

 Madonna: I' m going to tell you a secret Precio: 22.95 € Oferta: 11.95 €	 Varios: Todo melódicos Precio: 16.95 €	 Red Hot Chili Peppers: Stadium arcadium Precio: 20.95 €
--	--	---

[Página de inicio](#)

[¿Qué es Top Ten?](#)

[¿Quién es quién?](#)

[Coaches Destacados](#)

[Consultores destacados](#)

[Zona de Usuarios](#)

[Blog](#)

[Agenda 10](#)

[Sala de Prensa](#)

[Newsletter](#)

[Suscripción a Newsletter](#)

[Libros Top Ten](#)

[Estudios sobre Top Ten](#)

[Asesoramiento OnLine](#)

[Enlaces de interés](#)

[Contacto](#)

[Recordar Contraseña](#)

[Identificación Usuarios](#)

Buscar:



Silvia Urarte

Hace casi tres años, Silvia Urarte creó la empresa Con ética, porque quería demostrar que es posible hacer negocios de una forma ética. Sabía que las organizaciones modernas ya no sólo se preocupan por generar riqueza, sino que cada vez tienen más en cuenta los sentimientos y necesidades de las personas, que cada vez se implican más en el desarrollo de la comunidad y del entorno.



Tenía 27 años y quería poner su granito de arena en la consecución de un mundo mejor. Por eso fundó esta empresa especializada. Su misión se centra en ayudar a las organizaciones a ser socialmente responsables. Desde entonces, Silvia Urarte, con el apoyo de sus colaboradores, no cesa en su empeño por difundir el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Para ello ha participado en múltiples programas de radio, seminarios, congresos y cursos hablando de cómo integrar la ética en la gestión de las empresas.



Desde Conética, además, ha impulsado diversas iniciativas, como la convocatoria de los Premios Conética a la Responsabilidad Corporativa, para reconocer la labor de las empresas más comprometidas con la sociedad, con el medio ambiente y con el desarrollo sostenible de la economía, o la celebración del Master en Responsabilidad Social Corporativa que ella misma imparte, junto con otros profesionales.



Durante el mes de noviembre ha tenido lugar la III Edición de los Premios Conética a la RSC que, este año, han recaído en las compañías Microsoft Ibérica, Novartis y Unión Fenosa, en la categoría de Gran Empresa, y en KH Lloreda, en la categoría de PYME.

Uno de nuestros pensadores, Javier Fernández Aguado, pertenece al jurado, junto a altos directivos de PHAROS, Garrigues, ESE, IESE, representantes institucionales de Cataluña, etc.

- ¿Qué valoran los Premios Conética?

Para contestar esta pregunta, creo conveniente explicar, antes, en qué consiste la metodología que seguimos para medir la Responsabilidad Social Corporativa en la gestión empresarial. Ésta divide la RSC en diferentes vertientes o en lo que nosotros denominamos las **cuatro e's de la RSC**: la **económica**, la **emocional interna**, la **ética** y la **estimulante**.

La vertiente **económica** se basa en aspectos como la generación de empleo de calidad, equitativo y no discriminatorio, la responsabilidad con los clientes o en el hecho de regirse por un comportamiento transparente y respetuoso con las partes interesadas; la vertiente **emocional interna** se basa en el fomento de la calidad de vida de las personas que forman parte de la organización,

de programas de conciliación de su vida laboral con su vida personal y familiar, de planes de formación que contribuyen a su desarrollo de medidas que favorecen unas condiciones de trabajo seguras, entre otros aspectos. La vertiente **ética** se refiere a un comportamiento responsable con el medio ambiente y a llevar a cabo acciones que contribuyan a ayudar a colectivos desfavorecidos, las comunidades más necesitadas, así como a dar soporte a la cultura, la educación o el deporte, entre muchas otras cosas. Si, además, estas acciones se realizan de una manera que genera ilusión, que es motivadora y que promueve la participación de las personas, tenemos la cuarta vertiente, la **estimulante**.

Pues bien, los Premios Conética valoran el equilibrio entre las vertientes de la Responsabilidad Social, es decir, que las organizaciones integren todos estos elementos en su gestión de una manera global.

- **Ya es la tercera vez que se celebran estos reconocimientos, ¿cómo cree que ha evolucionado, en este tiempo, la Responsabilidad Social de las empresas?**

La integración de todos estos aspectos en el día a día de las organizaciones ha evolucionado de forma sorprendente. En unos años, la Responsabilidad Social Corporativa ha ido inundando no sólo la gestión de las grandes compañías, sino también la de cada una de las PYMES. Ha ido formando parte del programa de múltiples congresos, conferencias y seminarios y ha ido, también, ganando presencia en las universidades, escuelas de negocio y medios de comunicación.

