

*“Cuesta tanto ser íntegro que pocos  
Tienen el amor y el valor  
Para pagar el precio”*

***A, Matthews***



## CAPITULO II

### 2. TRANSPARENCIA

#### 2.1. Definición de Transparencia

Aunque aún no se ha definido con precisión que es la transparencia, en el ámbito de los negocios; se entenderá como la responsabilidad que asumen los directivos, los cuales son el gerente y el administrador financieros, por sus siglas en ingles CEO y CFO (officer manager, officer financial manager) de informar sobre los recursos obtenidos y el uso que se les ha dado, no sólo a través de información financiera veraz, completa y oportuna, sino complementada con la información no financiera, como es la información cualitativa, los indicadores de desempeño<sup>1</sup>, etc. Un ejemplo de los indicadores de desempeño es el nivel de compromiso de los participantes con la empresa, presupuestos, cumplimiento de objetivos, etc.

#### 2.2. Indicadores de desempeño

Los Indicadores de desempeño son una herramienta que brindan información cuantitativa sobre los logros o resultados generados por la institución; pueden cubrir aspectos cuantitativos o cualitativos, como la calidad de un producto o servicio. Estos son comparados con períodos anteriores, productos similares, una meta o un compromiso, permite evaluar desempeño.

##### 2.2.1. Principales características de los indicadores de desempeño <sup>2</sup>

Las principales características son dos, temporalidad y fuentes de información las cuales consisten en:

a) Temporalidad, es en donde se identifica en que momento los diferentes resultados deben ocurrir, y por lo tanto deben comenzar a medirse. Este momento dependerá de la

---

<sup>1</sup> SALLES, Juan, “Nuevas reglas del Gobierno Corporativo”, pág .55

<sup>2</sup> [http://www.dipres.cl/control\\_gestion/indicadores](http://www.dipres.cl/control_gestion/indicadores)



naturaleza de los objetivos (procesos/productos/resultados). Las mediciones pueden tener diferentes frecuencias, es decir su período de medición puede ser: semestral, anual, bianual, etc.

b) Fuentes de información. Una vez identificado el ámbito en el que se deben elaborar los indicadores, es necesario identificar la forma de obtención de la información para efectuar las mediciones.

La mayoría de las veces la información que se requiere para las mediciones, es parte de los reportes que la empresa emite, como los reportes de calidad, de producción de cada departamento. Esta información se puede obtener a través de instrumentos de recolección de información, ya sea a nivel censal o muestral, los cuales pueden ser recogidos a través de encuestas, pautas de observación, etc., dependiendo del aspecto a medir<sup>3</sup>.

Los indicadores de desempeño deben cumplir algunos requisitos básicos, entre los cuales destacan la pertinencia, la independencia de factores externos, la comparabilidad, el requerimiento de información a costos razonables, la confiabilidad, la facilidad de comprensión y la constitución de información de carácter público.

### **2.3 Importancia de la transparencia**

La información es vital para los mercados de capitales. Los inversionistas ponen su dinero en el mercado, con el fin de poder obtener una ganancia adicional, la mayoría de las veces este dinero son los ahorros de toda su vida.

Los inversionistas toman sus decisiones de inversión en base a la información que las compañías les otorgan, es desde este momento que surge un compromiso de la compañía hacia los inversionistas, ya que estos han puesto toda su confianza al invertir en ella.

---

<sup>3</sup> [http://www.dipres.cl/control\\_gestion/indicadores/documento%20metodologia%20indicadores.html](http://www.dipres.cl/control_gestion/indicadores/documento%20metodologia%20indicadores.html)

<sup>4</sup> C.P.P SONÍ Francisco, "Nuevas Reglas de Gobierno Corporativo", pág. 50-52



Las empresas tienen el compromiso moral de responder a la confianza que han depositado los inversionistas en ella, la forma en como pueden responder a esta confianza es que la información sea completa y exacta. Las personas que se van a asegurar de que la información sea transparente son los directivos (CEO y CFO), una junta directiva independiente, y externamente se encargará la firma de contabilidad de comprobar la transparencia de la información, realizando una revisión de los controles internos de la revelación de la información y sobre la información financiera.

