

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario



Propuesta de mejora para la asimetría de información en el puerto de Barranquilla

Trabajo de Grado

Paula Daniela Bravo Quiroga

Laura Daniela Rodríguez Barrera

Bogotá D.C.

2017

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario



Propuesta de mejora para la asimetría de información en el puerto de Barranquilla

Misión Caribe

Carlos Alberto Franco Franco

Paula Daniela Bravo Quiroga

Laura Daniela Rodríguez Barrera

Facultad de Administración de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2017

DEDICATORIA

DANIELA

A Dios principalmente por darme la oportunidad de vivir, contar con todo lo que me brinda día a día y por poner en mi camino aquellas personas que me acompañaron a lo largo de este proceso de estudio.

A mis padres por ser mi motor de vida, por guiarme y ser apoyo incondicional en cada paso que doy. Siento profunda admiración y agradecimiento, sin ellos no lo hubiese logrado.

A mi amiga Paula, quien ha sido mi apoyo y compañera no solo en la realización de este trabajo de grado sino en todo mi ciclo universitario.

PAULA

A Dios por acompañarme siempre en cada paso que doy, por ser la luz que guía mi camino, por darme la fortaleza para luchar por mi futuro y porque su amor y bondad nunca tienen fin. A mis padres porque han luchado a lo largo de su vida por darme lo mejor posible, porque han sido mi ejemplo a seguir y me han enseñado siempre a ser mejor persona cada día. A mis hermanos a quienes amo profundamente, son mis compañeros de vida y me han alentado siempre para poder cumplir mis sueños.

A mis amigos quienes desde que los conocí han sido un gran apoyo a lo largo de mi carrera universitaria y un gran equipo de trabajo, especialmente a Daniela quien me acompañó a lo largo de estos años y luchó conmigo por la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. PROPÓSITO DE LA MISIÓN.....	9
3. OBJETIVOS	10
3.1 Objetivo General	10
3.2 Objetivos Específicos	10
4. DIAGNÓSTICO Y OBJETO DE ESTUDIO.....	11
5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13
6. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	15
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	23
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Información tipo de carga por zona portuaria.....	12
Tabla 2. Diagrama de actividades del proyecto.....	18
Tabla 3. Índice de Transparencia Nacional.....	19
Tabla 4. Estado de resultados LATAM AIRLINES.....	22
Tabla 5. Estado de resultados Banco Santander.....	23
Tabla 6. Estado de resultados Falabella.....	24
Tabla 7. Utilidades del ejercicio comparativo entre las compañías.....	25

GLOSARIO

Competitividad: Se define como la capacidad de generar un valor agregado a fin de ofrecer el mejor servicio, generar la mayor satisfacción al cliente y obtener los resultados más óptimos.

Confidencialidad: Es la limitación o restricción total de los flujos de información, con el fin de proteger los datos de terceros.

Estrategia corporativa: Es el plan que constituye las técnicas usadas para orientar a la organización al cumplimiento de su filosofía del negocio, así como la consecución de sus objetivos.

Información: Es un conjunto de datos y elementos de contenido que construyen mensajes basados en fenómenos y dan significado a las cosas.

Información asimétrica: Se presenta cuando una de las partes de una transacción, no cuenta con el mismo nivel de información.

Rentabilidad: Es el beneficio, utilidad o ganancia que se obtiene de una inversión o esfuerzo realizado.

Sostenibilidad: Es la capacidad de ser sostenible y permanecer en el tiempo, asegurando las necesidades presentes sin comprometer las de futuras generaciones.

Stakeholders: Son todos aquellos grupos de personas o entidades que están interesados en una empresa y pueden verse afectados por la actividad de la misma.

Transparencia organizacional: Es la facilidad de comunicación y acceso a la información dentro y fuera de la organización.

RESUMEN

La transparencia organizacional es una clave fundamental en el éxito de las compañías en la actualidad, ya que promueve el flujo libre de la información dentro de la organización permitiendo que cada uno de sus colaboradores tenga conocimiento pleno de la situación que vive la empresa. Adicionalmente genera confianza entre sus Stakeholders quienes conforman su entorno y son vitales en la permanencia de las organizaciones.

En este documento se evidencia una investigación sobre el Puerto de Barranquilla que muestra un claro problema de falta de transparencia organizacional y genera una propuesta de mejora para la mejora de su competitividad.

Palabras clave: Transparencia, Información, Grupos de Interés, Competitividad, Barranquilla.

ABSTRACT

Organizational transparency is a fundamental key in the success of companies today, as it promotes the free flow of information within the organization allowing each of its employees to have full knowledge of the situation that the company lives. Additionally it generates confidence among its Stakeholders who shape their environment and are vital in the permanence of organizations.

This document evidences an investigation on the port of Barranquilla that shows a clear problem of lack of organizational transparency and generates a proposal of improvement for the improvement of its competitiveness.

Keywords: Transparency, Information, Stakeholders, Competitiveness, Barranquilla.

1. INTRODUCCIÓN

En el presente documento desarrollar una propuesta de mejora al Puerto de Barranquilla sobre la transparencia organizacional y la asimetría de la información. La misma se basa en la explicación del porqué la transparencia organizacional tiene un papel fundamental en las empresas, independientemente de su funcionalidad, y cómo a partir de este recurso se puede incidir en la competitividad de las mismas. Se establecerá un análisis de hallazgos realizados y apoyados en la fundamentación teórica de la academia.

