

G4 : REPORTANDO LA MATERIALIDAD

CÓMO PREPARARSE ANTES DE REPORTAR CON LA NUEVA GUÍA GRI

En mayo de este año la Global Reporting Initiative presentó la nueva Guía para elaboración de reportes de sostenibilidad, Guía GRI G4, como una propuesta mejorada para promover que el proceso de elaboración de reportes funcione de verdad. Es decir, que nos sirva para analizar los temas realmente importantes en nuestra gestión y a su vez rindamos cuenta a nuestros grupos de interés sobre estos. Los principales cambios buscan que el informe deje de ser un documento donde se ponga todo con tal de cumplir con el máximo nivel de aplicación y sea un proceso donde se aborden los temas realmente importantes en materia de sostenibilidad.

Esto significa que ahora debemos realizar sí o sí una evaluación de materialidad de la gestión, que el abordaje de estos aspectos materiales incluye de manera más integral a la cadena de proveedores (a veces los más importante y sobre los cuales mucho no decimos, ni hacemos) y que se han eliminado los niveles de aplicación. Esto último para evitar generar incentivos perversos y cambiar lo que parecía el principal objetivo para las organizaciones: cuánta nota me saco.

Este nuevo enfoque se presenta como una oportunidad para consolidar los procesos de gestión y de rendición de cuentas pero sólo si es que estamos dispuestos a hacer las cosas bien. La Guía G4 se hará exigible desde diciembre de 2015, mientras tanto la Global Reporting Initiative se encuentra en un proceso de difusión y for-

mación acerca de este nuevo proceso, y las organizaciones paralelamente, en un proceso de aprendizaje y ajuste de su propio modelo de gestión, o por lo menos es lo que debería estar pasando. Lo que la GRI nunca se imaginó es que las organizaciones iniciarían una nueva competencia: quién publica primero su reporte bajo la metodología de la GRI G4. Salir a reportar con la GRI G4 no debiera representar un gran reto si es que efectivamente tenemos una gestión de la sostenibilidad que involucra de manera abierta y continua a los grupos de interés y que además sustente sus líneas estratégicas en lo relevante para la organización. Y es justamente allí donde empiezan los problemas.

ENFOQUÉMONOS EN LO MATERIAL PERO ¿CÓMO?

Si bien la Guía GRI G4 incluye un proceso para la determinación de los aspectos materiales, la verdad es que el abordaje aún no está del todo claro.

En primer lugar entendamos que materialidad significa “relevancia”, pero no solo para el negocio o la consecución de los objetivos estratégicos, sino también para los grupos de interés con los que nos relacionamos. Un ejercicio de materialidad implica necesariamente conocer mi negocio y una de las formas más eficaces de hacerlo es a través del entendimiento de la cadena de valor de la organización.

La determinación de la cadena de valor no nace del área de sostenibilidad o responsabilidad social. Son las áreas del core quienes conocen y definitivamente tienen más claro de qué va cada una de

las etapas. De ahí la relevancia de involucrarlas en todo este proceso y que lo hagan suyo porque al fin y al cabo vamos a hablar del negocio. Una vez que tengamos lista esta información lo que toca es identificar qué impactos, tanto negativos como positivos se generan en cada etapa de la cadena y qué riesgos están presentes. Asimismo, es necesario establecer si se generan de manera interna o externa, es decir si cae en manos de la propia organización o los terceros con los que trabajo para desarrollar mis actividades.

