



## **Pautas para la edición de notas**

Qué cosas debe saber un periodista para definir a una empresa como socialmente responsable

### **Es importante investigar si la empresa tiene ...**

- Sus impuestos al día
- Un código de ética escrito y conocido por todos los empleados
- Un balance social accesible
- Capacitación continuada para sus empleados
- Normas de ecoeficiencia para la protección del medio ambiente
- Pautas para el trato con sus proveedores y consumidores
- Respeto por los convenios colectivos de trabajo
- Seguridad que no emplea niños en ninguna escala de la producción
- Un departamento que coordine las acciones con la comunidad

### **Acciones para/con la comunidad**

En caso de que varios de los parámetros anteriores no se cumplan es posible que -aunque no se pueda denominar como empresa socialmente responsable-, el compromiso esté dado por acciones de apoyo comunitario:

- Donaciones
- Voluntariado corporativo
- Soporte de alguna entidad de bien público
- Otras

En este caso se denominan acciones para/con la comunidad.

### **Marketing Social**

Otra alternativa es que la empresa haya decidido sumar estas acciones a su estrategia comercial y entonces se trate de acciones de Marketing Social:

- Cause related marketing (Marketing asociado a una causa). Ej.: por cada 10 lápices que Ud. compra la empresa dona 2 a tal comedor.
- Tal empresa de telefonía desarrolla una acción por los chicos en situación de riesgo.
- Tal tarjeta de crédito lo ayuda a donar. Ud. con sus compras suma puntos y elige una entidad de bien público donde derivar la ayuda.
- Otros

Sea cual sea el alcance del compromiso de la empresa es importante que el periodista conozca estas diferencias. Como un modo de justicia: se trata de no dar el mismo tratamiento a una empresa que realiza acciones para la comunidad que a otra que responde a los difíciles requerimientos de responsabilidad social, o peor aun a una empresa que apenas realizó una acción aislada.