

LAS BUENAS PRÁCTICAS DEL GOBIERNO CORPORATIVO EN LAS EMPRESAS FAMILIARES DEL MUNICIPIO DE ARMENIA QUINDÍO, COLOMBIA

THE GOOD PRACTICES OF CORPORATE GOVERNANCE IN THE FAMILY COMPANIES OF THE MUNICIPALITY OF ARMENIA QUINDÍO, COLOMBIA

Deicy Arango Medina, Ana Gladys Torres Castaño
Docentes Investigadoras Universidad del Quindío, Colombia

darango@uniquindio.edu.co, agtorres@uniquindio.edu.co

Cómo citar este artículo: Arango, D. y Torres, A. (2017) Las buenas prácticas del gobierno corporativo en las empresas familiares del municipio de Armenia Quindío Revista INNOVA ITFIP, 1 (1), 72-77

Recibido: Septiembre 2017 **Aprobado:** Noviembre 2017

Resumen

La investigación se enfoca en la presentación de información pertinente y confiable, que aporta estadísticas que definan la condición actual de las empresas familiares del Municipio de Armenia Quindío, en la estructura y aplicación de buenas prácticas de gobierno corporativo. Por tanto ésta investigación se realiza bajo el método descriptivo para detallar el estado vigente de las empresas, sus características, condiciones y propiedades. Se utiliza un enfoque mixto, considerando una parte cualitativa dentro de la investigación dado que existe una referenciación conceptual, teórica y documental, y otra parte cuantitativa, por el uso de métodos estadísticos y tabulación de datos para la presentación de los resultados. Se utilizó como instrumento de recolección de la información una encuesta diseñada para tratar las áreas de la empresa que son pertinentes para el análisis de los resultados, sobre las cuales se emiten las conclusiones correspondientes.

Palabras clave: Gobierno corporativo, gestión, administración, empresas familiares.

Abstract

The research focuses on the presentation of pertinent and reliable information, which provides statistics that define the current condition of family businesses in the Municipality of Armenia in the structure and application of good corporate governance practices. The investigation is carried out under the descriptive method to detail the current state of the companies, their characteristics, conditions and properties. A mixed approach is used, considering a qualitative part within the research given that there is a conceptual, theoretical and documentary referencing, and another quantitative part, by the use of statistical methods and tabulation of data for the presentation of the results. A survey designed to deal with the areas of the company that are relevant for the analysis of the results, on which the corresponding conclusions are issued, was used as an instrument for gathering information.

Keywords: Corporate governance, management, administration, family businesses

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el tema del Gobierno Corporativo ha cobrado una significativa relevancia en el ámbito empresarial colombiano, en parte impulsado por la necesidad de compartir el conocimiento y la experiencia acumulada sobre la base de los acontecimientos que han afectado algunas empresas internacionales como lo fueron: Enron (2001), Worldcom (2002) y Parmalat (2003), o casos a nivel nacional como el de Saludcoop (2011), Coomeva (2007), Interbolsa (2012), Caprecom (2013) y, en la actualidad, el vergonzoso fraude de Odebrecht.

Con lo anterior, se puede apreciar que ésta temática ha alcanzado tanta trascendencia que hoy, no sólo la podemos circunscribir de manera exclusiva al sector de las grandes empresas privadas que cotizan en el mercado bursátil, sino que además, puede aplicarse a las pequeñas y medianas empresas y, por qué no, a las Empresas familiares que existen en el país

Para ello, se inicia contextualizando la temática, haciendo hincapié en la necesidad de abordar el estudio del Gobierno Corporativo y justificando las razones por las cuales se consideran una plataforma teórica sobre los planteamientos del enfoque de agencia. Seguidamente, se revisan los diferentes conceptos y teorías desarrolladas por diferentes autores a lo largo de la historia y relacionados con los temas objeto de este estudio.

2. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico sobre el estado actual de adopción de buenas prácticas de Gobierno Corporativo, en las empresas familiares del Municipio de Armenia - Quindío.

