

DIVULGACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y POSICIONAMIENTO ORGANIZACIONAL: CASO INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR DE LATINOAMERICA

Resumen

Este artículo evalúa el efecto que genera la divulgación de las prácticas de gobierno corporativo sobre el posicionamiento organizacional. Se estudia el caso de 20 Universidades Latinoamericanas, conforme a su posición en el ranking QS. La metodología utilizada es de tipo descriptivo y correlacional simple. Se concluye que la divulgación de la información relacionada con el gobierno corporativo por parte de las Universidades, no es una condición necesaria para mejorar su posicionamiento. Lo que va en contra de los argumentos teóricos de gobierno corporativo.

Palabras clave: Gobierno corporativo, instituciones de educación superior, códigos de buen gobierno, modelos de gobierno corporativo.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, y dando respuesta a las necesidades del tejido empresarial, ha comenzado a estudiarse con mayor insistencia el efecto que tiene la gestión del gobierno corporativo y la responsabilidad social sobre el desempeño empresarial (Dalwai, Basiruddin, & Abdul, 2015; Shapiro, 2015; Chang, Yu & Hung, 2015; Samaduzzaman, Zaman & Quazi, 2015; Aguilera Castro; Becerra y Patricia, 2014; Lokuwaduge & Armstrong, 2014).

De la lectura de estos documentos se puede concluir que aquellas organizaciones que realizan una gestión sus grupos de interés y/o fortalecen y divulgan sus políticas de gobierno

corporativo, han logrado un mejoramiento en su posicionamiento, dado que a nivel externo adquieren una mejor legitimidad.

En este sentido se podría argumentar, que para lograr un mejoramiento en el desempeño financiero de la empresa, no es suficiente con la implementación de políticas enfocadas al interés financiero, sino que se requiere un incremento de actividades directivas que se orienten hacia las miradas de los grupos de interés (Freeman, 2013; Llano, 2000; Brigham & Houston, 2006). Esto en la medida, en que las empresas han intentado mejorar sus niveles de reconocimiento organizacional, implementando prácticas de gobierno corporativo y responsabilidad social

El objetivo central de la teoría del gobierno corporativo, es incrementar la confianza de los interesados, y eliminar las gestiones fraudulentas de las organizaciones (Castro & Cano, 2004).

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo del presente artículo, es explorar el efecto que genera la divulgación on-line de las políticas de gobierno corporativo en las Instituciones de Educación Superior (IES), medido por el reconocimiento de estas organizaciones en el ranking QS (Symonds, 2013). Para efectos del desarrollo de este estudio, se ha realizado un trabajo descriptivo y correlacional simple. Las estimaciones de distribución se realizaron para las mediciones publicadas en el ranking QS de 2014, con aplicación para las 10 primeras universidades latinoamericanas, diferentes a las colombianas y las 10 primeras universidades colombianas. La evidencia empírica se aplica a las IES de América Latina, ya que al ser organizaciones que prestan el servicio público de educación superior (Ministerio de Educación Nacional, 2014) y que consolidan el tejido empresarial a través de la generación de confianza en los grupos de interés (Restrepo, Trujillo, & Guzmán, 2012), se espera que cumplan con el principio de divulgación de información referente a la implementación de políticas de gobierno corporativo y que tengan buenos niveles de reconocimiento medido por el posicionamiento en el

ranking QS. Así mismo, la selección del sector se realiza, dada la importancia del tema en la literatura académica de los últimos años. (Nisar, 2015; Casani, De Filippo, Garcia Zorita & Sanz-Casado, 2014; Morales & de León, 2014; Lefort & González, 2008; Bedggood & Donovan, 2012; De Silva Lokuwadudge, 2010).

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 EL GOBIERNO CORPORATIVO

Las primeras reflexiones sobre el tema de gobierno corporativo tienen sus orígenes en Clark (1916), quien sostiene que los directivos estaban obligados a aceptar sus responsabilidades sociales. Posteriormente Barnard (1938) y Kreps (1940), manifiestan que la responsabilidad gerencial va más allá de generar retorno a los accionistas. En la década de los 70, algunos autores ya exploraban la importancia que generaba para las organizaciones un proceso de implementación de prácticas de buen gobierno, orientadas a gestionar el relevo generacional y la regulación de los procesos de toma de decisiones.

