

# Influencia de la percepción del compliance según los estudiantes universitarios en relación con la competitividad de las grandes empresas

Influence of the perception of compliance according to university students in relation to the competitiveness of large companies

Cesar Enrique Zentner Alva  
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú  
zentner@usil.edu.pe

Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz  
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú  
dsanchez@usil.edu.pe

Mayra Alexandra Campos Roldán  
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú  
mayra.camposr@usil.edu.pe

Recibido: 13/04/2022 – Aceptado: 20/05/2022

<https://doi.org/10.56216/radee012022jun.a05>

## RESUMEN

El presente estudio tiene como propósito demostrar la relación entre las variables percepción de cumplimiento y competitividad de grandes empresas en estudiantes universitarios a puertas de su egreso en el año 2020. El estudio se llevó a cabo en una muestra de estudiantes universitarios próximos a egresar de universidades que se ubicaban en el distrito de la Molina (Lima, Perú) teniendo como instrumento un cuestionario que midió las principales percepciones de los estudiantes acerca de la relación de las variables percepción de compliance y percepción de competitividad de grandes empresas. Finalmente, la presente investigación busca poder dar un aporte a futuras investigaciones que deseen explorar acerca de la era del compliance y que sirva como base para muchas empresas que hacer negocios no solo consiste en competir por quien vende más, sino también por ser percibida como la más íntegra, ética y que siga estándares de cumplimiento normativo.

*Palabras Clave:* Compliance, Competitividad, Percepción, Grande Empresas, Jurisprudencia.



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons  
Autor para correspondencia: Cesar Enrique Zentner Alva, e-mail: zentner@usil.edu.pe

Citación recomendada: Zentner, C; Sánchez, D, & Campos, M. (2022) Influencia de la percepción del compliance según los estudiantes universitarios en relación con la competitividad de las grandes empresas. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 2 (3): 52-78, <https://doi.org/10.56216/radee012022jun.a05>

## ABSTRACT

The purpose of this study is to demonstrate the relationship between the variables perception of compliance and competitiveness of large companies in university students at the gates of their graduation in the year 2020. The study was carried out in a sample of university students close to graduating from universities which were located in the district of La Molina (Lima, Peru) having as an instrument a questionnaire that measured the main perceptions of the students about the relationship of the variables perception of compliance and perception of competitiveness of large companies. Finally, this research seeks to be able to provide a contribution to future research that wishes to explore the era of compliance and that serves as a basis for many companies that do business not only consists of competing for who sells more, but also to be perceived as the more integrated, ethical and that follows regulatory compliance standards.

**Keywords:** Compliance, Competitiveness, Perception, Large Companies, Jurisprudence.

El cumplimiento reúne todos los procesos destinados a asegurar que una empresa, sus gerentes y sus empleados cumplan con los estándares legales y éticos que les son aplicables. El responsable de cumplimiento se encarga así de proteger a su empresa de los riesgos financieros, legales y de reputación en los que incurre la organización cuando no cumple con las leyes, reglamentos, acuerdos o, simplemente, un determinado código de ética o conducta profesional. De hecho, cuando una empresa está implicada, las consecuencias son al mismo tiempo financieras, comerciales y humanas: la empresa en cuestión sufrirá inevitablemente la reputación que se ha hecho, ya que una imagen empañada dificultará el acceso a la financiación.

En tal sentido, cuando hablamos de “cumplimiento” nos referimos a los procesos destinados a asegurar que la empresa, sus gerentes y sus empleados cumplan con los estándares legales y éticos. Por tanto, el cumplimiento se refiere a una serie de procesos y procedimientos implementados por la empresa para asegurar que no infringe la ley. La implementación de estos procedimientos puede derivar de obligaciones legales o puede estar determinada por principios relacionados con la ética empresarial y la conducta profesional.

Es en particular gracias a la ley anticorrupción que el cumplimiento ha cobrado impulso. Tiene como objetivo ayudar a las autoridades competentes y enfrentados con la ley a prevenir y detectar violaciones a la integridad dentro de sus organizaciones. Esto implica sensibilizar y formar a los empleados, directivos y directores sobre la ley que exige que las empresas instituyan la protección de los denunciantes. Esto permite que los empleados denuncien la mala conducta y el incumplimiento de la empresa mientras cuentan con protección laboral. ¿La percepción de compliance influye en la percepción de competitividad de grandes empresas por parte de estudiantes universitarios próximos a egresar?

## METODOLOGÍA

La investigación se realizó bajo un modelo cuantitativo según como lo menciona Tamayo:

La metodología cuantitativa se fundamenta en el hecho de cómo se estructuran las variables; si las variables son medibles numéricamente hablamos de una investigación cuantitativa, la cual presenta un proceso controlado, procedimientos estructurados, condiciones controladas, datos objetivos, probables hipótesis, conclusiones generalizables y resultados confiables (2013, p.65).

En este contexto la investigación con enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Sampieri, 2014, p.36). Se seleccionó este método, para darse a conocer los resultados estadísticos que ofrecerán un panorama sobre el vínculo de la variable compliance con respecto a la variable dependiente de Competitividad en grandes empresas.

## **Objetivos e hipótesis**

### **Objetivo general**

Determinar la influencia de la percepción de compliance en percepción de la competitividad de grandes empresas por parte de estudiantes universitarios próximos a egresar.

### **Objetivos específicos**

O1: Determinar la influencia de la percepción del buen conocimiento de las normas en percepción a la mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar

O2: Determinar la influencia de la percepción en la aceptación de programas anticorrupción en percepción a construir una mejor reputación de la compañía por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O3: Determinar la influencia de la percepción de la cultura de una compañía que promueve la integridad en percepción de mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O4: Determinar la influencia de la percepción de la voluntad de actuar corruptamente dentro de la empresa en percepción a que una empresa obtenga una alta calificación crediticia por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O5: Determinar la influencia de la percepción sobre el buen conocimiento de normas en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O6: Determinar la influencia de la percepción sobre el control social informal en percepción a la mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O7: Determinar la influencia de la percepción sobre la cultura positiva de denunciar actos de corrupción en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O8: Determinar la influencia de la percepción sobre la calidad percibida de los programas de capacitación de la empresa en percepción a construir una mejor reputación de la compañía por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

O9: Determinar la influencia de la percepción sobre el rechazo de la corrupción en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

## **Hipótesis**

### **Hipótesis general**

La percepción de compliance influye en la percepción de competitividad de grandes empresas por parte de estudiantes universitarios próximos a egresar.

### **Hipótesis específicas**

H1: La percepción del buen conocimiento de las normas influye en la percepción de mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H2: La percepción de la aceptación de programas anticorrupción influye en la percepción a construir una mejor reputación de la compañía por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H3: La percepción de la cultura de una compañía que promueve la integridad influye en la percepción a la mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H4: La percepción de la voluntad de actuar corruptamente dentro de la empresa influye en la percepción a que una empresa obtenga una alta calificación crediticia por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H5: La percepción sobre el buen conocimiento de normas influye en la percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H6: La percepción del control social informal influye en percepción a la mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H7: La percepción de la cultura positiva de denunciar actos de corrupción influye en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H8: La percepción de la calidad percibida de los programas de capacitación de la empresa influye en percepción a construir una mejor reputación de la compañía por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

H9: La percepción del rechazo de la corrupción influye en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar.

## **Instrumento**

El instrumento que utilizado fue una encuesta, la cual fue aplicada a los colaboradores de 15 empresas hoteleras. El cuestionario fue diseñado en dos partes: la primera parte, consta

de 23 preguntas destinadas a medir el cumplimiento de buenas prácticas de gobierno corporativo -compliance- (prácticas recomendadas por algunos códigos internacionales, así como autores concedores del tema). Las prácticas fueron agrupadas en cinco clústeres: accionistas, junta general de accionistas, directorio, riesgo y cumplimiento, y transparencia y revelación de la información.

