

Investor Relations

Mejores prácticas de las empresas que participan en el mercado de valores peruano

BOLSA DE
VALORES
DE LIMA

BVL

EY

Building a better
working world

Investor Relations: desafíos de la función de relación con inversionistas

La información es clave para la toma de decisiones de inversión. El mercado penaliza la falta de información y demanda, cada vez más, una función más sofisticada de atención al inversionista (*Investor Relations*, conocido por sus siglas en inglés como IR).

Es una buena práctica de gobierno corporativo asegurar la divulgación oportuna y precisa de todas las cuestiones materiales relativas a la empresa, lo que incluye la situación financiera, los resultados, la titularidad del accionariado y el gobierno de la empresa. Así lo establece la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD por sus siglas en inglés) en sus principios de gobierno corporativo del 2015.

En opinión de los principales actores del mercado de valores peruano, resulta necesario mejorar el nivel de la información divulgada por las empresas que cotizan en la plaza peruana y sobretodo, la función de IR. En los resultados de la encuesta *La Voz del Mercado 2015*, realizada por EY y la Bolsa de Valores de Lima, se observa que tanto los encuestados pertenecientes al C-Suite como los analistas concuerdan en ello.

En el presente estudio presentamos las perspectivas y tendencias sobre la función de Relación con Inversionistas. Para ello nos basamos en los resultados de dos estudios ejecutados durante el 2015:

1. Encuesta a 405 de los principales actores, nacionales y extranjeros, del mercado de capitales peruano, realizada por EY con la Bolsa de Valores de Lima y plasmada en *La Voz del Mercado 2015*. En esta encuesta, se recibieron

234 comentarios espontáneos relacionados a la relación de las empresas más líquidas de la plaza peruana con sus inversionistas y principales grupos de interés.

2. Sistematización de los reportes de cumplimiento de prácticas de buen gobierno corporativo de los emisores más líquidos, presentados a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y plasmada en *La Voz de la Empresa 2015*.

Además, se ha tomado en consideración lo establecido en los principales marcos de referencia de gobierno corporativo a nivel local e internacional, así como lo que dicta la ley peruana en esta materia.

Con esta entrega, en EY y la BVL reforzamos nuestro compromiso con la promoción de un mayor nivel de transparencia en nuestros mercados, creando así un mejor entorno de negocios en el Perú.



Francis Stenning

Gerente General BVL
fstenning@bvl.com.pe
T. +51 1 619 3333 Anx. 2047



Beatriz Boza

Socia EY
beatriz.boza@pe.ey.com
T. +51 1 411 2108

	Pág.
Principales conclusiones del estudio	6
La experiencia del ganador: Credicorp	9
La importancia de informar al mercado	11
I. ¿Quién debe informar?	12
‣ Compañía Minera Milpo: simetría en la información	
‣ ¿Cómo se organiza la función de IR?	
‣ El rol del CFO en la función de IR	
‣ La oficina de Atención al Inversionista	
II. ¿Qué informar?	20
‣ Backus toma las mejores prácticas de su empresa matriz	
‣ Lo legal y lo voluntario	
‣ Información financiera	
‣ Información no financiera	
III. ¿A quién informar?	32
‣ AFP Habitat y su doble rol en IR	
‣ La política de información	
IV. ¿Cómo informar?	38
‣ Repsol - Refinería La Pampilla: comunicación cualitativa a través de una plataforma multicanal	
‣ Hechos de importancia	
‣ Página web corporativa	
‣ <i>Calls</i> con inversionistas	
‣ <i>Road shows</i> y reuniones presenciales	
‣ El Informe de gobierno corporativo	
‣ La Memoria anual	
V. ¿Cuándo informar?	50
‣ La transformación de la función de IR del BBVA Continental	
‣ La oportunidad en la información	
‣ Principales aspectos de la función de IR	
Anexos	57
‣ Marco de la SEC en materia de revelación de información	
‣ Fuentes de investigación	
‣ Glosario de términos	
‣ Equipo de trabajo	

Principales conclusiones del estudio

- 1

Directorio

Es responsabilidad del Directorio, que exista una función de IR, y supervisar que esté siendo ejecutada adecuadamente. Dicha supervisión suele ser delegada al CFO.
- 2

Más transparencia

El mercado exige a las empresas la difusión de más y mejor información sobre su gestión.
- 3

Brechas

Varios actores del mercado están de acuerdo en que existen importantes brechas cuando se compara el Perú con mercados internacionales más exigentes. Así, las empresas cotizadas en plazas internacionales suelen estar mejor valoradas en cuanto a la cantidad y calidad de información que ponen a disposición de sus distintos grupos de interés.
- 4

Información para los accionistas

Si bien el 98% de las empresas que reportan a la SMV han establecido responsables o medios para que los accionistas reciban y requieran información, solo una de cada cuatro de ellas ha conformado una oficina de Atención al Inversionista.
- 5

Oficina de IR

Uno de los principales requerimientos de los distintos actores que participan en el mercado de valores peruano es la creación de oficinas de relación con el inversionista que cuenten con profesionales altamente capacitados y que asuman exclusivamente dicha función.
- 6

Información no financiera

La revelación voluntaria de información no financiera se ha vuelto una práctica usual entre las principales empresas peruanas. Cada vez más, los distintos grupos de interés exigen que la información publicada por las empresas exceda a la que requiere ser presentada por ley y por la SMV.
- 7

Política de información

El Directorio es responsable de aprobar una política de información que defina, entre otros aspectos, qué información es pertinente comunicar al mercado y quiénes son los responsables de realizar dicha comunicación. El 32% de las empresas que reportan el nivel de su gobierno corporativo a la SMV no han aprobado una política de información para sus distintos grupos de interés.
- 8

Doble vía

La estrategia de comunicación de las empresas ha evolucionado de la tradicional comunicación unilateral en la que solo se hacían públicas las buenas noticias a una bidireccional. Hoy, los principales marcos de referencia en gobierno corporativo exigen comunicación de doble vía de información financiera y no financiera y mediante múltiples canales.
- 9

Oportunidad

Los actores del mercado de valores nacional concuerdan en la importancia de la oportunidad con que la información de las empresas es difundida al mercado. Mantener actualizada la página web, emitir informes periódicamente y realizar eventos para los inversionistas y otros grupos de interés, son algunas medidas tomadas por las empresas para asegurar dicha oportunidad.
- 10

Página web

La página web corporativa se ha convertido en una herramienta esencial para la gestión de la relación con los inversionistas y los distintos grupos de interés. Los actores del mercado peruano coinciden que mantener dicho portal actualizado agrega valor a la empresa. Solo 8% de las empresas que formaron parte del IGBVL durante el 2014 no cuentan con una página web corporativa.
- 11

Memoria

La memoria anual y el informe anual de gobierno corporativo pueden ser un medio importante para que los grupos de interés conozcan las prácticas y estándares de la empresa más allá del aspecto económico. Actualmente, solo el 40% de las empresas que reportan a la SMV emiten un informe de gobierno corporativo.

"No da información cuando se le pide, o solo la da a algunos inversionistas. Muchas veces cuando se le hace preguntas en llamadas de resultados, no responde, o dice que responderá después de la llamada. Hay otra empresa, que no está en este ranking, que ni siquiera tiene llamadas de resultados, departamento de relaciones con inversionistas, no publica memorias (más allá del formato que le pide BVL), a pesar de tener deuda pública."

Segmento Inversionista Institucional

"Muchas compañías como las mencionadas se limitan a un 'copy and paste' de información de años previos. El inversionista nacional (y el extranjero) demanda mucho más de una empresa. Si no existe esa información, pues simplemente nunca viene, de ahí la liquidez actual del mercado."

Segmento Bolsa y Agentes

"El acceso público a la información es un indicador del nivel de buen gobierno corporativo de las empresas."

Segmento Inversionista Institucional

"Este [transparencia de información] es el aspecto de mayor avance en el GC de las empresas; sin embargo sólo algunas van mas allá de lo que las regulaciones requieren y asumen conductas mas proactivas para acercarse al inversionista con información."

Segmento Expertos

"Información disponible al mercado, asignación de esta función a un equipo con dedicación completa."

Segmento Inversionista Institucional

"Un área especial dedicada a relaciones con Inversionistas, una cultura de protección a los derechos de los minoritarios, conferencias o reuniones mensuales con inversionistas y accionistas, Directorio con Independientes."

Segmento Banca

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015



La experiencia del ganador: Credicorp

El área de IR de Credicorp se crea en el 2005, 10 años luego de que su acción fue listada en la bolsa de New York (NYSE). En esos primeros años, si bien no existía un área con esa responsabilidad específica, la función de relación con inversionistas era una función claramente encabezada por el CFO. Es solamente con el paso del tiempo, el incremento de la demanda y la progresiva madurez de la función que se forma el área.

Un signo de estos cambios es que, en un inicio las conversaciones de IR con los analistas e inversionistas dedicaban parte importante de su tiempo en explicar el contexto macroeconómico peruano. Actualmente, esto se da aún pero en una menor proporción, pero la profundidad de las preguntas de los analistas respecto de los negocios de Credicorp ha aumentado.

Actualmente el área de IR de Credicorp es responsable de la gestión de esta función para sus cinco principales subsidiarias: Banco de Crédito (Perú, Bolivia y Mibanco), Atlantic Security Bank, Grupo Pacífico, Prima AFP y Credicorp Capital. Su rol es actuar como la voz de Credicorp ante la comunidad de inversionistas y analistas, proporcionándoles información oportuna y de calidad, a la vez que toma conocimiento de los aspectos que despiertan mayor interés de estos colectivos en cada momento y asegura que esto sea conocido por la Gerencia y el Directorio. Así, esta información puede ser tomada en consideración en la toma de decisiones y formulación de la estrategia de los negocios.

Las vías de interacción con la comunidad de analistas e inversionistas son variadas e intensas. En la actualidad, alrededor de 16 analistas nacionales e internacionales siguen el valor de Credicorp con regularidad. Con ellos se sostienen Calls trimestrales, interacciones por el correo electrónico de IR, llamadas para revisar inquietudes de los inversionistas (algunas de ellas de duración cercana a las 2 horas), atención a visitas de analistas e inversionistas (que a veces no solamente se reúnen con la Alta Gerencia sino también quieren visitar algunas agencias del Banco) y participación en unas 12 conferencias al año, entre otras actividades.



La importancia de informar al mercado

Considerando este nivel de responsabilidad y alcance, se podría pensar que el área de IR de Credicorp está compuesta por un alto número de profesionales. En realidad, está conformada por menos de 10 personas (lo que equivale a menos de 2 personas por cada compañía del grupo). En opinión de Giuliana Cuzquén, *Investor Relations Officer* de Credicorp, los aspectos clave para tener un área eficiente y de calidad que es apreciada por los inversionistas son tres:

- ▶ El equipo de IR debe tener la capacidad de hablar tanto el “lenguaje” de las finanzas como el de los negocios, toda vez que en sus interacciones con la comunidad de inversionistas y analistas debe exponer y explicar ambos aspectos de una manera técnica e integrada.
- ▶ Participación activa y continua de IR en comités clave de los negocios (actualmente participa en 8 de ellos), de manera de estar al tanto de las estrategias de los mismos y compartir inquietudes de inversionistas y analistas de manera que puedan ser tomadas en cuenta.
- ▶ Se ha ordenado de forma eficiente el flujo de información que las distintas áreas y negocios proporcionan al área de IR y viceversa. Destaca que existe un alto nivel de apoyo de todos los proveedores internos de información formalmente definidos (25 entre los distintos gerentes de los negocios del banco y los CEOs y CFOs de las subsidiarias), quienes a su vez aprecian el valor que IR les agrega.

