

09/01/2015

Los valores determinan la estrategia de RSC de las empresas familiares



La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una estrategia que cobra cada vez más importancia para cualquier organización. Sin embargo, en el campo de la empresa familiar, diferentes autores han señalado la falta de estudios sobre el comportamiento de estas empresas a la hora de desarrollar acciones de RSC. Este estudio sugiere que los valores diferenciales y el grado de implicación en la empresa familiar son determinantes a la hora de elegir la estrategia de RSC a seguir.

Autor: iStockphoto/Ridofranz.

El trabajo analiza si las empresas familiares tienen comportamientos diferenciales a la hora de realizar acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) mediante un análisis de las diferencias de valores en estas organizaciones. Específicamente se responde a la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son los patrones de implicación en RSC en las empresas familiares y qué valores los determinan? La originalidad del estudio es la exploración en profundidad de las conexiones entre los valores y el compromiso en RSC de las empresas familiares y, desde una perspectiva más amplia, la explicación de cómo y por qué las empresas familiares son heterogéneas en relación a la RSC. En particular, se argumenta a favor de la importancia de la implicación de la familia -en el sentido de la participación en la empresa-, y la importancia del alcance -en referencia a las áreas de preferencia para la RSC- en las empresas

familiares.

La investigación se basa en 12 estudios de caso de empresas familiares en Cataluña a las que se preguntó sobre la importancia de la RSC para la competitividad de la empresa, el papel de la familia y de los diferentes grupos de interés en la definición de estas iniciativas, las motivaciones para hacer RSC, y las prioridades de la empresa a la hora de implementar estas acciones de RSC en sus diferentes áreas de aplicación.

Los resultados del estudio demuestran que una mayor participación de la familia en la empresa familiar está asociada a un nivel más alto de RSC. Además, los resultados ponen de manifiesto la asociación de una mayor participación de la familia en la empresa con algunos de los valores analizados y no con otros: es el caso de la identificación y el compromiso, que se encuentran con más intensidad en las empresas familiares que tienen un nivel de implicación más alto.

Además, esta mayor participación familiar parece tener un efecto positivo sobre una inversión más equilibrada en la RSC, en el sentido de tener intensidades similares para todos los tipos de RSC que se realizan. El alcance de la RSC también ha sido analizado y muestra que el área de aplicación donde las empresas más centran su atención es la RSC relacionada con los empleados, seguida por la RSC dedicada a la comunidad, la RSC ambiental y, finalmente, la RSC relacionada con el mercado.

La principal contribución de este estudio para la gestión de las empresas familiares es la visualización de cómo el nivel de participación de la familia -no sólo en términos de propiedad, sino también en términos de la participación real- es la forma de transferir los valores familiares a la empresa, y de esta manera, reforzar las posibles virtudes específicas de este tipo de organizaciones que pueden dar lugar a mejores prácticas de RSC y mejores resultados para la empresa.

Alexandra.Simon@uab.cat

Referencias

Marques, Pilar; Presas, Pilar; Simon, Alexandra. [The Heterogeneity of Family Firms in CSR Engagement: The Role of Values](#). Family Business Review. 2014, vol. 27, num. 3, p. 193-205. doi: 10.1177/0894486514539004.

[View low-bandwidth version](#)