La transparencia organizacional se entiende como el esfuerzo que hacen las organizaciones para generar confianza alrededor de su entorno facilitando el acceso a la información, la comunicación y el dejar que diferentes profesionales hagan sus contribuciones a posibles mejoras que puedan afectar positivamente la toma de decisiones de la compañía y nuevas estrategias que amplíen los horizontes permitiendo el desarrollo de nuevos proyectos.

Dicha transparencia es fundamental tanto en el desarrollo interno de la organización, permitiendo que todos los empleados tengan un acceso a la información, como en el ámbito externo donde diferentes personas con conocimientos en el sector pueden contribuir con ideas de mejoras que pueden aplicarse en las empresas aportando a su competitividad.

2. PROPÓSITO DE LA MISIÓN

El propósito de la misión que se realizó de Abril 25 a Abril 29 de 2016, fue hacer una propuesta de mejora al principal problema que se evidenció en el Puerto de Barranquilla, la transparencia organizacional; y cómo dar solución a la asimetría de la información, la cual no permite que personas naturales contribuyan con sus aportes al desarrollo de la entidad.

La misión empresarial tiene como propósito promover los espacios educativos a través del contacto con el sector empresarial, permitiéndole al estudiante materializar y retroalimentar en la práctica el aprendizaje teórico adquirido a lo largo de la carrera universitaria. La visita

empresarial permite conocer otras regiones, interactuar con diferentes culturas, entender la normatividad y funcionamiento de las organizaciones y tener un mayor contacto con la realidad de los negocios; a fin de desarrollar un espíritu empresarial, ampliar el panorama del estudiante a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, parte de la finalidad de este encuentro es establecer un vínculo de colaboración continua con las compañías que centran su atención en el desarrollo y promoción educativa de los estudiantes, beneficiando ambas partes, las empresas por futuros comentarios y propuestas de mejoramiento organizacional, y los estudiantes por enriquecer y potenciar sus conocimientos.

3. OBJETIVOS

Realizar una propuesta de mejora sobre el manejo de la transparencia organizacional y asimetría de la información al Puerto de Barranquilla, con el fin de que personas interesadas (stakeholders) aporten al crecimiento y desarrollo de la entidad, de igual manera, analizar cómo el factor de la transparencia organizacional incide en la competitividad del puerto.

3.1 Objetivo general

Hacer una propuesta de mejora acerca de la asimetría de información y transparencia organizacional al Puerto de Barranquilla.

3.2 Objetivos específicos

- Analizar cómo el hecho de no compartir información en las empresas podría afectar directamente su competitividad.
- Analizar las oportunidades de mejora para el Puerto de Barranquilla.
- Analizar casos de éxito de empresas que manejan la transparencia corporativa como pilar organizacional.

4. DIAGNÓSTICO Y OBJETO DE ESTUDIO

Cartagena, Buenaventura, Santa Marta y Barranquilla, son los puertos claves del comercio exterior colombiano. Como se evidencia en la Tabla No. 1, en primer lugar está el Puerto de Cartagena, el cual se ha especializado en carga de contenedores. En segunda posición el Puerto de Buenaventura, ha presentado cifras sobresalientes en carga de contenedores y granel sólido. Seguido el Puerto de Santa Marta, que ha dirigido sus esfuerzos en carga de granel líquido, y por cuarta posición el Puerto de Barranquilla, que genera buen comportamiento en carga general y granel sólido.

Tabla 1. Información tipo de carga por zona portuaria

ZONAS PORTUARIAS	CARBÓN AL GRANEL	CONTENEDORES	GENERAL	GRANEL LIQUIDO	GRANEL SÓLIDO DIFER. DE CARBÓN	NO REPORTA	TOTAL
CIENAGA	12.691.389						12.691.389
GOLFO MORROSQUILLO			3.200	9.333.991	141.276		9.478.467
CARTAGENA		5.045.619	222.955	2.355.095	352.590	25.322	8.001.580
GUAJIRA	6.952.708		93.898				7.046.606
BUENAVENTURA	110.720	2.166.957	265.591	142.811	1.401.556		4.087.634
SANTA MARTA	846.692	132.411	79.698	1.257.182	491.853		2.807.836
BARRANQUILLA	317.298	318.345	670.686	330.905	644.537		2.281.770
TUMACO				355.972			355.972
SAN ANDRES		27.468	27.012		54.459		108.939
Z.P. RIO MAGDALENA				93.241	5.506		98.747
BARRANCABERMEJA		717		13.844			14.561
TOTAL ZONAS PORTUARIAS	20.918.807	7.691.517	1.363.039	13.883.041	3.091.776	25.322	46.973.502

Unidad: Toneladas

Fuente: Puerto Barranquilla.

Este trabajo de grado tendrá por objeto de estudio y centrará su principal atención en el Puerto de Barranquilla. A continuación, se presenta al lector datos e información corporativa relevante que permite tener un conocimiento más profundo sobre la organización

y entender su posterior diagnóstico.

Puerto de Barranquilla

Se sitúa como uno de los puertos marítimos y fluviales más importantes del Caribe colombiano y en él se moviliza carga como contenedores, gráneles sólidos y líquidos, carga general y coque (Puerto de Barranquilla, 2017).

Misión

“Somos el puerto multipropósito líder de la Costa Caribe Colombiana, que genera valor al país, prestando servicios logísticos integrados, ágiles y efectivos, con un talento humano innovador comprometido con la comunidad” (Puerto de Barranquilla, 2017).

