

SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN EN LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS: UN ESTUDIO DE CAMPO.

Doctorando: José Manuel Sánchez Vázquez.

Directoras: Dr. D^a. Concepción Álvarez-Dardet Espejo y Dr. D^a. María Luisa Vélez Elorza

Lugar y fecha de la defensa: Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, 29 de enero de 2005.

Tribunal:

Dr. D. Salvador Carmona Moreno (Presidente)

Dr. D^a. Susana Gago Rodríguez (Secretario)

Dr. D. Francisco Carrasco Fenech (vocal)

Dr. D. Paolo Quattrone (vocal)

Dr. D. Juan Carlos Bou Llusar (vocal)

Las relaciones inter-organizativas han abierto nuevas cuestiones sobre cómo los sistemas de control de gestión deberían ser diseñados y practicados para reforzar su desarrollo (Dekker, 2004). En los canales de distribución, estos intercambios pueden incrementar la vulnerabilidad y los riesgos para la empresa productora (Frazier y Antia, 1995), por lo que los sistemas de control de gestión pueden jugar un papel crucial en estas relaciones (Seal et al, 1999; Tomkins, 2001; Dekker, 2004). Aparece un nuevo desafío en la investigación que debe afrontar cuestiones tales como los objetivos que persiguen las empresas al establecer MACS en sus relaciones entre-firmas; los mecanismos que son utilizados y qué papel desempeñan; y el proceso de implantación y los efectos que tienen en la relación.

Como la literatura reconoce, junto a los MACS, la confianza es la otra fuente de la cooperación en las relaciones interorganizativas. Sin embargo, observando las inconsistencias de las investigaciones anteriores en la relación entre MACS y confianza (Langfield-Smith y Smith, 2003), existe un interesante debate sobre la relación entre los MACS y la confianza, referente a si son sustitutos o complementarios.

El objetivo de esta Tesis Doctoral es tratar de unir el análisis sobre los MACS y la práctica actual en las empresas, mediante el análisis del papel y de los efectos de los MACS en los canales de distribución. Para ello, se realiza un estudio de campo estructurado en tres investigaciones: La primera es un estudio de caso que analiza el papel de los MACS en los canales de distribución. La segunda, utilizando la misma metodología, estudia desde las dos perspectivas, productor / distribuidor, el efecto complementario / sustitutivo que desempeñan los MACS sobre la confianza mutua. Y, por último, la tercera investigación, de carácter cuantitativo, profundiza en el impacto de las funciones de los MACS sobre las dimensiones de la confianza.

El primer estudio se centra en comprender: las razones y objetivos que llevan a introducir MACS en los canales de distribución ya establecidos; los factores que afectan ese proceso; y el papel que desempeñan los MACS en los canales de distribución, identificando las herramientas introducidas, su naturaleza, tipología, funciones y forma de implantación. El marco teórico-conceptual escogido es la teoría de agencia, en concreto el modelo de Rochester (Jensen y Meckling, 1976). Se defiende la visión del canal de distribución como una relación de agencia multinivel (Mishra et al, 1998), ya que los problemas a los que se enfrenta la empresa productora con sus distribuidores

son paralelos a aquellos encontrados en su relación con los clientes. Con relación a los MACS, se utiliza la tipología de control de Merchant (1985), y la taxonomía de funciones propuesta por Zimmerman (2003), para presentar un primer estudio de caso que explora, cómo una compañía, experimentada en el uso del canal de distribución, sigue una opción estratégica que le lleva a una externalización extensiva. La empresa se ha inclinado por la introducción unilateral de MACS para establecer relaciones más colaborativas con sus distribuidores y tratar de asegurar la consecución de los objetivos propuestos para el canal de distribución. Se analiza cómo se comparte información, cómo son desarrollados nuevos canales de comunicación e implantado un sistema de indicadores de la cadena de valor.

Al poner de manifiesto los problemas de gestión de los canales de distribución, una de las principales aportaciones de esta tesis sugiere que las relaciones interorganizativas demandan que los MACS jueguen un papel clave en su gestión. En este sentido, se establece que la externalización de funciones no elimina los problemas de control en estas actividades, sino que simplemente cambian desde un contexto intraorganizativo a uno interorganizativo, matizando lo defendido por Merchant (1985).