La importancia de la información financiera, también radica en que es una herramienta de gran importancia que ayuda a los inversionistas, a los gerentes, y al público en general a entender como se encuentra financieramente la empresa, si es una empresa que tiende a obtener pérdidas o ganancias, si se encuentra muy apalancada, si tiene solvencia, etc.

Sin embargo, para ofrecer una transparencia íntegra, es necesario mostrar la información cualitativa, la información no financiera; para poder tener un panorama más completo de la empresa.

Ya que si solo se tiene la información financiera, se tiene un panorama incompleto de la empresa, la cual es insuficiente para evaluar el desempeño que ha tenido la empresa, ya que no muestra ni la misión, ni la visión de la empresa por lo que no se puede saber si está cumpliendo con el objetivo por el que fue creada.

La “misión” de una empresa son las estrategias y los valores que la conforman, los cuales deben ser difundidos, comprendidos y compartidos por todas las personas que colaboran en ella. La “visión” como se ve a la empresa en un futuro<sup>4</sup>.

Un ejemplo que se cita en la revista *Contaduría Pública*, “Nuevas reglas de gobierno Corporativo”, del mes de mayo del 2003, para explicar la importancia de la información no financiera, es el de una empresa que reporta una utilidad de 50 millones de pesos, que resulta que es coherente con lo que se invirtió de capital.

---

<sup>4</sup> <http://www.inei.gob.pe/web/metodologias/>



Sin embargo, dicha empresa reduce la capacitación del personal, suspende la inversión en investigación, no expande su mercado, se detectan fraudes dentro de la empresa, etc. Esta información no se encuentra especificada en el estado de resultados, pero no por eso es información que deja de ser relevante para los accionistas, todo lo contrario para los accionistas es información relevante ya que pueden haber repercusiones en el futuro.

Todo lo anterior hace pensar que la transparencia de la información no estará completa, hasta que las empresas estén obligadas a revelar la información no financiera, que de información de cómo ha sido el desempeño de la empresa, si ha cumplido con su misión y su visión, para que se pueda evaluar el grado de cumplimiento de la empresa. Al incluir información no financiera dentro de los reportes anuales, se aumentará la confianza de los inversionistas.

Otro punto que es relevante para que se de un proceso de transparencia y para aumentar el grado de credibilidad es que la empresa cuente con código organizacional, que guíe y concientice a los miembros de la empresa en sus actividades diarias.

#### **2.4. Modelo de la transparencia Corporativa.**

Este Modelo está compuesto por tres niveles. El primer nivel, lo conforma un grupo de reglas y normas contables, los cuales son los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA), que anteriormente eran emitidos por el “Instituto Mexicano de Contadores Públicos” y actualmente son emitidos por el “Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera (CINIF)”.’.

El segundo nivel se encuentra conformado por estándares de industria específicos, aplicados de manera consistente y desarrollada por las industrias mismas.



En este nivel los inversionistas realizan una comparación de la empresa con el mercado<sup>5</sup>.

El tercer nivel, está conformado por la Información específica de la compañía, incluyendo su estrategia, planes, prácticas para la administración del riesgo, políticas de compensación, gobierno corporativo e índices de desempeño específicos para la compañía.

Estos tres niveles no deben verse como niveles separados, o reportes discontinuos, ya que son parte de un modelo integral para mejorar de manera general la transparencia corporativa y como consecuencia la información financiera de la compañía<sup>6</sup>.

**Figura 2.1** Modelo de Transparencia corporativa.



Fuente: <http://www.cipe.org/regional/lac/boletin43.pdf>

<sup>5</sup> <http://www.cipe.org/regional/lac/boletin43.pdf>

<sup>6</sup> <http://www.cipe.org/regional/lac/boletin43.pdf>



### **2.4.1. Primer Nivel: Principios de Contabilidad**

Las compañías que desean introducirse en los mercados de capitales, tienen la obligación de reportar su información aplicando los principios de contabilidad generalmente aceptados, y en ciertos casos se basaban en otros estándares nacionales internacionales, cuando se trata de empresas transnacionales que su matriz se encontraba fuera del país<sup>7</sup>.

En la actualidad se busca unificar criterios, para poder contar con principios globales. En México se ha empezado el proceso de unificación por medio de la creación del Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera (CINIF), el cual ha tratado de unificar principios y solo han prevalecido conceptos que están muy arraigados en nuestro país como el de Principios de Contabilidad.

