
			Informes de organizaciones de la sociedad civil u órganos no gubernamentales		
			Ninguna		
			Otros		
			Medios de publicación del PAAC		
			Sitio web de la Entidad	Cartelera Física o electrónica	
				Periódico	
		Otros	Boletín interno		
			Correo electrónico		
			Intranet		
			Otros		

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Políticas o medidas anticorrupción		Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano-PAAC	Socialización del PAAC	Funcionarios de la Entidad
			Actores con los que se socializó el PAAC	Ciudadanía
				Órganos de control
				Otros
				Coherencia de riesgo identificado en el contenido del PAAC
			Riesgo de visibilidad	Se identifican acciones para mitigar este riesgo
				Se establecen recursos (económicos o logísticos) para mitigar este riesgo
				Se identifican herramientas y/o acciones de seguimiento al riesgo
				Se enuncian fechas y responsables de acción y seguimiento
			Riesgo de institucionalidad	Se identifican causas y/o consecuencias del riesgo
				Se identifican acciones para mitigar este riesgo
				Se establecen recursos (económicos o logísticos) para mitigar este riesgo
				Se identifican herramientas y/o acciones de seguimiento al riesgo
			Riesgo de Control y sanción	Se enuncian fechas y responsables de acción y seguimiento
Se identifican causas y/o consecuencias del riesgo				
Se identifican acciones para mitigar este riesgo				
Se establecen recursos (económicos o logísticos) para mitigar este riesgo				
Riesgo de delitos de la administración pública	Se identifican herramientas y/o acciones de seguimiento al riesgo			
	Se enuncian fechas y responsables de acción y seguimiento			
	Se identifican causas y/o consecuencias del riesgo			
	Se identifican acciones para mitigar este riesgo			
Control y Sanción	Sistema de Peticiones Quejas Reclamos y Sugerencias - PQRs	Condiciones institucionales del sistema PQRs	Existencia de lineamientos y/o directrices internas para la tramitación de las PQRs	Direccionamiento interno de la queja solicitud o petición
			Contenido de documento interno de lineamientos de las PQRs	Tratamiento específico para PQRs relacionadas con corrupción
				Flujo de información y respuesta de las PQRs recibidas
			Contenido mínimo del componente de atención al ciudadano en el PAAC	Apoyo o promoción de la capacidad ciudadana para acceder a los bienes y servicios
				Adaptación de infraestructura para la prestación de servicios a la ciudadanía
			Fortalecimiento de competencias de los servidores respecto a la atención al ciudadano	

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Control y Sanción	Sistema de Peticiones Quejas Reclamos y Sugerencias	Condiciones institucionales del sistema PQRS	Contenido mínimo del componente de atención al ciudadano en el PAAC	Oportunidad eficacia en las respuestas a las solicitudes de la ciudadanía Acciones de difusión de los bienes o servicios que ofrece la Entidad
			Existe un manejo para las PQRS en temas específicos	Tratamiento específico para PQRS sobre contratación Tratamiento específico para PQRS sobre la prestación de bienes y servicios
			Informes consolidados de PQRS	Estadísticas de PQRS
			Existencia de Informes consolidados de PQRS	Análisis sobre PQRS
			Contenido del Informe de PQRS	Tiempo de respuesta a las PQRS
			Realizó seguimiento a la satisfacción de los usuarios frente a la atención recibida	
			Existencia de un canal en sitio web de atención exclusiva para denunciantes de hechos de corrupción	
			Existencia de una línea de atención gratuita y exclusiva para denunciantes de hechos de corrupción	
			Existencia de lineamientos y directrices de protección al reportante	
			Existencia de lineamientos de custodia de los datos de los reportantes	
		Gestión de denuncias e investigación de hechos de corrupción	Gestión de la oficina responsable de PQRS y la OCI de los casos relacionados con denuncias de corrupción	
			Respuesta la petición de información	
			Condiciones de la respuesta de la solicitud de información	
			Respuesta a la petición en los plazos establecidos por la ley	
			Respuesta correspondiente a lo solicitado	
		Respuesta a solicitudes de información de la ciudadanía a través de derechos de petición	Posibilidad de hacer seguimiento a la petición de información	
			El funcionario sabe sobre el sistema PQRS o direcciona la llamada	
			Se obtuvo información sobre cómo poner una queja y un reclamo en persona	
			Posibilidad de realizar la llamada anónima	
			Existencia de seguimiento a la queja telefónicamente	
Verificación del sistema de PQRS a través de la línea telefónica				

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Control y Sanción	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Informe de Gestión	Contenido del Informe de Gestión 2016	Ejecución presupuestal
				Avances en cumplimiento de metas e indicadores del Plan Estratégico Institucional
				Fortalecimiento institucional
				Talento humano
				Contratación pública
				Lucha contra la corrupción
		Medio de divulgación del Informe de Gestión 2016	Sitio web de la Entidad	
			Redes sociales	
			Boletines impresos	
			Cartelera	
			Reuniones	
			Otros	
Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Existencia de la estrategia anual de rendición de cuentas a la ciudadanía	Contenido de la estrategia anual de rendición de cuentas a la ciudadanía	Equipo responsable recursos e infraestructura institucional	
			Cronograma	
			Diagnóstico y caracterización de necesidades de información	
			Divulgación de información para la rendición de cuentas	
			Mecanismos de consulta de grupos de interés de los temas para la rendición de cuentas	
			Medios para la divulgación de información o estrategia de comunicaciones	
			Diferentes espacios de diálogo	
			Evaluación y seguimiento de la estrategia	
			Presupuesto para la estrategia de rendición de cuentas a la ciudadanía	
			Dependencia o responsable de la implementación de la estrategia de rendición de cuentas	
Espacio Principal de Rendición de Cuentas a la Ciudadanía	Seguimiento de la estrategia de rendición de cuentas a la ciudadanía	Evaluación de la estrategia de rendición de cuentas	Espacio principal de rendición de cuentas a la ciudadanía	
			Consultas con los grupos de interés sobre los temas a tratar durante el espacio principal	

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Control y Sanción	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Informe de Gestión	Ciudadanía en general
				Organizaciones sociales
				Veedurías ciudadanas
				Entes de control/ órganos y otras Entidades del Estado
				Gremios/empresarios
				Academia
				Juntas de Acción Comunal
				Otros
				Ciudadanía en general
			Organizaciones sociales	
			Veedurías ciudadanas	
			Entes de control/ órganos y otras Entidades del Estado	
			Gremios/empresarios	
			Academia	
			Juntas de Acción Comuna	
			Otros	
			Ejecución presupuestal	
			Contratación pública	
			Cumplimiento de metas e indicadores del Plan Estratégico Institucional	
			Talento humano	
			Fortalecimiento institucional y lucha contra la corrupción	
			Mención del Tema Priorizado 1	
			Mención del Tema Priorizado 2	
Mención del Tema Priorizado 3				
Mención del Tema Priorizado 4				
Mención del Tema Priorizado 5				
Acciones de diálogo durante el espacio principal de rendición de cuentas a la ciudadanía/grupos de interés	Fortalezas y debilidades			
Evaluación del espacio principal de rendición de cuentas a la ciudadanía	Temas problemáticos			
	Propuestas de solución			
	Rendición de cuentas a través de otro espacio	Foros ciudadanos participativos por proyectos temas o servicios		
	Segundo espacio de Rendición de Cuentas	Espacios en los que se realizaron ejercicios de rendición de cuentas de la gestión 2016	Ferias de la gestión con pabellones temáticos	
			Mesas de diálogo locales/Sectorial o temáticas	
			Reuniones zonales	
			Asambleas comunitarias	
			Otro	

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
				Cumplimiento de metas e indicadores del Plan Estratégico Institucional
				Ejecución presupuestal
				Estado de proyectos en curso o próximos a ejecutarse
				Compromisos acordados y mecanismos para su seguimiento
			Temas tratados	Tema priorizado 1
				Tema priorizado 2
				Tema priorizado 3
				Tema priorizado 4
				Tema priorizado 5
	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Segundo espacio de Rendición de Cuentas	Espacios de diálogo con la ciudadanía durante el mecanismo de rendición de cuentas a la ciudadanía	
			Evaluación del mecanismo de rendición de cuentas a la ciudadanía	Fortalezas y debilidades
				Temas problemáticos
				Propuestas de solución
		Condiciones institucionales para la participación ciudadana	Lineamientos y políticas de participación ciudadana	
			Instancia (oficina o funcionario) de políticas de participación ciudadana	
			Participación de la ciudadanía en la formulación o el ajuste de planes o proyectos	
Control y Sanción				Plan Estratégico Institucional
				Plan de acción anual
				Formulación de proyectos de inversión
				Seguimiento a proyectos
				Otro
		Promoción de espacios de diálogo y concertación con la ciudadanía	Herramientas de planeación de la vigencia 2017 en cuya formulación se involucra a la ciudadanía	Mesas de diálogo con la ciudadanía
				Encuentros ciudadanos para conocer necesidades
				Mesas de concertación para la solución de problemas
				Mesas para la formulación de políticas públicas
				Otro
				Manual de contratación
			Anexos de Contratación pública	Base de contratos seleccionados por modalidad con número de proponentes
				Ejecución mensual de la contratación
		Disposición de información a TPC		Manual de funcione
				Hoja de vida del Jefe de la Oficina Asesora de Planeación
			Anexos de Talento Humano	Hoja de vida del Jefe de la Oficina Asesora de Jurídica
				Hoja de vida del Jefe de Control Interno
				Base de remuneración salarial

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Control Social y Participación Ciudadana		Disposición de información a TPC	Anexos Anticorrupción	Plan anticorrupción y de atención al ciudadano
				Matriz de riesgos del plan anticorrupción y de atención al ciudadano
				Documentos referentes al diagnóstico previo para la elaboración de la matriz de riesgos
				Política interna de seguimiento de declaración y trámites de los conflictos de interés
Control Institucional	Reportes de información a instancias de regulación y control	Sanciones disciplinarias y fiscales	Cumplimiento de términos en entrega de informes de gestión al Concejo Distrital	Código de ética
				Fallos de responsabilidad fiscal en contra de funcionarios
				Reporte de sanciones de la Oficina de Control Interno Disciplinario a la Personería Distrital
				Acciones preventivas adelantadas por la Entidad
Control y Sanción	Control interno disciplinario	Control interno disciplinario	Acciones preventivas adelantadas por la Entidad	Plan Estratégico Institucional
				Procedimientos para la prevención de la acción disciplinaria
				Ejercicios de prevención de la acción disciplinaria en la vigencia
				Capacitaciones
Control Interno de Gestión y Disciplinario	Control Interno de Gestión	Control interno disciplinario	Acciones en los ejercicios de prevención de la acción disciplinaria	Cartillas
				Socialización en inducción
				Sensibilización
				Asesorías
Control Interno de Gestión y Disciplinario	Control Interno de Gestión	Control interno disciplinario	Acciones en los ejercicios de prevención de la acción disciplinaria	Otros
				Ejercicio de la función disciplinaria
				Prescripciones
				Lineamientos o metodologías internas de la gestión del control interno en la Entidad
Control Interno de Gestión y Disciplinario	Control Interno de Gestión	Control interno disciplinario	Acciones en los ejercicios de prevención de la acción disciplinaria	Planes de mejoramiento frente a los hallazgos encontrados por la auditoría realizada por la Contraloría Distrital
				Seguimiento a la gestión de Oficina de Control Interno
				Alertas en el proceso de seguimiento
				Seguimiento a los planes de mejoramiento por parte de la Oficina de Control Interno

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Tabla F1

Modelo de Transparencia Propuesto por ITEP (continuación)

Categoría	Indicador	Subindicador	Variable	Unidad de análisis
Control y Sanción	Control Interno de Gestión y Disciplinario	Control Interno de Gestión	Inclusión de lineamientos del Estatuto Anticorrupción en directrices del control interno de gestión	
			Contenido del informe pormenorizado de control interno	Avances en planeación y gestión de la Entidad Dificultades en herramientas de evaluación y seguimiento Informe presenta opciones de mejora
			Jefe de Control Interno Gestión	Descripción de funciones (Manual de funciones) Otros estudios (Manual de funciones) Conocimientos Básicos (Manual de funciones) Profesión (Manual de funciones) Profesión compatible (Hoja de vida) Otros Estudios (Hoja de vida) Años de experiencia profesional (Hoja de vida)
			Articulación de Control Interno de Gestión con el PAAC de la Entidad	Formulación de recomendaciones con base en el seguimiento a la ejecución del PAAC Implementación de medidas por parte de la Entidad con base en recomendaciones resultantes del seguimiento a la ejecución del PAAC

Nota. Adaptado del Índice de Transparencia de las Entidades Públicas (2017)

Apéndice G: Modelo de Transparencia Propuesto por Acción Social de España

BLOQUE 1: ORGANISMO DE GOBIERNO (Junta Directiva para las asociaciones y Patronato para las fundaciones) Y EJECUTIVO					
Nº	Definición	Finalidad	Fuente de información	Valor de referencia	Grado de importancia
TR 1.1	Composición del órgano de gobierno accesible y a disposición pública (nombre, cargo y descripción de su trayectoria)	Ser proactivos facilitando la información sobre las personas que gobiernan la organización	Web	30	Inexcusable cumplimiento
TR 1.2	Si más del 40% de miembros del órgano de gobierno ostentan cargos en una misma institución (partido político, sindicato, grupo empresarial, congregación religiosa o administración pública) y/o su pertenencia a la misma es reconocida públicamente, se hace pública dicha vinculación (sin detallar los datos personales) * La definición de este indicador aplica independientemente de si son miembros del órgano de gobierno a título personal o bien en representación de la institución a la que pertenecen	En caso de que la organización mantenga vinculaciones con otras instituciones, darlas a conocer	Web	15	Relevante
TR 1.3	El organigrama y nombres de los principales responsables de la estructura ejecutiva es accesible y está a disposición pública	Facilitar proactivamente la información sobre las personas que gobiernan la organización	Web	10	Relevante
TR 1.4	Los estatutos son accesibles y están a disposición pública	Dar a conocer el régimen y reglamento básico de la organización	Web	30	Inexcusable cumplimiento
TR 1.5	Tablas salariales accesibles y a disposición pública. En el caso de que la organización no disponga de personal remunerado, el indicador no aplica	Ser proactivos facilitando la información de las categorías salariales	Web	10	Inexcusable cumplimiento
TR 1.6	Identificar nominalmente a las personas que componen el órgano de gobierno	Facilitar proactivamente información sobre las personas que gobiernan la organización	Web	5	Relevante
Valoración total bloque 1				100	
BLOQUE 2: MISION, VISION Y VALORES					
Nº	Definición	Finalidad	Fuente de información	Valor de referencia	Grado de importancia
TR 2.1	La Misión es accesible y está a disposición pública	Dar a conocer la razón de ser de la organización	Web	30	Inexcusable cumplimiento
TR 2.2	La Visión es accesible y está a disposición pública	Dar a conocer la visión de la organización	Web	20	Relevante
TR 2.3	Los Valores de la organización son accesibles y están a disposición pública	Dar a conocer la identidad de la organización	Web	25	Relevante
TR 2.4	La información sobre la evolución histórica de la organización es accesible, está a disposición pública y contiene como mínimo año de constitución, motivación, fundadores e hitos	Dar a conocer el origen y la evolución de la organización	Web	10	Relevante
TR 2.5	Las Recomendaciones Éticas del Tercer Sector de Acción Social y/o otros códigos de conducta (propios o suscritos) son accesibles y están a disposición pública	Dar a conocer los principios éticos y de conducta de la organización	Web	15	Relevante
Valoración total Bloque 2				100	
BLOQUE 3: BASE SOCIAL Y APOYOS					
Nº	Definición	Finalidad	Fuente de información	Valor de referencia	Grado de importancia
TR 3.1	Hay datos cuantitativos de cada uno de los siguientes colectivos (personas físicas o jurídicas) de la base social de la organización, especificando qué se entiende por cada uno de ellos: socios/as, donantes y voluntarios/a y personas beneficiarias ³	Dar a conocer el respaldo social que tiene la organización	Web	25	Inexcusable cumplimiento
TR 3.2	Hay datos cuantitativos de las personas contratadas en la organización	Dar a conocer la composición del equipo humano de la organización	Web	15	Relevante
TR 3.3	Existe un listado público y accesible sobre las redes o federaciones a las que pertenece la organización	Dar a conocer las redes y federaciones a las que pertenece de la organización	Web	15	Relevante
TR 3.4	Existe un listado público y accesible de los financiadores públicos y privados que son personas jurídicas	Dar a conocer quién financia la institución	Web	10	Inexcusable cumplimiento
TR 3.5	El documento de criterios del BG 6.7 y los canales (como mínimo correo electrónico y teléfono) a través de los cuales las personas voluntarias, beneficiarias, los grupos de interés y la sociedad en general pueden solicitar información y hacer llegar quejas sobre la organización, son accesibles	Facilitar la comunicación directa de las personas voluntarias, personas beneficiarias los grupos de interés y la sociedad en general con la organización	Web	15	Relevante
TR 3.6	Existe información pública y accesible sobre la implantación territorial de la organización (sedes)	Dar a conocer en qué lugares la organización tiene sedes o	Web	10	Relevante

delegaciones					
TR 3.7	Existe un listado público y accesible de las ayudas públicas y las subvenciones públicas y privadas concedidas en el año analizado, con indicación de su importe, objetivo o finalidad y grupos beneficiarios.	Dar a conocer las fuentes de financiación de la organización	Web	10	Inexcusable cumplimiento
Valoración total Bloque 3				100	
BLOQUE 4: PLANIFICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS					
Nº	Definición	Finalidad	Fuente de información	Valor de referencia	Grado de importancia
TR 4.1	La planificación estratégica, como mínimo sus líneas generales, es accesible externamente	Dar a conocer los objetivos que la organización se propone cumplir	Web	10	Relevante
TR 4.2	La Planificación Estratégica es accesible internamente	Dar a conocer los objetivos que la organización se propone cumplir	Web	10	Relevante
TR 4.3	Las cuentas anuales de la organización (balance situación, cuenta de resultados y memoria económica), auditadas en el caso de las organizaciones que deben pasar auditoría externa obligatoriamente, son accesibles al público en general	Dar a conocer el estado de las cuentas anuales de la organización	Web	15	Inexcusable cumplimiento
TR 4.4	Se difunde públicamente con carácter anual una memoria social de actividades	Informar sobre las actividades y datos económicos (origen y destino de los fondos) de la organización	Web	10	Inexcusable cumplimiento
TR 4.5	Las memorias sociales de los últimos tres años son públicas y accesibles	Dar a conocer la evolución de la organización	Web	5	Relevante
TR 4.6	La información citada en el indicador TR 4.3 de los últimos tres años es pública y accesible	Dar a conocer la evolución económica de la organización	Web	10	Relevante
TR 4.7	La organización reporta a la Plataforma del Tercer Sector la distribución del origen y aplicación de los fondos del periodo siguiendo los criterios que establece la Plataforma del Tercer Sector	Informar sobre el destino de los fondos	Informe "la Plataforma de ONG en cifras" o el "Informe del Tercer Sector"	10	Relevante
TR 4.8	En la memoria social se facilita, como mínimo, la siguiente información de todos los programas y proyectos: título, Comunidad o Comunidades Autónomas donde se desarrollan, importe ejecutado, colaboraciones o partenariados locales, número de personas beneficiarias y número de personas voluntarias. Nota: Para los proyectos ya enmarcados en un programa no será necesario facilitar la información mencionada de forma individual	Dar a conocer la actividad de la organización	Web	10	Inexcusable cumplimiento
TR 4.9	La organización pone a disposición pública el compromiso de comunicación con las personas e instituciones que hagan aportaciones finalistas. Como mínimo dicho compromiso incluirá el proporcionar información sobre la actividad apoyada y los resultados obtenidos con la misma	Responder a un derecho que tienen los donantes y financiadores de saber a qué se han destinado sus fondos y cuáles han sido los resultados obtenidos	Web	10	Relevante
TR 4.10	La organización pone a disposición pública su política de inversiones financieras	Dar a conocer el compromiso con nuestros donantes de garantizar el mínimo riesgo de nuestras inversiones	Web	10	Relevante
Valoración total Bloque 3				100	

Adaptado por el Ministerio de Sanidad, consumo y Bienestar Social (2011).

