

AUTORES DE LA INVESTIGACIÓN: [Benavides Delgado, Juan](#) ; Fernández Fernández, José Luis; García Polo, Roberto y Sánchez-Mora Moreno, Fernando

ENLACE A LA INVESTIGACIÓN: [I Estudio de la Función de Responsabilidad Social en la Empresa Española](#)

El pasado miércoles, 12 de marzo, se presentó en la Universidad Pontificia Comillas el I Estudio de la función de la Responsabilidad Social en la Empresa Española. El documento ha sido elaborado por [DIRSE](#) (Asociación española de Directivos de Responsabilidad Social). Los autores de la investigación han sido: [Juan Benavides Delgado](#), director del Grupo de Investigación Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación, José Luis Fernández Fernández, Director de la [Cátedra de Ética Económica y Empresarial](#), miembro institucional del Grupo; Roberto García Polo, Asociado Senior en G-advisory y Fernando Sánchez-Mora Moreno, Director en Garrigues.

El informe ha contado con el apoyo de Adecco, BBVA, CaixaBank, Carbures, Endesa, Heineken, Mapfre, Repsol, Santander y Telefónica y los resultados del documento se han basado en una encuesta online a cerca de 600 representantes de diferentes entidades empresariales y varias sesiones mediante metodología focus group en las que participaron una decena de DIRSE (directores de Responsabilidad Social Empresarial) de empresas líderes en España.

A continuación se muestra el video resumen del estudio presentado el pasado 12 de marzo:

Entre los datos más significativos del Estudio, cabe destacar los siguientes:

1. **Motivaciones del DIRSE.** Aportación de valor a la sociedad y el retorno positivo para la

compañía desde un compromiso ético, así como la capacidad de transformar la organización o la transversalidad de su actividad.

2. **Aportaciones del DIRSE.** Su valor se traduce en una constante relación con el resto de departamentos de la empresa o por la aportación de innovación en la gestión del negocio. Además, su actividad genera un rico y networking tanto a nivel interno como externo, aunque tiene un escaso peso en la toma de decisiones estratégicas en la compañía.

3. **Evolución del DIRSE.** El DIRSE ha evolucionado de manera similar a como lo ha hecho el propio concepto de RSE. Así, se trata de función relativamente joven en las organizaciones. En sus orígenes, el DIRSE focalizaba su actividad en la acción social, la política ambiental o la gestión de las personas, pasando después a responsabilizarse del reporting, el Plan Estratégico o la identificación y mitigación de riesgos. Finalmente, también ha asumido la identificación de oportunidades de negocio y la medición del retorno.

4. **Perfiles del DIRSE.** El 66% de los DIRSE son hombres. En el 33% de los casos se dedican en exclusiva a su actividad, 14% lo hace de forma integrada con RRHH y con Comunicación y un 8% lo hace con los departamentos de Medio Ambiente, Calidad y Relaciones Internacionales. Asimismo, un 4% se integra en Relaciones Institucionales o Marketing y el 11% restante lo hace de manera integrada con otras áreas. El 50% de los DIRSE reporta directamente al máximo ejecutivo de la compañía u organización y un 46% forma parte del Comité de Dirección.

5. **Competencias del DIRSE.** A un DIRSE se le exige: visión estratégica de la compañía, empatía, ética, capacidad de comunicar con credibilidad, ser un buen jugador de equipo, ser innovador y con visión de futuro y tener una mente abierta que le haga ser curioso, mostrar interés y escuchar atentamente.

6. **Visión de futuro del DIRSE.** Los responsables encuestados se sienten optimistas. Consideran que la RSE ha cobrado más importancia en su organización debido a la actual situación de crisis económica (71%). Un porcentaje parecido (casi 70%) cree que va a cobrar más importancia en los próximos cinco años. Sólo un 5% cree que perderá relevancia.

7. **Retos del DIRSE.** Las barreras que DIRSE encuentran en el desarrollo de su actividad son una falta de integración, colaboración y aportación de otras áreas de su organización, la ausencia de notoriedad interna y externa, o la consideración de su trabajo como una mera labor de marketing. A esto habría que añadir: la ausencia de compromiso de la alta dirección o la falta de consideración de los riesgos a largo plazo debido a la preeminencia de decisiones cortoplacistas. Los responsables de RSE encuestados consideran además que existe un desconocimiento e irrelevancia de la RSE en el resto del equipo directivo, dificultad en la interlocución con los grupos de interés o falta de objetivos empresariales que desemboca en la escasez de recursos.

A continuación se facilita el documento íntegro con los datos de la investigación elaborada por DIRSE: