

Código de Gobierno CORPORATIVO

Federación de Aseguradores Colombianos

fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos

Código de Gobierno CORPORATIVO

Federación de Aseguradores Colombianos

fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos

© 2007 Fasecolda / Federación de Aseguradores Colombianos

Carrera 7 No. 26-20 Piso 11 PBX: (571) 344 3080 Ext.1801 Fax: (57-1) 210 70 41 A.A: 5233

E-Mail: fasecolda@fasecolda.com

Bogotá - Colombia

www.fasecolda.com

Dirección de Asuntos Internacionales

FASECOLDA, Federación de Aseguradores Colombianos

Producción: Fasecolda

Diseño: Raúl Ortiz

Impreso en: LEGIS

Agradecimientos

Corporación Andina de Fomento CAF

Call Center CORO de Colombia Ltda.

Doctor Jorge Pinzón Sánchez

Doctor Camilo Fidel López

Patrocinado por Corporación Andina de Fomento CAF



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	14
INTRODUCCIÓN	18
APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO	19
FUNDAMENTOS DE CUMPLIMIENTO	20
DIFERENCIA ENTRE GOBIERNO CORPORATIVO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	21
RESPONSABILIDAD DE LA ACTIVIDAD GREMIAL DE CARA AL BUEN GOBIERNO DEL SECTOR	22
GLOSARIO DE TÉRMINOS	22
I. PRINCIPIOS	26
II. DERECHOS Y TRATO EQUITATIVO DE LOS ACCIONISTAS.	30
III. ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA ENTIDAD	32
1. LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS	32
1.1. CONVOCATORIA.	32
1.2. CELEBRACIÓN	33
2. LA JUNTA DIRECTIVA	34
2.1. CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO.	34
2.2. DERECHOS Y DEBERES DE LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA	35
2.3. FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA	36
2.4. COMITÉS	36
2.5. MAYORÍAS	38
IV. REVELACIÓN DE INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA	40
1. PRINCIPIOS DE REVELACIÓN DE INFORMACIÓN	40
2. REVELACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y NO FINANCIERA	41
2.1. REVELACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA	41
2.2. REVISOR FISCAL	42
3. TRANSPARENCIA	42

CONTENIDO

3.1. TRANSPARENCIA EN MATERIA DE BUEN GOBIERNO	42
3.1.1. INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO	43
3.2. TRANSPARENCIA FRENTE LOS GRUPOS DE INTERÉS	44
3.2.1. TRANSPARENCIA CON EL CLIENTE	44
3.2.2. TRANSPARENCIA EN LA INTERMEDIACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS SEGUROS	46
3.2.3. TRANSPARENCIA FRENTE AL CONTRATO DE REASEGURO	47
V. INTERPRETACIÓN Y MODIFICACIÓN DEL PRESENTE CÓDIGO	50
MEDIDA NO. 40. EL PRESENTE CÓDIGO DEBERÁ INTERPRETARSE DE ACUERDO AL PRINCIPIO DE BUENA FE. LAS NOTAS EXPLICATIVAS QUE APARECEN EN CADA MEDIDA DEBERÁN INTERPRETARSE EN FORMA ARMÓNICA Y EN FUNCIÓN DE LA FINALIDAD DEL CÓDIGO CONSIDERADO EN SU CONJUNTO.	50
VI. OTROS COMPROMISOS	52
DIAGNÓSTICO DE GOBIERNO CORPORATIVO PARA EL SECTOR ASEGURADOR EN PAÍSES DE LA COMUNIDAD ANDINA: BOLIVIA, COLOMBIA, ECUADOR Y PERÚ	54
INTRODUCCIÓN	54
METODOLOGÍA.	56
ALGUNOS ASPECTOS METODOLÓGICOS	56
CUADRO 1: CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE CONTESTARON	58
LA ENCUESTA	58
PRINCIPALES HALLAZGOS	59
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS	59
PERFIL DE LAS SOCIEDADES	59
GRÁFICA 1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	59
CUADRO 2 : EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	60
CUADRO 3: EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	60
CUADRO 4: EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	61
GRÁFICA 2 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	61
I. DERECHO Y TRATO EQUITATIVO DE LOS ACCIONISTAS	62

CONTENIDO

CUADRO 2.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	76
GRÁFICA 2.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	77
GRÁFICA 2.5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	77
B. MECANISMOS Y SISTEMAS DE VOTACIÓN	78
CUADRO 2.5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	78
3. QUÓRUM REFORZADOS Y MAYORÍAS ESPECIALES.	79
GRÁFICA 2.6 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	79
III. CARACTERÍSTICAS DEL DIRECTORIO	80
GRÁFICA 2.7 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	80
1. FORMALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DEL DIRECTORIO	81
CUADRO 3.1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	81
2. COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO	82
A. MANEJO DE SUPLENCIAS DE LOS DIRECTORES	82
CUADRO 3.2 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	82
3. DIFERENTES CATEGORÍAS DE MIEMBROS DEL DIRECTORIO	83
GRÁFICA 3.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	83
GRÁFICA 3.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	83
A. MIEMBROS EXTERNOS E INTERNOS	84
GRÁFICA 3.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	84
4. POSICIÓN DE EJECUTIVO PRINCIPAL Y PRESIDENTE DEL DIRECTORIO . . .85	
5. FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO.	85
A.TIEMPO DE ANTELACIÓN DE LA CONVOCATORIA	85
CUADRO 3.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	85
CUADRO 3.4 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	85
B. INFORMACIÓN DISPONIBLE A LOS DIRECTORES	86
GRÁFICA 3.4 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	86

CONTENIDO

GRÁFICA 4.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	98
2. AUDITORÍA EXTERNA	99
CUADRO 4.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	99
CUADRO 4.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA	99
GRÁFICA 4.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	100
GRÁFICA 4.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	100
A. INDEPENDENCIA DEL AUDITOR EXTERNO	101
CUADRO 4.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	101
B. DIFUSIÓN DE LA REMUNERACIÓN DEL AUDITOR EXTERNO.	102
GRÁFICA 4.4 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	102
C. CONTRAPARTE DEL AUDITOR EXTERNO EN LA COMPAÑÍA	103
GRÁFICA 4.5 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	103
GRÁFICA 4.6 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	103
3. AUDITORIA INTERNA	104
4. INFORMACIÓN NO FINANCIERA	104
A. INFORMACIÓN PARA EL CLIENTE	104
GRÁFICA 4.7 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	104
CUADRO 4.5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	104
GRÁFICA 4.8 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	105
GRÁFICA 4.9 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	105
B. DEFENSORÍA DEL CLIENTE	106
GRÁFICA 4.10 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	106
C. INFORME DE GOBIERNO CORPORATIVO	107
CUADRO 4.6 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA	107
GRÁFICA 4.10 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	107
GRÁFICA 4.12 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	108
GRÁFICA 4.13 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN	108

Código de Gobierno CORPORATIVO

Presentación

Roberto Junguito Bonnet
Presidente Ejecutivo
FASECOLDA

fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos

El Gobierno Corporativo ha sido una herramienta utilizada por los empresarios de tiempo atrás. Sin embargo, el concepto recobró importancia después de los estudios del Informe Cadbury en el Reino Unido y los escándalos corporativos de Enron, WorldCom y Parmalat, entre otros, a principios del milenio.

Las compañías de seguros encuentran en el Gobierno Corporativo una herramienta clave para la gestión de sus relaciones con sus grupos de interés, la cual está enmarcada dentro de distintos ámbitos de su actividad.

En primer lugar, para el sector asegurador, el Gobierno Corporativo es una herramienta vital de cara a sus clientes potenciales, ya que los estándares de Gobierno Corporativo que implementan los clientes son un mecanismo de mitigación de los riesgos a los cuales se expondría dicho asegurado. Incluso, un correcto cumplimiento de estándares de Gobierno Corporativo por parte de un asegurado, permitiría que una compañía de seguros, al realizar el proceso de tarificación, encuentre que el riesgo es menor y, por ende, la prima por cobrar sea menor.

En segundo lugar, el Gobierno Corporativo es trascendental en el manejo de la tesorería de la compañía de seguros ya que al revisar el cumplimiento de estándares de Gobierno Corporativo de un emisor de valores, se fortalece la seguridad de la inversión en ese tipo de títulos valores. Una inversión segura de una compañía de seguros redundará en una mejor gestión de los recursos con los que se respaldan sus obligaciones con los asegurados.

Tradicionalmente, el Gobierno Corporativo es visto como mecanismo de protección a los accionistas de las entidades inscritas en las bolsas de valores del mundo. Pero, a veces se desconoce que existen otro tipo de entidades, que sin emitir valores e inscribirlos en los mercados públicos, también administran recursos e intere-



Roberto Junguito Bonnet
Presidente Ejecutivo
FASECOLDA

ses de terceros. Tal es el caso de las compañías de seguros localizadas en Colombia, las cuales, en su mayoría, no son emisoras de valores, pero sí administran los riesgos cedidos por sus clientes.

Por ello, en tercer lugar, consideramos que el Gobierno Corporativo es una herramienta de gestión empresarial en la compañía de seguros, ya que le permite manejar de manera más transparente su proceso de toma de decisiones y sus relaciones con los accionistas, los clientes, los reaseguradores y el supervisor estatal.

Así las cosas, desde el año 2006, La Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA, inició la tarea de expedir esta guía de estándares mínimos en materia de Gobierno Corporativo y Transparencia para las compañías afiliadas, partiendo de la base de que el cliente es el principal grupo de interés de la compañía de seguros.

Estos estándares mínimos abordan temas tradicionales de Gobierno Corporativo relacionados con:

- La protección a los accionistas,
- los órganos de gobierno de la entidad y
- los mecanismos de revelación de información financiera y no financiera.

La gran innovación consiste en que este código contiene ciertos principios en materia de transparencia con los clientes, la intermediación y comercialización de los seguros y de cara al contrato de reaseguros.

La transparencia con el cliente busca contar con mecanismos que permitan mejorar la confianza en la industria, para así lograr mayor penetración de los seguros. La transparencia durante la etapa de intermediación y comercialización de los seguros implica que la compañía de seguros verifique que su intermediario o los funcionarios del canal de ventas utilizado apliquen todas las medidas en materia de transparencia con el cliente. Finalmente,

la transparencia de cara al reasegurador asigna a la Junta Directiva de la entidad la labor de informarse sobre la estructura de reaseguro que tiene contratada la compañía, ya que ésta tiene una alta incidencia en la capacidad que tiene para asumir sus compromisos con los clientes.

Todo lo anterior se justifica ya que al interior de la compañía de seguros, una buena política de Gobierno Corporativo mantiene controlado el riesgo operacional y, por ello, existe un menor riesgo de ser sujeto de fraude o de ser utilizada en operaciones de lavado de activos.

Así las cosas, contamos con una herramienta de gestión empresarial que nos permitirá a futuro evaluar sus resultados sobre los niveles de transparencia en el sector y, en concreto, sobre la penetración y la percepción de los seguros en el país y sobre las oportunidades de aseguramiento e inversión de sus clientes y de sus destinatarios de recursos.

Código de Gobierno CORPORATIVO

Introducción

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

Introducción

El presente código contiene las recomendaciones para establecer un marco de autorregulación en materia de Gobierno Corporativo y transparencia que brinda a las entidades aseguradoras localizadas en Colombia la posibilidad de adoptar un régimen claro y voluntario de Buen Gobierno, de cara a lograr mayor confianza en el público, propender por fortalecer la transparencia del sector, lograr mayores niveles de competitividad y productividad y contar con una gama de clientes, proveedores e inversionistas cada vez más informada.

En Colombia, la mayoría de esfuerzos de autorregulación que se vienen desarrollando están enfocados a la creación de códigos de Gobierno Corporativo para sociedades emisoras de valores. Sin embargo, el principal objetivo del presente código es que las otras entidades – en concreto las aseguradoras - que no están listadas en la Bolsa de Valores o, simplemente, aquellas que no son emisoras de valores, también cuenten con guías claras para la elaboración de sus propios códigos de buen gobierno. La razón de hacer esta afirmación es que además de los accionistas de las sociedades emisoras de valores, existen otros grupos de interés a quienes se les deben otorgar derechos de acceso a la información y de transparencia en el buen manejo de la institución con la cual tienen un vínculo contractual o de control.

Algunos de los beneficios de tener buenas prácticas de Gobierno Corporativo para empresas que no emiten valores tienen que ver con la mayor facilidad de atraer nuevos socios o afiliados (especialmente inversión extranjera), lograr la mitigación de conflictos entre los socios actuales y con la clientela, menor incidencia de hechos de corrupción por parte de los administradores, mayor transparencia frente a sus clientes potenciales y una buena reputación frente a sus competidores.

Por lo anterior, la adopción de un código de Gobierno Corporativo para las entidades aseguradoras establecidas en Colombia resulta de gran utilidad en la gestión de las relaciones con sus grupos de interés: los accionistas, los asegurados, los intermediarios, los reaseguradores y los acreedores o supervisores estatales.

Así, las recomendaciones tienden a mejorar los estándares en el manejo de las relaciones con dichos grupos de interés, pues se refieren a la revelación de la información y la transparencia que debe existir frente a ellos.

Además de las medidas en materia de Gobierno Corporativo propiamente dicho, también se incluyen medidas en materia de transparencia y revelación de información.

Estas recomendaciones fueron elaboradas por el Comité de Gobierno Corporativo de la Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA¹, con el apoyo técnico de la Corporación Andina de Fomento.

Aplicación del Código de Buen Gobierno²

Según lo dispuesto por los Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo de la Corporación Andina de Fomento, CAF, la aplicabilidad de las medidas sobre Gobierno Corporativo depende de la voluntad de las sociedades. Lógicamente, existen algunos casos en que la adopción de dichos códigos es ordenada por las autoridades de regulación pero, según lo recomienda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, la obligatoriedad debe determinarse luego de hacer un análisis del costo beneficio que ello traerá y de determinar que ello no pondrá obstáculos al desarrollo empresarial del país.

En algunos casos las sociedades que adoptan Códigos de Gobierno Corporativo, incluyen tales disposiciones en sus estatutos, aunque tal adición tampoco es de carácter obligatorio ni estrictamente necesario, ya que la adopción de mejores estándares en materia de Buen Gobierno parte de la convicción de las organizaciones. De todas formas, las leyes contienen disposiciones obligatorias en materia de buen gobierno y lo que aquí se pretende es fijar un mejor estándar que aquél previsto por la ley, pero de carácter voluntario, pues se origina de un esfuerzo de autorregulación. Dicha

¹ El Comité de Gobierno Corporativo está conformado por representantes de las compañías de seguros localizadas en Colombia.

² Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo de la CAF

voluntariedad exige, en todo caso, mecanismos de verificación de su cumplimiento, que aseguren, de manera contractual, que los funcionarios y empleados de las compañías se sujeten obligatoriamente a ellos.

La aplicabilidad del presente código resulta entonces de un compromiso que adquieren las compañías de seguros afiliadas a FASECOLDA. Una vez dichas entidades cumplan con el compromiso de acoger sus medidas, el cumplimiento es de carácter voluntario bajo el modelo **“cumpla o explique”** que se describe a continuación.

Además del carácter voluntario de las medidas sobre Gobierno Corporativo, vale la pena señalar que, en el caso de las compañías de seguros, éstas aplican tanto a las que tienen la forma de sociedad anónima, como a aquellas que tienen la forma de asociación cooperativa³.

Estas medidas describen el punto de partida para la elaboración de los códigos de Gobierno Corporativo de las compañías de seguros afiliadas a FASECOLDA.

Fundamentos de Cumplimiento⁴

Como se menciona anteriormente, el objetivo de éste código es servir de base para que las compañías creen sus propios códigos de buen gobierno y transparencia. El mejor de los escenarios es que a través de dichos códigos las compañías creen mejores estándares que los aquí propuestos.

Las presentes medidas de Gobierno Corporativo y Transparencia son, entonces, de cumplimiento voluntario. Para su implementación, se acoge el modelo europeo de **“Cumpla o Explique”**, según el cual “las empresas que decidan acogerse a los mismos, o

³ Vale la pena señalar que luego de los esfuerzos de integración multilateral y bilateral de Colombia, más adelante estas disposiciones deberán ser revisadas para incluir los cambios previstos en ellas y los nuevos tipos de incorporación de la actividad aseguradora en Colombia.

⁴ Las ideas que se presentan a continuación son tomadas de los Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo de la CAF

que, eventualmente, estuvieran obligadas a su adopción, deberán cumplir estrictamente con cada una de las medidas que en él se incluyen o bien justificar las razones particulares que les impidan observarlas o hacerlo parcialmente, lo que dependiendo del tipo de empresa, deberán hacer mediante la publicación del correspondiente Informe Anual de Gobierno Corporativo o explicando el grado de cumplimiento de las medidas de Gobierno Corporativo en el Informe de Gestión de fin de ejercicio.”⁵

El modelo **“Cumpla o Explique”**, permite mayor flexibilidad para que las compañías adopten total o parcialmente las presentes medidas y expliquen al mercado sus avances en la materia o los motivos por los cuales no cumplen algunas de ellas. Adicionalmente, se crea la necesidad de que en el periodo que se determine, se rinda un informe de Gobierno Corporativo, en el cual las sociedades informen a sus grupos de interés y al público en general sobre la ejecución de sus políticas de Gobierno Corporativo y el cumplimiento o no de las presentes recomendaciones y de sus propios códigos.

Diferencia entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Corporativa

Es común encontrar referencias conjuntas y tratamientos simultáneos del tema de Gobierno Corporativo y el de responsabilidad social corporativa. En la mayoría de los casos se desconoce su diferencia y se suele incluir este último en los códigos de Gobierno Corporativo. Al parecer lo que genera la confusión es la dimensión ética que de todas maneras rodea o es común al Gobierno Corporativo y a dicha responsabilidad social.

Cuando se habla de responsabilidad social corporativa, suele hablarse de compromisos éticos frente a empleados, el ambiente y las comunidades del entorno de las empresas. Por su parte, la dimensión ética del Gobierno Corporativo se orienta más hacia el tratamiento de los accionistas y sus grupos de interés y las conductas de administradores, altos ejecutivos y los diferentes órganos de control corporativo.

⁵ Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo de la CAF

Así, independientemente de que la responsabilidad social corporativa pueda ser abordada posteriormente, por el momento únicamente nos enfocaremos en el tratamiento del Gobierno Corporativo.

Responsabilidad de la actividad gremial de cara al Buen Gobierno del Sector

El subcapítulo final del presente código expone una serie de medidas tendientes a brindar soporte gremial en la aplicabilidad del presente código.

Glosario de términos

Para efectos de la interpretación y aplicación del presente código, se deberán tener en cuenta los siguientes términos:

- **Accionistas:** Son los propietarios de las compañías de seguros que adoptan la forma de sociedades anónimas. Para efectos de la interpretación de éstas medidas, se incluirá dentro del concepto de accionistas a los asociados a organismos cooperativos.
- **Accionistas mayoritarios:** Son los accionistas o afiliados que individualmente, o gracias a sus vinculaciones con otros accionistas o afiliados de las sociedades anónimas o las cooperativas, poseen directa o indirectamente una participación mayoritaria en el capital social o un poder de voto suficiente para obtener las mayorías suficientes en la asamblea de accionistas o en el órgano que haga sus veces para el caso de las personas jurídicas cooperativas, para influir en forma decisoria. Los demás podrán considerarse como accionistas minoritarios.
- **Asamblea de accionistas:** Es el órgano máximo de la entidad. Se puede denominar también como asamblea general de accionistas o afiliados o como junta general de accionistas o afiliados.
- **Junta Directiva:** Es el órgano ejecutivo de la entidad. También, se denomina directorio o consejo directivo. Cuando en este código se haga referencia a “la administración”, se entenderá que se hace referencia a la Junta Directiva.
- **Grupo de interés:** Es el conjunto de personas naturales o ju-

rídicas cuyas características comunes permiten considerarlos como beneficiarios de las reglas de Gobierno y que son relevantes para la buena marcha de la compañía. Además, de los accionistas, los grupos de interés en la industria aseguradora son los clientes, los proveedores de ciertos servicios (intermediarios y reaseguradores) y las autoridades supervisoras. En este documento no se han incluido como tales; pero los empleados pueden ser considerados también como un grupo de interés.

- Cliente: Es todo tomador, asegurado o beneficiario bajo una póliza de seguros. El cliente puede ser potencial o actual. Cliente actual es aquel que ya ha celebrado el contrato de seguro y cliente potencial es todo aquel consumidor con interés en la celebración de un contrato de seguro que conozca del mismo por cualquier medio de información o labor de mercadeo utilizado por la compañía.
- Miembro de Junta Directiva: Es director de la entidad y hace parte del cuerpo colegiado correspondiente. El miembro de Junta Directiva puede ser interno o externo, dependiente o independiente y principal o suplente.

El miembro de Junta Directiva es interno en aquellos casos en que tiene vinculación laboral con la Compañía. Un miembro es externo, en aquellos casos en que no tiene vinculación laboral con la Compañía, no obstante, un miembro externo puede ser dependiente o independiente.

Es un miembro externo dependiente, cuando es consultor o proveedor de la Compañía.

Es independiente aquel miembro externo que no tiene vinculación laboral con la Compañía de Seguros, ni es consultor o proveedor de la misma.

La vinculación laboral, de consultor o proveedor y la definición de accionista mayoritario, así como la diferenciación de miembro principal y suplente debe entenderse de acuerdo con las reglas legales aplicables en materia societaria, laboral y financiera, sin

perjuicio de que cada compañía establezca criterios adicionales al respecto.

Dentro de las categorías de consultores y proveedores se encuentran los intermediarios de seguros y reaseguros, los asesores externos y los ajustadores de siniestros.

- **Inversionista:** Es toda persona natural o jurídica o todo patrimonio autónomo que tenga interés en hacer parte del capital social de una compañía de seguros. Si la principal actividad económica de esta persona o patrimonio consiste en llevar a cabo inversiones en montos y cantidades significativas en consideración a su capital y a las características del mercado de capitales, se denominará inversionista institucional.
- **Conflicto de interés:** Es el conflicto eventual que puede surgir entre los intereses propios de un miembro de Junta Directiva y de las entidades y personas a él vinculadas y los intereses de la compañía y sus grupos de interés.⁶

⁶ CE 20 del 4 de noviembre de 1997, Superintendencia de Sociedades.

Código de Gobierno CORPORATIVO

I. Principios

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

I. PRINCIPIOS

Los principios que se presentan a continuación tienen como propósito fijar criterios básicos para regular la dirección y control de las compañías de seguros y, de este modo, fortalecer la confianza y garantizar la protección de los grupos de interés relevantes.

Principio 1: Integridad

Los aseguradores siempre deberán actuar con honradez y rectitud.

Principio 2: Capacidad, cuidado y diligencia

Los aseguradores deben llevar a cabo sus actividades comerciales con la debida capacidad, pericia y diligencia.

