¿Lo que es bueno para la familia propietaria lo es también para los accionistas minoritarios?

Las empresas familiares suelen tener mala prensa entre los accionistas minoritarios. Pero un estudio revela que los intereses de la familia se plasman a menudo en unos objetivos a largo plazo que benefician a todos los accionistas.

16 de marzo de 2017

La sangre tira mucho, incluso en el gobierno de las empresas. Por eso no es de extrañar que haya compañías familiares cotizadas que prioricen el control, la influencia y/o la imagen de la familia sobre la rentabilidad a corto plazo. De ahí que se den por descontadas las **tensiones entre las familias y los accionistas minoritarios**.
¿Pero realmente se producen esas tensiones? Una investigación de **Geoffrey Martin**, **Luis R. Gómez-Mejía**, **Pascual Berrone** y **Marianna Makri** lo desmiente, salvo en

©IESE Business School

circunstancias excepcionales.

El temor a que los consejos de las empresas familiares se conviertan en un avispero es infundado. El estudio corrobora así lo que vienen apuntando cada vez más trabajos de investigación: lo que es bueno para la familia propietaria suele serlo también para los demás accionistas.

¿La divergencia es sinónimo de conflicto?

Como ya mostraron los autores en investigaciones previas, las empresas familiares tienden a tomar decisiones que favorecen la "**riqueza socioemocional**", es decir, la acumulación de activos no económicos, como la influencia social, la reputación y la fortaleza de los vínculos familiares. Y esa postura se plasma en unos objetivos que no tienen por qué reflejar directamente las prioridades de los accionistas ajenos a la familia.

En el caso de los accionistas minoritarios de las empresas familiares cotizadas, ¿expresan su supuesto descontento mediante propuestas que cuestionan las políticas de los propietarios?

Para responder a esta pregunta, los autores analizaron miles de propuestas que los accionistas de cientos de empresas familiares hicieron en un periodo de diez años en tres áreas normalmente conflictivas:

1. **Temas contractuales**: contratación, despido y retribución
2. **Decisiones estratégicas**: adquisiciones de empresas, diversificación y desinversión.
3. **Responsabilidad social corporativa**: proyectos que refuerzan la buena imagen de la familia pero no reportan beneficios económicos.

Los autores también estudiaron las condiciones que podrían afectar a las propuestas de los accionistas: los resultados financieros, el hecho de que el CEO sea un miembro de la familia y si el fundador sigue implicándose directamente en la gestión de la empresa.

Mucho ruido y pocas nueces

Los autores concluyen que, en gran medida, el descontento que se atribuye a los accionistas minoritarios de las empresas familiares es un mito: "Nuestro estudio deja bien claro que en general no se sienten 'expropiados' por la familia propietaria".

Con todo, sí hay ocasiones en que aflora el escepticismo de los inversores y se producen

©IESE Business School

conflictos. En concreto, cuando el CEO es un miembro de la familia, el fundador ya no interviene en la gestión o los resultados de la empresa son malos, aumenta el número de propuestas relativas a temas contractuales, decisiones estratégicas y proyectos de responsabilidad social corporativa.

Parece que estas condiciones llevan a los inversores a poner en duda que los propietarios velen por sus intereses. Por fortuna, estas condiciones no se dan con demasiada frecuencia, ya que "en general las empresas familiares obtienen mejores resultados que las demás". Y puesto que las prioridades de las familias propietarias no excluyen la rentabilidad a largo plazo, es lógico que los accionistas minoritarios no tengan tanto de qué quejarse.

Sobre la investigación

Los autores analizaro n las propuestas en empresas familiares estadounidenses que cotizaban en bolsa entre 2001 y 2010 a partir de los datos de Compustat, Execucomp y Corporate Library (en ese periodo Corporate Library incorporó a su base de datos información detallada del accionariado y las propuestas de los accionistas).

+INFO

"**No todos los CEO se vuelven más conservadores con la edad**".

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School