



# UMANIUS

Humanismo Empresarial



7

**CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA**

Mayo 2026

# Sumario

	01. Marco Conceptual	3
	02. Algunos datos relevantes	6
	03. El Papel de la Empresa	8
	04. Relatos con propósito	10
	05. Citas inspiradoras	13
	06. Referencias	15
	07. Gabinete Umanius	18

**UMANIUS** es la Revista de la Fundación Auren que, como parte de su propósito fundacional, aborda sucintamente cuestiones relativas al humanismo empresarial. Su finalidad es exponer, proponer modos para su implantación, difundir y alentar los valores propugnados por el humanismo cívico en las empresas y organizaciones privadas y públicas.



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

3

# 01

# Marco conceptual

## Cultura empresarial humanista



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

La cultura empresarial forma, junto con la visión y misión de la empresa, la filosofía de la empresa. Por su relevancia para conformar su carácter humanista, cabe añadir el compromiso explícito con cada grupo de agentes de interés. Los valores asumidos por la empresa se expresan en su cultura, definida por el conjunto de principios, normas, símbolos, mitos y pautas de comportamiento que son compartidos por sus miembros, que actúan como marco de referencia y conforman la personalidad de la empresa. La cultura empresarial determina cuál es la relación con sus agentes de interés. Su influencia sobre el desempeño de la empresa es determinante.

La cultura empresarial también forma parte intrínseca de la historia de la empresa, se nutre y nutre a la visión y misión empresariales, y determina sus compromisos. Su influencia sobre las políticas, configuración de estructuras y fijación de estrategias y objetivos es trascendente. La cultura debe estar alineada con el propósito de la empresa, lo que la particulariza y la hace única. Los valores derivados de los derechos humanos y el respeto a la biosfera deben formar parte necesaria de la cultura de las empresas humanistas.

“Platón conversando con sus discípulos”, refleja elementos esenciales de ética y respeto, precursores de la cultura empresarial que son recogidos en sus Diálogos.



Título de la obra: Mosaico de la Academia de Platón (Plato's Academy Mosaic)  
Mosaico (86 x 85 cm) hallado en Pompeya, en la Villa de T. Siminius Stephanus (fuera de Porta Vesuvio), actualmente en el Museo Arqueológico Nacional de Nápoles (n.º de inv. 124545).  
Autor: Trabajo propio Jebulon  
Disponible bajo la licencia: Esta es una reproducción fotográfica fiel de una obra de arte bidimensional de dominio público PDM 1.0. <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/legalcode>  
Creado el: 29 de julio de 2015  
Subido el: 4 de agosto de 2023  
Fuente: Wikipedia  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MANNapoli\\_124545\\_plato's\\_academy\\_mosaic.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MANNapoli_124545_plato's_academy_mosaic.jpg)



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

### VALORES UNIVERSALES Y CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL

No todos los valores provienen de la ética. Asimismo, la existencia de valores universales es una conjetura no demostrada de la filosofía moral y la antropología cultural, aunque es evidente que ciertos valores se encuentran en una gran diversidad de civilizaciones.

Desde esa concepción antropológica, Junto a valores éticos conviven valores materiales, valores biológicos, valores de personalización, valores intelectuales, valores de socialización, valores político-económicos, valores estéticos y valores trascendentes.

El cuerpo de principios de la cultura, concretado en un Código de Conducta, se disemina por todas las políticas fijadas por la empresa. Esos valores pueden servir como elementos de discusión para la elaboración de los códigos; códigos constituidos por unos principios de los que debe derivarse su aplicación para la variedad de situaciones que depara el devenir empresarial.

El proceso de reflexión de cada empresa es diferente y, como tal, resulta en un conjunto de principios propio y único, en un Código de Conducta particular que le confiere los rasgos de su identidad. En el caso de la empresa con vocación humanista, su Código de Conducta y su modelo de gobernanza deben reflejar los valores humanistas.

## VALORES

Éticos	bondad: benevolencia; verdad: sinceridad; justicia: bien común; igualdad; solidaridad: compartir; paz: concordia...
Materiales	riqueza; respeto de las cosas; austeridad frente a derroche...
Biológicos	ecología, salud...
De personalización	identidad personal, realización personal, auto-concepto positivo, autonomía personal, auto-confianza, responsabilidad, autoaceptación, fortaleza, alegría existencial...
Intelectuales	conocimientos, creencias y tradiciones; capacidad de comprensión y expresión; sentido crítico; desarrollo de habilidades intelectuales; hábitos y técnicas de trabajo individual...
De socialización	dignidad de la persona; dialogo y comunicación; libertad de expresión; convivencia democrática; tolerancia; comprensión; colaboración y participación; amor y amistad; familia: fidelidad; actitud servicial...
Político-económicos	trabajo: productividad; participación política; identificación política...
Estéticos	belleza, creatividad, expresividad personal...
Trascendentes	creencias religiosas, sentido religioso de la vida, esperanzas...

