

**ANALISIS DE LAS VENTAJAS, DESVENTAJAS  
Y EL SISTEMA CONTABLE DE LAS FAMIEMPRESAS**

**ADIS ACUÑA MENDOZA  
MARY CARMEN BARRIOS  
SANDRA FONTALVO DE AGUAS  
SILVANA PALACIO**

**INFORME DE INVESTIGACION**

**Asesor  
OSWALDO OLAVE AMAYA**

**UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR  
FACULTAD DE CONTADURIA PÚBLICA  
IX SEMESTRE – NOCTURNO  
Barranquilla, Noviembre de 2.008**

## **Resumen**

*La importancia de la empresa familiar en el mundo ha sido reconocida siempre por los gobiernos, debido a su contribución en la generación de empleo y el desarrollo productivo; mas, la empresa familiar encierra otras denominaciones como: "microempresa", "pequeña empresa", "empresa Pyme", "empresa Mipyme" y "la gran empresa". Esta investigación busca contribuir a la clasificación inequívoca de estas empresas y realizar un acercamiento al real número que de ellas se tiene en Colombia.*

**Palabras claves:** *Empresa familiar, Pyme, microempresa, gran empresa*

## **Abstract**

*The importance of the family business worldwide has been recognized always by the governments, thanks to its contribution in the generation of employment and in terms of productive development; but, this name, however, includes different denominations such as: "microcompany", "small enterprise", "small and medium company", "company Mipyme" and "the great company". This investigation seeks to contribute to the undeniable classification of these companies and to realize an approximation to the real number of them is had in Colombia.*

**Keywords:** *Family business, small and medium company, micro company, great company.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>2</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1.1. IDENTIFICACION Y DESCRIPCION DEL PROBLEMA	4
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	5
<b>2. OBJETIVOS</b>	
2.1. OBJETIVO GENERAL	6
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
<b>3. JUSTIFICACION</b>	<b>7</b>
<b>4. MARCO REFERENCIAL</b>	
4.1. MARCO CONCEPTUAL	9
4.2. MARCO HISTORICO	9
4.3. MARCO TEORICO	10
4.4. MARCO LEGAL	18
<b>5. DISEÑO METODOLOGICO</b>	
5.1. HIPOTESIS Y VARIABLES	20
5.1.1. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	20
5.1.2. HIPOTESIS DE INVESTIGACION	21
5.1.3. HIPOTESIS DE TRABAJO	21
5.2. TIPO DE INVESTIGACION	21
5.3. METODO, TECNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACION	21
5.4. UNIVERSO, POBLACION Y MUESTRA	22
5.4.1. MUESTRA	22
5.4.1.1. Justificación Estadística de la Muestra	21
5.4.1.2. Tamaño de la Muestra	21

<b>6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>	<b>22</b>
<b>7. PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION</b>	<b>23</b>
<b>CAPITULO 1. FAMIEMPRESAS EN COLOMBIA</b>	<b>25</b>
<b>CAPITULO 2. EVOLUCION DE LAS FAMIEMPRESAS</b>	<b>29</b>
<b>CAPITULO 3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FAMIEMPRESAS</b>	<b>31</b>
<b>CAPITULO 4. FALENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS DE LAS FAMIEMPRESAS</b>	<b>34</b>
<b>CAPITULO 5. RECOMENDACIONES PARA LA CREACION Y SOSTENIMIENTO DE LAS FAMIEMPRESAS</b>	<b>38</b>
<b>CAPITULO 6. SOPORTE LEGAL Y CONTABLE DE LAS FAMIEMPRESAS EN COLOMBIA</b>	<b>40</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>44</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAFIA ON LINE</b>	<b>47</b>
<b>R.A.I.</b>	<b>48</b>

## INTRODUCCION

Muchas empresas son el resultado del sueño del fundador, quien tiene perfecta idea de adonde quiere ir, en que quiere transformar su creación y para ello que mejor que involucrar a su grupo familiar en la consecución de su meta económica, que proporcionará un bienestar colectivo.

Otras veces las empresas crecen como conocedores de cómo ofrecer un producto o servicio, o copiando un modelo de negocio exitoso y basan su crecimiento en la optimización de ese elemento.

Sabemos que las empresas de familia o Famiempresas Pyme generan el ochenta por ciento de los puestos de trabajo de nuestro país. Estadísticamente sólo el setenta de ellas supera el tercer año de vida y el tres por ciento, llega a la tercera generación.

Esto se debe a la falta de capacitación empresarial, de estrategias claras y a un tipo de dirección, que debería ser adaptado a cada etapa de crecimiento de la empresa.

Comúnmente, la mezcla de afectos familiares y necesidades profesionales de la organización, se convierte en un lastre del crecimiento. De igual manera para la supervivencia de estas empresas se requiere la Profesionalización de la misma.

En los últimos años se ha hablado muchísimo de Famiempresa. Ciertamente la imagen del empresario familiar ha ganado en cuanto a prestigio en estos últimos años, y ello debido a que las estadísticas hablan son alentadoras.

La Famiempresa es el pilar fundamental de vertebración socioeconómica en nuestro país: tiene un profundo arraigo en el territorio al que pertenecen, son de

capital paciente y visión a largo plazo, y suelen tener de forma natural una tendencia a ser proactivas en la responsabilidad social corporativa: no es infrecuente que actividades culturales, lúdicas o deportivas propias del municipio estén, desde hace ya muchísimos años, patrocinadas por las principales empresas familiares locales.

Podemos definir Famiempresa como aquella en la que la familia tiene el control accionario y de los órganos de gobierno, en la que todos los accionistas familiares comparten una misma cultura familiar y empresarial y una misma visión.

La gran mayoría de las Famiempresa de nuestro país son 100% propiedad de la familia. Pero es tan Famiempresa aquella en la que la mayoría de los empleados son familiares, como aquella en la que sólo lo son los directivos o gerentes, o aquella en la que la familia tiene una participación de control y domina el consejo de administración con vocación de permanencia y liderazgo en el caso de empresas cotizadas en bolsa.

En el hecho que sean Famiempresas radica precisamente una de sus debilidades, ya que frecuentemente les falta la visión de compartir la propiedad con socios que puedan aportar músculo financiero, experiencia en internacionalización perdiéndose oportunidades de crear una empresa más sólida, capaz de alcanzar la dimensión que les permita ser competitivas en un entorno global. La mayoría de los miembros de las famiempresas prefieren tener el 10% de una tienda que el 1% de una multinacional.

En esta investigación se analizarán las ventajas y desventajas de las Famiempresas en Colombia, los aspectos relacionadas con las mismas como su origen, evolución, marco legal y soporte contable; con ello pretendemos describir una situación aplicada a la realidad de nuestro país, con consecuencias económicas de envergadura, dada la gran cantidad de Famiempresas que existen en la actualidad.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las Famiempresas están constituidas por dos o mas socios, miembros de una misma familia que se reúnen para lograr un objetivo y un bien común. Pueden ser micro, mediana y macro empresas, dándose un alto porcentaje de famiempresas en el primer nivel, micro.

Este tipo de empresas manejan una dinámica diferente a las demás empresas existentes, en el aspecto administrativo, consistente en la organización, ya que en las famiempresas suele dividirse por cargos específicos donde todos los miembros además de tener voz y voto se inmiscuyen entre sí en los demás cargos. Por el contrario en las otras empresas la decisión tomada, válida y única la tiene cada jefe del departamento que le corresponda.

Como cualquier otra empresa, debe tener su actividad económica organizada, como unidad; en lo referente a la contabilidad de las famiempresas, no varía en el manejo que se le da a la misma: identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar las operaciones de un ente económico en forma clara, completa, fidedigna justificando los hechos económicos; sino en cada tipo de sociedad según el régimen simplificado o común en que se encuentre la famiempresa.

### **1.1. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.**

En el transcurso del trabajo se describirá la situación actual de las famiempresas en Colombia, la ventaja y desventaja de esta figura empresarial, los índices de crecimiento que presenta en nuestro país y la incidencia de su estructura en la economía nacional.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿CUALES SON LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE PRESENTA LA FIGURA DE LA FAMIEMPRESA EN COLOMBIA?

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. OBJETIVO GENERAL.

Estudiar la Famiempresa en Colombia, analizando a profundidad las ventajas y desventajas que esta figura empresarial posee, los aspectos que la conforman y su incidencia en la economía nacional.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- ✚ Definir Famiempresa a la luz de la legislación colombiana.
  
- ✚ Describir la evolución que ha tenido la figura desde su creación, determinando las ventajas y desventajas que presenta en relación con otro tipo de asociaciones.
  
- ✚ Conocer el soporte legal de las Famiempresas.
  
- ✚ Estudiar el régimen contable de las Famiempresas.
  
- ✚ Analizar la incidencia que tienen las Famiempresas en la economía nacional.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Las microempresas familiares, también conocidas como famiempresas, son aquellas en las que la mano de obra es aportada por los miembros de la familia.

Este proceso, según varios economistas, es definido como una acción de emprendimiento permanente que tiene como principal objetivo la subsistencia familiar<sup>1</sup>.

Si se trata de buscar una definición, *“las empresas familiares son aquellas compañías en las cuales una o varias familias de la misma fuente genealógica, disfrutan de su control accionario y el manejo administrativo de la misma”*<sup>2</sup>.

El concepto de Empresa Familiar suele asociarse con el de Pequeñas Empresas, aunque esto no sea del todo cierto; pero se consideran integrantes de la organización de Pequeñas y Medianas Empresas porque tienen los mismos problemas y padecimientos de las Pymes<sup>3</sup>.

En Colombia el modelo de famiempresas es una de las principales fuentes de creación de empresas. Si bien la subsistencia de las mismas puede resultar difícil, varias han traspasado las fronteras con éxito, debido a ventajas tales como la simplificación y velocidad de sus procesos por la confianza y el acuerdo entre los socios.

Según las investigaciones realizadas por la Superintendencia de Sociedades, el 68 por ciento de las empresas colombianas tienen origen familiar.

---

<sup>1</sup> Revista Portafolio. Edición marzo 2008. Las Famiempresas en Colombia.

<sup>2</sup> Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)

<sup>3</sup> Simposio Nacional de Negocios Familiares de Fenalco en 2006. Conclusiones.

Discriminadas por ciudades, las cifras indican que en Cali el 86 por ciento de las empresas son familiares, en Medellín el 65 por ciento y en Bogotá y Barranquilla el 79.9 por ciento<sup>4</sup>.

En el año 2001 en el país existían 8.930 organizaciones empresariales, de las que 6.054 eran famiempresas.

---

<sup>4</sup> FENALCO. Informe Anual 2007.

## 4. MARCO REFERENCIAL

### 4.1. MARCO CONCEPTUAL.

**FAMIEMPRESA:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

**ACTUAR:** es una asociación líder en el campo de la promoción de Famiempresas en Colombia. Surgió en el año 1982 por la iniciativa de un grupo de empresarios de Medellín preocupados por la progresiva degradación de las condiciones de vida de miles de familias de la región.

### 4.2. MARCO HISTORICO.

#### 4.2.1. LAS FAMIEMPRESAS EN EL MUNDO.

Si se hiciera una comparación macroeconómica, las empresas familiares representan alrededor del 80 por ciento del total de empresas, el 65 por ciento del empleo y el 60 por ciento del PIB.

En la Unión Europea el 60 por ciento de las empresas que jalonan la economía son famiempresas, esto equivale a decir que son más de 17 millones de compañías que emplean a más de 100 millones de personas.

En Estados Unidos, por su parte, estas empresas aportan entre el 40 y el 60 por ciento del PIB y emplean, aproximadamente, al 50 por ciento de la población.

En Gran Bretaña, de las 8 mil compañías más grandes, el 76 por ciento son empresas familiares.

### **4.3. MARCO TEORICO.**

#### **4.3.1. PROMOTORES DE LA FAMIEMPRESA EN COLOMBIA.**

Actuar es una asociación líder en el campo de la promoción de microempresas en Colombia. Surgió en el año 1982 por la iniciativa de un grupo de empresarios de Medellín preocupados por la progresiva degradación de las condiciones de vida de miles de familias de la región.

Frente al paro y a la pobreza extrema, los responsables de esta organización proponen una respuesta concreta a los problemas económicos y sociales de la mayoría de los colombianos.

Ofrece crédito, formación y asistencia técnica. Para ellos la famiempresa es una pequeña entidad de producción, comercial o de servicios que tiene por objetivo desarrollar el núcleo familiar generando empleo para sus miembros y aumentando sus ingresos.

Un gran número de estas famiempresas son gestionadas por mujeres, que a menudo garantizan la mayor parte de los ingresos familiares.

#### **4.3.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FAMIEMPRESA.**

La famiempresa presenta ventajas como vehículo de inclusión para las familias de bajos ingresos: al ser una estructura que ya existe, no tiene costo de creación; se basa en la confianza, por lo que sus costos de control y supervisión son muy bajos; la integración al esquema de trabajo es gradual y se realiza en base a las habilidades de cada uno, por lo cual la capacitación y la selección de personal se realizan de forma natural, a un costo mínimo.

Otra ventaja es que apenas requiere de capital financiero, ya que su principal capital es la capacidad de trabajo de los miembros de la familia, lo que también les permite utilizar el excedente de su principal recurso, la mano de obra. Todo esto se traduce en costos fijos muy bajos, lo cual le da gran flexibilidad a la famiempresa.

En este sistema de trabajo todos los integrantes son propietarios de la unidad productiva cuya retribución está en función de los resultados obtenidos, un sistema ideal para actividades que no pueden sujetarse a jornadas laborales tradicionales, que además ocasiona una apropiación absoluta de la causa común debido a que existe una relación directa entre el esfuerzo realizado y el beneficio obtenido.

La Famiempresa tiene desventajas también, básicamente su tamaño. Es pequeña, compra poco y caro, vende poco y barato; compra sus insumos al último eslabón de la cadena de comercialización con el mayor valor agregado y vende sus productos al primer eslabón generalmente sin ningún valor agregado.

#### **4.3.3. REGIMEN CONTABLE PARA LAS FAMIEMPRESAS A PARTIR DEL 2008.**

Con el objetivo de facilitar la gestión contable de las famiempresas del país, el Gobierno Nacional redujo los estados financieros básicos que deben llevar y presentar estas entidades ante los organismos de control.

De acuerdo con el Decreto 1879 del 29 de mayo de 2008, estas compañías sólo estarán obligadas a llevar:

-  Balance General
-  Estado de resultados
-  Estado de inventarios

La anterior reglamentación les exigía, además de las anteriores, la presentación del estado de cambios en la situación financiera y el estado de flujos de efectivo, entre otros.