Uno de los primeros autores que exploró el tema fue Ross (1973) quien planteó en la *Teoría de Agencia*, que cuando se presentaban diferencias entre el principal (accionistas) y el agente (directivo), que podrían ir en contra de los intereses del principal, estas podrían resolverse mediante una estructura de pagos para el agente. En el mismo sentido, Jensen & Meckling (1976) sugirieron en la *Teoría de la Firma*, que los costos de agencia, donde se involucran los pagos desde el principal hacia el agente, funcionan de manera coherente con lo que se esperaría del desempeño de las organizaciones en los mercados y son muy benéficos para el principal.

Por la misma época, una nueva corriente comenzaba a emerger. En ella se resalta la existencia de un cúmulo de grupos que interaccionan entre sí, para fomentar el rendimiento en el desarrollo económico de los mercados. Accionistas, consumidores, entidades gubernamentales,

entre otros, deberían reconocerse entre ellos porque generan una fuerte influencia en los procesos de negociación de los mercados y porque fundamentalmente entre estos grupos, se requiere mantener motivaciones de largo plazo que contribuyan al buen desempeño de las organizaciones (Charan & Freeman, 1979).

Otros estudios encuentran ciertas deficiencias en lo que se presenta en las teorías de Agencia y de la Firma. De acuerdo con Eisenhardt (1989) y Nilakant & Hayagreeva (1994), los enfoques que se presentan en estas teorías son claramente direccionados hacia el esfuerzo individual, restando importancia del empuje que los equipos de trabajo pueden generar en las organizaciones. Al mismo tiempo se reflexiona en cuanto a la importancia de fomentar la confianza en los grupos de interés de las organizaciones, por las gestiones que se desarrollan al interior de estas (Turnbull, 1997).

En el mundo empresarial se han desarrollado diferentes instrumentos directivos para promover la productividad y la competitividad de las organizaciones. Se presentan así por ejemplo modelos de gestión, sistemas de información o sistemas de operación, que al combinarlos con sistemas adecuados de gobierno organizacional, se generan resultados que trascienden de lo económico. En la actualidad, a nivel global, se manifiestan frágiles sistemas de gobierno organizacional, que animan las crisis económicas y que exigen de los diferentes gobernantes dar respuesta a las nuevas realidades organizacionales (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013).

Llegado a este punto resulta significativo advertir, que el gobierno corporativo, que también podría entenderse como gobierno organizacional, es un sistema directivo que regula las actividades entre los accionistas, la junta directiva y la administración, con el objetivo de fomentar la confianza en los grupos de interés y por ende, los resultados económicos y de reconocimiento.

Por su parte, la Corporación Financiera Internacional IFC (2012) ha descrito dos categorías de prevalencia en las definiciones de gobierno corporativo. En primera instancia, se deberá tener en cuenta el comportamiento real de las empresas desde el rendimiento, la eficiencia, el crecimiento, la estructura financiera, y el trato con los accionistas y los grupos de interés. Como segunda instancia, se consideran los requerimientos del marco normativo como las reglas bajo las cuales operan las organizaciones, con las normas procedentes de fuentes tales como el sistema legal, los mercados financieros y los mercados de factores de producción.

| Al ser el gobierno corporativo un instrumento de carácter estratégico, como lo plantean Cano, Orduz y Hoyos (2007), no se podría considerar que su utilización fuera una decisión para reaccionar a los resultados adversos. Farber (2005) comprueba por ejemplo, que las organizaciones que han implementado el gobierno corporativo después de haber sido víctimas de fraude, tienen actuaciones parecidas a la de los entes de control, sin embargo, se exceden con respecto a los entes de control en cuanto al número de informes, reuniones y cifras. De manera contraria a la decisión de reacción, lo que se pretende con el gobierno corporativo es tomar medidas directivas previas, que fomenten un mejor reconocimiento de la organización y que por ende, mejoren en cuanto a la productividad y la competitividad.