Apéndice H: Consentimiento Informado

El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.

La presente investigación es conducida por:

Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula “La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria”. Los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) adaptar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez. Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.

La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación. En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.

.....(Si/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaqui con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) adaptar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.

También he sido informado (b) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

.....
Nombre del Participante Firma del Participante Fecha:

.....
Nombre del Investigador Firma del Investigador Fecha:

Apéndice I: Cuestionario para la Entrevista

Número	Pregunta
1	¿Cómo definiría usted la transparencia corporativa? Objetivo de la pregunta: Saber el entendimiento del concepto de transparencia corporativa de parte de los participantes.
2	Si tendría que calificar a la empresa donde trabaja del 1 al 100 en temas de transparencia, ¿qué puntaje le pondría? Objetivo de la pregunta: Percepción del cumplimiento de transparencia del participante.
3	¿La transparencia corporativa, en los tres últimos años, ha generado rentabilidad para la empresa?, ¿si es sí, cómo lo ha hecho? Objetivo de la pregunta: Entender si el participante considera la aplicación de transparencia como una ventaja para la empresa, en términos de ventas (facturación), valorización de la marca, reputación, reducción de costos, entre otros.
4	¿Qué experiencias has vivido en _____ (este año, estos dos años, etc.) en que la falta de transparencia de la empresa ha traído desventajas? ¿Qué ha pasado? ¿Cuáles han sido las desventajas? ¿Por qué? Objetivo de la pregunta: Entender las ventajas y desventajas que el participante considera.
En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa (sector privado), motivo por el cual le presentamos un modelo propuesto por dos investigadores Guadalupe Briano y Lázaro Rodríguez. El presente documento es el resultado de la investigación de la empresa donde trabaja (se mostrará evaluación).	
5	Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan? Objetivo de la pregunta: Percepción del entrevistado con respecto a la aplicación de un instrumento de medición.
6	Del modelo mostrado, según la categoría “Información Corporativa” su empresa cumple con % de lo propuesto que es 34.1%. ¿Está de acuerdo con la valoración? SI No porque: _____ Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Corporativa del Modelo aplicado.
7	Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera/Relación con inversionistas” su empresa cumple con % de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración? SI No porque: _____ Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Financiera/Relación con inversionista del modelo aplicado.
8	Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con % de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? SI No porque: _____ Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría gobierno corporativo del modelo aplicado.
9	¿Qué otros elementos considera que deberían adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo a la industria donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Tomar el <i>feedback</i> del participante para modificar y adaptar el modelo.
10	Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Saber la percepción que tiene la empresa de sus competidores en cuanto a los niveles de transparencia establecidos por el modelo.
11	¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria? Objetivo de la pregunta: Conocer el grado de valoración que le da la industria frente a la transparencia.
12	¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa? Objetivo de la pregunta: Cuales son las limitantes que tiene la empresa para mostrar su información.

Apéndice J: Validación de Preguntas

Nombre del colaborador:		Luis Felipe Zegarra					
N°	Preguntas para entrevista	Valoración del profesor					Comentario
		Inaceptable (1)	Deficiente (2)	Regular (3)	Buena (4)	Excelente (5)	
1	¿Cómo definiría usted a transparencia corporativa? Objetivo de la pregunta: Saber el entendimiento del concepto de transparencia corporativa de parte de los participantes.			3			
2	Si tenía que calificar a la empresa donde trabaja del 1 al 100 en temas de transparencia, ¿qué puntaje le pondría? Objetivo de la pregunta: Percepción del cumplimiento de transparencia del participante.					4	
3	¿La transparencia corporativa, en los tres últimos años, ha generado rentabilidad para la empresa?, ¿o es el, cómo lo ha hecho? Objetivo de la pregunta: Entender si el participante considera la aplicación de transparencia como una ventaja para la empresa, en términos de ventas (facturación), valoración de la marca, reputación, reducción de costos, entre otros.					5	
4	¿Qué experiencias has vivido en _____ (este año, estos dos años, etc.) en que la falta de transparencia de la empresa ha traido desventajas? ¿qué ha pasado?, ¿cuáles han sido las desventajas? ¿por qué? Objetivo de la pregunta: Entender las ventajas y desventajas que el participante considere.		2				
5	En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa (sector privado), motivo por el cual le presentamos un modelo propuesto por dos investigadores Guadalupe Briano y Lázaro Rodríguez. El presente documento es el resultado de la investigación de la empresa donde trabaja. (se muestra evaluación) Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan? Objetivo de la pregunta: Percepción del entrevistado con respecto a la aplicación de un instrumento de medición.				4		
6	Del modelo mostrado, según la categoría "Información Corporativa" su empresa cumple con 17.95 % de lo propuesto que es 34.1%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No porque: Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Corporativa del Modelo aplicado.				4		
7	Del modelo mostrado, según la categoría "Información Financiera/Relación con inversionista" su empresa cumple con 17.11 % de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No porque: Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Financiera/Relación con inversionista del modelo aplicado.				4		
8	Del modelo mostrado, según la categoría "Gobierno Corporativo" su empresa cumple con 12.19 % de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No porque: Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría gobierno corporativo del modelo aplicado.				4		
9	¿Qué otros elementos considero que deberían adicionarse o modificarse en caso de tropicalizar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo a la industria donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Tomar el feedback del participante para modificar y adaptar el modelo.				4		
10	Conociendo que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Que acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Saber la percepción que tiene la empresa de sus competidores en cuanto a los niveles de transparencia establecidos por el modelo.				4		
11	¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria? Objetivo de la pregunta: Conocer el grado de valoración que le da la industria frente a la transparencia.				4		
12	¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa? Objetivo de la pregunta: Cuáles son las limitantes que tiene la empresa para mostrar su información.				4		

Figura J 1. Validación por Experto I

Nombre del colaborador:		Kelly Rojas				
N°	Pregunta para entrevista	Validación del profesor				
		Inapropiada (1)	Difícil (2)	Regular (3)	Bastante (4)	Excelente (5)
1	¿Cómo definió usted la transparencia corporativa? Objetivo de la pregunta: Saber el origen y contexto del concepto de transparencia corporativa de parte de los participantes.				4	
2	¿Si tuviera que calificar a la empresa a donde trabajó (del 1 al 100) en temas de transparencia, ¿qué puntaje le pondría? Objetivo de la pregunta: Investigación del cumplimiento de transparencia del participante.				4	
3	¿Considera usted que la transparencia corporativa incide en la rentabilidad de la empresa? Objetivo de la pregunta: Investigar si el puntaje que se otorga a la aplicación de transparencia como estrategia por la empresa, se diferencia de otros factores como rentabilidad de la empresa, capitalización, calidad de gestión, entre otros.				4	
4	¿Considera usted que el rol de transparencia corporativa más documentado? Objetivo de la pregunta: Tener los ventajas y desventajas que el participante considere.				4	
5	En su opinión, ¿cómo analiza de manera la transparencia corporativa, motivo por el cual le presentamos un modelo estructurado por los investigadores Guzmán, Biquino y Lizaso Rodríguez. La presente información es el resultado de la investigación realizada en la empresa que trabaja. Objetivo de la pregunta: Comparación del cuestionario con respecto a la aplicación de un instrumento de medición.		2			
6	Según la encuesta "Tercer sector Corporativo" en algún ejemplo de aplicación de la encuesta en el modelo de medición M3 (3), ¿está de acuerdo con la valoración? Si No, porque:			3		
7	Según la encuesta "Industria y Comercio" ¿cómo se relaciona el rol de la empresa ejemplo con el rol de la encuesta en el modelo de medición M2 (2), ¿está de acuerdo con la valoración? Si No, porque:			3		
8	Según la encuesta "Tercer sector Corporativo" ¿cómo se relaciona el rol de la encuesta en el modelo de medición M1 (1), ¿está de acuerdo con la valoración? Si No, porque:			3		
9	¿Qué otros elementos considera que deben adicionarse o modificarse para indicar de acuerdo a la encuesta en el tiempo? Objetivo de la pregunta: Tener el feedback del participante para modificar e adaptar el modelo.			3		
10	Considerando que el propósito de empresas de la tercera industria es tener un mayor nivel de rentabilidad (objetivos) que que deba tener la empresa donde trabaja. Objetivo de la pregunta: Saber la percepción que tiene la empresa de los indicadores de acuerdo a los niveles de transparencia y rentabilidad para el modelo.				4	
11	¿Cuál es el rol de la encuesta que le otorga a la transparencia corporativa en la industria mencionada? Objetivo de la pregunta: Conocer el grado de importancia que le otorga el tema de la encuesta a la transparencia.				4	
12	¿Cuáles creen usted que serán las consecuencias de aplicar este instrumento? Objetivo de la pregunta: Conocer sus las limitaciones que tiene la encuesta para aplicar en el modelo.				4	

Nombre del profesor Kelly Rojas

Figura J 2. Validación por Experto II

Nombre del colaborador:

Carlos Merino

Nº	Preguntas para entrevista	Valoración del profesor:				
		Inaceptable (1)	Deficiente (2)	Bastante (3)	Bueno (4)	Excelente (5)
1	¿Cómo definiría usted la transparencia corporativa? <i>es el grado de apertura de la información de la empresa</i> Objetivo de la pregunta: Saber el entendimiento del concepto de transparencia corporativa de parte de los participantes.					✓
2	Si tuviera que calificar a la empresa donde trabaja del 1 al 100 en términos de transparencia, ¿qué puntaje le pondría? Objetivo de la pregunta: Percepción del cumplimiento de transparencia del participante. ¿La transparencia corporativa, en los tres últimos años, ha generado seriedad para la empresa? (si es sí, cómo lo ha hecho)?				✓	
3	Objetivo de la pregunta: Entender si el participante considera la aplicación de transparencia como una ventaja para la empresa, en términos de ventas (fidelización), valoración de la marca, reputación, reducción de costos, entre otros.				✓	
4	¿Qué experiencias ha vivido en _____ (este año, estos dos años, etc.) en que la falta de transparencia de la empresa ha traído desventajas? ¿qué ha pasado? ¿cuáles han sido las desventajas? ¿por qué? Objetivo de la pregunta: Entender las ventajas y desventajas que el participante considera.				✓	
5	En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa (sector privado), motivo por el cual le presentamos un modelo propuesto por dos investigadores Guadalupe Brano y Luzmila Rodríguez. El presente documento es el resultado de la investigación de la empresa donde trabaja (se muestra evaluación). Objetivo de la pregunta: Percepción del entrevistado con respecto a la aplicación de un instrumento de medición.					✓
6	Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan? Objetivo de la pregunta: Percepción del entrevistado con respecto a la aplicación de un instrumento de medición.					✓
7	Del modelo mostrado, según la categoría "Información Corporativa" su empresa cumple con 17.95% de lo propuesto que es 34.1%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No porque: Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Corporativa del Modelo aplicado.					✓
8	Del modelo mostrado, según la categoría "Información Financiera/Relación con inversionistas" su empresa cumple con 17.11% de lo propuesto que es 25%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No porque: Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Financiera/Relación con inversionistas del modelo aplicado.					✓
9	Del modelo mostrado, según la categoría "Gobierno Corporativo" su empresa cumple con 12.19% de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No porque: Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría gobierno corporativo del modelo aplicado.					✓
10	¿Qué otros elementos considera que deberían adicionarse o modificarse en caso de tipologizar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo a la industria donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Tomar el feedback del participante para modificar y adaptar el modelo. Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tienen una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Saber la percepción que tiene la empresa de sus competidores en cuanto a los niveles de transparencia establecidos por el modelo.					✓
11	¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria? Objetivo de la pregunta: Conocer el grado de valoración que le da la industria frente a la transparencia.					✓
12	¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa? Objetivo de la pregunta: Conocer con los limitantes que tiene la empresa para mostrar su información.					✓

Figura J 3. Validación por Experto III

Nombre del colaborador:

Luciano Barcellos

Nº	Pregunta para entrevista	Valoración del profesor				
		Inconveniente (1)	Difícil (2)	Regular (3)	Bueno (4)	Excelente (5)
1	¿Cero de falta es la transparencia corporativa? Objetivo de la pregunta: Saber en qué medida existe el concepto de transparencia corporativa entre los participantes.					X
2	Si tuviera que calificar a la empresa desde trabajo del 1 al 100 en temas de transparencia, ¿qué puntaje le pondría? Objetivo de la pregunta: Percepción del cumplimiento de transparencia del participante.					X
3	¿Considera usted que la transparencia corporativa es parte de la rentabilidad de la empresa? Objetivo de la pregunta: Saber si el participante considera si aplicar el trabajo que le como un trabajo para la empresa, el término de rentabilidad, satisfacción de la marca, reputación, así como de otros, entre otros.					X
4	¿Considera usted que a falta de transparencia corporativa con, divergencia? Objetivo de la pregunta: Entender las ventajas y desventajas que el participante considera.					X
5	De el Perú, se acordó un índice de medición de transparencia corporativa, entre por el cual se presentará un modelo propuesto por dos investigadores. ¿Cuál fue el caso? ¿Cual es el objetivo de la encuesta? ¿El modelo de la transparencia es el de la empresa que trabaja? Objetivo de la pregunta: Percepción del nivel de conocimiento respecto a la aplicación de un instrumento de medición.					X
6	Según la encuesta "Información Corporativa" en su ejemplo con el 70% de respuesta en el modelo de medición 50-15%, ¿Está de acuerdo con la información? Si No, porque _____ Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Corporativa del Modelo aplicado.					X
7	Según la encuesta "Información Corporativa" en su ejemplo con el 70% de respuesta en el modelo de medición 20%, ¿Está de acuerdo con la valoración? Si No, porque _____ Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Información Financiera del Modelo con respecto de modelo aplicado.					X
8	Según la encuesta "Gobierno Corporativo" en su ejemplo con el 70% de respuesta en el modelo de medición 40%, ¿Está de acuerdo con la información? Si No, porque _____ Objetivo de la pregunta: Saber la percepción del participante con respecto a los ítems de la categoría Gobierno corporativo del modelo aplicado.					X
9	¿Que otros elementos considero que debería adicionarse a este instrumento, además de acuerdo a la industria donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Generar el feedback del participante para mejorar y adaptar el modelo.					X
10	Considera usted que el presente de empresa de la misma industria genera una mejor calificación de valores éticos? ¿Que acciones son que diferencian a la empresa donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Saber si el participante que genera la empresa de sus competencias, en cuanto a los niveles de transparencia establecidos por el modelo.					X
11	¿Cuál es la importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria donde trabaja? Objetivo de la pregunta: Conocer el grado de valoración que le da la industria frente a la transparencia.					X
12	¿Cuáles son los retos que enfrenta la industria en materia de transparencia? Objetivo de la pregunta: Conocer los desafíos que enfrenta la industria que enfrenta en la actualidad.					X

Nombre del profesor: Luciano Barcellos De Paula

Figura J 4. Validación por Experto VI.

Apéndice K: Guía de Entrevista

Buenos días, somos los estudiantes Marco Cardoso, Rosario Mejía, Percy Pardo y Roxana Velarde, de la escuela de negocios CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú y en esta oportunidad venimos a realizar una entrevista con la finalidad de recabar información para la elaboración de nuestra tesis que trata sobre “Transparencia Corporativa en la Industria Inmobiliaria”.

Antes de proseguir con la entrevista, le presentaré el formato de consentimiento informado para que la revise y si usted está de acuerdo, la firme.

1. Datos del entrevistado:

- a. Empresa:
- b. Fecha:
- c. Nombre del investigador:
- d. Nombre del entrevistado:
- e. Cargo:

2. ¿Cómo definiría usted la transparencia corporativa?

Respuesta de parte del entrevistado.

3. ¿Si tendría que calificar a su empresa del 1 al 100 en tema de transparencia, qué puntaje le pondría?

Respuesta de parte del entrevistado.

4. La transparencia corporativa, en los últimos años, ¿ha generado rentabilidad para su empresa? ¿Y si es así, de qué forma lo ha hecho?

Respuesta de parte del entrevistado.

5. ¿Qué experiencias ha vivido en este año o en los dos últimos años en qué la falta de transparencia de la empresa haya traído desventajas? ¿Qué fue lo que ha pasado? ¿Cuáles han sido las desventajas y por qué?

Respuesta de parte del entrevistado.

6. Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan? Si por ejemplo o sea ellos piden que esta información sea mostrada, es decir, la web, en español y en inglés en el caso de Los Portales sólo lo muestra en español.

Respuesta de parte del entrevistado.

7. Del modelo mostrado en la categoría de información corporativa la empresa cumple con un 17.05% de lo que se propone que es un 34.1 %. ¿Está de acuerdo con esa valoración? Y ¿Por qué?

Respuesta de parte del entrevistado.

8. Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera” su empresa cumple con 17% de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿por qué?

Respuesta de parte del entrevistado.

9. Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 12.19% de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿por qué?

Respuesta de parte del entrevistado.

10. ¿Qué otros elementos consideran que debería adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo con la industria en donde trabaja?

Respuesta de parte del entrevistado.

11. Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?

Respuesta de parte del entrevistado.

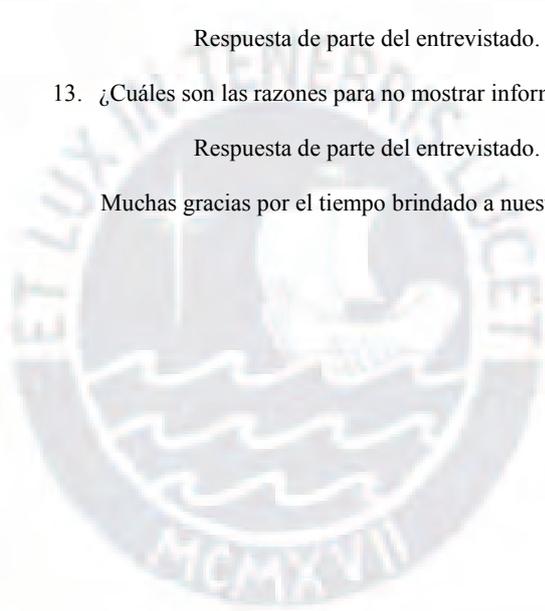
12. ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?

Respuesta de parte del entrevistado.

13. ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?

Respuesta de parte del entrevistado.

Muchas gracias por el tiempo brindado a nuestra investigación.