La segunda parte, consta de cuatro preguntas destinadas a recolectar información relacionada con los indicadores de valor financiero: RevPAR, ROE, ROA y EBITDA. El análisis consistió en la medición del grado de cumplimiento de las buenas prácticas corporativas, así como el comportamiento de los indicadores de creación de valor de las empresas hoteleras.

Posteriormente, se comparó la información de las empresas que obtuvieron mayor porcentaje de cumplimiento de buenas prácticas de gobierno corporativo, con el desempeño en cada uno de los indicadores de valor financiero; el mismo procedimiento fue aplicado a las empresas que obtuvieron un porcentaje de cumplimiento menor. También se comparó la información según el grado de cumplimiento de las prácticas de gobierno corporativo por cada pilar, con cada uno de los indicadores de valor financiero.

El resultado obtenido fue que no hay indicios suficientes que muestren una relación entre las variables, pues se encontró que tanto las empresas con mayor porcentaje de cumplimiento de buenas prácticas como las empresas con menor porcentaje de cumplimiento, tuvieron un comportamiento variado en el desempeño de sus indicadores de valor financiero.

De igual modo esta investigación se centra en un área de conocimiento que, en este caso, estuvo ligado al derecho empresarial y cómo las normas pueden afectar su rentabilidad, ya que siempre se les atribuye mayores obligaciones. Asimismo, se revisó la legislación comparada de países de la región, Europa y Estados Unidos; doctrina y jurisprudencia nacional. El tema en torno al que gira la investigación a nivel del Perú, es un tema nuevo, vigente y analizado recién desde el año 2021.

Como parte de la metodología utilizada, se realizó encuestas a gerentes o personas del órgano de administración de 20 empresas, con diferentes niveles de facturación y diversos sectores, a efectos de determinar si conocían la norma, si se estaban dispuestos a aplicarla, cuanto estarían dispuestos a invertir para implementarlo en sus empresas, entre otras preguntas relevantes para la viabilidad de la investigación para el presente artículo

## **RESULTADOS**

La encuesta fue dividida en dos partes. La primera, estuvo compuesta por 24 ítems en los que se pretendió obtener la percepción de los encuestados sobre el enunciado. La segunda, estuvo dividida en 16 ítems, el objetivo es especialmente contrastar las percepciones de los estudiantes próximos a egresar si ellos asumieran el rol de un colaborador a nivel operativo que reporta a un superior y saber la decisión con respecto a que tan de acuerdo o desacuerdo estarían de cometer diversas situaciones y la otra figura es que asuman el rol de un colaborador miembro del directorio o de alto nivel jerárquico (CEO de la Compañía, Presidente del Directorio, etc.).

Se tomaron en total 386 encuestas, puesto que 9 de ellas fueron filtradas, ya que no cumplieron con pertenecer a ciclos mayores e iguales a sexto ciclo, finalmente se procesó 377 encuestas, con la cual se alcanzó el tamaño de la muestra calculada bajo un nivel de confianza de 97.0% y un error de 5%. A continuación, se detallan los resultados obtenidos.

**Tabla 12**

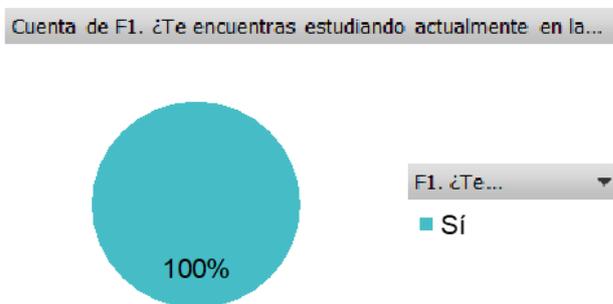
*¿Te encuentras estudiando actualmente en la universidad?*

F1	Count	%
No	0	0%
Sí	386	100%
Total general	386	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
Elaboración propia.

**Gráfico 1**

*¿Te encuentras estudiando actualmente en la universidad?*



Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
Elaboración propia.

**Tabla 13**

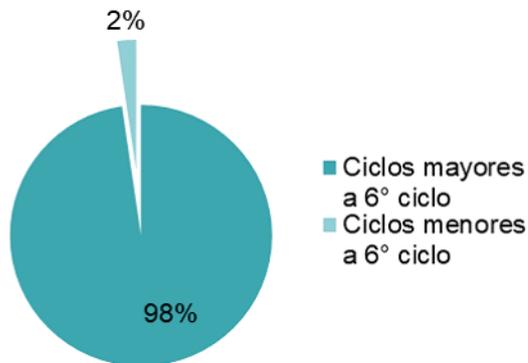
*Actualmente ¿A cuál de los siguientes ciclos académicos perteneces?*

F2	Count	%
>=6to ciclo	377	98%
< 6to ciclo	9	2%
Total general	386	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de Compliance y competitividad*.  
Elaboración propia.

**Gráfico 2**

*Actualmente ¿A cuál de los siguientes ciclos académicos perteneces?*



Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

**Tabla 14**

*¿A qué facultad pertenece tú carrera?*

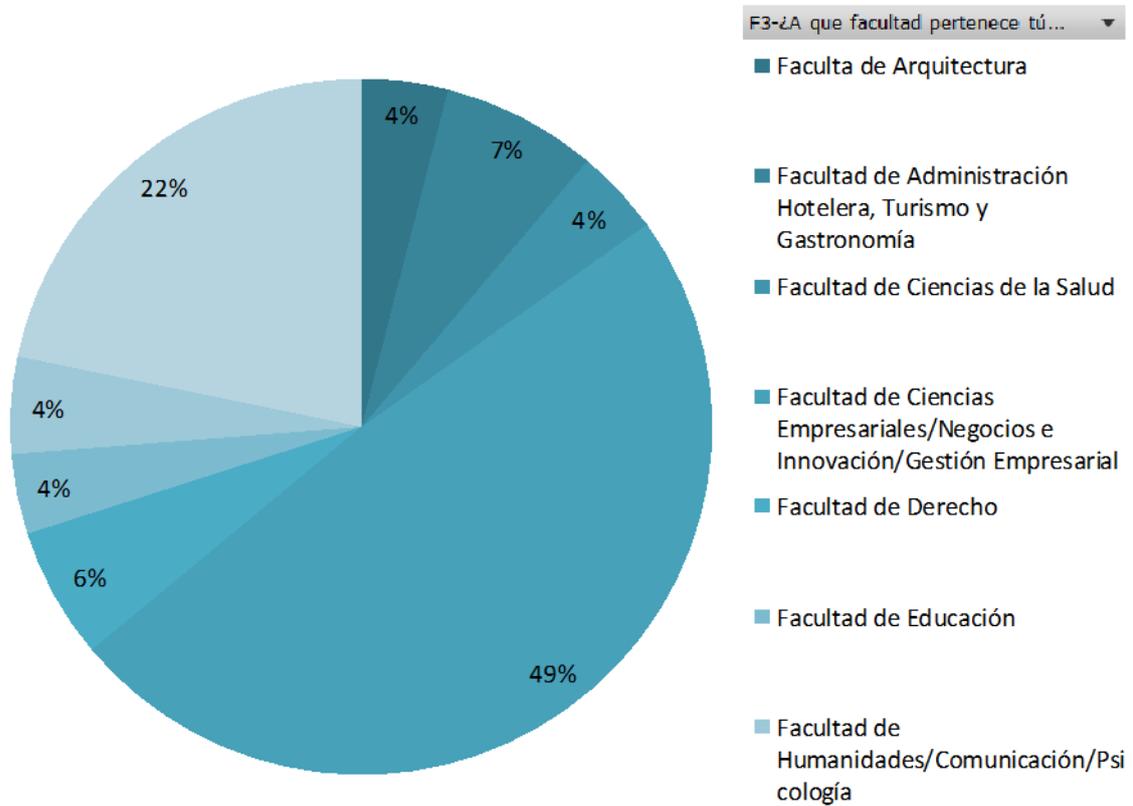
F3	Count	%
Faculta de Arquitectura	15	4%
Facultad de Administración Hotelera, Turismo y Gastronomía	27	7%
Facultad de Ciencias de la Salud	15	4%
Facultad de Ciencias Empresariales/Negocios e Innovación/Gestión Empresarial	184	49%
Facultad de Derecho	23	6%
Facultad de Educación	14	4%
Facultad de Humanidades/Comunicación/Psicología	17	5%
Facultad de Ingeniería	82	22%
Total	377	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de Compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

### Gráfico 3

¿A qué facultad pertenece tú carrera?