Sin embargo, este primer estudio de caso detecta que no todo está bajo control, por lo que el contrato y los MACS parecen ser insuficientes para alcanzar relaciones eficientes (Sako y Helper, 1998), emergiendo el papel central de la confianza que puede mitigar los riesgos morales (Gulati et al, 2000). Ante este problema clave de la literatura interorganizativa, se continúa indagando en la organización para adentrarse en cómo las firmas crean confianza y controlan las potenciales conductas oportunistas, en tratar de aumentar la comprensión sobre cómo se crea o se destruye (Sako, 1992). A este respecto, se plantea si estas perspectivas son alternativas o pueden trabajar juntas y qué efecto tiene la introducción de estas herramientas en la confianza preexistente en el canal de distribución. Este segundo estudio es un intento de aportación al debate, pues como sugieren Van der Meer-Kooistra y Vosselman (2000), uno de los desafíos para los MACS consiste en la posibilidad de diseñar mecanismos que permitan crear una atmósfera en la que la confianza crezca. Se analizan los mecanismos que la empresa productora puede desarrollar para fomentar la confianza que los distribuidores depositan en ella. Desde la perspectiva de los distribuidores, se examinan las conductas y señales que éstos pueden establecer para impulsar la confianza que la firma productora consigna en ellos. Y desde ambas perspectivas de la relación, fabricante y distribuidores, se examina cómo la introducción de nuevos mecanismos MACS afecta a la confianza que la firma productora deposita en sus distribuidores, y cómo afecta a la confianza que los distribuidores tienen en la firma productora.

La evidencia de este caso contradice investigaciones anteriores, que habían argumentado que los MACS podrían entrar en conflicto con el desarrollo de la confianza. Se constata cómo la aceptación, por parte de los distribuidores, de los nuevos procesos y herramientas MACS permite el mantenimiento e incremento de la confianza mutua dentro del canal de distribución. Los resultados muestran cómo las funciones de los MACS ofrecen la necesaria información para la mejora de la relación contractual, los tipos de control pueden fomentar la confianza, y el proceso de implantación es clave para este propósito.

Las contribuciones y hallazgos del segundo estudio de caso han permitido establecer una propuesta de relación entre las funciones de los MACS y las dimensiones de la

confianza para ser analizado y evaluado mediante un modelo de ecuaciones estructurales. El objetivo, de esta parte de la Tesis Doctoral, se centra en profundizar en el impacto de las funciones de las herramientas MACS, con el propósito de proveer información para la coordinación y supervisar el rendimiento, sobre el incremento en las dimensiones de la confianza mutua existente, basada en la competencia y en las intenciones, entre los miembros del canal de distribución. Con ello, se pretende superar las limitaciones de estudios anteriores, que o bien no tienen en cuenta las distintas funciones de los MACS, o tratan a la confianza como un constructo unidimensional. Para el desarrollo del cuestionario de las funciones de los MACS se han seguido los estudios de Abernethy y Vagnoni (2004), Bisbe (2002), y para la operativización de las dimensiones de la confianza, básicamente, el estudio de Ganesan (1994). Los resultados indican un efecto positivo del uso de la información para la coordinación y la supervisión en la creación de confianza. El estudio realizado permite contrastar la asunción realizado por Seal y Vincent-Jones (1997), de que el análisis de la realidad sugiere que la información de los MACS y la confianza no son necesariamente excluyentes.

Esta Tesis Doctoral se encuentra estructurada en los siguientes apartados. En el capítulo segundo se realiza la revisión de la literatura de las relaciones interorganizativas. A continuación, se identifican los roles, tipología y funciones que desempeñan los sistemas de control de gestión dentro de los canales de distribución. Bajo la perspectiva de la teoría de agencia se identifican los problemas dentro de los canales de distribución. Y, seguidamente, se exponen las primeras cuestiones de investigación del primer estudio de caso. En el capítulo tercero se detalla la metodología y se desarrolla el estudio de caso. Finalizando con la discusión y conclusiones. En el capítulo cuarto se profundiza en el concepto de confianza dentro del canal de distribución, sus dimensiones y la relación que los sistemas de control de gestión mantienen con la confianza. Esta revisión de la literatura permite la identificación del conjunto de cuestiones a investigar del segundo estudio de caso. En el capítulo quinto se desarrolla el segundo estudio de caso, donde se contemplan ambas perspectivas del canal de distribución, empresa productora y distribuidores, para conocer el efecto de la introducción de los MACS en la confianza mutua existente. Finalizando con la discusión y conclusiones. En el capítulo sexto se presenta una propuesta de modelo y, desarrollando y argumentado sus hipótesis, se detalla la metodología cuantitativa y el cuestionario enviado. En el capítulo séptimo se realiza el correspondiente análisis, utilizando modelos de ecuaciones estructurales, con los datos recibidos. Finalizando con la discusión y conclusiones. Por último, en el capítulo octavo, y final, se recogen las conclusiones de los tres trabajos de investigación, se analizan las limitaciones y se proponen nuevas líneas de investigación a realizar.