Apéndice L: Cartas de Presentación



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

ALTOZANO DESARROLLO Y CONSTRUCCIÓN S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirla la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema “**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**”, para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 1. Consentimiento informado de Altolozano Desarrollo y Construcción S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
BESCO S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema “**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**”, para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 2. Consentimiento informado de BESCO S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
CLASEM S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 3. Consentimiento informado de CLASEM S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

CONSTRUCTORA GALILEA S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 4. Consentimiento informado de Constructora Galilea S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

CONSTRUCTORA POZO Y SALINAS S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 5. Consentimiento informado de Constructora Pozo y Salinas S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
CORPORACIÓN COINSA S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 6. Consentimiento informado de Corporación Coinsa S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

**COSAPI INMOBILIARIA & GRUPO LAR DESARROLLOS INMOBILIARIOS
S.A.C.**

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
Rosario Angélica, Mejía Chávez	42771628
Marco Antonio, Cardoso Ortíz	43750668
Percy Angel, Pardo Zapata	70032877
Roxana Paola, Velarde Surichaqui	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 7. Consentimiento informado de api Inmobiliaria & Grupo LAR desarrollos inmobiliarios S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
D&D
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 8. Consentimiento informado de D&D.



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

DESARROLLO DE PROYECTOS INMOBILIARIOS S.A.C. (DPI)

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 9. Consentimiento informado de Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios S.A.C. (DPI)



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

CONSORCIO DHMONT & CG & M SAC.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema “**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**”; para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 10. Consentimiento informado de Consorcio Dhmont & CG & M SAC.



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

INMOBILIARIA DERRAMA MAGISTERIAL (DM)

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema “**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**”; para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 11. Consentimiento informado de Inmobiliaria Derrama Magisterial (DM).



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
INMOBILIARIA GARDEN CITY S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 12. Consentimiento informado de Inmobiliaria Garden City S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
INMOBILIARIA RUTTINI S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema **“TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA”**, para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichahui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 13. Consentimiento informado de Inmobiliaria Rittini S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

LOS CORALES PROMOTORA Y CONSTRUCTORA S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortíz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 14. Consentimiento informado de Los Corales Promotora y Constructora S.A.C.



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

LOS PORTALES S.A.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema “**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**”, para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 15. Consentimiento informado de Los Portales S.A.



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

MC PROMOTORES Y CONSTRUCORES S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 16. Consentimiento informado de MC promotores y Constructores S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

MEZYMOL INVERSIONES S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema “**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**”, para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 17. Consentimiento informado de Mezymol Inversiones S.A.C



Surco, lunes, 13 de agosto de 2018

Señores
PAZ CENTENARIO S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.



Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 18. Consentimiento informado de Paz Centenario S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores

FT CONSTRUCTORES S.A.C.

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
Director

Figura L 19. Consentimiento informado de Altolozano Desarrollo y Construcción S.A.C



Surco, viernes, 10 de agosto de 2018

Señores
VIVA GYM
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de CENTRUM Católica, Graduate Business School de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste Programa viene desarrollando su tesis con el tema "**TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN UNA DETERMINADA INDUSTRIA**", para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
<i>Rosario Angélica, Mejía Chávez</i>	42771628
<i>Marco Antonio, Cardoso Ortiz</i>	43750668
<i>Percy Angel, Pardo Zapata</i>	70032877
<i>Roxana Paola, Velarde Surichaqui</i>	42363455

Asimismo, manifestarles que el manejo de la información que podrán proporcionar a los alumnos descritos será manejado exclusivamente para uso académico.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Luis Del Carpio Castro
 Director

Figura L 20. Consentimiento informado de Altolozano Desarrollo y Construcción S.A.C

Apéndice M: Protocolo del Caso

A) Generalidades

A1) Objetivos del estudio y preguntas de investigación.

B) Procedimiento de campo

B1) Carta de presentación para entrevista.

B2) Carta de consentimiento del entrevistado.

B3) Evaluación de la empresa.

B4) Equipo de grabación de audio.

C) Preguntas del caso

C1) Guía de la entrevista.

D) Reporte del caso

D1) Formato de notas de entrevista.

D2) Formato de consentimiento firmado por el entrevistado.

D3) Audios obtenidos durante la entrevista.

D5) Transcripción de la entrevista.

Apéndice N: Evaluación de las Empresas

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Altosano Desarrollo y Construcción S.A.C
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		0
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		1
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		12.18%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cotiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
	100%	12.18%	

Figura N 1. Transparencia Corporativa de Altosano Desarrollo y Construcción S.A.C.

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Besco S.A.C
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		1
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		17.05%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	17.05%

Figura N 2. Transparencia Corporativa de Besco S.A.C.

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Clasem S.A.C
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		0
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		7.31%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		1
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		2.44%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	9.75%

Figura N 3. Transparencia Corporativa de Clasem S.A.C

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	CONSTRUCTORA GALILEA S.A.C.
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		7.31%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	7.31%

Figura N 4. Transparencia Constructora Galilea S.A.C

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Constructora Pozo y Salinas
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		9.74%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	9.74%

Figura N 5. Transparencia Corporativa de Constructora Pozo y Salinas

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Corporación COINSA
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		1
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		1
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		1
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		1
		24.36%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cotiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
	100%	24.36%	

Figura N 6. Transparencia Corporativa de Corporación COINSA

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Cosapi Inmobiliaria
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		1
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		1
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		1
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		1
		24.36%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	1
	2 Informes trimestrales		1
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		1
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		1
	5 Servicios e información para los inversores		1
	6 Presentaciones corporativas		1
	7 Información bursátil		1
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		1
		19.56%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	1
	2 Políticas de gobierno corporativo		1
	3 Informes de gobierno corporativo		1
	4 Asamblea de accionistas		1
	5 Composición del consejo de administración		1
	6 Compensación del consejo de administración		1
	7 Comités de apoyo (auditoría)		1
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		1
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		1
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		1
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		1
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		1
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		1
		31.71%	
	100%	75.62%	

Figura N 7. Transparencia Corporativa de Cosapi Inmobiliaria

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	D&D Construcciones
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		1
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		12.18%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	12.18%

Figura N 8. Transparencia Corporativa de D&D Construcciones

Modelo de medición transparencia Corporativa			Desarrollo de proyectos inmobiliarios S.A.C (DPI)
Categoría	Atributo a analizar	%	
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		14.61%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
	100%	14.61%	

Figura N 9. Transparencia Corporativa de Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios S.A.C

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Consortio DHMONT
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
			9.74%
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		1
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cotiza		0
			2.44%
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
			0.00%
		100%	12.19%

Figura N 10. Transparencia Corporativa de Consortio DHMONT

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	FT Constructores S.A.C
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		0
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		0
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		0
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		0.00%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	0.00%

Figura N 11. Transparencia Corporativa de FT Constructores S.A.C

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Inmobiliaria Derrama Magisterial
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		1
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		14.61%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		1
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		2.44%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		1
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		2.44%	
	100%	19.50%	

Figura N 12. Transparencia Corporativa de Inmobiliaria Derrama Magisterial

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Inmobiliaria Garden City
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		0
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		0
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		0
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		0.00%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	0.00%

Figura N 13. Transparencia Corporativa de Inmobiliaria Garden City

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Inmobiliaria Ruttini S.A.C
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		0
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		4.87%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	4.87%

Figura N 14. Transparencia Corporativa de Inmobiliaria Ruttini S.A.C

Modelo de medición transparencia Corporativa			Los Corales Promotora y Constructora S.A.C
Categoría	Atributo a analizar	%	
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		0
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		0
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		2.44%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, ZOF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
	100%	2.44%	

Figura N 15. Transparencia Corporativa de Los Corales Promotora y Constructora y S.A.C

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Los Portales S.A
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		1
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		17.05%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	1
	2 Informes trimestrales		1
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		1
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		1
	6 Presentaciones corporativas		1
	7 Información bursátil		1
	8 Eventos relevantes/noticias		1
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		17.11%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		1
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		1
	13 Composición accionarial		1
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		1
	18 Factores de riesgo		1
		12.19%	
		100%	46.36%

Figura N 16. Transparencia Corporativa de Los Portales S.A.

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	MC Promotores y Constructores
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		0
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		0
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		0
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		0.00%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	0.00%

Figura N 17. Transparencia Corporativa de MC Promotores y Constructores

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	Mezymol Inversiones
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	34%	0
	2 Perfil corporativo		0
	3 Estrategia		0
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		0
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		0
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		0
	11 Contactos/Mapa del sitio		0
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		0
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		0
		0.00%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	0
	2 Informes trimestrales		0
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		0
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		0
	6 Presentaciones corporativas		0
	7 Información bursátil		0
	8 Eventos relevantes/noticias		0
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		0.00%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		0
	3 Informes de gobierno corporativo		0
	4 Asamblea de accionistas		0
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		0
	13 Composición accionarial		0
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		0
	18 Factores de riesgo		0
		0.00%	
		100%	0.00%

Figura N 18. Transparencia Corporativa de Mezymol Inversiones

Modelo de medición transparencia Corporativa			
Categoría	Atributo a analizar	%	PAZ CENTENARIO
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	1
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		0
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		1
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		1
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		1
		24.36%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	1
	2 Informes trimestrales		1
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		1
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		1
	6 Presentaciones corporativas		1
	7 Información bursátil		1
	8 Eventos relevantes/noticias		1
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		0
		17.11%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	0
	2 Políticas de gobierno corporativo		1
	3 Informes de gobierno corporativo		1
	4 Asamblea de accionistas		1
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		0
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		0
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		0
	12 Equipo directivo		1
	13 Composición accionarial		1
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		0
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		1
	18 Factores de riesgo		1
		17.07%	
		100%	58.54%

Figura N 19. Transparencia Corporativa de Paz Centenario

Modelo de medición transparencia Corporativa			Empresas
Categoría	Atributo a analizar	%	Viva GyM S.A.
Información Corporativa	1 Sitio web en inglés /castellano	34%	1
	2 Perfil corporativo		1
	3 Estrategia		1
	4 Productos/Servicios/Negocio/Marcos		1
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias		1
	6 Información sobre clientes		0
	7 Proveedores		1
	8 Calidad		0
	9 Innovación/tecnología		0
	10 Comunidad/Medio ambiente		1
	11 Contactos/Mapa del sitio		1
	12 Recursos humanos		0
	13 Sala de prensa		1
	14 Responsabilidad social y sustentabilidad		1
		24.36%	
Información Financiera/ Relación con inversionistas	1 Informe anual	22%	1
	2 Informes trimestrales		1
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros		1
	4 Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)		0
	5 Servicios e información para los inversores		1
	6 Presentaciones corporativas		1
	7 Información bursátil		1
	8 Eventos relevantes/noticias		1
	9 Bolsas de valores internacionales en las que cótiza		1
		19.56%	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	44%	1
	2 Políticas de gobierno corporativo		1
	3 Informes de gobierno corporativo		1
	4 Asamblea de accionistas		1
	5 Composición del consejo de administración		0
	6 Compensación del consejo de administración		0
	7 Comités de apoyo (auditoría)		1
	8 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)		1
	9 Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones)		0
	10 Comités de apoyo (planeación y finanzas)		0
	11 Comités de apoyo (otros)		1
	12 Equipo directivo		1
	13 Composición accionarial		1
	14 Estatus sociales		0
	15 Derechos de los accionistas minoritarios		0
	16 Política de distribución de dividendos		1
	17 Ofertas públicas de adquisiciones		1
	18 Factores de riesgo		1
		29.27%	
		100%	73.18%

Figura N 20. Transparencia Corporativa de Viva GyM S.A.

Apéndice O: Notas de Entrevistas

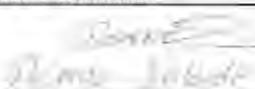
Empresa	Los Portales
Nombre del Participante	Ernesto Stowers

Formato de notas de entrevistas con expertos
Notas de entrevista con expertos
Información General

Fecha	29 de agosto de 2018
Hora de inicio	16:00 p.m.
Hora de fin	16:50 p.m.
Lugar de la entrevista	Ofina de Gerencia legal
Nombre	Ernesto Stowers
Organización a la que pertenece	Los Portales S.A.
Dirección	Mariscal La Mar 991 Magdalena del Mar
Teléfono	211-4466
Correo electrónico	estowers@losportales.com.pe
Principales temas conversados	La empresa desde que inicio sus operaciones en el mercado de valores aproximadamente hace 5 años, se ha visto obligada a presentar la mayor cantidad de información corporativa y financiera, esto ha hecho que la empresa de buena señal en el mercado y que los inversionistas sean más proclives a la hora de tomar la decisión de invertir. No se ha tenido felizmente casos de falta de transparencia, dado que desde que la empresa ha incursionado en el mercado de valores es supervisada por la Superintendencia de Mercado de Valores.
Firma del investigador	

Empresa	Los Portales
Nombre del Participante	Javier Vildósola

Formulario de notas de entrevistas con expertos
Notas de entrevista con expertos
Información General

Fecha	29 de agosto de 2018
Hora de inicio	11:00 a. m.
Hora de fin	11:30 a. m.
Lugar de la entrevista	Ofina de Gerencia de Financiamiento
Nombre	Javier Vildósola
Organización a la que pertenece	Los Portales S.A
Dirección	Mariscal La Mar 991 Magdalena del Mar
Teléfono	211-4466
Correo electrónico	evildosola@losportales.com.pe
Principales temas conversados	Brindar mayor información a los inversionistas les genera confianza, por lo tanto la empresa puede bajar las tasa de interés en sus negociaciones. Mostrar información financiera y que entidades especializadas citan una nota a la empresa, muestra el riesgo real y la hacen más transparente ante los inversionistas.
Firma del investigador	

Empresa	Los Portales
Nombre del Participante	Mónica Sifuentes

Formato de notas de entrevistas con expertos
Notas de entrevista con expertos
Información General

Fecha	06 de setiembre de 2018
Hora de inicio	18:00 p.m.
Hora de fin	18:30 p.m.
Lugar de la entrevista	Ofina de Gerencia de Auditoria
Nombre	Mónica Sifuentes
Organización a la que pertenece	Los Portales S.A
Dirección	Mariscal La Mar 991 Magdalena del Mar
Teléfono	211-4466
Correo electrónico	msifuentes@losportales.com.pe
Principales temas conversados	<p>A Los Portales S.A aún le falta implementar procedimientos de Gestión que vayan ligadas a mejorar el buen gobierno Corporativo, dado que es una empresa relativamente joven y que ha crecido muy rápido preocupándose por crecer en ventas y no tanto en la gestión interna propia de la empresa, por ello se está trabajando en la parte que en un inicio ha descuidado. LPSA ya está teniendo iniciativas y las está difundiendo en toda la empresa en cuanto a temas de beneficio social en el desarrollo de Los Ludoparques que trabaja en las zonas donde desarrollan proyectos.</p> <p>La empresa está siendo cada vez más transparente por necesidad que por una propia iniciativa, pues así como lo hizo con los inversionistas, también se deben preocupar en mejorar la forma de mostrar información de interés al público y no esperar que se vuelva una necesidad.</p>
Firma del investigador	

Empresa	Viva GyM
Nombre del Participante	Fernando Cuba

Formato de notas de entrevistas con expertos
Notas de entrevista con expertos
Información General

Fecha	20 de setiembre de 2018
Hora de inicio	15:00 p.m.
Hora de fin	15:30 p.m.
Lugar de la entrevista	Oficina de Ventas
Nombre	Fernando Cuba
Organización a la que pertenece	Viva GYM S.A.
Dirección	Av. Petit Thouars 4957, Miraflores 15046
Teléfono	206-7206
Correo electrónico	fernando.cuba@gym.com.pe
Principales temas conversados	VIVA GyM, la empresa del Grupo Graña y Montero, dedicada a la promoción y gerenciamiento de proyectos inmobiliarios. Los temas tratados, fueron la transparencia en el sector, la revisión del modelo propuesto y las sugerencias para poder adaptarlo a la industria.
Firma del investigador	

Empresa	Joceline Romero
Nombre del Participante	Cosapi

Formato de notas de entrevistas con expertos
Notas de entrevista con expertos
Información General

Fecha	22 de agosto de 2018
Hora de inicio	12:00 p. m.
Hora de fin	12:40 p. m.
Lugar de la entrevista	Sala de Reuniones
Nombre	Joceline Romero
Organización a la que pertenece	Cosapi Inmobiliaria S.A.
Dirección	Av. República de Colombia Nro. 791
Teléfono	211-3500
Correo electrónico	jromero@cosapi.com.pe
Principales temas conversados	Cosapi Inmobiliaria es la empresa subsidiaria de Cosapi S.A. dedicada al desarrollo y construcción de bienes inmuebles principalmente destinados a la vivienda. Los temas tratados fueron la transparencia en el sector, la revisión del modelo propuesto y las sugerencias para poder adaptarlo a la industria.
Firma del investigador	

Empresa	DH Mont
Nombre del Participante	Marco Puga

Formato de notas de entrevistas con expertos
Notas de entrevista con expertos
Información General

Fecha	20 de septiembre de 2018
Hora de inicio	5:00 p. m.
Hora de fin	12:35 p. m.
Lugar de la entrevista	Sala de Reuniones
Nombre	Marco Puga
Organización a la que pertenece	Consortio DHMont & CG & M SAC
Dirección	Av. Angamos Este Nro. 1648 Dpto. 405, Surquillo
Teléfono	(511) 444 1515
Correo electrónico	mpuga@consorciodhmont.com
Principales temas conversados	Conocer la percepción del tema de transparencia para la industria, presentación del modelo de los investigadores Briano y Rodríguez y sugerencias para acoplar el modelo español a uno peruano.
Firma del investigador	

Empresa	D&D Constructores S.A.C
Nombre del Participante	Albert Yáñez
<p>Formato de notas de entrevistas con expertos Notas de entrevista con expertos Información General</p>	
Fecha	02 de octubre de 2018
Hora de inicio	11:00 a. m.
Hora de fin	11:30 a. m.
Lugar de la entrevista	Ofina de Gerencia Comercial en Sala de Ventas
Nombre	Albert Yáñez
Organización a la que pertenece	D&D Constructores S.A.C.
Dirección	Calle Jacintos 101 - San Isidro - Ica - Ica - Ica
Teléfono	056 232 077
Correo electrónico	ayañez@dvd.com.pe
Principales temas conversados	<p>La empresa D&D Constructores S.A.C. con nombre comercial D&D Inmobiliaria, es una empresa inmobiliaria Iqueña que inició sus operaciones a finales del 2009 en la ciudad de Ica a consecuencia del sismo ocurrido en el 2007 y tiene como actividades principales la construcción y venta de proyectos inmobiliarios, y desde el inicio de sus operaciones han demostrado predisposición en mostrar información a solicitud, mostrándose abiertos a ser una empresa transparente referente en el sector. Adicionalmente se manifestó haber tenido inconvenientes con la falta de aplicación de transparencia en algún momento de su historia con un proyecto ambicioso que tienen.</p>
Firma del investigador	

Apéndice P: Consentimientos Informados

Empresa	Los Portales
Nombre del Participante	Ernesto Stowers
<p style="text-align: center;">Apéndice A: Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Pontificia Universidad Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula "La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria". Los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generen cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p>	

SÍ... (Si/No) aceptó participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaqui con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lazaro Rodriguez.