Todo lo anterior ha permitido contar con una estructura de reporte de información muy sólida, la cual no solamente expone los aspectos clave del negocio, sino que profundiza en el análisis de los mismos y de sus fundamentos.

En tal sentido, Giuliana Cuzquén considera que el primer aspecto en que las compañías pueden comenzar a trabajar como parte de la función de IR es precisamente en la estructuración de este reporte de información, de manera que vaya progresivamente ganando solidez, relevancia y uso tanto externo como interno en cada empresa.

Esto permitirá que la función de IR vaya evolucionando a la par que este reporte se va fortaleciendo para responder a las crecientes demandas de información que las empresas reciben de sus diferentes grupos de interés.



Marco de Referencia

G20/OECD Principles of Corporate Governance, OECD, 2015

V. Disclosure and transparency

The corporate governance framework should ensure that timely and accurate disclosure is made on all material matters regarding the corporation, including the financial situation, performance, ownership, and governance of the company.(...)

E. Channels for disseminating information should provide for equal, timely and cost-efficient access to relevant information by users.

Guía Práctica de Gobierno Corporativo, IFC, 2010

5. Transparencia y divulgación de la información.

La divulgación oportuna y precisa de información es esencial para los accionistas, los posibles inversores, las autoridades regulatorias y otras partes interesadas. El acceso a información importante, ayuda a los accionistas a proteger sus derechos y mejorar la capacidad de los participantes del mercado a tomar buenas decisiones económicas.

Principios de gobierno corporativo para bancos, Basilea, 2015.

Principio 12: Divulgación y transparencia.

151. La transparencia es coherente con un gobierno corporativo sólido y eficaz. Como enfatizan las orientaciones del Comité de Basilea sobre transparencia bancaria³⁷, una transparencia insuficiente dificulta a los accionistas, depositantes y otras partes interesadas y participantes del mercado relevantes seguir eficazmente el trabajo y responsabilizar adecuadamente al Consejo y a alta dirección. El objetivo de la transparencia en el área de gobierno corporativo es por tanto proporcionar a estas partes la información necesaria para poder evaluar la eficacia del Consejo y de la alta dirección en el gobierno del banco.

La divulgación de información constituye hoy, una condición esencial para que las empresas puedan mantener una relación adecuada y positiva con sus principales grupos de interés.

Ya sea el accionista que requiere de información para la protección de sus intereses, el regulador que debe supervisar la actuación de las empresas en el mercado o el potencial inversionista que la requiere para la ejecución de un análisis sobre los beneficios que podría generar la empresa en su cartera, todos demandan a las empresas la emisión de más información de calidad y de fácil acceso.

El involucramiento del C-Suite de la compañía, conformado por el Directorio y sus principales gerencias, en la generación de más y mejor información para el mercado, es esencial para contar con una función de IR adecuada.

La función de IR está tradicionalmente ligada con las responsabilidades del CFO. A través de ella, se apoya de manera decisiva el acceso a mayores fuentes de financiamiento que permitirán poner en práctica la estrategia de la compañía. Ahora bien, esto trae consigo la necesidad de que la compañía deba gestionar de una manera más planificada y profesional las expectativas, inquietudes y demanda de información por parte de los grupos de interés externos.



**Habla el
mercado**

¿Cómo percibe Ud. el acceso, la calidad y la transparencia de la información que las siguientes empresas revelan al mercado?

“La información a disposición del mercado es adecuada en términos de alcances y oportunidad.”
Segmento Inversionista Institucional

Opinión de un encuestado, La Voz del Mercado 2015

“Una oficina de relación con inversionistas responsable de atender las solicitudes de información, tanto de los accionistas como del público en general (y dicha oficina debiera estar supervisada por una gerencia que a su vez de cuenta directa al Directorio).”

Segmento Expertos

Opinión de un encuestado, La Voz del Mercado 2015

¿Quién debe informar?

Compañía Minera Milpo: simetría en la información

Un vistazo inicial a los grupos de interés que demandan información de la empresa nos muestra un panorama muy activo, tanto para las acciones como para los bonos que Milpo tiene en el mercado: alrededor de 1900 accionistas minoritarios, 80 fondos de inversión como bonistas, cerca de 12 analistas que siguen su desempeño con regularidad, además del interés de gremios, medios de comunicación, trabajadores, sindicatos, comunidades, entre otros grupos de interés. Con este panorama, la pregunta que surge es: ¿en quién enfocarse? La posición de la Compañía, en palabras de Henry Aragón (Jefe Corporativo de Relación con Inversionistas y Gestión de Riesgos), es: el trato igualitario a los accionistas y grupos de interés, brindando información clara respecto del desempeño de la Compañía, su gestión de sostenibilidad y la estrategia del negocio. Por ello, la empresa está comprometida en brindar información de calidad para todos sus grupos de interés.

Para cumplir con este propósito su primera área de atención es dedicar mucho esfuerzo en revisar la calidad del contenido de lo que informa, así como la oportunidad de su difusión y los medios utilizados para tal propósito. Esto es complementado con un segundo aspecto clave de su estrategia de IR: la centralización de las acciones de comunicación internas y externas en el área de Relación con Inversionistas. De esta manera, Milpo busca salvaguardar la simetría de la información que proporciona, cumplir con los estándares establecidos y alinear las comunicaciones con la estrategia de la Compañía.

Lo anterior es posible dado que el área de Relación con Inversionistas, no obstante que depende de la función financiera, centraliza las responsabilidades tanto de IR como también de la gestión de riesgos de mercado, comunicaciones internas y comunicaciones externas. Para ello, su equipo está conformado por personal con múltiples competencias técnicas, pero en las cuales el cuidado en el desarrollo de habilidades blandas está siempre presente.

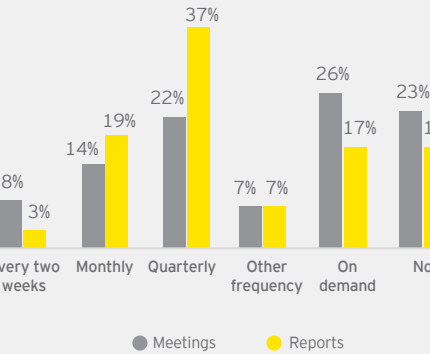
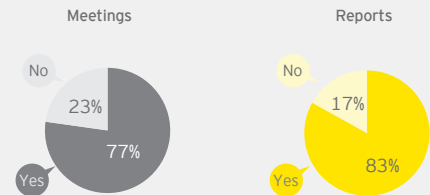
Este equipo se encarga de administrar la base de datos de contactos y gestionar los medios de comunicación y eventos de contacto con el mercado. Estos incluyen un *webcast* para el *Global Call* trimestral de presentación de resultados en el cual participan regularmente cerca de 50 personas entre analistas, administradores de fondos, bancos, clasificadoras de riesgo, entre otros; la administración de una página web exclusiva para IR, la reunión anual con *stakeholders*, la producción y divulgación oportuna de documentos como la Memoria Anual integrada de la Compañía y brochures informativos, así como la participación en eventos técnicos de minería, entre otros.

Las experiencias de Milpo la han llevado a identificar un conjunto de buenas prácticas que, en opinión de Henry Aragón, son claves para la buena marcha de la función de IR en Milpo y que pueden ser usadas como guía por otras empresas:

1. Responder siempre con información clara y precisa.
2. Tener canales de comunicación disponibles adaptados a las necesidades de los inversionistas, accionistas, medios y público en general.
3. Disponer de información relevante.
4. Transmitir con transparencia la estrategia, gestión de sostenibilidad y el desempeño de la Compañía.

Benchmark Internacional

Does the IR department have a representative attend board meetings or provide a written report to the board?



Fuente: Encuesta Taking it to heart, EY Global, 2015.

¿Cómo se organiza la función de IR?

Marco Legal

Ley General de Sociedades, Artículo 175

Información fidedigna. El directorio debe proporcionar a los accionistas y al público las informaciones suficientes, fidedignas y oportunas que la ley determine respecto de la situación legal, económica y financiera de la sociedad.

Marco de Referencia

Lineamientos para un Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo, CAF, 2013

V.3. Información a los Mercados (Lineamiento nº 41). En el marco de la política de revelación, el Directorio (o el Comité de Auditoría) de las empresas listadas y de las entidades financieras, adoptará las medidas necesarias para garantizar que se transmita a los mercados financieros y de capital toda la información -financiera y no financiera- sobre la compañía exigida por la legislación vigente, además de toda aquella que se considere relevante para inversores y clientes.

Guía Práctica de Gobierno Corporativo, IFC, 2010

5.1 Organizando la divulgación de información. La información debe estar organizada y bien preparada antes de ser divulgada, para que el mercado pueda absorberla fácilmente. Las empresas deben definir:

- ▶ Qué otra información deberían divulgar, además de la que ya exige la ley.
- ▶ El tipo de información que quieren, y se comprometen, a comunicar al mercado y otras partes interesadas en la empresa.
- ▶ Quién está autorizado a divulgar la información en nombre de la empresa.
- ▶ Cómo se recopila y verifica la información relevante.
- ▶ Quién es responsable de reunir y verificar la información.

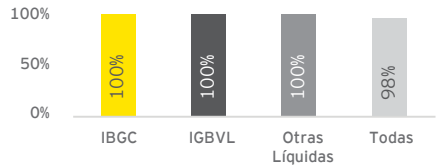
La responsabilidad de organizar la función de informar al mercado sobre la actualidad de la empresa recae en el Directorio, que empodera, muchas veces, al CFO para hacerlo.

Es esencial que el Directorio designe un responsable para dicha función y se plantee la aprobación de una política que establezca claramente las reglas internas para la divulgación de información a los distintos grupos de interés, así como qué información, además de la que establece la ley, desea comunicar y cuales serán los medios o personas autorizadas para dicha difusión.

Entre las empresas que reportan a la SMV, el 98% ha asignado un responsable o ha definido los medios para que los inversionistas reciban información confiable, oportuna y veraz.



La sociedad determina los responsables o medios para que los accionistas reciban y requieran información



Fuente: La Voz de la Empresa 2015



Habla el mercado

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"1º Tener un departamento de relaciones con el inversionista. 2º Asegurarse que los ejecutivos del departamento de relaciones con el inversionista cuenten con disponibilidad suficiente para atender las consultas de los accionistas/bonistas de manera oportuna."
Segmento Inversionista Institucional

Opinión de un encuestado, La Voz del Mercado 2015



El rol del CFO en la función de IR

La función de IR ha existido de manera explícita durante unos 50 años: mientras que en algunos países y compañías es una práctica bien establecida, en otros casos su nivel de madurez es menor. En cualquier caso, lo que toda función de IR tiene en común es que responde a estrategias específicas de cada Compañía, bajo las cuales sus políticas, equipos humanos y canales de comunicación se gestionan de manera coordinada para proveer de información oportuna a sus diferentes grupos de interés. El gráfico adjunto expone los elementos clave a considerar al momento de diseñar una función de IR tanto previa como posteriormente a una emisión de instrumentos de deuda o de capital.



Función de Relación con inversionistas

Estrategia	Políticas	Equipo	Canales
► Gestión proactiva de stakeholders externos ► Cumplimiento normativo ► Involucramiento y movilización del C-Suite	► Comunicación ► Vocería ► Gestión de inversionistas institucionales ► Gestión de accionistas minoritarios	► Función vs. área dedicada ► Perfil: financiero + conocimiento de regulación + soft skills ► Procedimiento de operación formalizados	► Identificación (recurrentes ad-hoc) ► Construcción de nuevos canales ► Difusión de su existencia ► Atención oportuna de requerimientos

INFORMACIÓN

Oportuna, pertinente, entendible veraz, completa y de fácil acceso.