Principio 3: Prudencia

Los aseguradores deberán conducir su negocio y organizar sus asuntos con prudencia.

Principio 4: Divulgación de información a los clientes

Los aseguradores deberán atender las necesidades de información que tengan sus clientes y darles un trato justo.

Principio 5: Información sobre los clientes

Los aseguradores deben solicitarle a sus clientes la información que, razonablemente, se espera antes de orientarlos o suscribir un contrato.

Principio 6: Conflictos de interés

Los aseguradores deben evitar conflictos de interés.

Principio 7: Relación con las autoridades de regulación, inspección, control y vigilancia:

Los aseguradores deben tratar con sus reguladores de manera abierta y cooperativa.

Principio 8: Quejas

Los aseguradores deben mantener un sistema de manejo y solución de quejas eficiente, respetuoso y justo, adecuado para prevenir, en lo posible, litigios con los consumidores.

Principio 9: Administración y control

Los aseguradores deben organizar y controlar sus asuntos de acuerdo con las normas y estatutos que los regulan.

Medida 1: Las compañías de seguros incluirán como una obligación laboral en los contratos de trabajo y como una cláusula en los contratos de prestación de servicios de las personas que desempeñan labores en la compañía en cualquier nivel, el cumplimiento cabal de las obligaciones a las que haya lugar en cumplimiento del Código.

Para tal fin, los contratos laborales y no laborales que se hayan suscrito con anterioridad a la adopción de este código deberán modificarse en lo pertinente.

Código de Gobierno CORPORATIVO

II. Derechos y Trato Equitativo de los Accionistas

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

II. DERECHOS Y TRATO EQUITATIVO DE LOS ACCIONISTAS

No obstante la legislación colombiana contiene disposiciones claras y completas sobre los derechos y el tratamiento equitativo que se debe otorgar a los accionistas, en el caso del sector asegurador, existen algunas prácticas que mejorarían y harían más efectivo el ejercicio de dichos derechos.

La mayor parte de buenas prácticas de protección a los accionistas dependen del buen ejercicio que los mismos accionistas hagan de sus derechos, por ello, podemos hablar de deberes de los accionistas. Se ha evidenciado que la mayor parte de incumplimientos de la sociedad en materia de protección a los accionistas obedece al incumplimiento inicial de los deberes de aquellos.

Estas prácticas se circunscriben a que exista información disponible para los accionistas de la compañía con mayor periodicidad y, para ello, el apoyo del gremio es fundamental.

Medida No. 2: La aseguradora pondrá a disposición de sus accionistas en lenguaje claro y de manera sencilla una guía de sus derechos y deberes de cara a la entidad. Esta guía debe hacer énfasis en el rol que juegan los accionistas mayoritarios y los inversionistas institucionales, quienes deben actuar bajo un marco de colaboración en la correcta ejecución de las políticas de Gobierno Corporativo evitando actuar de manera contraria a las mismas.

Medida No. 3: En la medida de lo posible, toda la información dirigida a los accionistas se debe poner a disposición en la página web corporativa.

Código de Gobierno CORPORATIVO

III. Órganos de Gobierno de la Entidad

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

III. ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA ENTIDAD

1. La Asamblea General de Accionistas

La Asamblea General de Accionistas⁷ o asociados es el órgano supremo de gobierno de las sociedades u organismos cooperativos y constituye el principal mecanismo para el suministro de información a los accionistas. A su vez, la Asamblea General de Accionistas es la responsable en primera instancia de la definición del sistema de control interno de la sociedad, sin perjuicio de la labor ejecutiva de la Junta Directiva. En consecuencia, es recomendable que se establezcan procedimientos, tendientes a facilitar la participación de los accionistas en las asambleas y la comprensión de los temas que se tratarán en cada una de ellas. En adición a los medios tradicionales de convocatoria y revelación de información, los medios electrónicos pueden ser de gran ayuda para facilitar tanto la convocatoria como la participación de los accionistas en las asambleas.

Es importante precisar que las presentes recomendaciones son aplicables para toda clase de reuniones de asambleas, sean ordinarias, extraordinarias, universales, de segunda convocatoria, de convocatoria legal, y presenciales o no.

1.1. Convocatoria:

Medida No. 4: La información relacionada con los puntos descritos en el anuncio de convocatoria a las Asambleas, se encontrará a disposición de los accionistas desde la fecha del anuncio de convocatoria y con la debida anticipación.

Medida No. 5: El orden del día divulgado en la convocatoria a la reunión de la asamblea debe ser claro y adecuadamente desagregado, de manera que se tenga pleno conocimiento sobre los asuntos que van a ser sometidos a consideración. Sin perjuicio del derecho que le asiste a los accionistas⁸ para presentar sus propuestas en las reuniones de asamblea, el orden del día esta-

⁷ Tratándose de emisores de naturaleza no societaria, las referencias contenidas en este Código a la asamblea general de accionistas y a la Junta Directiva se entenderán realizadas a los órganos que hagan sus veces.

⁸ Salvo que esté presente el 100% de los accionistas.

blecido para aquellas, debe contener de manera desagregada los diferentes asuntos por tratar de modo que no se confundan con otros, salvo aquellos puntos que deban discutirse conjuntamente por tener **conexidad** entre sí, hecho que deberá ser advertido.

Lo que se pretende con la medida es evitar que a través del punto de varios se tomen decisiones trascendentales para el buen manejo y operación de la entidad y que puedan causar perjuicio para los accionistas que no estuvieron presentes o que no fueron debidamente informados.

1.2. Celebración:

Medida No. 6: En adición a aquellos aspectos respecto de los cuales esta exigencia opera por disposición legal, los siguientes asuntos o decisiones deberán ser analizados y evacuados por la asamblea general de accionistas únicamente en aquellos casos en que hayan sido incluidos expresamente en la convocatoria a la reunión respectiva: i) cambio de objeto social; ii) renuncia al derecho de preferencia en la suscripción⁹; iii) cambio de domicilio social; iv) disolución anticipada y segregación; v) cambio de revisor fiscal anticipado y vi) reducción de capital.

Medida No. 7: Los administradores y directores de la compañía podrán asistir a las asambleas con voz pero sin voto.

Medida No. 8: Además de la participación de los accionistas, los administradores y directores, cuando sea necesario, se podrá contar con la participación de conocedores en los temas sometidos a decisión, quienes ayuden a informar ampliamente la decisión de los votantes. Para el ejercicio de esta medida, se aconseja que la Junta Directiva informe a los accionistas sobre esta posibilidad y que ésta medida del código implique que la Junta Directiva desarrolle un procedimiento para la selección e intervención de dichos conocedores, el cual debe ser presentado a la Asamblea.

⁹ Salvo aquellos casos en que es permitido por ley realizar asambleas universales que no requieren convocatoria.

2. La Junta Directiva

La Junta Directiva, o quien haga sus veces en los organismos cooperativos, es el órgano ejecutivo de la sociedad y el punto medio entre los accionistas y la sociedad. A su vez, la Junta Directiva es el órgano encargado de dar a conocer los avances en materia de Gobierno Corporativo.

En atención a la responsabilidad legal que, en su calidad de administradores, les compete a los directores, debe promoverse por la misma Junta Directiva la suscripción de un reglamento que incluya las funciones principales, deberes y responsabilidades de sus miembros. Dada su trascendencia, dicho reglamento debe ser aprobado por la Junta Directiva y presentado a la Asamblea General de Accionistas.

2.1. Conformación y Funcionamiento:

Medida No. 9. Existirá un reglamento interno de la Junta Directiva donde consten los mecanismos que garanticen la participación de cada uno de sus miembros, con especial atención en relación con los miembros independientes. El mencionado reglamento será aprobado por la Junta Directiva y dado a conocer a la asamblea general de accionistas.

Medida No. 10. Los miembros de la Junta Directiva de la entidad aseguradora cumplirán con requisitos de carácter profesional y ético. Es aconsejable que la Junta Directiva cuente con miembros independientes y que en su composición se cuente con una adecuada combinación de profesionales y expertos en distintos temas que brinden valor agregado en la toma de decisiones, las cuales en la mayoría de las veces requieren conocimientos multidisciplinarios.

La aplicación de esta medida debe atender a la legislación aplicable en el caso de las asociaciones cooperativas, en la cual se exige que todos los miembros de su órgano de dirección sean asociados de la entidad.

La compañía realizará los formatos de autoevaluación para que cada uno de los miembros de la Junta Directiva los diligencie.

2.2. Derechos y Deberes de los Miembros de la Junta Directiva

Sin la información necesaria, no es posible tomar decisiones adecuadas ni determinar objetivamente la existencia de situaciones generadoras de conflictos de interés.

El miembro de Junta Directiva debe contar oportunamente con los instrumentos, tanto de información como de asesoría, que le permitan afrontar de manera informada las diferentes decisiones que se someten a su consideración. Asimismo y dada su responsabilidad como administrador, debe contar con la posibilidad de dejar constancia del sentido de su voto y de las razones del mismo.

De manera general, los miembros de Junta Directiva tienen deberes de diligencia, fidelidad al interés social, lealtad y confidencialidad sobre la información que manejan. Además, deberán sujetarse estrictamente a los principios incluidos en el Capítulo 1 de éste código.

Medida No. 11. A los miembros de Junta Directiva les debe ser puesta a su disposición la información suficiente para que pueda tener un conocimiento integral respecto de la compañía y del sector en que se desarrolla, así como aquella información relacionada con las responsabilidades, obligaciones y atribuciones que se derivan del cargo. Así mismo, la Junta Directiva podrá solicitar la información necesaria para el correcto ejercicio de sus funciones.

En aquellos casos en que se cuente con miembros de Junta Directiva suplentes, ellos serán informados de todos los asuntos de la misma manera que los miembros principales.

Medida No. 12. Los directores informarán a la Junta Directiva las relaciones, directas o indirectas, que mantengan entre ellos, con la sociedad o con cualquier otro grupo de interés de las que pudieran derivarse situaciones de conflicto de interés o influir en la dirección de su opinión o voto.

Medida No. 13. Para el correcto ejercicio de sus funciones, los directores tendrán acceso con anticipación a la celebración de la Junta Directiva, a la información que sea relevante para la toma de decisiones, de acuerdo con el orden del día contenido en la convocatoria.

Medida No. 14. La Junta Directiva podrá solicitar la contratación de asesoría externa para adoptar determinadas decisiones y bajo las circunstancias especiales, previamente, estipuladas en el reglamento interno de funcionamiento. En todo caso, los asesores deberán guardar confidencialidad sobre los temas consultados y sobre la información presentada en el desarrollo del contrato.

2.3. Funciones de la Junta Directiva

Existe un amplio número de temas en los cuales la participación de la junta es decisiva. Las principales funciones de la Junta Directiva son controlar la gestión y administrar la sociedad, ya que, además, de dirigir la estrategia corporativa, ésta es el máximo supervisor de las actividades de la alta gerencia, la protección de los derechos de los accionistas y del cumplimiento de las estrategias frente a los demás grupos de interés. Como reflejo de estas funciones, la Junta Directiva es la encargada de prevenir y divulgar los posibles conflictos de interés; de fijar una política de restricción y prohibición clara respecto de los regalos o dádivas de terceros ajenos a la compañía y que puedan influir en la toma de sus decisiones; y de velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y de aquellas emanadas de su Código de Buen Gobierno.

El cumplimiento de estos deberes deberá reflejarse directamente con el pago de las remuneraciones de acuerdo con la correspondiente política fijada por la Asamblea.

2.4. Comités

Para cumplir de manera satisfactoria con sus responsabilidades, resulta recomendable que la Junta Directiva se apoye en comités para el cumplimiento de ciertas funciones específicas. La creación de comités para la eficiente discusión de ciertos temas no implica la delegación de la responsabilidad de la Junta Directiva

ni la de sus miembros.

Medida No. 15. En aquellos casos en que se prevea la creación de comités de Junta Directiva, estos atenderán a la dimensión y actividad de la compañía. Las funciones y competencias de uno o más comités, así como su composición y funcionamiento para cumplir eficientemente sus funciones, serán definidas en el reglamento interno de funcionamiento de la Junta Directiva y su creación deberá ser dada a conocer a la Asamblea.

Para la conformación del comité de auditoría se tendrá en cuenta la participación de por lo menos un miembro independiente de la Junta Directiva.

Medida No. 16. La Junta Directiva deberá contar con un comité para expedir el informe anual de Gobierno Corporativo que se deberá presentar a la Asamblea General de Accionistas. Para el cumplimiento de esta medida, los asuntos vinculados con el Gobierno Corporativo de la entidad serán incluidos dentro del orden del día de las convocatorias a cada comité. La secretaria general de la compañía de seguros deberá informar a dicho comité sobre los avances e inobservancias en materia de Gobierno Corporativo, antes de cada sesión.

Los miembros de este comité, en ejercicio de sus funciones, deberán tener acceso a la información necesaria para la elaboración de sus informes, y contar con el suficiente y experto personal para el cumplimiento de sus funciones. Además, a través de su nivel jerárquico y autonomía dentro de la organización, deberá tener el respaldo suficiente para que la Junta Directiva y los altos funcionarios de la compañía de seguros puedan evaluar y tener en cuenta sus recomendaciones.

Medida No. 17. La Junta Directiva deberá fijar una política de nombramientos y remuneraciones para los altos directivos de la compañía, la cual irá acompañada de un análisis previo del desempeño de sus funciones. La verificación del cumplimiento de la política de nombramientos y remuneraciones será supervisado por los organismos internos de control de la sociedad. Además, dicha

política deberá establecer las restricciones y prohibiciones referentes a la recepción de regalos, reconocimientos y, en general, cualquier tipo de dádivas provenientes de terceros, en especial de intermediarios.

Para la aplicación de esta medida, la compañía definirá qué se entiende por altos directivos.

2.5. Mayorías

Ciertas decisiones que pueden afectar de manera diferente a los grupos de interés, deberían ser tomadas por una mayoría calificada.

Medida No. 18. Las transacciones generadoras de conflicto de interés, identificadas y expuestas por cualquier miembro de junta, deben ser aprobadas por la Junta Directiva con una mayoría calificada de al menos dos terceras partes de sus miembros.¹⁰

¹⁰ Esto es acorde con lo dispuesto por el artículo 23 de la Ley 222 de 1995.

Código de Gobierno CORPORATIVO

IV. Revelación de Información y Transparencia

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

IV. Revelación de Información y Transparencia

Uno de los grandes avances en materia de mejores estándares sobre Gobierno Corporativo y su impacto sobre los grupos de interés de la entidad, consiste en la adopción de mejores prácticas de revelación de información y transparencia en el manejo de las relaciones con éstos.

1. Principios de revelación de información

La revelación de la información deberá seguir los siguientes principios:

La información deberá ser suministrada en forma suficientemente oportuna, pertinente, clara y completa para que el miembro del grupo de interés destinatario pueda tomar decisiones; detallando los beneficios y cualquier riesgo de una manera equitativa y balanceada.

La información revelada deberá ser consistente de manera tal que garantice que es generada de acuerdo con una misma metodología a través del tiempo y en cumplimiento de la normatividad nacional y de las prácticas generalmente aceptadas. Si la metodología o el sustento normativo de los mecanismos de revelación de información cambian, ello debe ser advertido para garantizar que sea comparable a lo largo del tiempo.

La compañía de seguros deberá ejercer un cuidado razonable para que la información sea correcta en todos sus aspectos esenciales, que no sea engañosa, que sea fácil de comprender y se encuentre disponible por escrito o por un medio electrónico apropiado.

No podrá entenderse dentro de la información puesta a disposición del público la que se encuentra sujeta a confidencialidad, secreto industrial o aquella que con su revelación pueda causar un perjuicio económico o comercial a la compañía.

Medida No. 19. Se deberán utilizar los medios electrónicos del caso para dar a conocer la información y facilitar el envío de información, teniendo en cuenta el acceso que los usuarios y des-

tinarios tengan del mismo. Además, deberán adecuarse estos medios para que el usuario o destinatario pueda ponerse en contacto con la compañía a través de ellos.

2. Revelación de información financiera y no financiera

La normatividad colombiana aplicable a las compañías de seguros contiene una variedad de obligaciones en materia de revelación de información. Sin embargo, lo que se pretende a través de las presentes medidas es que la revelación de información sea más clara y, así permita su mejor comprensión.

La existencia de mecanismos de revelación de información al interior de la entidad fortalecen los esquemas de control interno. En concreto, se busca fortalecer los esquemas de reporte e información que los funcionarios de la compañía de seguros deben brindar a la Junta Directiva en adición a la ordenada por mandato legal.

El revisor fiscal juega un papel importante en esta labor, ya que él es el encargado de velar por el lenguaje en el cual se revela la información de la compañía y que ello se haga en cumplimiento de las normas aplicables.

La observancia de las normas contables nacionales, no obsta para que cada compañía pueda adoptar voluntariamente normas internacionales en materia de preparación y presentación de información en materias contables y financieras.

2.1. Revelación de Información Financiera

Medida No. 20. La compañía deberá publicar los estados financieros que transmite a la Superintendencia Financiera de Colombia y que son aprobados por ésta, en su página web corporativa. Para el cumplimiento de esta medida la compañía podrá informar a sus grupos de interés que dicha información se encuentra a disposición suya y del público en general en éstos medios y sobre la existencia de la posibilidad de que se solicite información complementaria a aquella publicada por el ente de supervisión y en la página web corporativa.

Lo anterior teniendo en cuenta que la mencionada revelación de información no perjudique los intereses comerciales y económicos de la compañía de seguros, ni que esté sujeta a reserva legal, confidencialidad contractual o secreto industrial o profesional.

2.2. Revisor Fiscal:

Como se ha reconocido en los estándares y las prácticas internacionales, el revisor fiscal puede ver afectada su independencia de diferentes maneras. La normatividad aplicable en Colombia al respecto puede complementarse con un conjunto de medidas que faciliten el mantenimiento de su independencia.

Medida No. 21. La sociedad no contratará con el revisor fiscal o con personas o entidades a él vinculadas, servicios distintos al de revisoría.

Medida No. 22. En las reuniones de asamblea en que se vaya a discutir el cambio del revisor fiscal, se deberán presentar un número plural de propuestas.¹¹

3. Transparencia

3.1. Transparencia en materia de Buen Gobierno

El éxito de la implementación de mejores estándares de Buen Gobierno depende de la información que sobre los mismos y su cumplimiento se brinde a los accionistas, los clientes, otros grupos de interés y al mercado en general.

Cada entidad generalmente define su compromiso de transparencia en materia de buen Gobierno Corporativo, estableciendo al efecto los medios que considera más idóneos para difundir dicha información entre sus accionistas, clientes y demás grupos de interés.

¹¹ La Ley americana Sarbanes-Oxley, contiene algunas disposiciones que van más allá de aquellas propuestas en este código que es de aplicación para todas las compañías de seguros que operan en Colombia sin perjuicio del origen de su capital. Así, las compañías de origen estadounidense que están obligadas a aplicar ley Sarbanes-Oxley, podrán de todas formas, cumplir con las medidas de este código.

La presentación del informe anual de Gobierno Corporativo constituye una herramienta para cumplir con este estándar. Dicho informe es a través del cual se aplica el modelo “cumpla o explique” bajo el cual la compañía informa sobre su política voluntaria en materia de buen gobierno, el cumplimiento de la misma y los avances que ha realizado en la materia.

3.1.1. Informe Anual de Gobierno Corporativo

El informe anual de Gobierno Corporativo, como se mencionó anteriormente, es la herramienta para mostrarle a los grupos de interés y al público en general la información sobre las medidas adoptadas o no y cumplidas o no por la compañía¹².

Medida No. 23. La compañía contará con una página web corporativa en la cual se encuentre disponible la información relativa al buen gobierno de la misma y donde se publique su informe anual de Gobierno Corporativo. Del mismo modo, habilitará los medios necesarios en la página web para obtener una amplia interactividad entre el usuario y la compañía de seguros.

Medida No. 24. Además de la publicación del informe anual de Gobierno Corporativo, la compañía publicará en la página web corporativa sus estatutos, los reglamentos asociados a sus órganos de gobierno y los reglamentos de ética y conducta con los que cuenta.

Medida No. 25. La información contenida en el informe anual de Gobierno Corporativo deberá ser actualizada con ocasión de la celebración de la asamblea general de accionistas, para informar, además, sobre: i) El desempeño del o de los comités de Junta Directiva y de cada uno de sus miembros, ii) la manera en que la Junta Directiva dio cumplimiento a sus deberes durante el período y iii) los conflictos de interés revelados y resueltos por Junta Directiva durante el período.

12 La CE 100 de 1995 en su art. 2.2.32, exige que con la presentación de estados financieros de fin de ejercicio, las compañías de seguros informen sobre las gestiones realizadas por la aseguradora de cara al Buen Gobierno. La lista de asuntos que se deben informar son aquellos relacionados con la coherencia que debe existir con la política de gestión de riesgos de la entidad y el cumplimiento de la normatividad y las funciones de la Junta Directiva.

3.2. Transparencia frente los grupos de interés

La ausencia de transparencia en el manejo de sus relaciones implica que tanto la entidad aseguradora como sus grupos de interés se enfrenten a un fenómeno de aumento del costo del capital para la realización de la actividad aseguradora.

La transparencia de una entidad aseguradora frente a sus respectivos grupos de interés se obtiene mediante la promoción y el cumplimiento por parte de todos sus empleados de reglas definidas en función de la clase de relaciones que se establecen con cada uno de ellos. Así, frente a los accionistas, se requieren los reglamentos aplicables a la conducta de la administración para proteger sus derechos y facilitar su ejercicio, incluyendo las reglas de prevención de conflictos de interés, como quiera que a través de ellos se busca cumplir con el deber de lealtad de los administradores respecto de todos los accionistas.

3.2.1. Transparencia con el cliente

En relación con los clientes la transparencia cobija desde la publicidad, mercadeo y tratativas precontractuales propiamente dichas, hasta llegar a la celebración de un contrato y a su ejecución. Lo anterior incluye el suministro de información concisa, veraz y fácilmente comprensible relativa al contrato de seguros y sus derechos y obligaciones.

Los intermediarios de seguros y los demás responsables de los canales de distribución de los mismos juegan un rol vital en la implementación de la política de transparencia de cara a los clientes.

Medida No. 26. Las compañías de seguros en sus relaciones con los usuarios, deberán propender por el equitativo acceso a los servicios de la compañía y el trato respetuoso con la clientela.

La compañía velará por su exclusivo interés y el del cliente, sin que sea posible solicitar o recibir reconocimientos económicos o materiales por parte de la clientela, que pretendan buscar algún tipo de favorecimiento.

Medida No. 27. La compañía de seguros, en caso de controversias con los clientes, en la medida de lo posible, promoverá la utilización de mecanismos alternativos de solución de controversias.