También he sido informado (a) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

Ernesto Stowes Pérez

Nombre del Participante



Firma del Participante

29.08.2018

Fecha:

Rosario Angélica Mejía Chávez

Nombre del Investigador



Firma del Investigador

Fecha: 29.08.2018

Empresa	Viva GyM
Nombre del Participante	Fernando Cuba
<p style="text-align: center;">Apéndice A: Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula "La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria". Los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p>	

.....(Si/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaqui con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lazaro Rodriguez.

También he sido informado (a) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

Fernando...Lizoa

Nombre del Participante



Firma del Participante

Fecha: 20-07-18

Marco Antonio Cardoso

Nombre del Investigador



Firma del Investigador

Fecha: 20/07/18

Empresa	Los Portales
Nombre del Participante	Javier Vildósola
<p style="text-align: center;">Apéndice A: Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardozo Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo y Roxana Paola Velardo Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Pontificia Universidad Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula "La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria". Los objetivos de este estudio son: (a) identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p>	

.....(Si/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaquí con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lazaro Rodríguez.

También he sido informado (a) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

		
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha:
		
Nombre del Investigador	Firma del Investigador	Fecha:

Empresa	Cosapi
Nombre del Participante	Jocelyne Romero
<p style="text-align: center;">Apéndice A: Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Paído y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula "La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria". Los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lazaro Rodriguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p>	

..... (Si/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichiquí con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.

También he sido informado (a) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

Jocelyne Romero

Nombre del Participante



Firma del Participante

Fecha: 22-08-18

Marco Antonio Cardoso

Nombre del Investigador



Firma del Investigador

Fecha: 22/08/18

Empresa	DH Mont
Nombre del Participante	Marco Puga
<p style="text-align: center;">Apéndice A: Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Perdo y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Pontificia Universidad Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula "La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria". Los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p>	

..... (Sí/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación.

conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Perey Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaquí con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lazaro Rodríguez.

También he sido informado (a) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

..... Nombre del Participante Firma del Participante Fecha
..... Nombre del Investigador Firma del Investigador Fecha
..... Nombre del Investigador Firma del Investigador Fecha

Empresa	Los Portales
Nombre del Participante	Mónica Sifuentes
<p style="text-align: center;">Apéndice A: Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Pontificia Universidad Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula "La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria". Los objetivos de este estudio son: (a) identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p>	

.....(Si/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaqui con su asesor Luciano Barcellos de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lazaro Rodriguez.

También he sido informado (a) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

Manu Ayarces

Nombre del Participante

Firma del Participante

01/09/2015

Fecha:

Roxana Velarde

Nombre del Investigador

Firma del Investigador

Fecha:

01/09/2015

Empresa	D&D Constructores S.A.C.
Nombre del Participante	Albert Yáñez
<p style="text-align: center;">Consentimiento Informado</p> <p>El propósito de este documento es obtener su consentimiento para poder grabar la entrevista y posteriormente analizar la información a profundidad.</p> <p>La presente investigación es conducida por:</p> <p>Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y Roxana Paola Velarde Surichaqui, alumnos de la escuela de negocios CENTRUM Católica del Perú, la cual será empleada para su trabajo de tesis que titula “La transparencia corporativa en la industria inmobiliaria”. Los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y (c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.</p> <p>Si aprueba su participación en el presente estudio, se le solicitará responder algunas preguntas, empleando aproximadamente treinta minutos de su tiempo. La conversación durante la sesión se grabará, de tal forma que el investigador pueda transcribir después las ideas expresadas.</p> <p>La participación es estrictamente voluntaria y la información que se recoja será empleada de manera confidencial y se usará con el único propósito académico de la presente investigación.</p> <p>En caso de tener alguna duda o consulta sobre el cuestionario, puede realizar las preguntas en cualquier instante durante su participación. Asimismo, queda a su voluntad el dejar de participar o retirarse en cualquier momento sin verse perjudicado en ninguna forma. Si algunas de las preguntas le generan cierta incomodidad, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. Desde ya estamos agradecidos con su participación.</p> <p>.....(Si/No) acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Marco Antonio Cardoso Ortiz, Rosario Angélica Mejía Chávez, Percy Ángel Pardo Zapata y</p>	

Roxana Paola Velarde Surichaqui con su asesor Luciano Barcellós de Paula. He sido informado (a) de que los objetivos de este estudio son: (a) Identificar el índice de transparencia corporativa, (b) medir el nivel de transparencia y c) tropicalizar el modelo propuesto por los investigadores Guadalupe del Carmen Briano y Lázaro Rodríguez.

También he sido informado (b) que tendré que responder un cuestionario en la entrevista, en las cuales se tratará el tema de la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria, que tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. Además, reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y solo será utilizada para fines de este estudio.

Entiendo que se me emitirá una copia de esta ficha de consentimiento, y que puedo pedir información sobre los resultados de la investigación cuando esta haya culminado.

ALBERTO YANIEL MORALES

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha: 02/09/18

Roxa A. Pardo Z

Nombre del Investigador

Firma del Investigador

Fecha: 02/09/18

Apéndice Q: Entrevistas Transcritas

Empresa	Los Portales S.A.
Fecha	29 de agosto de 2018
Nombre del investigador	Roxana Velarde
Nombre del entrevistado	Ernesto Stowers
Cargo	Gerente Legal
Código de entrevistado	001
<p>Investigador: Buenas tardes Dr. Ernesto, como le estaba comentando soy alumna del MBA de CENTRUM católica y estamos haciendo un trabajo de investigación para nuestra tesis sobre transparencia corporativa en el sector inmobiliario, para ello le voy a hacer unas preguntas que tienen como objetivo identificar un modelo de índice de transparencia corporativa en el sector inmobiliario.</p>	
<p>1) Investigador: ¿cómo definiría usted la transparencia corporativa?</p>	
<p>001: Como definiría la transparencia corporativa, haber, lo definiría como la obligación que tienen las empresas de proporcionar información al público que el tener digamos que el público tenga acceso a la información corporativa de la empresa, es decir, datos de accionistas, directores, representantes, misión, visión, política de buen gobierno corporativo y todo lo que me permite a mí tener acceso a las principales fuentes información de la empresa y que en base a eso yo puedo tomar una decisión totalmente advertida de sí invierto o no en esta empresa o si decido vincularme a la empresa o no.</p>	
<p>2) Investigador: ¿Si tendría que calificar a su empresa del 1 al 100 en tema de transparencia, qué puntaje le pondría?</p>	
<p>001: Del uno al cien. ¿Qué puntaje le daría? yo creo que le daría un noventa.</p>	
<p>3) Investigador: La transparencia corporativa, en los últimos años, ¿ha generado rentabilidad para su empresa? ¿Y si es así, de qué forma lo ha hecho?</p>	
<p>001: A ver yo creo que sí, en los últimos tres años, incluso los últimos cinco años hemos tenido participación en el mercado de valores, hemos emitido bonos privados, públicos, papeles comerciales, creo que definitivamente ser una empresa con buenas prácticas de gobierno corporativo y una empresa transparente en cuanto a su información ha hecho que demos una buena señal en el mercado y que los inversionistas sean muchos más proclives a invertir con nosotros, se les ha dado una sensación de seguridad.</p>	
<p>4) Investigador: ¿Qué experiencias ha vivido en este año o en los dos últimos años en qué la falta de transparencia de la empresa haya traído desventajas? ¿Qué fue lo que ha pasado? ¿Cuáles han sido las desventajas y por qué?</p>	
<p>001: Bueno felizmente yo diría que en los últimos años los portales ha estado muy enfocado en el cumplimiento de sus políticas de transparencia y en las políticas de buen gobierno corporativo entonces creo que, felizmente no hemos tenido experiencias negativas sino más bien positivas como te comentaba antes, yo lo que diría es que siento que la superintendencia del mercado de valores por ejemplo nos regula porque somos una empresa que cotiza en bolsa, a veces es un poco rígida en cuanto a la interpretación de las normas creo que eso juegan más en contra de las empresas que buscan incursionar en el mercado de valores creo que eso es lo que nos pone un poco de trabas que tenemos hoy en día, pero felizmente experiencias negativas en cuanto a transparencia no hemos tenido.</p>	
<p>Investigador: Como le indiqué, en Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa en el sector privado, motivo por el cual nosotros le presentamos un modelo propuesto por dos investigadores españoles que han sido documentados en esta investigación. El modelo considera un mínimo que debería requerir cada ítem.</p>	
<p>5) Investigador: Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan? Si por ejemplo o sea ellos piden que esta información sea mostrada, es decir, la web, en español y en inglés en el caso de Los Portales sólo lo muestra en español.</p>	
<p>001: Ah por eso es.</p>	
<p>Investigador: Si, no cumple, tendría que cumplir estrictamente con esos requisitos que ellos solicitan.</p>	
<p>001: Y tú me consultas si estoy de acuerdo con esta decisión.</p>	

Investigador: Sí, qué opina de estos ítems
001: Creo que estamos en un mundo globalizado en el que hoy por hoy no solamente invierte un socio local un socio de Latinoamérica sino que tienes que estar preparados para poder recibir inversionistas, socios inversionistas gente que quiera hacer una participación contigo quiere vincularse alguna manera contigo y que el que tu página este solamente en castellano definitivamente te limita a que ellos puedan acceder adecuadamente, es decir, en un mundo globalizado como el nuestro y una empresa del tamaño de Portales que yo creo que es una de las principales inmobiliarias del Perú, si debe tener un sitio web en inglés y en castellano como mínimo incluso hay otras que tienen otros idiomas adicionalmente al inglés y castellano, creo que hoy por hoy, insisto, en este mundo globalizado lo mínimo es en inglés y castellano, o sea que si me parece una desventaja
001: Perfil corporativo tiene, estrategias, productos, servicios, marco tiene presencia/cobertura subsidiarias información sobre clientes, ya pero cuando hablan de la información sobre clientes específicamente qué información trata la muestra.
Investigador: Información en general. Los menciona cómo van los clientes con los productos que han adquiridos, este índice mide las empresas de mayor participación de mercado que cotizan en bolsa, entonces son en realidad los clientes que tan satisfechos han estado.
001: Yo creo que lo que podrías sumarnos a nosotros, es dejar algún tipo de estadísticas o de ratios sobre clientes al sector socioeconómico donde se pertenece, rango de edades algo que te deje ver como poder adquisitivo digamos el segmento al que estas yendo efectivamente es tu mercado, es tu nicho. Cuál es el target de Portales, algo así. Creó que esa información si sumaría, si sumaría a mi como inversionista, me podría permitir saber dónde está llegando y cuál es la respuesta que has obtenido de esos clientes, si sumaría dar algún tipo de información de repente un histórico de cómo empezaste hace veinte años atrás estaba bien enfocados en un sector a y b y diría estamos mucho más enfocados en un c d, entonces, de repente algo estadísticas y algo de porcentajes si podría ayudar como para tener una mejor radiografía de la empresa no, yo creo que si sumaría. En cuanto a proveedores, bueno, te permitiría tener un mayor número de proveedores grandes o chicos, eso también te va a permitir conocer que tantas limitaciones tienes tú como empresa o si tienes unos proveedores únicos, a ver, por un tema de transparencia sí sería interesante, pero no sé si sería interesante, pero darle al mercado la información de mis proveedores de repente es una información que la empresa quisiera conservar como confidencial si podría sumar como transparencia, pero no sé si comercial estratégicamente pero yo lo pondría.
001: Calidad.
Investigador: Si cumple con alguna norma ISO.
001: Algo de ISO. Yo creo que definitivamente sumaría un tema de alguna ISO incluso podría poner en cuanto a estadística de satisfacción de cliente, pero si yo creo que tema de calidad si sumaría.
6) Investigador: Del modelo mostrado en la categoría de información corporativa la empresa cumple con un 17.05% de lo que se propone que es un 34.1 %. ¿Está de acuerdo con esa valoración? Y ¿Por qué?
001: A ver, innovación y tecnología tampoco hay, comunidad y medio ambiente, a ver creo que hoy en día en temas medioambientales son temas muy importantes y empresas grandes con buenas prácticas corporativas exigen hoy día que tu cumplas con normas medioambientales, yo creo que esto es muy importante en que debemos empezar a trabajar. Contacto, mapa del sitio qué es exactamente.
Investigador: Sí en la web se ubica de manera fácil con la dirección de los portales, o sea que está linkeado con el mapa.
001: ya. Y recursos humanos tenemos, responsabilidad social y sustentabilidad por ejemplo acá en responsabilidad social y sustentabilidad lo han calificado como cero, ¿Por qué?
Investigador: En la web lo que muestra es el tema del trabajo del ludo parque.
001: Correcto.
Investigador: Y ya entonces se tendría que indicar que tanto impacto ha tenido en los últimos años porque puede ser no responsabilidad social sino filantropía, entonces no es demostrado y temas de sustentabilidad no hay como en la competencia que si emiten informes de sustentabilidad.
001: Yo siento que estamos trabajando en un tema responsabilidad social el tema de ludo parques, siento que es responsabilidad social, pero coincido contigo en que de repente debería hacerse una medición distinta para que pueda verse totalmente como responsabilidad social. Entonces estamos a la mitad de camino. A ver, teniendo en cuenta temas de responsabilidad social, medio ambiente, no estoy de acuerdo con el 17% porque creo que

<p>algunos temas por ejemplo como proveedores, como información tecnológica, la innovación y tecnología no sé qué tan importantes sean, en mi mercado exactamente. Pero creo que responsabilidad social hoy por hoy es muy importante, medio ambiente es muy importante. Información sobre clientes, algo deberíamos tener en el sitio web, sí yo creo que podríamos estar en 20 pero sí de todas maneras, había un catorce por ciento que trabajar.</p>
<p>7) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera” su empresa cumple con 17% de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿por qué?</p>
<p>001: A ver informe anual tenemos, trimestrales tenemos, cifras e indicadores tenemos, a ver qué no tenemos, registros.</p>
<p>Investigador: En las cotizaciones en bolsa en mercados exteriores, de hecho, que no cotizamos en bolsa fuera, entonces yo creo que eso también es manejable.</p>
<p>001: Exactamente creo que eso también es manejable, con todo lo demás cumplimos y con bolsas de valores internacionales, no cotizo.</p>
<p>8) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 12.19% de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿por qué?</p>
<p>001: Siento que en esta estaríamos más sólidos y en la última estamos un poco lejos, código de ética y un código de ética regulaciones internas de conducta, por qué estamos en cero.</p>
<p>Investigador: Por qué no lo muestran, si bien es cierto debe tenerlo la empresa, pero sin embargo cuando uno va a la web, no lo encuentra, de repente es un tema de estrategia y prefiere mantenerlo reservado.</p>
<p>001: Interesante lo que me estás diciendo, código de ética tenemos, código de conducta tenemos, entonces este, ahora hay ahora todo un tema de compliance que surge en base a una norma que entró en vigencia a inicios de este año y que exige que las normas tengan unos manuales internos de cumplimiento normativo y esto va a estar muy vinculado al código de ética y esto se va a mejorar, definitivamente creo que es algo necesario por éticas y gobierno corporativo también tenemos pero tampoco se difunde, ahora a ver eso no es tan cierto así, porque tú todos los años publicas tus principios de buen gobierno corporativo y eso está colgado en la página web de la SMV, entonces si tú quisiera podrías tener acceso a nuestras políticas de Gobierno Corporativo, incluso ahí está la medición que es todo lo que acompaña la memoria, junto a la memoria están los principios de Gobierno Corporativo, y ahí se refleja todos nuestros principios si cumplimos con tener directorios independientes o no, si cumplimos con tener auditoría interna, están los principios de buen gobierno corporativo e incluso ahí tú haces una medición de cuál es tu cumplimiento de estos principios. Son los principios estándares.</p>
<p>Investigador: Si, se han identificado informes de gobierno, pero en políticas no, de repente si se tendría que hacer una revisión más exhaustiva ahí.</p>
<p>001: Sí porque o sea no sé si hay alguna diferencia entre políticas de un gobierno corporativo y principios de buen gobierno corporativo yo entendería que es lo mismo. Y si es así, yo ahí le daría el punto. Informes de Gobierno Corporativo. ¿Y aquí tienes asamblea de accionistas cuando hablas de asamblea de accionistas a que te refieres? Es más, deberían ser juntas de accionistas que asambleas. ¿Pero cuando te refieres a junta de accionistas te refieres a que no están a disposición?</p>
<p>Investigador: Si.</p>
<p>001: Ya, pero a ver, en temas de como nosotros, Portales es una empresa que cotiza en bolsa y que está regulada por la SMV y la BVL nosotros tenemos que informar como hecho de importancia todos los acuerdos que adopte la junta de accionistas o el directorio de la empresa y que sean relevantes para el mercado, por lo tanto digamos, si bien tú no tienes acceso a todas las juntas de accionistas, todas las que acuerden temas relevantes si están colgadas en la SMV, entonces ahí podría sacar parte de la información, o sea que cada vez que hay una junta y tocan temas relevantes se cuelgan el mismo día como hechos de importancia.</p>
<p>Investigador: Y tal vez ahí cambiarle el tema de asamblea de accionista como hechos de importancia.</p>
<p>001: Exactamente yo vincularía Junta de Accionistas con Hechos de Importancia que yo creo que eso también se ve. Composición del consejo de administración, dice composición y compensación, a ver en composición del Consejo de Administración, a ver cuando hablamos de Consejo de Administración nos estamos refiriendo al directorio o nos estamos refiriendo a la Gerencia y los apoderados.</p>
<p>Investigador: Estas abarcan en general o sea si existe algún consejo que pueda fiscalizar el trabajo de ellos.</p>
<p>001: A ver, porque composición del consejo de administración por eso digo si cuando hablan del consejo de administración se refieren al directorio. Directorio se informan todos los años. Digamos quienes son los directores de la empresa. En cuando la junta de directores, no la de accionistas se reúnen, marzo de cada año, y eso inmediatamente se informa como hecho de importancia, adicionalmente si tú quieres saber, por así decirlo, quienes son los administradores de la empresa que son directores, gerentes y apoderados en general, igual es</p>