Cuenta de F3-¿A que facultad pertenece tú carrera?



Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
Elaboración propia.

**Tabla 15**

*¿Actualmente, te encuentras trabajando?*

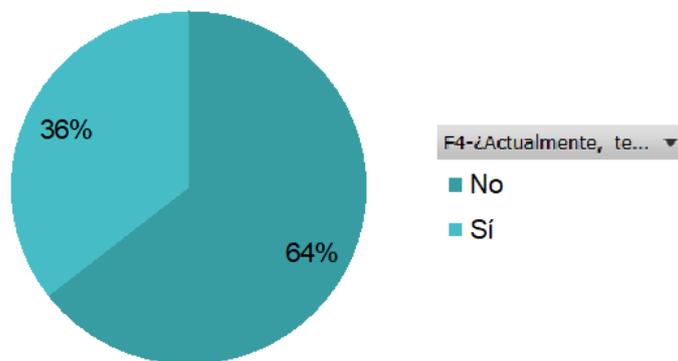
F4	Count	%
Si	134	36%
No	243	64%
Total general	377	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

**Gráfico 4**

*¿Actualmente, te encuentras trabajando?*

Cuenta de F4-¿Actualmente, te encuentras trabajando?



Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

**Tabla 16**

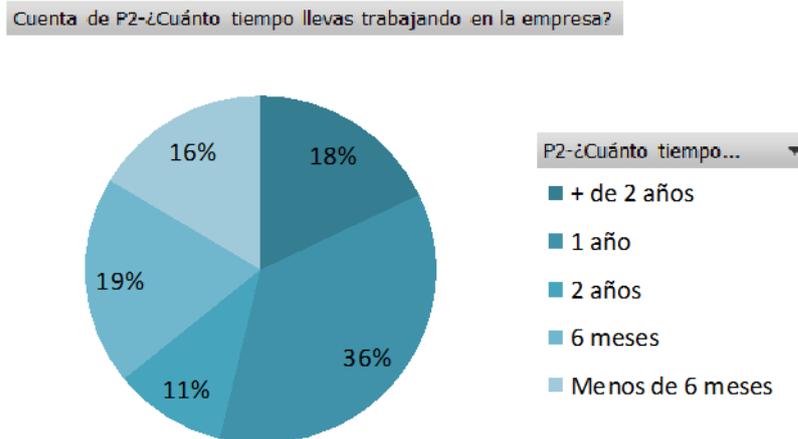
*¿Cuánto tiempo llevas trabajando en la empresa?*

P2	Count	%
+ de 2 años	24	18%
1 año	48	36%
2 años	14	11%
6 meses	26	19%
Menos de 6 meses	22	16%
Total general	134	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

### Gráfico 5

*¿Cuánto tiempo llevas trabajando en la empresa?*



Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

### Tabla 17

*¿En qué área o departamento labora usted?*

P3	Count	%
Administración de Empresas y afines	16	12%
Biblioteca y Archivo	0	0%
Call Center/ Telecombranzas	1	1%
Comercio Exterior	1	1%
Compras	7	5%
Consultoría	41	31%
Contabilidad y Auditoría	10	7%
Finanzas/Tesorería/ Caja	9	7%
Informática/ Internet/ Web	7	5%
Recursos Humanos	7	5%
Secretaría/Recepción/Atc al Cliente	1	1%
Ventas/ Comercio/ Telemarketing	12	9%
Otros	22	16%
Total general	134	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

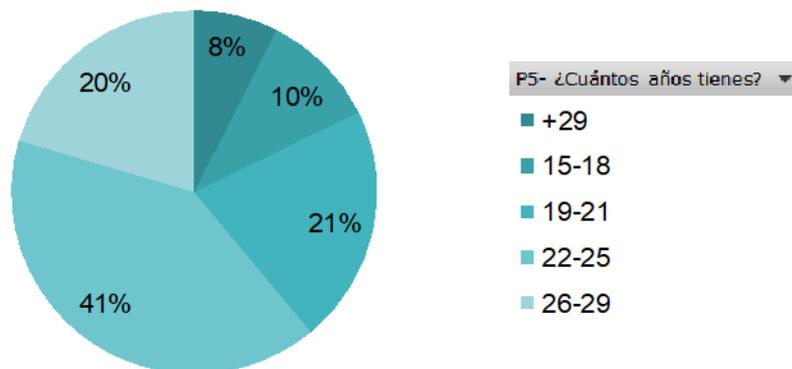
**Tabla 18**  
*¿Cuántos años tienes?*

P5	Count	%
+29	28	7%
15-18	39	10%
19-21	80	21%
22-25	153	41%
26-29	77	20%
Total general	377	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
Elaboración propia.

**Gráfico 6**  
*¿Cuántos años tienes?*

Cuenta de P5- ¿Cuántos años tienes?



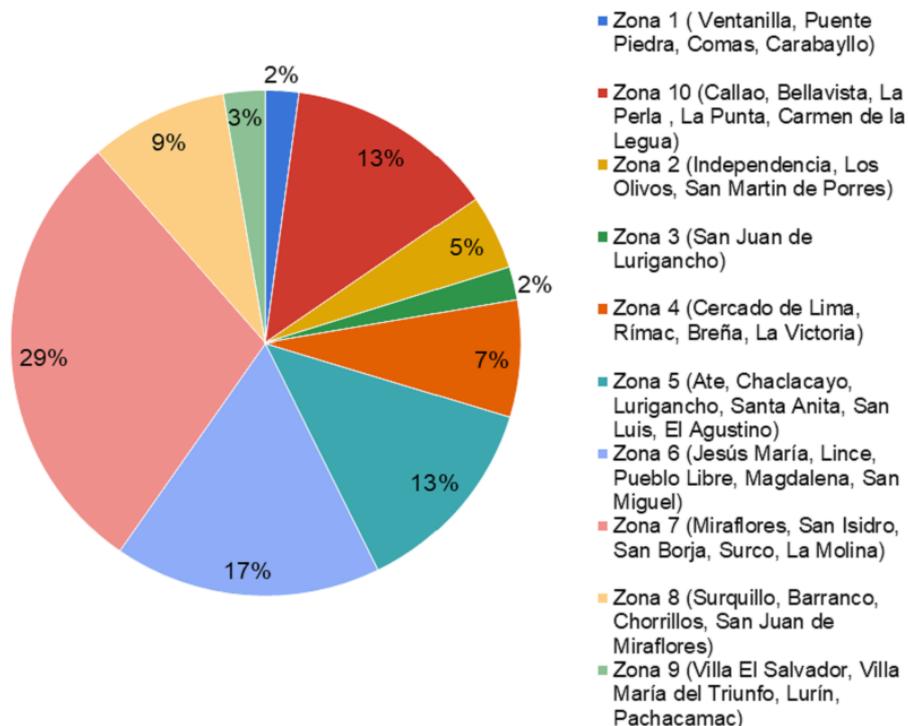
Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
Elaboración propia.

**Tabla 19**  
*¿En qué zona reside?*

P7	Count	%
Zona 1	8	2%
Zona 2	18	3%
Zona 3	8	5%
Zona 4	28	2%
Zona 5	49	7%
Zona 6	64	13%
Zona 7	109	17%
Zona 8	33	29%
Zona 9	10	9%
Zona 10	50	13%
Total general	377	100%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

**Gráfico 7**  
*¿En qué zona reside?*



Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario *Percepción de compliance y competitividad*.  
 Elaboración propia.