La unificación de los principios se ha hecho con el fin de que la calidad los estándares no varíe significativamente de país a país, como había estado sucediendo, con la unificación de criterios contables se espera que se pueda comparar más fácilmente la información a nivel internacional, que se pueda verificar si las empresas están aplicando correctamente los principios, permita a las empresas acceder más fácilmente y con menos costo a los mercados de capitales del mundo.

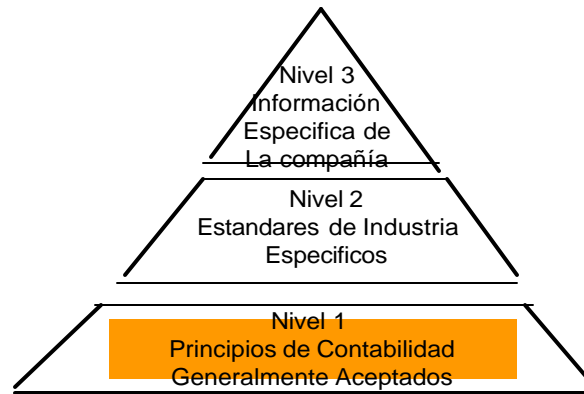
Los inversionistas también se ven favorecidos, ya que podrán comparar con mayor facilidad y exactitud la información de la empresa, además podrán comparar el desempeño de las empresas a nivel mundial

---

<sup>7</sup> DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, pág 36-38.



**Figura 2.1.** Modelo de Transparencia Corporativa, primer nivel.



Fuente: DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, “Building Public Trust: The Future of Corporate Reporting”.

#### **2.4.2. Segundo nivel: Estándares de la Industria Específicos**

Las empresas informan de los resultados de sus operaciones y de su situación financiera, por medio de sus estados financieros, los cuales deben estar preparados conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados. Estos principios han sufrido modificaciones con el fin de uniformarlos a nivel internacional, para que los inversionistas puedan comprender su significado sin importar su nacionalidad o país de residencia.

Los principios de contabilidad generalmente aceptados, se encuentra dividido en cinco series, cada serie tiene subdivisiones que tratan un tema en específico. La primera es la serie A, en el cual se asientan los principios contables básicos como utilidad, confiabilidad, veracidad, oportunidad, valor histórico original, etc. El segundo es la serie B, en donde se encuentran los principios que se relacionan con los estados financieros, como el objetivo de estos, la forma en que se encuentra estructurado que es





el Balance General, el Estado de Actividades y el Estado de cambios en la situación financiera, en este boletín se establecen los lineamientos, la forma en que se debe de tratar y presentar la información financiera.

La tercera serie es la serie C, esta serie trata sobre los principios que se aplican a las partidas o conceptos específicos, un ejemplo de esto es efectivo, el inventario, el activo intangible, etc. La cuarta serie es la serie D, el cual habla sobre los problemas específicos de determinación de resultados, un ejemplo de esto son las obligaciones laborales, el tratamiento del impuesto sobre la renta, etc. Por último encontramos la serie E, la cual nos habla sobre industrias especializadas como las de agricultura.

Los Principios de Contabilidad Generalmente aceptados ayudan a que se de un proceso de transparencia, debido a que al apearse a estos estándares la información que se les está brindando a los inversionistas es de mayor calidad y con esto se disminuye la posibilidad de que la información que se emite no muestra el verdadero valor de la empresa.

Las compañías se han visto afectadas por la globalización, las compañías dentro de cualquier industria compiten no sólo a nivel local, sino a nivel internacional. Cada vez es más difícil para las industrias crear una ventaja competitiva que las distinga de las demás.

Los usuarios y los inversionistas cada vez demandan mayor cantidad de información, tanto cuantitativa (utilidad por acción) como cualitativa (inversión en goodwill).

Actualmente los inversionistas después de haber decidido en que área van a invertir, proceden a realizar un análisis de mercado, entre industrias del mismo sector, para evaluar el funcionamiento de la industria y que le ofrece cada industria.