Asimismo, Gaitán (2014) presenta tres modelos que tradicionalmente se han desarrollado en cuanto al gobierno corporativo: angloamericana, europea y japonesa. Estos modelos se desarrollaron teniendo en cuenta diferentes enfoques. Para el caso del modelo angloamericano, se tiene como principal objetivo la protección de los accionistas; en el modelo europeo, se busca el beneficio de toda la organización; y en el japonés, la prioridad es la protección de todos los grupos de interés, dejando en última posición a los accionistas .

3. EL GOBIERNO CORPORATIVO EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES)

La implementación de políticas de gobierno corporativo en las IES, es un tema relevante en América Latina y de manera particular en Colombia, para la exploración de la estabilidad económica en la búsqueda del fortalecimiento organizacional. En Colombia, las IES son un tipo de organizaciones que cuentan con “[...] el reconocimiento oficial como prestadoras del servicio público de la educación superior [...]” (Ministerio de Educación Nacional, 2014). Representan una parte fundamental en el desarrollo de las economías de los países, ya que constituyen la fuente de formación técnica y profesional de las sociedades. Dado que las IES son “[...] parte fundamental en la consolidación de un tejido empresarial transparente y eficiente [...]” (Restrepo, Trujillo, & Guzmán, 2012), es entonces significativo que estas instituciones establezcan políticas de gobierno corporativo para mejorar en cuanto a su operación básica.

Un nuevo enfoque de estilo gerencial en las IES, proveniente del medio empresarial, ha generado una influencia importante con respecto a las visiones de las organizaciones, que tratan de incorporar todos los elementos que hacen parte de las mismas. En este sentido se han generado dos cambios: el primero está representado por “[...] la incorporación de unidades orientadas al mercado [...]”, lo que significa que la estructura organizacional deberá constituirse desde las necesidades de los usuarios y; el segundo, se presenta como la “[...] comercialización de las actividades de investigación y docencia [...]”, en la medida que se deberán desplegar recursos con el propósito de mejorar los resultados (Restrepo et al, 2012).

Anteriormente se expusieron algunas generalidades respecto al gobierno corporativo y dos tipos genéricos de contenido que hacen alusión a los códigos de buen gobierno. Estos temas se podrían relacionar con las IES, esperando que se pueda promover el mejoramiento organizacional de estas entidades, dada su responsabilidad en términos económicos, sociales y medioambientales.

En este sentido Restrepo et al (2012) plantean que es pertinente establecer buenas prácticas de gobierno corporativo en las IES ya que esto permitiría “[...] mitigar los conflictos de intereses, hacer más transparentes a las IES y potenciar la productividad de los recursos administrados por ellas en beneficio de la sociedad en general.” Restrepo et al (2012) esbozan además, que desde la óptica de las estructuras de gobierno en las IES se presentan dos enfoques: las IES oficiales y las IES privadas. Para cada una de las anteriores se ha evidenciado “[...] la falta de profundidad en la información disponible [...]” y la necesidad de implementar políticas de gobierno al interior de estas. Dado que lo anterior representa un reto importante en cuanto a la forma de pensamiento de la alta dirección en las IES, es significativo promover el desarrollo de estas organizaciones con el objetivo de alcanzar buenos niveles de perdurabilidad.

4. APLICACIÓN EMPÍRICA

4.1 METODOLOGÍA

Para el desarrollo del estudio, se parte de una población de las 300 IES clasificadas por el ranking QS para Latinoamérica en el año 2014. De ellas se seleccionaron 20 con un procedimiento de muestreo intencional no probabilístico de ellas. Esto con el fin de contrastar las 10 primeras universidades colombianas del ranking, y las 10 primeras no colombianas. Esto dado que se pretende realizar un estudio exploratorio en el que se deduciría, con el uso de estadística descriptiva, si las universidades que divulgan en sus sitios Web los lineamientos de códigos de buen gobierno, son IES que tienen un mejor posicionamiento en términos del ranking.