El Decreto establece además modificaciones en los libros de contabilidad obligados a llevar por parte de estas compañías. Uno de los cambios fue la unificación del libro diario y el de mayor y balances en uno solo.

De esta manera, las empresas ya no tendrán que registrar las operaciones económicas de manera diaria, como se venía exigiendo, sino que podrán hacerlo mensualmente, obviamente resumiendo toda la actividad realizada durante ese lapso de tiempo (movimientos débito, crédito y sus saldos).

Así mismo el Decreto estableció que estas empresas deben llevar los libros necesarios para:

- ✚ Determinar la propiedad del ente, el movimiento de los aportes de capital y las restricciones que pesen sobre ellos.
- ✚ Dejar constancia de las decisiones adoptadas por los órganos colegiados de dirección, administración y control del ente económico.
- ✚ Crear mecanismo para conocer las transacciones individuales, cuando estas se registren en los libros de resumen en forma global.
- ✚ Conocer los códigos o símbolos utilizados para describir las transacciones, con indicación de las adiciones, modificaciones, sustituciones o cancelaciones que se hagan de unas y otras.
- ✚ La normatividad exige además llevar los libros auxiliares necesarios para entender los principales, entre ellos, el libro de caja, el libro de bancos y el libro de cuentas por cobrar, entre otros.

Pese a que la nueva reglamentación busca simplificar y facilitar la gestión de estas compañías, no todos están de acuerdo en que esto sea efectivo, para Baker Tilly Internacional<sup>5</sup>, el gran problema radica en que la reglamentación contable que rige en el país está diseñada a la medida de la actividad de las empresas más grandes, ignorando por completo la complejidad de las pequeñas.

#### **4.3.4. ESTRATEGIAS PARA LAS FAMIEMPRESAS**

No basta con inyectar capital, ni con saber interpretar los informes financieros. Los propietarios de empresas familiares deben agregar valor a las organizaciones y cultivar la visión de largo plazo.

En las Famiempresas, lo mejor es que los dueños fundadores le enseñen a sus hijos a ser buenos propietarios y no buenos gerentes<sup>6</sup>.

Existen varias clases de propietarios. Los hay pasivos que prestan poca o nula atención al negocio de la familia, bien sea porque viven en el exterior o porque no les interesa; hay propietarios inversionistas a los que no les interesa la familia sino el rendimiento de su dinero, tienen visión de corto plazo y no les interesa el futuro de la organización.

Sin embargo, existen famiempresas donde sus propietarios activos, aunque no trabajan en la organización están pendientes del negocio todo el tiempo, participando en la asamblea de accionistas de forma activa, aportan sus conocimientos para enriquecer la estrategia de la organización y son accionistas

---

<sup>5</sup> Mysionpyme.com. Artículo publicado el 30 de agosto de 2008 titulado “Nuevo Régimen contable para Micros”.

<sup>6</sup> Gonzalo Gómez Betancurt, consultor de empresas del Inalde.

de capital paciente, es decir, no tienen afán desmesurado por el crecimiento de su dinero.

A los herederos de estos negocios familiares, es menester instruirlos sobre como funciona el negocio, quienes son los clientes, el mercado, los proveedores, lo ideal es que se realicen anualmente cuatro asambleas de accionistas, con el fin de conocer mejor al gerente de la compañía, al equipo directivo, los valores y principios de la organización.

El propietario activo de una empresa familiar debe tener una visión compartida de la compañía. Puesto que la famiempresa no es solo para el beneficio del fundador sino para el de las generaciones venideras, para las que debe hacerse crecer y preservarse.

Una clara línea de mando, es importante en las empresas de familia. Cuando no existe una sucesión programada con el tiempo suficiente, ante el fallecimiento inesperado del propietario fundador es muy probable que se presenten conflictos entre los hijos.

#### **4.3.5. ERRORES EN LAS FAMIEMPRESAS.**

- Esto no es mío: ese pensamiento se debe erradicar de la cabeza de los hijos. Los padres deben hacer que sus hijos sientan a la empresa como suya, pero con el sentido de visión compartida.
- Pensar que los propietarios están para conseguir clientes para la organización: el propietario está para aportar a la visión estratégica del negocio, y no para actividades como esta, que le corresponden al gerente y a las personas que trabajan para la empresa.

- Tomar decisiones con el corazón. Algunos propietarios se resisten a vender parcial o totalmente una organización, así esté dando pérdidas porque ese es el legado familiar y la idea los aterroriza. Esto es grave error en términos financieros.
- La confianza o el desconocimiento: el hecho de no saber leer los informes financieros y confiar en lo que explican de ellos los otros socios.
- No repartir dividendos: esto se presta para que uno de los propietarios que no consigue trabajo por fuera de la organización reclame el derecho de trabajar en ella, así no tenga las competencias para hacerlo. Lo mejor es que los socios reciban sus dividendos de forma periódica.
- Conflicto de intereses: cuando los socios montan negocios propios vinculados al de la familia. Lo mejor es que en los estatutos de la empresa y en el código de buen gobierno se deje claro qué es permitido y qué no.
- Atrapar a los accionistas en la propiedad: no se puede obligar a nadie a que forme parte de un grupo en el que no se siente a gusto. Lo mejor es que se le de la opción a los socios de la empresa familiar, de vender su parte cuando así lo quieran.

#### **4.3.6. DESAFIOS DE LAS FAMIEMPRESAS.**

Multiplicidad o dualidad de mando que hace que todos los miembros quieran tomar decisiones debido a que no es posible ver al gerente como una autoridad.

Dificultades para comunicar las fallas al empleado-pariente e inconvenientes.

Inconvenientes en la aplicación de evaluaciones de desempeño para corregir fallas haciendo que finalmente el trabajo se convierta en una amenaza para la

armonía familiar.

#### **4.3.7. VENTAJAS.**

Seguridad de una mayor confianza y transparencia en el manejo del negocio, una mayor adaptación al medio.

Mayor velocidad en la toma de decisiones y de ejecución.

Son una alternativa valiosa en generación de empleo.

En razón a estos beneficios y a su importante participación en la conformación empresarial colombiana se hace necesario fortalecerlas.

Es frecuente encontrar que a pesar de su amplia experiencia los fundadores suelen carecer de conocimiento y herramientas para responder a estas situaciones. Algunas recomendaciones para superar esta debilidad son:

- Inicialmente darle un manejo pertinente al negocio como el que se le daría a cualquier tipo de proyecto, esto es, identificar una oportunidad y a partir de ello bosquejar una idea de negocio con valor para la sociedad y el mercado, posteriormente crear un perfil de negocio, identificar fuentes de financiamiento y acompañar lo anterior de un “protocolo familiar” y de la definición explícita de la Sociedad de Familia. El protocolo familiar es un acuerdo para establecer límites entre los problemas y situaciones de carácter familiar y los problemas y situaciones de carácter empresarial.
- Constituir un consejo de familia, el cual por lo general se deriva de la elaboración del protocolo de familia. Este consejo se asemeja a las juntas de empresas y cuenta con un presidente de familia quien es la última instancia en la definición de los asuntos.

- Definir con claridad cual es el propósito general que da sentido a la empresa: ¿Ser fuente de ingresos?, ¿Generar empleo para los familiares? O, ¿ Es una inversión económica familiar?. A partir de ello se podrá orientar y dirigir más apropiadamente la empresa.
- A medida que crece la empresa la familia también lo hace; por ello es importante definir muy bien las reglas y políticas de vinculación de parientes, cadenas de mando y convivencia para separar adecuadamente las relaciones de empresa de las relaciones de familia.
- Garantizar claridad para cada cargo en cuanto a definición, autonomía, metas de desempeño y responsabilidades evitando de esta forma conflictos.
- Profesionalizar la gestión de la empresa familiar. Resulta valioso crear espacios de discusión y decisión empresarial en donde participen además de los miembros familiares, profesionales externos que no tengan vínculos afectivos ni emocionales que aporten estratégica y objetivamente a la empresa.

Lo más importante entonces, es tener claro que los roles de familia y de trabajo deben diferenciarse y que los asuntos de negocio deben resolverse con profesionalismo y de esta forma generar crecimiento para la empresa y beneficios en términos de patrimonio para la familia y aporte valioso a la competitividad empresarial colombiana.

#### **4.3.8. FALENCIAS EN EL SISTEMA CONTABLE DE LAS FAMIEMPRESAS.**

- ✚ No se encuentran registradas en las Cámaras de Comercio.
- ✚ No tienen Registro Único Tributario.
- ✚ No llevan libros de contabilidad.
- ✚ No llevan libros mayores.
- ✚ No llevan libros auxiliares.

#### **4.4. MARCO LEGAL.**

##### **LEY 590 DE 2000.**

Contiene 46 artículos, su objeto es promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

En su numeral segundo aclara: *“para todos los efectos, se entiende por micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias e industriales”*.

##### **LEY 1151 DEL 24 DE JULIO DE 2007.**

Por el cual se expidió el Plan de Desarrollo 2006 – 2010, modificó a través de su artículo 178 el numeral segundo de la Ley 590 incluyendo las Famiempresas.

**DECRETO 1879 DEL 29 DE MAYO DE 2008.**

Redujo las obligaciones contables de las Famiempresas. Tiene Ocho artículos. A través de este decreto se reglamentó la Ley 232 de 1995 (Ley Antitrámites), el artículo 27 de la Ley 962 de 2.005 (Racionalización de Trámites) y los artículos 46, 47y 38 del Decreto Ley 2150 de 1.995 (por medio del cual se suprimen trámites innecesarios).

## 5. DISEÑO MÉTODOLÓGICO

### 5.1. HIPOTESIS Y VARIABLES.

#### 5.1.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Describir la situación de las Famiempresas en Colombia.</p>	<p>Determinar cuáles son las ventajas, desventajas y sistema contable de las Famiempresas</p>	<p>Explorar la evolución que ha tenido la Famiempresa en nuestro país.</p>	<p>Incidencia de las Famiempresas en el P.I.B.</p>
<p>Conocer el Marco Legal de las Famiempresas</p>		<p>Ilustrar sobre los gravámenes tributarios y las exenciones de las Famiempresas</p>	<p>Porcentaje de la Población colombiana que está incluido en una Famiempresa</p>
<p>Explicar el Régimen Contable de las Famiempresas</p>			

### 5.1.2. HIPOTESIS DE INVESTIGACION

Las Famiempresas en Colombia, ocupan un renglón importante en la economía nacional y en el P.I.B.

### 5.1.3. HIPOTESIS DE TRABAJO.

- ✚ Las Famiempresas son una figura asociativa empresarial de amplia aceptación en Colombia.
  
- ✚ Las Famiempresas inciden de manera significativa en la economía nacional.

## 5.2. TIPO DE INVESTIGACION.

La presente investigación se enmarca en un tipo de estudio **DESCRIPTIVO** cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, y el cual identifica características del universo investigado (Las Famiempresas), establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

## 5.3. METODO, TECNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

En la investigación utilizaremos el método **ANALITICO**, que es aquel que busca a través de la observación de la realidad imperante y la recolección de datos sobre la situación en estudio, inferir un enunciado válido.

## 5.4. UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población objetivo que hace parte de la siguiente información, es un conjunto de entes empresariales organizados en forma de Famiempresas.

### 5.4.1. MUESTRA

#### 5.4.1.1. JUSTIFICACIÓN ESTADÍSTICA DE LA MUESTRA

Para seleccionar la muestra representativa de la población objetivo se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \text{ en donde}$$

**N** = Población Objetivo

**n** = Tamaño de la muestra

**e** = error maestro entre (0.1 y 0.05)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{300.000}{1 + 300.000(0.1)^2} = 100$$

De la muestra, se tomó el 10% y se aplicó encuestas con preguntas de tipo cerrado a 10 Famiempresas ubicadas en la costa Caribe.

El resultado de estas encuestas, fue tabulado en un análisis de resultados, anexo a la investigación.

## 6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

<b>ACTIVIDADES PROGRAMADAS</b>	<b>AGO 2008</b>	<b>SEPT 2008</b>	<b>OCT 2008</b>	<b>NOV 2008</b>	<b>DIC 2008</b>
Elección de Título.					
Recabar Información.					
Tutorías metodológicas y temáticas.					
Entrega del Anteproyecto.					
Entrega del Informe Final.					
Sustentación del Proyecto ante jurado.					

**7. PRESUPUESTO.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Papelería, Compra de CDs.	50.000
Digitación y Anillado.	60.000
Servicio de Internet.	40.000
Viáticos.	30.000
Varios.	20.000
<b>TOTAL</b>	<b>200.000</b>

## **CAPITULO 1.**

### **FAMIEMPRESAS EN COLOMBIA**

Las famiempresas se suelen consolidar alrededor de relaciones familiares y su propósito es la subsistencia, un indicio de ello es que la mayoría de los trabajadores familiares sin remuneración trabajan en famiempresas, entre el 80% y el 90% durante el período de estudio; el resto trabaja en microempresas.

En las famiempresas las relaciones laborales, de orden familiar, no son de tipo salarial y están reguladas por el jefe de hogar.

Estas relaciones son más modernas en las microempresas. Con respecto a las de menor tamaño de planta, aumentan las relaciones salariales y disminuyen las familiares, pero manejan escalas aún pequeñas y no alcanzan altos niveles de productividad.

No obstante, se encuentran a medio camino entre la lógica de la subsistencia y la lógica de la acumulación.

Las microempresas familiares, también conocidas como Famiempresas, son aquellas en las que la mano de obra es aportada por los miembros de la familia.

Este proceso, es definido por los economistas como una acción de emprendimiento permanente que tiene como principal objetivo la subsistencia familiar, el bienestar colectivo de una familia.

Fenalco, por su parte define las Famiempresas como aquellas compañías en las cuales una o varias familias de la misma fuente genealógica, disfrutan de su control accionario y el manejo administrativo de la misma.

La utilización de frases como: *“la empresa familiar”, “la famiempresa”, “la microempresa”, “la pequeña empresa”, “las empresas Pyme”, las empresas Mipyme”* o *“la gran empresa”*, hacen referencia a empresas con características peculiares y que muchas veces dan lugar a confusiones para los análisis e investigaciones referentes al tema; cada país tiene acuñadas sus definiciones propias, con similitudes genéricas con otros.

La importancia de estas empresas en la economía del país es innegable, por lo que se precisa individualizarlas para brindarles acompañamiento formativo y el apoyo económico estatal.

A pesar de que las Famiempresas se asocian con Pequeñas empresas, esto no siempre es así, para ejemplo tenemos el Diario El Tiempo, propiedad de la Familia Santos, el cual es una de las grandes empresas del país. Sin embargo, bien es cierto que es mas común encontrar Famiempresas – microempresas.

En Colombia, este modelo empresarial ha resultado fuente de creación de empresas, algunas logran subsistir, otras desaparecen prontamente y algunas sorprenden traspasando fronteras.

Parece que en el debido aprovechamiento de las ventajas de las Famiempresas reside el éxito de las mismas. Comparándola con otro tipo de empresas encontramos que la simplicidad y velocidad de sus procesos, la confianza y el acuerdo entre los socios, resultan ser su gran ventaja.

Al identificar el criterio principal que según la Superintendencia de Sociedades, caracteriza esta define una empresa familiar como *“aquella en la cual los miembros de una misma familia deben poseer más del 50% del capital”*; representan el 70% de las empresas, donde solo 30% sobreviven a la segunda generación y menos del 10% pasan a la tercera generación<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Gaitán y Castro, 2001.

La razón de que las empresas familiares desaparecen fácilmente o la familia pierde el control en la primera generación es uno de los cuestionamientos que siempre se hace, quizás la explicación más simple es que ello ocurre cuando las relaciones entre los miembros de la familia y la empresa no están adecuadamente equilibradas.

De modo que el problema radica en no poder comprender que empresa y familia son sistemas diferentes, con objetivos y formas de operar distintos, lo cual se convierte en el principal origen del desequilibrio en la relación familia–empresa.

Esto lleva a confundir la propiedad con la capacidad de dirección, las relaciones comerciales con las afectivas, el flujo de caja del negocio con el personal, etc.; todas estas confusiones terminan restando competitividad al negocio familiar.

Estadísticamente, la participación de las Famiempresas en la economía nacional, es significativa ya que el 70% de las empresas existentes son famiempresas; discriminadas por ciudades, las cifras indican que en Cali el 86 por ciento de las empresas son familiares, en Medellín el 65 por ciento y en Bogotá y Barranquilla el 79.9 por ciento.

Estas empresas son iniciativa de un socio fundador que involucra a otros miembros de su familia en su idea, incluso en ocasiones, estos socios son sus hijos menores de edad, los cuales se ven obligados a constituirse en parte de la microempresa, como medio de subsistencia dentro de la familia.

Pero esa idea, ese producto o servicio, muchas veces no basta, el padre, madre o socio fundador con visión de futuro, ambición y carácter empresarial buscará por todos los medios capacitarse, ampliarse, expandirse, fusionarse, así sea de manera rudimentaria.

Lo que lo anima a ello, es observar las ventajas de ser su propio jefe, disfrutar los ingresos que obtiene por su empresa, tomar decisiones, etc. Es así como puede proyectarse la Famiempresa.

En cuanto al futuro de la Famiempresa, depende enteramente de la capacitación y el entusiasmo con que asuman los herederos la labor empresarial, las cifras indican que en la tercera generación por lo general desaparecen las pequeñas Famiempresas, hecho que puede deberse a la ampliación del núcleo familiar que ya no involucraría padre e hijos o hermanos sino primos y parientes civiles como cuñados o yernos. Comúnmente, la mezcla de afectos familiares y necesidades profesionales de la organización, se convierte en un lastre del crecimiento.

La Famiempresa es el pilar fundamental de vertebración socioeconómica en nuestro país: tiene un profundo arraigo en el territorio al que pertenecen, son de capital paciente y visión a largo plazo, y suelen tener de forma natural una tendencia a ser proactivas en la responsabilidad social corporativa: no es infrecuente que actividades culturales, lúdicas o deportivas propias del municipio estén, desde hace ya muchísimos años, patrocinadas por las principales empresas familiares locales, así mismo la gente habla de los dueños de ciertas empresas de larga data, con familiaridad.

## **CAPITULO 2.**

### **EVOLUCION DE LAS FAMIEMPRESAS**

Si la unidad fundamental económica es el agente o individuo, su agregado más próximo, la familia, es pieza clave, una ficha importante en el mundo mercantil por su actividad productiva y de consumo. Al referirse concretamente a las famiempresas, esta palabra encierra no solo el valor económico de una empresa sino una concepción de quienes lo conforman.

Las Famiempresas siempre han existido, las personas recurren a sus parientes más próximos, en aras de utilizar esos lazos para comprar, vender, producir o asociarse; sin embargo la palabra es usada hace relativamente poco.

En esta investigación, analizamos las Famiempresas a la luz de la nueva legislación que las contempla y que erróneamente las asimila a una pequeña empresa, es decir, para el gobierno, las Famiempresas que necesitan su apoyo, son aquellas impulsadas en pequeños mercados, donde todos los miembros de un mismo grupo familiar colaboran en la producción o venta de un bien o servicio.

Esta consideración, se logró en base a las estadísticas, que muestran la importancia de las Famiempresas de ese tipo en Colombia y en nuestra economía. Si se hiciera una comparación macroeconómica, las empresas familiares representan alrededor del 80 por ciento del total de empresas, el 65 por ciento del empleo y el 60 por ciento del PIB.

Caso similar se ve en otros países, en la Unión Europea el 60 por ciento de las empresas que jalonan la economía son famiempresas, esto equivale a decir que son más de 17 millones de compañías que emplean a más de 100 millones de personas.

En Estados Unidos, por su parte, estas empresas aportan entre el 40 y el 60 por ciento del PIB y emplean, aproximadamente, al 50 por ciento de la población.

En Gran Bretaña, de las 8 mil compañías más grandes, el 76 por ciento son empresas familiares.

Según las investigaciones realizadas por la Superintendencia de Sociedades, el 68 por ciento de las empresas colombianas tienen origen familiar.

En el año 2001 en el país existían 8.930 organizaciones empresariales, de las que 6.054 eran famiempresas.

La gran mayoría de las Famiempresas de nuestro país son 100% propiedad de la familia. Pero es tan Famiempresas aquella en la que la mayoría de los empleados son familiares, como aquella en la que sólo lo son los directivos o gerentes, o aquella en la que la familia tiene una participación de control y domina el consejo de administración con vocación de permanencia y liderazgo en el caso de empresas cotizadas en bolsa.

### **CAPITULO 3.**

#### **VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FAMIEMPRESA EN RELACION CON OTRO TIPO DE ASOCIACIONES**

##### **3.1. VENTAJAS DE LAS FAMIEMPRESAS.**

Ante los demás tipos de empresas gozan de beneficios tales como la confianza y la búsqueda de un bienestar común, aunado por lazos de sangre y parentesco, cultura compartida.

1. Es vehículo de inclusión para las familias de bajos ingresos: al ser una estructura que ya existe, no tiene costo de creación.
2. Se basa en la confianza, por lo que sus costos de control y supervisión son muy bajos.
3. La integración al esquema de trabajo es gradual y se realiza en base a las habilidades de cada uno, por lo cual la capacitación y la selección de personal se realizan de forma natural, a un costo mínimo.
4. Apenas requiere de capital financiero, ya que su principal capital es la capacidad de trabajo de los miembros de la familia, lo que también les permite utilizar el excedente de su principal recurso, la mano de obra. Todo esto se traduce en costos fijos muy bajos, lo cual le da gran flexibilidad a la famiempresa.
5. En este sistema de trabajo todos los integrantes son propietarios de la unidad productiva cuya retribución está en función de los resultados obtenidos, un sistema ideal para actividades que no pueden sujetarse a jornadas laborales tradicionales, que además ocasiona una apropiación absoluta de la causa común debido a que existe una relación directa entre el esfuerzo realizado y el beneficio obtenido.