Constructo Competitividad

**Tabla 20.** *Dimensión N°1: Construir una mejor reputación de la compañía*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1-Una empresa con buena reputación en el mercado contribuye a generar un impacto positivo en la sociedad.	0.8%	1.1%	4.2%	23.3%	70.6%
2-Una empresa con buena reputación se comporta de manera ética y responsable.	1.3%	3.2%	9.3%	19.4%	66.8%
3-Una empresa con buena reputación podría ser líder en la industria.	0.5%	2.1%	7.7%	21.8%	67.9%
4-Una empresa con buena reputación marca la diferencia con respecto a sus competidores.	0.5%	1.1%	3.2%	24.4%	70.8%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 21.** *Dimensión N°2: Altas calificaciones crediticias*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5-Una empresa con una gestión de cumplimiento sólida y buen desempeño financiero debería obtener altas calificaciones crediticias.	0.5%	0.8%	3.2%	25.2%	70.3%
6-Una empresa con una gestión de cumplimiento sólida y con grandes perspectivas de crecimiento a futuro debería obtener altas calificaciones crediticias.	0.3%	1.1%	6.4%	29.4%	62.9%
7-Una empresa con una gestión de cumplimiento sólida y que tiene sólido historial de rentabilidad debería obtener altas calificaciones crediticias.	0.3%	0.0%	3.4%	24.4%	71.9%
8-Una empresa con una gestión de cumplimiento sólida y que hace buen uso de sus activos debería obtener altas calificaciones crediticias.	0.3%	0.3%	5.0%	28.1%	66.3%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 22.** *Dimensión N°3: Mitigación de riesgo*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9-Una empresa que capacita y educa éticamente a sus colaboradores mitigaría riesgos de corrupción y/o delitos que atenten la integridad de la compañía.	0.5%	7.7%	5.0%	25.5%	61.3%
10-Una empresa que implementa sistemas confidenciales de denuncia externos o internos puede detectar riesgos de corrupción y/o delitos que atenten la integridad de la compañía y mitigar dichos riesgos.	0.3%	1.6%	4.8%	32.1%	61.3%
11-Una empresa que implementa controles operativos para disuadir y prevenir conductas corruptas mitigaría riesgos de corrupción y/o delitos que atenten la integridad de la compañía.	0.0%	7.7%	4.5%	27.6%	60.2%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

#### Constructo Corrupción

**Tabla 23.** *Dimensión N°4: Voluntad de actuar corruptamente dentro de la compañía*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
12-Mi empresa se involucre en prácticas sospechosas porque la competencia lo está haciendo o porque es una práctica usual en la industria.	64.2%	22.3%	3.7%	4.2%	5.6%
13-Como empleado no sea honesto con el cliente con respecto a la oferta de valor que ofrece la compañía para protegerla y poder cerrar la venta del servicio y/o producto que ofrece.	54.4%	18.6%	8.0%	14.1%	5.0%
14-Como empleado no sea honesto con respecto a reportar ante un compañero de trabajo/ supervisor / gerente el haber cometido una acción no ética para proteger a la compañía donde laboran.	56.2%	21.5%	5.0%	13.8%	3.4%
15-Como empleado realice actos no éticos con respecto a un representante de otra compañía para proteger a su centro de trabajo u obtener algún beneficio v.g.- Sobornar a un funcionario público para obtener una licencia o un permiso.	63.4%	23.6%	5.0%	4.5%	3.4%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 24.** *Dimensión N°5: Control social informal*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
16-Como supervisor le pida a un empleado que falsifique un documento.	70.6%	20.2%	4.0%	2.4%	2.9%
17-Mi Gerencia se haga de la vista gorda (ignore) comportamientos y/o situaciones poco éticas para obtener algún tipo de beneficio indebido.	67.4%	19.9%	5.0%	4.0%	3.7%
18-Mi empresa al ser más grande, mis trabajadores tengan un comportamiento poco ético.	66.0%	22.0%	5.6%	4.0%	2.4%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

#### Constructo Compliance

**Tabla 25.** *Dimensión N°6: Cultura de una compañía que promueve la integridad*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
19-Yo como supervisor priorice los resultados (v.g económicos, operativos, legales, etc.) independientemente del medio que use.	50.7%	27.6%	9.3%	8.2%	4.2%
20-Las decisiones que tome en su trabajo estén conforme a sus valores éticos.	4.2%	1.9%	3.2%	34.0%	56.8%
21-Una compañía que crea un ambiente y cultura ética lo alienta a lograr las metas de la organización.	0.0%	0.3%	5.0%	26.8%	67.9%
22-La empresa no solo debe de preocuparse por lo que es legal, sino también por lo que es moralmente correcto.	0.0%	1.1%	2.4%	16.4%	80.1%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 26.** *Dimensión N°7: Buen conocimiento de las normas*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
23-Una empresa se preocupe en comunicar y difundir las políticas de anticorrupción, ética y conducta a sus colaboradores.	0.3%	0.5%	3.7%	25.5%	70.0%
24-Una compañía debe tener un estricto y severo código de ética.	0.5%	0.8%	5.3%	24.4%	69.0%
25-La gerencia y el personal de la compañía deben de adherirse al código de ética, leyes, normas y políticas anticorrupción.	0.3%	0.5%	3.4%	22.5%	73.2%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 27.** *Dimensión N°8: Rechazo a la corrupción*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
26-Permita el favorecimiento a familiares o amigos (Conflicto de interés) en adjudicaciones y/o contratos.	51.7%	21.2%	9.3%	12.5%	5.3%
27-Los negocios de mi empresa admitan el intercambio de obsequios e incentivos de alto valor con el cliente.	43.5%	22.3%	7.4%	18.6%	8.2%
28-Son importantes los valores éticos en las decisiones individuales.	2.9%	2.4%	3.2%	30.2%	61.3%
29-Los trabajadores de mi empresa que reciban sobornos sean sancionados.	10.3%	5.8%	6.9%	18.0%	58.9%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 28.** *Dimensión N°9: Aceptación de programas anticorrupción*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
30-Una empresa incorpore programas de capacitación en temas relacionados a la ética y anticorrupción.	0.3%	0.3%	3.7%	23.9%	71.9%
31-Una empresa implemente códigos de conducta en sus programas de capacitación, elaborados por profesionales calificados de compliance.	0.3%	1.1%	2.7%	24.1%	71.9%
32-Una empresa considere materiales de capacitación que promuevan la ética por parte de profesionales calificados de compliance.	0.0%	0.3%	3.7%	23.3%	72.7%
33-Una empresa implemente controles para prevenir riesgos de corrupción y/o delitos que atenten la integridad de la compañía y actividades de monitoreo.	0.0%	0.5%	3.2%	24.7%	71.6%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 29.** *Dimensión N°10: Calidad percibida de los programas de capacitación de la empresa*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
34-Una empresa imparta programas de formación ética a sus colaboradores.	0.0%	0.8%	3.4%	26.5%	69.2%
35-Una empresa realice programas de capacitación anual en temas de ética en modalidad online.	0.3%	1.6%	6.9%	26.0%	65.3%
36-Una empresa implemente programas de capacitación con el acompañamiento de un proveedor externo (escuelas de negocio, consultoras, estudios de abogados etc.)	0.3%	1.3%	3.7%	31.0%	63.7%
37-Una empresa imparta capacitación anual de actualización del Código de Conducta.	0.3%	0.3%	4.5%	30.2%	64.7%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

