

# COMUNICACIÓN INTERNA Y RSE, CONTRIBUCIÓN A LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL



## Guía de trabajo

La comunicación interna es una palanca para el desarrollo de la RSE. Esta guía tiene por objeto ayudar a las empresas a integrar los valores de la RSE en la comunicación con los empleados.

La guía ha sido desarrollada por **Fundación SERES** y **Corresponsables**, (a través de **ObservaRSE**, el **Observatorio de la Comunicación Corresponsable**), para su elaboración hemos contado con la inspiración de las empresas que, a lo largo de los meses de marzo y abril de 2017, han publicado sus enseñanzas sobre comunicación interna en la web de Fundación SERES y en la web de ObservaRSE.

**seres**  
fundación sociedad  
y empresa responsable

**CORRESPONSABLES**  
Fundación  
ObservaRSE  
ARGENTINA CHILE COLOMBIA ECUADOR ESPAÑA MÉXICO PERÚ

Con la inspiración de:



## Comunicación interna

La comunicación interna es una pieza fundamental en la gestión empresarial.

Habitualmente es utilizada como un instrumento de gestión de los RRHH, donde su papel principal suele ser el de transmisión de información a los empleados, o servir de canal para el diálogo con estos.

La comunicación interna también puede cobrar un papel relevante en el desarrollo de las políticas de RSE de la compañía, pudiendo ser una pieza clave para alcanzar los objetivos marcados. Además refuerza el impacto alcanzado por las actuaciones realizadas, en especial cuando se abordan iniciativas orientadas hacia la RSE con los empleados.

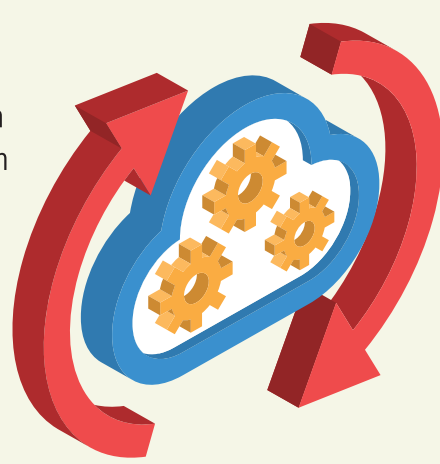


## Comunicación interna y RSE

La capacidad de impacto de la comunicación interna en los empleados y la relevancia de este grupo de interés en la estrategia de negocio, la convierten en una herramienta cuya contribución puede ser fundamental para la consecución de los objetivos de la compañía.

Esa contribución no debe de ser algo esporádico o no planeado. Su contribución debe ser proyectada, calculada y con objetivos establecidos. Tiene que estar definida y formar parte de la estrategia de RSE.

Para que esto sea así, es necesario que la comunicación interna se ajuste, en lo relativo a su interacción con la RSE, de acuerdo a los siguientes requerimientos:



### Definir la estrategia

- La comunicación interna debe estar en línea con el resto de acciones de comunicación de la organización. Comunicación externa, interna y RSE tienen que ir de la mano. Deben ser aliadas y estar alineadas, porque todas emanan de la organización.
- La estrategia tiene que identificar el rol que asumirán las diferentes áreas implicadas, entre otras la de comunicación interna.
- ¿Qué esperamos de la comunicación interna? La definición del rol de la comunicación interna tiene que evolucionar de ser un simple canal de comunicación a ser un elemento activo que contribuya a la consecución de la estrategia de RSE. Para ello hay que contemplar su papel desde el inicio en la planificación de la estrategia de RSE.

### Identificar los objetivos

- La estrategia de RSE establecerá una serie de objetivos generales. En la definición de estos objetivos es necesario identificar aquellos a los que debe contribuir o corresponden a la comunicación interna.
- Los objetivos pueden ser exclusivos de la comunicación interna, o ser compartidos con otras áreas.
- Establecer metas cuantificadas para los objetivos facilitará diseñar y ajustar acciones de comunicación interna para la consecución de unos objetivos concretos, frente a acciones de comunicación generalistas sin finalidad preestablecida.