La Oficina de Atención al Inversionista

Marco de Referencia

Guía Práctica de Gobierno Corporativo, IFC, 2010

5.2. Comunicación con el mercado: mucho más que transparencia. En la era de las comunicaciones instantáneas y continuas, la competencia por capital exige mucho más que transparencia. También hay que dominar el arte de la comunicación con los inversores existentes y potenciales.

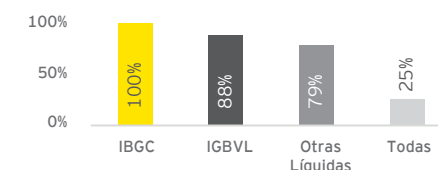
La comunicación eficaz de las actividades de una empresa requiere la existencia de canales eficaces, claridad en el contenido divulgado y una estrategia para dirigirse a la comunidad de inversores. En general, las empresas crean estructuras internas o designan a un responsable de las relaciones con los inversores. Esto es lo que hacen los departamentos de relaciones con el inversor (RI):

- Desarrollar y mantener una política corporativa de divulgación y establecer el proceso para la revelación oportuna de información relevante
- Gestionar la serie de informes financieros exigidos para los accionistas, las agencias regulatorias y los mercados de valores
- Desarrollar programas para aumentar la conciencia y el conocimiento sobre la empresa
- Desarrollar y alimentar las relaciones con la comunidad de inversores.

Para una empresa con accionariado abierto, es de suma importancia la designación de una Oficina de Atención al Inversionista que vele por atender todos los requerimientos realizados por los distintos actores del mercado.

Actualmente, 75% del total de empresas que reportan sus prácticas de gobierno corporativo a la SMV aún no cuentan con una Oficina de Atención al Inversionista y una de cada diez de las empresas que formaron parte del IGBVL durante el 2014 no han creado dicha función.

¿La sociedad cuenta con una oficina de relación con inversionistas?



Fuente: La Voz de la Empresa 2015



Habla el mercado

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

"Equipo de relación con inversionistas enfocado en transmitir los objetivos de la empresa y con voluntad para responder las preguntas de los inversionistas."
Segmento Inversionista Institucional

"Calidad de la información y equipos a cargo de entregarla."
Segmento Bolsa y Agentes

"Área de IR muy bien informada y responsiva."
Segmento Inversionista Institucional

¿Cuál cree que es una acción concreta para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas

"Un equipo de relación con inversionistas enfocado a transmitir los objetivos de la empresa."
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

"Poco detalle en los resultados trimestrales. No tienen llamadas de resultados o no dan respuestas claras y directas a las preguntas durante las llamadas. No tienen guidance de resultados operativos y/o financieros. Demora en las respuestas a requerimientos de analistas o inversionistas. Management no disponible para tomar reuniones o llamadas con inversionistas y analistas."

Segmento Banca

"Poner a disposición presentaciones / sustento de decisiones de negocio. Típicamente, sólo se pone a disposición la decisión tomada, o la agenda de temas por decidir."

Segmento Expertos

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015



¿Qué informar?

Backus toma las mejores prácticas de su empresa matriz

La empresa tiene un accionista principal (SAB Miller) que controla el 99% de las acciones comunes de Backus. Por ello, el accionariado remanente está muy diluido y a la vez presentan poca liquidez en el mercado. En ese contexto, la empresa ha optado por desarrollar su función de IR en base a las directivas de SAB Miller Plc, con sede en Londres, que ya posee y aplica a nivel mundial, pero enfocándose en los aspectos pertinentes para la situación de la empresa. En opinión del responsable de IR de la empresa, Juan Malpartida, esto permite tener una función eficiente y que responda a las necesidades específicas de Backus.

La comunicación y atención a los accionistas minoritarios siempre ha estado dentro de las prioridades de Backus y se cuenta con personal destinado exclusivamente a su atención en el área de Valores. El primer aspecto de la función que se ha trabajado de manera orgánica es el Código de Buen Gobierno Corporativo, el cual contiene la política de información de la empresa. Esta es revisada regularmente por el Directorio, por lo que la política vigente fue actualizada en 2015 para alinearla con las necesidades planteadas por el mercado.

Un segundo aspecto de foco es la revisión periódica del lenguaje usado en las comunicaciones de la empresa, tal como la Memoria Anual. El propósito de la Compañía es que estos documentos se preparen con un lenguaje amigable y que sea fácil de entender.

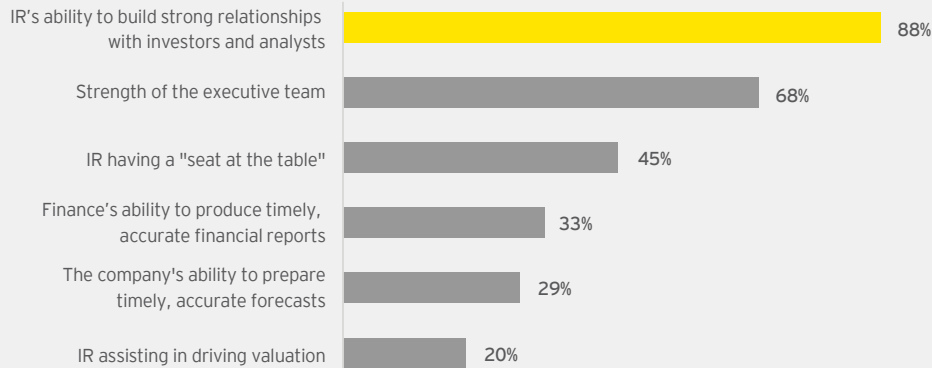
La información para inversionistas y accionistas es puesta a disposición del público en la página web de la empresa.

La situación tan particular de Backus permite que no haya un área dedicada en exclusividad a la función de IR. Sus funciones y responsabilidades están a cargo del área de Valores, con el soporte de Legal y de Asuntos Regulatorios, la cual vela tanto por el cumplimiento regulatorio así como de recibir y responder a las peticiones de información de sus grupos de interés.



Benchmark Internacional

Which factors are most critical to the success of the IR function?



Fuente: Encuesta Taking it to heart, EY Global, 2015.

Marco de Referencia

Guía G20/OECD Principles of Corporate Governance, OECD, 2015

V. Disclosure and transparency

The corporate governance framework should ensure that timely and accurate disclosure is made on all material matters regarding the corporation, including the financial situation, performance, ownership, and governance of the company.

A. Disclosure should include, but not be limited to, material information on:

- 1. The financial and operating results of the company.
- 2. Company objectives and non-financial information.
- 3. Major share ownership, including beneficial owners, and voting rights.
- 4. Remuneration of members of the board and key executives
- 5. Information about board members, including their qualifications, the selection process, other company directorships and whether they are regarded as independent by the board.
- 6. Related party transactions.
- 7. Foreseeable risk factors.

- 8. Issues regarding employees and other stakeholders.
- 9. Governance structures and policies, including the content of any corporate governance code or policy and the process by which it is implemented.

SEC Final Rule: Selective Disclosure and Insider Trading, SEC, 2000

2. Disclosures of Material Nonpublic Information

The final regulation, like the proposal, applies to disclosures of “material nonpublic” information about the issuer or its securities. The regulation does not define the terms “material” and “nonpublic,” but relies on existing definitions of these terms established in the case law.

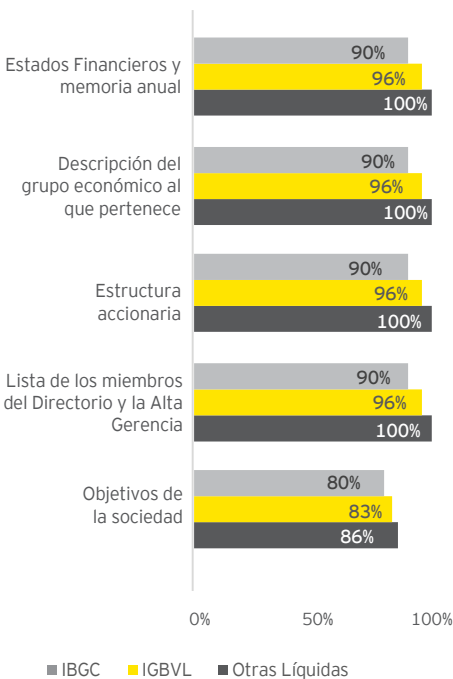
Information is material if “there is a substantial likelihood that a reasonable shareholder would consider it important” in making an investment decision. To fulfill the materiality requirement, there must be a substantial likelihood that a fact “would have been viewed by the reasonable investor as having significantly altered the ‘total mix’ of information made available.” Information is nonpublic if it has not been disseminated in a manner making it available to investors generally.

La información obligatoria que se debe divulgar varía de acuerdo a que tan regulado se encuentre el sector donde se desenvuelva cada empresa, o si ésta cotiza o no en alguna bolsa de valores.

Sin embargo, en la actualidad, es más común la divulgación de información adicional de forma voluntaria que permite al mercado conocer más de cerca sobre las prácticas corporativas y como gestiona cada empresa el entorno en el que se desarrollan.

De las empresas que formaron parte del IGBVL en el 2014, casi la totalidad cuenta con una política de información que regula la difusión de los Estados Financieros y Memoria Anual (96%), la descripción del grupo económico (96%), la estructura accionarial (96%), la lista de miembros del Directorio y la Alta Gerencia (96%) y los objetivos de la sociedad (83%).

De acuerdo a la política de información la sociedad difunde lo siguiente:



Fuente: La Voz de la Empresa 2015



La información publicada por la empresa puede exceder a lo meramente legal generando así mayor valor para sus grupos de interés

Información publicada	Legal	Voluntario
Estados Financieros	Los estados financieros que se deben presentar, en forma comparativa con el ejercicio anterior, son: (i) estado de situación financiera; (ii) estado de resultado del período, (iii) estado de resultado integral, (iv) estado de flujos de efectivo, (v) estado de cambios en el patrimonio y notas a los EEFF (la presentación de éstas últimas es facultativa). Deben ser preparados conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), que emite el IASB y que se encuentran vigentes internacionalmente.	Estados financieros y notas comentados y explicados por la empresa para que los accionistas y grupos de interés puedan interpretar de mejor manera los resultados obtenidos por la empresa.
Memoria anual	La estructura de la memoria anual debe ser estar distribuida en al menos cuatro secciones (Sección I. Declaración de Responsabilidad; Sección II. Negocio; Sección III. Estados Financieros; Sección IV. Anexos). Además, según la Ley General de Sociedades, deberá incluir: 1. La indicación de las inversiones de importancia realizadas durante el ejercicio; 2. La existencia de contingencias significativas; 3. Los hechos de importancia ocurridos luego del cierre del ejercicio; 4. Cualquier otra información relevante que la junta general deba conocer; y, 5. Los demás informes y requisitos que señale la ley.	La inclusión de secciones de gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial, más allá de los cuestionarios requeridos por la SMV como anexos. La publicación de la estrategia definida por la empresa para la gestión de sus grupos de interés, sus prácticas internas para contar con un mejor ambiente de trabajo o un análisis detallado de la industria son ejemplos de información adicional de valor que puede ser incluida por la empresa en su memoria anual.
Grupo económico al que pertenece	La memoria anual debe incluir una breve descripción del grupo económico al que pertenece el emisor señalando la denominación y el objeto social de las principales entidades que lo conforman.	Incluir una sección de la memoria que trate del grupo económico, la relevancia de la empresa en este y en la que sustente su filosofía empresarial y visión futura.
Estructura accionaria	La memoria anual debe incluir, estructura accionaria señalando a las personas naturales o jurídicas que tengan la propiedad del cinco por ciento (5%) o más del capital de la entidad emisora. Se señalará adicionalmente la nacionalidad de estos accionistas y el grupo económico al que pertenecen.	Elaboración y publicación de un listado de todos los accionistas de la empresa señalando, cuando sea el caso, el grupo económico al que pertenecen.
Lista de miembros del Directorio y la Gerencia	Se debe incluir en la memoria anual, la relación de los directores, de la plana gerencial o principales funcionarios del emisor. Adicionalmente, en relación con dichas personas se debe presentar la siguiente información: nombre completo así como un resumen de su trayectoria profesional, precisando el tiempo que laboran en la entidad emisora.	En el caso de los miembros del directorio, se puede definir si son independientes o no, a que grupo de accionistas representan, si forman parte de algún comité del directorio, cuantos periodos han servido como directores y si es director de otras empresas del grupo o fuera de este. En el caso de los gerentes se puede añadir las líneas de reporte y las principales funciones que cumplen cada uno de estos en la organización.
Objetivos de la sociedad	El cuestionario de gobierno corporativo publicado por los emisores por mandato de la SMV requiere que estos indiquen si publican o no los objetivos de la sociedad.	Publicar los principales objetivos de la organización y los planes a ser ejecutados para alcanzarlos.