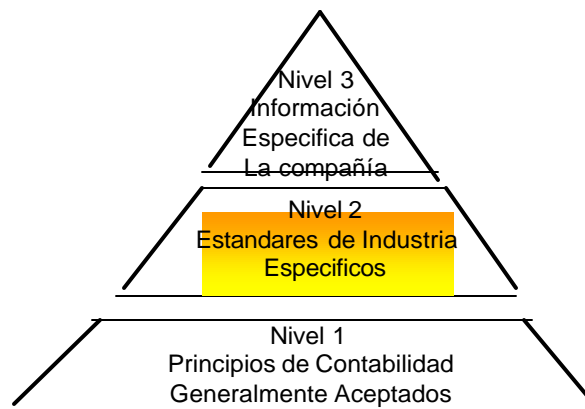
Las empresas para poder realizar un análisis de mercado completo, deben complementar los Principios de Contabilidad de su país, con información adicional, la



cual debe incluir información financiera como no financiera, relacionada con el desempeño que han tenido en el pasado y sus planes a futuro.

Como ejemplos de información financiera complementaria, tenemos los estados de utilidades y de flujos de caja pro forma, ninguno de los cuales está cubierto por los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Dentro de la información complementaria no financiera, están los índices de desempeño relativos a intangibles y otros, como marcas, clientes e innovación<sup>8</sup>.

**Figura 2.2.** Modelo de Transparencia Corporativa, segundo nivel.



Fuente: DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, “Building Public Trust: The Future of Corporate Reporting”.

### 2.4.3 Tercer Nivel: Información Específica de la Compañía

Muchas veces para los inversionistas aun no es suficiente la información que se contempla en el primer y segundo nivel, ya que para ciertos inversionistas es importante conocer la visión de la gerencia sobre el negocio y el entorno competitivo, así como las estrategias de la compañía, direccionadores de valor particulares de la compañía y los compromisos de la compañía para con otros interesados.

<sup>8</sup> DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, pág.39-42



Por lo que es importante que las empresas incluyan esta información adicional para que forme parte de las herramientas que utilizan los inversionistas a la hora de realizar su toma de decisiones.

Toda la información específica de la compañía comprende la base del Tercer Nivel. En esta base se desarrollan pautas generales de contenido y estándares externos para reportar dicha información <sup>9</sup>.

**Figura 2.3.** Modelo de Transparencia Corporativa, tercer nivel.



Fuente: DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, “Building Public Trust: The Future of Corporate Reporting”.

## **2.5 La responsabilidad de los gerentes (CEO y CFO) en la transparencia.**

La responsabilidad del CEO y CFO es identificar, medir y divulgar tanto internamente como externamente el verdadero valor de la compañía. Esto debe ser parte del trabajo cotidiano de los gerentes, para poder tener un adecuado control de la compañía.

<sup>9</sup> DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, pág. 42-44.



Muchas veces los gerentes subestiman la importancia de ciertos conductores de valor que son un punto de apoyo para que se de un proceso de transparencia, un ejemplo de estos conductores de valor son los códigos de ética organizacional.

Cuando el CEO y el CFO han identificado los conductores dominantes del valor y han desarrollado medios confiables para medirlos, el uso eficaz de estas medidas como herramientas de la gerencia creará inevitablemente un valor agregado para los accionistas e inversionistas.

## **2.6 La responsabilidad del Contador en la transparencia de información financiera**

Existen ciertas responsabilidades específicas para los contadores como evitar la doble contabilidad, las transacciones duplicadas, la omisión de transacciones, la doble tributación. La responsabilidad de ofrecer a los inversionistas información transparente y confiable, cumpliendo con uno de los principales propósitos de la contabilidad, la confiabilidad de la información que se emite.

También tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de las practicas contables, apegándose al código de ética de los contadores, para impedir las practicas contables dudosas, que pueden ayudar a realizar transacciones corruptas como la falsificación de los asientos diarios y la realización de informes financieros fraudulentos; la realización de transacciones sin la autorización correspondiente y con fines distintos a la empresa; el permitir el acceso a los activos sin el consentimiento de la gerencia , etc. <sup>10</sup>.

Otra de las responsabilidades que tiene el contador es el divulgar de manera oportuna y precisa cada uno de los aspectos de la empresa, incluyendo la situación financiera, el desempeño, la propiedad, la operación y el manejo de la compañía.