6. Seguridad de una mayor confianza y transparencia en el manejo del negocio, una mayor adaptación al medio.
7. Mayor velocidad en la toma de decisiones y de ejecución.
8. Son una alternativa valiosa en generación de empleo.

En razón a estos beneficios y a su importante participación en la conformación empresarial colombiana se hace necesario fortalecerlas.

### **3.2. DESVENTAJAS DE LAS FAMIEMPRESAS.**

Su ventaja principal puede volverse en contra cuando incurren en errores administrativos o gerenciales o cuando se limitan de alguna manera.

1. Les falta la visión de compartir la propiedad con socios que puedan aportar músculo financiero, experiencia en internacionalización perdiéndose oportunidades de crear una empresa más sólida, capaz de alcanzar la dimensión que les permita ser competitivas en un entorno global. La mayoría de los miembros de las famiempresas prefieren tener el 10% de una tienda que el 1% de una multinacional.
2. Si es una Famiempresa pequeña, compra poco y caro, vende poco y barato; compra sus insumos al último eslabón de la cadena de comercialización con el mayor valor agregado y vende sus productos al primer eslabón generalmente sin ningún valor agregado.
3. Cometer errores tales como tomar decisiones emocionales, obligar a los socios a permanecer como tales, no compartir las ganancias a la espera de la herencia etc.

4. Multiplicidad o dualidad de mando que hace que todos los miembros quieran tomar decisiones debido a que no es posible ver al gerente como una autoridad.
5. Dificultad para comunicar las fallas al empleado-pariente.
6. Inconveniente en la aplicación de evaluaciones de desempeño para corregir fallas haciendo que finalmente el trabajo se convierta en una amenaza para la armonía familiar.

## **CAPITULO 4.**

### **FALENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LAS FAMIEMPRESAS**

No basta con inyectar capital, ni con saber interpretar los informes financieros. Los propietarios de empresas familiares deben agregar valor a las organizaciones y cultivar la visión de largo plazo. Lo ideal sería enseñar a los herederos naturales (hijos) a ser buenos propietarios antes que buenos gerentes.

Existen varias clases de propietarios. Los hay pasivos que prestan poca o nula atención al negocio de la familia, bien sea porque viven en el exterior o porque no les interesa; hay propietarios inversionistas a los que no les interesa la familia sino el rendimiento de su dinero, tienen visión de corto plazo y no les interesa el futuro de la organización.

Sin embargo, existen famiempresas donde sus propietarios activos, aunque no trabajan en la organización están pendientes del negocio todo el tiempo, participando en la asamblea de accionistas de forma activa, aportan sus conocimientos para enriquecer la estrategia de la organización y son accionistas de capital paciente, es decir, no tienen afán desmesurado por el crecimiento de su dinero.

A los herederos de estos negocios familiares, es menester instruirlos sobre como funciona el negocio, quienes son los clientes, el mercado, los proveedores, lo ideal es que se realicen anualmente cuatro asambleas de accionistas, con el fin de conocer mejor al gerente de la compañía, al equipo directivo, los valores y principios de la organización.

El propietario activo de una empresa familiar debe tener una visión compartida de la compañía. Puesto que la famiempresa no es solo para el beneficio del fundador

sino para el de las generaciones venideras, para las que debe hacerse crecer y preservarse.

Una clara línea de mando, es importante en las empresas de familia. Cuando no existe una sucesión programada con el tiempo suficiente, ante el fallecimiento inesperado del propietario fundador es muy probable que se presenten conflictos entre los hijos.

Dentro de este contexto, las Famiempresas se caracterizan, en muchos casos, por su informalidad al no estar registradas en las cámaras de comercio, no llevar libros de contabilidad, no pagar impuestos ni hacer aportes parafiscales.

Hace algunos años, FUNDES, una organización que promueve el desarrollo competitivo de la Pyme en América Latina, realizó una investigación denominada la Realidad de la Pyme Colombiana, y dentro del proceso investigativo y de análisis que se realizó, se mostró que los principales obstáculos para el desarrollo de estas empresas, según la percepción de los empresarios, son en orden de importancia la situación económica del país, el acceso al financiamiento, el sistema tributario, el acceso al mercado interno, y el apoyo y el funcionamiento del estado.

En esta misma línea de investigación, en el año la Universidad Sergio Arboleda realizó otro estudio titulado Situación y necesidades de la empresa, donde expresa que en Colombia se estima que existen más de un millón de Mipymes que contribuyen a la producción nacional, con una cifra superior al 50% y generan más del 70% del empleo, en los sectores de industria, comercio y servicios; del total, 700.000 son informales, es decir, no registradas y 300.000 son formales, o sea registradas. De las registradas, 75% son microempresas, 24% Pymes y 1% gran empresa.

La poca claridad que se tiene actualmente en Colombia sobre el número real de Famiempresas, hace que estas operen en la ilegalidad aunque brinden empleo y contribuyan al PIB.

#### **4.1. ERRORES FRECUENTES EN LAS FAMIEMPRESAS.**

1. Se debe erradicar el pensamiento de los herederos de que esa empresa o negocio no es suya. Los padres o fundadores deben hacer que sus hijos o herederos, sientan a la empresa como suya, pero con el sentido de visión compartida.
2. Otra creencia errónea es pensar que los propietarios están para conseguir clientes para la organización, cuando su función es para aportar a la visión estratégica del negocio, y no actividades que le corresponden al gerente y a las personas que trabajan para la empresa.
3. Tomar decisiones con el corazón. Algunos propietarios se resisten a vender parcial o totalmente una organización, así esté dando pérdidas porque ese es el legado familiar y la idea los aterroriza. Esto es grave error en términos financieros.
4. La confianza y el desconocimiento: el hecho de no saber leer los informes financieros y confiar en lo que explican de ellos los otros socios.
5. No repartir dividendos, lo que se presta para que uno de los propietarios que no consigue trabajo por fuera de la organización reclame el derecho de trabajar en ella, así no

tenga las competencias para hacerlo. Lo mejor es que los socios reciban sus dividendos de forma periódica.

6. Existe un conflicto de intereses cuando los socios de la Famiempresa montan negocios propios vinculados al de la familia. Lo mejor es que en los estatutos de la empresa y en el código de buen gobierno se deje claro qué es permitido y qué no.
7. Obligar a los accionistas a formar parte de un grupo en el que no se siente a gusto. Lo mejor es que se le de la opción a los socios de la empresa familiar, de vender su parte cuando así lo quieran.

## **CAPITULO 5.**

### **RECOMENDACIONES EN LA CREACION Y EL SOSTENIMIENTO DE LAS FAMIEMPRESAS**

Los fundadores suelen carecer de recursos administrativos y gerenciales para responder a las diferentes situaciones que se generan por las debilidades de las Famiempresas descritas en capítulos anteriores.

Es por ello que se hacen algunas recomendaciones que aunadas a la amplia experiencia empresarial de los fundadores les permitirán superar las crisis que se presenten.

- Se le debe dar un manejo pertinente al negocio como el que se le daría a cualquier tipo de proyecto, esto es, identificar una oportunidad y a partir de ello bosquejar una idea de negocio con valor para la sociedad y el mercado, posteriormente crear un perfil de negocio, identificar fuentes de financiamiento y acompañar lo anterior de un “protocolo familiar” y de la definición explícita de la Sociedad de Familia. El protocolo familiar es un acuerdo para establecer límites entre los problemas y situaciones de carácter familiar y los problemas y situaciones de carácter empresarial.
- Constituir un consejo de familia, el cual por lo general se deriva de la elaboración del protocolo de familia. Este consejo se asemeja a las juntas de empresas y cuenta con un presidente de familia quien es la última instancia en la definición de los asuntos.
- Definir con claridad cual es el propósito general que da sentido a la empresa: ¿Ser fuente de ingresos?, ¿Generar empleo para los familiares? O, ¿ Es una inversión económica familiar?. A partir de ello se podrá orientar y dirigir más apropiadamente la empresa.

- A medida que crece la empresa la familia también lo hace; por ello es importante definir muy bien las reglas y políticas de vinculación de parientes, cadenas de mando y convivencia para separar adecuadamente las relaciones de empresa de las relaciones de familia.
- Garantizar claridad para cada cargo en cuanto a definición, autonomía, metas de desempeño y responsabilidades evitando de esta forma conflictos.
- Profesionalizar la gestión de la empresa familiar. Resulta valioso crear espacios de discusión y decisión empresarial en donde participen además de los miembros familiares, profesionales externos que no tengan vínculos afectivos ni emocionales que aporten estratégica y objetivamente a la empresa.

El objetivo es aclarar los roles de familia y de trabajo, estos deben diferenciarse y los asuntos de negocio deben resolverse con profesionalismo generando crecimiento para la empresa y beneficios en términos patrimoniales para la familia y aporte valioso a la competitividad empresarial colombiana.

## **CAPITULO 6.**

### **SOPORTE CONTABLE Y LEGAL DE LAS FAMIEMPRESAS**

Con el objetivo de facilitar la gestión contable de las famiempresas del país, el Gobierno Nacional redujo los estados financieros básicos que deben llevar y presentar estas entidades ante los organismos de control.

De acuerdo con el Decreto 1879 del 29 de mayo de 2008, estas compañías sólo estarán obligadas a llevar:

-  Balance General
-  Estado de resultados
-  Estado de inventarios

La anterior reglamentación les exigía, además de las anteriores, la presentación del estado de cambios en la situación financiera y el estado de flujos de efectivo, entre otros.

El Decreto establece además modificaciones en los libros de contabilidad obligados a llevar por parte de estas compañías. Uno de los cambios fue la unificación del libro diario y el de mayor y balances en uno solo.

De esta manera, las empresas ya no tendrán que registrar las operaciones económicas de manera diaria, como se venía exigiendo, sino que podrán hacerlo mensualmente, obviamente resumiendo toda la actividad realizada durante ese lapso de tiempo (movimientos débito, crédito y sus saldos).

Así mismo el Decreto estableció que estas empresas deben llevar los libros necesarios para:

-  Determinar la propiedad del ente, el movimiento de los aportes de capital y las restricciones que pesen sobre ellos.

- ✚ Dejar constancia de las decisiones adoptadas por los órganos colegiados de dirección, administración y control del ente económico.
- ✚ Crear mecanismo para conocer las transacciones individuales, cuando estas se registren en los libros de resumen en forma global.
- ✚ Conocer los códigos o símbolos utilizados para describir las transacciones, con indicación de las adiciones, modificaciones, sustituciones o cancelaciones que se hagan de unas y otras.
- ✚ La normatividad exige además llevar los libros auxiliares necesarios para entender los principales, entre ellos, el libro de caja, el libro de bancos y el libro de cuentas por cobrar, entre otros.

Pese a que la nueva reglamentación busca simplificar y facilitar la gestión de estas compañías, no todos están de acuerdo en que esto sea efectivo, para Baker Tilly Internacional<sup>8</sup>, el gran problema radica en que la reglamentación contable que rige en el país está diseñada a la medida de la actividad de las empresas más grandes, ignorando por completo la complejidad de las pequeñas.

### **6.1. FALENCIAS EN EL SISTEMA CONTABLE DE LAS FAMIEMPRESAS.**

- ✚ No se encuentran registradas en las Cámaras de Comercio.
- ✚ No tienen Registro Único Tributario.
- ✚ No llevan libros de contabilidad.
- ✚ No llevan libros mayores.
- ✚ No llevan libros auxiliares.

---

<sup>8</sup> Mysionpyme.com. Artículo publicado el 30 de agosto de 2008 titulado “Nuevo Régimen contable para Micros”

## **6.2. MARCO LEGAL DE LAS FAMIEMPRESAS.**

Como Pyme se conocen en Colombia las micro, pequeñas y medianas empresas, incluidas las famiempresas, entendidas como toda unidad de explotación económica ejercida por persona natural o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana que cumpla por lo menos dos de las siguientes normas:

Mediana Empresa: Debe tener una planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores ó activos totales por valor entre cinco mil uno (5001) a treinta mil (30000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Pequeña Empresa: Debe contar con una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores ó activos fijos por un valor entre quinientos uno (501) y menos de (5000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Microempresa: Una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores ó activos totales sin contar la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

La anterior es la definición de PYME de acuerdo a la Ley 905 de 2004 que modifica la Ley 590 de 2000 y cuyo objetivo es la promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, creando mercados altamente competitivos, fomentando la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de Mipymes.

### **LEY 590 DE 2000.**

Contiene 46 artículos, su objeto es promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la

generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

En su numeral segundo aclara: *“para todos los efectos, se entiende por micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias e industriales”*.

#### **LEY 1151 DEL 24 DE JULIO DE 2007.**

Por el cual se expidió el Plan de Desarrollo 2006 – 2010, modificó a través de su artículo 178 el numeral segundo de la Ley 590 incluyendo las Famiempresas.

#### **DECRETO 1879 DEL 29 DE MAYO DE 2008.**

Redujo las obligaciones contables de las Famiempresas.

### **6.3. ENTIDADES QUE APOYAN A LAS FAMIEMPRESAS.**

Se requiere de entidades como:

- Fedesarrollo
- Dane
- Supersociedades
- Confecamaras
- Universidades que adelanten estudios y avancen en la detección de estas empresas y en el conocimiento más profundo de sus realidades.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una Famiempresa comparte un origen y un legado común donde la empresa se convierte en parte esencial de la identidad de sus miembros.

Existe entonces, un deseo y voluntad de continuidad que se manifiesta en la transmisión de la empresa y su cultura a través de las generaciones venideras.

Las posibilidades de continuidad de una famiempresa a lo largo de las generaciones en manos de los familiares descendientes del fundador dependen en gran medida de cómo sea la familia fundadora.

De igual manera, en su proyección interviene el nivel de información y formación que existe en el núcleo familiar sobre cuestiones tan diversas como la temática de la empresa familiar, las características, fortalezas, debilidades, retos, mejores prácticas de las empresas familiares y la propia empresa familiar ya que existen muchos miembros de Famiempresas que a parte del nombre y saber a qué se dedica, poca cosa más conocen de la misma.