Habla el mercado

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

“Que los accionistas tengan acceso permanente y actualizado (portal web) del Reglamento de Juntas de Accionistas, y toda la información de la empresa que le involucre.”
Segmento Regulador

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

“Reportes financieros trimestrales detallados. Claridad en las respuestas en las llamadas de resultados. Disponibilidad y prontitud en la respuesta a preguntas de inversionistas y analistas. Guidance de corto y largo plazo. Disponibilidad del top management para atender reuniones y llamadas con inversionistas y analistas.”
Segmento Banca

“Información periodística y disponibilidad de sus memorias anuales.”
Segmento Medios de Comunicación

“Comunicación activa con accionistas minoritarios, publicación detallada, de forma regular, de los resultados y estrategias, contabilidad clara (NIIF).”
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015



Habla el mercado

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **menos desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

“Nunca se sabe los objetivos que la empresa quiere alcanzar. La información financiera o corporativa esta incompleta y nunca se da explicaciones sobre la misma. Departamentos de relaciones con inversionistas inexistentes, con poco personal o poco capacitados. La empresa esta poco activa en el mercado.”
Segmento Bolsa y Agentes

“Sólo presentan información mínima e indispensable, no tienen directores capacitados e independientes, no se entiende porque no existe o porque no estaba bien comunicada su estrategia empresarial.”
Segmento Banca

“Decisiones no contrastadas ni comunicadas adecuadamente a los accionistas minoritarios.”
Segmento Banca

¿Cómo percibe Ud. el acceso, la calidad y la **transparencia de la información** que las siguientes empresas revelan al mercado?

“La constante supervisión de la SMV tiene una incidencia directa en la oportunidad y en la calidad del contenido de la información financiera y eventual que reportan los emisores al mercado.”
Segmento Regulador

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

Información financiera

Marco Legal

Ley del Mercado de Valores, Artículo 29

Información Financiera. Lo dispuesto en el Artículo anterior no releva al emisor de la entrega oportuna a [la SMV] y, en su caso, a la bolsa respectiva o entidad responsable de la conducción del mecanismo centralizado, de la información que una u otra le requieran y, necesariamente, la que se indica seguidamente:

1. Sus estados e indicadores financieros, con la información mínima que de modo general señale [la SMV], con una periodicidad no mayor al trimestre; y,
2. Su memoria anual, con la información mínima que de modo general establezca [la SMV].

Estos documentos deberán estar a disposición de los tenedores de los valores en la sede social del emisor.

Marco de Referencia

Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas, SMV, 2013

Principio 29. Estados financieros y memoria anual. La sociedad elabora sus estados financieros ciñéndose a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), que emita el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (International Accounting Standards Board, IASB) y que internacionalmente se encuentren vigentes.

Los estados financieros son una fotografía de los resultados obtenidos por la gestión de la empresa en un periodo de tiempo determinado. Su relevancia para la toma de decisiones y la transparencia del mercado ha hecho que su divulgación sea fuertemente regulada, exigiendo que sea presentada con veracidad.

La información debe ser presentada periódicamente de acuerdo a las normas internacionales de información financiera (NIIF) y es altamente valorada por los inversionistas, reguladores y demás actores del mercado.



Habla el
mercado

¿Cómo percibe Ud. el acceso, la calidad y la transparencia de la información que las siguientes empresas revelan al mercado?

“Hay espacio para mejorar en la calidad de la información financiera que presentan las empresas. Los comentarios deben ir más allá de lo monetario e incluir visión de riesgos futuros en las industrias, riesgos de compresión de márgenes, agotamiento de ingresos extraordinarios, riesgo regulatorio, etc.”
Segmento Inversionista Institucional

Opinión de un encuestado, La Voz del Mercado 2015

Información no financiera

Marco Legal

SMV, Resolución SMV N° 012-2014-SMV/01, Artículo 3.

La obligación de presentar el “Reporte sobre el Cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas” por parte de los emisores será exigible a partir de la presentación de la Memoria Anual correspondiente al ejercicio 2014.

SMV, Resolución SMV N° 033-2015-SMV/01, Artículo 2.

La obligación de presentar el “Reporte de Sostenibilidad Corporativa” por parte de los emisores será exigible a partir de la presentación de la Memoria Anual correspondiente al ejercicio 2016.

Marco de Referencia

Guía Práctica de Gobierno Corporativo, IFC, 2010

5.2. Comunicación con el mercado: mucho más que transparencia.

La comunicación trasciende la dimensión económica, para cubrir aspectos sociales y ambientales, prácticas de gobierno corporativo, normas de ética y conducta, etc. Las empresas deben informar sus operaciones y resultados. Además, deben compartir los detalles sobre el modo en que lograron estos resultados y el tipo de prácticas que tuvieron que implementar.

Principios de gobierno corporativo para bancos, Basilea, 2015.

Principio 12. Divulgación y transparencia.

153. Todos los bancos, incluidos aquellos para los que puedan diferir los requisitos de divulgación por no cotizar, deben divulgar información relevante y útil que respalde las áreas clave del gobierno corporativo identificadas por el Comité. Dichas divulgaciones deben ser proporcionales al tamaño, complejidad, estructura, importancia económica y perfil de riesgo del banco.

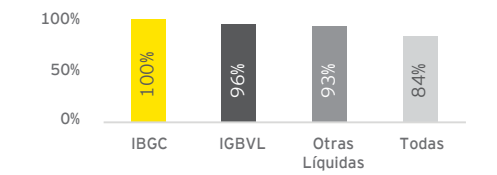


Hoy, las empresas cotizadas en la plaza peruana deben presentar, de forma obligatoria, su nivel de cumplimiento de los Principios de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas a la SMV, que luego publica esta información en su web. Además, a partir del 2016, deberán presentar un reporte de sostenibilidad que refleje las prácticas corporativas en esta materia.

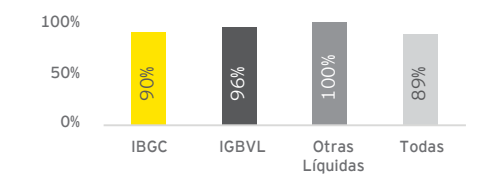
Cada vez más, las empresas emiten información de forma voluntaria al mercado. Esta información no se limita a describir la situación económica de la empresa sino cubre también otros aspectos como los sociales, ambientales, las buenas prácticas internas, las estructuras de gobierno, entre otras.

Actualmente, el 84% de las empresas con valores inscritos en la SMV divulgan los nombres de sus directores, su calidad de independientes y sus hojas de vida. Adicionalmente, el 84% divulga la estructura de propiedad, clave para que los inversionistas puedan ser capaces de identificar el porcentaje controlado por accionistas estratégicos y no estratégicos, mientras que solo el 43% de dichas empresas divulga los convenios o pactos entre accionistas.

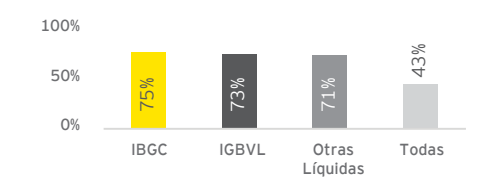
La sociedad divulga los nombres de los Directores, calidad de independientes y hojas de vida



La sociedad revela la estructura de propiedad y la participación conjunta de un determinado grupo económico



La sociedad informa sobre los convenios o pactos entre accionistas



Fuente: La Voz de la Empresa 2015



¿Cuál cree que es una acción concreta para que un emisor tenga la mejor calificación en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"Establecer canales formales para que los grupos de interés sea estos accionistas, minoritarios y/o bonistas puedan exigir sus derechos en caso los mismos sean menoscabados."

Segmento Banca

"Que responda a todos los pedidos de información por igual, con independencia de si son formulados por mayoritarios o minoritarios y que tenga una oficina especial para atender a minoritarios en caso por su número sea necesario."

Segmento Expertos

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015



¿A quién informar?

AFP Habitat y su doble rol en IR

La situación de AFP Habitat en lo que respecta de la función de IR le permite estar presente en “ambos lados de la mesa”, y tomar las lecciones de ambas situaciones para la mejora interna.

Por un lado, en su rol de inversionista institucional, AFP Habitat aprovecha la información y procesos de IR de los emisores que analiza para decidir sus inversiones. En opinión de Diego Marrero, Gerente de Inversiones, un factor clave en la calidad de la función de IR es la disposición de la empresa para vincularse con sus inversionistas y que esta es mejor cuando más convencida está que la función genera valor para la empresa. En términos prácticos, esto se refleja en la facilidad de acceso a información, calidad de los reportes y nivel de atención a las consultas de los inversionistas.

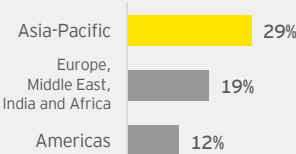
Lo anterior ha llevado a que AFP Habitat, como empresa, oriente su función de IR con un enfoque de servicio. En palabras de Ana Cecilia Jara, Gerente Legal, “damos la información como quisiéramos que nos la den a nosotros”. Para ello, se preocupan de:

- ▶ Uso de lenguaje entendible en las comunicaciones
- ▶ Procedimientos claramente definidos
- ▶ Ir más allá de lo estrictamente requerido por la regulación
- ▶ Creación de un micro-site en la página web de la Compañía donde se publica toda la información que podría ser de interés del mercado

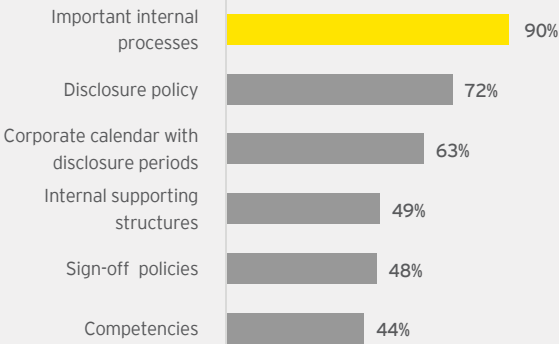


Benchmark Internacional

Do you have a formal IR manual?



What does the formal IR manual cover?



Fuente: Encuesta Taking it to heart, EY Global, 2015.

La política de información

Marco de Referencia

Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas, SMV, 2013

Principio 28. Política de información.

El Directorio establece en el documento societario respectivo una política de información para los accionistas, inversionistas, demás grupos de interés y el mercado en general, con la cual define de manera formal, ordenada e integral los lineamientos, estándares y criterios que se aplicarán en el manejo, recopilación, elaboración, clasificación, organización y/o distribución de la información que genera o recibe la sociedad.