### El Código de Conducta

El Código de Conducta resulta indispensable para la mayoría de las empresas, a pesar de no ser jurídicamente obligatorio. Describe tanto la normativa legal como los requisitos que debe cumplir una organización para llevar a cabo sus actividades empresariales respetando los valores universales, al tiempo que proporciona a todo su personal orientaciones sobre su conducta en el lugar de trabajo. Atañe tanto a los aspectos de cumplimiento normativo, como al resto de principios derivados de los valores universales asumidos por la empresa para satisfacer sus interacciones con los agentes de interés. Un Código de Conducta adecuadamente implementado, proporciona transparencia y ayuda a proteger a la empresa de infracciones que puedan dar lugar a acciones penales, sanciones graves o daños a su reputación.



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

Los Comités de Conducta se ocupan de asegurar que las acciones y decisiones de la empresa y de su personal estén alineadas con los principios de sus Códigos de Conducta y las normativas internas, reflejo de su cultura. Su objetivo principal es prevenir irregularidades y actuar ante incidentes conductuales, garantizando la integridad y la transparencia en la empresa.

Para asegurar su independencia y una supervisión efectiva sobre todas las áreas de la empresa, conviene que estos Comités se sitúen fuera de la línea ejecutiva de la empresa, bajo su ápice estratégico (consejo de administración, alta dirección, comité de dirección).

### El Comité de Conducta

El Comité de Conducta puede estar compuesto por personal interno, externo o una combinación de ambos, dependiendo de las necesidades y la estructura de la empresa. Incluir empleados de la propia empresa es beneficioso porque estos miembros ya están familiarizados con su cultura y sus operaciones. Sin embargo, es esencial garantizar que estos empleados sean vistos como imparciales y tengan la autoridad necesaria para tomar decisiones objetivas. Por su parte, incluir miembros externos aporta una perspectiva independiente y objetiva, ayudando a evitar conflictos de interés. Los miembros externos pueden ser expertos en ética, abogados, auditores o consultores especializados.

En ocasiones, las empresas optan por un enfoque mixto, combinando el conocimiento interno con la objetividad y experiencia externa. La composición ideal dependerá de factores como el tamaño de la empresa, la naturaleza de su negocio y los recursos disponibles.

### Funciones del Comité de Conducta

- » Elaborar y actualizar el Código de Conducta.
- » Organizar programas de capacitación y seminarios para empleados sobre los principios de la empresa señalados en su Código de Conducta.
- » Vigilar el cumplimiento de los principios del Código de Conducta, realizando auditorías periódicas.
- » Investigar y abordar denuncias de conductas inapropiadas, fraudes, conflictos de interés, u otras cuestiones similares propias de su cometido.
- » Ofrecer orientación y asesoramiento sobre dilemas conductuales a los empleados y la dirección.
- » Mantener canales abiertos para que los empleados puedan reportar problemas de conducta de manera confidencial.
- » Evaluar los casos de incumplimiento y recomendar acciones correctivas o disciplinarias cuando sea necesario.



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

7

# 02

## Algunos datos relevantes



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

Desde 2015 a 2018, los tribunales han dictado 48 sentencias penales condenatorias a empresas, [https://cincodias.elpais.com/legal/2019/04/18/juridico/1555581770\\_860308.html](https://cincodias.elpais.com/legal/2019/04/18/juridico/1555581770_860308.html)

Según el informe de Foretica 2024, Seis de cada 10 ciudadanos, en una muestra estadísticamente representativa de la población española, considera que la sostenibilidad ha de ser una prioridad para las empresas y ocho de cada 10 la considera importante.

El estudio PANEL OTS (Organización del Trabajo y la Salud) financiado por la Generalitat de Catalunya y realizado por el grupo de investigación de riesgos psicosociales POWAH-UAB, muestra datos preocupantes sobre las condiciones laborales en España y su impacto en la salud de los trabajadores y trabajadoras. el 40% de los trabajadores reporta malestar emocional, con un 22,5% en riesgo de depresión moderada y un 2,5% de depresión severa, acompañado de un alto consumo de fármacos relacionados con el trabajo.