Visión

“Seremos la plataforma logística portuaria referente, que desde el Río Magdalena, conecta a Colombia y el mundo” (Puerto de Barranquilla, 2017).

Historia

A comienzos de la década de los años 90:

“Colombia empezó a impulsar la apertura económica, para pasar de un modelo de sustitución de importaciones, a uno sin limitaciones para el intercambio comercial con el resto del mundo. Con la reforma constitucional de 1991, se crea el Estatuto de Puertos Marítimos, a través del cual se abolió el monopolio estatal en la administración portuaria, para lograr un óptimo intercambio de mercancía y contar con la infraestructura portuaria y de transporte.

A partir del 13 de diciembre de 1993, la Sociedad Portuaria de Barranquilla recibió en concesión por 20 años, el terminal público marítimo y fluvial de la ciudad de Barranquilla. A partir de este momento, adquirimos un compromiso con la ciudad, asumiendo, con responsabilidad, nuestra labor como puerto de importancia de entrada y salida en la ciudad de Barranquilla. En el año 2007, logramos adquirir la concesión del puerto por 20 años más, para así, seguir trabajando por nuestros clientes, garantizando así la prestación de nuestros servicios y afianzando el crecimiento de la empresa. Nuestros clientes se convierten en nuestra mayor prioridad y razón de ser, por lo que nuestros

esfuerzos están siempre encaminados a seguir mejorando los estándares de calidad, servicios a clientes y a consolidar el puerto en infraestructura y logística” (Puerto de Barranquilla, 2017).

5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La presente propuesta se realiza a partir de la exploración de la teoría de la asimetría de la información desde las perspectivas de la ciencia de la información de Joseph Stiglitz que indica cómo la información es considerada un valor económico o un factor productivo. Stiglitz en esta teoría hace referencia a la importancia que tiene la información en una empresa, y como esta es una ventaja competitiva que aporta directamente a la competitividad puesto que la reconoce como un valor económico agregado (Turnes, 2016).

La transparencia corporativa es una política del gobierno corporativo de una compañía, destinada a informar a la sociedad sobre sus actividades comerciales y financieras, su gestión, sus resultados y su aporte a la sociedad a través de la Responsabilidad Social Empresarial. “Es una herramienta que le permite a una empresa dar a conocer todos los aspectos que crean valor para ésta”, explica Rodrigo Díaz, director ejecutivo de Inteligencia de Negocios (Urroz, 2016).

El mantener informados a todos los stakeholders que rodean y hacen parte del desarrollo de una compañía es primordial pues estos contribuyen al crecimiento de las organizaciones y su consentimiento permite la correcta ejecución de sus actividades buscando siempre el beneficio de todas las partes involucradas. Entre más transparente sea una empresa más fácil será reconocer sus falencias y así mismo crear estrategias que ayuden a resolverlas.

La transparencia persigue dos objetivos. En primer lugar, es un medio para la rendición de cuentas. Los grupos de interés tienen expectativas que la empresa debe satisfacer, justificando sus acciones ante otros. En caso contrario, puede sufrir consecuencias no favorables. En segundo lugar, la transparencia permite la “experimentación”, es decir, que los actores identifiquen las mejores prácticas de otros y las adapten a su propia organización. Este segundo

aspecto es muy importante, porque permite que las empresas y los grupos de interés aprendan las unas de los otros (Alejos, 2015).

Poner en práctica la transparencia en las organizaciones puede traer muchas ventajas, como se mencionó anteriormente los grupos de interés son los primeros en exigir que la empresa muestre ampliamente su información y resultados con el fin de tener una armonía que permita tanto el desarrollo de la empresa como la de su entorno. Por otra parte, el hecho de ser transparente frente a cualquier tipo de público permite que otras compañías en desarrollo tomen ejemplo de las prácticas que se implementan y también se permite el aprendizaje de las buenas prácticas de otras empresas para probarlas en beneficio de su propio funcionamiento.

La comunicación participativa asume que los individuos “no son elementos aislados en una comunidad sino que están incluidos en una comunidad ‘dinámica’, en la que los individuos, las empresas y la sociedad son inseparables”. Desde esta perspectiva, la información y la comunicación conforman el medio necesario para que se den a conocer las diferentes visiones de la comunidad (Alejos, 2015).

Es un deber de las empresas en la actualidad ser dinámicas y flexibles con el fin de adaptarse a los diferentes entornos con los que se enfrentan. Las compañías deben entender que los individuos que los rodean tienen el deber y el derecho de conocer los funcionamientos y estrategias que plantean con el fin de generar una cooperación mutua.

“Autores como Porter y Millar (1986) destacan las posibilidades de aprovechar la información para mejorar la competitividad de las empresas mediante el análisis de la cadena de valor, generando valor añadido como consecuencia de un uso más eficiente de la información inherente a cada actividad. Por su parte, Andreu, Ricart y Valor (1991) explican cómo la información se convierte en un recurso estratégico para las empresas y se integra dentro de su proceso de planificación estratégica” (Paños, 1999).

Con lo anterior, se pretende evidenciar que la información es un recurso fundamental dentro de las organizaciones y se integra a la planeación estratégica de la misma. Adicionalmente, su capacidad de difusión y transparencia destaca la competitividad de la entidad frente al desarrollo de nuevas oportunidades y mejoras de negocio.

6. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El enfoque metodológico que se empleó es el cualitativo. Se realizó un proceso previo que incluyó la planeación de un cuestionario con el que se pretendía hacer una recolección de datos específicos el cual se muestra a continuación.

1. ¿Qué productos son los que más se importan y se exportan a través de este puerto y en qué cantidades?
2. ¿Cuáles son las estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social del puerto?
3. ¿Cuáles son las ventajas competitivas y comparativas del puerto?
4. ¿Qué proyectos tiene el puerto para aumentar su productividad y competitividad?
5. ¿Qué tecnologías implementa el puerto en términos de carga y descarga de contenedores?
6. ¿Tiene el puerto posibilidad de expandir su infraestructura?
7. ¿Qué factores pueden afectar el desarrollo de las actividades diarias en el puerto?
8. ¿Con cuáles oportunidades de mejora cuenta el puerto?
9. ¿Qué capacidad de almacenamiento tiene el puerto?
10. ¿Cuáles son los principales países que se relacionan con el comercio del puerto?

En cuanto a la información requerida, la respuesta fue negativa, señalando la privacidad que se maneja respecto a la protección interna de la compañía.

El acercamiento se dio a través de una visita al Puerto de Puerto de Barranquilla, el día 27 de abril de 2016 de 09:00 am a 12:00 pm. El actor clave en el proceso de la investigación fue el guía seleccionado para el puerto marítimo de Barranquilla, el cual era encargado de la logística y coordinación.

“Los procesos de investigación producen conocimiento sobre el objeto de investigación y predecir situaciones futuras, encontrando respuestas para la realidad que lo motivó a aplicar este proceso” (Méndez, 2011).

El método de recolección de información que se empleó fue el de observación participante: Participar en las actividades y tomar de manera organizada notas de campo que faciliten la descripción e interpretación de la observación. Como instrumento de preparación se tuvieron cuestionarios y entrevistas informales.

Adicionalmente, se realizó investigación de fuentes secundarias tales como el sitio web oficial del Puerto de Barranquilla y páginas alternas de internet, las cuales fueron fuente fundamental en el desarrollo del trabajo. Tal y como se evidencia en la Tabla 2 se realizó una planeación previa de una serie de actividades que nos permitían recolectar la información necesaria para la elaboración de la investigación.

Tabla 2. Diagrama de actividades del proyecto

ACTIVIDAD	2016										2017				
	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
FASE I															
Idea de proyecto	■														
Elaboración cuestionario		■													
Entrega del ante proyecto		■													
FASE II															
Fuente primaria (Visita al puerto)		■													
Recolección de datos			■												
Tabulación de datos			■												
FASE III															
Fuente secundaria (Página web)				■	■	■	■								
Análisis e interpretación de datos				■	■	■	■								
Realización propuesta de mejora								■	■	■	■	■	■	■	■
Redacción y revisión										■	■	■	■	■	■
Presentación proyecto final															■
FASE I	■														
FASE II	■														
FASE III	■														
PAUSAS O RETRASOS	■														

Fuente: Elaboración propia.

7. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS REALIZADOS

La fuente principal de análisis, consistió en la visita física al Puerto de Barranquilla, en donde se evidenció confidencialidad de la información, por temas de privacidad de la organización. Posteriormente, el proceso de búsqueda en fuentes secundarias reafirmó la escasez de información sobre la compañía, dejando en evidencia que el supuesto de asimetría de la información planteado tiene gran impacto no solo en los hallazgos físicos realizados sino

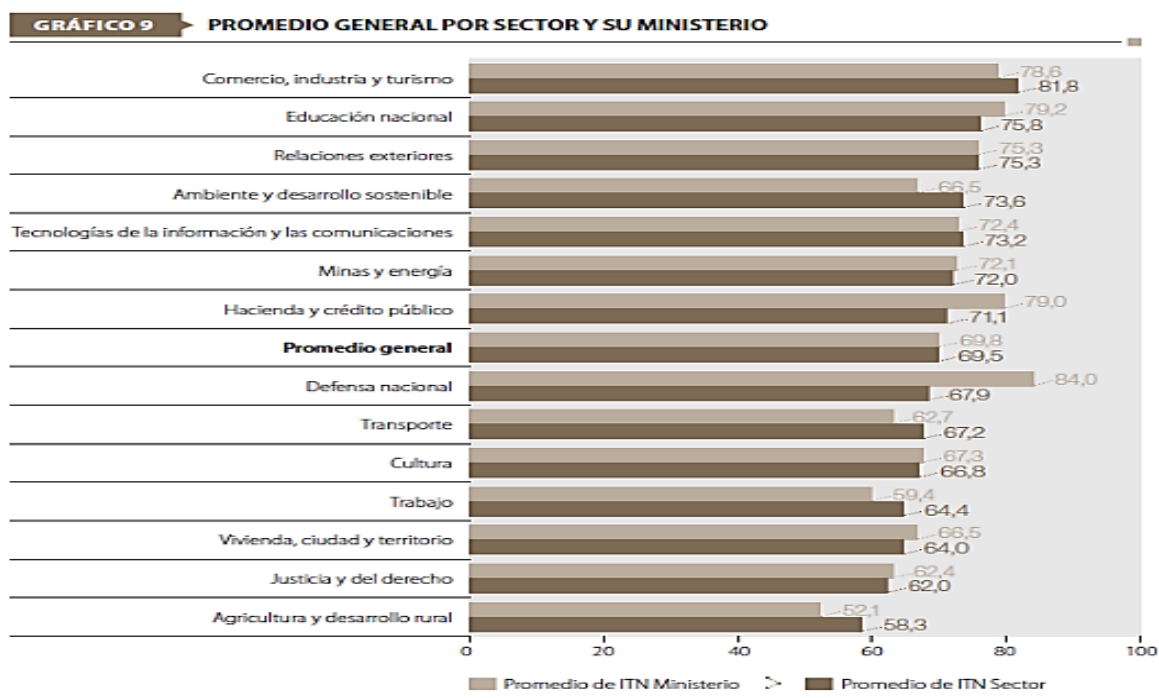
también en internet.