Medida No. 28. Con carácter previo a la celebración del contrato de seguros, se informará al cliente sobre sus derechos y sus obligaciones de manera tal que éste pueda conocer los efectos derivados del incumplimiento de cualquiera de las últimas, tales como la revocación de la póliza y la reducción o el rechazo de una eventual reclamación.

Medida No. 29. En aquellos casos en que existan seguros con ahorro, la compañía informará periódicamente a su cliente sobre los rendimientos obtenidos.

Medida No. 30. En los seguros de ahorro en los cuales se empleen mecanismos que permitan realizar una cotización para identificar una posible rentabilidad, la compañía deberá informar de manera clara al cliente que dichas cotizaciones no generan compromisos contractuales. Adicionalmente, la compañía informará al cliente sobre la naturaleza de la rentabilidad causada por determinado seguro, en especial, si se trata de una rentabilidad garantizada por la compañía o de una rentabilidad variable.

Medida No. 31. Además de lo dispuesto por las normas aplicables sobre la materia, la compañía pondrá a disposición del cliente la información¹³ que describa de manera clara, sencilla, completa y comprensible el procedimiento en caso de reclamación y para solicitar la prestación de los demás servicios de la compañía, distintos a la reclamación. La información mencionada en esta medida será complementada con la información sobre los canales de comunicación y las condiciones en las que se pueden ejercer los derechos del cliente.

Medida No. 32. El defensor del cliente deberá rendir informe trimestral a la Junta Directiva acompañado con las recomendacio-

¹³ Esta información podrá incluirse en el clausulado de la póliza, un anexo, un manual, o por cualquier vía que la compañía considere idónea para ello.

nes que a su juicio son convenientes para una adecuada solución a las quejas planteadas durante el trimestre.

3.2.2. Transparencia en la intermediación¹⁴ y comercialización de los Seguros

Los intermediarios y los responsables por los canales de distribución de los seguros son responsables del cumplimiento de las obligaciones de transparencia con el cliente ya que los mismos son quienes tienen el contacto directo con el cliente y son los responsables del correcto envío de la información en cuestión. Sin embargo, las compañías de seguros procurarán adoptar medidas tendientes a que los intermediarios y los canales de comercialización de los seguros con quienes tienen relaciones contractuales y comerciales cumplan con estas medidas.

Medida No. 33. Para la adopción de las medidas descritas en el título anterior, la compañía colocará a disposición de su fuerza de ventas el contenido de las presentes medidas. Lo anterior conlleva la obligación del intermediario de dar a conocer esta información al cliente.

Medida No. 34. En aquellos casos en que se utilicen canales de distribución de los seguros como la bancaseguros u otros canales de distribución mediante redes bancarias o comerciales, la entidad aseguradora tomará las medidas tendientes a que el comercializador cumpla con la obligación de informar al cliente los puntos descritos en el título anterior y además que:

- El producto comercializado es un producto de seguros.
- El rol que juega la entidad comercializadora.
- La importancia de que la información que se entregue por esta vía tiene los mismos efectos que aquella entregada a un intermediario de seguros.

Medida No. 35. En aquellos casos en que se utiliza la red de oficinas de una entidad financiera para comercializar un seguro vinculado con la garantía exigida para la prestación de un servicio

¹⁴ Intermediario es el agente dependiente o independiente, la agencia y el corredor de seguros.

financiero, la entidad aseguradora tomará las medidas tendientes a que el comercializador informe al cliente que no es obligación del cliente tomar el seguro ofrecido para cumplir con la obligación de otorgar garantía.

Medida No. 36. La compañía verificará que el intermediario informe al cliente el valor de su labor de intermediación (comisión), así como otros beneficios asociados a la misma. En concreto, en los procesos de licitación, el intermediario de seguros revelará su comisión a precios de mercado.

3.2.3. Transparencia frente al contrato de reaseguro

La información relacionada con las negociaciones de reaseguro, constituye un elemento clave para la ejecución de estos contratos. Una adecuada negociación de reaseguro, no solamente protege los intereses de los asegurados al otorgarles mayores posibilidades de dispersión del riesgo, sino también protege la capacidad patrimonial del asegurador y los intereses de sus accionistas.

Una buena gestión de los riesgos asociados con las negociaciones de reaseguro permite mitigar los riesgos técnicos y financieros a que se expone la entidad.

La Junta Directiva, al ser el organismo responsable por el cumplimiento de la política de riesgos de la entidad, estará informada de los asuntos vinculados con el reaseguro. Los sistemas de control interno (auditoría interna) y revisoría fiscal juegan un papel muy importante en la elaboración de los informes que la junta deberá recibir con ocasión de la negociación del reaseguro.

Medida No. 37. La compañía mantendrá un archivo con la información sobre la negociación del reaseguro.

Medida No. 38. Dentro de las funciones del comité de auditoría o aquél que haga sus veces, se encontrará aquella de velar por que se lleven los registros relacionados con operaciones de reaseguro.

Medida No. 39. La Secretaria General informará a la Junta Directiva, por lo menos anualmente, sobre los contratos de reaseguro que tiene vigentes la entidad y sobre la estructura de las coberturas de la compañía. Asimismo, la Secretaria General informará a la Junta Directiva sobre las situaciones particulares que se presenten durante la vigencia de los contratos de reaseguro del periodo.

Código de Gobierno CORPORATIVO

V. Interpretación y Modificación del Presente Código

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

V. INTERPRETACIÓN Y MODIFICACIÓN DEL PRESENTE CÓDIGO

Medida No. 40. El presente Código deberá interpretarse de acuerdo al principio de buena fe. Las notas explicativas que aparecen en cada medida deberán interpretarse en forma armónica y en función de la finalidad del Código considerado en su conjunto.

Medida No. 41. La modificación de los códigos de Gobierno Corporativo que diseñen las compañías de seguros en aplicación a estas medidas, así como sus enmiendas o cambios deberán ser aprobados por la Junta Directiva de la aseguradora. Las medidas de los códigos de las compañías de seguros buscarán acoger en su conjunto las medidas propuestas en éste código,

Código de Gobierno CORPORATIVO

VI. Otros Compromisos

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

VI. OTROS COMPROMISOS

Medida No. 42. Para el cumplimiento de estas medidas, FASECOLDA, asociación que reúne a todas las compañías de seguros que operan en Colombia, mantendrá la existencia del comité de Gobierno Corporativo el cual se encargará de:

- Recopilar la información relacionada con los informes anuales de Gobierno Corporativo y darle difusión.
- Actualizar la información relacionada con prácticas de Buen Gobierno.
- Fomentar la implementación de estas medidas.

Código de Gobierno CORPORATIVO

Diagnóstico de Gobierno Corporativo para el Sector Asegurador en países de la Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú

Elaborado por: Coro de Colombia / Marzo de 2007

CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO

DIAGNÓSTICO DE Gobierno Corporativo PARA EL SECTOR ASEGURADOR EN PAÍSES DE LA COMUNIDAD ANDINA: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú

Introducción

El Gobierno Corporativo ha sido una constante en el desarrollo económico de los países latino-americanos, ejemplo de ello son Chile, México y Brasil cuyo activismo en programas de entrenamiento, regulación visionaria y formación de una cultura empresarial los han llevado a posiciones importantes en el Ranking Global de Competitividad del Foro Económico Mundial.

En el mes de octubre de 2003, la Asociación Internacional de Supervisores de Compañías de Seguros (IAIS), adoptó un Conjunto de Principios relacionados con el Gobierno Corporativo para sociedades que desarrollan la actividad aseguradora.

Si bien el mismo IAIS ha aclarado, a lo largo de su varios position-papers, que en términos generales los principios de Gobierno Corporativo son un común denominador para todo tipo de sociedades, enfatiza que por el especial cuidado y prudencia que ésta actividad merece, es necesario ahondar en algunos aspectos.

El conjunto de 28 principios adoptados por IAIS, cubren todos los aspectos de Gobierno Corporativo que un regulador debería monitorear de manera cuidadosa respecto de sus vigiladas.

Estas guías adoptadas por la IAIS brindan una idea sobre lo que se podría esperar de las prácticas de autorregulación, para una compañía del sector asegurador.

Así pues, Coro de Colombia por encargo de FASECOLDA ha rescatado aquellos principios que requieren una profundización en aras de incluir el subconjunto de empresas aseguradoras dentro del Diagnóstico de Gobierno Corporativo para el área andina, que se está realizando por encargo de la Corporación Andina de Fomento (CAF)¹⁵, la cual, en desarrollo de su objetivo de difusión y fortalecimiento de mejores prácticas de Gobierno Corporativo

¹⁵ Este encargo se ha hecho a la firma española IAAG.

en la región, ha planteado unos postulados contenidos en los “Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo” -LCAGC-.

Los LCAGC han sido ampliamente difundidos en diversos foros nacionales y han sido reconocidos en escenarios internacionales de organismos multilaterales como las Mesas Redondas de Gobierno Corporativo para Latinoamérica, organizadas por la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OECD), la Corporación Financiera Internacional (CFI) y el Foro Global para el Gobierno Corporativo (GCGF), llevadas a cabo en Río de Janeiro, Buenos Aires, México, Chile y Perú desde el año 2001 hasta hoy.

Los LCAGC se encuentran divididos en cinco áreas de trabajo como lo son: i) Derecho y Trato Equitativo de los Accionistas; ii) La Asamblea General de Accionistas; iii) El directorio; iv) Información Financiera y No Financiera y v) Solución de Controversias. Cada una de estas áreas se divide en 51 medidas de las cuales se desprenden 95 recomendaciones que constituyen estándares concretos y que, a su vez, sirven de guía para el proceso de implementación de mejores prácticas en las compañías de la región, reconociendo las asimetrías existentes de los marcos legales y, el nivel de profundidad de los mercados financieros en cada país.

Los resultados, que se describen en el presente documento, muestran al sector asegurador como un sector con importantes desarrollos en el tema de Gobierno Corporativo, aunque todavía con aspectos que pueden mejorarse.

La coordinación del trabajo fue realizada por Alejandro De Frutos, Gerente de Coro de Colombia, con la participación y asesoría de Alfredo Ibarguen y Paola Gutiérrez de IAAG, Álvaro Reyes, Carolina Murgueitio y Natalia Escobar de Econometría S.A., con la permanente asesoría y colaboración de Rebeca Herrera de Fasecolda.

Obtener estas conclusiones hubiese sido imposible sin la decidi-

da y comprometida colaboración de las contra-partes locales de cada país como la Asociación Boliviana de Aseguradores ABA, Federación de Aseguradores Colombianos FASECOLDA, la Bolsa de Quito y la Asociación Peruana de Empresas de Seguros APESSEG,

Finalmente, el mayor recogimiento es para los empresarios del sector que por su interés dedicaron recurso físico y humano para llevar a buen término esta iniciativa.

Metodología

El presente trabajo es el resultado de la evaluación realizada a 36 empresas del sector asegurador en cuatro países de la Comunidad Andina, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, sobre la observancia de Prácticas de Gobierno Corporativo. Del análisis de estos resultados se derivan algunas conclusiones y recomendaciones.

Algunos aspectos metodológicos

Para conseguir el objetivo de evaluar a las compañías del sector asegurador frente a los principios generales de Gobierno Corporativo establecidos en los LCAGC, se inició un proceso de recolección de información sobre el universo de empresas aseguradoras del área andina.

La herramienta estuvo constituida por una encuesta que se envió a todas las empresas que componen dicho universo, es decir, a las 143 entidades afiliadas a los gremios aseguradores de los cinco países: Asociación Boliviana de Aseguradores ABA, Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA, La Bolsa de Quito, la Asociación Peruana de Empresas de Seguros, APESSEG, y la Cámara de Aseguradores de Venezuela.

La base de la encuesta fue el cuestionario utilizado en el Diagnóstico de Gobierno Corporativo para el área andina encargado por la CAF¹⁶, al que FASECOLDA y los demás gremios aseguradores, adaptaron las preguntas según pertinencia con el sector asegu-

¹⁶ Este proyecto fue realizado por la firma española IAAG quien con el apoyo de la firma colombiana Econometría S.A. entregaron a la CAF el Informe de Diagnóstico de Gobierno Corporativo en la Comunidad Andina, en agosto de 2006. Siguiendo los lineamientos de mencionado Informe y sus resultados se presenta este para el sector asegurador.

rador.

La encuesta aplicada fue una encuesta autodiligenciable de toma electrónica de datos. El cuestionario de encuesta constó de una batería de 73 preguntas, en su mayoría de respuesta múltiple y de siete preguntas de opinión. Se cubrieron con ellas todos los aspectos fundamentales del Gobierno Corporativo y aspectos particulares del sector asegurador. Adicionalmente, se instaló un centro de consulta a través del call center de Coro de Colombia, y de un sitio en Internet, para realizar un seguimiento de las empresas encuestadas, con líneas abiertas para contestar preguntas y aclaraciones.

En una primera parte del cuestionario se solicitaron los datos de identificación de la entidad, incluyendo el nombre y cargo de quien responde. La segunda sección indaga acerca de la composición accionaria de la entidad encuestada, así como la existencia de operaciones extraordinarias recientes. Por su parte, en la tercera sección se pregunta acerca de las características y modo de operación de los órganos colegiados y ejecutivos de la entidad, a saber, la Asamblea ordinaria y extraordinaria y el directorio y sus miembros.

En la cuarta sección se buscó conocer las prácticas llevadas a cabo en materia de disclosure o revelación de información, en la quinta se identificaron las prácticas de las auditorías externas e internas. La sexta sección versa sobre mecanismos formales de Gobierno Corporativo, su difusión y divulgación. Por último, la sección séptima recoge unas preguntas de opinión.

Para brindar acceso a la página, se utilizó un sistema de autenticación contra los usuarios que se encuentran registrados en la base de datos, las claves de acceso de cada uno están almacenadas y encriptadas para brindar mayor nivel de seguridad, cada compañía contó con un nombre de usuario y una clave única, adicionalmente, se integró otro nivel de seguridad, en el cual ningún usuario podía acceder a ninguna página dentro del sitio, sin haberse autenticado en esa sesión de trabajo.

El análisis y procesamiento de información, se realizó sobre las entidades que efectivamente diligenciaron el cuestionario, 36 en total.

Los resultados más sustantivos de la investigación realizada se refieren entonces a estas 36 empresas del sector asegurador de los países andinos, exceptuando a Venezuela, que contestaron el formulario ampliado sobre Gobierno Corporativo. Estas empresas están distribuidas en los cuatro países por su relación con los mercados nacionales de valores (emisores, no emisores), tal como indica el cuadro 1. En total, el 17% de las empresas que contestaron son peruanas, el 53% corresponde a compañías colombianas, el 25% a empresas ubicadas en Bolivia, y 3% corresponde a empresas ubicadas en Ecuador.

Al mismo tiempo, el 25% de estas compañías son emisoras y el 61% son no emisoras, mientras que el 14% restante no indica si son o no emisoras. Estos resultados evidencian que más de la mitad de las empresas encuestadas tiene fuentes de financiación diferentes a la emisión de renta variable. Los resultados encontrados se discuten para el conjunto de los cuatro países mencionados, diferenciando entre emisores y no emisores.

Cuadro 1: CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE CONTESTARON LA ENCUESTA

País	Emisor	No Emisor	No Indica	Total Empresas	%
Bolivia	5	4	0	9	25%
Colombia	0	16	3	19	53%
Ecuador	0	1	0	1	3%
Perú	4	1	1	6	17%
Sin especificar	0	0	1	1	3%
Total CAN	9	22	5	36	100%
%	25%	61%	14%	100%	

Las 36 empresas que contestaron la encuesta amplia son un subconjunto de las 143 empresas contactadas, que están distribuidas por sector y relación con los mercados de valores nacionales como se indica en el Cuadro 2. De este universo de grandes y medianas empresas contactadas en los cinco países andinos, el 75% son no emisoras y el 25% son emisoras

Principales hallazgos

El examen que se realiza a continuación es el resultado de un análisis de frecuencias de respuestas a cada una de las preguntas. Para cada pregunta se presentan los resultados del patrón de comportamiento de las empresas encuestadas del área andina, realizando una comparación entre emisoras y no emisoras.

En primera instancia se realiza una descripción del perfil de las compañías que contestaron la encuesta. Luego se presentan los resultados para cada una de las secciones del cuestionario que a su vez, versan sobre temas específicos de Gobierno Corporativo: i) Asamblea de Accionistas, ii) El directorio, iii) Infamación financiera y no financiera, iv) solución de controversias y v) Formalización de prácticas de Gobierno Corporativo.

Características de las empresas encuestadas

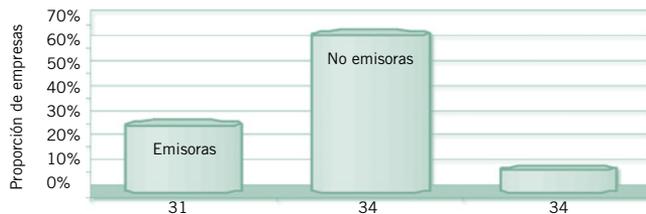
Un componente importante al momento de analizar la información recolectada en la encuesta es saber qué características tienen las empresas que contestaron el formulario. Esto otorga una mayor perspectiva de qué tipo de empresas se están relacionando o comparando. A continuación se describirán las empresas que fueron encuestadas por sus principales características generales.

Perfil de las sociedades

En la gráfica 1 se observa la distribución de los años que tienen las empresas encuestadas desde el momento en que fueron constituidas. El 25% de las empresas encuestadas, correspondientes a las empresas emisoras, tienen en promedio 31 años de actividad. Las empresas no emisoras (61%), por su parte tienen en promedio 34 años de actividad.

Gráfica 1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Número de años de funcionamiento de la compañía en la Región Andina



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia. Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

La diferencia entre empresas emisoras y no emisoras en cuanto al tiempo de funcionamiento es pequeña. Aunque las empresas emisoras aparecen como las más jóvenes, la diferencia con respecto a las no emisoras es de sólo tres años.

Cuadro 2 : EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Número de años de funcionamiento de la compañía

Tipo de empresa	Número de empresas	Número de años (Media)	Desviación Estándar
Emisor	9	30.9	35.61
No Emisor	21	33.8	18.47
No indica	3	34.0	30.12
Total Región	33	33.0	24.26

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia. Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Como puede verse en el cuadro 6, la gran mayoría de empresas encuestadas son de carácter privado (91.7%) y el 2.8% de carácter mixto (público y privado). Ninguna de las empresas encuestas registra capital exclusivamente público, sin embargo, 5.6% no indica la naturaleza de su capital.

Las diferencias entre emisoras y no emisoras son pequeñas. Las emisoras se caracterizan porque en su totalidad son privadas, las no emisoras también son en su mayoría privadas (91%), pero hay una proporción (4.6%) que son de carácter mixto¹⁷.

Cuadro 3: EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Carácter de las empresas según tipo

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No Indica	
Número de empresas que resolvieron la pregunta:	9	22	5	36
El capital de la compañía es				
Privado	100%	91%	80%	91.7%
Estatil				0.0%
Ambos	0%	4.6%	0%	2.8%
No Indica	0%	4.6%	20%	5.6%

FUENTE: FASECOLDA-Econometría S.A. Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

¹⁷ Es importante anotar que para empresas con capital público –sean del orden Nacional o Municipal – se han proferido una serie de guías especializadas que han dado la pauta para determinar las prácticas de Gobierno Corporativo que serían deseables para este tipo de empresas. El documento más representativo de estas prácticas es el proferido en el año 2005 por la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo “Lineamientos de Gobierno Corporativo para empresas con capital estatal”. (OECD Guidelines for State-Owned Enterprises. 2005. www.oecd.org)

En cuanto a la participación accionaria de las empresas encuestadas más de 61% admiten tener alguna participación extranjera en su capital. En las empresas emisoras es en donde se encuentra la mayor presencia extranjera, más de 77% de estas empresas tienen participación extranjera en la propiedad accionaria, mientras que en las no emisoras esta participación es del 59%.

Cuadro 4: EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que tienen participación extranjera en la propiedad accionaria
Información General

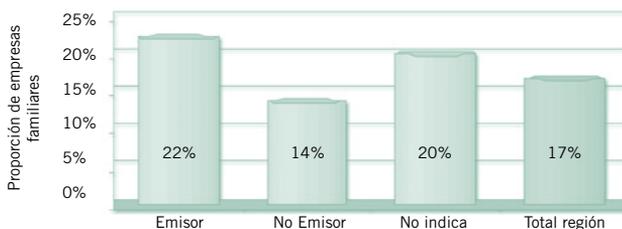
Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No Indica	
Número de empresas que resolvieron la pregunta:	9	22	5	36
En la compañía existe participación extranjera en la propiedad accionaria?	77.78%	59.09%	40.00%	61.11%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Del total de las 33 empresas que respondieron la pregunta de sí la empresa era de carácter familiar, 6 de ellas la contestaron afirmativamente. En las empresas emisoras se encuentra la mayor proporción de empresas familiares (22%), en tanto que en las no emisoras la proporción es menor (14%) con respecto a la de la de la región en total (17%).

Gráfica 2 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Compañías copsideradas como familiares



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

De las empresas de carácter familiar el 85.7% declararon que la familia participa en el directorio y en la administración al mismo tiempo. En la totalidad de las empresas no emisoras y en las que no indicaron el tipo, la forma de participación familiar siempre

se da a través de ambas vías (directorio y administración). En las emisoras en cambio, la participación, en la mitad de los casos, se da solamente a través del directorio.

Cuadro 5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Forma de participación de la familia en la compañía

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No Indica	
Número de empresas que resolvieron la pregunta:	2	4	1	7
Solamente en el directorio	50.0%	0.0%	0.0%	14.3%
Solamente en la administración				0.0%
En ambas	50.0%	100.0%	100.0%	85.7%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

I. Derecho y trato equitativo de los accionistas

Principio de una acción un voto: Medida No. 1 de los LCAGC: Los Estatutos Sociales recogerán el principio de una acción un voto, salvo las acciones privilegiadas sin voto.

Recuadro 1: El Voto

El voto es el principal instrumento que tienen los accionistas para ejercer los derechos políticos que se derivan de sus aportaciones al capital social. Los accionistas en el ámbito internacional han aprendido a convivir con diversos sistemas que contemplan distintos esquemas de derechos de votación.

Los Principios de la OECD han sugerido como práctica deseable, la instauración de sistemas de derechos de voto, pregonando la propagación del Principio una acción – un voto. Sin embargo, mercados como el inglés y el francés aun persisten en la incorporación de votos múltiples o cumulativos. Prácticas contrarias al principio valorado en éste acápite del Diagnóstico también pueden ser por ejemplo, la posibilidad de que la compañía limite la cantidad del número de votos que puede emitir un accionista o el derecho de veto que alguna categoría de accionistas podría contemplar.

Las acciones ordinarias son las más frecuentes (93.5%) en las

empresas que contestaron la encuesta. Nueve de las nueve empresas emisoras emite acciones ordinarias, así como 19 de las 21 empresas no emisoras también lo hace.

Dentro de las empresas encuestas, no se encontró emisión de acciones de dividendo preferencial sin derecho a voto, acciones sin voto, acciones con dividendo preferencial con voto, ni tampoco acciones de inversión.

En el 3.2% de las empresas encuestadas, representadas solamente por las emisoras (11%), se presentan bonos obligatoriamente convertibles en acciones y en el 6.5%, también correspondientes solo a emisoras (9.5%) existen otro tipo de acciones.

De acuerdo con estos resultados, puede decirse que la mayoría de empresas encuestadas, revelan que dentro del sector asegurador hay respeto por el Principio.

Cuadro 1.1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Forma de participación de la familia en la compañía

Pregunta	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
¿Qué tipos de acciones emite su sociedad y qué participación tiene cada una?	9		21		1		31	
Acciones Ordinarias	9	100%	19	90.5%	1	100.0%	29	93.5%
Acciones de dividendo preferencial sin derecho a voto	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Acciones sin voto	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Acciones con dividendo preferencial con voto	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Bonos obligatoriamente convertibles en acciones	1	11%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.2%
Acciones de inversión	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Otras. ¿Cuáles?.	0	0%	2	9.5%	0	0.0%	2	6.5%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

2. Información sobre operaciones extraordinarias:

Una práctica reconocida internacionalmente, es que los accionistas puedan decidir de manera informada sobre asuntos que tienen un impacto trascendente en la sociedad. Esta práctica cobra relevante importancia cuando se trata de la aprobación de operacio-

nes extraordinarias que por definición tienen como consecuencia la transformación de algún aspecto fundamental en la sociedad como su capital, su estructura accionarial y sus activos.

En efecto, la Medida No. 2 de los LCAGC se refiere a que las propuestas referidas a operaciones societarias como ampliaciones de capital, escisiones, fusiones u otras, que pudieran afectar negativamente al derecho de no dilución de los accionistas, deberán estar necesariamente respaldadas por una opinión independiente emitida por un asesor externo de reconocida experiencia y solvencia profesional designado preferiblemente por los Directores Externos Independientes.

Dentro de las empresas encuestadas del sector asegurador se encuentra que la operación extraordinaria mas frecuente en los últimos cinco años ha estado relacionada con cambios en el modelo de administración o gestión. Esta operación se ha presentado en más de 44% de las empresas emisoras y en más de 13% de las no emisoras.

En estas últimas también se ha destacado la elaboración de contratos de out-sourcing o tercerización significativa de actividades, pues es una operación que se ha realizado en casi el 23% de este tipo de empresas. Las operaciones de fusión, absorción y escisión o venta de activos estratégicos para este tipo de empresas representan el 4.5%, 9.1% y 9.1% respectivamente.

Cuadro 1.2 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Pregunta	Operaciones extraordinarias en los últimos 5 años						Total Región	
	Tipo de empresa							
	Emisor		No Emisor		No indica			
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%
¿Qué tipo de operaciones extraordinarias ha realizado la sociedad en los últimos cinco años?	9		22		1		32	
Fusión	1	11.1%	1	4.5%	0	0.0%	2	6.4%
Absorción	2	22.2%	2	9.1%	0	0.0%	4	12.8%
Escisión o venta de activos estratégicos	1	11.1%	2	9.1%	0	0.0%	3	9.7%
Cambio del objeto social	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1	3.1%
Despido Masivo	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1	3.1%
Cambios importantes en el modelo de administración o de gestión	4	44.4%	3	13.6%	0	0.0%	7	22.3%
Elaboración de contratos de outsourcing o tercerización significativa de actividades	0	0.0%	5	22.7%	0	0.0%	5	16.3%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En las emisoras, por su parte, después de los cambios en el modelo de gestión, en el segundo lugar en importancia se encuentran las operaciones de absorción (22.2%) y, por último, las operaciones de fusión y las de escisión o venta de activos estratégicos, ambas con un 11.1%.

En términos de la región en general, se encuentra que efectivamente las operaciones que se refieren a cambios importantes en el modelo de administración o de gestión son las más representativas con el 22.3%. Le siguen las operaciones de elaboración de contratos de outsourcing o tercerización significativa de actividades con el 16.3% y las referentes a absorción, que equivalen al 12.8%. Ninguna de las empresas reporta haber experimentado un cambio en su objeto social ni tampoco un despido masivo.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, no es muy evidente la participación de los accionistas en las operaciones extraordinarias. De las 31 empresas que contestaron esta pregunta, solo el 23% requirió aprobación de los accionistas, y en el 14% de los casos fueron informados antes de concretar la operación.

En las empresas emisoras se observa un mayor grado de participación con respecto a las no emisoras. Mientras que en las primeras se requirió en el 33% de los casos la aprobación de los accionistas, en las no emisoras solo se requirió en el 18% de los casos. Este mismo patrón se repite en la pregunta de si fueron informados o no, en el 22% de las empresas emisoras los accionistas fueron informados antes de concretar la operación, en tanto que en las no emisoras esta proporción fue de 14%.

Sin embargo, debe resaltarse que solo en el 3% de las compañías encuestadas los accionistas no tuvieron ningún tipo de participación.

A un 8.3% de los accionistas de las 36 empresas que resolvieron esta pregunta, no se les envió dossier descriptivo. Este 8.3% corresponde en su totalidad a empresas no emisoras.

Gráfica 1.1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Participación de los accionistas en las operaciones extraordinarias



Por su parte, el tiempo de envío de dossier descriptivo y valorativo de la operación extraordinaria para el resto de empresas que contestaron esta pregunta fue siempre superior a una semana. En el 13.9% de los casos el tiempo osciló entre una semana y 15 días hábiles. El 5.6% registró un tiempo superior a 15 días pero menor a 25, y el 8.3% restante manifestó un tiempo de antelación mayor a 25 días.

Cuadro 1.3 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que con antelación ponen a disposición de los accionistas información de operaciones extraordinarias

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas que resolvieron la pregunta:	9	22	5	36
¿Con cuánto tiempo de antelación tuvieron disponibles los Accionistas el dossier descriptivo y valorativo de la operación extraordinaria más reciente?	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
1. Una semana	33.3%	9.1%	0.0%	13.9%
2. Entre una semana y quince días hábiles	11.1%	4.6%	0.0%	5.6%
3. Entre quince y veinticinco días hábiles	11.1%	9.1%	0.0%	8.3%
4. Mas de veinticinco días hábiles	0.0%	13.6%	0.0%	8.3%
5. No se les envió un dossier descriptivo	44.5%	63.6%	100.0%	63.9%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Es interesante observar como 8.3% de las empresas acogen el estándar establecido a través de los ROSC¹⁸, en donde se valora

18 Report on Observance of Standards and Codes. Metodología del Banco Mundial y el Foro Monetario Internacional para evaluar el nivel de observancia de los Principios de Gobierno en los marcos legales de los países. En el caso del área andina se ha realizado esta valoración para Colombia y Perú.

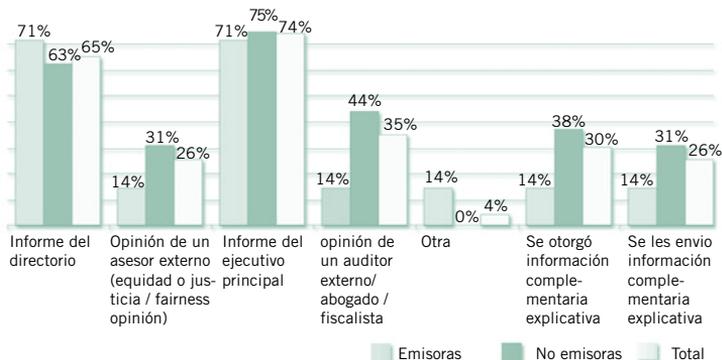
que el envío de información a los accionistas sea entre 20 y 30 días, por encima de la media de las regulaciones de los países del área andina – de 15 días hábiles.

La gran mayoría de empresas encuestadas que afirman haber experimentado una operación extraordinaria, manifiestan haber puesto a disposición de los accionistas otros tipos de información adicionales al dossier informativo. El tipo de información más frecuente, tanto en las empresas emisoras como en las no emisoras, es el informe del ejecutivo principal (74%) y el informe del directorio (65%).

La opinión de un asesor externo (fairness opinion) es mayormente suministrada a los accionistas por las no emisoras (31%) en comparación con las emisoras (14%). Asimismo, la proporción de empresas que ponen a disposición de los accionistas la opinión de un abogado fiscalista es superior en las no emisoras (44% frente a un 14% en las emisoras).

Gráfica 1.3 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Información disponible a los accionistas sobre la operación extraordinaria



3. Blindajes anti-opas¹⁹

En cuanto a las prácticas llevadas por las sociedades encuestadas

¹⁹ Aunque es un tema controversial, generalmente se promueve en el ámbito internacional que las compañías desistan de incorporar mecanismos que disuadan el cambio de control de las compañías. Un principio general es el deber de pasividad de una sociedad y sus administradores cuando exista una oferta que implique el cambio de control. Sin embargo, en la búsqueda de contra-oferentes o “free riders” los accionistas podrían verse beneficiados con un mayor precio de las acciones, derivadas de la pugna por el control

en el tema de blindaje anti-opas en la Región Andina se encuentra que el patrón es el siguiente:

- No se requiere un mínimo de acciones para ser director en la mayoría de los casos, aunque el porcentaje para serlo es un poco mayor en las no emisoras.
- No se requiere un número mínimo de años como director para ser presidente del directorio
- Solo en 10% de las empresas se limita al número de votos que un accionista puede emitir, independientemente del número de acciones que posea.
- En el 10% de los casos existen requisitos de nacionalidad para ser accionista o director. Esta tendencia es más notoria en las empresas emisoras, más de 22% exigen requisitos de nacionalidad.
- No se practica el blindaje para ejecutivos
- Solo en el 16% de las empresas (todas no emisoras), existen derechos de preferencia en las sociedades no cotizadas
- La situación anterior se replica en el tema de mayorías especiales. Solo en el 16% existen mayorías especiales para vender una participación significativa en las sociedades no cotizadas que contestaron la pregunta.
- Mas de 73% aseguró tener otras prácticas
- El 43.3% manifiesta no llevar a cabo ninguna de las prácticas relacionadas en la preguntas.

Con respecto a la participación en la sociedad de cada accionista, se encontró que, a nivel de la región, los primeros cuatro accionistas representan el 89.3% de la sociedad. En las empresas no emisoras este patrón es mas fuerte, siendo los primeros cuatro accionistas los dueños, en promedio, de mas del 92% de cada sociedad. En las emisoras el promedio es de 81.1%.

Cuadro 1.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

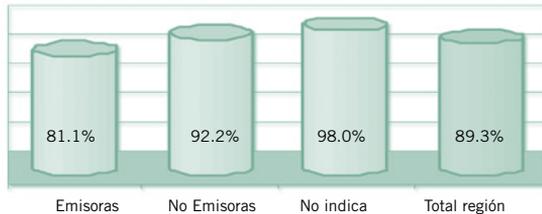
Prácticas de gobierno corporativo

Pregunta	Tipo de empresa				Total Región	
	Emisor		No Emisor		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%		
¿Cuáles de las siguientes prácticas son llevadas a cabo por la sociedad?	9		21		30	
Se requiere un número mínimo de acciones para ser Director	0	0.0%	1	4.8%	1	3.3%
Número mínimo de años como Director para ser presidente del Directorio	0	0.0%	1	4.8%	1	3.3%
Limitación al número de votos que un Accionista puede emitir, independientemente del número de acciones que posea	1	11.1%	2	9.5%	3	10.0%
Requisitos de Nacionalidad para ser Accionista	2	22.2%	1	4.8%	3	10.0%
Requisitos de Nacionalidad para ser Director	2	22.2%	1	4.8%	3	10.0%
Blindaje de altos Ejecutivos	0	0.0%	1	4.8%	1	3.3%
Derecho de Preferencia (sociedades no cotizadas)	0	0.0%	5	23.8%	5	16.7%
Mayorías especiales para vender una participación significativa (sociedades no cotizadas)	0	0.0%	5	23.8%	5	16.7%
Otra. ¿Cuál?:	5	55.6%	17	81.0%	22	73.3%
Ninguna de las anteriores	4	44.4%	9	42.9%	13	43.3%

FUENTE: FASECOLDА-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Gráfica 1.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de la sociedad tienen los primeros cuatro accionistas



FUENTE: FASECOLDА-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

II. La Asamblea General de Accionistas

Recuadro 2: La Asamblea General de Accionistas

La Medida No. 7 de los LCAGC dictamina que los Estatutos de las sociedades deben reconocer a la Asamblea General de Accionistas su condición de órgano supremo, definiendo con claridad sus funciones indelegables, entre las que no se pueden omitir, el nombramiento de los auditores o la aprobación de la política de retribución de los directores. La anterior medida se sustenta en que la Asamblea General de Accionistas es el órgano soberano de

toda sociedad. La OECD reconoce la importancia de los derechos fundamentales de la asamblea de accionistas que se materializan en decisiones críticas que deberían ser única y exclusivamente de su resorte y por ende no deberían poderse delegar en otros órganos de gobierno como el directorio.

Por otro lado, la OECD realiza una serie de recomendaciones concretas en estos aspectos en el capítulo de Derechos y Responsabilidades de los Accionistas contenidos en los Principios de Gobierno Corporativo. El postulado es que los accionistas puedan tomar decisiones suficientemente informadas y que el ejercicio de los derechos políticos no revista costes innecesarios. En efecto, la Medida No. 9 de los LCAGC establece: Las sociedades determinarán estatutariamente el derecho de los accionistas que representen una participación significativa del capital social a promover la convocatoria de una Asamblea General de Accionistas, que deberá celebrarse en un plazo razonable y respetando íntegramente la agenda propuesta por los promotores. Asimismo, los estatutos deben reconocer el derecho de cualquier accionista a introducir puntos a debatir, dentro de un límite razonable, en la agenda de las Asambleas Generales de Accionistas.

1. Funcionamiento de la Asamblea General de Accionistas

Los aspectos relacionados con éste acápite se refieren a los mecanismos y plazos de convocatoria, estructuración de agenda, mecanismos de votación y representación y quórum necesarios para la toma de decisiones.

a Convocatoria

Para la mayoría de las entidades encuestadas de la región andina (80.56%), los mecanismos, plazos y el contenido de la convocatoria de la Asamblea General de Accionistas coinciden exactamente con los términos que establece la Ley. En la emisoras este porcentaje es del 100%, mientras que en las no emisoras es del 86.36%.

Cuadro 2.1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que con antelación ponen a disposición de los accionistas información de operaciones extraordinarias

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas que resolvieron la pregunta:	9	22	5	36
¿Con cuánto tiempo de antelación tuvieron disponibles los Accionistas el dossier descriptivo y valorativo de la operación extraordinaria más reciente?				
0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
1. Una semana	33.3%	9.1%	0.0%	13.9%
2. Entre una semana y quince días hábiles	11.1%	4.6%	0.0%	5.6%
3. Entre quince y veinticinco días hábiles	11.1%	9.1%	0.0%	8.3%
4. Mas de veinticinco días hábiles	0.0%	13.6%	0.0%	8.3%
5. No se les envió un dossier descriptivo				
No responde	44.5%	63.6%	100.0%	63.9%

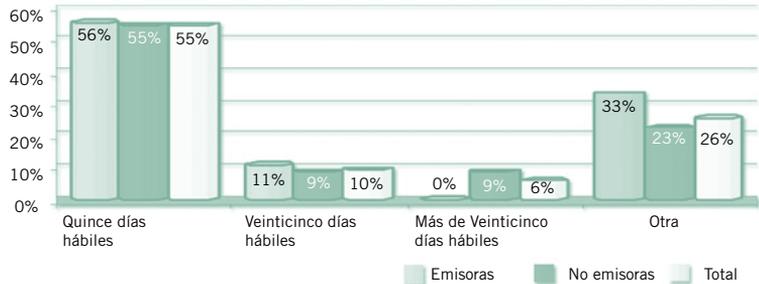
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Asambleas Ordinarias

En el 55% de las 31 empresas que resolvieron esta pregunta, sin mayores diferencias entre emisoras y no emisoras, el tiempo de anticipación en la convocatoria de asambleas ordinarias es de 15 días hábiles y en el 10% es de 25 días hábiles. El 26% de las encuestadas manifiesta emplear “otros” tiempos y solo el 6% hace la convocatoria en un tiempo igual o superior a los veinticinco días hábiles.

Gráfica 2.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Anticipación convocatoria de las asambleas ordinarias



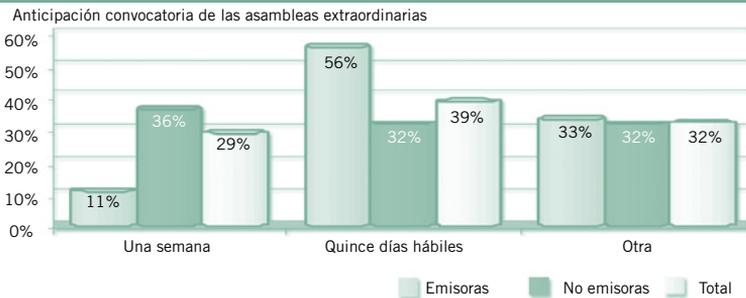
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Asambleas Extraordinarias

El tiempo de anticipación para la convocatoria de este tipo de asambleas también es de 15 días hábiles para la mayoría (39%).

Sin embargo, aquí sí se presentan diferencias más notables entre emisoras y no emisoras. Mientras que para el 56% de las emisoras la anticipación de la convocatoria es de 15 días hábiles, y para el 11% es de una semana, en las no emisoras se encuentra que en el 32% de los casos este tiempo es de 15 días hábiles, y en 36% es de una semana. En ambos tipos de empresas, alrededor de 32% manifiesta haber convocado con “otro” tiempo de anticipación.

Gráfica 2.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Medios de convocatoria

El medio de convocatoria formal a asamblea ordinaria más utilizado, tanto en emisoras como no emisoras del sector asegurador que contestaron esta pregunta, es la publicación en medio escrito de comunicación masiva (67%), seguido del correo certificado (29%).

La publicación en medio escrito de comunicación masiva es mucho más importante en las empresas emisoras, un 89% de éstas reporta utilizar este medio. En las no emisoras, a pesar de ser el más importante, no es tan representativo como en las emisoras, ya que es utilizado por el 57% de las no emisoras que resolvieron esta pregunta. A este respecto es importante anotar que tanto la OECD en sus Principios de 2004 como los LCAGC coinciden en la importancia de implementar mecanismos adicionales a los que establecen los marcos legales de los países para difundir la convocatoria. Este tema resulta particularmente importante para

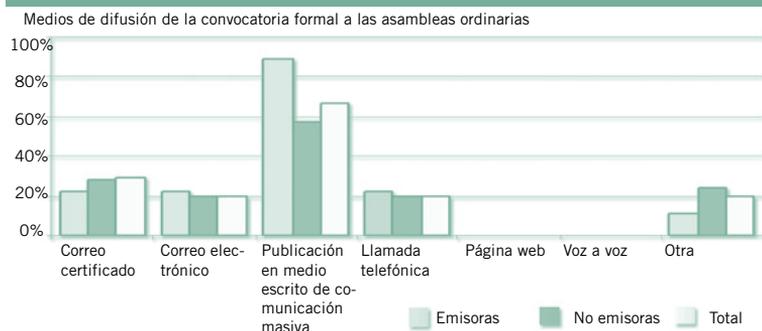
fomentar la inversión extranjera directa y de portafolio. La convocatoria a través de un diario local de amplia circulación es un común denominador en las normas societarias de los cinco países del área andina, aunque no obstante este mecanismo no resulta eficiente para inversionistas que se encuentran localizados en el exterior.

La utilización del resto de medios muestra un comportamiento muy similar en ambos tipos de empresas. El correo electrónico y las llamadas telefónicas tienen una participación de 19% cada una, mientras que la página web y la comunicación voz a voz fueron mecanismos que ninguna de las 31 empresas que contestó esta pregunta usa como medio de convocatoria.

Es de anotar que el porcentaje de empresas que aseguran utilizar otros mecanismos de convocatoria es de 19% en particular en las no emisoras.

La convocatoria vía correo electrónico es uno de los mecanismos más idóneos y prácticos para dotar a los accionistas de información oportuna. Los resultados demuestran que es un campo que todavía requiere mucha divulgación y desarrollo. Probablemente, el primer paso es fortalecer los procesos de actualización de registros de accionistas en las sociedades, al tiempo que las nuevas tecnologías de información deberían ser consideradas como una adquisición estratégica por parte de las empresas.

Gráfica 2.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

b Agenda ²⁰

Se encuentra que hay temas incluidos en las últimas asambleas ordinarias que son muy recurrentes dentro de las empresas encuestadas del sector asegurador. El tema de presencia permanente en las agendas, tanto en emisoras como en no emisoras, es el de aprobación de estados financieros. También se destacan, concordantes con lo establecido en los marcos regulatorios andinos, el reporte del auditor externo (90.3%), el informe del ejecutivo principal (87.1%) y la elección del directorio (87.1%).

Llama la atención que el rubro de “otros/variados” es bastante frecuente en las compañías no emisoras (76.2%) frente a las emisoras (33.3%). El tema de la aprobación de la remuneración de los miembros del directorio es más frecuente en las emisoras (100%) que en las no emisoras (52.4%). En contraste, la aprobación de la remuneración del auditor externo tiene más importancia en las no emisoras (81%) que en las emisoras (22.2%).

La elección del auditor externo si muestra ser un tema de similar importancia en ambos tipos de empresas, en las emisoras es un tema incluido en la agenda del 88.9% de las empresas que contestaron la pregunta, y en las no emisoras es un tema incluido en el 71.4% de las agendas.

El 48.4% del total de empresas que resolvieron esta pregunta afirma haber incluido otros temas y el 100% asegura haber incluido temas adicionales a los de la lista.

c Participación de los accionistas en las Asambleas Generales

Para el 75% de las compañías encuestadas, independientemente de su condición de emisoras o no emisoras, las asambleas ordinarias se constituyen con más del 70% del capital de la sociedad. Esta situación se presenta en el 100% de las emisoras encuestadas y en el 77.3% de las no emisoras.

²⁰ La agenda es un instrumento importante en el buen funcionamiento de una Asamblea General de Accionistas. El estándar internacional convergente tanto para OECD como para la CAF es que las Agendas deben contener de manera explícita los puntos del día sobre los cuales se va a decidir y a informar, promoviendo la erradicación del rubro “otros/variados/libre” buscando evitar la inclusión sorpresiva y desinformada de temas que podrían tener alto impacto para los accionistas y la sociedad.