G20/OECD Principles of Corporate Governance, OECD, 2015

IV. The role of *stakeholders* in corporate governance.

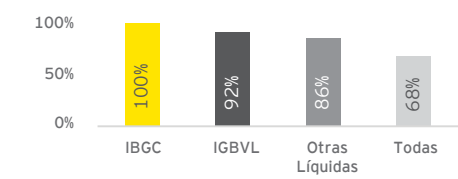
The corporate governance framework should recognize the rights of *stakeholders* established by law or through mutual agreements and encourage active co-operation between corporations and *stakeholders* in creating wealth, jobs, and the sustainability of financially sound enterprises. (...)

D. Where *stakeholders* participate in the corporate governance process, they should have access to relevant, sufficient and reliable information on a timely and regular basis.

La política de información es el documento que regula el manejo, clasificación y distribución de la información dentro de una empresa. Dentro de esta, o además de esta, se deben establecer las reglas para la comunicación, vocería, difusión y distribución de información a los distintos grupos de interés que la empresa debe tener debidamente identificados y clasificados.

Existe un 32% de empresas que reportan a la SMV que no cuentan con una política de información para sus grupos de interés. Por otro lado, solo 8% de las empresas que formaron parte del IGBVL en el 2014 no han aprobado dicho documento.

La sociedad cuenta con una política de información para los accionistas, inversionistas, demás grupos de interés y el mercado en general



Fuente: La Voz de la Empresa 2015



Habla el mercado

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

“1. Política y práctica de información y comunicación a los accionistas.”
Segmento Inversionista Institucional

“Buena comunicación con inversionistas y acreedores, políticas definidas y cumplidas, evaluación de todo el entorno.”
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

¿Cuál cree que es una acción concreta para que un emisor tenga la mejor calificación en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"Información anticipada en press releases, website, memoria y llamadas de update trimestrales con la info. debida. Asimismo, permitir participación previa ante decisiones importantes."

Segmento Inversionista Institucional

¿Cómo percibe Ud. el acceso, la calidad y la transparencia de la información que las siguientes empresas revelan al mercado?

"Even though better than some of its peers (such as XYZ group/ABC) the quality and quantity of information released is not yet at the level of information released in other countries."

Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

IV

¿Cómo informar?

Repsol – Refinería La Pampilla: comunicación cualitativa a través de una plataforma multicanal

A nivel Corporativo, Repsol ha desarrollado un Modelo de Relación con Accionistas basado en dos conceptos como “comunicar” y “beneficiar”. Esta experiencia, reconocida y premiada en Europa, se tomó como punto de partida al momento de establecerse en Perú el área de Relación con Inversores (IR) de Refinería La Pampilla.

El área de IR en Perú tiene como misión brindar información de calidad a un universo de alrededor de 2,600 accionistas y vincularse con otros grupos de interés como analistas y agentes de Bolsa. Para poder cumplir con este propósito, Liliana Bazán (Jefe de Relación con Inversores Perú) indica que la Compañía busca que el accionista se sienta siempre informado y escuchado, a la vez que recibe información oportuna, suficiente y comprensible sobre el negocio.

Lo anterior se obtiene gracias a que la Compañía se apoya en una plataforma de comunicación multicanal, dentro de la cual se puede destacar:

- ▶ La página web y el correo electrónico, que fueron el punto de partida y que proporcionan vías a través de las cuales la Compañía puede brindar información a sus accionistas (por ejemplo, la publicación trimestral de resultados), así como que los accionistas puedan obtener respuestas a sus preguntas.
- ▶ Progresivamente, se han añadido medios que facilitan la comunicación bidireccional, tales como un buzón de correo electrónico dedicado para IR, así como un número telefónico de contacto para atender solicitudes de los accionistas, particularmente entre los minoritarios y sostener “calls” con analistas para explicar y absolver dudas, en ocasiones como luego de la publicación de resultados trimestrales.

- ▶ Desde el año 2007, el “Investor Day”, que es una reunión anual dedicada a los accionistas minoritarios en la que la Plana Gerencial de la Compañía hace exposiciones sobre temas de gestión y de estrategia, seguida de una visita guiada a las instalaciones. Esta actividad brinda una oportunidad de interacción y absolución de consultas de manera presencial.

En adición a las iniciativas dirigidas a los accionistas, la Compañía ha organizado el Taller Informativo, el primero realizado en Noviembre de 2015, dirigido a los analistas e inversionistas, que tiene por objeto explicar la estructura y principios de su actividad, luego del Informe de Gerencia que se publica trimestralmente. Con ello, se busca facilitar la comprensión y análisis de la información que la Compañía comparte con el mercado.

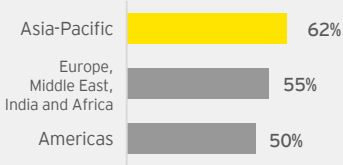
Estas responsabilidades están a cargo de un equipo de IR conformado por 2 personas, que asimismo involucra de forma activa a la mayor parte del equipo gerencial de la compañía. De este modo, se puede incorporar mayores conocimientos en aspectos del negocio, financieros, normativos y de comunicación, que son necesarios para cumplir con la misión de IR.

¿Cuál es el beneficio de todo esto? En opinión de Dante Blotte, Director CFO de la Compañía, una función de IR que permita este diálogo con los inversionistas es esencial para el fortalecimiento del gobierno corporativo y para dotar de orden a la gestión de las comunicaciones hacia el mercado. Para ello, a aquellas empresas que decidan mejorar en este aspecto se les recomienda aprovechar modelos de referencia existentes y tomar conocimiento de experiencias exitosas que puedan ser compartidas y traspasadas a otros ámbitos, para facilitar el desarrollo de esta función en cualquier empresa.



Benchmark Internacional

Do you have a written IR strategy?



Fuente: Encuesta Taking it to heart, EY Global, 2015.

1

Hechos de importancia

Marco Legal

SMV, Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, Artículo 3

Definición de hecho de importancia. Hecho de importancia es cualquier acto, decisión, acuerdo, hecho, negociación en curso o información referida al Emisor, a los valores de éste o a sus negocios que tengan la capacidad de influir significativamente en:

- 3.1. La decisión de un inversionista sensato para comprar, vender o conservar un valor; o,
- 3.2. La liquidez, el precio o la cotización de los valores emitidos.

Asimismo, comprende la información del grupo económico del Emisor que éste conozca o que razonablemente debía conocerla, y que tenga capacidad de influir significativamente en el Emisor o en sus valores, conforme a lo señalado en el presente Reglamento.

SMV, Resolución SMV N° 033-2015-SMV/01, Artículo 5.

Incorporar el numeral 35 al anexo del Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, aprobado por Resolución SMV N° 005-2014-SMV/01, con el siguiente texto:

“35. Información relativa a impactos de naturaleza socioambiental vinculadas con las operaciones que desarrolle la empresa y que puedan afectar su sostenibilidad.”

Las empresas que participan en el mercado deben identificar con qué canales cuentan para llegar a sus inversionistas, construir los canales que les falten, difundir la existencia de dichos canales y luego asegurar que estos funcionen adecuadamente. Los hechos de importancia suelen ser la primera fuente mediante la cual los inversionistas se enteran sobre decisiones que toman las empresas que podrían afectar de alguna manera sus intereses.

En el Perú, las empresas con valores inscritos en bolsa, están obligados a comunicar cierta información que pueda influir en la decisión de un inversionista de comprar o vender un valor o en la liquidez, el precio o la cotización de algún valor.

Además, por resolución de la SMV, ahora las empresas deberán reportar como hecho de importancia la información socioambiental que, producto de sus operaciones, podría afectar su sostenibilidad.



Habla el mercado

¿Cómo percibe Ud. el acceso, la calidad y la **transparencia** de la información que las siguientes empresas revelan al mercado?

“Es de vital importancia que las empresas cumplan con reportar los hechos de importancia en el debido momento con claridad y oportunidad, así como los hechos reservados para mantener al mercado con información cierta y que de esta manera se puedan evaluar los diferentes aspectos de inversión y riesgo.”
Segmento Inversionista Institucional

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

“Comunicación correcta y oportuna, no sólo a través de hecho de importancia.”
Segmento Banca

“Disponibilidad de información a través de medios electrónicos (web) y fácil acceso a consultas o dudas respecto a la información proporcionada.”
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

2

Página web corporativa

Marco de Referencia

Lineamientos para un Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo, CAF, 2013.

V.3. Información a los Mercados

(Lineamiento n° 41)

(...) Las páginas web de las sociedades deben organizarse de forma amigable, de tal forma que resulte sencillo acceder a la información.

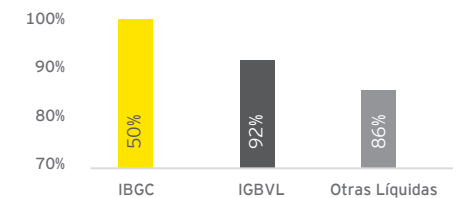
Para ello, se recomienda crear cinco (5) epígrafes cuyo contenido mínimo incluya:

1. Acerca de la sociedad: historia, principales datos, visión y valores, modelo de negocio, etc.
2. Accionistas: cotización, dividendos, capital, cobertura de analistas, hechos relevantes comunicados, información financiera (memoria anual, informe de gestión, presentación resultados intermedios, etc.), agenda del accionista, Asamblea General, contacto de accionistas, preguntas frecuentes, etc.
3. Relaciones con inversores: resultados, presentaciones (de resultados, de operaciones, conferencias, eventos, etc.), informes financieros (memoria anual, informe de gestión, informes trimestrales, informe de la gestión de riesgos, información a entes supervisores, noticias significativas, información pública periódica, etc.), emisiones de deuda, ratings, etc.
4. Gobierno Corporativo: Estatutos, Asamblea General de Accionistas y su Reglamento, Composición del Directorio y su Reglamento, Comités del Directorio, Informe de Gobierno Corporativo, Informes de los Comités, derechos de información, acuerdos de accionistas, Código de conducta, Código de ética, etc.
5. Sostenibilidad: políticas, grupos de interés, comunidad, medio ambiente, etc.

La importancia de contar con una página web corporativa que incluya cierta documentación e información de la empresa es trascendental para mejorar la relación de esta con el mercado.

Actualmente, solo el 8% de las empresas que formaron parte del IGBVL en el 2014, no cuenta con un portal web corporativo.

La sociedad cuenta con una página web corporativa.



Fuente: La Voz de la Empresa 2015



Habla el mercado

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

“Publicar toda la información en la página web.”
Segmento Banca

“Disponibilidad de información a través de medios electrónicos (web) y fácil acceso a consultas o dudas respecto a la información proporcionada.”
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

3

Calls con inversionistas

De la información corporativa relevante para los potenciales inversionistas, la información que más empresas cotizadas publican en su web incluye: la información financiera (85%), los hechos de importancia (85%) y el reporte de gobierno corporativo (73%).

La documentación que menos publican estas empresas son: el código de ética (54%), el estatuto social (31%) y la política de riesgos (15%).