Si se quiere que exista compromiso entre la empresa y familiares, accionistas y futuros accionistas debe tenerse perfecto conocimiento del mercado en el que opera, los principales competidores, las estrategias, los retos, la historia, los momentos difíciles que se han superado y las personas clave que colaboran para que la empresa siga adelante.

Se necesita trabajar en pos de convertir el grupo familiar en un equipo, un equipo con el correspondiente liderazgo, en el que cada miembro conozca a la perfección el rol que desempeña.

Esto es posible lograrlo con prácticas de comunicación, formación y transparencia adecuadas.

La denominación empresa familiar puede ser común a una empresa micro, pequeña, mediana o grande. De ahí la importancia de las empresas familiares en el mundo y los esfuerzos de los gobiernos para focalizar la intervención en ellas en pro de su consolidación y garantizar así la permanencia generacional.

El reto para la Famiempresa actual, es hacerla crecer y pasarla a la siguiente generación, trabajar en pos de convertir el grupo familiar en un equipo, con el correspondiente liderazgo, en el que cada miembro conozca a la perfección el rol que tiene y la influencia de dicho rol, con las herramientas y competencias necesarias para llevar a cabo su papel con excelencia.

## BIBLIOGRAFIA

- ✚ **FENALCO. Simposio Nacional de Negocios Familiares. Año 2.006.**  
Sección Conclusiones.
  
- ✚ **Revista Portafolio.** Edición marzo 2008. Las Famiempresas en Colombia.
  
- ✚ **FENALCO.** Informe Anual 2007.
  
- ✚ **RODRIGUEZ, ASTRID GENOVEVA.** La realidad de la PYME Colombiana.  
Primera Edición. Bogotá, Colombia. Editorial FUNDES Internacional. 2003.
  
- ✚ **CALA HEDERICH, Álvaro.** Situación y Necesidades de la pequeña y mediana empresa. Revista Civilizar. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá, Colombia. 2005.

## BIBLIOGRAFIA ON LINE

- ✚ Mysionpyme.com. Artículo publicado el 30 de agosto de 2008 titulado “Nuevo Régimen contable para Micros”
  
- ✚ [www.fundes.org](http://www.fundes.org). Fundación para el desarrollo competitivo de la Pyme en América Latina.
  
- ✚ [www.fedesarrollo.org](http://www.fedesarrollo.org). Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (Colombia).
  
- ✚ [www.supersociedades.org](http://www.supersociedades.org). Superintendencia de sociedades (Colombia).
  
- ✚ [www.elespectador.com.co](http://www.elespectador.com.co) Entrevista proporcionada por Gonzalo Gómez Betancurt, consultor de empresas de INALDE.
  
- ✚ [www.eluniversal.com.co](http://www.eluniversal.com.co)
  
- ✚ [www.actualicese.com.co](http://www.actualicese.com.co)
  
- ✚ [www.gerencie.gov.co](http://www.gerencie.gov.co)

**RESUMEN ANALITICO DE LA INVESTIGACION  
(R.A.I.)**

- 1. Tipo de Documento:** El documento es una Investigación de tipo Administrativo y Contable sobre las ventajas y desventajas de las Famiempresas.

**Título:** VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FAMIEMPRESAS EN COLOMBIA.

**Asesor:** Oswaldo Olave Amaya

**Autores:** Adis Acuña Mendoza, Mary Carmen Barrios, Sandra Fontalvo de Aguas y Silvana Palacio.

**Nombre Institución:** Universidad Simón Bolívar

**Área de Énfasis:** Metodología de la Investigación

**Número de Páginas:** 26 Páginas

**Cuadros o Figuras:** Ninguna

**Anexos:** Ninguno

## 2. Análisis

**Palabras o Concepto Clave:** Famiempresas, PYMES, Ventajas de las Pymes.

**Descripción del Contenido.** Contiene Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Diseño Metodológico, Conclusiones y Recomendaciones, Cronograma, Presupuesto y Referencias Bibliográficas. **Capítulos.** Se encuentra dividido en **SEIS** capítulos.

La Investigación consistió en realizar primero que todo un estudio descriptivo de la realidad de las Famiempresas.

Se analizó a la luz de la legislación contable que les es pertinente, el marco legal, los indicadores de Ventajas y Desventajas.

Al hacer este tipo de estudio se conocen las razones por las cuales los colombianos eligen crear Famiempresas, las razones por las cuales no se sostienen a lo largo de las generaciones venideras, cuales son los gravámenes y exenciones que posee su tipología especial.

**Fuentes de Información:** La Fuente que utilizamos es **SECUNDARIA**, textos de administración, revistas contables, diarios económicos, artículos de internet.

**Metodología:** Utilizamos el protocolo exigido por el asesor para el Diseño de un Informe de Investigación, planteando el problema a investigar, los objetivos, la justificación, la teoría que nos serviría de base y la propuesta como tal.

**Conclusiones:** Si bien la figura de las FAMIEMPRESAS es asimilada siempre a una microempresa, también existen Famiempresas que son Grandes Empresas como el Diario el Tiempo o los grupos antioqueños. Este tipo de asociación goza de ventajas indiscutibles como la confianza entre los socios y el deseo de progresar en aras de un bienestar colectivo, pero así mismo posee falencias como son el sobrevivir a las generaciones subsiguientes que no fueron fundadoras, el seguir los lineamientos contables y el trámite fiscal que conlleva cualquier empresa, requisitos que a veces son obviados, trayendo consecuencias económicas y jurídicas.

Para la Investigación contamos con información recabada en diferentes medios.

Los textos que se consultaron como referencia son libros de administración, de creación de empresa. En internet, se encontraron artículos de especialistas reconocidos en Gestión Empresarial quienes disertaron sobre este tema en algún momento con apreciaciones acertadas sobre el mismo, lo que de alguna manera influyó en el Diseño del Informe.

## RESUMEN

Podemos definir Famiempresa como aquella en la que la familia tiene el control accionario y de los órganos de gobierno, en la que todos los accionistas comparten una misma cultura y visión. Las Famiempresas generan el ochenta por ciento de los puestos de trabajo de nuestro país, pero sólo el setenta de ellas supera el tercer año de vida y el tres por ciento, llega a la tercera generación, debido a la falta de capacitación empresarial, de estrategias claras y a un tipo de dirección, que debería ser adaptado a cada etapa de crecimiento de la empresa. La Famiempresa es el pilar fundamental de vertebración socioeconómica en nuestro país: tiene un profundo arraigo en el territorio al que pertenecen, son de capital paciente y visión a largo plazo, y suelen tener de forma natural una tendencia a ser proactivas en la responsabilidad social corporativa: En el hecho que sean Famiempresas radica sus debilidades, frecuentemente les falta visión para compartir la propiedad con socios capitalistas, experiencia en internacionalización perdiéndose oportunidades de crear una empresa más sólida, capaz de alcanzar la dimensión que les permita ser competitivas en un entorno global. En esta investigación se analizarán las ventajas y desventajas de las Famiempresas en Colombia, los aspectos relacionadas con las mismas como su origen, evolución, marco legal y soporte contable; con ello pretendemos describir una situación aplicada a la realidad de nuestro país, con consecuencias económicas de envergadura, dada la gran cantidad de Famiempresas que existen en la actualidad.

**Palabras Claves:** Famiempresas, Gestión Empresarial, Tipos de empresas.

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Barranquilla, 25 de noviembre del 2008