El absentismo laboral vuelve a crecer en España. En concreto, en el tercer trimestre de 2024 subió un 0,5% en comparación con el año pasado, hasta situarse en una tasa del 7,5% de los trabajadores según el 'X Informe trimestral de absentismo y siniestralidad laboral relativo al tercer trimestre de 2024' de Adecco. La tasa implica que 1.181.021 asalariados no acudieron a su puesto de trabajo durante este periodo de tiempo.

<https://noticiastrabajo.huffingtonpost.es/empleo/el-absentismo-laboral-en-espana-sube-hasta-el-75-mas-de-un-millon-de-personas-no-acudan-a-su-puesto-de-trabajo/>.

Estudio del Estado Actual de la Mujer en el Mercado de Trabajo elaborado por Fundación Personas y Empresas y la Mutua Universal. 2023. Del estudio se derivan algunos datos que resumen el estado actual de la mujer en relación con el trabajo:

» Aunque las mujeres suponen el porcentaje más alto con titulaciones superiores, un 83% frente a un 43% de titulados superiores varones, sólo ocupan un 35% de puestos de alta dirección.

» La responsabilidad del cuidado familiar recae en la mujer:

- Mujeres de 35-55 años de edad suponen un 21% de la contratación a tiempo parcial frente a un 6% de los hombres.
- El 87% de las excedencias por cuidado de mayores o menores las ocupan las mujeres de esta franja de edad, 35-55 años.

» La media de la brecha salarial ha tenido una mejora significativa los últimos 10 años, pasando de un 22,5% a un 18,7%. Podemos destacar la Comunidad de Madrid, con una menor brecha salarial por debajo de la media nacional (2% menos) y por debajo de las Comunidades con mayor PIB (Cataluña, Navarra...).

[www.fundacionpersonasyempresas.org/actualidad/vi-observatorio-de-la-mujer-trabajadora](http://www.fundacionpersonasyempresas.org/actualidad/vi-observatorio-de-la-mujer-trabajadora)



83%

MUJERES CON TITULACIONES  
SUPERIORES



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

9

# 03

## El papel de la empresa



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

**Crear un Código de Conducta** que responda a la cultura de la organización y que considere los principios de universales de Derechos Humanos y respeto a la biosfera, los requerimientos legales del sector de actividad propio de la empresa, los establecidos por las corporaciones o asociaciones sectoriales pertinentes y los criterios y aportaciones de los agentes de interés.

**Utilizar**, en su redacción, un lenguaje claro y sencillo comprensible por todos.

**Gestionar** la implementación de su Código de Conducta como parte de su gobernanza, integrándolo en sus políticas y en el seno de sus estrategias y procesos de gestión, convirtiéndolo en hábito y haciendo de él el instrumento esencial de su cultura empresarial.

**Explicar** las consecuencias justas al vulnerar el código de conducta.

**Nombrar un Comité de Conducta** que asuma las funciones de formación, asesoramiento, auditoría y evaluación de los principios del Código de Conducta de la empresa y que vele por la adecuada implantación, seguimiento y mejora de esos principios.

**Establecer un Canal de denuncias**, tanto para personal interno como externo, como instrumento de reporte de malas prácticas, asegurando el anonimato de las denuncias.

**Planificar e implantar** procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora que contemplen:

- » Las revisiones periódicas por la dirección, adecuadamente documentadas, que determinen el cumplimiento de las normas especificadas en el Código de Conducta.
- » La adopción de medidas preventivas y correctoras de los procedimientos y prácticas establecidos y, si es procedente, la propuesta de mejoras del propio Código de Conducta,
- » La realización periódica de auditorías independientes.



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

11

# 04

## Relatos con propósito

La Fusión de *Mercalocal*  
y *Occidental Market*



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

Había sido un viaje de cuatro décadas, un recorrido que comenzó con un sueño y se materializó en Mercalocal, una cadena de supermercados regional. Abel, el propietario, un hombre hecho a sí mismo, apasionado y dedicado, había construido su pequeño imperio desde cero, estableciendo una conexión cercana con las localidades donde operaba. Los empleados eran vecinos, y los clientes confiaban en ellos para obtener productos de calidad a precios razonables. Los proveedores locales, especialmente los que ofrecían productos frescos, eran parte integral de su éxito.

Abel se enfrentaba una encrucijada. No tenía familia cercana para heredar su legado, y la idea de retirarse se había vuelto cada vez más atractiva. Fue entonces cuando *Occidental Market*, una cadena de supermercados de alcance supranacional entró en escena. Su objetivo: expandirse a nuevas regiones que le sirvieran como puerta de entrada a nuevos países.