El estudio consideró las 30 variables que se presentaron en la tabla 3, para evaluar el reconocimiento de las IES en cuanto a su posición en el ranking, la publicación de códigos de buen gobierno y la facilidad de acceso a la información (navegabilidad). Estos temas se han tomado con el fin de establecer las correlaciones existentes entre estas últimas y la evaluación

total del estudio, para así verificar, si al divulgar los contenidos propuestos en los códigos de buen gobierno para las IES, estas tienen un mejor posicionamiento en cuanto a la calificación y clasificación en el ranking.

Así las cosas, es significativo comprender en primera instancia, que el ranking QS se ha desarrollado con el propósito de informar a las personas de todo el mundo, asuntos relacionados con el reconocimiento de las universidades para así, motivar la movilidad internacional de los aspirantes y para que puedan alcanzar sus objetivos educativos y profesionales. En este ranking se tienen en cuenta 6 cuestiones que se evalúan en promedio ponderado: reputación académica 40%; reputación como empleador 10%; relación estudiante-facultad 20%; citación por facultad 20%; internacionalización de la facultad 5% e; internacionalización de los estudiantes 5% (Top Universities, 2014). Producto de lo anterior y con el propósito de construir un mejor análisis comparativo y descriptivo, para realizar el estudio se tuvieron en cuenta las siguientes actividades:

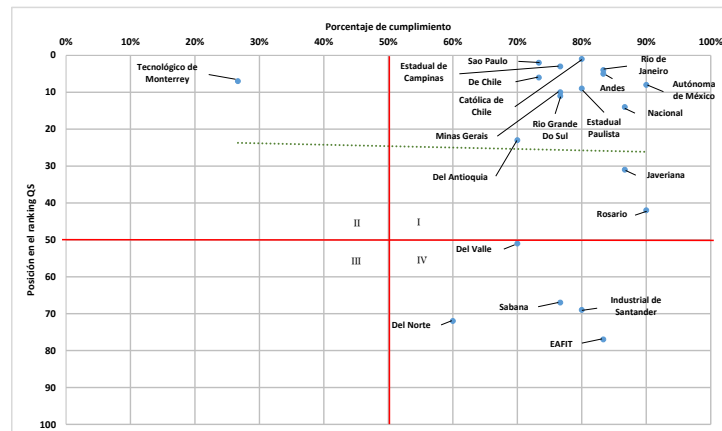
1. Se realizó una consulta del informe del año 2014 publicado en el sitio Web del ranking QS, donde se verifican las posiciones de las 10 primeras universidades latinoamericanas, diferentes a las colombianas, y las 10 primeras universidades de Colombia.
2. Se construye una matriz en una hoja de cálculo, en donde se presentan las evaluaciones de los datos encontrados en los sitios Web con respecto a las 30 variables de la tabla 3, con calificaciones de 1 para cuando el dato se encuentra y de 0 para cuando el dato no se encuentra. Esto significa, que una IES que divulga el total de las variables, obtendría una evaluación total de 30.
3. Además se tuvieron en cuenta las variables posición en el ranking, publicación de códigos de buen gobierno y navegabilidad.
4. La evaluación de la publicación de códigos de buen gobierno por parte de las IES, es 1 para la existencia de la publicación en el sitio Web de las IES y de 0 para cuando no se publican.
5. La variable de navegabilidad es una evaluación de 1 a 5 desde el criterio de los autores. En este se tiene en cuenta la facilidad de acceso a la información que se busca.

6. Se ingresó a cada una de los sitios Web de las IES para realizar una búsqueda cuidadosa de las variables anteriormente mencionadas.
7. En la medida que se iba revisando el sitio Web, se iba realizando la calificación de la existencia de las variables conforme a los puntos 2 y 3.
8. El trabajo de recolección de información de los sitios Web se realizó entre el 6 de noviembre de 2014 y el 1 de diciembre del mismo año.
9. Con la información recolectada, se construyeron unas tablas resumen y se realizaron los respectivos análisis descriptivos.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten evidenciar que la labor de divulgar la información relacionada con las actividades que tienen que ver con el gobierno corporativo de las IES, no es determinante para la obtención de buenos resultados. Se comprueba el esfuerzo por declarar la mayor cantidad de los datos propuestos por Restrepo et al. (2012), pero no son definitivos para la ubicación en el ranking. Por ejemplo, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, es la IES con menor calificación en cuanto al total de datos evaluados y se ubica en la posición N° 7 del ranking en el 2014; a diferencia de la Universidad del Rosario que tiene una calificación casi excelente y se ubica en la posición N° 42 del ranking (ver Gráfico 1).

Gráfico 1. Representación de la posición en el ranking QS y el porcentaje de cumplimiento



Fuente: Elaborado por los autores a partir de la evaluación de las variables de divulgación realizada para totalidad IES estudiadas

Los resultados que se pueden observar en la gráfica anterior, muestran que aquellas IES que tienen un alto porcentaje de cumplimiento en cuanto a la divulgación de sus políticas de gobierno corporativo, podrían aproximarse a tener un mejor nivel de posicionamiento en cuanto al ranking QS. No obstante, cinco de estas IES demuestran alto nivel de divulgación pero bajo grado de reconocimiento en el ranking. Una situación diferente presenta el Tecnológico de Monterrey, el cual despliega bajos niveles de divulgación y un alto grado de reconocimiento.

Igualmente, al observar la línea de tendencia, se podría inferir para la muestra que existe una propensión a disminuir la divulgación, en el sentido de que se podrían obtener buenos niveles de reconocimiento. Adicionalmente, se deduciría desde este estudio, que se puede proponer una tipología de cuadrantes conforme a los resultados que se han obtenido.

En el primer cuadrante, se encontrarían aquellas IES que tienen altos niveles de divulgación y altos niveles de reconocimiento; en el segundo cuadrante, aquellas IES con alto nivel de reconocimiento y bajo nivel de divulgación; en el tercero, bajos niveles de reconocimiento y bajos niveles de divulgación y; en el cuarto, altos niveles de divulgación y bajos niveles de reconocimiento (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Tipología para el análisis gráfico

		Porcentaje de cumplimiento en la divulgación	
		Desde 0% hasta 50%	Desde 50% hasta 100%
Posición en el ranking	Desde 0 hasta 50	<p>Cuadrante II</p> <p>Nivel sub-óptimo</p>	<p>Cuadrante I</p> <p>Nivel óptimo</p>
	Desde 50 hasta 100	<p>Cuadrante III</p> <p>Nivel adverso</p>	<p>Cuadrante VI</p> <p>Nivel moderado</p>

Fuente: Elaborado por los autores a partir de la evaluación de las variables de divulgación realizada para totalidad IES estudiadas

Esto podría demostrar, conforme a lo expuesto por Ștefănescu (2014) y por Lopez & Pereira (2006), que la transparencia no constituiría una cuestión clave para garantizar el reconocimiento de las organizaciones, por lo menos desde las IES.

Tabla 1. Evaluación de divulgación de información, de las variables de gobierno corporativo en las IES Latinoamericanas diferentes a las colombianas

N°	Universidad	Posición QS	Publicación de código de buen gobierno	Navegabilidad	Evaluación total	% de cumplimiento	Cuadrante
1	Universidad Nacional Autónoma de México	8	1	5	27	90,00%	I
2	Universidade Federal do Rio de Janeiro	4	0	4	25	83,33%	I
3	Pontificia Universidad Católica de Chile	1	0	4	24	80,00%	I
4	Universidade Estadual Paulista "Julio de"	9	0	3	24	80,00%	I
5	Universidade Estadual de Campinas	3	0	4	23	76,67%	I
6	Universidade Federal de Minas Gerais	10	0	3	23	76,67%	I
7	Universidade Federal do Rio Grande Do Sul	11	0	3	23	76,67%	I
8	Universidade de Sao Paulo	2	0	4	22	73,33%	I
9	Universidad de Chile	6	0	3	22	73,33%	I
10	Tecnológico de Monterrey	7	0	1	8	26,67%	II

En la anterior tabla se puede observar, por ejemplo, que la Pontificia Universidad Católica de Chile tiene el primer puesto en el ranking QS y que cumple con el 80% de las variables evaluadas de Gobierno corporativo que se han revisado. También es destacable que la Universidad de Sao Paulo solo cumple con el 73,3% de las variables evaluadas y se ubica en el segundo lugar del ranking.