Una vez visualizada esta serie de limitaciones, la propuesta de mejora planteada anteriormente tomó una dirección diferente a la actual, pues se llegó a la conclusión que el problema radica principalmente en no compartir información con los grupos de interés que fijan especial atención en el Puerto de Barranquilla, con el propósito de ampliar y brindar oportunidades de mejora para la organización.

El Índice de Transparencia Nacional

El análisis por sectores elaborado por el Índice de Transparencia Nacional (2015) se obtiene evaluando tres componentes: visibilidad, institucionalidad, y control y sanción. En la Tabla 3 podemos observar que el Ministerio de transporte, con 62,7 puntos, está casi cinco puntos por debajo del desempeño de las entidades que componen su sector. Por su parte, el sector de transporte se encuentra por debajo del promedio general de las entidades evaluadas.

Tabla 3. Índice de Transparencia Nacional



Fuente: Índice de Transparencia.

Lo anterior, evidencia que hay que trabajar aún más en la transparencia organizacional, principalmente, en el componente de visibilidad. Este componente evalúa “el manejo y la divulgación de la información, así como la efectiva y oportuna publicación de diferentes documentos y datos en los sitios web oficiales de las entidades” (Cita), lo cual indica que es un factor imprescindible para alcanzar altos niveles de transparencia.

Casos de éxito de transparencia organizacional

A través de los siguientes casos de éxito se pretende exponer cómo la transparencia corporativa ha jugado un papel fundamental en el desarrollo de las empresas y cómo esta ha impactado por la confianza generada a sus stakeholders.

- LATAM:

LATAM cuenta con presencia en Colombia desde el año 2012. Año tras año ha venido evolucionando positivamente hacia la transparencia organizacional, ya que se ha comprometido más con la elaboración de Reportes de Sostenibilidad, los cuales ayudan a brindar gran cantidad de información acerca de la compañía para sus stakeholders. Se ha ubicado en el puesto No. 3 con un ITC (Índice de transparencia corporativa) de 90.1/100.

- Banco Santander Chile:

El modelo corporativo de Banco de Santander se basa en el equilibrio y compromiso por la máxima transparencia organizacional, en particular, en el ámbito de retribuciones. Esta política de retribuciones tiene como principio fundamental y eje de actuación la transparencia como medida de impulso para la compañía.

Banco de Santander ha venido trabajando desde hace tiempo en la mejora de sus prácticas empresariales, ha sido merecedor de varios reconocimientos en el ámbito de la transparencia y es por ello, que ganó el premio a la empresa más transparente de Chile 2016 según el Ranking SAA con un ITC de 96,0/100.

- Falabella:

Es una de las compañías más grandes de América Latina, cuenta con una gran popularidad en los países donde tiene presencia (Chile, Colombia, Argentina y Perú), y es reconocida por su alto nivel de transparencia organizacional. Dentro del Ranking SAA ha sido merecedora del puesto No. 19 con un ITC de 75,3/100.

Reportes Financieros

Las teorías indican que el tamaño y la rentabilidad de la empresa se correlacionan positivamente con la transparencia corporativa. Es por ello, que se muestra a continuación los reportes financieros 2015-2016 de los casos de éxito de empresas que adoptaron la transparencia como pilar organizacional.

Se observa en la Tabla 4, tabla 5 y tabla 6 cada uno de los estados de resultados de las compañías LATAM, Banco Santander Chile y Falabella, la relación creciente positiva del resultado final del ejercicio; afirmando, bajo cifras, la teoría de relación rentabilidad-transparencia mencionada con anterioridad.

Tabla 4. Estado de resultados LATAM AIRLINES

<u>LATAM AIRLINES GROUP S.A. Y FILIALES</u>			
<u>ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO POR FUNCION</u>			
	<u>Nota</u>	Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de	
		<u>2016</u>	<u>2015</u>
		MUSS	MUSS
Ingresos de actividades ordinarias	26	8.988.340	9.740.045
Costo de ventas		<u>(6.967.037)</u>	<u>(7.636.709)</u>
Ganancia bruta		<u>2.021.303</u>	<u>2.103.336</u>
Otros ingresos, por función	28	538.748	385.781
Costos de distribución		(747.426)	(783.304)
Gastos de administración		(872.954)	(878.006)
Otros gastos, por función		(373.738)	(323.987)
Otras ganancias (pérdidas)		<u>(72.634)</u>	<u>(55.280)</u>
Ganancias(pérdidas) de actividades operacionales		<u>493.299</u>	<u>448.540</u>
Ingresos financieros		74.949	75.080
Costos financieros	27	(416.336)	(413.357)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación		-	37
Diferencias de cambio	29	121.651	(467.896)
Resultado por unidades de reajuste		<u>311</u>	<u>481</u>
Ganancia(Pérdida), antes de impuestos		273.874	(357.115)
Gasto por impuesto a las ganancias	18	<u>(163.204)</u>	<u>178.383</u>
GANANCIA(PÉRDIDA) DEL EJERCICIO		<u>110.670</u>	<u>(178.732)</u>
Ganancia(Pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora		69.220	(219.274)
Ganancia(Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	14	<u>41.450</u>	<u>40.542</u>
Ganancia(Pérdida) del ejercicio		<u>110.670</u>	<u>(178.732)</u>
GANANCIAS(PÉRDIDAS) POR ACCION			
Ganancias(Pérdidas) básicas por acción (US\$)	30	0,12665	(0,40193)
Ganancias(Pérdidas) diluidas por acción (US\$)	30	0,12665	(0,40193)