Cuadro 2.2 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Temas incluidos en las agendas de las dos últimas Asambleas Ordinarias

Pregunta	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
¿Cuáles de los siguientes temas fueron incluidos en la Agenda de la última Asamblea Ordinaria?	9		21		1		31	
1. Aprobación de Estados Financieros	9	100.0%	21	100.0%	1	100.0%	31	100.0%
2. Elección del Directorio	9	100.0%	17	81.0%	1	100.0%	27	87.1%
3. Lectura del reporte del Auditor Externo	8	88.9%	19	90.5%	1	100.0%	28	90.3%
4. Rubro otros / varios	3	33.3%	16	76.2%	1	100.0%	20	64.5%
5. Aprobación de la Remuneración de los miembros del Directorio	9	100.0%	11	52.4%	1	100.0%	21	67.7%
6. Informe del Ejecutivo Principal	7	77.8%	19	90.5%	1	100.0%	27	87.1%
7. Elección del Auditor Externo	8	88.9%	15	71.4%	1	100.0%	24	77.4%
8. Aprobación de la Remuneración del Auditor Externo	2	22.2%	17	81.0%	1	100.0%	20	64.5%
9. Otros. ¿Cuáles?	6	66.7%	9	42.9%	0	0.0%	15	48.4%
10. Ninguna de las anteriores	9	100.0%	21	100.0%	1	100.0%	31	100.0%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Cuadro 2.3 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Quórum de constitución de la última Asamblea ordinaria

Empresas cuyo quórum de constitución de la última asamblea ordinaria es mayor al 70% del capital de la sociedad

Tipo de empresa	Número de casos	%
Emisor	9	100.0%
No Emisor	17	77.3%
No Indica	1	20.0%
Total Región	27	75.0%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Por su parte, el quórum de constitución en la última Asamblea Extraordinaria expresado en porcentaje del capital de la sociedad, es bastante alto en las empresas encuestadas. En efecto, en el 75% de los casos, el promedio es cercano a 92% y llama la atención que la media del porcentaje declarado por las no emisoras (92.45%) es un poco mayor que el de las emisoras (91.75%).

Cuadro 2.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Quórum de constitución de la última Asamblea extraordinaria

Empresas cuyo quórum de constitución de la última asamblea ordinaria es mayor al 70% del capital de la sociedad

Tipo de empresa	Número de casos	%
Emisor	8	88.9%
No Emisor	20	90.9%
No Indica	1	100.0%
Total Región	29	75.0%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

2. Mecanismos de votación y representación de los accionistas en la Asamblea General de Accionistas

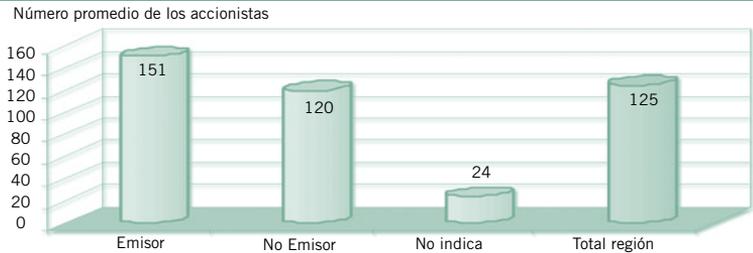
La indagación de estas prácticas responde a verificar el cumplimiento de la Medida No. 16 de los LCAGC: para promover la participación de los accionistas en la Asamblea General, la sociedades admitirán la agrupación de accionistas y limitarán al máximo la delegación de voto a favor del directorio, sus miembros, y miembros de la alta dirección. El administrador que obtenga la representación no podrá ejercitar el derecho de voto correspondiente a las acciones representadas en aquellos puntos de la agenda en los que se encuentre en conflicto de intereses.

Lo anterior obedece a su vez, a que el ejercicio de los derechos políticos tiene su foro natural en la Asamblea General de Accionistas. Esto no quiere decir que se deba limitar a la presencia física de los accionistas, por el contrario, el ejercicio del derecho al voto a distancia, la transparencia en la delegación en particular cuando se hace a través de administradores, son mecanismos importantes para un buen Gobierno Corporativo.

a. Delegación del voto

El número promedio de accionistas que tiene una empresa del sector asegurador en los cuatro países estudiados de en la región es de 125. Este numero es mas alto en las empresas emisoras, que reportan en promedio 151 accionistas, en tanto que en las no emisoras el promedio es de 12 accionistas.

Gráfica 2.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Al observar las características de las asambleas ordinarias de las empresas encuestadas de la región andina en aspectos relacionados con la delegación de votos y mecanismos de votación, se encuentra que, en promedio, cerca de 14.2% de los accionistas no asistieron físicamente a la Asamblea y delegaron su voto. El porcentaje es ligeramente menor en las compañías emisoras (13.9%) que en las no emisoras (14.3%).

Gráfica 2.5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

La delegación del voto de los accionistas en el directorio se presentó de la siguiente manera. En el 8.3% de las aseguradoras encuestadas, del 14.2% de los accionistas que no asistieron a la asamblea, los que delegaron su voto en el directorio representaron entre un 1% y un 30%.

En las empresas emisoras es donde se encuentra el mayor nivel de delegación. En el 33.3% de este tipo de empresas del porcentaje de accionistas que no asistieron a la asamblea (14.3%),

delegaron su voto en el directorio mas del 50%. En las emisoras por su parte, la proporción de empresas en las que mas del 50% de los accionistas delegó en el directorio, es de 4.6%.

En el 25% de las empresas los accionistas que no asistieron tampoco delegaron su voto en alguien de la administración, pero llama la atención que mas del 55% de las empresas no indican si los accionistas que no asistieron a la asamblea delegaron su voto en alguien del directorio o no.

Cuadro 2.5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de personas que delegaron su voto en alguien de la administración

Pregunta	Tipo de empresa		
	Emisor	No Emisor	Total Región
Número de empresas que resolvieron la pregunta:	9	22	31
1. El 0% de los Accionistas	11.1%	36.4%	25.0%
2. Entre el 1% y 30% de los Accionistas	11.1%	9.1%	8.3%
3. Entre el 31% y 50% de los Accionistas	0,0%	0,0%	0,0%
4. Entre el 51% y el 70% de los Accionistas	22.2%	0,0%	5.6%
5. Mas del 70% de los Accionistas	11.1%	4,6%	5,6%
No responde	44%	50,0%	55,6%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

b. Mecanismos y sistemas de votación

El ejercicio del derecho a voto debe ser facilitado por las sociedades, concepto en el que coinciden tanto la OECD como los LCAGC, que entre otras recomendaciones promueven el voto electrónico. En efecto, esto se plasma en las medidas 13 y 14 de los LCAGC:

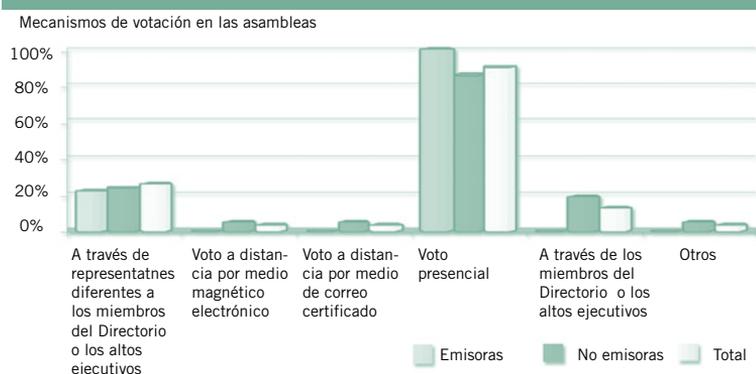
- **Medida No. 13 de los LCAGC:** Las sociedades, a través de los Estatutos y/o el reglamento de la Asamblea, implementarán los procedimientos necesarios para promover la participación activa de los accionistas en la Asamblea General.
- **Medida No. 14 de los LCAGC:** Se fomentará la utilización de medios electrónicos, tanto para la convocatoria de las Asambleas como para la emisión del voto a distancia de los accionistas sobre los puntos de la agenda.

El voto presencial es el mecanismo más frecuente entre las empresas encuestadas, tanto en emisoras (100%) como en no emisoras (85.7%). En segundo lugar, pero con una participación mu-

cho más pequeña se encuentra el mecanismo de representantes diferentes a los miembros del directorio (23%).

Estos dos son los únicos mecanismos reportados por las empresas emisoras encuestadas. Las no emisoras si emplean los mecanismos de voto a distancia por medio electrónico, voto por correo certificado y otros, cada uno con una participación de 4.8% dentro de estas empresas.

Gráfica 2.6 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

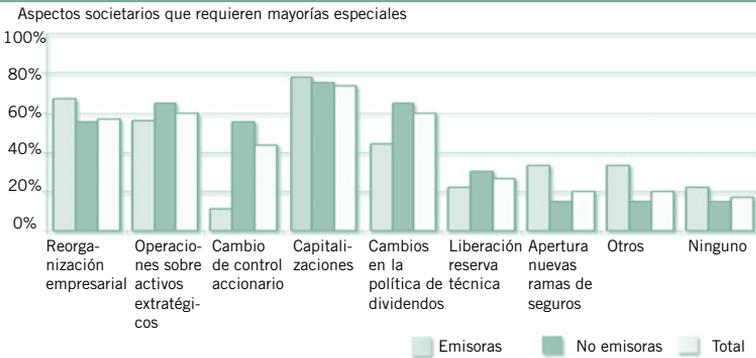
3. Quórum reforzados y mayorías especiales

- 17% de las empresas encuestadas asegura no requerir mayorías especiales en ninguno de los aspectos societarios indicados en el cuestionario. El resultado es mas preponderante en las compañías emisoras (22.2%) que en las no emisoras (15%).
- Más de 56% de las empresas encuestadas requiere de mayorías especiales para reorganización empresarial, mientras que el 33% asegura que no se requieren y el casi 10% restante no indica si se requieren mayorías o no.
- Alrededor de 60% requiere de mayorías especiales para operaciones sobre activos estratégicos mientras que el 30% no lo requiere. Esta mayoría se requiere con mayor frecuencia en las compañías no emisoras (65%) en comparación con las emisoras (55.6%).
- En promedio, para el 43% de las compañías encuestadas se

requiere mayorías especiales para un cambio en el control accionario, siendo un requisito que se presenta con mayor frecuencia en las no emisoras (55%) frente a las emisoras (11.1%).

- Las capitalizaciones de las compañías encuestadas requieren una amplia mayoría en los dos segmentos. La mayoría es requisito para el 79% de las emisoras y para el 75% de las no emisoras.
- Los cambios en las políticas de dividendos requieren de mayorías especiales en el 60% de las empresas encuestadas, siendo mayor la frecuencia en las compañías no emisoras (65%).
- Los aspectos de liberación de reserva técnica, y apertura de nuevas ramas de seguros requieren mayoría en el 27% y 20% de las empresas respectivamente.
- Cerca del 20% de las entidades encuestadas afirma requerir mayorías especiales en otros aspectos

Gráfica 2.7 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

III. Características del directorio ²¹

Tanto la OECD como la CAF a través de los LCAGC, han depositado en el directorio el eje y la responsabilidad de velar por el monitoreo y evolución de las prácticas de Gobierno Corporativo en las sociedades.

21 Denominación Andina: Junta Directiva en Colombia; Consejo de Administración en Ecuador.

El cuestionario de la encuesta realizada al sector asegurador incluyó una batería de 25 preguntas conducentes a establecer las prácticas y características de los directorios de las empresas encuestadas. Los resultados se han organizado en nueve aspectos; (i) Formalización de las Prácticas del directorio; (ii) la composición del directorio; (iii) Diferentes categorías de miembros; (iv) Posición del Ejecutivo Principal y el Presidente del directorio; (v) Funcionamiento del directorio, (vi) Funciones, Deberes y Derechos de los directores; (vii) Retribución de los directores y ejecutivo principal, (viii) Autoevaluación del órgano colegiado y de sus miembros y (ix) Comisiones del directorio.

1. Formalización de las prácticas del directorio

En términos de la formalización estatutaria de los directorios, se encontraron los siguientes resultados:

Con respecto a los derechos y deberes de los directores, se observa que la totalidad de las empresas que resolvieron esta pregunta (31), independientemente del tipo, aseguran que los derechos y deberes de los directores se encuentran regulados en los Estatutos. En casi el 23% de los casos, también se encuentran regulados en el Código de Buen Gobierno.

En el 22.2% de las empresas emisoras y en el 4.8% de las no emisoras, estos derechos y deberes están también regulados en el Manual de Funciones. Asimismo, el 13% de las empresas manifiesta contar con otros documentos para dicha regulación.

Cuadro 3.1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que reportan el tipo de documentos que contienen la regulación del Directorio

¿En qué documentos se encuentran regulados los derechos y deberes de los Directores?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	9		21		1		31	
Estatutos	9	100.0%	21	100.0%	1	100.0%	31	100.0%
Manual de Funciones	2	22.2%	1	4.8%	0	0.0%	3	9.7%
Manual de procedimientos	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	1	3.2%
Código de Buen Gobierno	2	22.2%	5	23.8%	0	0.0%	7	22.6%
Reglamento del Directorio	0	0.0%	2	9.5%	0	0.0%	2	6.5%
Otros. ¿Cuáles?:	1	11.1%	3	14.3%	0	0.0%	4	12.9%
No se hacen explícitos en ningún documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

De la misma manera, se encuentra que los documentos en los que se encuentran contemplados los mecanismos, plazos y contenidos de las convocatorias para las reuniones del directorio, son mayoritariamente los estatutos (93%). Los siguen, con una participación mucho más pequeña, y presente, únicamente, en las empresas no emisoras, el Código de Buen Gobierno (7.1%) y el Reglamento Interno del directorio (3.6%).

En el 14.3% de las empresas tiene estos mecanismos, plazos y contenidos contemplados en estos documentos. Finalmente, el 7.1% de las empresas (todas no emisoras) que resolvieron esta pregunta, afirma que los mecanismos, plazos y contenidos de las convocatorias para las reuniones del directorio no están contemplados en ningún documento societario.

Cuadro 3.2 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Documentos en los cuales están contemplados los mecanismos, plazos y contenidos de la convocatoria sobre reuniones del Directorio

¿En cuáles documentos societarios están contemplados los mecanismos, plazos y contenidos de la convocatoria sobre las reuniones del Directorio?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	8		19		1		28	
En el Código de Buen Gobierno	0	0.0%	2	10.5%	0	0.0%	2	7.1%
En el Reglamento Interno del Directorio	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	1	3.6%
En los Estatutos	8	100.0%	17	89.5%	1	100.0%	26	92.9%
Otros. ¿Cuáles?:	1	12.5%	3	15.8%	0	0.0%	4	14.3%
No se contemplan	0	0.0%	2	10.5%	0	0.0%	2	7.1%

2. Composición del directorio

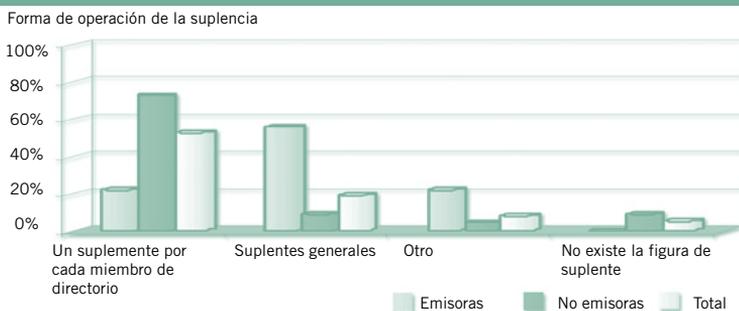
La Medida No. 19 de los LCAG establece que las sociedades, cualquiera que fuera su tipo societario, deberán tener un directorio con un número de miembros que sea suficiente para el adecuado desempeño de sus funciones. A continuación la conformación de las sociedades estudiadas:

a. Manejo de suplencias de los Directores

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en el sector asegurador en la mayoría de las empresas existe la figura de suplentes. Solo un 5.6% de las empresas encuestadas (ninguna emisora) asegura no contar con la figura.

En la mayoría de emisoras encuestadas (55.6%) existe la figura de suplentes generales, mientras que en la mayoría de no emisoras (72.7%) la figura presente es la de un suplente por cada miembro del directorio.

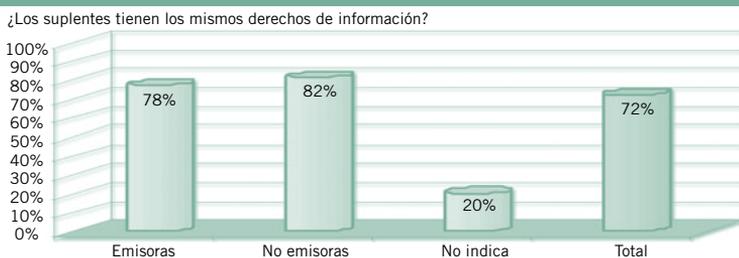
Gráfica 3.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En términos generales, los suplentes tienen los mismos derechos de información en el 72% de las empresas encuestadas. Esta tendencia es ligeramente mayor en las no emisoras (82%) en comparación con las emisoras (78%).

Gráfica 3.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

3. Diferentes categorías de miembros del directorio

Es importante que las categorías de miembros del directorio representen la estructura de capital de la sociedad. Los LCAGC sugieren dos categorías de miembros, los externos y los internos (ejecutivos que cuentan con contrato laboral). La primera categoría mencionada se divide a su vez en dos subcategorías: i) Exter-

nos no independientes y ii) Externos independientes, que deben responder a una serie de requisitos objetivos en orden a que las decisiones que se tomen no estén sujetas o subordinadas a los intereses particulares de un accionista de control.

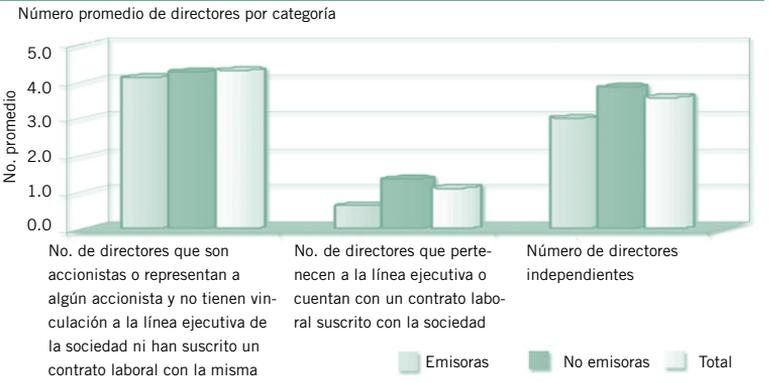
a. Miembros Externos e Internos

De acuerdo con la Medida No. 19 de los LCAGC: El directorio podrá estar integrado por directores internos y externos, que podrán ser independientes o no independientes. En el nombramiento de los directores se tratará de reflejar al máximo la estructura accionarial de la sociedad. El directorio podrá estar formado en su totalidad por directores externos, que salvo para las empresas cerradas, serán siempre una amplia mayoría.

Dentro de las empresas encuestadas existen, en promedio 4 directores que son accionistas o que representan a algún accionista y no tienen vínculos con la línea ejecutiva de la sociedad ni han suscrito un contrato laboral con la misma. Este número representa un 55.3% del número promedio de miembros del directorio (8) que reportan las empresas.

En promedio, las empresas encuestadas tienen de 3 a 4 miembros independientes en su directorio (45.8%), y sólo uno que pertenece a la línea ejecutiva o cuenta con un contrato laboral suscrito por la sociedad.

Gráfica 3.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (mayo-julio de 2006)

4. Posición de Ejecutivo Principal y Presidente del directorio:

En el 13.9% de las empresas encuestadas la presidencia del directorio y la posición del ejecutivo principal coinciden en la misma persona. Este promedio es sólo un poco mayor en las compañías no emisoras (18%) frente a las emisoras (11%).

Hay una diferencia más notoria en el número de empresas en donde el Ejecutivo Principal es miembro pleno del directorio. Esta situación es así en el 55% de las no emisoras, mientras que en las emisoras se presenta en el 33% de los casos.

Cuadro 3.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Coincidencia entre la posición de la Presidencia del Directorio y la posición del Ejecutivo Principal

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	1	32
¿La Presidencia del Directorio y la posición del Ejecutivo Principal coinciden en la misma persona?	11%	18%	0%	13.9%
¿El Ejecutivo Principal es miembro pleno del Directorio?	33%	55%	0%	41.7%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

5. Funcionamiento del directorio

a. Tiempo de antelación de la Convocatoria

El tiempo de anticipación para convocar a reuniones formales del directorio es, en el 44% de las empresas, de una semana. Este promedio es mas alto en las emisoras (66.7%) en comparación con las no emisoras (45.5%). En estas últimas también hay una participación importante de las empresas en las que el tiempo de convocatoria esta entre una semana y quince días hábiles (31.8%). Por último, en algo más del 8% de las empresas en-

Cuadro 3.4 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Tiempo promedio anticipado para convocar reuniones formales del Directorio

¿Con cuánto tiempo de anticipación se convoca a las reuniones formales del Directorio?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
1. Una semana	66.7%	45.5%	0.0%	44.4%
2. Entre una semana y quince días hábiles	11.1%	31.8%	20.0%	25.0%
3. Entre quince y veinticinco días hábiles	0.0%	4.6%	0.0%	2.8%
4. Más de veinticinco días hábiles	11.1%	4.6%	0.0%	5.6%
No responde	11.1%	13.6%	80.0%	22.2%

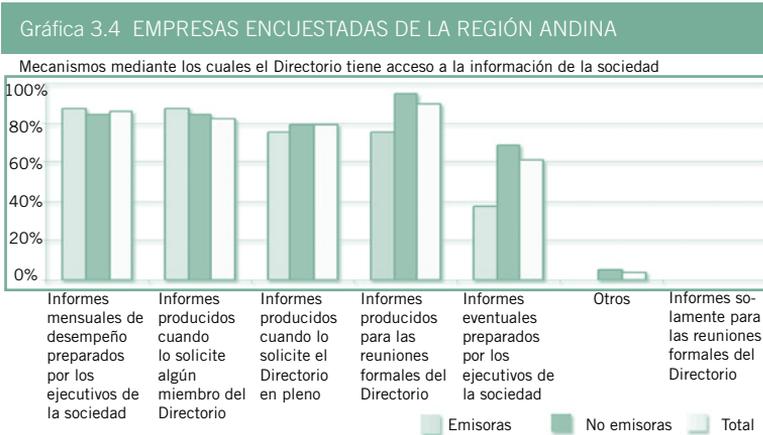
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

cuestadas, el tiempo de anticipación para convocar a este tipo de reuniones es superior a quince días hábiles.

b. Información disponible a los Directores

El uso de diferentes mecanismos por parte de los directorios para tener acceso a la información de la sociedad es bastante frecuente y homogéneo. Todos los mecanismos listados, con excepción de los informes eventuales preparados por los ejecutivos de la sociedad (60.7%), son usados por mas del 75% de las empresas encuestadas, tanto emisoras como no emisoras.

