

Reportes de sustentabilidad

Gestión económica, operativa y reputacional

Definición y valor del concepto

Reputación es igual a acción más difusión. La comunicación con grupos de interés se ha vuelto altamente relevante. Hoy los temas ambientales y sociales se consideran grandes riesgos y oportunidades para los negocios..

Actualmente los grupos de interés demandan valor compartido de largo plazo, a través de productos sustentables y empresas que mitiguen sus impactos.

El valor del reporte de sustentabilidad yace en el proceso mismo de su elaboración. Ya que permite identificar, comunicar y gestionar avances en el desempeño de los diversos aspectos ambientales, sociales, económicos y de gobierno corporativo.



Diagnóstico básico ¿Su empresa lo necesita?

- ¿Su negocio le obliga a cuidar su reputación en temas ambientales y sociales?
- ¿Conoce los temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo relevantes para su industria y cómo se está desempeñado en éstos?
- ¿Sus clientes o inversionistas le piden información en indicadores ambientales o sociales?
- ¿Sus fuentes de financiamiento ya le requieren acción y difusión en temas ambientales y sociales?
- ¿Sabe que cuenta con buenas iniciativas ambientales y sociales pero no identifica cómo medirlas o comunicarlas?

Servicios

Materialidad: definir los temas relevantes

- Identifica los temas materiales (relevantes) de la organización.
- Permite comprender las necesidades y expectativas de sus grupos de interés.
- Prioriza temas a incluir dentro de la estrategia y reporte de sustentabilidad.
- Cumple con requisitos y estándares de reporte como pudiera ser GRI.

Benchmark de practicas eficientes en materia de reportes

- Realiza un análisis de competidores y sus mejores prácticas.
- Identifica las tendencias en materia de reportes de sustentabilidad.
- Identifica prácticas eficientes líderes locales y globales del sector.
- Genera una línea base de la actividad de su negocio, frente a los temas arriba mencionados.

Definición y construcción de indicadores

- Identifica indicadores de acuerdo a la industria y estrategia del negocio.
- Establece o ajusta procesos de cálculo y consolidación de la información.
- Identifica mecanismos para mejorar el desempeño empresarial: establecimiento de políticas, procedimientos, responsables.
- Identifica responsables y temporalidad de generación de indicadores.

Elaboración del reporte

- Obtiene, a través de comunicación con alto nivel de la empresa, mensajes clave a comunicar a grupos de interés.
- Consolida la información a comunicar a través de la organización en sus diversas geografías y negocios.
- Sugiere redacción del texto e indicadores para el informe, de acuerdo a distintas metodologías globales de reporte (Ej. GRI).

Verificación de la información

- Realiza bajo estándares aceptados, verificación de la información publicada (ej. ISAE3000).
- Incrementa la certeza de la información frente a los grupos de interés internos y externos.
- Otorga sugerencias y observaciones a recopilación, presentación y gestión de información.

Planes de gestión de grupos de interés

- Identifica a los principales grupos de interés
- Mapea y categoriza a los grupos de interés de acuerdo a su relevancia para el negocio.
- Define estrategias de diálogo, en diversas plataformas, para lograr comunicación relevante en temas específicos a dichos grupos de interés.

Beneficios

Gestión reputacional y de relaciones públicas.	Identificación de prácticas, productos y/o servicios que permitan generar ventajas competitivas.
Identificación de riesgos y oportunidades para el negocio.	Plataforma de comunicación con grupos de interés en los temas que les fueran relevantes.
Medición del desempeño en distintas áreas de las organización.	Alineación de prácticas eficientes en cuanto a reporte en sustentabilidad.