2.2. Objetivos específicos

- Conocer el estado del arte en los temas de Gobierno Corporativo en Colombia.
- Describir el marco normativo que regula el Gobierno Corporativo a nivel nacional e internacional.
- Identificar y analizar las buenas prácticas de Gobierno Corporativo que poseen las empresas familiares del Municipio de Armenia- Quindío.

3. MARCO TEÓRICO

Existe una preocupación por la separación entre la propiedad y el control que ha sido abordada por

economistas clásicos como Adam Smith (1776), hasta Berle & Means (1932). Al respecto, estos autores plantean la forma en que los administradores pueden tomar ventaja sobre los accionistas debido a la dispersión que existe entre estos dos órganos empresariales. No obstante, esta dicotomía se ha convertido en el punto de partida para diferentes estudios sobre el tema de Gobierno Corporativo. A continuación se plantean algunas teorías que fundamentan la temática:

Teoría de la Agencia (Jensen y Meckling, 1976; Fama, 1980; Fama y Jensen, 1983). Una de las perspectivas que mejor puede abordar la problemática del Gobierno Corporativo, es la que viene del enfoque contractual o teoría de agencia. Esta teoría se ocupa de analizar las relaciones bilaterales mediante las que, de un modo u otro, se produce una cierta delegación de autoridad, a través de las cuales un sujeto encomienda a otro la realización de determinadas funciones que no puede o no quiere para sí mismo. Entonces, las dos figuras que integran la relación descrita se denominan “principal” y “agente” (Ganga Contreras, Francisco A.; et al., 2008).

Se puede decir que el planteamiento sustentado por esta teoría es que los propietarios de las empresas son los “principales” y los gestores o directivos son “agentes”; responsables de maximizar el beneficio del accionista; sin embargo, y como personas interesadas en su propio beneficio individual, actuarán en la gestión movidas por sus propios intereses.

La Teoría Stewardship (Donaldson y Davis, 1991; Filkenstein y D’Aveni, 1994; Davis et al., 1997, 2004; Lee y O’Neill, 2003; Wasserman, 2006). En segunda instancia, aparece en los años 90 una nueva visión psicosociológica del gobierno corporativo, que sostiene, por el contrario, que el jefe ejecutivo principal, lejos de actuar oportunamente, esencialmente desea hacer un buen trabajo, ser un buen administrador y colaborar a los beneficios de la organización, es decir; no existe un problema inherente o general de motivación en el ejecutivo.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Enfoque de investigación

El proceso de investigación presenta un enfoque cuantitativo, toda vez que para evaluar y medir las buenas prácticas de Gobierno Corporativo y de Competitividad, se requirió aplicar un método desarrollado por Rensis Likert en 1932, que consiste en un conjunto de ítems presentados a manera de afirmaciones y en forma de escala, asignándoles un valor numérico a cada uno, de

igual manera se utiliza algunos procesos estadísticos para realizar cálculos de la selección de las empresas, a las cuales se les decide medir estas dos variables.

4.2 Método de investigación

El método a realizar en la presente investigación es el deductivo, ya que parte de lo general a lo particular; es decir; se comienza recolectando información que tiene que ver con las distintas teorías y leyes ya establecidas sobre el gobierno corporativo, para posteriormente establecer datos mediante la aplicación de instrumentos.

Adicionalmente, este estudio se basa en el método deductivo ya que, parte de un modelo macro denomina “Código para las empresas cerradas y de familia” a ser aplicado a cada una de la Empresas seleccionadas para establecer, qué practicas explícitamente aplican en cada una de ellas.

4.3 Técnica de recolección de información

La técnica a utilizar en la presente investigación es la “Encuesta” la cual se divide en cinco (5) módulos con cuestionarios sobre las medidas implementadas en Gobierno Corporativo en las empresas familiares. La fuente de información es la base de datos de las empresas registradas en la Cámara de Comercio del municipio de Armenia Departamento del Quindío. Aplicando el programa STATS™ 2.0 y, según el muestreo estadístico fueron total de 30 encuestas distribuidas: Sector del Comercio 16 encuestas y el Sector de la Construcción e Inmobiliario un total de 14 encuestas. Teniendo en cuenta que se filtró las características de que fueran empresas familiares (en su conformación accionaria y administrativa).

