

*“La confianza nunca proviene de tener todas las respuestas,
sino de estar abierto a todas la preguntas”.*

E.W.Stevens



CAPITULO V

5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO, A EMPRESAS MEXICANAS QUE COTIZAN EN LA BOLSA DE VALORES, SOBRE EL CODIGO DE ÉTICA

Preámbulo

Para que los CEO y CFO puedan reportar a los inversionistas el valor real de la empresa, con una seguridad razonable es necesario que todos los miembros de la empresa cuenten con una cultura ética, para poder disminuir las distorsiones que pueden sufrir la información financiera como transacciones no reportadas, prestamos personales no especificados como tal, inventario registrado no existente, etc.

Para poder sustentar lo anterior en la parte práctica, se realizó una investigación de campo para observar si las empresas perciben una relación entre la transparencia de la información financiera y el código de ética organizacional, y si está les da una ventaja competitiva. El anterior párrafo es el objetivo general y la hipótesis de esta tesis.

5.1. Unidad de estudio

La aplicación o la falta de aplicación del Código de ética organizacional

5.2. Sujeto de estudio

Las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, es la población que se tomó para realizar el estudio, debido a las dos variables que se tomaron en cuenta, las cuales son transparencia en la información financiera y la aplicación de un código de ética organizacional. De esta población se tomaron 40 empresas para aplicar el cuestionario,



de las cuales solo respondieron 23 para, las empresas se eligieron al azar, sin importar el perfil de la empresa.

Una de las principales razones por las que se eligió la Bolsa Mexicana de Valores en un principio, es porque la transparencia en la información financiera y el código de ética son dos puntos muy importantes que deben de tomar en cuenta las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores, debido a la responsabilidad que adquieren con sus inversionistas en el momento que optan por financiarse por medio de capital emitiendo acciones o bonos.

Además se tiene la percepción de que estas empresas son grandes consorcios que cuentan con una cultura organizacional y tendrán una mayor disposición debido a la cultura que se ha creado dentro de la organización.

5.3. Instrumento de medición

Como ya se mencionó anteriormente se utilizó como instrumento de medición un cuestionario de 16 preguntas, de las cuales dos fueron tomadas del cuestionario de Opacidad aplicado por Price Waterhouse Coopers (2002). De las 16 preguntas, 14 son cerradas y 2 son abiertas.

El cuestionario se aplicó a 40 empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, de las cuales contestaron solo 23, la elección de las empresas se realizó al azar, los entrevistados fueron principalmente del área de Recursos Humanos y de Contabilidad, debido a que estas personas disponen de poco tiempo se trato de que el cuestionario fuera corto y conciso.

La aplicación del cuestionario se hizo vía telefónica debido al tiempo y a la ubicación de las empresas era imposible ir personalmente, también se intento aplicarlo vía mail pero se obtuvo una respuesta negativa.



La mayoría de las preguntas fueron cerradas, porque es más fácil de codificar y es más ágil el cuestionario para el entrevistado. Sin embargo dos de las preguntas fueron abiertas para poder lograr realizar una mejor conclusión, ya que muchas veces las preguntas cerradas son un limitante que no ayudan a profundizar en la percepción que tiene la empresa sobre las variables que se están analizando (transparencia, ética organizacional)

Aunque antes de aplicar el cuestionario se trató de anticipar las posibles alternativas de respuestas, se realizó una prueba piloto en la que se identificó que era necesario modificar el cuestionario con el fin de que los entrevistados pudieran comprender mejor las preguntas y se les facilitara el responderlo.

El cuestionario se encuentra dividido en tres partes en la primera se determina, como se mencionó anteriormente, si la empresa cuenta con un código y si lo aplica, en la segunda parte se trata de determinar la transparencia de la información financiera que emite la empresa y en la tercera si ha obtenido algún beneficio al implementar un código y al emitir información financiera que brinde una seguridad razonable al inversionista de que ésta es transparente.

5.4. Población

Una población es la totalidad del fenómeno a estudiar, las unidades de esta población poseen características en común¹. La población que se va a tomar para este estudio y para dar origen a los datos de investigación es la Bolsa Mexicana de Valores, la cual se encuentra integrada por 153 empresas.

¹ <http://server2.southlink.com.ar/vap/poblacion.htm>



5.5. Muestra

La muestra es la selección de algunos elementos con la intención de averiguar algo sobre una población determinada. Cuando no es posible medir cada uno de los individuos de una población, se toma una muestra representativa de la misma (Tamayo Mario, 1998).

La muestra se basa en el principio de que las partes representan al todo y, por lo que una pequeña muestra refleja las características que definen la población de la que fue extraída.

Dentro de la estadística existe una ley fundamental que hace referencia al método de muestreo. Esta ley se llama “Ley de la regularidad estadística”, la cual menciona que un conjunto de n unidades tomadas al azar de un conjunto N , es casi seguro que tenga las características del grupo más grande, por lo que no es necesario realizar un estudio de todo el conjunto N para poder emitir una conclusión².

Basándonos en lo anterior, como ya se había mencionado, se eligieron 23 empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, de una población de 153.

La selección se llevó a cabo al azar, por lo que las empresas fueron extraídas al azar, teniendo cada empresa la misma posibilidad de ser seleccionadas.

² <http://server2.southlink.com.ar/vap/poblacion.htm>



5.6. Problemas y percepciones de la investigación.

Uno de los principales problemas que se tuvo en la investigación fue que muchas empresas consideran este tipo de información como confidencial, por lo que se niegan a contestarlo.

Otro factor muy importante fue la falta de tiempo de los entrevistados para contestar las encuestas debido a sus actividades muchos se negaban a contestar o en medio de la entrevista cortaban la comunicación.

En cuanto a la percepción que se obtuvo a lo largo del estudio, fue que las personas que se encuentran al Norte de la República Mexicana son las que se mostraron con mayor disponibilidad para contestar el cuestionario.

Además cabe resaltar que son las empresas que tienen una mentalidad de expansión del mercado a nivel mundial. Otro punto muy importante es que estas organizaciones tienen mucha influencia extranjera por lo que tienen la cultura de cooperación.

Las empresas que se encuentran en el centro de la República Mexicana, la mayoría se muestran más reacias a cooperar. Tienen una mentalidad más cerrada, su participación en la Bolsa es limitada, por lo general son empresas familiares y su visión se limita a una expansión a nivel Nacional, por lo que no muestran mucho interés en este tipo de investigaciones.

5.7. Procedimientos para el desarrollo de la matriz de resultados.

En la matriz de resultados no se incluyó el nombre de las empresas que fueron encuestadas, debido a que la información obtenida es confidencial y no se puede identificar las respuestas que se obtuvieron de las empresas.

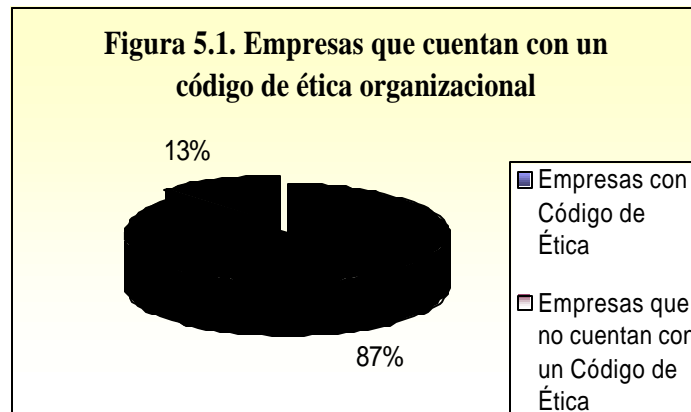
Se incluyó el nombre de las empresas encuestadas, con excepción de una empresa que pidió quedarse en el anonimato.



5.8. ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS.

5.8.1 Primera Sección (Código de ética organizacional y su aplicación).

Pregunta. ¿Cuenta con un código de ética organizacional?



Fuente: Propia³.

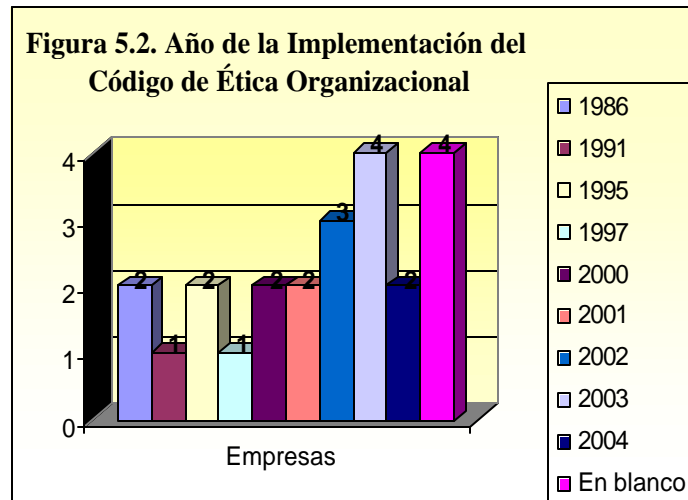
Interpretación.

Como se puede observar de las 23 empresas encuestadas el 87% de las empresas cuentan con un código de ética. Lo que nos demuestra que la mayoría de las empresas que cotizan en la bolsa si cuentan con un código de ética organizacional

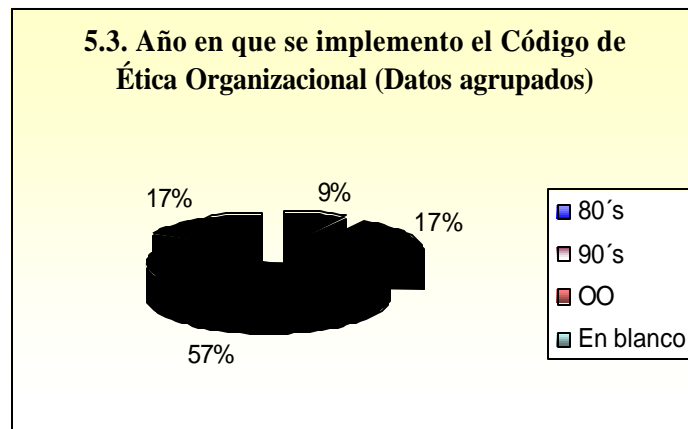
³ Ver anexo 3.



Pregunta. ¿A partir de que año se implemento el código de ética en la organización?



Fuente: Propia ⁴



Fuente: Propia

⁴ Ver anexo 3.



Interpretación.

Solamente un 9% de las empresas cuentan con un Código de ética organizacional establecido desde los 80's, el 17% desde los 90's y más del 57% lo ha implementado a partir del 2000.

También podemos observar dentro de la gráfica que el 17% permanece en blanco, éste porcentaje representa a las empresas que desde un inicio respondieron que no contaban con un Código de ética organizacional y dos más que desconocían la fecha en que se implementó el código. Una de estas dos empresas cabe mencionar que había sufrido una fusión por lo que desconocía la fecha.

Análisis.

Como podemos observar la gran mayoría de las empresas empezaron a implementar el código de ética a partir del 2000. Una de las razones de la implementación de Código es el tener un mejor control sobre la operación de las empresas, ya que la falta de una guía para los empleados causa problemas de comportamiento inadecuado como fraude, robos, fuga de información, etc. En la alguno de los casos no se tenía la conciencia que lo que se estaba haciendo estaba mal.

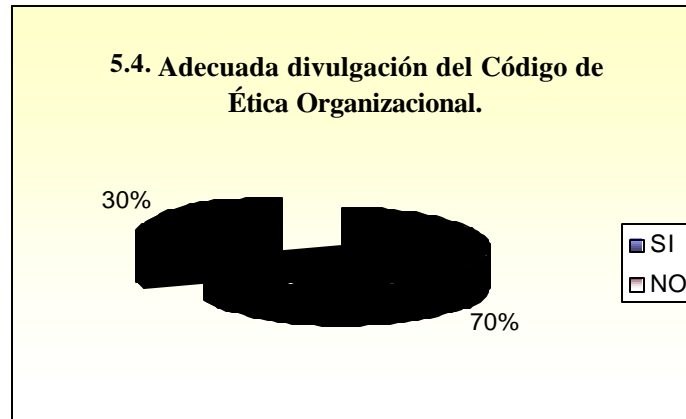
Para evitar lo anterior las empresas decidieron crear un Código de ética organizacional para determinar cual es el comportamiento que se espera que tengan los miembros de la empresa en distintas situaciones; permitiendo que tanto directivos como trabajadores puedan enfrentar de una mejor manera los problemas que se le presentan.

Cabe resaltar que los encuestados mencionaron con mayor frecuencia el 2002, año en que se hubo un gran deterioro de la confianza de los inversionistas debido a los escándalos financieros suscitados en Estados Unidos; y el 2003, año en que empieza a entrar con mayor vigor la Ley Sarbanes Oxley para las compañías estadounidenses.



Pregunta.

- *¿Todos los niveles de la empresa conocen el código de ética de la organización?*
- *Se realiza una adecuada divulgación del código de ética.*



Fuente: Propia⁵

Interpretación.

El 70% de las empresas realizan una adecuada divulgación del Código de ética organizacional, mientras el 30% no realiza una adecuada divulgación del código.

Análisis.

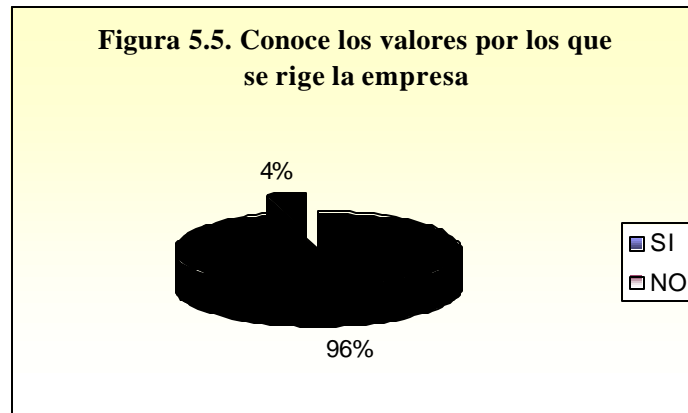
Aunque la mayoría de las empresas cuentan con un Código de Ética Organizacional, no todas realizan una adecuada divulgación de éste, por lo que no todos los niveles lo conocen, quedándose el código obsoleto e inservible por ésta situación.

⁵ Ver anexo 3.



Una de las principales causas por lo que ocurre lo anterior es porque la administración tiene la mentalidad de que los empleados tienen una cultura ya establecida, la cual es difícil de cambiar porque viene desde la niñez; así que estas empresas cuentan con el Código como un requisito pero no les dan un adecuado seguimiento.

Pregunta. ¿Conoce usted los valores éticos por los que se rige la empresa (misión)?



Fuente: Propia⁶

Interpretación

El 96% de las empresas encuestadas sí conocen los valores por los que se rige la organización, mientras que el 4% los desconocen.

Análisis.

Aunque dos de las empresas encuestadas no cuentan con un Código de ética, si tienen claro cuáles son los valores de la empresa, lo cual es un punto importante ya que los valores también ayudan a crear un ambiente más ético.

⁶ Ver anexo 3.



Por otro lado aunque hay empresas que tienen el Código de ética organizacional y conocen cuales son los valores de la empresa, no les dan mucha importancia a estos y los toman como un requisito más de la empresa que deben de saberlos de memoria.

Pregunta. *Podría mencionar, tres valores que sean característicos la empresa.*

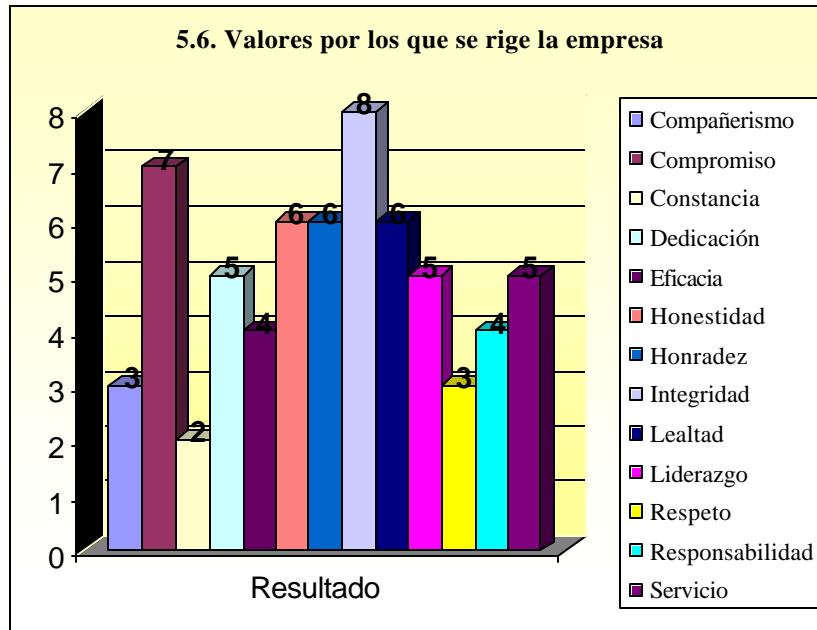
Las principales respuestas fueron:

Tabla 5.1.

Valores por los que se rige la empresa	
Valores	Resultado
Compañerismo	3
Compromiso	7
Constancia	2
Dedicación	5
Eficacia	4
Honestidad	6
Honradez	6
Integridad	8
Lealtad	6
Liderazgo	5
Respeto	3
Responsabilidad	4
Servicio	5

Fuente: Propia⁷

⁷ Ver anexo 3.



Fuente: Propia⁸

Interpretación.

De la grafica anterior los principales valores que mencionaron fueron integridad, compromiso, honestidad, honradez y lealtad.

Análisis.

Aunque los puntos más mencionados fueron integridad, compromiso, honestidad, honradez y lealtad, como se menciona anteriormente, no quiere decir que los demás son menos importantes.

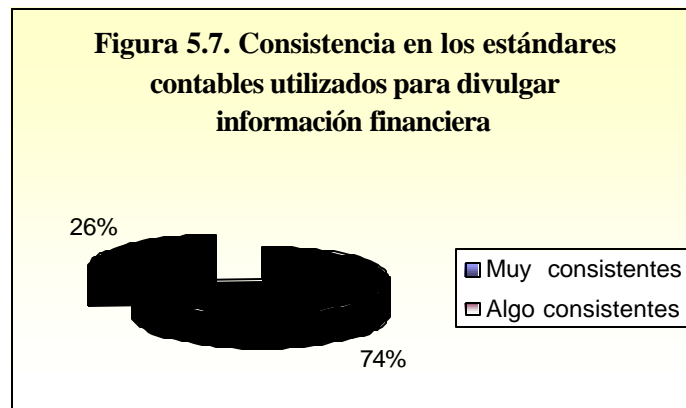
⁸ Ver anexo 3.



Hay que recordar que los valores al igual que el código de ética pueden variar de acuerdo al perfil de la organización ya que los valores tratan de armonizar los intereses de la organización con intereses de los empleados para poder obtener ciertos resultados.

5.8.2. Segunda Sección (Transparencia en la Información Financiera).

Pregunta. *¿Qué tan consistentes son los estándares contables, usados por la empresa para divulgar la información financiera?*⁹



Fuente: Propia¹⁰

Interpretación.

El 74% de las empresas consideran que los estándares contables que usan para divulgar su información financiera son muy consistentes, mientras el 26% consideran que no son tan consistentes.

⁹ Cuestionario de Opacidad aplicado por Price Waterhouse Coopers

¹⁰ Ver anexo 3.



Análisis.

La mayoría de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores se apegan a los estándares establecidos por ésta. Los estándares de la Bolsa son realizar cuatro reportes trimestrales y uno Anual.

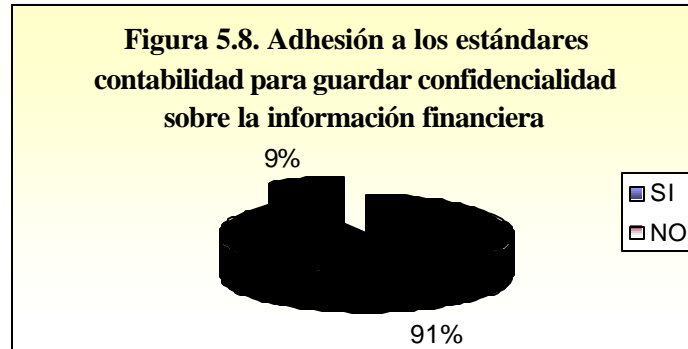
En los reportes trimestrales se incluye información sobre la utilidad obtenida antes de impuestos, el balance general consolidado y el estado de resultados consolidado.

En el reporte anual debe de incluir una carta del Director de finanzas, información sobre la estructura de Deuda, información sobre Gobierno Corporativo, un análisis sobre los resultados obtenidos un reporte del Auditor externo, Estados de Situación Financiera Consolidados, Estados de Resultados Consolidados, Estados de Cambios en la Situación Financiera Consolidados, Estados de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable Consolidados, notas explicativas sobre los Estados Financieros Consolidados, Comités del Consejo de Administración, Directores y Consejeros e Información para Accionistas.

Las empresas para emitir la información financiera que la Bolsa les pide se deben de apegar a los principios de contabilidad generalmente aceptados.



Pregunta. ¿La empresa se adhiere a los estándares establecidos por la contabilidad para guardar confidencialidad sobre la información financiera?



Fuente: Propia¹¹

Interpretación.

El 91% si se adhiere a los estándares establecidos por la contabilidad, para guardar confidencialidad en la información financiera mientras un 9%, no lo hace.

Análisis.

Las empresas se adhieren a los estándares establecidos por la contabilidad para guardar información sobre marcas, patentes, costos de producción detallados, etc., en general cuestiones que les genera cierta ventaja sobre el mercado y que el dar información sobre esto les puede generar cierta desventaja.

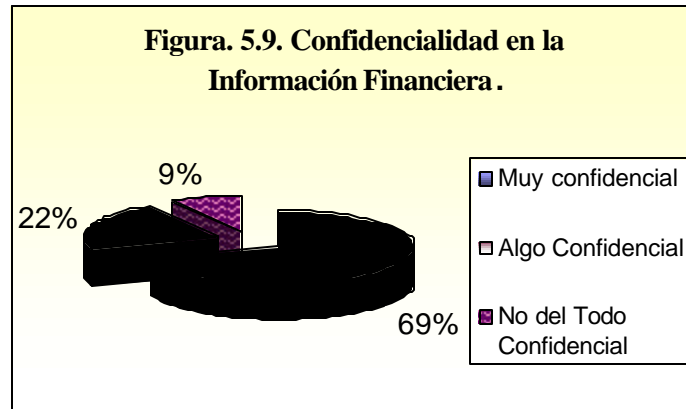
Los estándares establecidos a los que las empresas se apegan, se refiere a que estas sólo emiten la información que la Bolsa Mexicana de Valores les requiere.

Las empresas que no se apegan a los estándares establecidos por la contabilidad son las que usan criterios establecidos por la empresa para la emisión de la información financiera.

¹¹ Ver anexo 3.



Pregunta. *La información confidencial la catalogaría como*¹²:



Fuente: Propia¹³

Interpretación.

El 68% de las empresas catalogan su información como muy confidencial, el 23% como algo confidencial y el 9% no la considera tan confidencial.

Análisis.

Aunque estas son empresas que publican su información financiera, basándose en los estándares contables de la Bolsa Mexicana de Valores, hay información que solo la conocen los auditores como los controles internos con los que cuenta la compañía, etc.

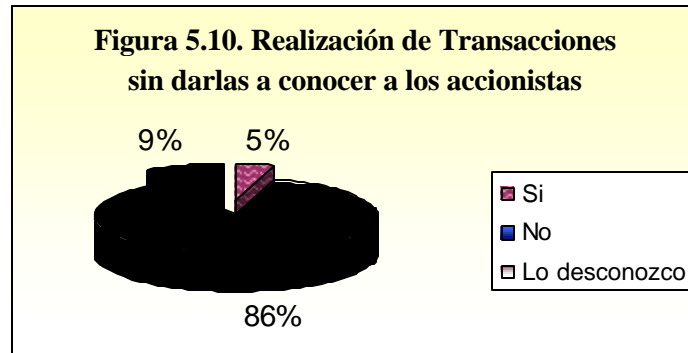
También existen empresas que al cotizar en la Bolsa y al mostrar su información financiera, toma la postura de una empresa pública en la cual se muestra casi toda la información de la empresa.

¹² Cuestionario de Opacidad aplicado por Price Waterhouse Coopers

¹³ Ver anexo 3.



Pregunta. *La administración ha realizado transacciones, sin darlas a conocer a los accionistas*



Fuente: Propia¹⁴¹⁵

Interpretación.

Un 86% de la administración, no han realizado transacciones sin darlas a conocer a los accionistas, el 9% lo desconoce y un 5% admite haber realizado transacciones sin darlas a conocer a los accionistas.

Análisis.