### Diseño y ajuste de las acciones de comunicación interna a la consecución de objetivos

- Cada actuación de RSE requerirá de unas acciones concretas de comunicación. Es necesario diseñar las acciones de comunicación internas alineadas a la actuación de RSE en la que tiene objetivos asignados. De esta forma, se podrá proyectar la consecución de esas acciones de RSE en función de los objetivos asignados a la comunicación interna.
- Crearemos indicadores relacionados con los objetivos de RSE asignados a la comunicación interna.
- Las acciones deben garantizar su contribución a los objetivos de RSE, o en su caso, establecer las medidas correctoras para alcanzarlos.

### Evaluación

- Evaluación global de la actuación de RSE.
- Evaluación del impacto de las actuaciones de comunicación interna para cada una de las acciones en las que tiene objetivos asignados.
- La evaluación pondrá en valor el impacto de la comunicación interna en la estrategia de RSE, y permitirá planificar acciones futuras ajustando y mejorando los objetivos.

## Retos para la comunicación interna y RSE

La comunicación interna en torno a la RSE debe darse en el momento preciso, ser proactiva y no reactiva. Por eso, una buena comunicación interna tiene que ser honesta, transparente, humilde, participativa y directa.

### Que los empleados sean parte activa de la estrategia de RSE.

Los empleados son los mejores embajadores de cualquier organización, el activo más importante y han de ser los primeros prescriptores de las compañías. Por ello, la comunicación interna debe ayudar a integrar y comunicar la RSE, entendiéndola siempre como el camino hacia una mejora continua.



**Diseñar y contar con canales de comunicación adecuados a los objetivos y accesibles al 100% de los empleados.** Además, de fomentar la creatividad y la innovación en los formatos y contenidos para cada uno de sus integrantes.



**La consistencia, seriedad y credibilidad de la comunicación interna se hace con planificación, recursos y tiempo.** Es clave poner en valor las iniciativas de Responsabilidad Social y conectarlas con la actividad de la compañía, bajo el prisma de la coherencia. Cuantificar el impacto y comunicar el impacto, tanto social como empresarial. Con datos comprensibles (en un lenguaje que facilite entender su valor) y evaluados (medidos con herramientas objetivas).



## Ejemplo

El análisis de materialidad de la empresa X lleva a establecer uno de los objetivos de RSE: vincular a la empresa con el entorno social local para facilitar el desarrollo futuro de negocio. Para abordar este reto ha identificado una ONG que ofrece la posibilidad de que los empleados participen como tutor de apoyo de la asignatura inglés para niños de la localidad.



**Impacto generado**

**Social:** mejora de las calificaciones medias de los alumnos. Esto, además de reforzar su autoestima, equipara las oportunidades de los niños de familias que no tienen recursos económicos para contratar clases de refuerzo de inglés.

**Empresarial:** mejora la percepción de la empresa, en todos los agentes de su entorno social. Refuerza la vinculación de los empleados, en especial de los vinculados a las tutorías. Mejora las habilidades sociales de los voluntarios al desarrollar capacidad de improvisación en entornos variables.



**Objetivos comunicación interna en esta actuación**

**Global:** difundir la actuación y garantizar que el 100% de los empleados hayan tenido posibilidad de acceder a la información que ofrece las oportunidades de voluntariado.

**Particular:** para garantizar el éxito de la iniciativa hay que vincular a 10 voluntarios. Comunicación interna tiene el objetivo de asegurar la participación de 2 de esos voluntarios (20%).

**Plan de comunicación:** junto a la campaña de comunicación general se realizarán 10 acciones de comunicación individuales con empleados que tengan el perfil adecuado para involucrarse como voluntarios.