5. RESULTADOS Y DISCUSION

Los resultados analizados en adelante, corresponden a las respuestas obtenidas como consecuencia de la aplicación de la encuesta dirigida a las empresas familiares de los sectores comercial e inmobiliario y de la construcción, registradas en el Municipio de Armenia departamento del Quindío. El objetivo fue el de realizar un diagnóstico de buenas prácticas en materia de Gobierno Corporativo, con el fin de que a futuro sea una herramienta empírica para quienes estén interesados en el diseño de un código de buen gobierno para otro tipo de empresas.

MÓDULO I. CONTROL DE GESTIÓN.

Componente - Planeación.

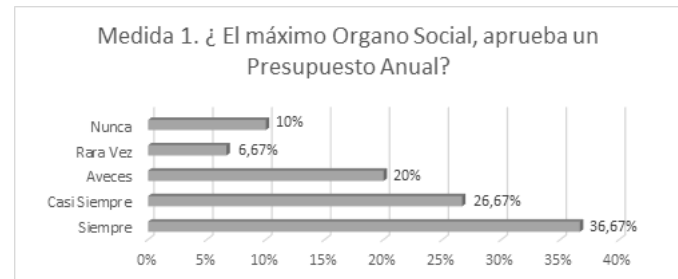


Figura 1. El Máximo Órgano Social aprueba un Presupuesto Anual.

El presupuesto es el mecanismo idóneo para controlar la planeación de corto plazo. En ese orden de ideas, la aprobación de un presupuesto anual significa tener una previsión financiera con base en la cual, la sociedad pueda programar y controlar sus actividades en periodos anualizados.

Los resultados obtenidos permiten inferir que, solamente el 36,67% de las empresas, es decir; 11 de un total de 30, realizan una planeación presupuestal cada año y que el 10% ósea 3 nunca realiza este proceso tan importante.

Componente – Análisis de riesgos.



Figura 2. La Sociedad realiza identificación de riesgos.

En el gráfico anterior, se hace evidente que el 70% de las empresas, es decir; 21 de ellas, siempre o casi siempre, cumplen adecuadamente las normas legales como por ejemplo, las del Código de Comercio; ahora bien, una de las irregularidades más frecuentes detectadas en estas empresas es la ausencia de rendición de cuentas por parte de los administradores, con el 46% de los casos⁴.

Como resumen de prácticas que las empresas más incurrían en cuanto a riesgos de incumplimiento de la

ley, se pudo percibir los siguientes: la antelación prevista para la convocatoria del Máximo Órgano Social, los administradores no presentaron proyectos de distribución de utilidades cuando las empresas las obtenían al final del periodo, Las juntas directivas en su mayoría estaban conformadas por parientes, entre otras.

MÓDULO II. MÁXIMO ÓRGANO SOCIAL

Componente - Convocatorias.

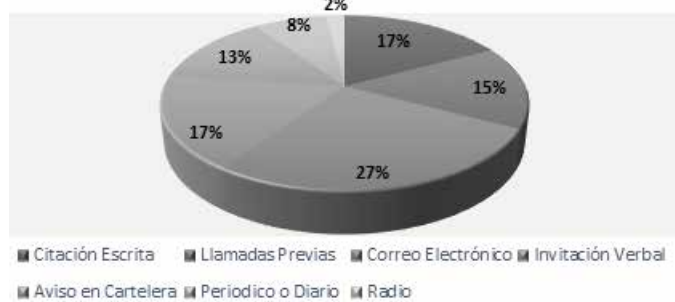


Figura 3. Medios de Comunicación más utilizados para las convocatorias del Máximo Órgano Social

Actualmente, existe una amplia gama de posibilidades para extender los medios de convocatoria, gracias a las nuevas tecnologías de la información. Y como, según el mismo artículo 424, la convocatoria a las reuniones del Máximo Órgano Social “se hará en la forma prevista en los estatutos”, estos podrán entonces incluir formas de promover una mayor asistencia a las reuniones, utilizando nuevas herramientas de publicidad e información como por ejemplo, los correos electrónicos, las redes sociales o las plataformas tecnológicas diseñadas para grupos específicos.