La mayoría de las empresas entrevistadas, reportan a los accionistas los futuros planes y las transacciones que piensan realizar. El mantener informados y el tomar en cuenta a los accionistas, evita que estos disminuyan la confianza y el capital que han aportado en la empresa.

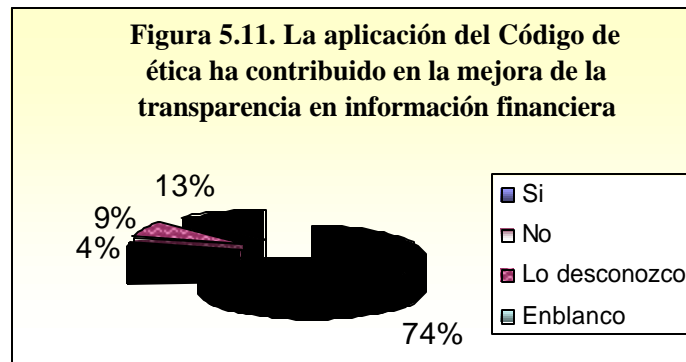
¹⁴ Ver anexo 3.

¹⁵ Las respuestas son responsabilidad de las empresas, el autor de la tesis no se hace responsable de las respuestas proporcionadas



5.8.3. Tercera Sección (Beneficios de la implementación del Código de ética organizacional y de la Transparencia).

Pregunta. *¿La implementación del código de ética organizacional ha influido a que se de una mayor transparencia en la información financiera de la empresa?*



Fuente: Propia¹⁶

Interpretación.

El 74% de los encuestados opinan que la implementación del Código de ética si contribuye a que se de una mejora en la transparencia de la información financiera, el 4% opina que no, el 9% lo desconoce y el 13% dejó esta pregunta sin contestar.

Análisis.

La mayoría de los entrevistados respondió de manera afirmativa. Ya que para que se de un proceso de transparencia se necesita que los miembros de la empresa al desarrollar su trabajo ya sea como directivo (CEO y CFO) o como operativo, actúe de manera ética,

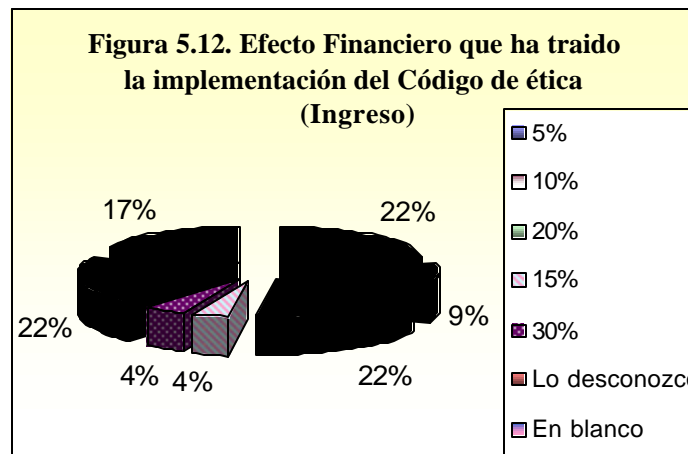
¹⁶ Ver anexo 3.



reportando la realidad de las operaciones, sin ocultar los gastos, pérdidas que se suscitaron.

De esta manera la compañía puede brindar una seguridad al inversor, la confianza en el mercado y la garantía de los derechos de los trabajadores y de la sociedad en general.

Pregunta. *¿Qué efecto financiero ha tenido la empresa con la implementación del código de ética organizacional (Ingreso)?*



Fuente: Propia¹⁷

Interpretación.

El 22% de los encuestados percibe que han aumentado sus ingresos en un 5% aproximadamente, gracias a la implementación de código de ética, un 9% ha percibido que ha aumentado en un 10% el ingreso, un 22% percibe que ha aumentado un 20% su ingreso, un 4% opina que se ha aumentado en un 15%, otro 4% percibe un incremento del 30%.

¹⁷ Ver anexo 3.



El 22% de los encuestados desconoce en que porcentaje se ha incrementado sus ingresos a partir de la implementación del código y un 17% dejó la pregunta en blanco.

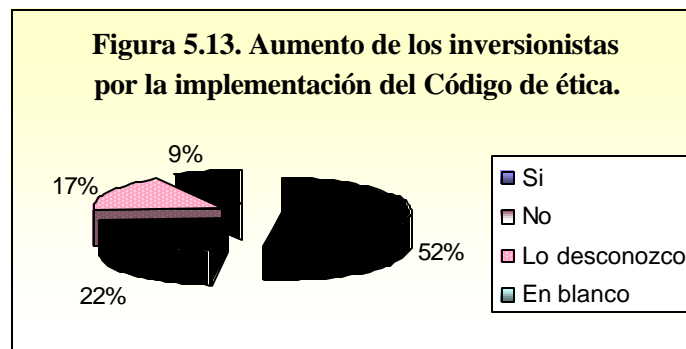
Análisis.

Algunas de las empresas que perciben que han tenido un aumento en el ingreso del 5% desde que se implemento el Código de ética organizacional, tienen proyectado que va a aumentar éste porcentaje.

Las empresas que perciben un aumento del porcentaje entre el 15% y el 30%, son empresas internacionales que compiten a nivel mundial.