información pública porque puedes acceder a ellos a través de la partida de la empresa en los Registros Públicos.
Investigador: Ya pero no existe un consejo, o sea por ejemplo en otros países si existe, un consejo que regula que también los fiscaliza, entonces no sé si debería existir acá en el sector privado, si no amerita podemos omitirlo.
001: Yo creería por ejemplo que no, como empresa como una sociedad anónima, tienes un directorio, particularmente tenemos un comité ejecutivo, más abajo tenemos las gerencias, la gerencia general, el comité ejecutivo y un directorio, y creo que estos son los órganos de administración de la empresa que se regula por la ley general de sociedades, y o creería que eso es suficiente y con lo que cumplimos. ¿Ahora cuando hablas de compensación te refieres a compensación económica?
Investigador: Acá era el tema de compensación, por quiénes está compuesto.
001: No, pero 5 es composición, pero 6 dice compensación.
Investigador: Ah acá era el tema de dividendos, si se debería mostrar el tema de cómo se distribuyen los dividendos.
001: A ver, nosotros informamos todos los años cuál ha sido la utilidad de la empresa y cuáles son los dividendos, esa nuevamente, es información pública, porque se cuelga en la SMV, ahora como distribuyes tú tu dividendo, es algo que también lo informas porque digamos la distribución de utilidades en la junta de accionistas se establece cuanto se va a distribuir a accionistas y cuánto se va a quedar en la cuenta de resultados acumulados, entonces yo creo que es información que estaría abierta y que se debería ver. Comité de apoyo de auditoría, contamos con una auditoría interna y además hay un comité de auditoría interna que precisamente es uno de los puntos de contar con un buen principio de buen gobierno corporativo, entonces con eso también contamos, con una auditoría interna y con los comités.
Investigador: Si, solo que no se revela.
001: No se revela, pero si revisan los principios de buen gobierno corporativo colgados, si lo revelamos, y en esos principios de buen gobierno corporativo que acompaña la memoria de todos los años, hay un capítulo específico de auditoría interna y ahí te preguntan, cuentas con una auditoría interna, desde cuándo cuentas con un comité de auditoría, cuantos comités de auditoría has tenido durante el año.
Investigador: ¿Lo que se acuerda?
001: Lo que se acuerda no, eso es información interna, eso si no se revela. Comités de apoyo de gobierno corporativo, eso si no tenemos, pero creo que sería interesante que pudiéramos pasar a ese nivel. Comités de apoyo, nombramientos y remuneraciones, ¿Eso que es exactamente?
Investigador: En realidad debería de ser comités que pudiera realizar capital humano, en cuanto a las mejores, lo que a veces promueven, lo que hacen internamente, pero sabemos que es interno, pero no esto no lo publican, acá hablan de que esa información debería ser pública. De repente quisieran mantenerlo internamente y no se considera.
001: No sé qué tan relevante pudiera ser para el sector las remuneraciones, o sea en que podría beneficiarnos a nosotros como empresa. Comités de apoyo planeación y finanzas, hay internamente por supuesto, creo que, si eventualmente podría emitir de repente unos informes, aunque nosotros de todas maneras presentamos estados financieros dentro de los plazos que establece la SMV, incluso ahí también podrías verificarlo. Comités de Apoyo otros, no sé exactamente a qué se referiría.
Investigador: De repente algún otro comité que no hemos identificado aquí, que también colaboren, como de repente alguno legal.
001: Porque podría referirse también al comité ejecutivo que es el órgano de apoyo al directorio, y que precisamente, digamos puede profundizar mucho más en temas de finanzas, bueno el comité ejecutivo revisa todo, proyectos, inversiones, temas financieros, entonces yo creo que se podría considerar el comité ejecutivo y eso nos sumaría. Equipo de directivos, está, estatutos sociales, ya, los estatutos sociales.
Investigador: Es lo que me estaba mencionando hace un momento que debería un poco indicar el mercado de portales.
001: Aunque en estatutos sociales, tú has revisado la página y me dices que no está.
Investigador: No.
001: Ya, porque de todas maneras si bien yo creo que podría estar en la página, sé que no sumaría ni restaría, pero podría ser que de todas maneras estos estatutos sociales están el Registro públicos y es información pública entonces digamos si tú quisieras profundizar en información de la empresa, podrías acceder a ella, entonces no es información confidencial, todo lo que sea inscrito en Registros públicos es abierto entonces ahí podríamos acceder. Derechos de los accionistas minoritarios, no se nos aplica a nosotros, no tenemos. Políticas de distribución de dividendos, si está colgada en la página de la SMV, si hay una política que aprobó la junta de accionistas y está difundida, o sea que ahí si tendríamos el puntaje. Bueno y oferta pública y medición de riesgos. Creo que en base a lo que hemos conversado, habría que hacer una nueva medición porque creo que hay varios puntos que digamos analizándolo podríamos cumplir, creo que de repente 44% no somos, pero no creo que seamos 12%, yo creo que con lo que conversamos podríamos estar en 30, creo que valdría la pena hacer ese análisis.
9) Investigador: ¿Qué otros elementos consideran que debería adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo con la industria en donde trabaja?
001: Qué otros, creo que sería interesante, no veo nada aquí de si quieres un tema de transparencia corporativa, podría por ejemplo, arrojar, podría digamos las empresas podrían difundir información sobre, por ejemplo, denuncias ante Indecopi, más o menos para un ratio de denuncias ante Indecopi en base a cuantos clientes

<p>tienes porque por ejemplo hay inmobiliarias pequeñas que tienen 100 clientes y tienes 10 denuncias que es el 10%, pero es muy distinto que yo tenga 40 denuncias pero que tenga 5000 clientes, la proporción es mucho menor, entonces creo que eso sería interesante como que de repente un pie que te de información de por donde el cliente está denunciando más, de repente eso veamos si yo fuera un inversionista y quisiera venir aquí un poco vinculado también a la información del cliente que tú me decías, es como este cliente está percibiéndome en el mercado, nosotros también hemos hecho estudios de mercado donde se nos posiciona, como nos posiciona el estudio de mercado en base a la preferencia del cliente, entonces creo que esas cosas nos podrían ayudar.</p>
<p>10) Investigador: Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?</p>
<p>001: Bueno sin perjuicio que el caso de Graña y Montero tienen más puntaje pero es que la realidad es que no fue tan transparente y mira todos los problemas que ha tenido, precisamente por la falta de transparencia, creo que también estos temas deben tomarse con pinzas, porque a veces en un tema de estadísticas estoy seguro que si hace unos años medías digamos a Graña y Montero aparecía como una empresa probablemente muy cercana al cumplimiento del 100% del Buen Gobierno Corporativo pero sabemos que en la práctica eso no era verdad, pero sí creo que hoy por hoy como lo decíamos al comienzo si quieres competir en las grandes ligas, tienes el tema de transparencia y Buen Gobierno Corporativo se vuelven un tema sensible, bueno todos estos temas que hemos conversado con los que no contamos ahora, varios puntos me parecen válidos, medio ambiente, responsabilidad social si es algo en lo que tendríamos que trabajar en los próximos años, creo que si vale la pena invertir en eso, creo que va a traer una respuesta si es que no lo haces.</p>
<p>11) Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?</p>
<p>001: Haber, creo que las empresas formales le dan esta importancia, ahora siento que en los últimos 10 años el mercado inmobiliario ha crecido mucho y muchas inmobiliarias pequeñas, no creo que una inmobiliaria pequeña tenga la capacidad de verificar todos los puntos que estamos verificando nosotros, y siento que de alguna manera si nosotros también contamos con todo esto es porque somos una empresa que cotiza en bolsa, estoy seguro de que si no cotizáramos en bolsa, tendríamos el 50% de lo que tenemos. Entonces creo que es difícil para una empresa pequeña poder cumplir con todo eso, o sea que no creo que el cumplimiento sea muy alto, salvo en las empresas muy formales.</p>
<p>12) Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?</p>
<p>001: Creo que, digamos quitando de lado el espectro de inmobiliarias que no quieren reflejar su real situación económica financiera, por ejemplo, tenemos el caso de esta empresa inmobiliaria que quebró hace poco, ¿Inmobiliari? Pero creo que para muchas empresas precisamente, mostrar sus estados financieros podrían ahuyentar a un cliente, además muchas inmobiliarias venden aire, porque tú compras un bien futuro que va a estar listo de aquí a dos años, si yo sé que tus estados financieros no están bien, no te voy a comprar, por lo tanto, el que tú me muestres información financiera podría ser contraproducente, creo que esa podría ser una razón.</p> <p>Creo que otra razón es que definitivamente tiene también un costo, es decir tienes que tener un presupuesto de inversión, para hacer responsabilidad social, quieres buenas prácticas de medio ambiente, tienes que invertir, entonces si tú quieres que cumplir con todos estos requisitos eso tiene un precio también, creo que no todas las inmobiliarias tienen un presupuesto para poder hacerlo, es más Portales es una empresa grande sólida, y sin embargo el presupuesto lo va priorizando por año, entonces este año hemos trabajado responsabilidad social y poco a poco hemos ido implementando cosas, creo que tiene un costo y de todas maneras es difícil para hacer todo de un solo tirón y siento que es algo en lo que como te digo se tiene que empezar a trabajar, creo que las empresas están tomando conciencia de eso pero creo que también implica un presupuesto y que muchas empresas no lo tienen.</p>
<p>Investigador: Listo señor Ernesto, muchísimas gracias por la entrevista.</p>

Empresa	Los Portales S.A.A.
Fecha	29 de agosto de 2018
Nombre del investigador	Roxana Velarde
Nombre del entrevistado	Javier Vildosola
Cargo	Gerente Financiero
Código de entrevistado	002
<p>Investigador: Soy alumna del MBA de CENTRUM católica, estamos realizando un trabajo de investigación para nuestra tesis sobre el tema “transparencia corporativa en el sector inmobiliario”, por ello agradezco tu participación en la entrevista y contribución con algunas preguntas que nos servirán para recabar información y ver la manera de adaptar o adecuar un modelo en el Perú sobre transparencia corporativa. ¿Iniciaremos con la siguiente pregunta</p>	
<p>1) Investigador: ¿cómo definiría usted la transparencia corporativa?</p>	
<p>002: Como la entrega oportuna de información financiera y no financiera, llámese información corporativa a ciertos agentes de mercado, a los interesados a la compañía que puedan acceder libremente a la información sin costo alguno, para ello LPSA tiene en su web site tienen una opción de relación con inversionistas donde se entrega la información financiera y decisiones financieras, decisiones de gerencia y lo que la normativa exige para los inversionistas que van adquirir los títulos valores.</p>	
<p>2) Investigador: ¿Si tendría que calificar a su empresa del 1 al 100 en tema de transparencia, qué puntaje le pondría?</p>	
<p>002: Como se sabe siempre hay mucho por hacer, estaríamos en un 60% más o menos, hay información que es estratégica, se tiene que ver la competencia por eso no se puede mostrar toda la información, a nivel local y regional, creo que somos la empresa más transparente del sector.</p>	
<p>3) Investigador: La transparencia corporativa, en los últimos años, ¿ha generado rentabilidad para su empresa? ¿Y si es así, de qué forma lo ha hecho?</p>	
<p>002: Sin duda alguna, LPSA hace tres años ha ingresado a un proceso de refinamiento de deuda ingresando al mercado de capitales, a través de emisiones de bonos privados, si bien es cierto la normativa no lo exige al ser emisiones privadas, sin embargo, LPSA ha incluido una clasificación de riesgo y nos hemos reunido con los inversionistas explicándoles y entregándoles información ya procesada para una mejor explicación y esto ha repercutido favorablemente porque los inversionistas se ha acercado más a nosotros a creído más en nosotros y ha demandado más en los bonos que hemos salido a emitir, así también me ha permitido hacer rebajas en las tasas de intereses que se pagan antes, porque el inversionista no accedía a ese tipo de información, entonces al no conocer la información le daban un mayor riesgo a la compañía, entonces hoy al entregar esta información le da mayor transparencia me ha permitido en darle menores tasas de interese, por lo tanto menores gastos financieros para la empresa.</p>	
<p>4) Investigador: ¿Qué experiencias ha vivido en este año o en los dos últimos años en qué la falta de transparencia de la empresa haya traído desventajas? ¿Qué fue lo que ha pasado? ¿Cuáles han sido las desventajas y por qué?</p>	
<p>002: Bueno la empresa traía dinero a través de contratos de mutuos que entraban por la necesidad de tener de una renta o por un referido de LPSA, pero eran inversiones de riesgo mayor al no contar con información de la compañía al no contar con información financiera y corporativa de la compañía, por eso antes la compañía se permitía pagar más tasa porque los inversionistas nos miraban como una compañía más riesgosa que ahora.</p>	
<p>Investigador: En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa, el que le estoy mostrando es un modelo ya investigado en España y se ha analizado con la información de la empresa donde usted trabaja, de los elementos que se evalúan.</p>	
<p>5) Investigador: Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan?</p>	
<p>002: Bueno me parece que esto es casi todo lo que a un <i>stakeholder</i> le podría satisfacer en cuanto la información de una compañía del cual uno tenga interés. Veo información corporativa sobre clientes que tiene, sobre recursos humanos que tiene, información financiera que sirve para que los inversionistas te puedan evaluar, los analistas, hechos de importancia, informes trimestrales, ratios financieros, etc. y por supuesto que el Gobierno corporativo recobra mayor importancia para los <i>stakeholder</i> lo cual le da mayor sostenibilidad a la empresa, las políticas, informes, las actas de accionistas, etc., en fin, todo es importante para alguien que tiene interés en la compañía y creo que si tú puedes proveer toda esta información te puedes definir como una empresa completamente transparente.</p>	
<p>6) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Corporativa” su empresa cumple con</p>	

	17.05% de lo propuesto por este modelo que es 34%, ¿usted está de acuerdo con esta valoración?
	002: Bueno sí, yo creo que acá hay información estratégica, porque la empresa no está muy dispuesta a revelarla y si podría ser que ese sea el porcentaje que se tenga.
7)	Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera” su empresa cumple con 17.11% de lo requerido por el modelo que es 22%, ¿está de acuerdo con el puntaje?
	002: Yo pensé tener un poco más ah, porque nosotros al estar regulados por la Superintendencia del mercado de valores entregamos todo tipo de información.
	Investigador: De hecho, tiene razón, porque indica cotización en el exterior que es información en el exterior por ello no aplicaría.
	002: Si bien listamos en la bolsa de valores de Lima, nosotros no registramos transacciones ni nada de información porque el capital está concentrado en dos socios, entonces no está atomizado para que pueda ver información de ese tipo de mercado y la bolsa de valores internacional tampoco estamos ahí, talvez se pueda ajustar por esos dos motivos y nosotros tener mayor puntaje.
8)	Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 12.19 % de lo requerido que es 34%, ¿está usted de acuerdo con ello?
	002: acá sí ah, si bien es cierto hemos avanzado en las prácticas de lo que son de gobierno corporativo en los últimos 5 o 6 años que ha sido una dedicación que le hemos dado en este aspecto porque creemos que es importante para sostenibilidad de la compañía, también soy consciente que hay mucho por hacer, talvez no tenemos más puntaje porque efectivamente no lo hemos realizado, sin embargo, veo que no nos han puesto puntaje en código de ética y me parece que si hay, no para que nos pongas uno pero para que nos pongas algo, hay cosas que talvez no sea de dominio de usted, por ejemplo asamblea de accionistas también que se envía a la bolsa de valores, políticas de dividendos que por ejemplo no la tenemos difundida pero es por alguna estrategia de la empresa.
	Investigador: Y efectivamente que la información sea mostrada de manera transparente en internet, talvez la empresa cuenta con ello, pero no lo revela.
	002: Si hay cosas que no revelamos, lo que pasa como el capital está concentrado en dos accionistas, y no hay negociación y no listamos en bolsa, lo que tenemos son bonistas en bolsa y fuera de bolsa y no tienen acceso a esta información.
9)	Investigador: ¿Que otros elementos adicionales a estos considera debería adicionarse o modificarse?
	002: Lo que no veo acá es por ejemplo es el tema de sostenibilidad en el medio ambiente y también en responsabilidad social, ósea nosotros hacemos inversiones en beneficios de comunidades, parques lúdicos, en fin, y por el lado de sostenibilidad estamos trabajando desde hace un par de años en proyectos de sostenibilidad por eso es importante que los <i>stakeholder</i> lo sepan, yo a veces me encargo de difundirlo acá pero no lo tenemos como una práctica, todo lo que tenga que ver con cuidado del medio ambiente.
10)	Investigador: Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?
	002: Bueno la empresa está trabajando en esto, nosotros ya estamos en el quinto año trabajando en ser cada día más transparentes, solo para dar como ejemplo, LPSA siendo el emisor más recurrente en el mercado de capital nacional incluyendo las entidades financieras, nosotros somos una compañía que más expuesta esta al escrutinio de los analistas financieros del mercado, nosotros estamos constantemente tenemos clasificación de riesgo, y tenemos que entregarla de manera oportuna, por el lado de la información nosotros estamos expuestos a ello, también estamos trabajando arduamente en ir cubriendo distintos aspectos que mencionan en esta plantilla que nos va permitir un mayor grado de transparencia, definitivamente la experiencia a mí me ha dicho que siendo más transparente eres más confiable es más rentable, yo si encuentro una correlación directa entre transparencia y rentabilidad.
11)	Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?
	002: Talvez no mucho ah, porque yo no veo otras compañías que entreguen tanta información como LPSA, sobre todo en empresas inmobiliarias, talvez nosotros somos los más expuestos, pero a nosotros no nos preocupa mucho eso, lo que nos preocupa más es ganar un sitio como una compañía transparente que entregue información, muestre sus proyectos, sus logros, resultados y por ello nosotros estamos constantemente entregando información a los inversionistas.
12)	Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?
	002: En general, creo yo de que acá se tiene el temor que la información no sea bien entregada, ósea que a la información se le dé mal uso, ósea hay desconfianza en el mercado es lo que yo puedo percibir, la gente no entrega información por el miedo que sea manipulada, a veces los medios por hacer una noticia no constatan con la fuente y te sacan un titular o una nota en el diario interpretando la noticia y generando alto impacto y yo creo que hay mucho miedo en entregar mucha información.