*Occidental Market* operaba de manera diferente. Su enfoque estaba centrado en la eficiencia, la agilidad y la rentabilidad. Los empleados se trasladaban según las necesidades del negocio. La formación era rigurosa, y los salarios, competitivos. Los precios eran ligeramente más altos. La centralización de compras les permitía aprovechar economías de escala, y sus acciones cotizaban en bolsa.

Alexia, la CEO de la cadena supranacional era una persona excepcionalmente preparada. Hablaba varios idiomas y había completado un MBA en Harvard, además de participar en innumerables cursos de gestión empresarial. Su visión era global-

Los contactos entre Abel y Alexia, sus cuadros directivos y sus equipos negociadores, concluyeron en la elaboración de un estudio por el cual la cadena regional sería absorbida por la cadena supranacional. El proyecto de fusión se elaboró meticulosamente por *Occidental Market*, detallando los términos y condiciones. La propuesta para Abel, propietario único de la

cadena regional, era irrenunciable: recibiría acciones de la entidad absorbente, y una compensación monetaria del 30% del valor de su negocio.

Como resultado del posible acuerdo, los trabajadores deberían pasar por nuevos procesos de formación y entrenamiento y adecuarse a las condiciones laborales de *Occidental Market*. Los proveedores locales y los clientes podrían ver modificadas sus actuales condiciones de relación. Existían divergencias patentes entre la filosofía y políticas públicas de *Mercalocal* y *Occidental Market*. Si en *Mercalocal*, la cercanía con los empleados, los clientes y los proveedores era la norma, en la cadena supranacional existía una cultura diferente. Consideró la importancia de su enfoque de eficiencia, estandarización y rentabilidad.

Abel se reunió con los representantes sindicales de su cadena regional y tuvo la oportunidad de expresar sus preocupaciones. También escuchó historias de lealtad, de años de servicio, de clientes y proveedores que se habían convertido en amigos.

Abel se encontraba ante un dilema.

Se reunió con Alexia y los equipos negociadores de ambos y expresó sus preocupaciones que ella entendía: *Mercalocal* se fundamentaba sobre la adaptabilidad, la empatía, la flexibilidad, la conexión con los clientes y proveedores y la importancia de la comunidad. Alexia habló sobre la necesidad de procesos uniformes, la expansión y la rentabilidad.

El choque de culturas era evidente. Sin embargo, había un nexo común: la convicción de que ambas cadenas debían adaptarse para prestar un mejor servicio a los clientes y mejorar el impacto de sus acciones sobre todos sus agentes de interés. Alexia y Abel compartían esa visión. En realidad, la negociación no había hecho más que comenzar.



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

13

# 05

## Citas inspiradoras



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026



## 01

MARCO  
CONCEPTUAL

## 02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

## 03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

## 04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

## 05

CITAS  
INSPIRADORAS

## 06

REFERENCIAS

## 07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

Podemos cambiar la cultura si cambiamos el comportamiento.  
AUBREY DANIELS. PSICÓLOGO Y AUTOR ESTADOUNIDENSE

La verdadera ventaja competitiva en cualquier negocio es una sola palabra, que es «gente».  
KAMIL TOUME. CONSULTOR DE LIDERAZGO

Si tienes la suerte de ser el empleador de alguien, entonces tienes la obligación moral de asegurarte de que la gente sí tiene ganas de venir a trabajar por la mañana.  
JOHN MACKKEY. LÍDER EN EL MOVIMIENTO DE ALIMENTOS NATURALES Y AUTOR ESTADOUNIDENSE

La cultura sólo importa cuando hay un problema. En el mismo sentido que la personalidad sólo importa cuando las cosas no funcionan bien para ti. Si no, simplemente está ahí. Es parte de ti.  
EDGAR SCHEIN. TEÓRICO DE NEGOCIOS Y PSICÓLOGO SUIZO.

Por muy brillante que sea tu mente o tu estrategia, si juegas en solitario, siempre perderás frente a un equipo.  
REID HOFFMAN, COFUNDADOR DE LINKEDIN

Engendrar una cultura de confianza también hace maravillas.  
PATRICK CAMPBELL, COFUNDADOR Y CEO DE PROFITWELL

La cultura nos dice lo que tenemos que hacer cuando el director general no está en la sala, que es por supuesto la mayor parte del tiempo.