La encuesta realizada permite identificar que únicamente el 10% de las empresas familiares, utiliza otros medios de divulgación diferentes a los contenidos en los estatutos (Citación escrita, correo electrónico, invitación verbal, llamadas previas y aviso en cartelera).

Igualmente, se advierte que el 23% de las empresas visitadas no realiza esta práctica empresarial establecida para la convocatoria del Máximo Órgano Social. Estas cifras muestran la poca preocupación por parte de los administradores, de promover la participación masiva en las reuniones con el fin de que las decisiones estratégicas, sean tomadas por unos pocos sin importar que puedan afectar a los demás asociados.

MÓDULO III. ADMINISTRADORES

Componente - Remuneración.

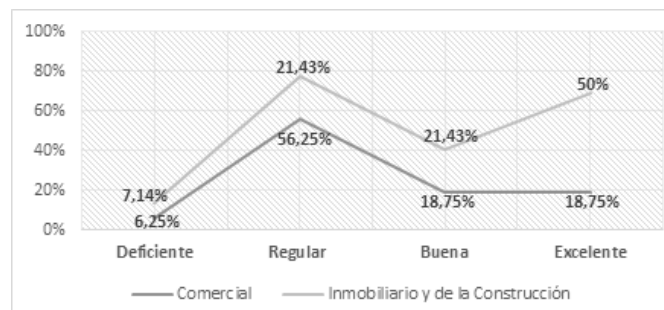


Figura 4. Calidad de las Políticas de Remuneración

Se establece que el 71% de los administradores de las empresas encuestadas del sector Inmobiliario y de la Construcción, se encuentran satisfechos con las políticas de remuneración establecidas en sus sociedades, mientras que en el sector Comercial el 56% considera que estas políticas son regulares, entre las razones percibidas en aquellos se encontraron: incumplimiento en el pago de salarios, bajos niveles salariales a profesionales con estudios avanzados, en algunos casos no existe vinculación directa es decir; se contrata por prestación de servicios, entre otras.

MÓDULO IV. REVELACIÓN DE INFORMACIÓN

Componente – Informe de Gestión.



Figura 5. Los Administradores elaboran un Informe de Gestión al MOS.

La encuesta realizada permite afirmar que las empresas familiares del sector comercial en un 44%, no rinden el informe de que trata el Art. 446 del Código de Comercio, las razones son por ejemplo la extralimitación en las funciones de los administradores, por ausencia de reuniones de la junta directiva y en algunos casos esta función es asumida por los contadores o el revisor fiscal.

MÓDULO V. SOCIEDADES DE FAMILIA

Componente – Órganos de Administración

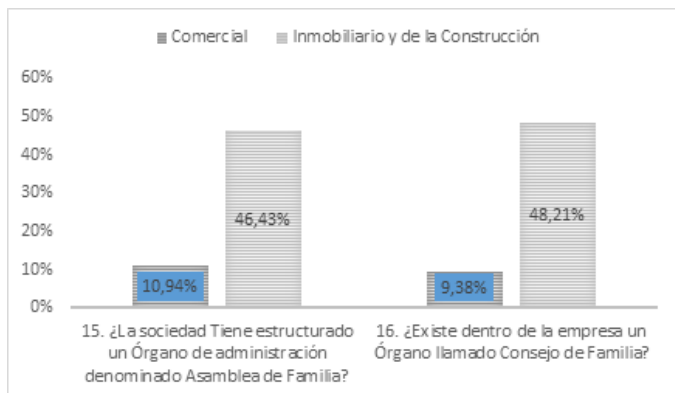


Figura 6. Órganos de Administración.