Empresa	Los Portales S.A.
Fecha	06 de setiembre de 2018
Nombre del investigador	Roxana Velarde
Nombre del entrevistado	Mónica Sifuentes
Cargo	Auditora Corporativa
Código de entrevistado	003
<p>Investigador: Soy alumna del MBA de CENTRUM católica, estamos realizando un trabajo de investigación para nuestra tesis sobre el tema “transparencia corporativa en el sector inmobiliario”, por ello agradezco tu participación en la entrevista y contribución con algunas preguntas que nos servirán para recabar información y ver la manera de adaptar o adecuar un modelo en el Perú sobre transparencia corporativa. ¿Iniciaremos con la siguiente pregunta</p>	
<p>1) Investigador: ¿cómo definiría usted la transparencia corporativa?</p>	
<p>003: Bueno yo entiendo como transparencia corporativa con reflejar lo que la organización trabaja gestiona en diferentes aspectos mostrarlos a sus <i>stakeholders</i>, diferentes personas que tienen el interés de conocer cómo se gestiona la empresa</p>	
<p>2) Investigador: ¿Si tendría que calificar a su empresa del 1 al 100 en tema de transparencia, qué puntaje le pondría?</p>	
<p>003: Bueno va depender del aspecto que queramos reflejar, pero creo que estamos aún muy cortos en el camino le pondría alrededor del 20%.</p>	
<p>3) Investigador: La transparencia corporativa, en los últimos años, ¿ha generado rentabilidad para su empresa? ¿Y si es así, de qué forma lo ha hecho?</p>	
<p>003: Bueno no tenemos una forma de medir como ser transparentes con la información de la empresa nos genera rentabilidad, pero considero que hemos tenido algunas iniciativas que nos ha generado algunos beneficios no sabría si rentables, por ejemplo la información sobre la venta de los lotes antes era a nivel digital muy escueta y las políticas no eran tan permisibles a los clientes, y al momento de la venta las cláusulas de las penalidades no era algo que se mencionara, en los últimos años se ha trabajado bastante en tratar de ser más transparente en la información a los clientes, cuando no lo hemos hecho las denuncias ante INDECOPI han ido creciendo con el paso de los años, donde ser más transparente con nuestros clientes nos ha traído más beneficios que no informarlo. En los proveedores la información que les proporcionamos es casi nula, siento que ahí hay mucho que no se está mostrando.</p>	
<p>4) Investigador: ¿Qué experiencias ha vivido en este año o en los dos últimos años en qué la falta de transparencia de la empresa haya traído desventajas? ¿Qué fue lo que ha pasado? ¿Cuáles han sido las desventajas y por qué?</p>	
<p>003: Una que recuerdo recientemente, es el recurso humano, LPSA realiza actividades de responsabilidad social hace muchos años no en gran magnitud, pero tiene iniciativas importantes relacionadas al cuidado del medio ambiente y al relacionarse con las comunidades donde desarrolla proyectos, sin embargo, antes no era bien comunicado, solo se enteraban algunas personas, sin embargo, son la encuesta de clima laboral, se ha notado que los millennials cada vez están teniendo mayor participación dentro de la empresa si requieren y demandan trabajar en empresa de espíritu de responsabilidad social, entonces la falta de LPSA en cuanto a la difusión de sus actividades de responsabilidad social si les ha estado cobrando la factura en cuanto a la satisfacción de los millennials, incluso podríamos haber estado poco atractivos a los nuevos cuando eligen trabajar en LPSA o no, por ello es importante que las empresas trabajen en ellos, en reflejar a su personal de las actividades que realizan y esto les puede retribuir en tener mejores recursos.</p>	
<p>Investigador: En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa, el que le estoy mostrando es un modelo ya investigado en España y se ha analizado con la información de la empresa donde usted trabaja.</p>	
<p>5) Investigador: Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan?</p>	
<p>003: Los números están bastante acotados a la realidad, en cuanto a los proveedores hay sí creo que hay un trabajo importante que se debe acotar en el corto plazo, ya que es un eslabón muy importante, hacia ellos no tenemos mucha información que mostrar, LPSA no les alcanza mucha información, y considero que se les debe tener bien alimentados. Me llama la atención de gobierno corporativo no, si bien tenemos un código de ética solo que no lo muestra, incluso supera los lineamientos mínimos requeridos, pero no lo muestran y nos agregaría valor mostrarlo porque tendríamos a los <i>stakeholders</i> más tranquilos de cara a que se está cuidando la ética en los negocios, lo mismo sucede en el comité de auditoría tiene vigencia desde el 2012 en caso de LPSA y es un órgano como tal que hace que LPSA refleje una independencia en cuanto a su evaluación de sus</p>	

	procesos, de cara a los inversionistas les brindara seguridad al saber que existe un órgano independiente.
6)	Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Corporativa” su empresa cumple con 17.05% de lo propuesto por este modelo que es 34%, ¿usted está de acuerdo con esta valoración? 003: Creo que podríamos mejorar, hay información que se tiene, se han trabajado las estrategias del mediano y corto plazo, se definen directrices que se tienen, pero no se está difundiendo, lo mismo sucede con los clientes, que enmarcados con la protección de datos podría automatizarse y configurar una manera de difundirlo que mejoraría el porcentaje.
7)	Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera” su empresa cumple con 17.11% de lo requerido por el modelo que es 22%, ¿está de acuerdo con el puntaje? 003: Yo creo que este es el mejor número de los tres, esto se volvió imprescindible cuando se inició con la emisión de bonos cuando se comenzó a estar más cerca de los inversionistas, esto fue más una reacción por necesidad, si bien es una reacción ante una necesidad y en los otros casos no se debe esperar tener una necesidad si no debemos anticiparnos.
8)	Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 12.19 % de lo requerido que es 34%, ¿está usted de acuerdo con ello? 003: Yo creo que en este aspecto se ha avanzado mucho, se tienen comités que funcionan a nivel de negocio, sin embargo, creo que es producto de la madurez del negocio, LPSA es una empresa relativamente joven que ha tenido un crecimiento acelerado y quizás producto de ese crecimiento ha ido priorizando los temas del negocio más que de las formalizaciones internas del negocio, por ello yo pienso que ha sido el más descuidado, por el hecho que no es un requisito para crecer, sin embargo ahora LPSA si quiere crecer con mayor esfuerzo si tiene que enfocarse con iniciativas y formalizar lo que tiene hoy vigente y pensar en exponerlo.
9)	Investigador: ¿Qué otros elementos consideran que debería adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo con la industria en donde trabaja? 003: Creo que debido a la coyuntura que está pasando el país, en temas como el caso de ODEBRECHT que están relacionados al sector de construcción y las iniciativas que está teniendo el Gobierno en el marco que está teniendo ante estos sucesos como la implementación de la ley anticorrupción, sería bueno evaluar los temas de control interno y de riesgos que de alguna manera permite conocer a la empresa a nivel corporativo no solo corporativo si no a los que está expuesto su giro de negocio a nivel corporativo esos riesgos son importantes identificarlos y mitigarlos porque son justamente estos riesgo pueden paralizar iniciativas y de estos riesgos están los relacionados al fraude y corrupción, que hoy en día por las sinergias que están todas interrelacionados es necesarios tener todo esto dentro del mapa para identificarlo y mitigarlo, en cuanto a control interno que está relacionado a la auditoria pero no es responsabilidad del auditor en sí, hay empresas que han desarrollado unidades propias de lo que es gestión de riesgos y control interno como una muralla que permite filtrar información.
10)	Investigador: Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja? 003: En cuanto a la información se debe ver un esquema de ser más transparente sobre la información que manejamos que ya se tiene solo que hay que ver la forma de comunicarlo, en cuanto al gobierno corporativo se va tener que trabajarse desde la alta gerencia para empujar las iniciativas que nos permitan cumplir con los requisitos mínimos a nivel de gobierno corporativo, no solo como check list si no más como una cultura de gobierno corporativo.
11)	Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria? 003: Hoy por hoy, si esto hubiera sido una pregunta del año pasado te hubieran dicho no mucho, por los sucesos que han ocurrido en el sector de construcción de cara a los procesos pocos transparentes a la información que no ha estado reflejándose en los estado financieros como debería y mucha complicidad de los actores de un negocio, te dirían que todos quienes están en el sector van a querer y necesitar ser más transparentes para recuperar la confianza de quienes invierten y trabajan con la empresa.
12)	Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa? 003: Yo creo que se debe dividir de aquellas empresas que no lo tienen porque están creciendo, no era su prioridad por lo tanto no lo muestran porque no lo tienen, y las que sí la tienen, pero no la muestran por temor de la competencia que alguien más lo vea y no sea lo más adecuada.

Empresa	Consortio DHMONT & CG & M S.A.C.
Fecha	20 de setiembre de 2018
Nombre del investigador	Rosario Mejía
Nombre del entrevistado	Marco Puga
Cargo	Gerente Financiero
Código de entrevistado	004
<p>Investigador: Buenas tardes Sr. Marco Puga, gerente financiero de la inmobiliaria DHMont. Soy Rosario Mejía, alumna de CENTRUM Católica. Muchas gracias por su tiempo y por el apoyo que nos brinda al recibirnos para esta entrevista. Nosotros estamos realizando un proyecto de tesis titulado Transparencia Corporativa en la industria inmobiliaria y la empresa en donde labora representa una del top en Fondo MiVivienda, es por ello por lo que lo hemos elegido. La intención es acoplar un modelo de transparencia de origen español, de los investigadores Briano y Rodríguez, al peruano. Este modelo de transparencia se basa en la información que se comparte a través del internet. Vamos a realizar un cuestionario de 12 preguntas para poder recabar información sobre su apreciación al tema.</p>	
<p>1) Investigador: ¿Cómo definiría Ud. la transparencia corporativa?</p>	
<p>004: la capacidad de una empresa de poder expresar públicamente todas sus capacidades, tal vez oportunidades de encarar el sector socioeconómico correspondiente y cuáles son los objetivos, la forma en cómo lograrlo, cuándo lograrlos y para qué.</p>	
<p>2) Investigador: ¿Si tendría que calificar a su empresa del 1 al 100 en tema de transparencia, qué puntaje le pondría?</p>	
<p>004: es una pregunta muy objetiva para un tema tan subjetivo. ¿Cómo califico yo si una empresa es transparente o no es transparente? Si partimos desde el punto de vista que la transparencia es para que la vean otros, no necesariamente de la empresa, primero tendría que partir de cómo o cuánto somos transparentes con nosotros mismos. Qué capacidad tenemos de investigar nuestros propios problemas, oportunidades o soluciones que tenemos para las cosas. Transparencia es dar a conocer, por ejemplo, estrategias, que son claramente de gerencia, propias de la empresa pues primero esas estrategias, objetivos o forma de hacer las cosas tendríamos que verlo hasta dónde podemos llegar con nosotros mismos los niveles dentro de la misma corporación y luego ver hasta qué niveles podemos también expresarnos hacia fuera, es decir, hacia el público consumidor, la competencia, el Estado, a todos los actores económicos sociales que hay en el país.</p>	
<p>Investigador: entonces, en la pregunta 2, Ud. cree que no se podría calificar.</p>	
<p>004: dependiendo desde qué punto de vista. Creo que la pregunta es demasiada objetiva para un tema tan amplio y subjetivo.</p>	
<p>3) Investigador: La transparencia corporativa, en los últimos años, ¿ha generado rentabilidad para su empresa? ¿Y si es así, de qué forma lo ha hecho?</p>	
<p>004: Nosotros transparentamos hacia afuera, en primer lugar, todas las oportunidades que tenemos para llegar a nuestro público objetivo que son generalmente los estratos socioeconómicos de nivel B-, C, D+. Entonces, hacia allí obviamente que hemos llegado a determinar algo que identificamos idealmente cuando recién comenzó el proyecto de Fondo MiVivienda para que las personas puedan acceder a viviendas a bajo precio y de buena calidad. Entonces, desde ese punto de vista, le reitero que hemos corroborado fehacientemente que la rentabilidad social trae consigo rentabilidad económica para todos. Dicho esto, creemos que sí; nos ha traído buenos resultados, actuar en ese sentido con responsabilidad social y pensando mucho en la rentabilidad. Ahora, desde el otro punto de vista, que sería la revelación de nuestras cifras, de nuestras estrategias, de nuestras cosas internas; entonces nosotros en realidad no estamos obligados a presentar estados financieros a la Superintendencia de Mercado de Valores, no listamos en bolsa. Por lo tanto, nuestros estados financieros los revelamos a los organismos tributarios, a las entidades del estado, a las entidades financieras mas no son público porque no tienen razón de ser. No encontramos un por qué hacer pública nuestras cifras de modelos aplicados en la empresa.</p>	

<p>4) Investigador: ¿Qué experiencias ha vivido en este año o en los dos últimos años en qué la falta de transparencia de la empresa haya traído desventajas? ¿Qué fue lo que ha pasado? ¿Cuáles han sido las desventajas y por qué?</p>
<p>004: Felizmente, nosotros no hemos tenido desventajas con transparencia porque si concebimos estos problemas de transparencia como falta de presentación de nuestras cifras, cosas internas, estrategias tomadas por nuestra gerencia para poder llegar a nuestro objetivo, no hemos tenido problemas.</p>
<p>Investigador: ¿No ha sentido entonces ninguna desventaja?</p>
<p>004: No porque no aplicamos en esto.</p>
<p>5) Investigador: Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan?</p>
<p>004: nuestra realidad socioeconómica es completamente diferente del europeo, entonces tendríamos que adaptar con mucha mayor permeabilidad a nuestra realidad. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitio web en español: sí. • Perfil corporativo: también. • Estrategias: no, le repito que nosotros no revelamos nuestras estrategias salvo a las entidades que sean necesarias. • Producto, servicio y negocios: sí. • Presencia y cobertura: también. • Información sobre clientes: Nuestros clientes son homogéneos, en el sentido que tienen parecido estrato socioeconómico, pero es sabido, o sea, no tenemos necesidad de revelar nada porque se sabe, es algo obvio. • Proveedores: Tampoco tenemos por qué revelar puesto que ahí tenemos una estrategia que nos permite a nosotros hacer mejores precios con la mejor calidad posible para beneficio de nuestros clientes, precisamente. Entonces hacemos convenios a muy largo plazo con los proveedores para evitar que exista desabastecimiento y exigimos una combinación calidad-precio igual que lo que ofrecemos: de muy bajo precio, pero de muy alta calidad. Entonces eso tampoco podemos revelarlo por convenios que tenemos con los mismos proveedores. Si me da un precio “x-y” entonces probablemente el público u otras empresas les de “x” nada más o “x+y”. • Calidad: sí. Hacemos pública nuestra calidad a través de ferias, visitas, charlas, en la misma página web se ve. • Innovación y tecnología: nosotros somos los impulsores, en primer lugar, de lo que es la planificación urbanísticamente eco-sostenible. Por ejemplo, nosotros, desde el año 2004, venimos aplicando tratamiento de aguas grises, la tecnología por flujo de luces siempre ha sido nuestra más grande preocupación. Siempre protegemos nuestro medio ambiente. Un ejemplo claro es en Chiclayo: alrededor del hipódromo que es el Jockey Club tenemos un proyecto de 1,500 viviendas, pero lamentablemente las pistas aledañas eran basurales, literalmente hablando. Entonces hicimos convenios con la municipalidad, rescatamos esa zona y ahora el distrito de La Victoria se ha vuelto el más pujante de Chiclayo, así elegido el más bonito gracias a que nosotros hicimos convenios con ellos de darles maquinarias, equipos para convertir ese distrito lleno de árboles y vacío de basura. • Comunidad, medio ambiente: lo que acabo de decir. • Contactos / Mapa de Sitio: está bien. • Recursos Humanos: tenemos un alto sentido de responsabilidad social pero tal vez eso, si transparencia toma el modelo como que nosotros estamos diciendo algo en la página web, no lo publicamos, pero si alguien quisiera tener acceso a cómo es el sistema de manejo de Recursos Humanos entonces se comparte la información. Nosotros estamos muy atentos a la capacitación, a las especialidades que pueda haber y a todo lo que signifique ir mejorando el recurso humano. • Sala de Prensa: la verdad es que no tenemos una sala de prensa, pero sí tenemos un área de comunicaciones. Responsabilidad Social y sustentabilidad: ya lo mencioné a lo largo de toda la entrevista. Sí tenemos todo eso.
<p>Investigador: ¿A pesar de que sí tienen los elementos de Información Corporativa del modelo presentado, considera Ud. que sí se muestra a través de su página web o a través del internet?</p>
<p>004: Se muestra a través de nuestros productos. Nuestro principal medio publicitario es el boca a boca, el cliente satisfecho que trae a cinco clientes. Es muy raro el caso de un cliente insatisfecho, pero somos muy conscientes que ese tipo de clientes nos va a perjudicar mucho. Tenemos un servicio de post-venta, de administración de los edificios. Regalamos una vez al año la pintura de los edificios, mantenemos la salubridad y seguridad. Nosotros mismos hemos tomado la iniciativa de administrar los edificios sin utilidades, al contrario, subvencionando a los edificios de manera tal que se mantengan.</p>
<p>Investigador: sobre la información financiera a publicar a través del internet. ¿Qué nos puede decir?</p>
<p>004: no tenemos por qué presentar información financiera más que a la SUNAT y a las entidades bancarias o financieras con las que trabajamos. Pero si tuviéramos o esté previsto en nuestros planes de crecimiento, tal vez</p>

<p>incorporarnos al sistema mediante titulación de activos entonces por supuesto que vamos a publicar nuestra información financiera a través del Mercado de Valores. Y vamos a tener la habilitación de las memorias en las páginas web. Por el momento no es necesario porque tampoco estamos buscando inversionistas y necesitamos todavía recursos externos a nuestros propios recursos generados por las ventas de nuestras unidades inmobiliarias. Pero cuando lo hagamos, que será pronto, para sobre todo ir masivamente a la demanda insatisfecha de la vivienda. Por ejemplo: en el proyecto Sol del Retablo irán centros de salud, habrá seguridad como comisarías, seguridad ciudadana de las municipalidades. Tenemos convenios con entidades tipo Senati para dar educación técnica, tenemos convenios con universidades, con salud para dar proyección integral a estas zonas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información bursátil: no aplica. No listamos en bolsa. • Eventos relevantes: va ligado a la información bursátil. <p>Bolsas de valores internacionales en las que cotiza: tampoco. Sí es un objetivo, pero todavía no lo hacemos.</p>
<p>Investigador: entonces, la información financiera a publicar como el informe anual, informes trimestrales, cifras relevantes y los demás elementos mostrados en la 2da. Categoría sí lo tienen, pero no lo muestran a través del internet.</p>
<p>004: sí lo tenemos y si lo piden se lo informamos.</p>
<p>Entrevistador: en cuanto a los elementos de Gobierno Corporativo ¿Qué opina sobre ellos?</p>
<p>004: Tenemos información de Gobierno Corporativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Códigos de ética: es información reservada. En realidad, si alguien nos pide el código de ética se lo entregamos, pero si tenemos. • Políticas de gobierno corporativo: eso es una de nuestras principales preocupaciones. Tanto en el ámbito interno como hacia la comunidad en general. • Informes de gobierno corporativo: lo dicho. • Asamblea de accionistas: esta es una Sociedad Anónima Cerrada. • Composición del Consejo de administración: no hay. Pero sí hay comités de administración y gerencia. • Compensación del Consejo de administración: hay solamente comité de administración y gerencia • Comité de apoyo (auditoría): sí los hay. Pero también es reservado. • Comité de apoyo (gobierno corporativo): sí los hay. Contamos con asesores expertos en este rubro que continuamente nos da su fed-back. • Comité de apoyo (nombramiento y remuneraciones): somos tan pequeños que nuestro comité de administración y gerencia cubre esta parte. • Comité de apoyo (planeación y finanzas): sí los hay. • Equipo directivo: lo dicho. El comité de administración y gerencia está conformado por el equipo directivo más aquellos consultores externos que tenemos cuando los invitamos. Los comités son por lo general una vez a la semana, mínimo una vez al mes y en estos invitamos a actores externos para poder recibir un fed back de cómo están las cosas afuera. • Composición accionarial: repito, es una Sociedad Anónima Cerrada. • Estatus sociales: nosotros nos podríamos calificar como medios. • Derechos de los accionistas minoritarios: no los hay. • Política y distribución de dividendos: está relacionado con lo anterior. No hay accionistas. El accionista principal generalmente no recoge dividendos o utilidades sino lo reinvierte en la empresa para poder mejorar la performance. • Ofertas públicas y adquisiciones: no hay. <p>Factores de riesgo: los riesgos inherentes a la situación. Riesgo país, estamos dentro de Sudamérica, dentro de Latinoamérica. Más son los riesgos externos que los internos de la empresa.</p>
<p>6) Investigador: en cuanto a la categoría Gobierno Corporativo, entonces no debería mostrarse la información.</p> <p>Solo se entrega la información si lo solicitan.</p> <p>004: sí. Pero no publicitar algunas cosas porque no está dentro de nuestra estrategia porque no es necesario, todavía. Cuando tengamos que estar en bolsa entonces ahí sí vamos a dar a conocer esta información.</p>
<p>004: Sí, estoy de acuerdo. Por cada elemento que ya expliqué.</p>
<p>7) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera” su empresa cumple con 2,44% de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿por qué?</p>
<p>004: Aquí lo que indica que es nuestra empresa muestra el 2.44% del total de 22%. Estoy de acuerdo con la valoración, pero en cuanto al modelo en sí hay discrepancia en casi todos los elementos. Entonces estoy de acuerdo con tu percepción.</p>