Tabla 2. Evaluación de divulgación de información, de las variables de gobierno corporativo en las IES colombianas

N°	Universidad	Posición QS	Publicación de código de buen gobierno	Navegabilidad	Evaluación total	% de cumplimiento	Cuadrante
1	Universidad del Rosario	42	1	5	27	90,00%	I
2	Universidad Nacional de Colombia	14	0	3	26	86,67%	I
3	Pontificia Universidad Javeriana	31	1	5	26	86,67%	I
4	Universidad de los Andes	5	0	4	25	83,33%	I
5	Universidad EAFIT	77	1	5	25	83,33%	IV
6	Universidad Industrial de Santander	69	0	3	24	80,00%	IV
7	Universidad de la Sabana	67	1	4	23	76,67%	IV
8	Universidad de Antioquia	23	0	3	21	70,00%	I
9	Universidad del Valle	51	0	3	21	70,00%	IV
10	Universidad del Norte	72	0	3	18	60,00%	IV

Fuente: Elaborado por los autores a partir de la evaluación de las variables de divulgación realizada para cada IES colombiana

De manera coherente con la tabla 2, en esta tabla se puede prestar atención, por ejemplo, a los resultados desiguales entre la Universidad del Rosario y la Universidad de los Andes. La primera tiene la posición 42 en el ranking QS a pesar de tener un porcentaje de cumplimiento del 90% con respecto a las variables evaluadas, mientras que la segunda, tiene la posición 5 del ranking y el 83,3% de cumplimiento en las mismas variables. Estos resultados continúan fortaleciendo la no validez del paradigma de divulgación de información. Al ser estos resultados contrarios a lo que se expresa en las teorías de gobierno corporativo, se podría pensar que los determinantes de los buenos resultados podrían tener relación con otro tipo de prácticas y actividades que no tienen dependencia de la divulgación de la información.

Tabla 3. Relación entre variables para la explicación de los resultados encontrados

Variables de análisis	Correlación	R2
Códigos de buen gobierno y navegabilidad	0,71	0,51
Posición y navegabilidad	0,15	0,02
Posición y códigos de buen gobierno	0,43	0,18
Posición y evaluación total	0,02	0,00
Posición y códigos de buen gobierno	0,39	0,16
Evaluación total y navegabilidad	0,79	0,63

Fuente: Elaborado por los autores a partir de la evaluación de las variables de divulgación realizada para las IES colombianas y latinoamericanas.

Ya que la observación se realizó para un solo momento temporal, los grados de libertad para las correlaciones son restringidos, simples e intuitivos. Fundamentados en esto, se podría interpretar, por ejemplo, que la variación en la evaluación total explica un 63% la navegabilidad. Por otra parte, la posición en el ranking no tiene relación alguna con la evaluación total, situación que se relaciona con lo que se explicó de manera intuitiva con las tablas anteriores.

Los resultados denotan entonces, que la responsabilidad de divulgación de información del gobierno corporativo por parte de las IES, no sería un determinante importante para el

reconocimiento de las mismas. Lo que se esperaría, es que aquellas IES que divulgan más y mejor información con respecto al gobierno corporativo, tendrían mejores resultados en términos de su operación básica, situación que para estos casos no se presenta. No se quiere decir con esto que el gobierno corporativo, visto como un sistema directivo que promueve la competitividad de las organizaciones, sea ineficiente. Lo que se debería entender, es que la divulgación de esta información resulta ser un tema netamente informativo para los usuarios y que no le concierne a los diferentes grupos de interés de las IES. No obstante, el hecho de que este tema no sea representativo en los asuntos de reconocimiento de las IES, no significa en ningún momento que no sea trascendental para otro tipo de organizaciones. Los contenidos de los códigos de buen gobierno para las IES, como se observó con anterioridad, tienen diferencias marcadas con respecto a las propuestas del Report for Corporate Governance (1999) y del Banco de Desarrollo de América Latina (2013), postura que es entendible por el tipo de organización que representan.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La fundamentación teórica de gobierno corporativo, propone que este fomenta el fortalecimiento operacional de las organizaciones y mejora su reconocimiento. Se apoya de manera importante con los códigos de buen gobierno, esperando que se esbocen los sistemas de gobierno y que se proporcionen elementos en cuanto a la divulgación de la información en varios aspectos, presumiendo que la organización al ser más transparente, constituiría una cuestión clave para garantizar la estabilidad económica en su conjunto. Pareciera entonces que el reconocimiento de las IES, medido a través del ranking QS, sería directamente proporcional al proceso de divulgación de las políticas de gobierno corporativo. Pero lo que se ha evidenciado en este trabajo, es que esto no es relevante para los asuntos de rendimiento operacional de estas instituciones y no es coherente con la fundamentación teórica que se presentan en diferentes

ámbitos. El trabajo realizado permite interpretar que la responsabilidad de divulgación de información del gobierno corporativo por parte de las IES, no sería un determinante importante para el reconocimiento de estas. Lo que se encuentra, es que estas instituciones pueden llegar a ser exitosas sin necesidad de dar a conocer sus políticas de gobierno corporativo.

Las tipologías que se proponen en este estudio, en los análisis gráficos, resultan ser muy útiles al momento de realizar los respectivos análisis. Estas pueden dar claridad de lo que los argumentos teóricos presentan y permitirían reflexionar en cuanto a los esfuerzos que se deberían realizar al interior de las IES con respecto al gobierno corporativo. Igualmente sería significativo, verificar si el gobierno corporativo es el resultado de los postulados estructuralistas que surgieron a partir de 1930 y si este es racional en cuanto a las actividades que se proponen.

REFERENCIAS

- Acero, I., & Alcalde, N. (2012). Gobierno corporativo y rendición de cuentas: ¿existe algún efecto sobre la performance empresarial? *Revista de Contabilidad*, 15(1), 143 - 178.
- Aguilera Castro, A., Becerra, P., & Patricia, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2013). *Lineamientos latinoamericanos de gobierno corporativo*. Obtenido de www.caf.com: <http://www.caf.com/es/lineamientos-gobierno-corporativo>
- Barnard, C. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Bedggood, R. E., & Donovan, J. D. (2012). University performance evaluations: what are we really measuring?. *Studies in Higher Education*, 37(7), 825-842.
- Brigham, E., & Houston, J. (2006). *Fundamentos de administración financiera*. México D. F.: Thomson.
- Cámara de Comercio de Bogotá; Superintendencia de Sociedades & Confecámaras. (2009). *Guía Colombiana de Gobierno Corporativo para Sociedades Cerradas y de Familia*.
- Cano, A., Orduz, C., & Hoyos, A. (2007). Gobierno corporativo: principales desarrollos de las empresas que cotizan en la bolsa de valores de Colombia. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.
- Casani, F., De Filippo, D., García-Zorita, C., & Sanz-Casado, E. (2014). Public versus private universities: Assessment of research performance; case study of the Spanish university system. *Research Evaluation*, 23(1), 48-61.