**Tabla 30.** *Dimensión N°11: Cultura positiva de denunciar actos de corrupción*

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
38-Yo pasaría por alto actos de corrupción cometidas por mi compañero de trabajo si es lo mejor para la empresa.	55.2%	15.6%	10.9%	12.7%	5.6%
39-Yo no denunciaría un acto de corrupción por temor a represalias.	38.7%	17.0%	18.0%	21.2%	5.0%
40-Mi compañía tenga un área o un sistema confidencial de denuncias al que se pueda reportar actividades o acciones no éticas.	6.4%	2.1%	3.2%	20.4%	67.9%

Fuente: Respuestas extraídas del cuestionario Percepción de compliance y competitividad.  
 Elaboración propia

En la presente investigación percepción de compliance y competitividad en grandes empresas. La encuesta estuvo enfocada en estudiantes universitarios próximos a egresar de las universidades ubicadas en el distrito de La Molina, el objetivo principal fue determinar la influencia de la percepción de compliance en percepción de la competitividad de grandes empresas. Por consiguiente, la gran mayoría de los resultados encontrados tuvieron una relación directa con diferentes estudios y autores como se explica a continuación:

### Discusión hipótesis general

En la hipótesis general se observó la influencia directa que tienen los constructos compliance y competitividad, por lo cual se rechazó la hipótesis nula. Existen investigaciones que confirman esta hipótesis, una de ellas es el estudio de Doyle (2007), aseguró que: Sea cual sea el giro de negocio de una compañía si empieza a gestionar prácticas de cumplimiento podría aumentar la competitividad de las empresas de la Unión Europea y del mismo modo se convierten en un valor añadido para los proveedores y consumidores, este estudio fue dirigido a directores y gerentes senior de 44 empresas multinacionales y medianas (aproximadamente el 75% multinacional y un 25% de tamaño mediano).

Otro autor que respalda la influencia entre ambas es Purlys (2010), el cual afirmó que el cumplimiento ético en los negocios ayuda a que las empresas sean más competitivas, aportando una ventaja competitiva con respecto a sus competidores. Del mismo modo, afirmó que el cumplimiento ético se ha convertido en un importante factor creativo en la vida empresarial diaria.

Finalmente, otro autor que concuerda con la hipótesis general es Demidenko y McNutt (2010), ambos autores aseguran que debe existir la necesidad de equipar a las organizaciones con herramientas éticas que puedan ayudarlas a comprender cuán poderosa se ha vuelto la buena gobernanza para impulsar el cumplimiento ético y la gestión de riesgos. Del mismo modo, afirmó que la gestión de compliance evoluciona como un sistema inteligente que se integra en las prácticas organizacionales de hacer negocios y contribuye al desarrollo de la ventaja competitiva de una organización y, por lo tanto, maximiza el valor para los accionistas. Asimismo, estos 3 autores han determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo general

## **Discusión hipótesis específicas**

### **Hipótesis específica 1**

Con respecto a la hipótesis específica 1, se concluyó que la percepción del buen conocimiento de las normas si influye en la percepción de mitigación de riesgos.

La investigación que confirma esta hipótesis, es el estudio de Demidenko y McNutt (2010), donde comentó que, para que las organizaciones puedan abordar la implementación de una gestión de mitigación de riesgos de acuerdo con las mejores prácticas y directrices es indispensable tener un dominio de las regulaciones y normas que se establecen en el propio país como también de manera internacional. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 1.

### **Hipótesis específica 2**

Con respecto a la hipótesis específica 2, se concluyó que la percepción de la aceptación de programas anticorrupción si influye en la percepción a construir una mejor reputación de la compañía. La investigación que confirma esta hipótesis, en el estudio de Halter, Arruda, & Halter (2009), donde mencionó que los programas anticorrupción serían el mejor camino a reducir y prevenir casos de corrupción a nivel empresarial, como resultado de su implementación incrementaría la reputación de la empresa y fortalecería una relación ética con los stakeholders de esta misma. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 2.

### **Hipótesis específica 3**

Con respecto a la hipótesis específica 3, se concluyó que la percepción de la cultura de una compañía que promueve la integridad influye en la percepción a la mitigación de riesgos. La investigación que confirmó esta hipótesis, es el estudio de Demidenko y McNutt (2010), el autor afirmó que existe una metodología que se ha centrado en la gobernanza ética de prevención de riesgos como parte de la cultura de una compañía que promueve la integridad, es decir una forma en la que muchas organizaciones logren mejorar sus prácticas de gestión y mitigación de riesgos desde una perspectiva ética basada en la responsabilidad y en el cumplimiento del deber dentro de la organización. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 3.

### **Hipótesis específica 4**

Con respecto a la hipótesis específica 4, se concluyó que la percepción de la voluntad de actuar corruptamente dentro de la empresa si influye de manera inversa en percepción a que una empresa obtenga una alta calificación crediticia. Sin embargo, la investigación que confirmó que no existiría influencia entre ambas variables es el estudio de Meza la Hoz, Enciso y Arroyo (2017), donde concluyen que no se ha identificado posibles relaciones entre el comportamiento no ético o corrupto con respecto a obtener menores beneficios financieros y/o crediticios, del mismo modo afirmó que las buenas prácticas de gobierno corporativo y los indicadores de creación de valor financiero, tampoco tendrían influencia, puesto que las empresas que mostraron tener mayores prácticas de gobierno corporativo no han logrado tener mayores beneficios financieros ni crediticios. Por lo tanto, este autor ha determinado que no existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 4.

### **Hipótesis específica 5**

Con respecto a la hipótesis específica 5, se concluyó que la percepción sobre el buen conocimiento de normas si influye de manera inversa en percepción del control social informal. La investigación que confirmó esta hipótesis, es el estudio de Bussmann & Niemeczek (2017), donde definió que el control social informal se pone en funcionamiento con escenarios de casos que abordan la voluntad de hablar con los colegas sobre sus violaciones de cumplimiento, para criticarlos por estos incumplimientos y discutir estas mismas con los colegas. Su investigación a través de un análisis multivariado confirmó que si existe influencia mientras sea mayor el conocimiento de normas, será menor el control social informal con un p-valor = 0.33 \*\*\*. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 5.

### **Hipótesis específica 6**

Con respecto a la hipótesis específica 6, se concluyó que la percepción del control social informal si influye de manera inversa en percepción a la mitigación de riesgos. La investigación que confirmó esta hipótesis, es el estudio de Madhani (2009), donde mencionó que un fuerte directorio logró controlar el riesgo de manera más efectiva a través de un sólido sistema de gobierno corporativo que tienen una mayor capacidad de difundir a todos los colaboradores la voluntad de hablar con sus colegas sobre el incumplimiento hacia algunas normas o actitudes no éticas (Se refuerza el control social informal entre colaboradores) y del mismo modo controla mejor los diversos riesgos a los que se enfrenta el negocio. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 6.

### **Hipótesis específica 7**

Con respecto a la hipótesis específica 7, se concluyó que la percepción de la cultura positiva de denunciar actos de corrupción influye en percepción al control social informal. La investigación que confirmó esta hipótesis, es el estudio de Bussmann & Niemeczek (2017), en su investigación define la influencia del control social informal sobre la cultura positiva de denunciar actos de corrupción, donde concluyó que mientras exista un alto control social informal conduciría a una menor tendencia a participar en prácticas corruptas (p-valor = -0.08), es decir una cultura positiva de denunciar irregularidades, conduce a una mayor franqueza y por consiguiente, se reportan más casos de incumplimiento ético. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 7.

### **Hipótesis específica 8.**

Con respecto a la hipótesis específica 8, se concluyó que la percepción de la calidad percibida de los programas de capacitación de la empresa influye en percepción a construir una mejor reputación de la compañía. La investigación que confirmó esta hipótesis, es el estudio de Clardy (2005), donde mencionó que las organizaciones adquieren una mejor reputación a través de un equipo de colaboradores capacitados por medio de una notable calidad en los programas de capacitación ofrecidos. La función de capacitación y desarrollo de los empleados puede identificarse, como un factor determinante en la construcción de la reputación y el valor de una organización. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 8.