Convocar anualmente los Premios Conética nos permite ver desde primera línea esta evolución y comprobar que las empresas dan cuenta de que el éxito reside en el respeto y el cuidado de las personas. Han visto que apostar por la RSC -y comunicarla- les ayuda a posicionarse y a ganar en reputación. Lo cierto es que de la primera edición de estos reconocimientos a la que celebramos este año, que ya es la tercera, el número de empresas candidatas ha aumentado notablemente. Hemos notado, además, un gran incremento en la participación de las pequeñas y medianas empresas, algo muy positivo.

- **¿Qué ventajas competitivas tiene para una empresa aplicar criterios de RSC?**

Es incuestionable que la RSC ayuda a mejorar en reputación e imagen. Una empresa humanizada, que demuestra que se preocupa por las personas, por no dañar el medio ambiente y por mejorar la sociedad, es percibida por sus públicos de una forma positiva. Como consecuencia, obtiene una mayor ventaja competitiva y se diferencia de su competencia. En el caso de las grandes empresas, que están más expuestas a la opinión pública, la RSC puede ser, incluso, una medida de protección ante posibles crisis.

Paralelamente a la evolución de las organizaciones hacia un modelo de gestión ética, también se ha ido forjando un nuevo consumidor y un nuevo tipo de empleado. Los consumidores de hoy son cada vez más sensibles al grado de responsabilidad de las empresas que comercializan los productos que consumen y ejercen presión sobre éstas para que apliquen las políticas que consideran justas. No son meros receptores, sino que actúan, forman agrupaciones y se movilizan. Por su parte, los profesionales exigen cada vez más que su empresa respete la diversidad, ofrezca condiciones que les permita conciliar su trabajo con su vida o un comportamiento responsable con la sociedad. Es lógico pensar, entonces, que las empresas que apuestan por la Responsabilidad Social Corporativa obtienen ventajas competitivas frente a las que no lo hacen.

- **La RSC se ha sumido por la mayoría de grandes empresas, pero no tanto por las PYMES. ¿Qué acciones necesarias para extender la RSC a todo el tejido empresarial?**

Hay muchas PYMES que hasta hace poco no sabían, o incluso aún no saben, que muchas de las acciones que llevan a cabo forman parte de lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Corporativa. Me refiero, por ejemplo, a acciones como ofrecer flexibilidad a sus empleados, como apoyar una iniciativa cultural de su población o como impulsar una medida con la que la empresa ahorra electricidad.

El reto está en dar a conocer buenas prácticas empresariales para que el resto de organizaciones se den cuenta de que también llevarlas a cabo y vean que hacerlo no supone una inversión a fondo perdido, sino rentable, aunque no sea a corto plazo. La comunicación juega un papel importantísimo en este camino hacia la Responsabilidad Social.

- **¿Existe una correlación directa entre la reputación que tienen los directivos y que tienen sus respectivas empresas?**

Indudablemente. Cuando oyes hablar de una empresa visualizas un determinado producto, recuerdas si has recibido un buen servicio, recuerdas un nombre y un rostro, el de la persona que la dirige. Las prácticas de RSC están impulsadas por personas y, muchas veces, sus motivaciones quedan reflejadas en las acciones de la empresa. Siempre recuerdo una frase que dice: “cuando te vayas de una organización, mira hacia atrás y observa todo lo que has conseguido mejorar, entonces siéntete orgulloso”. Seguro que las personas que impulsan en sus organizaciones prácticas de Responsabilidad Social se sienten identificadas con esta frase.

- **¿Por dónde debe empezar una empresa que quiere ser socialmente responsable?**

Debe partir de un análisis que le ayude a identificar qué aspectos de la empresa se pueden considerar socialmente responsables y otros que deben mejorarse. La RSC es transversal, es decir, ha de inundar todas y cada una de las partes de la empresa. En consecuencia, recomendamos empezar por un Diagnóstico de la Situación Actual, un análisis que recoge información de las diferentes áreas de la empresa y que permite evaluar el grado de integración de prácticas socialmente responsables en la empresa. Con el resultado de este diagnóstico sobre la mesa, podemos diseñar un plan de acción que ayude a la organización a impulsar la Responsabilidad Social Corporativa.

TOP TEN MANAGEMENT

[¿Qué es Top Ten?](#) | [¿Quién es quién?](#) | [Contacto](#) | [Agenda 10](#) | [Enlaces de Interés](#) | [Sala de Prensa](#) | [Newsletter](#)
[Libros Top Ten](#) | [Asesoramiento OnLine](#) | [Aviso Legal](#) | [Política de Protección de Datos](#) | [Condiciones Generales](#)
[Blog](#) | [Coaching](#) | [Consultoría](#) | [Creación](#) | [Desarrollo](#) | [Dirección](#) | [Especialistas](#) | [Gestión](#) | [Gurús](#) | [Habilidades](#) | [Libros](#) | [Newsletter](#) | [Servicios](#)

© Top Ten Management Spain. Todos los derechos reservados | diseño y programación [AYANET](#)

Sitio realizado por
READY
we