Fuente: LATAM Airlines Group S.A.

Tabla 5. Estado de resultados Banco Santander



Banco Santander Chile y Afiliadas
ESTADOS INTERMEDIOS DEL RESULTADO CONSOLIDADO DEL PERÍODO
 Por los periodos terminados el

	NOTA	31 de marzo de	
		2017 MM\$	2016 MMS
RESULTADOS OPERACIONALES			
Ingresos por intereses y reajustes	22	523.968	518.729
Gastos por intereses y reajustes	22	(205.393)	(205.856)
Ingreso neto por intereses y reajustes		318.575	312.873
Ingresos por comisiones	23	115.295	104.508
Gastos por comisiones	23	(42.472)	(41.517)
Ingreso neto por comisiones		72.823	62.991
Utilidad (pérdida) neta de operaciones financieras	24	1.276	(179.699)
Utilidad (pérdida) de cambio neta	25	35.456	213.961
Otros ingresos operacionales	30	13.019	5.248
Total ingresos operacionales		441.149	415.374
Provisiones por riesgo de crédito	26	(73.862)	(77.926)
INGRESO OPERACIONAL NETO		367.287	337.448
Remuneraciones y gastos del personal	27	(92.676)	(92.967)
Gastos de administración	28	(58.482)	(58.694)
Depreciaciones y amortizaciones	29	(17.622)	(14.345)
Deterioro	29	(184)	(37)
Otros gastos operacionales	30	(18.817)	(16.234)
Total gastos operacionales		(187.781)	(182.277)
RESULTADO OPERACIONAL		179.506	155.171
Resultado por inversiones en sociedades		720	531
Resultado antes de impuesto a la renta		180.226	155.702
Impuesto a la renta	12	(37.208)	(29.662)
UTILIDAD CONSOLIDADA DEL PERÍODO		143.018	126.040
Atribuible a:			
Tenedores patrimoniales del Banco		142.375	125.439
Interés no controlador	21	643	601
Utilidad por acción atribuible a tenedores patrimoniales del Banco:			
(expresada en pesos)			
Utilidad básica	19	0,756	0,666
Utilidad diluida	19	0,756	0,666

Fuente: Banco Santander (Chile)