Habla el mercado

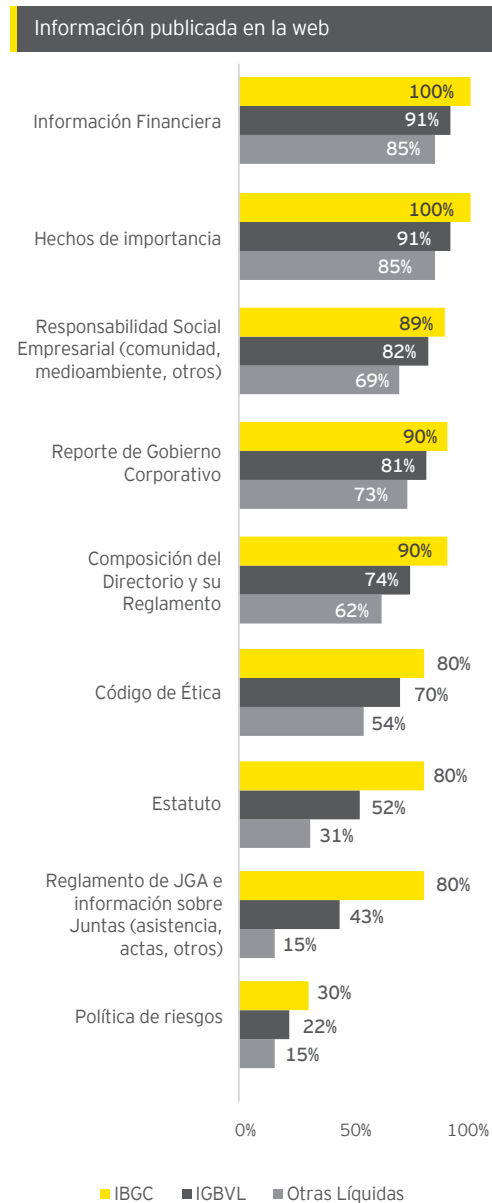
Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

"Buenos sitios web y acceso a la información por parte del público en general."
Segmento Inversionista Institucional

"Plataforma web de acceso a la información para accionistas, plataforma de atención al accionista, remisión de información oportuna."
Segmento Expertos

"Difusión de información. Rapidez en comunicar al mercado. Facilidad de acceso a información en página web y/o SMV."
Segmento Bolsa y Agentes

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015



Fuente: La Voz de la Empresa 2015

Marco de Referencia

Guía Práctica de Gobierno Corporativo, IFC, 2010

5.2 Comunicación con el mercado: mucho más que transparencia.

La nueva estrategia de comunicación corporativa es muy diferente de la antigua forma de comunicación unilateral. Antes, las empresas sólo compartían las buenas noticias – mensajes positivos susceptibles de ayudarla a mejorar su imagen en el mercado.

(...) Al diseñar su estrategia de comunicación, asegúrese de fijar una serie de mecanismos de amplia cobertura con las partes interesadas, entre ellos:

- ▶ Sitio web corporativo
- ▶ Memoria
- ▶ Asamblea anual de accionistas
- ▶ Comunicados de prensa
- ▶ Comunicación por correo electrónico
- ▶ Encuentros cara a cara
- ▶ Teleconferencias

SEC Final Rule: Selective Disclosure and Insider Trading, SEC, 2000

4. "Public Disclosure" Required by Regulation FD

b. Alternative Methods of Public Disclosure. As a general matter, acceptable methods of public disclosure for purposes of Regulation FD will include press releases distributed through a widely circulated news or wire service, or announcements made through press conferences or conference calls that interested members of the public may attend or listen to either in person, by telephonic transmission, or by other electronic transmission (including use of the Internet).

The public must be given adequate notice of the conference or call and the means for accessing it.

Uno de los principales retos para las empresas en nuestros días, es encontrar nuevas formas de relacionarse con sus grupos de interés, que les permita diferenciarse de sus principales competidores.

Muchas empresas han optado por tener *conference calls* periódicos con sus inversionistas en los que se les informa sobre la actualidad de la Compañía, sus principales resultados, datos del sector y toda información que se considere pertinente comunicar.



Habla el mercado

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"Información enviada directamente a todos sus accionistas y no solo a través de publicación de EEFF."
Segmento Expertos

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

"Una serie de acciones, departamento de relación con inversionistas, conference call para entrega de resultados, cobertura de analistas del sell side y director independiente elegido por minoritarios."
Segmento Banca

"Buen nivel y diversidad en su Directorio, mecanismos de información, no solo los regulares o normados, sino va mas allá, es decir busco esquemas de información con mi accionista."
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

4

Road Shows y reuniones presenciales

Otro mecanismo muy usado actualmente para mantener contacto constante con los inversionistas y principales grupos de interés, son los llamados *Road Shows* y las reuniones presenciales.

Los *Road Shows*, a diferencia de las reuniones informativas que podría organizar la empresa, tienen la particularidad que es la empresa quien visita a los inversionistas no solo a nivel nacional, sino, cada vez con mayor frecuencia, también a nivel internacional.

Iniciativas como la de InPERÚ ayudan a acercar a las empresas peruanas con inversionistas internacionales.



InPERÚ es una asociación sin fines de lucro fundada por los principales gremios del mercado peruano, entre los que se encuentra la Bolsa de Valores de Lima, con dos objetivos principales:

1. Promover la inversión extranjera y el desarrollo de oportunidades de inversión en el Perú así como los mercados de capitales y financiero peruanos, proporcionando de manera continua y en un formato adecuado, información a los inversionistas.
2. Promover la relación entre inversionistas extranjeros y participantes peruanos (emisores, agentes, autoridades gubernamentales, reguladores, entre otros).

Lo anterior se logra mediante la organización de *Road Shows* por las plazas foráneas más importantes del mundo.



Habla el mercado

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"Información oportuna y confiable. Contacto periódico con el mercado, a través de conferencias presenciales o telefónicas."
Segmento Directores

"Reuniones informativas mensuales con los accionistas."
Segmento Directores

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

"Disposición por brindar información, por resolver consultas, por ser abiertos, por agendar reuniones y/o calls."
Segmento Inversionista Institucional

"Son transparentes con el mercado presentando información relevante. Adicionalmente es fácil coordinar reunión con ellos reuniones cuando no los han solicitado inversionistas institucionales. Realizan eventos con inversionistas."
Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

5

El informe de Gobierno Corporativo

Marco Legal

SMV, Formato para el Reporte sobre el Cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas.

Las sociedades que cuentan con valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores tienen la obligación de difundir al público sus prácticas de buen gobierno corporativo, para tales efectos, reportan su adhesión a los principios contenidos en el Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas.

Marco de Referencia

Lineamientos para un Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo, CAF, 2013

V.5. Informe anual de Gobierno Corporativo (Lineamiento n° 43).

La adopción por parte de las empresas de los Lineamientos y su evaluación deberá culminar para las empresas listadas y las entidades financieras, en la preparación de un Informe sobre Gobierno Corporativo, de cuyo contenido será responsable el Directorio, previo informe del Comité Auditoría, y que deberá presentarse con carácter anual, dentro

de la Memoria Anual, si se publica, y el resto de documentos de cierre de ejercicio, pero en forma de documento separado de éstos.(...)

A. Información a incorporar en el Informe Anual sobre Gobierno Corporativo. Entre los puntos que deberán incluirse en el Informe sobre Gobierno Corporativo se encuentran todos los que hacen relación con el cumplimiento de las medidas recogidas en los Lineamientos, y en particular:

- A.1. Estructura de la propiedad
- A.2. Estructura de la administración de la sociedad
- A.3. Operaciones vinculadas
- A.4. Sistemas de gestión de riesgos
- A.5. Asamblea General de Accionistas
- A.6. Grado de seguimiento de las recomendaciones de Gobierno Corporativo

Principios de gobierno corporativo para bancos, Basilea, 2015.

Principio 12: Divulgación y transparencia

156. (...) Es una buena práctica contar con una declaración anual e integral específica de gobierno corporativo en una sección claramente identificable del informe anual, conforme al marco de divulgación de información financiera aplicable.



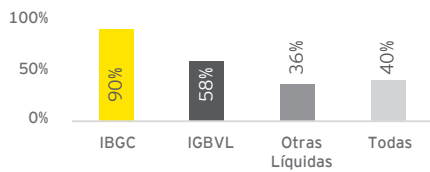
6

La Memoria Anual

Si bien todas las empresas inscritas en la SMV tienen que reportar todos los años su nivel de cumplimiento de los principios del Código de Buen Gobierno Corporativo para Sociedades Peruanas, actualmente solo el 40% de todas estas emiten un informe anual sobre sus prácticas en esta materia.

Dentro de las empresas que formaron parte del IGBVL en el 2014, el 58% asegura que divulga sus estándares en materia de gobierno corporativo en un informe anual.

La sociedad divulga los estándares adoptados en materia de gobierno corporativo en un informe anual



Fuente: La Voz de la Empresa 2015

LA VOZ del mercado

¿Cuál cree que es una **acción concreta** para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"Mecanismos de información, no solo cumpliendo la norma, sino buscando mejorar estos bajo otros medios."
Segmento Inversionista Institucional

"Comunicación permanente en medios públicos y de fácil acceso."
Segmento Bolsa y Agentes

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015



Marco Legal

Normas sobre la preparación y presentación de Estados Financieros y Memoria Anual por parte de las entidades supervisadas por la SMV. Artículo 12.

Obligación de presentar memoria anual.

Las sociedades emisoras con valores inscritos en el RPMV, las personas jurídicas inscritas en el RPMV y las empresas de administradoras de fondos colectivos deberán presentar su memoria anual a la SMV y, de ser el caso, a las entidades responsables de la conducción de los mecanismos centralizados de negociación.

Marco de Referencia

Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas, SMV, 2013

Principio 29: Estados financieros y memoria anual.

(...) El Directorio aprueba una vez al año la memoria anual de la sociedad, la cual brinda, entre otros aspectos, opiniones u observaciones sobre su desempeño financiero, factores de riesgo relevantes, acontecimientos significativos para la sociedad, relaciones con partes vinculadas y los efectos de las disposiciones o acuerdos de la Junta General de Accionistas.

La memoria anual es una herramienta sumamente importante para transmitir a los inversionistas y principales *stakeholders* como se ha gestionado la empresa no solo desde la perspectiva económica, sino también desde lo social, cultural, etc.

Las empresas cuyos valores se encuentran inscritos en la SMV están obligadas, por ley, a presentar su memoria bajo un formato previamente establecido.

LA VOZ del mercado

Habla el mercado

De acuerdo a su conocimiento, ¿cómo calificaría Ud. el Gobierno Corporativo en **general** de las siguientes empresas?

"XYZ podría ampliar la información de la Memoria anual sobre el desarrollo de sus negocios: Reservas y sus leyes, producción y su leyes, etc."
Segmento Banca

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **menos desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

"Falta de información, no existe un nexo entre el inversionista y el mercado, lo que hace más difícil entender la compañía."
Segmento Bolsa y Agentes

"Falta de interés o disposición a facilitar el acceso de los accionistas en general, principalmente de los minoritarios y/o extranjeros."
Segmento Bolsa y Agentes

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

"Transparencia en sus operaciones con el accionista y mucha disposición de información para él, de manera permanente, a la hora que él lo solicite."

Segmento Medios de Comunicación

"Envío de información oportuna a todos los accionistas. Abrir claros canales de comunicación tanto para recibir consultas como para proporcionar información."

Segmento Inversionista Institucional

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

V

¿Cuándo informar?