### **Hipótesis específica 9**

Con respecto a la hipótesis específica 9, se concluyó que la percepción del rechazo de la corrupción influye en la percepción del control social informal. La investigación que confirmó esta hipótesis, es el estudio de Bussmann & Niemeczek (2017), donde afirmó que existe la necesidad que los colaboradores expresen a través de diversas formas de socialización el control social informal, que debe ser complementado por una cultura de denunciar irregularidades, que aumenta el cumplimiento cuando sea necesario, comunicando actividades ilegales a superiores u otras áreas responsables como el departamento de cumplimiento o legal, en rechazo total a actividades que conlleven a cometer actos de corrupción. Por lo tanto, este autor ha determinado que si existe una influencia entre las variables de estudio, como se estableció en el objetivo específico 9

## **CONCLUSIÓN**

La percepción de compliance influye de manera directa con la percepción de competitividad de grandes empresas según la percepción de los estudiantes próximos a egresar que se encuentran entre el sexto a décimo ciclo de las universidades ubicadas en el distrito de la Molina, por el periodo 2020. Los resultados finales de la investigación demostraron que los estudiantes próximos a egresar tienen predisposición para el aprendizaje de una manera global a todo lo que concierne las buenas prácticas de cumplimiento con respecto a la competitividad de grandes empresas.

### **Conclusión hipótesis específicas**

Del mismo modo se probó las 9 hipótesis planteadas en capítulos anteriores, donde se puede concluir lo siguiente:

#### **Hipótesis específica 1**

La percepción del buen conocimiento de las normas influye en la percepción de mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar tiene una importante predisposición a comprender el contenido de la normativa relacionada con temas de cumplimiento, el cual servirá como un input en la mitigación de riesgos a los que está expuesta una compañía según el sector en el que se encuentre.

#### **Hipótesis específica 2**

La percepción de la aceptación de programas anticorrupción influye en la percepción a construir una mejor reputación de la compañía por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar tiene un apropiado entendimiento relacionado con los efectos que conlleva la implementación de programas anticorrupción en una compañía, los cuales tienen un efecto en estas mismas en la construcción de una mejor reputación.

#### **Hipótesis específica 3**

La percepción de la cultura de una compañía que promueve la integridad influye en la percepción a la mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la

percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar logró reconocer una manera de mitigar los riesgos a los que están expuestos una compañía que es a través de una cultura corporativa que está promovida por valores relacionados con la integridad.

#### **Hipótesis específica 4**

La percepción de la voluntad de actuar corruptamente dentro de la empresa influye de manera inversa en percepción a que una empresa obtenga una alta calificación crediticia por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar tuvieron un positivo entendimiento con respecto a las empresas con una gestión de cumplimiento sólido, ya que logran tener un buen desempeño financiero y altas calificaciones crediticias, del mismo modo se demostró que la percepción de los estudiantes próximos a egresar con respecto a que mientras haya menor voluntad de cometer actos corruptos una empresa logrará tener mayores calificaciones crediticias.

#### **Hipótesis específica 5**

La percepción sobre el buen conocimiento de normas si influye de manera inversa en percepción del control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar comprendió que las compañías en las que sus colaboradores tengan una buena comprensión y conocimiento de las normas, políticas y códigos lograrán tener un mayor control de actitudes que vayan en contra de los valores que imparta la compañía.

#### **Hipótesis específica 6**

La percepción del control social informal influye de manera inversa en percepción a la mitigación de riesgos por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar reveló que mientras haya una mejor implementación en la mitigación de riesgos existirá un menor control social informal en la compañía.

#### **Hipótesis específica 7**

La percepción de la cultura positiva de denunciar actos de corrupción influye en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar reveló que mientras que los colaboradores de una empresa tengan una influencia positiva de reportar acciones poco éticas logrará que exista un mayor control de evitar pasar un acto corrupto.

#### **Hipótesis específica 8**

La percepción de la calidad percibida de los programas de capacitación de la empresa influye en percepción a construir una mejor reputación de la compañía por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar identificó que mientras una compañía implemente programas de capacitación y que estos sean aceptados con una positiva actitud por parte de los colaboradores logrará una influencia directa con que la compañía logre obtener una reputación destacable e intachable con respecto a la competencia.

### **Hipótesis específica 9**

La percepción del rechazo de la corrupción si influye en percepción al control social informal por parte de los estudiantes universitarios próximos a egresar, se confirmó mediante la prueba no paramétrica. Los resultados demostraron que la percepción de los estudiantes universitarios próximos a egresar con respecto a mantener un control continuo a no ignorar la comisión de actos de corrupción, llevará a mantener una actitud firme de rechazar actos no éticos.

Se logró determinar la influencia que existe entre las variables que formaron parte de las hipótesis específicas, puesto que las 9 fueron aceptadas, todas obtuvieron una significancia igual a 0.000 es decir menor al 5% por ende en las nueve hipótesis se rechazó la hipótesis nula.

Por otro lado, con base en el análisis factorial se redujeron las 11 dimensiones que se tenían en un inicio, a 7 nuevas dimensiones o factores no observados, estas fueron renombradas según su nueva reagrupación, cabe mencionar que a partir de estas nuevas dimensiones se puede proponer un nuevo modelo que puede ser utilizado para futuras investigaciones.

Finalmente, cabe mencionar que se decidió hacer uso de las 11 dimensiones, ya que fueron extraídas de un modelo del paper de (Bussmann & Niemeczek, 2017 y Madhani, 2009, p.8-9) el cual no se pretendía manipular, ya que cada una de las dimensiones fueron importantes para la creación de cada constructo, vale comentar que luego se reagruparon las variables a través del método de análisis factorial, obteniendo 7 nuevos factores o variables no observadas. Por otro lado, después de la prueba de hipótesis, se consideró que las dimensiones que tuvieron mayor impacto en esta investigación tomando en cuenta el estadístico de prueba y la semejanza del concepto de cada una de estas, se puede concluir que para el constructo compliance, las dimensiones que generaron mayor impacto fueron: buen conocimiento de las normas, rechazo a la corrupción, calidad percibida de los programas de capacitación de la empresa y cultura positiva de denunciar actos de corrupción, por otro lado las que tuvieron menor impacto fueron: cultura de una compañía que promueve la integridad, aceptación del programa anticorrupción. Por parte del constructo de competitividad, la dimensión que tuvo mayor impacto fue mitigación de riesgos y construcción de una mejor reputación de la compañía y la que tuvo menor impacto fue alta calificación crediticia, finalmente con respecto al constructo corrupción, voluntad de actuar corruptamente dentro de la empresa y control social informal, ambas fueron de alto impacto para la investigación.

### **REFERENCIAS**

- ¿Quiénes son las grandes empresas del Perú en el 2019-2020? (13 de agosto de 2020). Obtenido de <https://ptp.pe/quienes-son-las-grandes-empresas-del-peru/>
- Alexeev, M., & Song, Y. (2013). Corruption and product market competition: An empirical investigation. En *Journal of Development Economics* (págs. 154-166).
- Allmon, D. E., Henry C. K. Chen, T. K., & Forrest, P. &. (Febrero de 1997). A Multicultural Examination of Business Ethics Perceptions. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1017996414284>
- APEIM. (2017). Niveles Socioeconómicos 2017. Lima: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM). Obtenido de <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>
- Argandoña, A. (2007). *La corrupción y las empresas*. Madrid.
- Arjoon, S. (2005). Gobierno corporativo: una perspectiva ética. *Revista de ética empresarial*, 343-352.
- Arias Ortiz, E. (2018), “Análisis de la norma ISO 37001 y su relación con las ISO utilizadas en la gestión de riesgos”, Cuenca, Universidad del Azuay. Tesis de Pregrado.

