



29.11.2016

Los Premios OCARE 2016 premian nueve campañas de comunicación en RSC

29.11.16 | 15:29h. EUROPA PRESS | MADRID

El Observatorio de la Comunicación y la Acción de la Responsabilidad Empresarial (OCARE) ha hecho entrega de sus Premios OCARE que, en esta primera edición, han reconocido a nueve mejores prácticas en la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), de entre las 69 candidaturas presentadas.

Las campañas distinguidas con este galardón en forma de caracola han sido 'Reparte Flores', de Fundación Alares; 'Adolescentes, lo que de verdad pensamos sobre ellos', de ING Bank; 'Somos voluntarios, somos Bankinter. Muévete', de Bankinter; 'Capacitados' de Fundación ONCE/Inserta; 'Our planet, our life', de Grupo Ferrer; '#Reacciona', de Fundación Adecco; 'Mójate por el Agua en India', de Mahou San Miguel; 'AlmaMakro' de MAKRO; y 'Con acuse de recibo', de la Asociación Santa Águeda, según informa OCARE.

OCARE nació con el fin de animar a empresas e instituciones a comunicar "más y mejor" su RSC y, de esta forma, "inspirar y convencer a todos de que la ética en los negocios no sólo es necesaria sino también rentable en términos de reputación" según la fundadora de Medialuna, Mercedes Pescador, la consultora que ha constituido el Observatorio junto a la Universidad CEU San Pablo.

"Somos un país creativo, talentoso; capaz de generar ideas brillantes que aportan beneficio social y que enriquecen a los ciudadanos. Tenemos que comunicarlo más, quitarnos la timidez en el ámbito de la RSC y mostrar nuestro talento creativo", ha añadido Pescador durante el acto de entrega de premios celebrado este martes en Madrid.

Por su parte, el decano de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo, José María Legorburu, ha destacado la importancia de valorar la comunicación de la RSC y animar a la sociedad a implicarse en las acciones solidarias que llevan a cabo las organizaciones.