El mecanismo mas frecuente en las empresas no emisoras es el de informes producidos para las reuniones formales del directorio (94.7% de las empresas), en tanto que en las emisoras los mas usados son Informes mensuales de desempeño preparados por los ejecutivos de la sociedad e informes producidos cuando lo solicite algún Miembro del directorio (cada uno presente en el 87.5% de estas empresas).



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

Sin embargo, cuando se indaga por el tipo de información suministrada al directorio, se encuentra que en más del 7% de las 28 empresas que resolvieron esta pregunta, no se suministra ningún tipo de información a los directores.

En las que por el contrario, si se pone información a disposición del directorio se observa que lo más frecuente son los informes de los Ejecutivos (75%), los informes sobre los puntos del día que se discutieron en la reunión (75%) y los indicadores del comportamiento de la sociedad en sus distintas áreas de negocio (71.4%).

Cuadro 3.5 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Información puesta a disposición del Directorio en las dos últimas reuniones ordinarias

¿Qué información se puso a disposición de los miembros del Directorio con antelación a la última reunión del directorio?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	8		19		1		28	
Informe de las comisiones del Directorio	1	12.5%	7	36.8%	0	0.0%	8	28.6%
Informes de asesores externos	0	0.0%	4	21.1%	0	0.0%	4	14.3%
Informe de los Ejecutivos	6	75.0%	14	73.7%	1	100.0%	21	75.0%
Informe de Auditor Externo	1	12.5%	7	36.8%	1	100.0%	9	32.1%
Informe sobre los puntos del día que se discutieron en la reunión	4	50.0%	16	84.2%	1	100.0%	21	75.0%
Indicadores del comportamiento de la sociedad en sus distintas áreas de negocio	6	75.0%	13	68.4%	1	100.0%	20	71.4%
Otros	4	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	14.3%
Ninguna	0	0.0%	2	10.5%	0	0.0%	2	7.1%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Por lo general (58.3% de las empresas), la información suministrada a los directores se envía con una anticipación de uno a quince días hábiles. En el 8.3% de los casos la información fue suministrada el mismo día, mientras que en el 2.8% de las empresas la información se suministró con una anticipación de 15 a 25 días hábiles.

c. Frecuencia de las reuniones del directorio

Como patrón general se encuentra que en la mitad de las empresas encuestadas, los directorios se han reunido formalmente doce veces o más durante los últimos 12 meses. Estas reuniones son más frecuentes en las emisoras (66.7%) que en las no emisoras (50%)²².

²² El buen Gobierno Corporativo identifica la necesidad de contar con directorios efectivos con disponibilidad suficiente de tiempo para decidir sobre aspectos claves correspondientes a sus funciones. Un directorio con pocas reuniones al año podría sugerir un aligeramiento en las responsabilidades de sus miembros.

La periodicidad de las reuniones en el 19.4% de las empresas ha sido de una a seis veces en el año, y en el 11.1% de los casos ha estado entre siete y onces veces.

Cuadro 3.6 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Número promedio de veces que se reunió formalmente el Directorio en el último año

Número promedio de veces que se reunió formalmente el Directorio en el último año	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Ninguna vez	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Entre una y seis veces	22.2%	22.7%	0.0%	19.4%
Entre siete y once veces	11.1%	13.6%	0.0%	11.1%
Doce veces o más	66.7%	50.0%	20.0%	50.0%
No responde	0.0%	13.6%	80.0%	19.4%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

d. Secretaría del directorio

En las empresas emisoras encuestadas, las funciones del Secretario del directorio son ejercidas mayoritariamente por un miembro del directorio (66.7%). En las no emisoras por su parte, son ejercidas mas frecuentemente por un ejecutivo de la sociedad (63.6%).

Solamente, en el 9% de las empresas emisoras estas funciones quedan bajo la tutela de un externo. Adicionalmente, en ninguna de las empresas encuestadas se encuentra que sea un empleado de la sociedad quien ejerza las funciones de Secretario del directorio.

Cuadro 3.7 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Figura del Secretario del Directorio

¿Quién ejerce las funciones de Secretario del Directorio?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Un ejecutivo de la sociedad	22.2%	63.6%	20.0%	47.2%
Un empleado de la sociedad	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Un miembro del Directorio	66.7%	13.6%	0.0%	25.0%
Un externo	0.0%	9.1%	0.0%	5.6%
No existe la figura del Secretario	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
No responde	11.1%	13.6%	80.0%	22.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

6. Funciones, Deberes y Derechos de los Directores

a. Funciones indelegables

Las funciones indelegables de los directorios son un poco más rigurosas en las compañías emisoras en comparación con las no emisoras, en especial, en lo que tiene que ver con proponer acciones sobre activos estratégicos y las grandes operaciones societarias. Esta es una función indelegable para el 100% de las emisoras que respondieron la pregunta, mientras que en las no emisoras es indelegable solo para el 61.9%.

Sin embargo, hay aspectos en los que son más rigurosas las no emisoras. La determinación de políticas de información, por ejemplo, es una función indelegable para el 52.4% de las empresas no emisoras, en tanto que en las emisoras solo es indelegable en el 37.5% de los casos. Asimismo, la función de divulgación de las políticas de suscripción es indelegable, en las no emisoras en el 33.3% de los casos, y en las emisoras en el 12.5%.

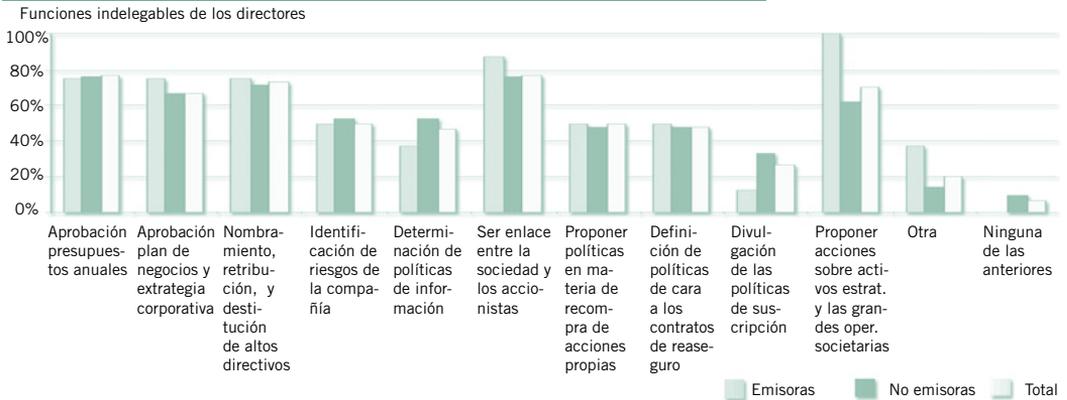
En términos generales, las funciones indelegables más frecuentes son la aprobación de presupuestos anuales y la de ser enlace entre la sociedad y los accionistas, cada una con una presencia del 76.7% del total de las empresas que resolvieron esta pregunta.

La aprobación de planes de negocios y estrategia corporativa, así como el nombramiento, retribución y destitución de altos ejecutivos, también se destacan como funciones indelegables para la mayoría de las empresas encuestadas, con una frecuencia de 66.7% y 73.3% respectivamente.

Por otro lado, las funciones más delegadas en la práctica son la identificación de riesgos de la compañía, la definición de políticas de cara a los contratos de reaseguro, la determinación de políticas de información y particularmente, la divulgación de las políticas de suscripción.

Adicionalmente, es de anotar que un bajo porcentaje, menos del 7% del total de las empresas encuestadas de la región, declara que las funciones del directorio son delegables.

Gráfica 3.5 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

b. Administración de los conflictos de interés

En el 47.2% de las empresas encuestadas se definen las líneas de acción para la resolución de conflictos de interés a través de algún documento societario. El patrón es el mismo; entidades emisoras (55.6%) y en no emisoras (54.6%).

Cuadro 3.8 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que definen líneas de acción para la resolución de conflictos

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
¿En algún documento societario se definen líneas de acción para la resolución de conflictos de interés?	55.6%	54.6%	0.0%	47.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En cuanto a los mecanismos de manejo de los conflictos de interés, un 47.6% de las empresas no emisoras encuestadas asegura no tener este tipo de mecanismos. En las emisoras, en cambio, no hay ninguna empresa que manifieste carecer de este tipo de mecanismos.

El 44.4% de estas últimas recurre a la aprobación del directorio sin voto del director en conflicto, otro 44% se remiten exclusivamente a la Ley Mercantil y el 22% restante remite a la Junta General de Accionistas.

En las no emisoras estos también son los mecanismos mas usados, pero en diferentes proporciones. La remisión exclusiva a la Ley Mercantil se da en el 19% de los casos, en la aprobación del directorio sin voto del director en conflicto se observa una frecuencia de 14.3% y, por ultimo, la aprobación del directorio con voto del director en conflicto y la remisión a la Junta General de Accionistas se dan, cada una, el 9.5% de las veces.

Cuadro 3.9 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que reportan mecanismos para la resolución de conflictos de interés en el directorio

Pregunta	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
¿Cuáles son los mecanismos para el manejo de conflictos de interés de su Directorio?	9		21		1		31	
Aprobación del Directorio con voto del Director en conflicto	0	0.0%	2	9.5%	1	100.0%	3	9.7%
Aprobación del Directorio sin voto del Director en conflicto	4	44.4%	3	14.3%	0	0.0%	7	22.6%
Aprobación del Comité del Directorio conformado por independientes	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Se remite a la Junta General de Accionistas	2	22.2%	2	9.5%	0	0.0%	4	12.9%
Se remiten exclusivamente a la Ley Mercantil	4	44.4%	4	19.0%	0	0.0%	8	5.8%
Otro.	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	1	3.2%
No aplica	0	0.0%	10	47.6%	0	0.0%	10	32.3%

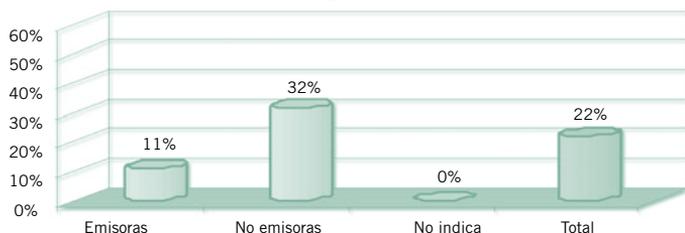
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

c. Participación del directorio en temas referentes al reasegurador y al corredor de seguros

En el sector asegurador, las compañías deben fijar los valores cedidos y la relevación de información que se hace al reasegurador. Según lo observado en los resultados de la encuestas, la participación del directorio en este tema es mas frecuente en las entidades no emisoras (32%) que en las emisoras (11%), aunque en general se encuentra que la participación del directorio en este tipo de temas no es lo mas común.

Gráfica 3.6 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Compañías en las que la participación del directorio incluye la fijación de los valores cedidos y la relevación de información que se hace al reasegurador



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Con respecto a los corredores de seguros, se encuentra que la participación del directorio en la definición de sus condiciones es muy escasa. Solo dos empresas (una de cada segmento), que representan el 7.4% de las entidades que resolvieron esta pregunta, reportan que el directorio es el responsable de determinar la remuneración de los corredores de seguros.

La Asamblea tampoco tiene ninguna responsabilidad en este tema, y aunque en algunos casos el Comité sí la tiene, su participación es muy pequeña (14.8% de total). La más frecuente (81.5%), tanto en compañías emisoras como en no emisoras, es que sea otra instancia la que defina la remuneración de los corredores de seguros.

Cuadro 3.10 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Instancia responsable de definir la remuneración de los corredores de seguros

¿Quién define la remuneración a corredores de seguros?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	8		18		1		27	
Directorio	1	12.5%	1	5.6%	0	0.0%	2	7.4%
Asamblea	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Comité	1	12.5%	2	11.1%	1	100.0%	4	14.8%
Otra instancia	6	75.0%	15	83.3%	1	100.0%	22	81.5%

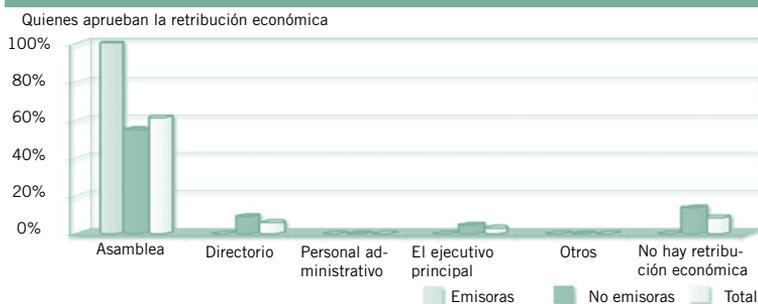
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

7. Retribución de los directores

En la totalidad de las empresas emisoras encuestadas, la retribución de los directores es aprobada la Asamblea.

Por su parte, en el segmento de las no emisoras, la aprobación la hace la Asamblea en el 54.6% de los casos, en el 13.6% de este tipo de empresas no hay retribución económica para los directores. El directorio tiene la potestad de hacer esta aprobación en el 9.1% de estas empresas y en el 4.6%, lo hace el ejecutivo principal.

Gráfica 3.7 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En el 52.8% de las compañías encuestadas se hace pública la retribución del directorio a los accionistas, presentándose una diferencia de esta práctica entre emisoras (77.8%) y no emisoras (50%).

Cuadro 3.11 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que hacen pública la retribución del Directorio

Pregunta	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
¿Se hace pública la retribución del Directorio a los accionistas?	77.8%	50.0%	20.0%	52.8%

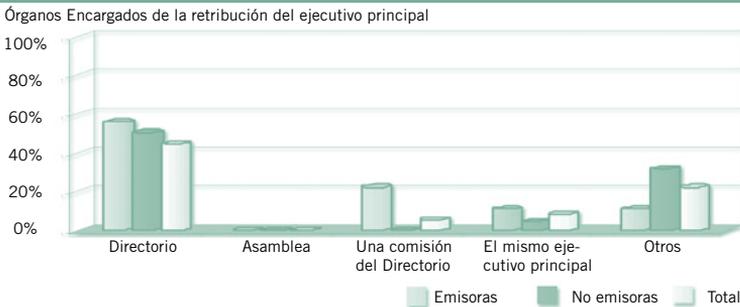
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En lo que tiene que ver con la retribución del ejecutivo principal, se encuentran mayores similitudes entre emisoras y no emisoras. En ambos segmentos, alrededor de la mitad de las empresas, otorgan la función de aprobar la retribución del ejecutivo principal al directorio. Asimismo, en ninguno de los segmentos se encuentran empresas en las que sea la Asamblea la que tenga esta función.

Sin embargo, el segmento de las emisoras es el único en donde una proporción de las empresas (22%) otorga esta función a una Comisión del directorio.

Llama la atención que un 8.3% del total de las empresas asegura que el ejecutivo principal es quien decide su propia retribución y un 22.2% afirma contar con otra instancia para realizar esta aprobación.

Gráfica 3.8 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

8. Evaluación de los directores

El 52.8% de los directorios de las empresas encuestadas del área andina no se autoevalúan. El resultado en las no emisoras es de 59.1% y el 55.6% en las emisoras. De las empresas que si tienen como práctica la autoevaluación del directorio como órgano colegiado de administración, el 19.4% lo hace anualmente, y el 5.6% de manera semestral.

Cuadro 3.11 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que hacen pública la retribución del Directorio

¿Cada cuánto tiempo autoevalúa el Directorio su rendimiento como órgano colegiado de administración?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Cada Mes	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Cada seis meses	22.2%	0.0%	0.0%	5.6%
Cada año	22.2%	22.7%	0.0%	19.4%
Cada tres años	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Cada cinco años	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
No se evalúa	55.6%	59.1%	20.0%	52.8%
No responde	0.0%	18.2%	80.0%	22.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

La insuficiencia de la evaluación es más notoria en lo relacionado con las funciones del director. Mas del 61% de las empresas encuestadas manifiesta no evaluar el rendimiento y cumplimiento de las funciones de cada Director. Esta situación es mas frecuente en las entidades no emisoras (72.7%) en comparación con las emisoras (55.6%).

Las que si realizan esta evaluación, lo hacen mayoritariamente en periodos comprendidos entre seis meses y un año.

Cuadro 3.13 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Período de evaluación del rendimiento y cumplimiento de las funciones de cada Director

¿Cada cuánto tiempo evalúa el Directorio el rendimiento y cumplimiento de las funciones de cada Director?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Cada menos de seis meses	11.1%	0.0%	0.0%	2.8%
Entre seis meses y un año	22.2%	9.1%	0.0%	11.1%
Entre un año y cinco años	11.1%	0.0%	0.0%	2.8%
No se evalúa	55.6%	72.7%	20.0%	61.1%
No responde	0.0%	18.2%	80.0%	22.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

9. Comisiones del directorio

En cuanto a la conformación de comisiones, que responde a Medida No. 40 de los LCAGC, por medio de la cual se dispone que el directorio conformará en su seno comisiones para ejercer ciertas funciones y en particular, la de auditoria y la de nombramientos y retribuciones, constituidas exclusivamente por directores externos. No obstante lo anterior, el directorio asignará competencias por áreas a cada uno de los Directores, que serán responsables de su seguimiento y control, se encuentra en la encuesta, que la de auditoria es la mas frecuente tanto en emisoras (75%), como en no emisoras (63.2%). La comisión de riesgos se encuentra en segundo lugar, presentándose en el 28.6% del total de empresas que resolvieron esta pregunta.

Las comisiones de Gobierno Corporativo y de nombramientos y remuneraciones tienen una participación de 3.6% cada una. Asimismo, el 28.6% de las empresas asegura tener otras comisiones. Por ultimo, se encuentra que el 21.4% de los directorios

no acude a la conformación de comisiones en su interior. Esta situación se da particularmente en las no emisoras, en las que la frecuencia alcanza el 26.3%.

Cuadro 3.14 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Conformación de comisiones al interior del directorio

¿Cuáles de las siguientes comisiones se han conformado al interior del Directorio?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	8		19		1		28	
De Auditoría	6	75.0%	12	63.2%	1	100.0%	19	67.9%
De Nombramientos y Remuneraciones	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1	3.6%
De Riesgos	1	12.5%	6	31.6%	1	100.0%	8	28.6%
De Gobierno Corporativo	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	1	3.6%
Otras. ¿Cuáles?	3	37.5%	5	26.3%	0	0.0%	8	28.6%
No se ha conformado ninguna comisión	1	12.5%	5	26.3%	0	0.0%	6	21.4%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

IV. Información financiera y no financiera

La utilización de estándares internacionales de contabilidad, la revelación de información material o eventual, y la publicidad de las estructuras de propiedad y de gobierno de las sociedades, aspectos fundamentales de Gobierno Corporativos, son factores determinantes para el acceso a fuentes de financiación.

En este capítulo se examina el comportamiento de las empresas del sector asegurador encuestadas en la región andina en función de tres aspectos de relevancia en las prácticas de buen Gobierno Corporativo. El primero se refiere a la forma y medios por los cuales se da a conocer la información financiera de las compañías; el segundo a las prácticas de auditoría interna y externa a que están sometidas, y el tercero está relacionado con el informe de Gobierno Corporativo.

1. Información Financiera

Según la Medida No. 43 de los LCAGC: El directorio deberá formular los estados financieros mediante la adecuada utilización de los principios contables contenidos en las normas internacionales de información financiera (NIIF) y contabilidad (NIC) o los aplicables con carácter general en el país de domicilio de la empresa,

de manera tal que no haya lugar a salvedades por parte del auditor y que los riesgos asumidos por la compañía queden totalmente identificados sobre la base de criterios de prudencia

En el sector asegurador de los cuatro países estudiados, se encuentra, de acuerdo con los resultados de la encuesta, el 90% de las empresas basan su contabilidad en los principios de la legislación del país donde esta registrada la compañía. Esta tendencia es mas fuerte en las entidades no emisoras (95%) en relación con las emisoras (77.8%).

Sin embargo, una proporción equivalente al 55.6% de las empresas emisoras y al 20% de las no emisoras, asegura que sus estados financieros, además de estar formulados bajo los principios de la legislación de su país, también se acogen a los principios contenidos en normas internacionales como las NIC y NIF.

En total, el numero de empresas que tiene en cuenta las normas internacionales para formular sus estados financieros, representa el 53.3% de las empresas que resolvieron esta pregunta. En este sentido se destacan las emisoras por su alto grado de apertura a prácticas internacionales, el 100% sigue principios internacionales en la formulación de sus estados financieros, mientras esta proporción en las no emisoras es de solo el 35%.

Cuadro 4.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Principios aplicados en la formulación de estados financieros

¿Con qué principios se formulan los estados financieros de su Sociedad?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	9		20		1		30	
Por principios de la legislación de su país	7	77.8%	19	95.0%	1	100.0%	27	90.0%
Por principios contenidos en normas internacionales (NIC) y (NIF)	4	44.4%	3	15.0%	0	0.0%	7	23.3%
Por uno y dos	5	55.6%	4	20.0%	0	0.0%	9	30.0%
Otros.	0	0.0%	3	15.0%	0	0.0%	3	10.0%

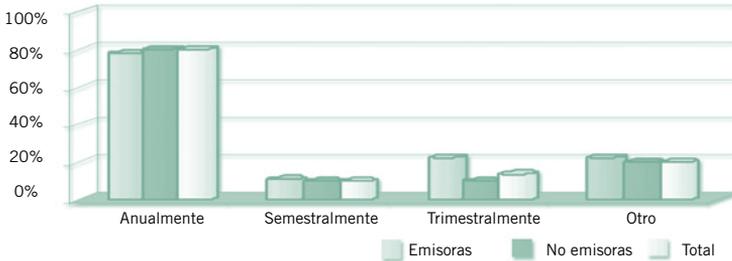
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En cuanto a la periodicidad con la cual se entrega información financiera a los accionistas, se tiene que el 80% de las empresas

que contestaron esta pregunta (30 en total), lo hace anualmente, el 10% lo hace semestralmente y un 13% entrega la información de manera trimestral. Los resultados son muy similares en ambos segmentos, incluso en las entidades que reportaron manejar otras periodicidades (20%).

Gráfica 4.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Porcentaje de empresas que dan información financiera a los accionistas según periodicidad



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

La divulgación de los estados financieros, en la mayoría de las empresas encuestadas se hace a través de diarios de circulación nacional. El 100% de las entidades emisoras y el 90% de las no emisoras reportan a éste como el medio más común.

El 63.3% de las empresas que resolvieron esta pregunta aseguran que sus estados financieros reposan en la Secretaría de su Sociedad para quien los solicite. Asimismo, mas de la mitad de las compañías encuestadas (22.2% de las emisoras y 65% de las no emisoras) utilizan a las cámaras de comercio para hacer la publicación de sus estados financieros, y solo un 30% lo hace a través de paginas Web. También un 30%, representado, sobretudo por emisoras, afirma emplear otros medios.

