

Directivos de RSC ante el espejo

La responsabilidad social de las empresas todavía no ha calado en la mayoría de las estructuras empresariales y muchas empresas no cuentan con un departamento específico.

1 de julio de 2008

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es, como define Comisión Europea, "la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con los interlocutores". Esta definición abarca aspectos tan variados como la reputación, la estrategia medioambiental, la acción social, las políticas de empleados y el buen gobierno.

En los últimos años, la RSC se ha convertido en un criterio transversal que define una nueva forma de gestionar las organizaciones; que mira hacia la necesaria implicación de los grupos de interés y la sostenibilidad a largo plazo sin renunciar al beneficio. Los directivos que han asumido la función de desempeñar estas tareas tienen ante sí el reto de ser agentes de cambio en las organizaciones, aportando la visión de largo plazo y la perspectiva del entorno de la empresa.

¿Quiénes son estos profesionales? En el estudio "El perfil emergente del directivo de RSC" se ha querido conocer más sobre el trabajo diario que realizan; a qué dedican mayoritariamente su tiempo; cuál es su opinión sobre la forma en que se gestiona la RSC. Se trata de una primera aproximación, basada en las respuestas a 48 cuestionarios, que apunta los temas y claves de futuras investigaciones sobre esta investigación, y permite dibujar un primer perfil de estos directivos y señalar el norte de sus preocupaciones, expectativas y necesidades.

Variedad de curriculums para un puesto en definición

La media de edad del responsable español de RSC es de 42 años, estando el grupo más numeroso entre los 36 y los 40. Casi la mitad de los encuestados tiene menos de 40 años. Son profesionales que en su mayoría se encuentra en la mitad de su carrera profesional. No existen diferencias notables en cuanto al género, la proporción se aproxima al 50%. Las mujeres son más numerosas en los grupos de edad inferiores a 40 años, aunque se igualan a los varones en los mayores de 50 años.

La formación universitaria de los directivos de RSC es muy variada, dominan las licenciaturas en Económicas o Empresariales (33%) y en Derecho (19%). Pero también aparecen áreas de formación tan diversas como Psicología, Biología, Medicina, Ingenierías, Marketing o Periodismo. El 82% de los encuestados declara tener estudios de postgrado, aunque igualmente éstos pertenecen a áreas distintas. Sólo el 11% ha realizado algún tipo de curso especializado en RSC.

A la hora de revisar su procedencia profesional nuevamente domina la heterogeneidad: Recursos Humanos y Relaciones Laborales (18%) y Comunicación (11,4%), son las mayoritarias, mientras que en la categoría de "otros" -que supone el 51%- se incluye: Apoyo a la dirección, Coordinación de RSC, Dirección general, Gerencia de análisis y estrategia, Relación con inversores, RSC y medioambiente, Calidad de gestión de la excelencia, Asesoría jurídica y Dirección comercial de área, entre otras.

Esto demuestra que aún no existe un mercado laboral maduro de estos profesionales. De hecho, la mayoría accede al puesto de trabajo desde dentro de la propia empresa (casi el 79%). Y además, muchos de estos directivos llevan poco tiempo en su puesto: el 37% menos de dos años y el 15%, menos de uno.

Los departamentos de RSC son por lo general reducidos cuando no unipersonales. Sólo el 53% de las empresas analizadas disponen de un departamento específico de RSC y en el 85% las funciones propias de RSC las realizan otros departamentos, en general los de Marketing o Comunicación y el de Recursos Humanos y Relaciones Laborales.

Tampoco existe un acuerdo respecto al nombre con el que designar al responsable de RSC. En poco más del 20% de los casos, el nombre del puesto está directamente relacionado con la función: Gestor de RSC, Coordinador de RSC, Director de RSC, Responsable de RSC, Técnico

de RSC, etc.

¿Preparados para ser agentes de cambio?

Las áreas y los contenidos de los que se encarga principalmente este directivo son la acción social, las relaciones con la comunidad y la reputación. Pero en poco más del 50% de los casos tienen responsabilidad sobre el proceso completo, es decir, sobre el diseño, implantación y seguimiento de las políticas. Esta situación se da en un 52% en el área de acción social, en un 48% en la de relaciones con la comunidad y en un 45% en lo que tiene que ver con la reputación. Puede considerarse que, por lo tanto, el departamento de RSC se configura más como un departamento *staff* que como unidad operativa.

La mayor parte del tiempo de los directivos de RSC se dedica a la elaboración de informes y recogida de información, el diseño de proyectos y las reuniones de equipo. La gran ausente en cuanto al uso del tiempo es la formación, incluso en la propia RSC.

Según la encuesta, parece existir un notable grado de acuerdo acerca del compromiso de la dirección con los temas de responsabilidad corporativa, el apoyo a las iniciativas de este departamento y la buena comunicación con otras áreas. Sin embargo, aparecen también algunas cuestiones que habrán de ser objeto de seguimiento en el futuro: un cierto porcentaje de los directivos entrevistados (alrededor del 20%) creen que la RSC aún se percibe en sus empresas como una moda, que se mantendrá mientras resulte rentable y no requiera excesivas inversiones. Este apunte en cierto modo negativo no puede considerarse como una tendencia generalizable, dado lo pequeño de la muestra, pero sí es lo suficientemente relevante como para merecer atención posterior y permite ser objeto de debate.

El estudio permite establecer un ranking de habilidades y competencias que, en opinión de los propios responsables de RSC, son imprescindibles o muy importantes para el desarrollo de su trabajo:

- ser un buen motivador
- inclinación a la negociación y el consenso
- ser capaz de percibir nuevas tendencias, necesidades y oportunidades
- tener gran capacidad de innovación y creatividad.

En otras palabras, los directivos encuestados creen que el directivo de RSC debe ser una persona con visión estratégica y capacidad de innovación y creatividad, orientada al diálogo

y al consenso y con una gran capacidad para motivar y convencer al resto de la organización acerca de la necesidad de sacrificar eficacia presente a favor de beneficios futuros a largo plazo.

www.iese.edu/es/insight