La transformación de la función de IR del BBVA Continental

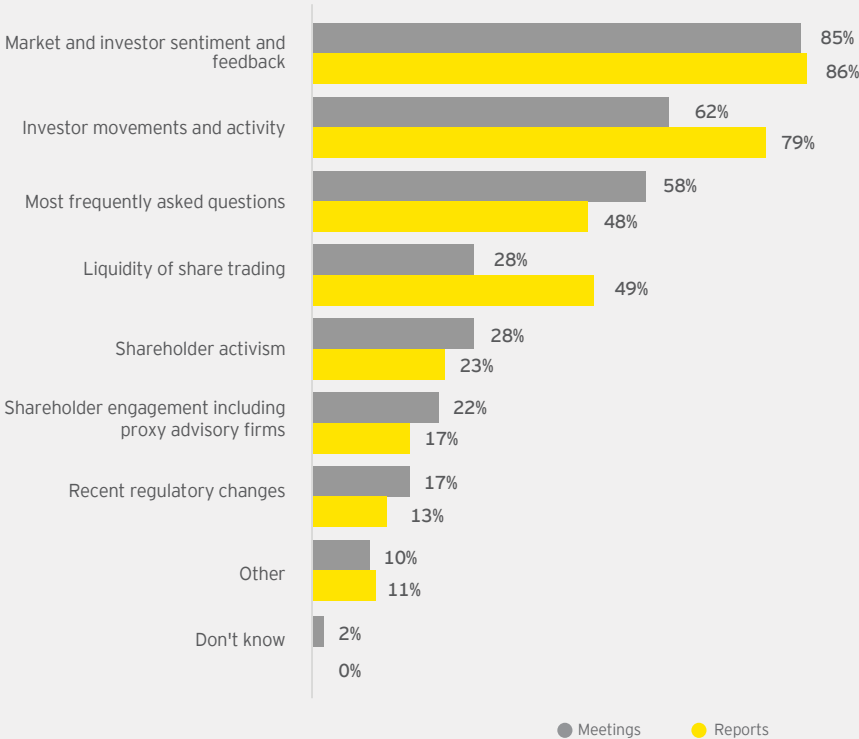
En opinión de Milagros Cigüeñas, Gerente de Gestión Financiera, la situación de la función de IR del banco estuvo influenciada por el hecho de que sólo el 8% de su capital está presente en el mercado de renta variable y que ésta tiene liquidez limitada. Es a partir de que BBVA Continental comenzó a emitir deuda de manera regular en el mercado internacional de renta fija, que se reforzó significativamente la función de IR. Esta responsabilidad está dentro del área de Gestión Financiera, y se encuentra a cargo de la Subgerencia de Planeamiento Estructural y Relación con Inversionistas.

Desde su inicio a la fecha, el foco del desarrollo de la función de IR ha estado centrado en la mejora de la página web y de la calidad de la información publicada en ésta, así como en mejorar la atención de las consultas y visitas de los inversionistas. Además, se ha establecido como política la publicación de presentaciones trimestrales sobre los principales resultados del banco y luego si existiera alguna duda de algún inversionista ésta es absuelta por teléfono, correo electrónico, o presencialmente. La información que se publica hace énfasis en el análisis financiero y en explicar los fundamentos y razones de negocio detrás de los resultados, sin dejar de comunicar las áreas de innovación en las que el Banco está desarrollando iniciativas, tal es el ejemplo de la banca digital. Con ello se busca un mejor entendimiento del desempeño del banco de parte del inversionista.

Entre las acciones de mejora planeadas para la función de IR están la de continuar reforzando el nivel de análisis y contenido de las presentaciones trimestrales, las cuales son el principal canal de comunicación con el mercado. Asimismo, se busca participar en foros seleccionados para acercarse más a los inversionistas. Todo ello se hace poniendo foco en el valor y beneficios reales que brindan a la organización.

Benchmark Internacional

What areas do IR representatives typically discuss or report on [to the board]?



● Meetings ● Reports

Fuente: Encuesta Taking it to heart, EY Global, 2015.

1

La oportunidad en la información

Marco de Referencia

G20/OECD Principles of Corporate Governance, OECD, 2015

II. The rights and equitable treatment of shareholders and key ownership functions.

C. Basic shareholder rights should include the right to: (...)

3. obtain relevant and material information on the corporation on a timely and regular basis;

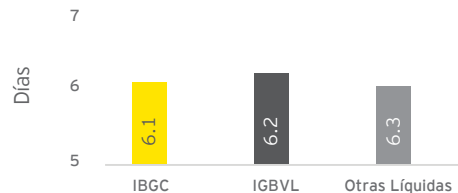
Executive Summary.

(...) The timing of the required public disclosure depends on whether the selective disclosure was intentional or non-intentional; for an intentional selective disclosure, the issuer must make public disclosure simultaneously; for a non-intentional disclosure, the issuer must make public disclosure promptly.

Al momento de difundir información al mercado, es importante que ésta sea dada con la debida oportunidad. Mientras más pronto un hecho sea comunicado al mercado y mientras se busque mantener al inversionista informado con mayor periodicidad, mejor será vista la empresa por los distintos grupos de interés.

Las empresas que formaron parte del IGBVL en el 2014 declaran que se demoraron en promedio, 6.2 días en responder las solicitudes de información de sus accionistas.

Plazo máximo para responder las solicitudes de información presentadas por los accionistas



Fuente: La Voz de la Empresa 2015

2

Principales aspectos de la función de IR

A continuación se incluye un listado de acciones a llevar a cabo para contar con una función de IR en su empresa:

1. Definir la función de relación con inversionistas (IR).
2. Definir un responsable de la gestión de la función de IR.
3. Crear una oficina de atención al inversionista.
4. Identificar la información que será difundida por exigencia legal.
5. Seleccionar la información adicional voluntaria que la empresa compartirá con el mercado y sus principales grupos de interés.
6. Desarrollar y aprobar una Política de Información que incluya las reglas para la difusión de esta.
 - Hechos de importancia
 - Página web
 - Calls con inversionistas
 - Road shows y reuniones presenciales
 - Informe de gobierno corporativo
 - Memoria anual
7. Definir y desarrollar los canales legales y voluntarios para informar al mercado:
8. Definir la periodicidad para la difusión de la información y publicar un calendario.
9. Revisar periódicamente la Política de Información y las quejas y sugerencias recibidas mediante la Oficina de Atención al Inversionista.



Habla el mercado

Pensando en aquella empresa que Ud. considera la **más desarrollada** en términos de Gobierno Corporativo, indique por favor cuáles son los principales hechos que soportarían su opinión:

"Publicación de información relevante de manera relativamente constante y con el timing adecuado al mercado. Comunicación fluida con stakeholders y desarrollo de una estrategia win-win entre ambos."
Segmento Bolsa y Agentes

"Información permanente de la empresa hacia el mercado. Directorio diversificado y con ninguna relación con el grupo de control de la empresa."
Segmento Bolsa y Agentes

¿Cuál cree que es una acción concreta para que un emisor tenga la **mejor calificación** en materia de trato igualitario a sus accionistas y/o bonistas?

"Constante comunicación."
Segmento Inversionista Institucional

"Comunicación oportuna y suficiente, es decir justa para participar en las decisiones de proyección del negocio."
Segmento Expertos

Opiniones de encuestados, La Voz del Mercado 2015

ANEXO

- ▶ Marco de la SEC en materia de revelación de información
- ▶ Fuentes
- ▶ Glosario de términos
- ▶ Equipo de trabajo

Marco de la SEC en materia de revelación de información



El marco regulatorio de los Estados Unidos en materia de revelación de información, se empieza a moldear con la aprobación del Securities Act en 1933 y una año más tarde del Securities Exchange Act de 1934 como respuesta a la precipitosa caída de Wall Street en 1929 y la llamada “gran depresión” que trajo esta como consecuencia.

Con el tiempo, se han aprobado nuevas reformas regulatorias que buscan mejorar el marco existente para dicho mercado. Primero, con el Sarbanes-Oxley Act (conocido como SOX) del 2002 y luego con el Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act del 2010. Finalmente, en el 2012 se emite el Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act que busca facilitar el acceso a financiamiento en los mercados a empresas pequeñas o emergentes.

A continuación se incluyen los principales puntos relacionados con la revelación de información que cada una de estas normas exigen a las empresas:

Securities Act (1933):

Con la finalidad de que el inversionista cuente con mayor información requiere que las empresas presenten:

- Descripción de los activos de la compañía y su negocio.
- Descripción de los valores que son ofrecidos al mercado.
- Información sobre la plana gerencial de la compañía.
- Estados financieros certificados por contadores independientes.

Securities Exchange Act (1934):

Trae consigo la creación de la Securities Exchange Commission - SEC para controlar estos aspectos. Incluye los siguientes requerimientos:

- Reportes anuales, trimestrales, y reportes adicionales cuando estos sean necesarios, en formatos pre establecidos por la SEC sobre la situación contractual de la empresa.

- Da derecho a los accionistas a solicitar toda la información necesaria para emitir su voto en la Junta General de Accionistas.
- Requiere la presentación de información relevante cuando un emisor o persona natural compra acciones directamente a un accionista.

Sarbanes-Oxley Act (2002)

Creada para evitar nuevos casos de fraude financiero (como el de Enron), incluye lo siguiente en materia de revelación:

- El CEO y el CFO asumen responsabilidad de haber establecido y supervisado un sistema de control interno para la empresa y sus subsidiarias.
- La empresa debe reportar toda operación realizada fuera del balance, arreglos con terceros, obligaciones y cualquier otra relación relevante con terceras partes.
- La gerencia debe emitir un “Reporte de Control Interno” en el que se haga responsable de haber establecido y mantener una adecuada estructura de control interno para el reporte financiero. Los auditores externos también están obligados a emitir una opinión sobre la situación de dicho sistema de control.

Dodd - Frank Wall Street Reform and Consumer Protection ACT (2010)

Creado como parte de una reforma del sistema bancario, en relación con la función de IR, para las empresas, incluye lo siguiente:

- Da derecho a los inversionistas a votar sobre la compensación de la plana gerencial, decidir cada cuanto tiempo realizará dicha votación y votar en la definición de las compensaciones en caso de fusión.

Jumpstart Our Business Startups Act (2012)

Creada para promover la emisión de deuda de empresas más chicas y emergentes, exige a estas de la presentación de cierta información al momento de realizar una emisión.



Fuentes

Marcos Legales

- Ley General de Sociedades, Ley 26887 de 1997
- Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley del Mercado de Valores, Decreto Supremo N° 0093-2002. Publicado el 2002
- Superintendencia Mercado de Valores (SMV). Reportes sobre el cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para las sociedades peruanas del ejercicio 2014 presentados por los emisores a la SMV, según Resolución SMV N° 012-2014-SMV/01, de junio del 2014 y publicada en la página web de la SMV.
Fecha de revisión: junio 2015.
- Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). Resolución SMV N° 033-2015-SMV/01, de diciembre de 2015, sobre el "Reporte de Sostenibilidad Corporativa".
- Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, Resolución SMV N° 005-2014-SMV/01. Publicado el 2014.
- SEC Final Rule: Selective Disclosure and Insider Trading, SEC, 2000

Marcos de Referencia

- OECD, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, G20/OECD Principles of Corporate Governance. Publicado en noviembre de 2015.
- Basilea, Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, Principios de gobierno corporativo para bancos. Publicado en julio de 2015.
- CAF, Corporación Andina de Fomento (ahora Banco de Desarrollo de América Latina), Lineamientos para un Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo. Publicado en 2013.
- SMV, Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas. Publicado en 2013.
- IFC, Corporación Financiera Internacional, Guía Práctica de Gobierno Corporativo. Publicado en 2010.

Estudios de EY

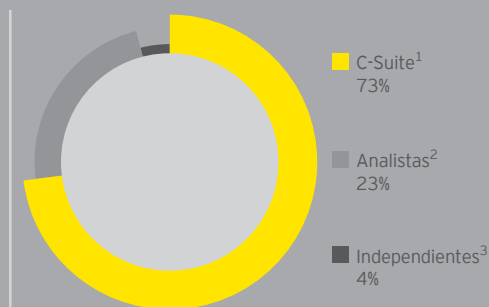
- La Voz del Mercado 2015 BVL - EY
- La Voz de la Empresa 2015



Estudio La Voz del Mercado 2015 de EY y la BVL

Encuesta a 405 de los principales actores del mercado de capitales peruano, realizada por EY con la Bolsa de Valores de Lima.

Cargos



1. C-Suite: CEO, CFO, CIO, COO, VP, Country Manager, Director, Gerente Portafolio, Gerente de primera línea, Editor, Rector, Socio.