- Arocena, R. (1997). Otra acepción usual de la palabra competitividad. En R. Arocena, *Qué piensa la gente de la innovación, la competitividad, la ciencia y el futuro* (pág. 153). Montevideo: Ediciones Trilce.
- Association, W. C. (2017). Entrevistamos a Michael Munro, Chief Compliance Officer mundial de Odebrecht. Obtenido de <http://www.worldcomplianceassociation.com/1789/noticia-entrevistamos-a-michael-munro-chief-compliance-officer-mundial-de-odebrecht.html>
- BBVA. (2018). Perú situación inmobiliaria 2017. Lima: BBVA Research. Obtenido de <https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2018/01/SituacionInmobiliarioPeru2017.pdf>
- BCRP. (2018). Notas de Estudios del BCRP. Estadísticas de Precios. Lima: Banco Central de Reserva del Perú. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2018/nota-de-estudios-10-2018.pdf>
- Benavente, S. R., Mendoza, I. D., & Núñez del arco, A. S. (07 de Setiembre de 2018). Análisis legal y propuesta de mejora del Sistema de Prevención regulado por la Ley 30424 .
- Bilbao, C. (2000). Relación entre el precio de venta de una vivienda y sus características: Un análisis empírico para Asturias. *Revista Asturiana de Economía - RAE*, 18, 141-150. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3344762>
- Bougrine, H. (2001). Competitividad y Comercio Exterior. En H. BOUGRINE.
- Bussmann, K. D., & Niemecek, A. (19 de agosto de 2017). *Compliance Through Company Culture and Values: An International Study Based on the Example of Corruption*. Springer Science+Business Media B.V.
- Cagle, J. A., & Baucus, M. S. (2006). *Case Studies of Ethics Scandals: Effects on Ethical Perceptions of Finance Students*.
- CAPECO. (2017). Mercado Inmobiliario Variedad de Cifras 2015. Lima: CAPECO. Obtenido de <http://servicios.noticiasperu.pe/medios/RecortePdf/2016-08-1301025300524767859.pdf>
- Chacaltana, I. (2017). Identificación de atributos del producto inmobiliario que influyen en la decisión de compra de vivienda en lima metropolitana: aplicación de la herramienta a un caso. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8952/CHACALTANA\\_IVETT\\_ATRIBUTOS\\_PRODUCTO\\_INMOBILIARIO\\_VIVIENDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8952/CHACALTANA_IVETT_ATRIBUTOS_PRODUCTO_INMOBILIARIO_VIVIENDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Charles J. Fombrun\*, N. A. (2013). The Reputation Quotient SM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/256011734\\_The\\_Reputation\\_QuotientSM\\_A\\_Multi-stakeholder\\_Measure\\_of\\_Corporate\\_Reputation](https://www.researchgate.net/publication/256011734_The_Reputation_QuotientSM_A_Multi-stakeholder_Measure_of_Corporate_Reputation)
- Clardy, A. (2005). Reputation, Goodwill, and Loss: Entering the Employee Training Audit Equation.
- Corujo, I. (2008). Función de precios hedónicos en el mercado de la vivienda. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2012/ic.html>
- Cruces, G., Ham, A., Tetaz, M. (2008). Quality of Life in Buenos Aires'Neighborhoods: Hedonic Price Regressions and the Life Satisfaction Approach". Centro de Estudios Distributivos, Laborales y Sociales, Buenos Aires. Obtenido de <https://testlegacy.iadb.org/res/laresnetwork/files/pr301finaldraft.pdf>
- Dones, M. (2002). Introducción a la utilización de Modelos. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Obtenido de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/economicas/rarce/pdf/int\\_econ.PDF](https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/rarce/pdf/int_econ.PDF)
- Doyle, E. (2007). Compliance obstacles to competitiveness. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14720700710827194/full/html>
- Enright, M., Francés, A., & Scott, E. (1994). Venezuela, el reto de la competitividad. Caracas, Venezuela: IESA.
- Escurra, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. Pontificia EY. (2018). La integridad en las primeras planas. 26.
- Fabiola, A. (28 de 05 de 2018). The corruption scandal started in Brazil. Now it's wreaking havoc in Peru. *The Americas*, pág. 4.
- FCP Américas. (2018). Obtenido de <http://fcpamericas.com/languages/espanol/sanciones/#>
- Galvis, L., & Carrillo, B. (2013). Índice de precios espacial para la vivienda en Colombia: Una aplicación con métodos de emparejamiento. *Revista De Economía del Rosario*, 16(1), 25-29. Obtenido de <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=6020358e-0b8b-4be0-956e-a121e8ed8e66%40sessionmgr120>
- García, R. (2016). Análisis de las preferencias de la demanda en el mercado de la vivienda en la Ciudad de Valencia. Su impacto en la predicción del precio. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/61956>
- Gestión, D. (24 de 01 de 2018). Forge: El 38% de jóvenes peruanos no encuentra empleo por falta de experiencia. Forge: El 38% de jóvenes peruanos no encuentra empleo por falta de experiencia.

- González, P. (13 de Julio de 2017). Los Sistemas de Gestión de Compliance y su contribución a la cultura de la organización. Obtenido de <http://www.rhhdigital.com/editorial/125342/Los-Sistemas-de-Gestion-de-Compliance-y-su-contribucion-a-la-cultura-de-la-organizacion>
- Guzmán, N. (2018). Estudio de caso: Odebrecht. Medellín.
- Halter, M., Arruda, M. C., & Halter, R. (2009). Transparency to Reduce. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-009-0198-6>
- Hauser, C. (2019). Fighting against corruption: does anti-corruption training make any difference? *Journal of Business Ethics*, 159(1), 281-299.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación (Quinta ed.). México DF: McGraw-Hill. Obtenido de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- INEI, I. N. (2020). Obtenido de <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/university-tuition/>
- International, T. (23 de 01 de 2020). Corruption Perceptions Index 2019. Obtenido de <https://www.transparency.org/cpi2019>
- Ivancevich, J., & Lorenzi, P. (1997). Gestión de calidad y competitividad 2da. Edición. España: McGraw-Hill.
- Jancsics, D. (2014). *Interdisciplinary Perspectives on Corruption*. New York.
- Jansson, M., & Axel, A. (2000). Función de precios hedónicos de viviendas y adaptación del test reset en modelos no lineales. Aplicación del modelo box & cox a los precios de las viviendas de la ciudad de Catamarca, ARGENTINA. *Pharos*, 7(2), 43-59. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/208/20807205.pdf>
- Kim, S. P., & Bird, R. C. (2017). Turning Corporate Compliance into Competitive Advantage. Obtenido de <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/upjle119&div=13&id=&page=>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. Obtenido de *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*: <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Larios-Meño, F., Gonzáles-Taranco, C., & Álvarez, J. (2016). Investigación en Economía y Negocios: Metodología con aplicaciones en e-views. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Levin, R., & Rubin, D. (2004). Estadística para administración y economía. México: Pearson Education. Obtenido de <https://www.yyy.files.wordpress.com/2014/09/estadistica-para-administracion-3b3n-y-economia-3b3n-richard-i-levin.pdf>
- Lizarzaburu, E. R., Burneo, K., Barriga, G., Ampuero, L. E. N., & Cisneros, J. (2019). Gestión empresarial: una revisión a la norma ISO 37001 antisoborno. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (73), 111-150.
- LLC, P. I. (Enero de 2011). The True Cost of Compliance. Obtenido de [https://www.ponemon.org/local/upload/file/True\\_Cost\\_of\\_Compliance\\_Report\\_copy.pdf](https://www.ponemon.org/local/upload/file/True_Cost_of_Compliance_Report_copy.pdf)
- Macera, D. (29 de Mayo de 2018). El Comercio. Obtenido de ¿Cuánto afecta la corrupción a la economía peruana?: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/afecta-corrupcion-economia-peruana-noticia-523619-noticia/>
- Madhani, P. (2009). Gobierno corporativo desde el cumplimiento hasta la ventaja competitiva. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/45072545>
- Masías, A. (2018). Corporate Compliance and Anti-Corruption in Perú. MEF. (02 de 07 de 2020). Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/component/content/article?id=3262%25&I=#:~:text=As%C3%AD%20una%20microempresa%20ser%C3%A1%20la,monto%20m%C3%A1ximo%20de%202%2C300%20UIT.>
- Meza la Hoz, E. A. (2017). Impacto de las buenas prácticas de gobierno corporativo en la generación de valor financiero en las empresas del sector construcción. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9310>
- Michael Bendixen, R. A. (2007). Corporate Identity, Ethics and Reputation in Supplier–Buyer Relationships. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/225524748\\_Corporate\\_Identity\\_Ethics\\_and\\_Reputation\\_in\\_Supplier-Buyer\\_Relationships](https://www.researchgate.net/publication/225524748_Corporate_Identity_Ethics_and_Reputation_in_Supplier-Buyer_Relationships)
- MINISTERIO DE VIVIENDA, C. Y. (2016). Perú es el tercer país de Latinoamérica con mayor déficit de viviendas. Obtenido de <http://rpp.pe/economia/inmobiliaria/peru-es-el-tercer-pais-de-latinoamerica-con-mayor-deficit-de-viviendas-noticia-1014065>
- Mir, B., & Jana, A. (Marzo de 2015). Memorándum Informativo sobre la UK Bribery Act. Obtenido de *BH Compliance*: <https://www.bh-compliance.com/2015/05/12/memorandum-informativo-sobre-la-uk-bribery-act/>