FRANCES FREI Y ANNE MORRISS. AUTORAS, ORADORAS, DOCENTES Y ASESORAS EN EL ÁMBITO DEL LIDERAZGO Y LA TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

Dar forma a tu cultura está más que medio hecho cuando contratas a tu equipo.

JESSICA HERRIN. EMPRESARIA ESTADOUNIDENSE, CONOCIDA POR EMPODERAR A LAS MUJERES MEDIANTE EL ESPÍRITU EMPRESARIAL

Mantener una cultura eficaz es tan importante que, de hecho, supera incluso a la estrategia.

HOWARD STEVENSON. EMPRESARIO ESTADOUNIDENSE Y ACADÉMICO EN EL CAMPO DEL EMPRENDIMIENTO



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

15

# 06

## Referencias

Bibliografía

Webs

Videos



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026





## Bibliografía

- Talento, empresas y cultura. Mario Alonso y Javier Cantera. Almuzara Editorial
- Cuando las culturas chocan- Richard D. Lewis.
- Introducción a la cultura de las organizaciones. Paloma Diaz Soloaga. Ed. Síntesis
- "The Culture Factor". Boris Groysberg, Jeremiah Lee, Jesse Price, J. Yo-Jud Cheng. Series de Harvard Business Review.
- "The New Analytics of Culture". Matthew Corritore, Amir Goldberg, and Sameer B. Srivastava. Harvard Business Review.
- "How Corporate Cultures Differ Around the World". J. Yo-Jud Cheng and Boris Groysberg. Harvard Business Review.
- Las claves de una cultura empresarial positiva. Joan Fontrodona y Pablo Sanz. IESE Insight 27 (T4 2015).
- Cultura empresarial: qué es y por qué es tan importante. Impulsa Empresa. Santander. [www.impulsa-empresa.es/que-es-cultura-empresarial-importancia/](http://www.impulsa-empresa.es/que-es-cultura-empresarial-importancia/)
- ¿Qué es la cultura empresarial? Definición, beneficios y ejemplos. [www.iebschool.com/blog/que-es-cultura-empresarial-rrhh-2-0](http://www.iebschool.com/blog/que-es-cultura-empresarial-rrhh-2-0)
- La transformación que viene y cómo modelará la nueva cultura empresarial. Diario responsable. [www.diarioresponsable.com/opinion/33105-la-transformacion-que-viene-y-como-modelara-la-nueva-cultura-empresarial](http://www.diarioresponsable.com/opinion/33105-la-transformacion-que-viene-y-como-modelara-la-nueva-cultura-empresarial)
- La Cultura Organizacional en España. Alberto Vallejo Peña. Editorial Tecnos, 2023.

## Webs

- Cultura Empresarial. Manuel Jorge López Mercadé. [https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID\\_00156575/pdf/PID\\_00156530.pdf](https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00156575/pdf/PID_00156530.pdf)
- ¿Qué es la cultura empresarial? Definición, beneficios y ejemplos Elena Bello <https://www.iebschool.com/blog/que-es-cultura-empresarial-rrhh-2-0/>
- Notas sobre la Cultura Empresarial Rafael Gómez Pérez <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3658/1/Cuaderno027.pdf>
- La cultura empresarial: estudio empírico en empresas españolas y portuguesas. ESE-IRCO
- Pablo Cardona, Carlos Rey, Giuseppe Amoroso, Pierluigi Mantovani, José Antonio Fonseca Pires, Eduardo Pereira <https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-42.pdf>



01

MARCO  
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

04

RELATOS CON  
PROPÓSITO

05

CITAS  
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

17

## Videos

Reinventando la cultura organizacional.  
Antonio Arranz.



Quien define la cultura en una empresa; José  
Luis Rocés, y Christian Bernal.



Trabajo en Equipo Exitoso. Steve Jobs.