2. Analistas: Analista, trader, mandos medios (subgerente, jefatura)

3. Independientes: Consultor, periodista, abogado.



Fecha de la encuesta:

27 de mayo al 17 de junio 2015

Margen de error:

+/- 4.84%

R² del modelo de gobierno corporativo: 77%

de comentarios recibidos: 1919

Segmentos de encuestados	2015
Inversionistas institucionales	26%
► AFPs	
► Family Office	
► Fondo de Inversión	
► Fondo de Inversión	
► Tesorería	
Bolsa y Agentes	22%
► Agentes de Bolsa	
► Clasificadoras de Riesgos	
► Entidades de Research	
Banca	25%
► Banca Comercial	
► Banca de Inversión	
► Banca Internacional	
► Banca de Desarrollo	
Reguladores	5%
► Autoridades	
► Periodistas de Negocios	
Expertos	14%
► Empresas/estudios consultores	
► Representantes de Asociaciones Gremiales	
► Académicos	
Directores Emisores (no financieros)	8%
► Presidentes, VP y Directores	
Total	100%
Total encuestas efectivas	405



Estudio La Voz de la Empresa 2015 de EY

Las emisoras incluidas en el estudio se listan a continuación (orden alfabético)

- 1 Aceros Arequipa
- 2 AFP Habitat
- 3 AFP Integra
- 4 Alicorp ★
- 5 Andino Investment Holdings
- 6 Atacocha
- 7 Austral
- 8 Backus y Johnston
- 9 Banco Ripley
- 10 BBVA Banco Continental ★
- 11 Buenaventura ★
- 12 Casagrande
- 13 Cavali
- 14 Cementos Pacasmayo ★
- 15 Cerro Verde
- 16 COFIDE
- 17 Credicorp Ltd ★
- 18 Diviso
- 19 Edegel
- 20 Edelnor
- 21 Electroperú
- 22 Enersur
- 23 Exalmar
- 24 Ferreycorp ★
- 25 Financiera Confianza
- 26 Financiera Crediscotia
- 27 Financiera Edyficar
- 28 Graña y Montero ★
- 29 InRetail Peru Corp.
- 30 Intercorp Financial Services
- 31 Inversiones Centenario
- 32 Lindley

- 33 Luna Gold Corp.
- 34 Luz del Sur
- 35 Milpo ★
- 36 Minera El Brocal
- 37 Minera IRL
- 38 Minsur
- 39 Panoro Minerals
- 40 Petroperú
- 41 Pomalca
- 42 Prima AFP
- 43 Profuturo AFP
- 44 Record
- 45 Refinería La Pampilla ★
- 46 Rimac Seguros
- 47 Sedapal
- 48 Seguros Sura
- 49 SiderPerú
- 50 Southern Copper Corporation
- 51 Telefónica del Perú
- 52 Trevali Mining
- 53 Unión Andina de Cementos
- 54 Volcan

◆ Peru General Index ★ IBGC

Estudio que analiza y sistematiza los reportes de los 24 emisores más líquidos del 2014, presentados a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), además de la información de las 210 empresas que reportan a la SMV, según información de la Superintendencia Adjunta de Investigación y Desarrollo de la SMV.

La muestra incluye las siguientes empresas en las distintas categorías definidas para el análisis:

IBGC - Índice de Buen Gobierno Corporativo de la BVL (en orden alfabético)

1. Alicorp
2. Credicorp LTD
3. BBVA Banco Continental
4. Buenaventura
5. Cementos Pacasmayo
6. Edegel
7. Ferreycorp
8. Graña y Montero
9. Milpo
10. Refinería la Pampilla

IGBVL - Índice General de la Bolsa de Valores de Lima (en orden alfabético)

1. Aceros Arequipa
2. Alicorp
3. Atacocha
4. Backus y Johnston
5. Credicorp LTD
6. BBVA Banco Continental
7. Buenaventura
8. Casagrande
9. Cementos Pacasmayo
10. Cerro Verde
11. Edegel
12. Edelnor
13. Ferreycorp
14. Graña y Montero
15. Intercorp Financial Services
16. InRetail Perú Corp.
17. Luz del Sur
18. Milpo
19. Minsur
20. Refinería la Pampilla
21. SiderPerú
22. Southern Copper Corporation
23. Unión Andina de Cementos
24. Volcan

Otras Líquidas (en orden alfabético)

1. Aceros Arequipa
2. Atacocha
3. Backus y Johnston
4. Casagrande
5. Cerro Verde
6. Edelnor
7. Intercorp Financial Services
8. InRetail Perú Corp.
9. Luz del Sur
10. Minsur
11. SiderPerú
12. Southern Copper Corporation
13. Unión Andina de Cementos
14. Volcan

Todas

Información sobre las 210 empresas que reportaron su nivel de cumplimiento de los principios de Buen Gobierno Corporativo para el ejercicio 2014, según información de la Superintendencia Adjunta de Investigación y Desarrollo de la SMV.

Glosario de términos

- ▶ **BVL:** Bolsa de Valores de Lima
- ▶ **CAF:** Banco de Desarrollo de América Latina (antes Corporación Andina de Fomento).
- ▶ **Director:** Persona física o jurídica elegida por la Asamblea General de Accionistas para actuar como administrador de la sociedad en calidad de miembro del Directorio.
- ▶ **Directorio:** órgano colegiado de administración de la empresa, conformado por individuos elegidos por los accionistas para que definan la visión y la misión corporativa, fijen la estrategia y supervisen la administración de la empresa, además de elegir al Gerente General y fijar los objetivos a largo plazo de la empresa.
- ▶ **Estudio La Voz del Mercado:** encuesta anual realizada por EY con la BVL que brinda una clara visión de cómo los especialistas del mercado de valores percibieron durante el 2014 y 2015, la calidad del Gobierno Corporativo de las principales empresas en el mercado de capitales peruano.
- ▶ **Estudio La Voz de la Empresa 2015:** estudio realizado por EY que resume los reportes presentados a la SMV por parte de las principales empresas en el mercado de capitales peruanos sobre la calidad de su gobierno corporativo.
- ▶ **Free Float:** Sumatoria de aquellas acciones en poder de comitentes con una participación menor o igual al 1% de las acciones en circulación del respectivo valor.
- ▶ **Grupo de interés:** constituido por personas, organizadas o no, que tienen un interés en la empresa, que pueden demandar algo de ella, o que pueden verse afectados por sus actos u omisiones.
- ▶ **Hecho de importancia:** es cualquier acto, decisión, acuerdo, hecho, negociación en curso o información referida al Emisor, a los valores de éste o a sus negocios que tengan la capacidad de influir significativamente en: la decisión de un inversionista sensato para comprar, vender o conservar un valor o la liquidez, el precio o la cotización de los valores emitidos.
- ▶ **IBGC, Índice de Buen Gobierno Corporativo de la BVL:** es un índice estadístico que tiene como objeto reflejar el comportamiento de los precios de las 10 acciones listadas caracterizadas por adoptar buenas prácticas de Gobierno Corporativo, entre las empresas de mayor liquidez.
- ▶ **IGBVL, Índice General de la BVL:** es un indicador que mide el comportamiento del mercado bursátil y sirve para establecer comparaciones respecto de los rendimientos alcanzados por los diversos sectores (industrial, bancario, agrario, minero, de servicios públicos, etc.) participantes en la BVL, en un determinado período de tiempo. Se determina a partir de una cartera formada por las acciones más significativas de la negociación bursátil, seleccionadas con base en su frecuencia de negociación, monto de negociación y número de operaciones. A partir de la segunda mitad del 2014, el nombre del índice cambió a SP/BVL PERU GEN.
- ▶ **Investor Relations:** función que tiene como objetivo proporcionar a los inversionistas y grupos de interés información relevante sobre la situación económico-financiera de la empresa y sus perspectivas, así como la información no financiera que considere pertinente.
- ▶ **NIIF:** conjunto de único de normas legalmente exigibles y globalmente aceptadas, comprensibles y de alta calidad basados en principios claramente articulados; que requieren que los estados financieros contengan información comparable, transparente y de alta calidad, que ayude a los inversionistas, y a otros usuarios, a tomar decisiones económicas.
- ▶ **Otras Líquidas:** empresas del IGBVL excluyendo a aquellos que participaron en el Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC).
- ▶ **Página web:** documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.
- ▶ **Política de comunicación:** documento aprobado por el Directorio que determina cómo se debe manejar la comunicación interna y externa de información en la empresa.
- ▶ **SMV:** Superintendencia del Mercado de Valores.
- ▶ **SP/BVL PERU GEN:** nombre que adquiere el IGBVL en la segunda mitad del 2014, al formalizarse la alianza entre la BVL y la calificadora de riesgos Standard and Poor's para. El S&P/BVL Perú General sigue la historia del antiguo IGBVL, manteniendo la base 30 de diciembre de 1991 = 100. Sin embargo, a partir del 4 de octubre del 2015 es un índice de capitalización del free float.
- ▶ **Todas:** las 210 empresas que presentan reportes de nivel de cumplimiento de los principios de Buen Gobierno Corporativo a la SMV, según información proporcionada por la Superintendencia Adjunta de Investigación y Desarrollo de la SMV.



Equipo a cargo del estudio

EY

**Beatriz Boza**

Socia de Gobierno Corporativo
y Sostenibilidad
beatriz.boza@pe.ey.com
T. +51 1 411 2108

**César Lucas**

Socio de Auditoría
cesar.lucas@pe.ey.com
T. +51 1 411 2108

**Raúl Vásquez**

Socio de Consultoría
raul.vasquez@pe.ey.com
T. +51 1 411 4415

**Numa Arellano**

Socio de Consultoría
numa.arellano@pe.ey.com
T. +51 1 411 4428

**Augusto Barrios**

Senior de Gobierno Corporativo
y Sostenibilidad
augusto.barrios@pe.ey.com
T. +51 1 411 4444 Ext. 13515

**Aracelli Paulino**

Senior de Gobierno Corporativo
y Sostenibilidad
aracelli.paulino@pe.ey.com
T. +51 1 4444 Ext. 13240

BVL

**Francis Stenning**

Gerente General
fstenning@bvl.com.pe
T. +51 1 619 3333 Anx. 2047

**Mariella Córdova**

Gestión Comercial
mcordova@bvl.com.pe
T. +51 1 619 3333 Anx. 3350

**Miguel Ángel Zapatero**

Gerencia Central de Negocios y
Desarrollo
mzapatero@bvl.com.pe
T. +51 1 619-3333

EY Lima

Av. Víctor Andrés Belaúnde N° 171,
San Isidro - Lima, Perú
Telf: +51 1 411 4444

Región Sur - Arequipa

Av. Bolognesi N° 407, Yanahuara -
Arequipa, Perú
Telf: +51 54 484 470

Región Norte - Chiclayo

Av. Santa Victoria N° 612 Urb. Santa Victoria -
Chiclayo, Perú
Telf: +51 74 227 424 / +51 74 227 421

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Acerca de EY

EY es líder global en servicios de auditoría, impuestos, transacciones y consultoría. La calidad de servicio y conocimientos que aportamos ayudan a brindar confianza en los mercados de capitales y en las economías del mundo. Desarrollamos líderes excepcionales que trabajan en equipo para cumplir nuestro compromiso con nuestros *stakeholders*. Así, jugamos un rol fundamental en la construcción de un mundo mejor para nuestra gente, nuestros clientes y nuestras comunidades.

Para más información visite

ey.com/PE

© 2016 EY

All Rights Reserved.



EY PERU LIBRARY

Descarga gratis nuestras
publicaciones y guías en:
ey.com/PE/EYPeruLibrary

 /EYPeru

 @EYPeru

 /company/ernstandyoung

 /EYPeru

 perspectivasperu.ey.com

ey.com/PE