---

<sup>10</sup> <http://www.funcionpublica.gob.mx/ocde/doctos/folletoocde.pdf>



También debe de difundir información relacionada con los objetivos de la empresa, los resultados financieros y de operación de la compañía, el nombre de los accionistas mayoritarios y los derechos de voto que tienen cada uno, los miembros del consejo directivo, los ejecutivos clave y su remuneración.

Dar a conocer información sobre los factores previsible de riesgo, sobre los asuntos materiales que tienen alguna relación con los empleados y otros participantes, estructuras para la operación y manejo para la compañía.

Exigir a las empresas registros y comprobantes de montos recibidos y gastados, exhortar a la publicación de los estados financieros.

## **2.7. La responsabilidad del inversionista en la transparencia**

Los inversionistas tienen la responsabilidad de realizar un buen análisis sobre la información que reciben, ya que en base a éste pueden determinar si existen incongruencias dentro de el, y en caso afirmativo, tienen el derecho de indagar sobre éstas<sup>11</sup>.

Un ejemplo de lo anterior es en el caso de Enron que muchos inversionistas no entendían como se daban las transacciones y nunca ejercieron su derecho de preguntar que era lo que estaba sucediendo.

Otro punto, es que deben de tener claro que entre mayor riesgo aumenta la posibilidad de pérdida y que por esta razón obtienen un rendimiento mayo a las demás. En este punto, la responsabilidad del accionista radica en asumir las consecuencias resulten de las decisiones que toman.

---

<sup>11</sup> DIPIZZA, Samuel y Eccles, R.G, pág. 189.



## 2.8. Un nuevo apoyo para la transparencia

La Ley Sarbanes Oxley surge como una respuesta a los escándalos financieros ocurridos, ésta tiene como objetivo lograr que se de un proceso de transparencia en la revelación de la información financiera, para brindarles a los inversionistas información más veraz y confiable.

La principal meta de la ley es lograr restaurar la confianza, por medio de una mayor vigilancia sobre los controles internos.

Para poder cumplir con estos objetivos la ley se divide en títulos los cuales son <sup>12</sup>:

1. Título I. Junta de Vigilancia de las Compañías de Contabilidad Públicas (PCAOB)
2. Título II. Independencia del Auditor
3. Título III. Responsabilidad de la Compañía
4. Título IV. Revelaciones financieras más amplias
5. Título V. Conflictos de intereses de los Analistas
6. Título VI. Recursos y Autoridades de la Comisión
7. Título VII. Estudios e Informes
8. Título VIII. Responsabilidad de la Compañía por Fraude Penal
9. Título IX. Responsabilidad Penal de los Empleados
10. Título X. Declaraciones sobre los Impuestos de la compañía
11. Título XI. Fraude y Responsabilidad de la Compañía

Las principales aportaciones para la transparencia es la creación del PCAOB, el cual es una junta que se encarga de vigilar a las empresas, y a las firmas de contabilidad que se encargan de emitir una opinión sobre los controles internos y los estados financieros de la compañía.

---

<sup>12</sup> Ley Sarbanes Oxley



Otro punto relevante es la imposición de multas más severas que van desde no más de \$750, 000 mil dólares para un individuo de una firma, y no más de \$15,000,000 para la firma de contabilidad.

Otra de las aportaciones son las secciones 302 donde habla sobre el compromiso del CEO y CFO sobre los controles Internos, la sección 404, que establece una “Auditoria Integrada”, la cual consiste en realizar una revisión de los controles internos por medio de un “walk through” y de los Estados financieros, y emitir una opinión sobre estos<sup>13</sup>.

Además que esta Ley Obliga a las empresas a aplicar un Código de ética organizacional, por lo que es una forma de crear una cultura ética dentro de las organizaciones; las empresas que no cuenten con un Código tendrán que dar una explicación de porque no cuentan con uno.

Después de estudiar el concepto de la transparencia y lo que encierra esta palabra, el siguiente capítulo tratará sobre la ética en las organizaciones, la cual es muy importante para que se de un proceso de transparencia.

---

<sup>13</sup> <http://www.pwc.com/extweb/newcoatwork.nsf/docid>