Como podemos observar, existe mayor implementación de estos órganos en las empresas del sector Inmobiliario y de la Construcción, con un promedio del 47%, mientras que, las sociedades del sector Comercial solo han aplicado esta práctica empresarial en un 10% aproximadamente. La razón tiene que ver con las visiones, puesto que, para

estas empresas el direccionamiento estratégico tiende a fortalecerlas más como negocio, es decir; su interés recae en mayor medida en aumentar su volumen y sus estrategias de ventas.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación realizada permite concluir que, una de las estrategias empresariales que genera mayor eficacia a la hora de hacer negocios y operar con éxito en el mercado, es una gestión basada en la implementación de vínculos de colaboración con otras empresas del entorno cercano. El entorno actual de las Pymes en Colombia está sujeto a lo que se conoce como la internacionalización y a fuertes cambios en cuanto a cómo se compete en el mercado nacional e internacional. Puede decirse que, las empresas familiares del municipio de Armenia - Quindío, tienen rasgos que las caracterizan y las diferencian de las que no lo son, pero, en gran parte de su estructura y su funcionamiento no hay diferencias significativas, ya que, en la mayoría de los casos, utilizan las mismas estrategias que cualquier otra empresa. Pero, es un hecho que en la medida en que sus particularidades cobren importancia y sean capitalizadas, la globalización es para ellas una oportunidad de crecimiento y desarrollo.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Bengoechea, J. (1996). El gobierno de empresas: características del debate actual. Situación: Revista de Coyuntura Económica (3), 69 - 118.
- [2] Berle, A., & Means, G. (1932). The Modern Corporation and Private Property. New York: MacMillan.
- [3] Buckley, P., & Casson, M. (1999). A theory of internacional operations. En M. Gherman, & J. Leontiades, European Research in Intennational Operations (págs. 45-50). London: North Holland.
- [4] Canals, J. (2004). Pautas del buen gobierno en los consejos de administración. Universia Business Review, 18 - 27.
- [5] Donalson, L., & Davis, J. H. (1991). Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. Australian Journal of Management, 16(1).
- [6] Dunning, J. H. (1981). Internacional production and the multinacional enterprice. London: Allen & Urwin.
- [7] Fernández, M. Z. (1996). La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos. Revista europea de dirección y economía de la empresa, 5(3), 73 - 92.
- [8] Freeman, E. (2010). Strategic management: A stakeholder approach. USA: Cambridge University Press.
- [9] Friedman, M. (1970). La Responsabilidad Social de la Empresa Privada. New York.
- [10] Gaitán Riaño, S. (2009). El Gobierno Corporativo en Colombia, Tendencias Actuales. Santa Fé de Bogotá: Universidad EAFIT.
- [11] Ganga, F. A., & Vera, J. R. (2008). El Gobierno Corporativo: Consideraciones y cimientos teóricos. Revista Cuadernos de Administración, 21(35), 93-126. Recuperado el 27 de Octubre de 2016, de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v21n35/v21n35a05.pdf>

- [12] Gómez Betancourt, G. (2006). El manejo de la propiedad en la empresa familiar Colombiana. Universidad de la Sabana, Bogotá.
- [13] González, E. (2000). Análisis ético del informe Cadbury: Aspectos financieros del gobierno de las sociedades. Papeles de Ética, Economía y Dirección. (5), 1-8.
- [14] Grant, R. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive advantage: Implications dos Strategy Formulation. California Managem Review, 114 - 135.
- [15] Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1995). Compitiendo por el futuro: Estrategia crucial para crear los mercados del futuro. Barcelona: Ariel.
- [16] Hennart, J.-F. (1982). A theory of multinational enterprise. Ann Arbor, Michigan: University of
- [17] Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360.
- [18] <http://www.contactopyme.gob.mx/benchmarking/conceptos/competitividad.asp> OCDE. (2010) Estrategia de Innovación de la OCDE: Llevarle ventaja al mañana.
- [19] Superintendencia de Sociedades. (Septiembre de 2009). Guía colombiana de Gobierno Corporativo para Sociedades Cerradas y de Familia. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <http://www.supersociedades.gov.co/web/documentos/guia%20colombiana%20de%20gobierno%20corporativo.pdf>
- [20] Villa Quintero, L. (2014). Gobierno Corporativo, Mecanismo para Generar Esquemas de Competitividad e Innovación en las Pyme Concentradas en Santiago de Cali: Un Estudio de Casos. Santiago de Cali.
-