- Castro, R., & Cano, M. (2004). Buen gobierno corporativo, solución a la crisis de confianza. *Contaduría Universidad de Antioquia*(44), 17 - 51.
- Chang, C. S., Yu, S. W., & Hung, C. H. (2015). Firm risk and performance: the role of corporate governance. *Review of Managerial Science*, 9(1), 141-173.
- Charan, R., & Freeman, E. (1979). Stakeholder negotiations: Building bridges with corporate constituents. *Management Review*, 68(11), 8 - 13.
- Clark, M. (1916). The changing basis of economic responsibility. *Journal of Political Economy*, 24(3), 209 - 229.
- Contreras, F., & Barbosa, D. (2009). *Habilidades que requieren los directores de empresas*. Bogotá D. C.: Universidad del Rosario.
- Corporate Governance: An International Review. (1999). Corporate governance report: principles of good governance and the code of best practice. 7(2), 207 - 208.
- Dalwai, T. A. R., Basiruddin, R., & Abdul Rasid, S. Z. (2015). A critical review of relationship between corporate governance and firm performance: GCC banking sector perspective. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 15(1).
- De Silva Lokuwaduge, C. S. (2010). Governance best practice of Australian universities. In Finance and Corporate Governance Conference.
- Eisenhardt, K. (1989). Agency theory: an assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57 - 74.
- Farber, D. (2005). Restoring trust after fraud: does corporate governance matter? *Accounting Review*, 80(2), 539 - 561.
- Flórez, J., López, V., & López, A. (2014). *El gobierno corporativo de las universidades: estudio de las 100 primeras universidades del ranking de Shanghái*. Obtenido de Ministerio de educación, cultura y deporte del Gobierno de España:
- Freeman, E. (2013). Managing for stakeholders. En D. Arnold, T. Beauchamp, & N. Bowie, *Ethical theory and business*. Pearson.
- Gaitán, S. (2014). Gobierno corporativo en Colombia. Tendencias actuales. En A. Trujillo, & A. Guzmán, *Investigación sobre Gobierno Corporativo en Colombia* (págs. 39 - 63). Bogotá D. C.: Editorial CESA.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305 - 360.
- Kreps, T. (1940). Measurement of the social performance of business. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 343, 20 - 31.
- Lefort, F., & González, R. (2008). Hacia un mejor gobierno corporativo en Chile. *Abante*, 11(1), 19-45.

- Llano, C. (2000). *Dilemas éticos de la empresa contemporánea*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lokuwaduge, C. D. S., & Armstrong, A. (2014). The impact of governance on the performance of the higher education sector in Australia. *Educational Management Administration & Leadership*.
- Lopez, F., & Pereira, L. (2006). Análisis internacional de los códigos de buen gobierno. *Universia Business Review*(11), 10 - 21.
- Nilakant, V., & Hayagreeva, R. (1994). Agency theory and uncertainty in organizations: an evaluation. *Organization Studies*, 15(5), 649 - 672.
- Nisar, M. A. (2015). Higher education governance and performance based funding as an ecology of games. *Higher Education*, 69(2), 289-302.
- Restrepo, J., Trujillo, A., & Guzmán, A. (2012). *Gobierno Corporativo en las Instituciones de Educación Superior en Colombia*. Bogotá D. C.: CESA.
- Morales, G. R., & de León, E. M. (2014). Gestión estratégica vs. Análisis estratégico. Una discusión conceptual a partir del estudio de caso de una institución de educación superior. *Pensamiento & Gestión*, (36), 267-290.
- Ross, S. (1973). The economic theory of agency: the principal's problem. *American Economic Review*, 63(2), 134 - 139.
- Samaduzzaman, M., Zaman, F., & Quazi, Z. (2015). Literature Review on Corporate Governance Structure and Performance in Non-Financial Bangladesh Firms. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 7(1), 96-103.
- Shapiro, D. M. (2015). Assessing Corporate Governance in M&As. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 26(2), 35-39.
- Symonds, Q. (2013). QS world university rankings. Retrieved from Top Universities: <http://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings>.
- Ștefănescu, C. (2014). Transparency and disclosure requirements - an analysis of corporate governance codes. *Atlantic Economic Journal*, 42(1), 113 - 114.
- Stiglitz, J. (2006). *Cómo hacer que funcione la globalización*. Bogotá D. C.: Taurus.
- Top Universities. (2014). *User Agreement*. Obtenido de www.topuniversities.com: <http://www.topuniversities.com/user-agreement>
- Tricker, R. B. (2015). *Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices*. Oxford University Press.
- Turnbull, S. (1997). Corporate Governance: its scope, concerns and theories. *Corporate Governance: An International Review*, 5(4), 180 - 205