Por otra parte las empresas que dejaron sin contestar o que mencionaron que desconocían si se había dado un incremento son las empresas que no divulgan adecuadamente el Código de ética organizacional, debido a que le dan poca importancia.

Pregunta. *¿Ha aumentado el número de inversionistas gracias a la implementación del código de ética organizacional?*



Fuente: Propia¹⁸

¹⁸ Ver anexo 3.



Interpretación.

El 52% de los encuestados contestaron afirmativamente, 22% contestaron que no ha habido un aumento en el número de inversionistas desde que se implementó el Código de ética organizacional, el 17% lo desconoce, el 9 % corresponde a las organizaciones que en un principio contestaron que no contaban con un Código de ética organizacional.

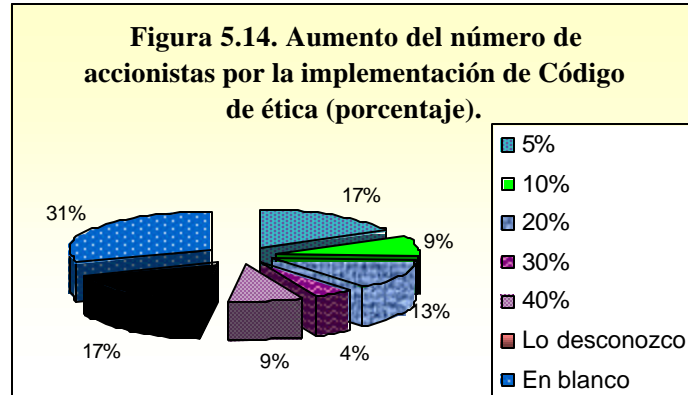
Análisis.

Las empresas que contestaron que si habían percibido un aumento de los inversionistas desde que se implementó el Código, son empresas que cuidan mucho su reputación, el comportamiento de sus empleados y la imagen que tiene el público sobre ellas. Además tienen más conciencia de la responsabilidad que tienen con los inversionistas.

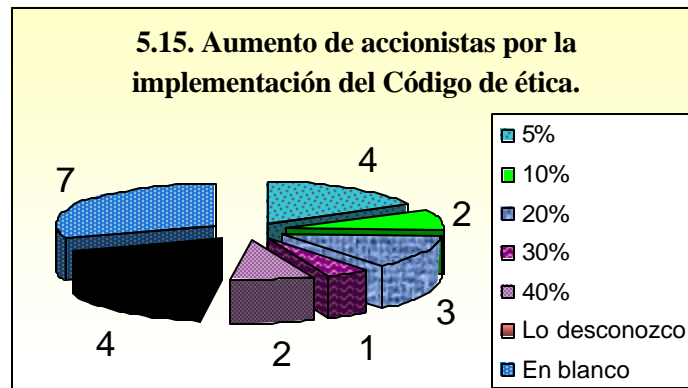
Las demás empresas se van más por la tecnología que emplean, no se basan mucho en el comportamiento de sus empleados. No perciben el compromiso que tienen con los inversionistas ya que al ser una parte minoritaria de su capital y/o de su fuente de financiamiento, les resta importancia.



Pregunta. En que porcentaje ha aumentado el número de accionistas:



Fuente: Propia¹⁹



Fuente: Propia²⁰

Interpretación.

El 17% de los encuestados perciben que ha aumentado en un 5% aproximadamente el número de sus accionistas, el 9% percibe que ha aumentado en un 10%, el 13% percibe que ha sido en un 20% el incremento, el 4% percibe que se ha dado un aumento de un 30%, el 9% percibe que es un 40% el número de inversionistas que ha aumentado. El 17% lo desconoce y un 31% dejó esta pregunta en blanco.

¹⁹ Ver anexo 3.

²⁰ Ver anexo 3.

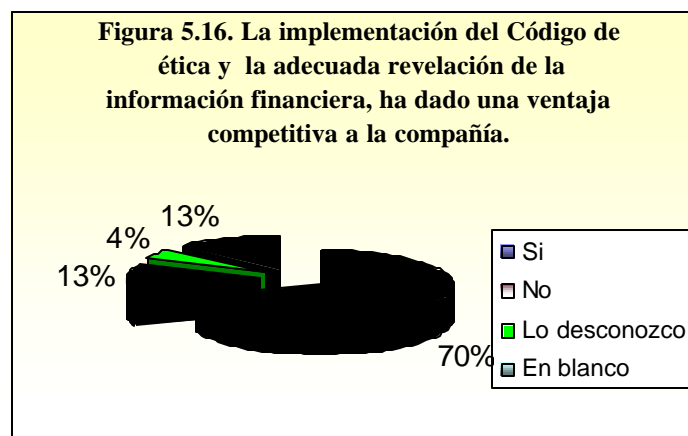


Análisis.

Las empresas que buscan expandir su mercado, obtener una liquidez inmediata, crecer, modernizarse, invertir en investigación y desarrollo; por medio de financiamiento vía capital. Ponen mayor énfasis en que aspectos hacen que la empresa sea más atractiva, una de las formas es dándoles una mayor seguridad a sus inversionistas por medio de la creación de una cultura ética dentro de la organización; posteriormente evalúan los resultados obtenidos.

