

NACE OCARE, EL OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN DE LA RSC

La Universidad CEU San Pablo y la firma Medialuna han puesto en marcha esta iniciativa, con el objetivo de fomentar y reconocer el valor y la forma en la que se comunica la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

EL ECONOMISTA



De izq. a dcha: José María Legorburu (CEU San Pablo), José Francisco Serrano (decano de la Facultad de Humanidades y CC. Comunicación, CEU San Pablo), Mercedes Pescador (dtra. gral. de Medialuna), Elena Alonso (Medialuna), y Mónica Viñaras (CEU San Pablo). EE

La Universidad CEU San Pablo y la firma Medialuna han puesto en marcha el Observatorio de la Comunicación y la Acción de la Responsabilidad Empresarial (Ocare), con el objetivo de fomentar y reconocer el valor y la forma en la que se comunica la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Ocare ha nacido con la vocación de convertirse en un punto de encuentro y conocimiento en la comunicación aplicada a la RSC. Para ello, cuenta con la colaboración y apoyo de un elenco de conocidos expertos en la materia, profesionales tanto de la comunicación como del ámbito de la RSC, que forman parte de su consejo asesor.

Entre ellos, Marta Martín, directora de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles; Francisco Javier López-Galiacho, Director de Responsabilidad Corporativa de FCC; Ricardo Hernández, director de Asuntos Corporativos de Mondelèz; Antonio Fuertes Zurita, responsable de Reputación y RSC de Gas Natural Fenosa; Eduardo González, director de

Relaciones Institucionales y Comunicación de Laboratorios Rovi; Francisco Hevia, director de Responsabilidad Corporativa y Comunicación de Calidad Pascual; José Francisco Serrano Oceja, decano de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo; y Mercedes Pescador, directora general de Medialuna.

Informes, premios y foros de debate

Ocare urge con la voluntad de construir un centro de conocimiento formado por académicos, profesionales, investigadores y directivos, que ponga en valor la importancia de la comunicación de la RSC para la sociedad. “El tándem universidad-empresa es fundamental para nosotros”, comenta José Francisco Serrano Oceja, decano de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación. El Observatorio se ve avalado por un convenio de investigación que refuerza el rigor académico, y además, la participación de alumnos

becados, que han diseñado el logotipo del Observatorio.

Entre las actividades previstas se encuentra la convocatoria de unos premios anuales que reconozcan el valor, la creatividad y la difusión de las políticas de RSC a través de programas de comunicación eficaces y de valor. “Hay que comunicar más las buenas prácticas que redundan en el beneficio de la sociedad y que pueden hacerse extensibles. Por eso lo que premiaremos será la forma de comunicar la RSC”, puntualiza Mercedes Pescador.

Ocare realizará informes y foros de debate para conocer, definir y delimitar la situación de la comunicación respecto a la Responsabilidad Social Corporativa, analizando las particularidades y desafíos a los que se enfrenta. Actualmente, el Observatorio está preparando las conclusiones del primer Estado de la Cuestión realizado en España sobre esta materia, que será el primer informe que presente y que construirá una piedra angular en la construcción de un centro de conocimiento y divulgación.