

IMPULSAR LA CULTURA DE LA RSE EN LA EMPRESA MEJORA LA COHESIÓN INTERNA, RETIENE Y ATRAE TALENTO Y MEJORA LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA

15 diciembre 2025, Madrid

¿POR QUÉ HABLAR DE “CULTURA DE RSE” Y NO SOLO DE ACCIONES?

Impulsar una cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no significa ejecutar campañas puntuales o cumplir normativas mínimas: significa integrar la sostenibilidad, la ética y la corresponsabilidad en la identidad, **las decisiones cotidianas y las relaciones internas** y externas de la organización. Es un cambio estructural de cómo se hace empresa.

UNA CULTURA DE RSE BIEN INTEGRADA:

- a) Mejora la **cohesión interna** y el orgullo de pertenencia.
- b) Aumenta la **resiliencia**, la transparencia y la reputación.
- c) Fortalece la **sostenibilidad a largo plazo** del negocio.
- d) **Atrae talento**, alianzas y financiación comprometida.

ÁREAS CLAVE PARA FOMENTAR CULTURA DE RS

Dimensión	Acción estratégica	Objetivo operativo
LIDERAZGO	Compromiso visible de la dirección	Legitimar la RSE como eje estratégico transversal.
PARTICIPACIÓN	Espacios de diálogo y escucha activa	Involucrar a toda la plantilla en decisiones con impacto colectivo.
FORMACIÓN	Capacitación en sostenibilidad, ética y derechos	Empoderar al equipo y crear conciencia crítica.
COMUNICACIÓN	Difusión interna y externa de valores y acciones	Generar coherencia narrativa y sentido de propósito.
RECONOCIMIENTO	Visibilización de buenas prácticas internas	Reforzar y motivar comportamientos responsables.

HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES

CÓDIGO ÉTICO PARTICIPATIVO

Un código ético no es un documento decorativo: debe construirse colectivamente, ser dinámico y usarse como brújula para decisiones complejas.

PRINCIPIOS CLAVE:

- a) Respeto, **dignidad**, inclusión.
- b) Transparencia y **responsabilidad** compartida.
- c) **Participación** activa.
- d) Compromiso con la sostenibilidad integral (social, ambiental, económica).

VALORES COMPARTIDOS:

- a) Colaboración.
- b) Empatía.
- c) Integridad.
- d) Justicia social.

COMPROMISOS EXPLÍCITOS:

- a) Con las personas: espacios seguros y libres de violencia.
- b) Con la comunidad: **impacto social** positivo.
- c) Con el entorno: reducción del impacto ambiental.
- d) Con la organización: **corresponsabilidad** y mejora continua.

MECANISMOS DE APLICACIÓN:

- a) Foros de revisión y **actualización**.
- b) **Canales confidenciales** de consulta/denuncia.
- c) Evaluación participativa anual con indicadores propios.

MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS: *¿Con quién se activa esta cultura?*

Grupo de interés	Tipo de relación	Influencia	Interés	Ejemplos de necesidades
CLIENTES/USUARIOS	Directa	Alta	Alta	Calidad, atención, impacto social
PERSONAS TRABAJADORAS	Interna	Alta	Alta	Desarrollo, participación, equidad
PROVEEDORES	Comercial	Media	Media	Transparencia, pagos, continuidad
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Institucional	Alta	Media	Cumplimiento normativo, colaboración
COMUNIDAD LOCAL	Social	Media	Alta	Inclusión, sostenibilidad, retorno social
ONGS Y ASOCIACIONES	Colaborativa	Media	Alta	Alianzas, coherencia ética, resultados
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Informativa	Media	Baja	Reputación, información verificada
COMPETENCIA	Sectorial	Baja	Media	Benchmarking, innovación social

ESTRATEGIAS RECOMENDADAS:

- a) Comunicación **personalizada** con grupos de alta influencia e interés.
- b) Participación activa para personas trabajadoras, clientela y comunidad.
- c) **Alianzas estratégicas** con ONGs, actores sociales y proveedores clave.
- d) **Transparencia** pública y rendición de cuentas.
- e) Monitorización continua de relaciones con menor impacto directo.

REFERENTES Y MARCOS NORMATIVOS

La RSE está respaldada por pactos internacionales que legitiman su adopción por parte de empresas de todos los tamaños:

1. Pacto Mundial de Naciones Unidas (2000): 10 principios sobre derechos humanos, trabajo decente, medioambiente y lucha contra la corrupción.
2. Principios *Ruggie* (2011): "*Proteger, respetar y remediar*" los derechos humanos desde las estructuras empresariales.
3. ODS 2030: Invitación explícita a las empresas a alinear sus estrategias con la eliminación de la pobreza, la igualdad de género, la protección ambiental y la justicia social.

MECANISMOS DE SEGUIMIENTO

- a) Reportes anuales *Communication on Progress*.
- b) Supervisión local mediante oficinas regionales del Pacto Mundial.
- c) Indicadores de evaluación contruidos participativamente.
- d) Integración progresiva en estándares sectoriales (incluso para PYMES).

BUENAS PRÁCTICAS EN ACCIÓN

- A. Empresas como Unilever, Novartis o Telefónica han integrado plenamente la RSE en su estrategia comercial, vinculando su desempeño ambiental o su política de inclusión financiera con los ODS.
- B. Muchas PYMES han demostrado que es posible aplicar los mismos principios con mayor agilidad y coherencia, adaptando formatos y recursos a su escala.

CLAVES OPERATIVAS PARA IMPLANTAR UNA CULTURA DE RSE

- Realiza una **autoauditoría cultural interna**: ¿qué valores se viven de verdad en la empresa?

- Inicia un proceso colectivo de construcción de un **código ético**.
- Revisa la **coherencia** entre discurso y prácticas (RRHH, proveedores, gobernanza).
- Crea **canales seguros** para el diálogo, la denuncia y la participación propositiva.
- Alinea tu estrategia con ODS y principios internacionales para ganar solidez normativa.
- Activa **una narrativa que conecte valores**, personas y acción.