Finalmente, respecto a los documentos que se publican, en el 100% de los casos las empresas publican el balance y el estado de resultados (pérdidas y ganancias). También es muy frecuente, tanto en emisoras como en no emisoras, la publicación del dictamen del Auditor Externo, estados financieros y notas de los estados financieros (86.7%), del estado de flujos de efectivo (83.3%) y del informe de variaciones patrimoniales (73.3%).

Cuadro 4.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Publicación de los estados financieros según medio

¿En qué medios se publican los estados financieros de su sociedad?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	9		20		1		30	
En la página Web	2	22.2%	6	30.0%	1	100.0%	9	30.0%
En un diario de amplia circulación nacional	9	100.0%	18	90.0%	1	100.0%	28	93.3%
En cámaras de comercio	2	22.2%	13	65.0%	1	100.0%	16	53.3%
Reposan en la secretaría de su sociedad para quien los solicite	4	44.4%	14	70.0%	1	100.0%	19	63.3%
Otro	6	66.7%	3	15.0%	0	0.0%	9	30.0%
No se publican	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Es interesante observar que en el segmento de entidades no emisoras, es bastante común el informe narrativo de gestión (70%), mientras que en las emisoras tiene igual importancia este informe como el de control sobre otras sociedades (44.4% cada uno).

Cuadro 4.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN ANDINA

Documentos que acompañan la publicación de estados financieros

¿Qué documentos acompañan la publicación de los Estados Financieros?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	20	1	30
Balance General	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Estado de Pérdidas y Ganancias	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Estado de flujos de efectivo	77.8%	90.0%	0.0%	83.3%
Dictamen del Auditor Externo, estados financieros y notas de los estados financieros	88.9%	85.0%	100.0%	86.7%
Informe Narrativo o de Gestión	44.4%	70.0%	100.0%	63.3%
Información material (Eventual)	0.0%	50.0%	100.0%	36.7%
Control sobre otras sociedades	44.4%	35.0%	0.0%	36.7%
Variaciones patrimoniales	66.7%	75.0%	100.0%	73.3%
Otro	22.2%	15.0%	0.0%	16.7%
Ninguno de los anteriores	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

2. Auditoría Externa

Contar con un auditor externo para la sociedad es una práctica recomendada de Gobierno Corporativo. Esto se contempla en Medida No. 44 de los LCAGC: La Asamblea General de Accionistas nombrará al auditor externo independiente a propuesta del directorio previa recomendación del Comité de Auditoría, que no

podrá proponer auditores que hayan sido objeto de inhabilitación o cualquier otro tipo de sanción.

Con respecto a los auditores externos, se encuentra que alrededor de 5.6% de las empresas encuestadas manifiesta expresamente no contar con un auditor externo. Este no es el caso de las entidades emisoras, que en su totalidad reportan contar con un auditor externo, en tanto que en las no emisoras, las que afirman tener este tipo de auditoría representan el 82%.

Gráfica 4.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En un 55.6% de los casos, el auditor externo es nombrado por la Asamblea de la sociedad, porcentaje que disminuye hasta el 16.7% para los casos en los que es nombrado por el directorio de la empresa.

Solo en el 11.1% de las entidades emisoras, es nombrado por el ejecutivo principal, en tanto que las empresas emisoras en ninguno de los casos el Ejecutivo tienen esta responsabilidad.

Gráfica 4.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN



a. Independencia del Auditor Externo

Sobre el tipo de servicios que presta el auditor externo, además de los servicios de auditoría, los servicios asesoría financiera y fiscal y de auditoría de procesos y sistemas están presentes en el 31% y el 24% de las empresas encuestadas respectivamente.

Las entidades emisoras son las que muestran una mayor inclinación a contar con estos servicios adicionales. Un 44.4% de éstas manifiesta contar con cada uno de estos servicios. Las no emisoras por su parte, cuentan con servicios asesoría financiera y fiscal en el 26.3% de los casos y con los de auditoría de procesos y sistemas en el 15.8% de los casos.

En cuanto a servicios de consultoría, estos se prestan en 11.1% de las empresas emisoras y en el 21.1% de las no emisoras. Es de resaltar que esta práctica ha sido cuestionada en varios países por el eventual conflicto de intereses que puede existir entre la función de auditor externo y a la vez consultor de la empresa.

Cuadro 4.4 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Porcentaje de empresas que utilizan diferentes tipos de servicios de un auditor externo

Servicios que presta el Auditor Externo a la sociedad	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	9		19		1		29	
Solamente servicios de auditoría externa	8	88.9%	19	100.0%	1	100.0%	28	96.6%
Servicios legales de la sociedad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Asesoría financiera y fiscal	4	44.4%	5	26.3%	0	0.0%	9	31.0%
Auditoría de procesos y sistemas	4	44.4%	3	15.8%	0	0.0%	7	24.1%
Consultoría	1	11.1%	4	21.1%	0	0.0%	5	17.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

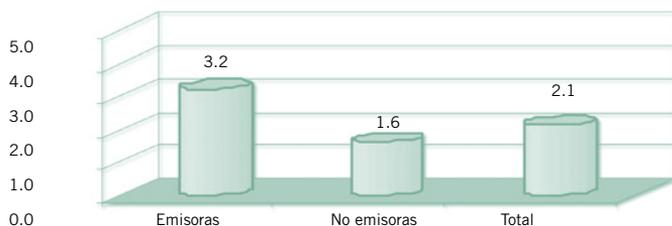
Con respecto a la rotación periódica del auditor externo, se encuentra que en promedio las compañías del sector asegurador en los países de la región andina, contemplan esta rotación cada dos años.

Asimismo, se observa que el periodo de rotación de la persona encargada de la auditoría externa, o de la propia firma de auditoría, es mas corto en las entidades no emisoras en comparación con

las emisoras. Mientras que en las primeras, en promedio, la rotación se contempla cada 1.6 años, en las segundas se contempla cada 3.2 años.

Gráfica 4.4 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Periodo de rotación del auditor externo (años)



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

b. Difusión de la remuneración del Auditor Externo

El valor de los servicios y las condiciones económicas pactadas con el auditor externo es exclusivamente conocido por el directorio en el 44.8% de los casos y por los altos ejecutivos en el 34.5% de los casos. Esta situación se presenta especialmente en las entidades emisoras, en donde estos porcentajes llegan al 44.4% y 55.6% respectivamente.

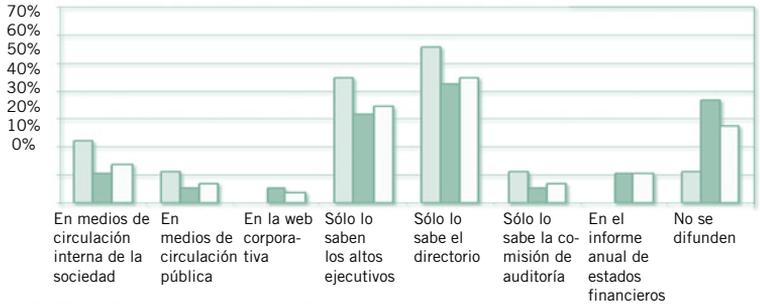
En sólo el 6.9% de los casos este valor se conoce a través de los medios de circulación pública, porcentaje que aumenta hasta el 13.8% en medios de circulación interna de la sociedad.

La publicación de la remuneración del auditor externo en la Web corporativa o en el Informe anual de estados financieros es una práctica que no se da en las entidades emisoras encuestadas, en tanto que en las no emisoras tienen una participación pequeña, 3.5% y 10.3% respectivamente.

Es de resaltar que en el 27.6% de las compañías encuestadas, especialmente las no emisoras (36.8%) la información referente a las condiciones de la remuneración del auditor externo no se difunde.

Gráfica 4.5 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Difusión del monto y las condiciones de remuneración del auditor externo



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

Emisoras No emisoras Total

c. Contraparte del Auditor Externo en la compañía

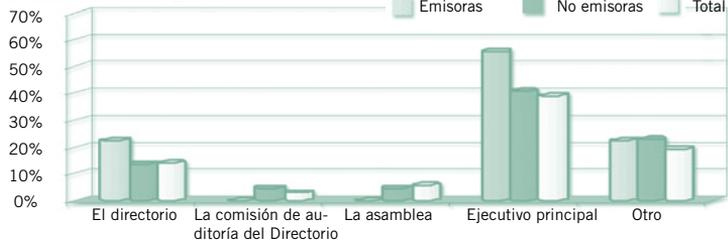
La interlocución formal del auditor externo, en el 55.6% de las empresas emisoras y 40.9% de las no emisoras esta a cargo del ejecutivo principal. El directorio es el responsable de esta interlocución en el 22.2% de las entidades emisoras y en el 13.6% de las no emisoras.

En ninguna de las empresas emisoras, la interlocución formal con el auditor externo esta a cargo de la Asamblea ni de la Comisión de auditoría del directorio. En las no emisoras si se dan estas prácticas pero en proporciones que no superan el 5%.

En el caso de las emisoras, en un porcentaje relativamente alto, 31.8%, el interlocutor formal es una Comisión de auditoría dependiente del directorio de la empresa. En las no emisoras este porcentaje baja al 13.5%. En muy pocos casos el interlocutor formal es la Asamblea (4.5% de los casos).

Gráfica 4.6 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Interlocución del Auditor Externo



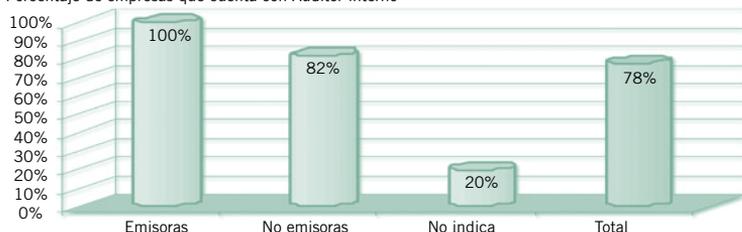
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

3. Auditoría Interna

El empleo de auditores internos, en el sector asegurador, de acuerdo con los resultados de la encuesta, es una práctica bastante extendida. Esta figura, al igual que la del auditor externo, existe en la totalidad de compañías emisoras y en el 82% de las no emisoras.

Gráfica 4.7 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Porcentaje de empresas que cuenta con Auditor interno



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En el 44.4% de los casos sus informes son presentados al directorio de la empresa o a un comité especializado del directorio. En las compañías emisoras, lo más frecuente es que el auditor externo le haga sus reportes el directorio (77.8%). En las no emisoras, en cambio, hay un mayor grado de heterogeneidad, en el 22.7% de estas empresas, el auditor interno presenta sus informes a los ejecutivos de la sociedad, en el 13.6% al comité de auditoría del directorio y en 27.3% a otras instancias.

Cuadro 4.5 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Instancias a las que reporta el auditor interno

¿A quién le reporta el Auditor Interno?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Al Directorio	77.8%	18.2%	20.0%	33.3%
A los Ejecutivos de la sociedad	11.1%	22.7%	0.0%	16.7%
Al Comité de Auditoría del Directorio	11.1%	13.6%	0.0%	11.1%
Otro	0.0%	27.3%	0.0%	16.7%
No responde	0.0%	18.2%	80.0%	22.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

4. Información No Financiera

a. Información para el Cliente

Puede decirse que en el sector asegurador, a nivel regional, los

mecanismos de divulgación de información al cliente son un tema bien desarrollado. La totalidad de las empresas emisoras y el 82% de las no emisoras, reportan contar mecanismos de divulgación de información al cliente sobre procedimientos para acceder a los servicios que presta la compañía vinculados con el seguro. Esto significa, que los clientes del 78% de las entidades aseguradoras de los países del estudio, tienen a su disposición mecanismos de información que les permitan acceder a los servicios de dichas compañías.

Gráfica 4.8 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Compañías que tienen mecanismos de divulgación de información al cliente sobre procedimientos para acceder a los servicios que presta la compañía vinculados con el seguro



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En lo que tiene que ver con tramitación de reclamos, los resultados son menos contundentes, aunque continúan siendo significativos. En el 89% de las entidades emisoras, y en el 64% de las no emisoras, existen cartillas que permiten al cliente conocer los mecanismos para acudir a los servicios de la compañía para tramitar una reclamación.

Gráfica 4.9 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Compañías en las que existen cartillas que permiten al cliente conocer los mecanismos para acudir a los servicios de la compañía para tramitar una reclamación



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

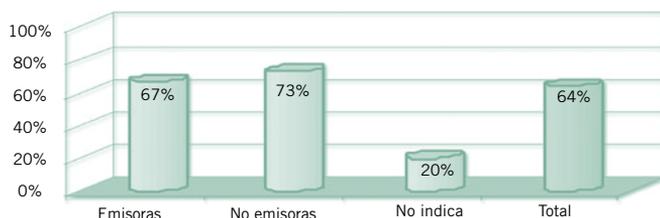
b. Defensoría del Cliente

En el tema de Defensoría del Cliente, se encuentra que en el 64% de las empresas que resolvieron la encuesta, es decir, en 23 empresas, existen mecanismos de defensoría del cliente.

Se observa, además, que las compañías no emisoras tienen algo de ventaja frente a las emisoras en el desarrollo de este tema. Mientras que este tipo de mecanismos existen en el 73% de las empresas emisoras encuestadas, las empresas emisoras que cuentan con ellos llegan al 67%.

Gráfica 4.10 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Empresas en las que existen mecanismos de defensoría del cliente



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Estos mecanismos pueden ser de diferente tipo. En la mayoría de los casos (33.3% del total de compañías), estos mecanismos son instituciones independientes de la compañía. Los mecanismos cuya naturaleza es la de un organismo público, también tienen una frecuencia importante (11.1% sobre el total), especialmente, en las empresas emisoras (22.2%).

Por último, los casos en los que los mecanismos de defensoría del cliente tienen naturaleza de organismo privado y de dirección dentro de la misma compañía, representa, cada uno el 8.35 del total de empresas encuestadas.

Las decisiones que derivan del uso de estos mecanismos también pueden tener diferentes implicaciones. En las empresas emisoras, lo más frecuente es que sean de carácter vinculante para la compañía (44.4%), aunque en algunas, también puede pasar que se conviertan en sanciones por parte del supervisor (22.2%).

Cuadro 4.6 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Naturaleza de los mecanismos utilizados en la defensoría del cliente

Los mecanismos utilizados en la defensoría del cliente son:	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Son instituciones independientes de la compañía	22.2%	45.5%	0.0%	33.3%
Es un organismo público	22.2%	9.1%	0.0%	11.1%
Es un organismo privado	11.1%	9.1%	0.0%	8.3%
Es una dirección dentro de la misma compañía	11.1%	9.1%	0.0%	8.3%
Otro	0.0%	4.6%	20.0%	5.6%
No Responde	33.3%	22.7%	80.0%	33.3%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006).

En las no emisoras en cambio, lo más frecuente es que las decisiones del defensor del cliente no tengan carácter vinculante y se limiten a una recomendación (36.4%). Sin embargo, en el 18.2% de estas empresas, dichas decisiones llevan a sanciones por parte del supervisor y en el 13.6% de los casos son requisito previo para acudir al sistema de quejas del ente supervisor.

Gráfica 4.10 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Empresas en las que existen mecanismos de defensoría del cliente



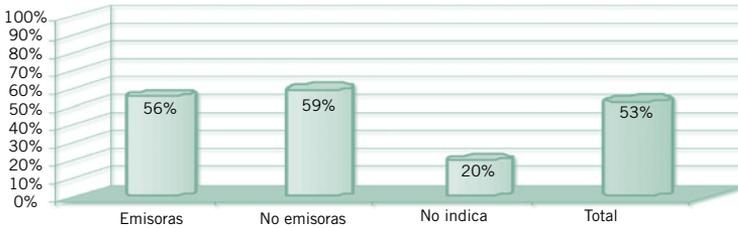
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

c. Informe de Gobierno Corporativo

De acuerdo con los resultados de la encuesta, alrededor de la mitad de las empresas del sector asegurador cuentan con prácticas de Gobierno Corporativo. Es interesante observar que hay una proporción un poco mayor de empresas con estas prácticas en el segmento de no emisoras (59%) frente al de emisoras (56%).

Gráfica 4.12 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Empresas que cuentan con prácticas de gobierno corporativo



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

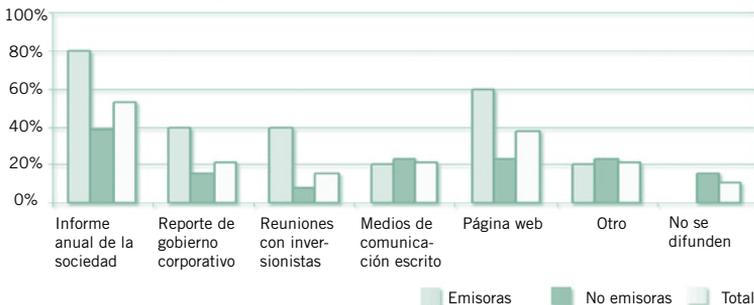
Sin embargo, es importante destacar que, en general, las empresas emisoras parecen ser más activas en la difusión de las prácticas de Gobierno Corporativo. Ninguna de estas empresas manifiesta carecer de la difusión de estas prácticas, mientras que un 15.4% de las no emisoras afirma que no se difunden.

Asimismo, un porcentaje importante de las empresas emisoras usan el informe anual de la sociedad (80%) y la página web (60%) como medio de difusión, en tanto que estos medios solo son usados por el 38.5% y 23.15 de las no emisoras respectivamente.

Lo mismo sucede con medios como el reporte de Gobierno Corporativo y las reuniones con inversionistas, que aunque tienen una frecuencia mucho menor, son más comunes en las entidades emisoras que en las no emisoras.

Gráfica 4.13 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Difusión de las prácticas de gobierno corporativo

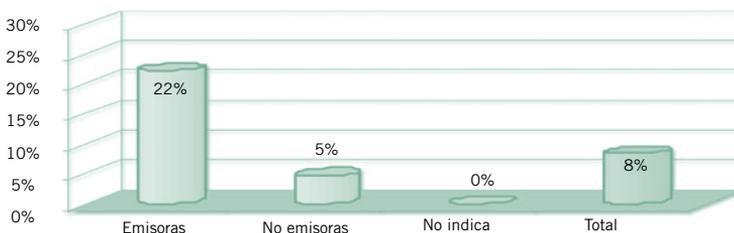


FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

El papel del directorio en la autoevaluación del informe de Gobierno Corporativo, es más relevante en las empresas emisoras en comparación con las no emisoras. El 22% de las entidades emisoras encuestadas asegura que su directorio realiza autoevaluación del informe de Gobierno Corporativo, mientras que en las entidades no emisoras esta proporción llega solo al 5%.

Gráfica 4.14 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Compañías en las que el informe de Gobierno Corporativo tiene autoevaluación del Directorio



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

V. Mecanismos formales de Gobierno Corporativo

a. Prácticas de Gobierno Corporativo

De acuerdo con los resultados de la encuesta, de las 19 empresas que aseguran contar con prácticas de Gobierno Corporativo, el 73.7% afirma que estas prácticas se encuentran contempladas en la propia normatividad societaria interna. Este documento es el más frecuente tanto en las empresas emisoras (80%) como en las no emisoras (69.2%).

El Código de Buen Gobierno Corporativo Interno es un documento usado por el 26.3% de las empresas para contemplar las prácticas de Gobierno Corporativo. Las declaraciones de adhesión a un Código Local de Gobierno Corporativo y las de adhesión a un Código Internacional o Principios Internacionales de Gobierno Corporativo, contienen las prácticas de Gobierno Corporativo en un 5.3% de los casos cada una. Las primeras están presentes, únicamente, en las empresas no emisoras y las segundas únicamente en las emisoras.

Cuadro 5.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Documento en el cual se contemplan las prácticas de Gobierno Corporativo

¿En qué documento societario se contemplan las prácticas de Gobierno Corporativo?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	5		13		1		19	
En un Código de Buen Gobierno Corporativo Interno	1	20.0%	4	30.8%	0	0.0%	5	26.3%
En normatividad societaria interna (Estatutos o Reglamentos Internos)	4	80.0%	9	69.2%	1	100.0%	14	73.7%
En una declaración de adhesión a un Código Internacional o Principios Internacionales de Gobierno Corporativo	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%	1	5.3%
En una declaración de adhesión a un Código Local de Gobierno Corporativo	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%
No se contemplan en un documento específico	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

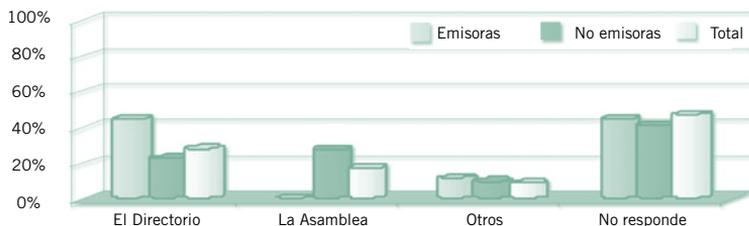
FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En cuanto al responsable de adoptar estas prácticas, en el total regional, se encuentra que el directorio es el responsable de la adopción formal de las prácticas de Gobierno Corporativo en el 27.8% de las empresas encuestadas. La responsabilidad del directorio en este asunto es mas frecuente en las entidades emisoras, de las cuales el 44.4% lo señala como el responsable de la adopción de dichas practicas.

La mayoría de entidades no emisoras, en cambio, señala como responsable a la Asamblea (27.3%), mientras que en el 22.7% de estas compañías el responsable es el directorio. Llama la atención que más del 8% de las empresas encuestadas asegura que esta responsabilidad recae sobre otra instancia.

Gráfica 5.1 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Responsable de la adopción formal de las prácticas de gobierno corporativo de la sociedad



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

En concordancia con la pregunta anterior, en las respuestas a la pregunta de quién es el responsable de monitorear el cumplimiento de las prácticas de Gobierno Corporativo, se observa que las mayores frecuencias en la entidades emisoras se encuentran el directorio (44.4%).

Sin embargo, ni siquiera en las no emisoras, se encuentran casos en los que sea la Asamblea la responsable de hacer este monitoreo. A cambio de eso, se observa que en casi el 40% de las empresas encuestadas (11.1% de las emisoras y 18.1% de las no emisoras), la responsabilidad del monitorear el cumplimiento de las practicas de Gobierno Corporativo recae sobre los altos ejecutivos.

Ninguna de las empresas emisoras reporta que existan otros actores responsables de este monitoreo, aunque en el 9.1% de las emisoras si lo hace, así como también un 4.6% de este segmento reporta como responsable a una Comisión del directorio. En este mismo segmento de entidades no emisoras, llama la atención que un 9.1% reconoce la inexistencia de un responsable de hacer el monitoreo a las practicas de buen gobierno.

Gráfica 5.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Responsable de monitorear el cumplimiento de las prácticas de gobierno corporativo



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Con respecto al origen de las prácticas de Gobierno Corporativo, se encuentra que en la mayoría de empresas ha sido el conjunto de máximas prácticas de Gobierno Corporativo reconocidas internacionalmente, adoptadas de forma voluntaria y ajustadas a la

realidad local (16.7% del total de las empresas). Ahora bien, si se tiene en cuenta a las empresas que, sumado a este origen, enuncian también, como origen de las practicas de Gobierno Corporativo, a los mandatos legales que obligan a adoptar determinadas prácticas de Gobierno Corporativo (11.1%), se tiene que en un 27.8% de las empresas las practicas internacionales han tenido impacto en el origen de las practicas de Gobierno Corporativo.

Los mandatos legales que obligan a adoptar determinadas prácticas de Gobierno Corporativo, también han sido, de manera independiente, el origen de estas practicas en 8.3% de las empresas encuestadas. Asimismo, el conjunto de prácticas locales de Gobierno Corporativo, adoptadas voluntariamente, han sido el origen de las prácticas de Gobierno Corporativo en el 11.1% de los casos. La combinación de estos dos factores (mandatos legales y practicas locales) ha determinado los cimientos de las practicas de Gobierno Corporativo en 5.6% de las compañías encuestadas.

Cuadro 5.2 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Origen de las prácticas de gobierno corporativo que ha adoptado la sociedad

¿Cuál es el origen de las prácticas de gobierno corporativo que ha adoptado la sociedad?	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
Es un mandato legal que obliga a adoptar determinadas prácticas de gobierno corporativo	11.1%	9.1%	0.0%	8.3%
Es un conjunto de máximas prácticas de gobierno corporativo reconocidas internacionalmente, adoptadas de forma voluntaria y ajustadas a la realidad local	22.2%	18.2%	0.0%	16.7%
Es un conjunto de prácticas locales de gobierno corporativo, adoptadas voluntariamente	11.1%	13.6%	0.0%	11.1%
Es una combinación de 1 y 2	11.1%	13.6%	0.0%	11.1%
Es una combinación de 1 y 3	0.0%	4.6%	20.0%	5.6%
No Responde	44.4%	40.9%	80.0%	47.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

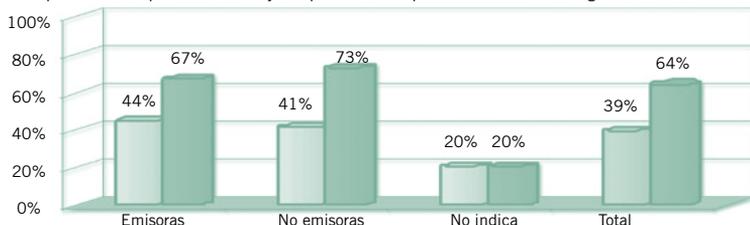
b. Gestión de Riesgos

A nivel regional, en el 39% de las empresas encuestadas existe un oficial de riesgos, mientras que el manual de riesgos existe en el 64% de estas empresas. Este último tiene mayor presencia en el segmento de entidades no emisoras, pues está presente en el 73% de los casos, en tanto que en las emisoras se presenta con una frecuencia de 67%. El oficial de riesgos, por su parte, es una

figura con la cuentan 44% de las compañías emisoras y el 41% de las no emisoras.

Gráfica 5.3 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Compañías en las que existe oficial y compañías en las que existe manual de riesgos

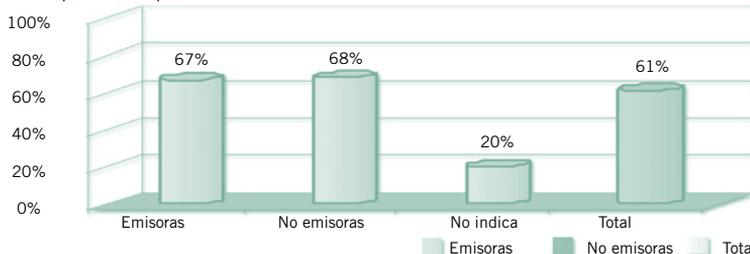


FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Ahora bien, en lo relacionado con la estrategia general de riesgos de la compañía, se encuentra un comportamiento muy similar en las empresas emisoras y en las no emisoras. En ambos casos, se tiene que hay una proporción de entidades del 68% que cuentan con una persona encargada de velar por el cumplimiento de la estrategia general de riesgos.

Gráfica 5.4 EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA REGIÓN

Compañías que cuentan con una persona encargada para que la estrategia general de riesgos de la compañía se cumpla



FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

VI. Resolución de Controversias

En el sector asegurador, de acuerdo con las empresas que contestaron esta pregunta (18 en total), el mecanismo mas usado en la resolución de conflictos y controversias internas (entre accionistas y directorio) es la jurisdicción ordinaria (33.3%). Este es ciertamente el mecanismo mas frecuente en las entidades emisoras (60%), sin embargo en las no emisoras tiene la misma importancia de otros mecanismos (16.7%).

Así, en términos generales, los conflictos y controversias internas se resuelven a través de un árbitro, tal como se establece en los estatutos de la sociedad en casi el 17% de los casos. La resolución a través de un amigable componedor y/o mediador, tal como se establece en los estatutos de la sociedad se presenta en el 11.1% del total de empresas, aunque cabe aclarar que ninguna de las entidades emisoras reporta usar este mecanismo.

Llama la atención que el 22.2% de las empresas emplea otros mecanismos para resolver este tipo de conflictos y controversias.

Cuadro 6.1 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Resolución de conflictos y controversias internas								
¿Cómo se resuelven los conflictos y controversias internas (entre accionistas y Directorio) dentro de su sociedad?	Tipo de empresa						Total Región	
	Emisor		No Emisor		No indica		Número de casos	%
	Número de casos	%	Número de casos	%	Número de casos	%		
Número de empresas	5		12		1		18	
A través de la Jurisdicción ordinaria	3	60.0%	2	16.7%	1	100.0%	6	33.3%
A través de un árbitro, tal como se establece en los estatutos de la sociedad	1	20.0%	2	16.7%	0	0.0%	3	16.7%
A través de un amigable componedor y/o mediador, tal como se establece en los estatutos de la sociedad	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	2	11.1%
Otra	1	20.0%	3	25.0%	0	0.0%	4	22.2%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

Sondeo de opinión sobre Gobierno Corporativo de las sociedades encuestadas del sector asegurador para complementar el análisis desarrollado a partir de las preguntas del formulario, se consideró pertinente evaluar la opinión de los encuestados respecto a las prácticas de Gobierno Corporativo (PGC), principalmente, para identificar el impacto de su implementación dentro de la sociedad.

Exceptuando dos preguntas²³, mas del 50% de las empresas encuestadas resolvieron este modulo de opinión. Recoger la percepción que se tiene sobre las prácticas de Gobierno Corporativo en

²³Las preguntas que tienen que ver con la dificultad de implementación de prácticas de Gobierno Corporativo (41.7%) y su impacto sobre canales internos para la resolución de conflictos (47.2%).

el interior de las empresas del sector asegurador, contribuyó a dar mayor claridad en los siguientes temas:

- La totalidad de las empresas emisoras encuestadas y el 72.7% de las no emisoras consideran que su compañía tiene fácil acceso a fuentes de financiación. Esto equivale al 69.4% a nivel regional.
- La implementación de prácticas de Gobierno Corporativo es más frecuente en las entidades no emisoras (72.7%) en comparación con las emisoras (55.6%).
- Esta implementación no ha resultado traumática en la mayoría de entidades del sector. Solo el 18.2% de las empresas no emisoras siente que implementación material de prácticas de Gobierno Corporativo ha resultado extremadamente difícil.
- Se percibe una buena acogida de las PGC, considerándose acertadas en la medida que facilita la prevención y administración de riesgos, con una aceptación en las empresas emisoras del 55.6% y en las no emisoras del 50%.
- Con respecto a la capacidad de gestión o de reacción, solo el 4.6% de las empresas no emisoras y ninguna de las emisoras considera que esta capacidad se vea limitada por las prácticas de Gobierno Corporativo.
- Por el contrario, lo que se encuentra es que más de la mitad de las empresas de la región considera que la implementación de prácticas de Gobierno Corporativo ha fortalecido la administración y el proceso de toma de decisiones dentro de la sociedad
- Por último, una importante proporción de las entidades emisoras (44.4%) considera que las prácticas de Gobierno Corporativo han impactado positivamente la resolución de conflictos y controversias internas. El acuerdo con este punto dentro de las entidades no emisoras corresponde al 27.3% de estas compañías.

Cuadro 7 EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA REGIÓN ANDINA

Encuestas de opinión sobre prácticas de gobierno corporativo

Encuesta de Opinión	Tipo de empresa			Total Región
	Emisor	No Emisor	No indica	
Número de empresas	9	22	5	36
¿Considera usted que su compañía tiene fácil acceso a fuentes de financiación?	100.0%	72.7%	0.0%	69.4%
¿Ha implementado prácticas de Gobierno Corporativo en su empresa?	55.6%	72.7%	20.0%	61.1%
¿Considera usted que la implementación material de prácticas de Gobierno Corporativo ha resultado extremadamente difícil?	0.0%	18.2%	0.0%	11.1%
¿Considera que la implementación material de dichas prácticas de Gobierno Corporativo ha facilitado la administración de riesgos de la sociedad?	55.6%	50.0%	20.0%	47.2%
¿Considera usted que las prácticas de gobierno corporativo limitan su capacidad de gestión o reacción?	0.0%	4.6%	0.0%	2.8%
¿Considera usted que haber implementado prácticas de gobierno corporativo ha fortalecido la administración y el proceso de toma de decisiones de la sociedad?	55.6%	59.1%	20.0%	52.8%
¿Considera que haber implementado prácticas de gobierno corporativo ha generado canales internos efectivos para la resolución de conflictos entre los accionistas y entre estos y la sociedad?	44.4%	27.3%	0.0%	27.8%

FUENTE: FASECOLDA-Coro de Colombia Encuesta de diagnóstico de Gobierno Corporativo en el sector asegurador de países andinos (octubre-diciembre de 2006)

CONCLUSIONES

En primera instancia debe hacerse mención de las dificultades que se presentaron en la recolección de información, en particular, en Venezuela y Ecuador. En el primer país, ninguna de las empresas contactadas en varias oportunidades a través del Call-Center participó de la encuesta. En Ecuador la tasa de respuesta fue muy baja. En Colombia se esperaba una mayor participación y vale la pena destacar la activa participación e interés de las sociedades aseguradoras de Perú y Bolivia²⁴.

Las empresas encuestadas del sector asegurador en Ecuador, Bolivia, Perú y Colombia, en su mayoría no emisoras, se caracterizan por ser empresas con más de 30 años de antigüedad, y con un número promedio de accionistas de 125. Sin embargo, alrededor del 90% de estas sociedades, es propiedad de los primeros cuatro accionistas.

A pesar de la concentración de la propiedad, puede decirse que el trato hacia los accionistas es equitativo. El principio de una acción un voto es habitual, especialmente, en las entidades emisoras. Asimismo, en todas las compañías que tuvieron operaciones extraordinarias, con excepción de una empresa, es clara la participación de los accionistas, en la medida en que, ó se requirió su aprobación ó fueron informados antes de concretar dichas operaciones. Igualmente, recibieron información pertinente y oportuna, siempre con más de una semana de anticipación.

En cuanto a prácticas concretas de Gobierno Corporativo relacionadas con las condiciones de accionistas y directores se encuentran importantes oportunidades de mejoramiento: los requisitos de nacionalidad, de antigüedad, y de mayorías especiales para vender una participación significativa, así como la limitación al número de votos que un accionista puede emitir, son prácticas poco frecuentes.

En general, el funcionamiento de la Asamblea General de Accio-

²⁴ Si se toma como base las 143 sociedades contactadas en los cinco países, incluyendo Venezuela, la tasa de cobertura sería apenas de 25%. Si no se cuenta Venezuela, la cobertura fue del 72% (36/50).

nistas es adecuado. Los mecanismos, plazos y contenidos de las convocatorias para Asamblea Generales de Accionistas, coinciden exactamente con los términos que establece la Ley en la mayoría de las empresas del sector, aunque todavía en algunas pocas entidades no emisoras no es así.

La convocatoria para Asambleas Ordinarias siempre se da con una anticipación que esta por encima de los quince días hábiles, mientras que la convocatoria para Asambleas Extraordinarias se da con mínimo una semana de antelación.

Se encuentra también que la participación de los accionistas en estas asambleas es bastante activo. El quórum de constitución, tanto en asambleas ordinarias como extraordinarias, generalmente es mayor al 70% del capital de la sociedad. La inasistencia de los accionistas a las asambleas no llega al 15%. Sin embargo, se podrían lograr mejoras si se pone a disposición de los accionistas más mecanismos de votación, ya que los mecanismos diferentes al voto presencial son muy escasos.

Los derechos y deberes de los directores siempre se hacen explícitos en algún documento societario, generalmente, en los estatutos. De la misma forma, lo más predominante es que los mecanismos, plazos y contenidos de las convocatorias sobre las reuniones del directorio estén contemplados en los estatutos.

Los Directores son, en su mayoría, accionistas o representan a algún accionista y no tienen vinculación a la línea ejecutiva de la sociedad ni han suscrito un contrato laboral con la misma. Es muy poco frecuente que la Presidencia del directorio y la posición del Ejecutivo Principal coincidan en la misma persona, por el contrario, en casi la mitad de las empresas el Ejecutivo Principal es miembro pleno del directorio.

En lo que tiene que ver con las suplencias de los Directores, se encuentra que el manejo dado en las entidades emisoras es diferente del dado en las no emisoras. En las primeras lo más común es tener suplentes generales, mientras que en las no emisoras

lo más frecuentes es tener un suplente por cada miembro de directorio. Sin embargo, en ambos segmentos, la mayoría de las compañías les dan a los suplentes los mismos derechos de información.

En la mayor parte de las empresas del sector, los mecanismos de información del directorio son amplios y diversos, lo que más se repite son los informes preparados para las reuniones formales del directorio, los informes mensuales de desempeño preparados por los ejecutivos de la sociedad y los producidos a solicitud de los miembros o del directorio en pleno.

Y es precisamente un miembro del directorio quien ejerce las funciones del Secretario del directorio en la mayoría de compañías emisoras. En las no emisoras, en cambio, estas funciones están a cargo, principalmente, de un ejecutivo de la sociedad. Sin embargo, tanto emisoras como no emisoras coinciden en la frecuencia de las reuniones de su directorio, en la mitad del total de empresas, el directorio se reúne por lo menos 12 veces al año.

Las funciones indelegables de los directorios son un poco más rigurosas en las compañías emisoras en comparación con las no emisoras. En términos generales, las funciones indelegables más frecuentes son la aprobación de presupuestos anuales y la de ser enlace entre la sociedad y los accionistas. Por otro lado, las funciones más delegadas en la práctica son la identificación de riesgos de la compañía, la definición de políticas de cara a los contratos de reaseguro, la determinación de políticas de información y, particularmente, la divulgación de las políticas de suscripción.

En el tema de administración de los conflictos de interés se observan avances pero también se encuentran puntos débiles, sobretudo en las empresas no emisoras. En el 47.2% del total las compañías encuestadas se definen las líneas de acción para la resolución de conflictos de interés a través de algún documento societario. Sin embargo, mientras que ninguna entidad emisora carece mecanismos de manejo de los conflictos de interés, en casi la mitad de las empresas no emisoras no existen este tipo de

mecanismos.

Con respecto a la retribución de los Directores, se tiene que la Asamblea es la responsable de aprobar esta retribución, especialmente, en las compañías emisoras, aunque cabe destacar que hay una pequeña proporción de las no emisoras en donde los Directores no tienen retribución. En más de la mitad de los casos se hace pública esta retribución. También, en la mitad de los casos, es el directorio el que aprueba la retribución de ejecutivo principal.

La evaluación es otro de los puntos débiles del sector, en más de la mitad de las entidades encuestadas no se realiza una evaluación de los Directores.

En cuanto a la conformación de comisiones, se observa que la de auditoría es la más frecuente, la comisión de riesgos también se presenta, pero con una frecuencia mucho menor. Se encuentra interesante, sin embargo, que el 21.4% de los directorios no acude a la conformación de comisiones en su interior. Esta situación se da particularmente en las no emisoras, en las que la frecuencia alcanza el 26.3%.

Con respecto a la información financiera de las compañías del sector, debe decirse que prima la legislación nacional y vale la pena adelantar acciones hacia la alineación con las normas internacionales. El 90% de las empresas formula sus estados financieros bajo los principios de legislación de su país, y alrededor del 50% toma en cuenta las normas internacionales, algunas de estas últimas empresas lo hacen de manera exclusiva y otras las toman en cuenta en combinación con la legislación de su país.

En lo que tiene que ver con los auditores externos, se encuentra que alrededor 6% de las empresas encuestadas no cuenta con un auditor externo. Esta situación se presenta, únicamente, en las empresas no emisoras, pues la totalidad de las entidades emisoras, reportan contar con un auditor externo.

En las compañías en las que si existe el auditor externo, es nombrado por la Asamblea de la sociedad en mas de la mitad de los casos, y su interlocución formal está generalmente a cargo del ejecutivo principal.

Además de los servicios de auditoria en estricto sentido, el auditor externo presta los servicios de asesoría financiera y fiscal y de auditoría de procesos y sistemas, claro que esto se presenta en menos de un tercio de las compañías.

Típicamente, el auditor externo de las empresas de este sector tiene un periodo de rotación cercano a los dos años, aunque cabe anotar que este periodo es mas corto en las entidades no emisoras en comparación con las emisoras. Mientras que en las primeras, en promedio, la rotación se contempla cada 1.6 años, en las segundas se contempla cada 3.2 años.

El empleo de auditores internos, por su parte, es una práctica bastante extendida en el sector. Esta figura, al igual que la del auditor externo, existe en la totalidad de compañías emisoras y en el 82% de las no emisoras.

En materia de información para el cliente, puede decirse que en el sector asegurador, los mecanismos de divulgación de información al cliente son un tema bien desarrollado, pero que puede mejorarse en los aspectos relacionados con tramitación de reclamos. Lo mismo sucede con el tema de Defensoría del Cliente, en el 36% de las entidades no hay claridad sobre los mecanismos de defensoría del cliente. De la misma forma, las decisiones que derivan del uso de estos mecanismos, tiene implicaciones más contundentes en las empresas emisoras en comparación con las no emisoras.

Por otro lado, alrededor de la mitad de las empresas del sector asegurador cuentan con prácticas de Gobierno Corporativo. Las empresas emisoras parecen ser mas activas en la difusión de las prácticas de Gobierno Corporativo. Ninguna de estas empresas manifiesta carecer de la difusión de estas prácticas, mientras que

un 15.4% de las no emisoras afirma que no se difunden.

En la mayoría de empresas que cuentan con prácticas de Gobierno Corporativo existen documentos societarios donde se contemplan. Aunque el Código de Buen Gobierno Corporativo es un documento usado por la cuarta parte de estas empresas, más del 70% contempla sus prácticas de buen gobierno en su propia normatividad societaria interna.

En cuanto al responsable de adoptar estas prácticas, en la mayoría de las emisoras, se encuentra que el directorio es el responsable de la adopción formal de las prácticas de Gobierno Corporativo. En las entidades no emisoras, en cambio, la mayoría señala como responsable a la Asamblea, aunque también hay una parte importante que señala al directorio.

Por último, de las percepciones recogidas en el sondeo de opinión sobre Gobierno Corporativo, se destaca que la implementación de prácticas de Gobierno Corporativo es más frecuente en las entidades no emisoras en comparación con las emisoras. Esta implementación no ha resultado traumática en la mayoría de entidades del sector, por el contrario, se considera acertada en la medida que facilita la prevención y administración de riesgos.

Asimismo, más de la mitad de las empresas de la región considera que la implementación de prácticas de Gobierno Corporativo ha fortalecido la administración y el proceso de toma de decisiones dentro de la sociedad.

Anexo: Aseguradoras que contestaron la encuesta

PAÍS	RAZÓN SOCIAL DE LA COMPAÑÍA
BOLIVIA	ALIANZA COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A
BOLIVIA	ALIANZA VIDA SEGUROS REASEGUROS S.A
BOLIVIA	BISA SEGUROS Y REASEGUROS S.A.
BOLIVIA	COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS FORTALEZA S.A
BOLIVIA	LA VITALICIA SEGUROS Y REASEGUROS DE VIDA S.A.
BOLIVIA	SEGUROS ILLIMANI S.A
BOLIVIA	SEGUROS PROVIDA S.A
BOLIVIA	SEGUROS Y REASEGUROS CREDINFORM INTERNATIONAL S.A.
BOLIVIA	ZURICH BOLIVIANA SEGUROS PERSONALES S.A.
BOLIVIA	SEGUROS Y REASEGUROS FORTALEZA S.A.
COLOMBIA	AIG COLOMBIA SEGUROS DE VIDA S.A.
COLOMBIA	ASEGURADORA COLSEGUROS S.A.
COLOMBIA	ASEGURADORASOLIDARIA DE COLOMBIA
COLOMBIA	BBVA SEGUROS COLOMBIA S.A. Y BBVA SEGUROS DE VIDA COLOMBIA S.A.
COLOMBIA	CHUBB DE COLOMBIA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.
COLOMBIA	COMPAÑÍA ASEGURADORA DE FIANZAS S.A CONFIANZA S.A
COLOMBIA	COMPAÑÍA DE SEGUROS BOLIVAR S.A.
COLOMBIA	COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA AURORA S.A.
COLOMBIA	COMPAÑÍA SUIZA DE REASEGUROS OFICINA DE REPRESENTACIÓN
COLOMBIA	DELIMA MARSH S.A
COLOMBIA	GENERALI COLOMBIA SEGUROS GENERALES S.A.
COLOMBIA	LA EQUIDAD SEGUROS GENERALES
COLOMBIA	LA PREVISORA VIDA S.A.
COLOMBIA	LIBERTY SEGUROS DE VIDA S.A
COLOMBIA	LIBERTY SEGUROS S.A.
COLOMBIA	PAN AMERICAN DE COLOMBIA COPAÑÍA DE SEGUROS DAVIDA S.A
COLOMBIA	QBE CENTRAL DE SEGUROS
COLOMBIA	SEGUROS ALFA S.A.
COLOMBIA	SEGUROS DEL ESTADO S.A.
ECUADOR	COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA COLVIDA S.A.
PERÚ	ALTAS CUMBRES COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA
PERÚ	LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS S.A.
PERÚ	LA POSITIVA VIDA SEGUROS Y REASEGUROSS
PERÚ	MAPFRE PERU VIDA CIA DE SEGUROS
PERÚ	RIMAC INTERNACIONAL COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS
PERÚ	SECREX COMPAÑÍA DE SEGUROS DE CRÉDITO Y GARANTÍAS S.A.

Código de Gobierno CORPORATIVO

fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos

Fasecolda
PBX: 344 30 80
www.fasecolda.com