Las demás organizaciones que aunque cotizan en la Bolsa para obtener financiamiento, no es su prioridad, por lo que no ponen mucho énfasis en que porcentaje ha aumentado el número de sus accionistas. Otra de las razones es que dentro de la Bolsa, cotizan empresas familiares que deciden solo poner en el mercado pocas acciones con el fin de seguir teniendo el control absoluto de la empresa; por lo que el aumento de los accionistas no les interesa.

Pregunta. *El implementar un código de ética organizacional y el realizar una adecuada revelación de la información financiera, le ha dado una ventaja competitiva a la compañía.*



Fuente: Propia²¹

²¹ Ver anexo 3.



Interpretación.

El 70% de los encuestados opinan que la implementación de un Código de ética y una adecuada revelación de la información financiera si les ha dado una ventaja competitiva, el 13% opina que no les ha dado una ventaja competitiva, el 4% lo desconoce y el 13% dejó en blanco, está pregunta.

Análisis.

Dentro del 70% que contesto afirmativamente, el 50% aproximadamente, corresponde las empresas que buscan financiarse por medio de capital para crecer, modernizarse, entrar al mercado internacional, etc. Estas empresas se preocupan por brindarle a los inversionistas seguridad, para poder convencerlos que son la mejor opción para depositar su confianza y su dinero.

El 20% restante que contesto afirmativamente, aunque no se enfocan tanto a los inversionistas, perciben una ventaja competitiva; ya que los empleados al tener reglas más claras que guíen su comportamiento, se pueden disminuir algunos de los controles que la compañía había implementado, y con esto los costos también disminuyen. Al disminuir alguno de los costos se puede brindar un mejor precio, generando una ventaja en el mercado.

Las compañías que contestaron negativamente, no se enfocan en la imagen para convencer a sus consumidores, ni tienen tanto interés de aumentar el número de accionistas. Cabe mencionar que su actitud se muestra menos amable y cooperativa.

Las que contestaron que desconocían si el código y una adecuada revelación de la información les daba una ventaja, corresponde a las organizaciones que aunque cuentan con un código escrito no se les ha dado un adecuado seguimiento, por lo que no han percibido ningún cambio.



Las empresas que dejaron en blanco el 9% corresponden a las compañías que desde un principio habían contestado que no contaban con un Código de ética y el resto pertenece a las empresas que no les han dado un adecuado seguimiento al código.

Pregunta. Podría mencionar tres ventajas que ha percibido la empresa desde que implemento el código de ética organizacional.

Tabla 5.2.

Ventajas que han percibido las empresas encuestadas desde que se implemento el Código de ética organizacional	
Posecionamiento en el mercado	4
Poder competir a nivel mundial	4
Mantenimiento del liderazgo	3
Expansión de la empresa	4
Aumento de la confianza de los inversionistas, clientes y proveedores	2
Mejoramiento de la imagen de la empresa	5
Mejor control sobre los procesos de la empresa	2
Mantenimiento de las fuentes de trabajo	3
Aumento del número de inversionistas	4
Obtención de información más real	5
Aumento del precio de las acciones	3
Disminución de las fugas de información	3
Obtención de mayores fuentes de financiamiento	2
Mejora de la cultura de los empleados	2

Fuente: Propia



Interpretación.

El anterior cuadro viene a reforzar la pregunta anterior, ya que nos muestra algunas de las ventajas que las empresas han percibido desde que se implemento el Código de ética, es importante mencionar que el Código de ética ha sido un apoyo, pero ha necesitado de otros factores para que funcione y para que se pueda observar algún cambio.

El factor más importante para aplicarse el Código, son los empleados que conforman la compañía, porque se puede contar con el mejor Código de ética organizacional que nunca se había escrito, pero si no se aplica y no se lleva a cabo de nada sirve.

Después de haber interpretado y analizado las respuestas obtenidas del cuestionario que se aplico, se identifica las respuestas claves de cada sección.

1. Primera sección, se encuentra conformada por 6 preguntas que se enfocan específicamente al Código de ética organizacional y su aplicación; en esta sección las preguntas clave son:

- ¿Cuenta con un código de ética organizacional?
- ¿Todos los niveles de la empresa conocen el código de ética de la organización?
- Se realiza una adecuada divulgación del código de ética.

Como se puede observar las dos últimas preguntas, son la misma y se hizo con la intención de ver si había una concordancia en la respuesta que brindaban los entrevistados o la cambiaban.



2. Segunda sección, se encuentra conformada por cuatro preguntas, enfocadas en la Transparencia de la Información Financiera, aquí las preguntas clave son:
 - ¿Qué tan consistentes son los estándares contables, usados por la empresa para divulgar la información financiera? ²²
 - La administración ha realizado transacciones, sin darlas a conocer a los accionistas

3. Tercera sección, se encuentra conformada por seis preguntas, que se enfocan en los beneficios de la implementación del Código de ética organizacional y de la Transparencia. En esta sección las seis preguntas son de la misma relevancia.

²² Cuestionario de Opacidad aplicado por Price Waterhouse Coopers, 2002