<p>8) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 0% de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿por qué?</p>
<p>004: Estoy de acuerdo.</p>
<p>9) Investigador: ¿Qué otros elementos consideran que debería adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo con la industria en donde trabaja?</p>
<p>004: por ejemplo: la satisfacción de los clientes y el nivel de planificación urbana sostenible que tenemos. Las cualidades subjetivas que se convierten en objetivas luego.</p>
<p>10) Investigador: Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Que acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?</p>
<p>004: en algún momento en donde nosotros acudamos al Mercado secundario de Valores, en el momento que nosotros recurramos a inversionistas fuera de la propia generación de ventas por parte de nuestro negocio. En esa medida estaremos publicitando todos estos elementos, que si bien lo tenemos internamente no lo damos a conocer porque sencillamente no tenemos que convencer a ningún inversionista.</p>
<p>11) Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?</p>
<p>004: nosotros le atribuimos una alta importancia, pero las empresas son transparentes a la medida que su propia estrategia les permita dar a conocer cierta información.</p>
<p>Investigador: ¿Pero sí cree que es importante mostrar información?</p>
<p>004: sí, es muy importante.</p>
<p>12) Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?</p>
<p>004: no necesitamos inversores por lo tanto no estamos obligados a mostrar información que tal vez no sean de interés público, pero si alguien lo solicitan, se lo damos.</p>

Empresa	Viva GyM
Fecha	21 de setiembre de 2018
Nombre del investigador	Marco Cardoso
Nombre del entrevistado	Fernando Cuba
Cargo	Jefe de Ventas
Código de entrevistado	005
Investigador: Buenos días, mi nombre es Marco Cardoso estudiante de CENTRUM católica y ante todo deseo, agradecer su gentil participación en la presente entrevista, la cual será sobre el tema de la “Transparencia corporativa en el Perú”.	
005: Buenos días, mucho gusto	
Investigador: Podría favor de indicarme sus datos para poder Iniciar.	
005: Mi nombre es Fernando Cuba, soy Jefe de Ventas en la división Inmobiliaria de Viva GYM	
1) Investigador: ¿Cómo definiría usted la transparencia corporativa?	
005: Para mí la transparencia corporativa, es el mostrar información hacia el público, es decir, se trata de brindar datos a las demás personas, la cual debe ser verídica y relevante.	
2) Investigador: Si tendría que calificar a la empresa donde trabaja del 1 al 100 en temas de transparencia, ¿qué puntaje le pondría?	
005: Considero que nuestra empresa, es muy regulada y cumple con todos los requerimientos exigidos por ley, así que estimo una puntuación por encima del 95% en temas de transparencia. Para mí la transparencia corporativa, es el mostrar información hacia el público, es decir, se trata de brindar datos a las demás personas, la cual debe ser verídica y relevante.	
3) Investigador: ¿La transparencia corporativa, en los tres últimos años, ha generado rentabilidad para la empresa?, si es sí, ¿cómo lo ha hecho?	
005: Definitivamente, ser transparente nos trae que podamos emitir instrumentos financieros con gran acogida, esto debido a la confianza y respalda que se genera la empresa, es por tal motivo, que se puede ser muy competitivo y reducir el riesgo del inversionista, con tasas muy bajas para nosotros.	
4) Investigador: ¿Qué experiencias has vivido en estos últimos años (este año, estos dos años, etc.) en que la falta de transparencia de la empresa ha traído desventajas? ¿qué ha pasado? ¿cuáles han sido las desventajas? ¿por qué?	
005: Bueno, se tiene el caso de otras empresas del grupo, han sido vinculadas a actos de corrupción, lo cual, si ha ocasionada importantes pérdidas para ellas, pero desde ya la empresa VIVA GYM, no se ha visto involucrada ya que se manejan de manera independiente. Así que, si es una desventaja vincularse a actos delictivos.	
Investigador: En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa (sector privado), motivo por el cual le presentamos un modelo propuesto por dos investigadores Guadalupe Briano y Lázaro Rodríguez. El presente documento es el resultado de la investigación de la empresa donde trabaja (se mostrará evaluación).	
5) Investigador: Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan?	
005: considero que si están bien consideradas y abarcan todos los aspectos importantes de la empresa.	
6) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Corporativa” su empresa cumple con 24.40	

<p>% de lo propuesto que es 34.1%. ¿Está de acuerdo con la valoración?</p>
<p>005: Bueno, revisando los puntos, si se puede indicar que hay muchos ítems que nuestra empresa no cumple, pero sería ideal, ver que tan relevantes pueden llegar a ser para el mercado.</p>
<p>7) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera/Relación con inversionistas” su empresa cumple con 19.56 % de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración?</p>
<p>005: En este punto me parece que, si cumplimos todo a excepto del punto 4, el cual no aplicaría para nuestra realidad. Motivo por el cual si estaría de acuerdo con lo demás calificado.</p>
<p>8) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 29.27 % de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración?</p>
<p>005: En este punto considero que la información faltante, si existe, sino que esta no es divulgada, ya que algunas se manejan de manera interna, sobre todo las conformaciones de los comités internos, pero considero que si deberíamos regular como mostrar dicha información para ser más abiertos.</p>
<p>9) Investigador: ¿Qué otros elementos consideran que deberían adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo a la industria donde trabaja?</p>
<p>005: ya te había comentado sobre el punto 4 en la información financiera, creo que esa debe ser retirado ya que no aplicaría a nuestra realidad, por lo demás me parece que está muy completo, y que si podría aplicarse a nuestro sector.</p>
<p>10) Investigador: Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?</p>
<p>005: se debería trabajar de forma rápida para no quedarse atrás, es impórtate para nosotros como empresa mantener el liderazgo en todo lo relacionado al buen gobierno corporativo, por lo que considero que, en caso de entrar rezagados en estos temas frente a la competencia, se debería tomar acciones inmediatas para poder resolverlo.</p>
<p>11) Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?</p>
<p>005: Creo que a raíz de los acontecimientos de corrupción en general, es cada vez más importante no solo ser transparente sino también parecerlo, y es por eso creo que es de suma importancia en nuestro sector ser transparente para que tanto los inversionistas, como los clientes, y otras partes interesadas tengan la confianza en la empresa.</p>
<p>12) Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?</p>
<p>005: Considero que mucha de la información que no se muestra, es básicamente por estrategia y para que los competidores no nos copien.</p>
<p>Investigador: correcto, bueno, eso es todo el cuestionario, aprecio mucho su participación en la presente entrevista.</p>
<p>005: Gracias a ti también</p>
<p>Investigador: Hasta luego.</p>

Empresa	Cosapi
Fecha	22 de setiembre de 2018
Nombre del investigador	Marco Cardoso
Nombre del entrevistado	Joseline Romero
Cargo	Analista Legal
Código de entrevistado	006
Investigador: Buenas tardes, mi nombre es Marco Cardoso estudiante de CENTRUM Católica y ante todo deseo, agradecer su gentil participación en la presente entrevista, la cual será sobre el tema de la “Transparencia corporativa en el Perú”.	
006: Buenas tardes	
Investigador: Podría favor de indicarme su nombre y la empresa en la que trabaja para poder Iniciar.	
006: Me llamo Joseline Romero y trabajo en el Área Legal de la empresa constructora COSAPI.	
1) Investigador: ¿Cómo definiría usted la transparencia corporativa?	
006: Considero que la transparencia corporativa, se trata de que tan abierta es la empresa a mostrar información hacia las partes interesadas.	
2) Investigador: Si tendría que calificar a la empresa donde trabaja del 1 al 100 en temas de transparencia, ¿qué puntaje le pondría?	
006: El puntaje que le pondría es por encima del 90%, ya que nuestra empresa cumple con todas las regulaciones vigentes, y tiene a derecho todos los temas con cada institución que nos supervisa, tales como la SUNAT, Osinergmin, el Ministerio de trabajo, etc.	
3) Investigador: ¿La transparencia corporativa, en los tres últimos años, ha generado rentabilidad para la empresa?, si es sí, ¿cómo lo ha hecho?	
006: Quizá no es tan fácil de medir como se genera la rentabilidad de forma directa, pero es claro que ser transparente atrae mucho la confianza del inversionista y eso nos faculta a reducir el riesgo y ser una opción de inversión segura.	
4) Investigador: ¿Qué experiencias has vivido en estos últimos años (este año, estos dos años, etc.) en que la falta de transparencia de la empresa ha traído desventajas? ¿qué ha pasado? ¿cuáles han sido las desventajas? ¿por qué?	
006: Experiencias en la propia empresa ninguna, pero si es evidente que en general el panorama de corrupción en muchas empresas del sector ha traigo una total desconfianza a esas empresas en general, y pueden dañar severamente al sector en general.	
Investigador: En el Perú no existe un índice de medición de transparencia corporativa (sector privado), motivo por el cual le presentamos un modelo propuesto por dos investigadores Guadalupe Briano y Lázaro Rodríguez. El presente documento es el resultado de la investigación de la empresa donde trabaja (se mostrará evaluación).	
5) Investigador: Del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan?	
006: Me parece que estos tres bloquen abarcan lo más relevante, y que en general todos los items son importantes.	
6) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Corporativa” su empresa cumple con 24.36 % de lo propuesto que es 34.1%. ¿Está de acuerdo con la valoración?	
006: En general creo que no estamos mal, pero hay cosas que son solucionables y fáciles de poder subsanar	

<p>7) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Información Financiera/Relación con inversionistas” su empresa cumple con 17.11 % de lo propuesto que es 22%. ¿Está de acuerdo con la valoración?</p>
<p>006: creo que los puntos que no cumplimos no aplicarían el número 4, en cuanto al 8, si debe estar, pero quizá haya que actualizarse.</p>
<p>8) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría “Gobierno Corporativo” su empresa cumple con 31.71 % de lo propuesto que es 44%. ¿Está de acuerdo con la valoración? Y ¿Por qué?</p>
<p>006: Creo que hay información que, si la tenemos, pero por temas de seguridad y confidencialidad, están no necesariamente son siempre publicadas.</p>
<p>Investigador: Es correcto lo que indicas, y no ponemos en duda que la información exista, pero lo que mide este índice no es tanto que exista o no dicha información, sin o que esta esté publicada y sea mostrada</p>
<p>006: Siendo de ese modo, sería correcta la calificación.</p>
<p>9) Investigador: ¿Qué otros elementos consideran que deberían adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado, de acuerdo a la industria donde trabaja?</p>
<p>006: Aparte del mencionado punto 4 que revisamos, los demás me parecen que si corresponderían a nuestra industria.</p>
<p>10) Investigador: Considerando que el promedio de empresas de la misma industria tiene una mayor calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?</p>
<p>006: En primer lugar, deberíamos revisar porque hay información que se no está mostrándose, esto con el fin de ver los motivos, que nos hacen no mostrarla, en el caso de no haber ningún impedimento, este sí debería ser actualizada de forma rápida, pero en caso de encontrar alguna que pueda ser discutible, se tendría que analizar porque la competencia si la muestra.</p>
<p>11) Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?</p>
<p>006: Considero que es muy importante, ya que al ser uno de los sectores con mayor crecimiento, las partes interesadas deben tener mucha confianza, y que mejor que siendo transparente.</p>
<p>12) Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?</p>
<p>006: Creo que más se va a un tema de seguridad y estrategia, no es bueno siempre evidenciar toda la información, así que por eso creo que esos son las principales razones.</p>
<p>Investigador: bien, por mi parte hemos finalizado el cuestionario y aprecio mucho su participación en la presente entrevista.</p>
<p>006: Bien, gracias.</p>
<p>Investigador: Me despido.</p>

Empresa	D&D Constructores S.A.C.
Fecha	02 de octubre de 2018
Nombre del investigador	Percy Pardo
Nombre del entrevistado	Albert Yáñez
Cargo	Gerente Comercial
Código de entrevistado	007
<p>Investigador: Buenos días Albert soy el estudiante Percy Pardo de la escuela de negocios CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú y en esta oportunidad vengo a realizar una entrevista con la finalidad de recabar información para la elaboración de nuestra tesis que trata sobre Transparencia Corporativa en la Industria Inmobiliaria. Antes de proseguir con la entrevista le proporcionaré el formato de consentimiento informado para que la revise y si usted está de acuerdo la firme.</p> <p>¿A qué empresa pertenece?</p>	
<p>007: Ante todo Percy bienvenido aquí a la sala de ventas, la empresa a la que pertenezco es a D&D Constructores SAC nombre comercial D&D Inmobiliaria, el cargo que ocupo es Gerente Comercial, como bien comentas pues ya hemos firmado el documento de la confidencialidad de la información, y bueno estoy a la disponibilidad de las preguntas que me hagas.</p>	
<p>1) Investigador: ¿Cómo definiría usted la transparencia corporativa?</p>	
<p>007: En realidad la transparencia corporativa lo definiría como la forma de poder mostrar la información que tiene la empresa en el desempeño en el sector tanto financiero, comercial, legal y es algo que la empresa ha ido compartiendo con los socios estratégicos que tenemos, que son el Fondo MiVivienda, la Cámara de Comercio, y algunos estudios de mercado que se han hecho en la región.</p>	
<p>2) Investigador: Si tendría que calificar a su empresa del 1 al 100 en temas de transparencia ¿Qué puntaje le pondría?</p>	
<p>007: Le pondría un 85, porque como te comentaba la empresa muestra siempre los resultados, es más, aparecemos en el ranking de las colocaciones del crédito MiVivienda en la revista del Fondo y estamos constantemente haciendo retroalimentación, compartiendo la información del mercado también con los referentes del sector, y estamos constantemente intercambiando experiencias, lo que si no hacemos en parte financiera es poder mostrar los informes que tenemos anuales, porque dentro del régimen en el que está la empresa no está la obligación de mostrarlo, pero en alguna auditoría que hemos tenido externa, hemos tenido que mostrarlo y lo hemos mostrado con total transparencia.</p>	
<p>3) Investigador: ¿La transparencia corporativa en los últimos años ha generado rentabilidad para la empresa y si es así de qué forma lo ha hecho?</p>	
<p>007: Nosotros como empresa inmobiliaria netamente pequeña estamos próximos a cumplir 10 años en el mercado, actualmente tenemos desarrollados con éxito más de 5 proyectos, estamos en el sexto que estamos lanzando, hemos tenido siempre, una buena aceptación en los proyectos que hemos lanzando de la región, nuestra venta se acumula en un gran porcentaje en los referidos, digamos la venta más rentable que tiene una inmobiliaria y eso precisamente porque hemos sido muy transparentes con los clientes con los proveedores con nuestros socios estratégicos, demostrar los proyectos que estamos haciendo con la innovación tratando realmente de mejorar la calidad de vida de las familias que optan por comprar una vivienda con nosotros.</p>	
<p>4) Investigador: ¿Qué experiencias ha vivido en este año o en los 2 últimos años en que la falta de transparencia de la empresa haya traído desventajas? ¿Qué fue lo que ha pasado, cuáles han sido las desventajas y por qué?</p>	

<p>007: Mira te cuento un poquito la experiencia que hemos tenido en uno de nuestros proyectos más ambiciosos llamado La Encantada, que es un proyecto que va enfocado y dirigido a un segmento alto, estamos hablando de un nivel socio económico A aquí en la región, un proyecto de verdad muy bonito, pero para un segmento muy alto, entonces que ocurre que nosotros hicimos una estrategia de una venta selectiva más que masiva, utilizamos bastante la estrategia BTL con eventos direccionados a este público para tratar de hacer las ventas en este tipo de eventos que lo llamamos Green Nights, las Noches Verdes, que cada uno tenía un concepto distinto según la temporada, según la estación, pero era básicamente para este grupo reducido, nunca lo hicimos público, entonces la ubicación de este proyecto está muy cerca a la Huacachina, tuvimos un problema, como nuestro proyecto está muy pegado a una duna, y la gente por falta de información pensaba que queríamos depredar la duna, que obviamente es un patrimonio aquí en Ica, las dunas adornan el paisajismo natural que adorna la región, como nunca hicimos una publicidad masiva para que el público sepa la envergadura que iba a tener el proyecto y que definitivamente no se iba a hacer ninguna depredación de dunas la gente y con fines políticos empezaron a especular, se colgaron de eso, nos hicieron algún tipo de bulla mediática, que finalmente pues terminó sacando comentarios negativos por falta de información, más no por algo que se iba a hacer mal, bueno esto fue digamos dentro de la transmisión de información que se tenía que dar correctamente, fue algo que realmente nos costó un poquito en el tema de imagen, pero bueno finalmente nosotros hicimos una conferencia y explicamos realmente lo que iba a ser la envergadura del proyecto, lo que iba a mejorar, lo que iba a embellecer, porque queremos hacer un preámbulo a lo que es Huacachina, queremos mejorar toda esa zona revalorizarla y darle plusvalía a los que van a vivir en el proyecto sino también a los que van a estar fuera, mejorando las principales vías de acceso, entonces eso fue un tema que si lo hubiésemos manejado con una conferencia más masiva para todo el público con toda la información no hubiese habido este tipo de especulaciones.</p>
<p>5) Investigador: Del modelo presentado, del modelo de índice mostrado ¿Qué opina de los elementos que se evalúan?</p>
<p>007: Del modelo de medición de transparencia corporativa</p>
<p>Investigador: Si de ese modelo.</p>
<p>007: Mira acerca de la información corporativa acerca de los atributos que hay que analizar que se colocan 14 ítems, me parece que está correcto, pero en el puntaje que se le asigna a la empresa, hay cosas que por ejemplo en el tema de innovación y tecnología es algo que si dentro de la página web lo tenemos que es la metodología con la que nosotros hacemos la construcción de las casas que es Lean Construction, aparte que estamos introduciendo una tecnología que es BIM con lo que ayuda a que los ahorros que se van a dar en el tema constructivo ayuden en poder mejorar las viviendas y que tengan un beneficio para las personas que puedan adquirir.</p>
<p>Investigador: En este punto me gustaría tu valoración en cuanto a los componentes, a las categorías, luego vamos a entrar en detalle a cada una de las categorías.</p>
<p>007: Mira acerca de información corporativa, si me parecen correcto los 14 puntos que has colocado, responsabilidad social, sustentabilidad, que está bien debería ingresar, lo referente a la información financiera relación con inversionistas, informe anual, informe trimestral, cifras relevantes, registros, servicios de información para los inversores, información bursátil no aplica, nosotros no tenemos acciones en la bolsa, eventos relevantes noticias, si me parece interesante porque estás abarcando a las empresas que están con este tipo de metodología y acerca de gobierno corporativo, si me parece que está correcto.</p>
<p>6) Investigador: Del modelo mostrado, en la categoría de Información Corporativa la empresa cumple con un 12.18% de lo que se propone que es un 34% ¿está de acuerdo con esta valoración y por qué?</p>
<p>007: No, hay ítems que deberían considerarse dentro de la ponderación que haces, por ejemplo en el caso de sitio web, tenemos el sitio web implementado además hemos hecho una renovación de nuestro sitio web, que es www.dyd.com.pe y ahí tenemos todos los proyectos que hemos hecho la experiencia las metodologías, no lo tenemos en inglés pero si en castellano entonces debería haber un puntaje ahí, acerca de la estrategia, la estrategia que tenemos es la diferencial y dentro de los proyectos lo colocamos en la web, si colocamos los diferenciales como te había comentado al inicio, el tema de la innovación que estamos creando, los parques alineados al perfil, el tipo de casa, tenemos casas eco sostenibles cuidamos el medioambiente y cuidamos el bolsillo del cliente con un doble bono de ahorro, somos los primeros en Ica en tener esta certificación de una vivienda verde, tenemos la estrategia que es diferencial, acerca de los proveedores si no hemos colocado los proveedores, no tenemos en la web eso, en lo que es calidad, como te comentaba tenemos la metodología que es el Lean Construction, la metodología BIM que estamos incluyendo, que en la estrategia de minimizar las mermas que ocurren en la construcción estamos</p>

