

Informe “La RSE en la gran empresa familiar española”

ADOPTAR LOS VALORES TRADICIONALES DE LA EMPRESA FAMILIAR, IMPRESCINDIBLE PARA QUE LA ECONOMIA VUELVA A CRECER DE MANERA SOSTENIBLE

- **Convencido de que la crisis actual, además de social y económica, es también de valores, el IEF reivindica una gestión empresarial basada en el esfuerzo, la calidad, la austeridad, la transparencia, el asumir riesgos sin caer en la especulación y un mayor respeto al trabajo y al empleado.**
- **Estos valores tradicionales de las empresas familiares, aplicados desde hace generaciones, contribuyen a una gestión responsable, ética y eficiente, y redundan en beneficio de todo el tejido productivo y de la sociedad en general.**
- **El Instituto de la Empresa Familiar ha realizado un estudio sobre el nivel implantación de la responsabilidad y sostenibilidad empresarial entre su centenar de compañías asociadas.**

Madrid, 20 de enero de 2010.- Los valores tradicionales que han presidido la gestión de las empresas familiares durante generaciones son hoy más necesarios que nunca para recuperar una senda de crecimiento sostenible en nuestra economía. Éste es el mensaje que el IEF ha querido trasladar a la sociedad con ocasión de la presentación del informe “La RSE en la gran empresa familiar española”, elaborado con la colaboración del centenar de empresas asociadas al Instituto.

Este estudio, elaborado por Fernando Casado Cañeque y Miguel Ángel Rodríguez Badal, responde al convencimiento del IEF de que la crisis actual no es sólo social y económica, sino también de valores. El esfuerzo, la calidad, la austeridad, la transparencia, el asumir riesgos sin caer en la especulación, y un mayor respeto al trabajo y al empleado son valores propios de las empresas familiares, pero tienen un carácter universal, y revierten en beneficio de la economía y la sociedad allí donde se cuidan y enriquecen. Estos valores, transmitidos de generación en generación, sustentan y dan sentido a la RSE en este tipo de compañías.

A pesar de la compleja situación económica, hay numerosas empresas familiares que están aprovechando la crisis para crecer, gracias al respeto a estos valores y a sus principios fundacionales. La crisis no ha incidido negativamente en la RSE de las empresas participantes en el estudio. Se han mantenido fieles a estos valores, pero, como el resto de la cadena de valor, seguramente obligará a repensarla y a cambiar aquellos elementos que no resulten eficientes.

RSE y empresa familiar

La vocación a largo plazo que preside la gestión en este tipo de empresas influye de manera determinante en la implantación y el éxito de las políticas de RSE. Según el estudio, valores y actitudes como la austeridad y la capacidad de sacrificio están muy por encima a lo habitual en el resto de las grandes empresas españolas. El concepto de valor en la empresa familiar trasciende el objetivo exclusivo de lograr un beneficio económico, cuestión que enlaza con la ética, considerada fundamental entre las prioridades de gestión, y asociada en este tipo de compañías a la reputación de la empresa y de la familia.

Gestión de las personas

Otro de las conclusiones del informe destaca el vínculo afectivo que se crea entre la empresa familiar y sus empleados, con el objetivo de ganarse su lealtad y retener mejor el talento.

El mantenimiento del liderazgo familiar se percibe estrechamente vinculado a la gestión de las personas, y de forma especial a la estabilidad en el empleo, una política salarial justa, la atmósfera de trabajo, la valoración del esfuerzo personal y el trabajo en equipo.

La gran empresa familiar destaca por su relación con los empleados y por cómo los integra de manera activa en la gestión de la empresa. La lealtad mutua con los empleados es un valor intrínseco que éstas valoran especialmente en épocas de crisis. Además, las empresas familiares son conscientes de que apostar por la mejora de la formación de sus empleados es clave para fomentar su motivación y su compromiso. En este sentido, el elemento más cuidado es la formación: el 100% de las empresas encuestadas tiene planes de formación para sus integrantes.

La empresa familiar va claramente por delante del resto de las grandes empresas españolas. El 82% de las empresas familiares consultadas tienen planes de carrera para sus directivos (vs. 66% del resto de grandes empresas españolas), el 88% (vs. 61%) para sus mandos intermedios, el 72% (vs. 56%) de sus técnicos y el 55% (vs. 30%) de sus operarios.

Reputación y código ético

Las empresas consultadas en el estudio consideran que mantener la reputación familiar y conseguir que los valores fundacionales sigan formando parte de su código genético está relacionado con el hecho de que sus organizaciones mantengan una clara orientación al largo plazo; tengan objetivos que vayan más allá de la mera búsqueda del beneficio; conserven un carácter emprendedor; y tengan una gran capacidad de adaptación al cambio.

En el informe, la inmensa mayoría de las grandes empresas familiares aseguran tener códigos éticos, considerados por ellas fundamentales ya que en la mayoría de los casos establecen las normas que regulan la seguridad

laboral, garantizan la igualdad, la calidad y la confidencialidad, facilitan la conciliación y ayudan a evitar prácticas abusivas o corruptas.

En cuanto a su relación con el entorno, la interacción con los grupos de interés (stakeholders), fundamental en la RSE, no es algo novedoso para la empresa familiar sino que forma parte de su forma tradicional de gestionar y entender la empresa.

Diez recomendaciones para la empresa familiar

Sin embargo, el carácter informal de la RSE en muchas empresas hace que exista un amplio margen de mejora en su integración en la estructura y la estrategia corporativa. La empresa familiar debería mejorar sus sistemas de medición (el 15% de los encuestados considera que su empresa dispone de un sistema adecuado de indicadores, frente al 56% del conjunto de las grandes empresas españolas).

En este sentido, el estudio propone diez recomendaciones a la empresa familiar:

1. Realizar un diagnóstico de los principios y valores corporativos que determinan los comportamientos de sus integrantes.
2. Revisar periódicamente su misión, visión y valores organizativos para asegurarse de que incorporan los valores fundacionales y los de la RSE.
3. Establecer códigos éticos dirigidos a sus integrantes y a su cadena de valor.
4. Prestar una especial atención a la aceptación y mejora de la capacidad de autocrítica de todos sus integrantes.
5. Asegurar la integración de la RSE en la estrategia de la empresa.
6. Constituir comités de RSE en los que estén representadas las diversas áreas de gestión.
7. Profundizar en la integración de la RSE en los procesos de diseño de nuevos productos y servicios, de forma que se convierta en fuente de ideas para la innovación.
8. Establecer un conjunto adecuado de indicadores de RSE y establecer los oportunos objetivos de mejora.
9. Lograr una mayor integración de la RSE en el cuadro de mando de la empresa.
10. Mejorar la transparencia en la comunicación interna y también en la externa, en lo que se refiere a la publicación de memorias de RSE.