Tabla 6. Estado de resultados Falabella

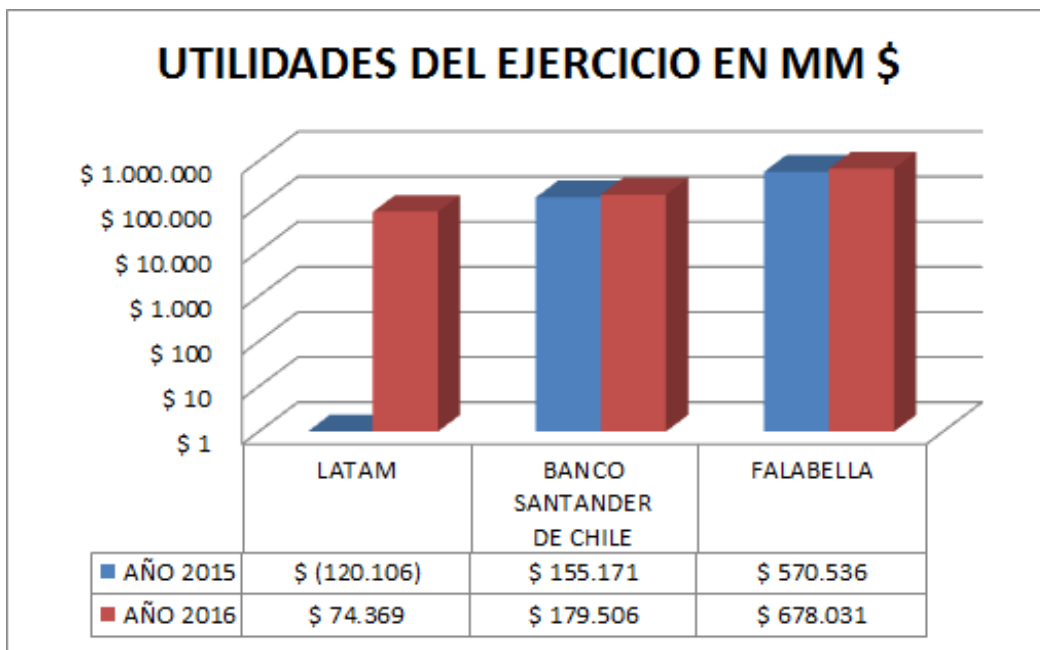
	N° Nota	01-Ene-16 31-Dic-16 M\$	01-Ene-15 31-Dic-15 M\$
Estado de Resultados			
Negocios no Bancarios (Presentación)			
Ingresos de actividades ordinarias	27	7.898.301.784	7.753.209.572
Costo de ventas	28	(5.180.719.944)	(5.093.131.631)
Ganancia bruta		2.717.581.840	2.655.077.941
Costos de distribución		(89.751.825)	(82.294.591)
Gastos de administración	29	(1.716.574.738)	(1.683.850.992)
Otros gastos, por función		(135.229.377)	(142.275.799)
Otras ganancias (pérdidas)	31	160.726.377	33.749.211
Ingresos financieros		15.268.092	33.868.899
Costos financieros	30	(207.568.518)	(174.032.519)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilizan utilizando el método de la participación	12	21.247.969	25.272.409
Diferencias de cambio		3.637.364	(18.208.873)
Resultado por unidades de reajuste	30	(26.087.890)	(33.455.450)
Ganancia antes de impuestos		743.249.314	613.850.236
Gasto por impuestos a las ganancias	11	(148.580.176)	(134.095.686)
Ganancia de negocios no bancarios		594.669.138	479.754.550
Negocios Bancarios (Presentación)			
Ingresos por intereses y reajustes	27	526.664.491	485.319.456
Gastos por intereses y reajustes	28	(152.144.758)	(133.370.243)
Ingreso neto por intereses y reajustes		374.519.733	351.949.213
Ingresos por comisiones	27	163.483.782	135.915.710
Gastos por comisiones	28	(40.135.723)	(33.607.581)
Ingreso neto por comisiones		123.348.059	102.308.129
Utilidad (Pérdida) neta de operaciones financieras		17.811.714	2.341.646
Utilidad (Pérdida) de cambio neta		(5.777.584)	8.854.487
Otros (egresos) ingresos operacionales		(69.539)	2.147.794
Provisión por riesgo de crédito	28	(146.481.242)	(114.698.003)
Total ingreso operacional neto		363.351.141	352.903.266
Remuneraciones y gastos del personal	29	(96.051.131)	(90.919.630)
Gastos de administración	29	(125.483.985)	(112.366.201)
Depreciaciones y amortizaciones	29	(16.810.784)	(15.638.353)
Otros gastos operacionales	29	(11.740.051)	(10.548.992)
Total gastos operacionales		(250.085.951)	(229.473.176)
Resultado operacional		113.265.190	123.430.090
Resultado por inversiones en sociedades	12	508.395	531.214
Resultado antes de impuesto a la renta		113.773.585	123.961.304
Impuesto a la renta	11	(30.410.733)	(33.179.362)
Ganancia de negocios bancarios		83.362.852	90.781.942
Ganancia		678.031.990	570.536.492
Ganancia atribuible a			
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	32	609.024.729	517.934.651
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras		69.007.261	52.601.841
Ganancia		678.031.990	570.536.492
Ganancia por acción			
Ganancia por acción básica			
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	32	0,2502	0,2128
Ganancia por acción básica		0,2502	0,2128
Ganancia por acción diluida			
Ganancia por acción diluida en operaciones continuadas	32	0,2502	0,2128
Ganancia por acción diluida		0,2502	0,2128

Fuente: Falabella

Con base en los casos de éxito presentados anteriormente, se expone al Puerto de Barranquilla que a través de un cambio en su estrategia de difusión de datos, el puerto podría ser, al igual que estas compañías, un caso de éxito, cuyo propósito sea potenciar la transparencia organizativa y fomentar el desarrollo de una cultura organizacional basada en la cooperación y

comunicación de los individuos. En la Tabla 7 se ve reflejado el resultado de la comparación de las compañías que han puesto en práctica la Transparencia organizacional y se puede notar su creciente aumento en sus utilidades.

Tabla 7. Utilidades del ejercicio comparativo entre las compañías



Fuente:

Esto se reflejaría con altos niveles de competitividad, mayor transmisión de confianza a nivel interno y externo, mejores prácticas empresariales, entre otros cambios positivos que impulsen el desarrollo del Puerto de Barranquilla y contribuyan a que la transparencia corporativa juegue un papel indispensable en su pilar organizacional.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La información es considerada como un recurso estratégico y competitivo dentro de la compañía, y las oportunidades de negocio dependen de la capacidad de explotación que realice la gerencia del Puerto de Barranquilla. Más allá de ver la información como un factor para mejorar la eficiencia en las prácticas organizativas, se debe considerar como un recurso, el cual es

fundamental en la planeación estratégica y toma de decisiones de la compañía.

De acuerdo con los hallazgos realizados, se concluyó que el principal problema es la limitación al acceso a la información en el Puerto de Barranquilla, generando que las posibilidades de planes de mejora se reduzcan al no tener total información de la entidad. Si el Puerto de Barranquilla fortaleciera su transparencia corporativa e hiciera un despliegue mayor de la información al público, se podrían generar mayores estándares de calidad en la prestación de sus servicios y sus prácticas fueran más competitivas.

La propuesta que se plantea en este proyecto va dirigida a demostrarle al Puerto de Barranquilla que parte de la información, como visibilidad en la página oficial acerca de datos sobre su infraestructura, procesos y puerto en línea (cronograma de arribo, zarpe, tipo de producto y número de muelle), considerada confidencial para la organización, no lo es en la práctica empresarial. Por el contrario, el compartir dicha información abre puertas a oportunidades de mejora que pueda llegar de colaboradores externos y genera imagen de transparencia corporativa a sus stakeholders.

Una forma de mejora, será iniciar una reestructuración de su sitio web. La divulgación de datos en los sitios oficiales de las compañías es parte fundamental de la transparencia corporativa, esto debido a que cuando un stakeholder quiere indagar y quizás aportar a la organización, su principal fuente de investigación es el sitio web oficial del puerto.

La transparencia corporativa más que una obligación, es una oportunidad para que el Puerto de Barranquilla se consolide como una organización confiable, ya que mitiga la asimetría de la información, genera mayor interés en la sociedad estableciendo un papel activo y participativo por parte de los stakeholders. La falta de información que la entidad brinda a las personas naturales es sin duda un limitante para aquellos que desean promover proyectos y propuestas de mejora en busca de aumentar la competitividad del Puerto de Barranquilla. Si bien, la entidad está velando por la protección de sus secretos comerciales y trabajando constantemente por proteger su confidencialidad, está sesgando el flujo de datos, no solo a través de su plataforma web sino de la asimetría de la información suministrada en las visitas físicas que personas interesadas realizan al puerto.

Es por ello, que la principal recomendación que se le da a la Gerencia del Puerto de

Barranquilla y en especial al departamento de tecnología de la información, es que el área reestructure su estrategia de difusión de datos y revista todo su lenguaje corporativo a la transparencia empresarial; teniendo como modelo los casos de empresas exitosas a nivel mundial, los cuales cuentan con total transparencia organizacional y fácil acceso a la información, sin restricción alguna. Por su parte, se lograría que el Puerto de Barranquilla tuviese una mejora en la competitividad porque su gerencia usaría la información como recurso estratégico del sistema. Asimismo, se generaría una ventaja competitiva respecto a los demás puertos colombianos, gracias a que el Puerto trabajaría constantemente en el desarrollo de su transparencia organizacional y generaría alta difusión de la información a las partes interesadas.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejos, C. L. (2015). Transparencia: Fuente de confianza en la empresa. En *Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*. N°27. Recuperado de: <http://www.iese.edu/Aplicaciones/upload/catedralacaixavol27.pdf>
- Au, A., Thompson, P. & Yeung, M. (2010). Determinants of Transparency in Singaporean Listed Companies. En *Taylor & Francis Online*. Recuperado de: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14766080609518635>
- Banco Santander. (2017). Modelo de gobierno corporativo Banco Santander. Recuperado de: http://www.santander.com/cs/gs/Satellite?appID=santander.wc.CFWCSancomQP01&channel=CSCORP&cid=1278677240692&empr=CFWCSancomQP01&leng=es_ES&pagename=CFWCSancomQP01/GSInformacion/CFQP01_GSInformacionDetalleAgrupacion_PT15
- Falabella. (2017). Nuestra empresa: ¿Quiénes somos? Recuperado de: <http://www.falabella.com.co/falabella-co/category/cat111319/Nuestra-empresa>
- Índice de Transparencia de las Entidades Públicas. (2015). Visibilidad: Del dicho al hecho aún hay trecho. Recuperado de: <http://indicedetransparencia.org.co/ITN/EntidadesNacionales/Visibilidad>
- Inteligencia de Negocios. (2016). Resumen ejecutivo. Transparencia Corporativa 2016.

- Recuperado de: http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Res_EjecITC-2016.pdf
- LATAM Airlines. (2017). Centro de resultados. Recuperado de: <http://www.latamairlinesgroup.net/phoenix.zhtml?c=251289&p=quarterlyearnings>
- Paños, A. (1999). Reflexiones sobre el papel de la información como recurso competitivo de la empresa. En *Anales de Documentación*. Recuperado de: <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2701/2671>
- Por Hache o por B Comunicación Corporativa. (2012). Cemex, ejemplo de confianza, transparencia, reputación y ética corporativa. Recuperado de: <https://porhacheoporb.wordpress.com/2012/11/27/cemex-ejemplo-de-confianza-transparencia-reputacion-y-etica/>
- Puerto de Barranquilla. (2017). Recuperado de: <http://www.puertodebarranquilla.com/>
- Reichart, T.C. (1986). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. Madrid: Morata, S.L.
- Sandoval, N.L. (2011). Métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. Guadalajara: Sistema de Universidad Virtual.
- Superintendencia de Puertos y Transporte. (2016). Boletín estadístico: Tráfico portuario en Colombia – Primer Trimestre de 2016. Recuperado de: http://www.supertransporte.gov.co/documentos/2016/Julio/Puertos_11/2016-06-27_Boletin%20Puertos%202016_PrimTrim_V4_123.pdf
- Transparencia por Colombia. (2017). Recuperado de: <http://transparenciacolombia.org.co>
- Turnes, G. (2016). Análisis del concepto económico de asimetría de información desde las perspectivas de la Ciencia de la Información. En *Academia*. Recuperado de: http://www.academia.edu/10477365/An%C3%A1lisis_del_concepto_econ%C3%B3mico_de_Asimetr%C3%ADa_de_Informaci%C3%B3n_desde_las_perspectivas_de_la_Ciencia_de_la_Informaci%C3%B3n
- Urroz, F. (2016). Transparencia corporativa, en qué consiste. En *Guioteca*. Recuperado de: <https://www.guioteca.com/rse/transparencia-corporativa-en-que-consiste>