<p>generando una plusvalía distinta a las viviendas, mejorando ciertas cosas, debería ir un puntaje, en innovación y tecnología también, comunidad y medio ambiente, si bien es cierto no lo hemos colocado aún en la web, tenemos todo un plan que somos una empresa socialmente responsable, estamos participando bastante en iniciativas del privado en mejorar las zonas de la Huacachina, tenemos todo ese muro que hay casi antes de llegar a Huacachina que nosotros vamos a participar con materiales para que pueda haber un repintado y una mejora en esa zona, porque eso lo han ensuciado con grafitis, estamos mejorando en eso, estamos participando con una empresa de reforestación que ha colocado árboles y estamos dándoles una retribución económica para que puedan llevarlo a cabo, estamos teniendo siempre participación activa, en el tema de las mejoras de la región en las zonas de la Huacachina, en el caso de los contactos y mapa del sitio, tenemos ahí geocalización de las salas como los proyectos, recursos humanos, no tenemos nada implementado aún en la web, lo que si colocamos es la búsqueda de nuevos puestos de trabajo, sala de prensa no tenemos pero si tenemos una persona encargada de relaciones públicas que justamente es la que ahorita está abasteciendo a todos los medios acerca de testimoniales de los proyectos lo que está aportando DyD a la sociedad iqueña, cuantos puestos de trabajo estamos generando para los iqueños, nosotros en la mejor época de construcción tenemos más de 300 obreros, que son 300 familias que nosotros apoyamos y en el tema de STAFF son alrededor de 80 a 100 entonces son algo de 400 familias que DyD les da trabajo que son netamente iqueñas, eso en caso de la responsabilidad social, eso es todo lo que tiene que ver con información corporativa.</p>
<p>7) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría de Información Financiera la empresa cumple con un 00.00% de lo propuesto que es un 22% ¿está de acuerdo con esta valoración y por qué?</p>
<p>007: En realidad nosotros por el régimen que estamos dentro como empresa, no estamos obligados a poder mostrar estas cifras, todo lo tenemos porque hemos tenemos auditorías internas, externas, toda la información la tenemos en regla, porque es una información que lo compartimos con los bancos por el tema del financiamiento de los proyectos que nosotros tenemos, pero digamos al no estar en ese régimen no estamos obligados a poder colocarlo pero sin embargo tenemos toda la información al día, estaría un 50/50 de acuerdo pero no lo colocamos por el tema de régimen.</p>
<p>Investigador: En ese aspecto ustedes tendrían algún inconveniente en incluirlo, ¿qué opinas de los ítems que están en esa categoría?</p>
<p>007: Mira, estoy de acuerdo con todo salvo el tema bursátil porque no tenemos acciones en la bolsa, pero toda la demás información la tenemos, y si en algún momento se da el cambio de régimen, no tendríamos ningún problema en poder compartir la información.</p>
<p>8) Investigador: Del modelo mostrado, según la categoría de Gobierno Corporativo la empresa cumple con un 00.00% de lo propuesto que es un 44% ¿está de acuerdo con esta valoración y por qué?</p>
<p>007: En realidad no estoy de acuerdo con la valoración, si bien es cierto no lo estamos mostrando en la web que tenemos o en las redes sociales porque más nosotros en el tema tanto web, todo lo que es la estrategia digital, nos enfocamos más en el tema de venta, cliente, B2C que netamente en el tema corporativo en sí, lo manejamos de manera interna, tenemos una asistente social, tenemos un área de RRHH y todo eso lo maneja internamente, por ejemplo tenemos grupos de WhatsApp donde están todos los equipos de venta, el equipo comercial y estamos constantemente informados tenemos todo un plan de incentivos para el personal, concursos pagados, cursos, línea de carrera en la empresa, buen clima laboral, cuando hay cumpleaños, hacemos un evento, les damos un día de descanso adicional, la idea es que se sientan cómodos porque finalmente tener personal motivado y con todas las herramientas que necesitan finalmente nos va a ayudar a superar nuestras expectativas de cara a los presupuestos que manejamos anuales, siempre nosotros estamos invirtiendo bastante en el personal, nosotros como empresa no invertimos mucho en publicidad, como Portales u otra inmobiliaria de la competencia, llámese Centenario, El Pino, Gerpal, que más o menos en promedio cada uno manejará entre 10, 12, 15 paneles, nosotros nos enfocamos más en la persona, en el trabajador, en el cliente interno, en brindarles las mejores condiciones por eso nuestra venta más se acumula en referidos, porque al tener al vendedor muy motivado, hace que el trabajo que tiene genere mucho vínculo, mucha empatía con los clientes, y termine haciendo que nuestra venta sea más rentable y sobre todo dándole más incentivos al vendedor mientras más vende el vendedor obviamente se va a sentir más cómodo va a tener mejores ingresos y va a poder mantener mejor a su familia, nosotros trabajamos mucho en el tema personal, solo que digamos, todos los códigos que tenemos, misión, visión, códigos de ética, no lo publicamos de manera externa, pero si lo tenemos dentro de las oficinas de ventas, dentro de las oficinas administrativas, pero si tenemos todo esto, solo que como te digo no es público.</p>
<p>Investigador: De cada uno de los ítems dentro la categoría de Gobierno Corporativo, podrías realizar tu evaluación de cada uno de éstos, y decirme si habría algún problema o inconveniente en ser público</p>

externamente en la página web.
<p>007: Si en realidad no habría ningún problema, como te decía toda esa información la tenemos, la manejamos en el día a día, pero no la hemos colocado por un tema, como recién hemos reestructurado nuestra web, le hemos dado más prioridad al tema comercial, hemos publicado más los proyectos, más para ventas, cotizadores, información más comercial, pero aún nos falta complementar la parte corporativa, bueno ¿Quiénes somos? Lo tenemos, la misión, visión, valores, todo eso lo tenemos en la página pero nos falta complementar aún con esta información que la tenemos pero que aún no la hemos puesto por el tema mismo de la renovación, y acerca de cada uno de los puntos, código de ética lo manejamos, tenemos un código de ética aquí en la empresa, políticas de gobierno corporativo también lo tenemos, informes de gobierno corporativo, ese tendríamos que armarlo, asamblea de accionistas, siempre tengo directorio con los dueños de la empresa mostrándole los resultados que tenemos, la arte comercial, la parte financiera, la parte legal que se muestran al cierre de cada mes y tenemos reuniones trimestrales donde mostramos los resultados. Composición del consejo de administración también tenemos, tenemos toda una estructura, y nuestra política es horizontal, tenemos toda nuestra estructura, pero en base horizontal, compensación del consejo de administración, ¿A qué te refieres con compensación del consejo de administración?</p>
<p>Investigador: La retribución económica que recibe el consejo administrativo.</p>
<p>007: Ah ok ok, claro es todo lo que se ve en un directorio, comité de apoyo de auditoría, como te comentaba hemos tenido auditorías internas y externas, comité de apoyo de gobierno corporativo, también hemos tenido, comité de apoyo de nombramiento y remuneraciones también, comité de apoyo de planeación y finanzas, también e incluso en algún momento hemos tenido asesorías de parte financiera, para poder tener flujo para los proyectos que tenemos a futuro, comité de apoyo otros, también, equipo directivo también, composición accionarial también, estatutos sociales también, derecho de los accionistas minoritarios, en realidad aquí son básicamente dos dueños, dos accionistas que tienen en promedio el 50/50 no hay accionistas minoritarios, políticas de distribución de dividendos, también existe una política, yo no la manejo porque manejo la parte comercial pero si sé que se tiene y la tienen por estatutos, oferta pública de adquisiciones, ¿A qué te refieres con oferta pública de adquisiciones?</p>
<p>Investigador: Esto va más ligado a la bolsa, cuando ustedes emitan cierta cantidad de acciones para venta.</p>
<p>007: Ah ok, no, en ese caso nosotros no participamos, y factores de riesgo también dentro de mi análisis incluyo factores de riesgo, siempre mi análisis PESTE.</p>
<p>Investigador: ¿Qué otros elementos consideran que debería adicionarse o modificarse en caso de adaptar el modelo de índice de transparencia corporativa mostrado de acuerdo con la industria donde trabaja?</p>
<p>007: En realidad, si bien es cierto es un modelo que se va a acoplar a ajustar a la realidad, me parece que hay otros indicadores dentro del sector que harían que sea unos resultados un poco más robustos, un poco más confiables con una confidencialidad más alta, tú sabes que esta zona como región tiene un crecimiento importante, incluso en los últimos años hemos tenido distintos actores que han venido a participar es más empresas grandes que tienen sus sedes centrales aquí en Ica, pero no deja de ser aparte de ser una región con un alto índice de crecimiento económico, no deja de ser una región con un alto índice de desastres naturales, pueden haber sismos, terremotos, inundaciones, entonces dentro del crecimiento económico, la curva del crecimiento económico va de la mano con el crecimiento inmobiliario, entonces hay factores por ejemplo como este tipo de riesgos que se pueden dar naturales o del entorno, que van a poder afectar el modelo, entonces me parece que quizá se podrían ingresar algún tipo de deflactación porque digamos al tener este tipo de riesgos como que tus indicadores, caen las ventas, como que ya las reglas de juegos cambian y el sector puede venirse abajo entonces hay cosas que se pueden agregar dentro del modelo, como un deflactor para que tus datos puedan ser más fidedignos a la hora de sacar algún tipo de modelo.</p>
<p>Investigador: Algún otro ítem adicional que consideres deba adicionarse o modificarse.</p>
<p>007: Si me parece que por ejemplo, si bien es cierto aquí se analiza a nivel macro, y de ahí se quiere bajar a micro en el tema atributo, me parece interesante también, porque esta es una percepción que se va a dar ahorita en un estudio que va a ser en base a un cargo de experto, gerencia, me parece que también habría que agregarle, de repente también la percepción que tiene el público o sea los principales jugadores del mercado, qué percepción tiene, como te decía en el sector inmobiliario los principales socios estratégicos que tienes son el Fondo MiVivienda, la Cámara de Comercio, y de repente también preguntarle a ellos que les parece la percepción que tienen y pueden agregar otro tipo de variables a este modelo, porque ellos también conocen la realidad, tienen estudios de la región, conocen el desempeño de cada una de las inmobiliarias, y de repente podrían aportar mucho a este modelo.</p>
<p>9) Investigador: Considerando que el promedio de las empresas de la misma industria tiene una mayor</p>

calificación de valoración ¿Qué acciones cree que debería tomar la empresa donde trabaja?
007: Si, bueno en realidad el índice sube básicamente en todo, donde tenemos 0 es en el tema financiero, que es simplemente mostrar los informes anuales, de los balances de la empresa, me parece que no habría ningún problema en poder mostrarlo, y eso haría que suba sustancialmente el tema del porcentaje y lo otro que es cotizar en bolsa, que me parece que por el momento no sería viable, pero el mostrar los resultados financieros me parece totalmente transparente, y no tendríamos ningún problema, ya entraría a aprobación de la gerencia o los dueños de poderlo dar, me parece que eso ayudaría a que nuestro índice suba, y podamos estar igual que el resto.
10) Investigador: ¿Cuál es el nivel de importancia que se le atribuye a la transparencia corporativa en la industria inmobiliaria?
007: Hablando de región, me parece que todavía hay mucho por mejorar, si bien es cierto, yo vengo de trabajar en inmobiliarias en Lima, y aún hay mucho por mejorar en Lima todavía en el mercado de provincia tenemos mucho por todavía ordenar, mejorar, establecer mejores reglas, hacer las cosas un poco más de manera formal, profesional, todavía hay mucho por mejorar, entonces, me parece que estamos en el camino porque estamos en pleno crecimiento, pero sería bueno tratar de profesionalizar mejor la industria y me refiero netamente al tema inmobiliario, al tema de transferencia, código de ética, por ejemplo tú sabes que el tema de las bases de datos, que es el principal activo de las empresas, cuando un asesor cambia de empresa se lleva la base de datos, entonces termina siendo perjudicial para la empresa en la que trabajó, entonces hay varias cosas que habría que mejorar en el tema de transparencia corporativa, en los proyectos, en la adquisición de tierras, si son de manera correcta, el tema de los permisos que se dan, muchas veces la burocracia, y temas de cambios políticos hacen que se retrasen y termina perjudicando al inversionista privado, hay muchas cosas aún por mejorar en el sector que podrían ayudar a que las cosas sean mejores, sean más eficientes y sean más transparentes.
11) Investigador: ¿Cuáles son las razones para no mostrar información corporativa?
007: Mira particularmente, no habría motivo por el cual no mostrar, es una información que le va a interesar al público no habría algún motivo por el cual no mostrar. Ojo que como te decía al inicio tú puedes mostrar también algo que puede estar maquillado o que puede estar en base a tu beneficio, yo muestro algo de repente no fidedigno, pero no necesariamente significa que soy transparente, solamente por mostrar algo no quiere decir que sea cierto, entonces si habría que ver que si se muestra algo debería haber también un tipo de auditoría, algo que sustente que efectivamente esas son las cifras reales y lo que ha ocurrido, porque sino habrían otros fines en mostrar información, de repente muestro que vendo más de lo real para generar una falsa expectativa en el mercado.
Investigador: Listo Albert, eso sería todo, muchas gracias por tu tiempo
007: Listo Percy, un gusto.

Apéndice R: Primer Cuestionario para Consenso de Expertos

Planilla de Juicio de Expertos					
Estimado Juez Víctor Hostos, a continuación, se le remite la planilla para su evaluación, debe ser respondida según su criterio y experticia en el tema tratado.					
Objetivo: “Verificar si el modelo adaptado es adecuado para medir la transparencia corporativa del sector inmobiliario del Perú”.					
Objetivos Específicos					
Validar que el modelo adaptado cuente con atributos relevantes a la industria.					
Validar la compatibilidad entre atributos similares.					
Validar las modificaciones al modelo inicial.					
VALORACION					
Ítem	Enunciados	SI	NO	PROMEDIO	
1	¿Considera que es importante medir la transparencia en el sector inmobiliario?				
2	¿Está de acuerdo con retirar los siguientes atributos del modelo inicial?				
	-	Información sobre clientes.			
	-	Registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).			
	-	Compensación del consejo de administración.			
	-	Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones).			
	-	Comités de apoyo (planeación y finanzas).			
	-	Comités de apoyo (otros).			
	-	Estatutos sociales.			
-	Derechos de los accionistas minoritarios.				
-	Ofertas públicas de adquisiciones.				
3	¿Está de acuerdo con que se haya agregado el siguiente atributo al modelo inicial? - Ratio de satisfacción del cliente (1-(Denuncias de clientes ante Indecopi/Total de clientes))				
4	¿Está de acuerdo con que se hayan agrupado los siguientes atributos?				
	Atributo 1	Atributo 2	Agrupación		
	Comunidad/Medio ambiente	Responsabilidad social y sustentabilidad	Responsabilidad social, sustentabilidad y medio ambiente		
	Políticas de gobierno corporativo	Política de distribución de dividendos	Bajo el mismo nombre de Políticas de Gobierno Corporativo.		
5	¿Considera usted que la clasificación de los atributos en las categorías mostradas (Información Corporativa, Información Financiera y Gobierno Corporativo) deben mantenerse?				
6	¿Considera que el modelo adaptado presentado, es adecuado para medir la transparencia del sector?				

Apéndice S: Segundo Cuestionario para Consenso de Expertos

Planilla de Juicio de Expertos					
Estimado Juez Víctor Hostos, a continuación, se le remite la planilla para su evaluación, debe ser respondida según su criterio y experticia en el tema tratado.					
Objetivo: “Verificar si el modelo adaptado es adecuado para medir la transparencia corporativa del sector inmobiliario del Perú”.					
Objetivos Específicos					
Validar que el modelo adaptado cuente con atributos relevantes a la industria.					
Validar la compatibilidad entre atributos similares.					
Validar las modificaciones al modelo inicial.					
VALORACION					
Ítem	Enunciados	SI	NO	PROMEDIO	
1	¿Considera que es importante medir la transparencia en el sector inmobiliario?			SI	
2	¿Está de acuerdo con retirar los siguientes atributos del modelo inicial?				
	-	Información sobre clientes.			SI
	-	Registros (SEC, 2OF, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex).			NO
	-	Compensación del consejo de administración.			SI
	-	Comités de apoyo (nombramientos y remuneraciones).			SI
	-	Comités de apoyo (planeación y finanzas).			SI
	-	Comités de apoyo (otros).			SI
	-	Estatutos sociales.			NO
	-	Derechos de los accionistas minoritarios.			NO
-	Ofertas públicas de adquisiciones.			SI	
3	¿Está de acuerdo con que se haya agregado el siguiente atributo al modelo inicial? - Ratio de satisfacción del cliente (1-(Denuncias de clientes ante Indecopi/Total de clientes))			SI	
4	¿Está de acuerdo con que se hayan agrupado los siguientes atributos?				
	Atributo 1	Atributo 2	Agrupación		
	Comunidad/Medio ambiente	Responsabilidad social y sustentabilidad	Responsabilidad social, sustentabilidad y medio ambiente		
	Políticas de gobierno corporativo	Política de distribución de dividendos	Bajo el mismo nombre de Políticas de Gobierno Corporativo.		
5	¿Considera usted que la clasificación de los atributos en las categorías mostradas (Información Corporativa, Información Financiera y Gobierno Corporativo) deben mantenerse?			SI	
6	¿Considera que el modelo adaptado presentado, es adecuado para medir la transparencia del sector?			SI	

Apéndice T: Modelo Adaptado

Modelo de medición transparencia Corporativa adaptado		
Categoría	Atributo a analizar	Ponderación
Información Corporativa	1 Sitio web en ingles /castellano	39.4%
	2 Perfil corporativo	
	3 Estrategia	
	4 Productos/Servicios/Negocio	
	5 Presencia/Cobertura/Subsidiarias	
	6 Proveedores	
	7 Calidad	
	8 Innovación/tecnología	
	9 Contactos/Mapa del sitio	
	10 Recursos humanos	
	11 Sala de prensa	
	12 Ratio de Satisfacción al cliente	
	13 Responsabilidad social, sustentabilidad y medio ambiente	
Información Financiera	1 Informe anual	24.2%
	2 Informes trimestrales	
	3 Cifras relevantes/Indicadores financieros	
	4 Registros SMV	
	5 Servicios e información para los inversores	
	6 Presentaciones corporativas	
	7 Información bursátil	
	8 Eventos relevantes/noticias	
Gobierno Corporativo	1 Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta	36.4%
	2 Políticas de gobierno corporativo	
	3 Informes de gobierno corporativo	
	4 Junta de accionistas	
	5 Integrantes de la junta administrativa	
	6 Comités de apoyo (auditoría)	
	7 Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)	
	8 Equipo directivo	
	9 Estatus sociales	
	10 Derechos de los accionistas minoritarios	
	11 Composición accionarial	
	12 Factores de riesgo	
Total		100%