**01**

MARCO  
CONCEPTUAL

**02**

ALGUNOS DATOS  
RELEVANTES

**03**

EL PAPEL DE LA  
EMPRESA

**04**

RELATOS CON  
PROPÓSITO

**05**

CITAS  
INSPIRADORAS

**06**

REFERENCIAS

**07**

GABINETE  
UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL  
HUMANISTA

Mayo 2026

18

# 07



## El Comité de Conducta



**UMANIUS**  
Humanismo Empresarial

Nº 7 - CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA - Mayo 2026



01

MARCO CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA EMPRESA

04

RELATOS CON PROPÓSITO

05

CITAS INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

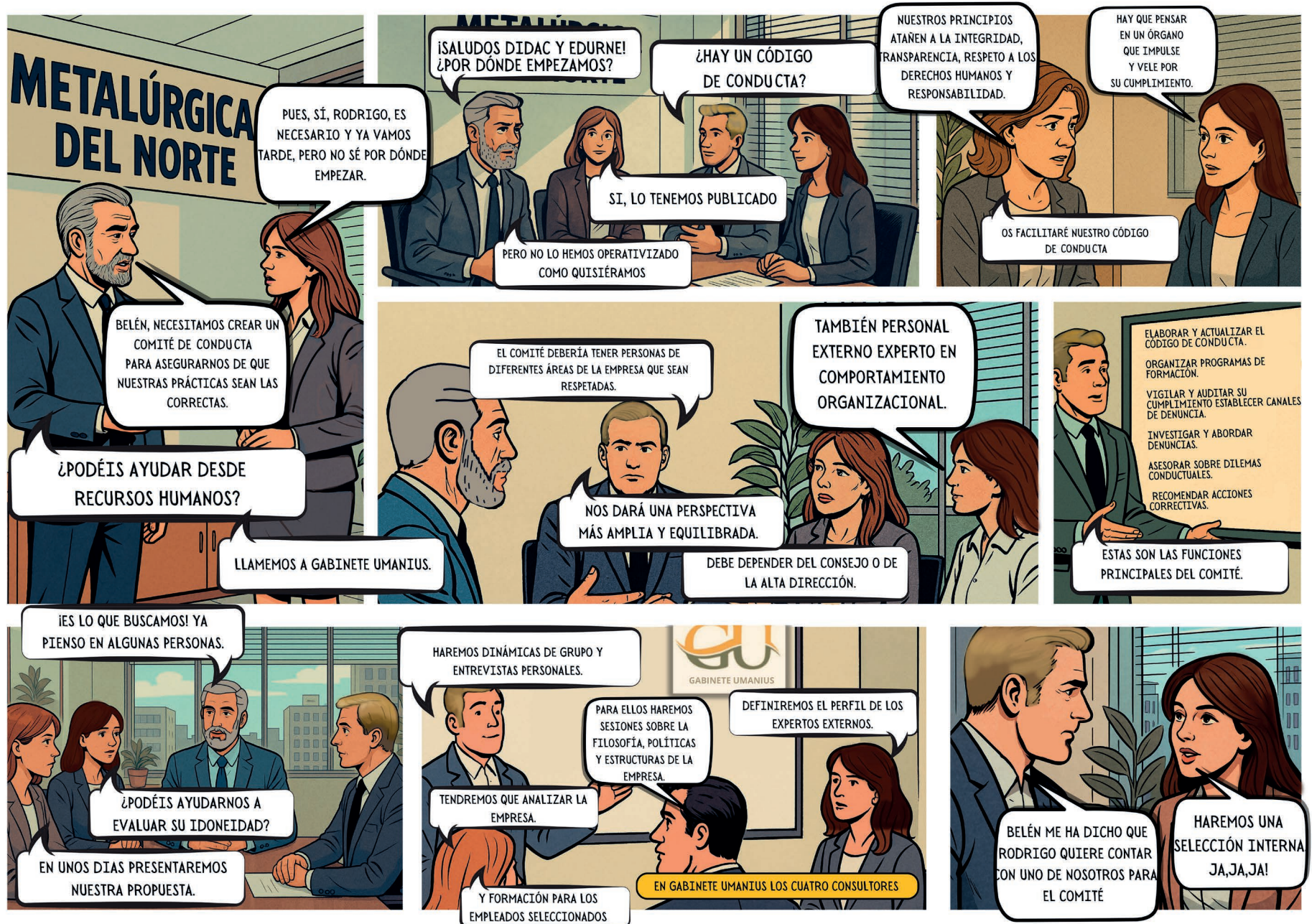
GABINETE UMANIUS



SUMARIO

Nº 7 CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA

Mayo 2026





# UMANIUS

## Humanismo Empresarial

### 7

## CULTURA EMPRESARIAL HUMANISTA

Mayo 2026

© 2026 Fundación Auren por la edición  
Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sea por medios mecánicos o electrónicos, sin la debida autorización del editor.

UMANIUS se edita gracias a la colaboración desinteresada en la elaboración de su contenido, diseño y maquetación, de las personas que forman o han formado parte de Auren. Las ilustraciones de la página del cómic son realizadas por Roberto Catalá Nacher.

[info@fundacionauren.com](mailto:info@fundacionauren.com)