- Morales, L., & Arias, F. (2005). La calidad de la vivienda en Bogotá: Enfoque de precios hedónicos de hogares y de agregados espaciales. *Revista Sociedad y Economía* (9), 47-80. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/996/99620854004.pdf>
- Núñez, F., & Schovelin, R. (2002). Estimación de un modelo hedónico para conjuntos de viviendas nuevas. *Revista Ingeniería Industrial*, 1(1), 15-25. Obtenido de <http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=19&sid=117f6339-438f-4fe2-9dea-d53bae1f7d4%40sessionmgr4010>
- Pastor, B. F. R. (2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. *Pueblo Continente*, 29(1), 193-197.
- Pérez-Tejada, H. E. (2008). *Estadística para las ciencias sociales y del comportamiento 3.0*. México: Iberoamérica.
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva*. CECSA.
- Pring, C. (2019). *Citizens' views and experiences of corruption*. Transparency International.
- Proética. (s.f.). *CORRUPCIÓN EN EL SECTOR PRIVADO: QUÉ LA PROMUEVE Y CÓMO COMBATIRLA*. Obtenido de Proética: <https://www.proetica.org.pe/noticias/corrupcion-en-el-sector-privado-que-la-promueve-y-como-combatirla/>
- PTP.pe. (13 de 08 de 2020). Obtenido de <https://ptp.pe/quienes-son-las-grandes-empresas-del-peru/>
- Purlys, C. (2010). *INFLUENCE OF BUSINESS ETHICS FOR ENTERPRISE COMPETITIVENESS*. Obtenido de [http://dspace.vgtu.lt/jspui/bitstream/1/584/1/0711-0718\\_Purlys.pdf](http://dspace.vgtu.lt/jspui/bitstream/1/584/1/0711-0718_Purlys.pdf)
- Quispe, A. (2012). Una aplicación del modelo de precios hedónicos al mercado de viviendas en Lima Metropolitana. *Revista de Economía y Derecho.*, 10(36), 85-121. Obtenido de <http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=37dc8c90-edec-4937-b88c-4d3539353fb2%40sessionmgr4010>
- Robina, R. (2017). *Ética empresarial y Responsabilidad penal de las empresas*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/277115424\\_Etica\\_empresarial\\_y\\_Responsabilidad\\_penal\\_de\\_las\\_empresas](https://www.researchgate.net/publication/277115424_Etica_empresarial_y_Responsabilidad_penal_de_las_empresas)
- Rogers, W. (2000). Errors in hedonic modeling regressions: Compound indicator variables and omitted variables. *The Appraisal Journal*, 68(2), 208-213. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/199923908/890B2D8A3F904A4BPQ/1?accountid=43847>
- Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economy*, 82, 34-55. Obtenido de <http://sci-hub.tw/http://www.jstor.org/stable/1830899>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta edición*. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 634). Ciudad de México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Schovelin, R., & Roca, J. (2016). Un modelo para seleccionar atributos de un edificio residencial que maximiza el precio de venta. *Obras y Proyectos*, 19, 61-72. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/89499/art05.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Suwardi, E., Artiningsih, A., & Novmawan, M. R. (2014). *STUDENT PERCEPTION ON BUSINESS ETHICS*. Obtenido de <https://doi.org/10.22146/jieb.6472>
- Suyón Cuadros, K. R. (2019). *El compliance como herramienta de desarrollo para las pequeñas compañías peruanas*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/14689>
- Tamayo, M. (2003). *Proceso de la investigación científica*. México DF: Limusa. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>
- Therese M. Vaughan, R. W. (1993). *Ethical Issues, Helps, and Challenges: Perceptions of U.S. Actuaries*. Obtenido de <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1175&context=joap>
- Tránchez, J. (2000). Características de la vivienda determinantes de su valor de Mercado: una aproximación utilizando el modelo de precios hedónicos. *VII Encuentro de Economía Pública: hacienda pública y recursos*, (pág. 59).
- Treisman, D. (2002). *The causes of corruption: a cross-national study*. En D. Treisman, *Journal of Public Economics* (pág. 59). Los Angeles, USA.
- Treviño, J. R. (2013). *Apuntes sobre la historia de la corrupción*. Monterrey.
- Triplet, J. (1986). The economic interpretation of hedonic methods. *Survey of Current Business*, 66(1), 36-40. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/219498318/88088BC7F8484618PQ/1?accountid=43847>
- UNODC. (octubre de 2013). *Programa anticorrupción de ética y cumplimiento para las empresas: Guía práctica*. Obtenido de [https://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2013/13-85255\\_Ebook.pdf](https://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2013/13-85255_Ebook.pdf)

- Urizar, A., & Torchiario, L. (21 de febrero de 2018). No hay cambios en las percepciones pese a los avances en América. Obtenido de Transparency International:  
[https://www.transparency.org/news/feature/no\\_hay\\_cambios\\_en\\_las\\_percepciones\\_pese\\_a\\_los\\_avances\\_en\\_america](https://www.transparency.org/news/feature/no_hay_cambios_en_las_percepciones_pese_a_los_avances_en_america)
- UCAL. (2020). Obtenido de <http://transparencia.ucal.edu.pe/Ucal/Matriculados.aspx>
- UNIFE. (2020) Estudia Perú - Universidad Feminina Sagrado Corazón. Obtenido de <https://estudiaperu.pe/universidades/unife/>
- Viguri, A. (2003). "Valoración económicas de zonas verdes: una aplicación para la ciudad de Castellón". En C. E. Valenciana (Ed.), III CONFERENCIAS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE, (págs. 5-179).
- Visser, P., & Van Dam, F. (2006). De prijs van de plek. Woonomgeving em woningprijs. Rotterdam: NAI.
- Zambrano, M. (2016). Formación de los previos de alquiler de viviendas en Machala (Ecuador): análisis mediante el método de precios hedónicos. Cuadernos de Economía, 39(109), 12 - 22. doi:  
<https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2015.10.002>
- Zeger Van Der Wal, A. G. (2015). Assessing Corruption Risk Perceptions and Strategies of Victorian Public Bodies. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/281303595\\_See\\_No\\_Evil\\_Hear\\_No\\_Evil\\_Assessing\\_Corruption\\_Risk\\_Perceptions\\_and\\_Strategies\\_of\\_Victorian\\_Public\\_Bodies](https://www.researchgate.net/publication/281303595_See_No_Evil_Hear_No_Evil_Assessing_Corruption_Risk_Perceptions_and_Strategies_of_Victorian_Public_Bodies)