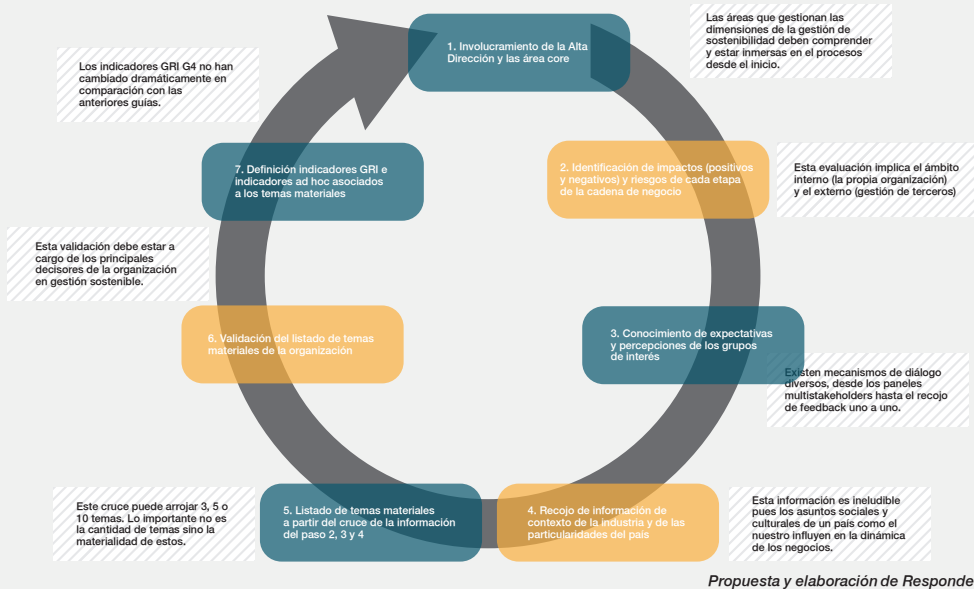
Este ejercicio nos ayuda a entender qué temas son los que más importan para la propia organización. Ahora corresponde conocer las expectativas y percepciones de mis grupos de interés. Debemos tener en cuenta que toda organización tiene muchos públicos con los que se relaciona pero no todos se pueden gestionar al mismo tiempo, del mismo modo ni con la misma intensidad. Es por ello que es necesario priorizar a estos grupos y esto lo haremos identificando cuáles son los que se relacionan con los aspectos relevantes determinados previamente.

Es importante ir un paso más allá en este ejercicio y tratar de salirnos de los cinco grupos de interés clásicos y generales que casi todas las organizaciones tienen: clientes, colaboradores, proveedores, Estado y accionistas. Debemos esforzarnos en determinar cuáles son los sub grupos que se relacionan con los impactos y riesgos pues es ahí donde se encuentra el valor del ejercicio. Si hablamos de clientes, por ejemplo, podemos estar hablando de muchas tipolo-



MATERIALIDAD PASO A PASO

La guía GRI G4 nos ofrece pautas sobre cómo determinar la materialidad pero es cierto que las organizaciones necesitan mayores luces al respecto.



gías: clientes corporativos, usuarios, canales y hasta del propio Estado; cada uno con distintas características, estrategias de relacionamiento, intereses y percepciones.

A partir de este mapeo es que se deben establecer los espacios de diálogo con cada uno de ellos a fin de entender sus expectativas respecto a la organización, su capacidad de influencia y el abordaje y posición frente a los impactos identificados como parte del desarrollo del negocio. Uno de los principales problemas en esta etapa es que los mecanismos y canales de comunicación de las organizaciones no siempre son los más adecuados, suelen ser muy superficiales o unidireccionales y no necesariamente abordan los temas que más importan. Esto definitivamente es la foto de la falta de confianza que aún reina en nuestras relaciones y debiera ser uno de los principales objetivos del Estado, las empresas y la sociedad civil.

Hay distintas formas de dialogar con los grupos de interés y cada organización debe identificar la más apropiada. Los paneles multistakeholder, por ejemplo, tienen como ventaja que distintos grupos confluyen en un espacio de diálogo constructivo, entendiendo y conociendo las posiciones de los otros y reconociéndose como parte de un ecosistema de relaciones. Otra opción para el diálogo son las reuniones uno a uno con representantes de grupo de interés, entrevistas, entre otras. Como resultado de estos mecanismos debiéramos tener establecidos los temas que más le importan a los grupos de interés prioritarios.

Con la información recolectada, se debe iniciar el proceso de estudio y análisis de materialidad. Una recomendación es sumar a estos insumos, información sobre el contexto país y la industria. Parece obvio pero en verdad no siempre forman parte del análisis de las organizaciones en términos de sostenibilidad. Esta batería de temas

deberá pasar luego por una evaluación de relevancia para ambas partes, la organización y sus grupos, que puede ser cuantitativa (del 1 al 5, por ejemplo) o cualitativa (bajo, medio, alto). El resultado: los tres, cinco o diez temas más importantes en materia de sostenibilidad. Como se han dado cuenta, hasta acá no se han mencionado los indicadores de perfil o desempeño ya que a diferencia de procesos anteriores ellos ya no tienen el rol protagónico.

Es recién en este punto, y luego de validar estos aspectos relevantes con los líderes de la organización, que debo identificar qué indicadores GRI están asociados a los temas materiales y qué otros se manejan internamente y pueden dar cuenta de mis avances, impactos y medidas de gestión a mis públicos. Esta información es la que voy a recoger y luego plasmar en el Informe de sostenibilidad que, si hemos hecho el ejercicio a conciencia, ya no debe ser un documento que hable de todo y por lo tanto al final de nada.