

DESMITIFICANDO LA DOBLE MATERIALIDAD

Un nuevo modelo para el cumplimiento y el liderazgo corporativo en ESG

Octubre 2023

AUTORES

Jessica Long

Arushi Gupta

Christine Glatz Rush

**IPSOS
VIEWS
ESG SERIES**

GAME CHANGERS





La doble materialidad es una de las últimas tendencias en sostenibilidad que está causando sensación en las juntas directivas y sesiones de estrategia empresarial. Esto se debe en gran medida a la creciente presión que enfrentan las empresas por parte de gobiernos, inversores, el público en general y los empleados para que desempeñen un papel de liderazgo activo en materia de ESG (o actividades medioambientales, sociales y de gobernanza, por sus siglas en inglés). En pocas palabras, ESG es un término colectivo para el impacto de una empresa en el medio ambiente y la sociedad, así como la solidez y transparencia de su gobernanza.

La ESG se reconoce cada vez más como un imperativo empresarial. Empresas de diversos sectores ven la oportunidad comercial de la ESG más allá del mero cumplimiento. Casi el 83 % de los Directores de Sostenibilidad (CSO) coinciden en que la ESG supone un reto para el funcionamiento de las empresas.¹ Esto significa que el papel del CSO también ha evolucionado considerablemente, y casi nueve de cada diez afirman que su función se ha convertido en una posición de liderazgo estratégico dentro de su organización.¹ Con esta evolución continua, la integración de ESG en la estrategia empresarial sigue siendo un reto principal para la mayoría de los CSO.

Las dudas inherentes sobre el retorno de la inversión en ESG pueden enturbiar la estrategia y la toma de decisiones, perpetuando una dicotomía aparente entre lo que es *bueno para las personas y el planeta*, y lo que es *bueno para el bolsillo*.

Las evaluaciones de doble materialidad son, por tanto, una herramienta fundamental para ayudar a salvar esta brecha percibida. La doble materialidad es un concepto relativamente nuevo, que no cuenta con una alineación universalmente normalizada, y con muchos enfoques que compiten entre sí.

Como resultado, muchas empresas y organizaciones corren el riesgo de llevar a cabo evaluaciones de doble materialidad que no aporten un valor significativo a los inversores o a las estrategias y esfuerzos de sostenibilidad.

Este artículo pretende

1. Desmitificar el proceso de realización de evaluaciones de doble materialidad;
2. Destacar las principales dificultades y limitaciones dentro del proceso, y recomendar las mejores prácticas para los enfoques convencionales actuales
3. Introducir un modelo nuevo e innovador que haga frente a las limitaciones tradicionales.

¿QUÉ SIGNIFICA ‘DOBLE MATERIALIDAD’?

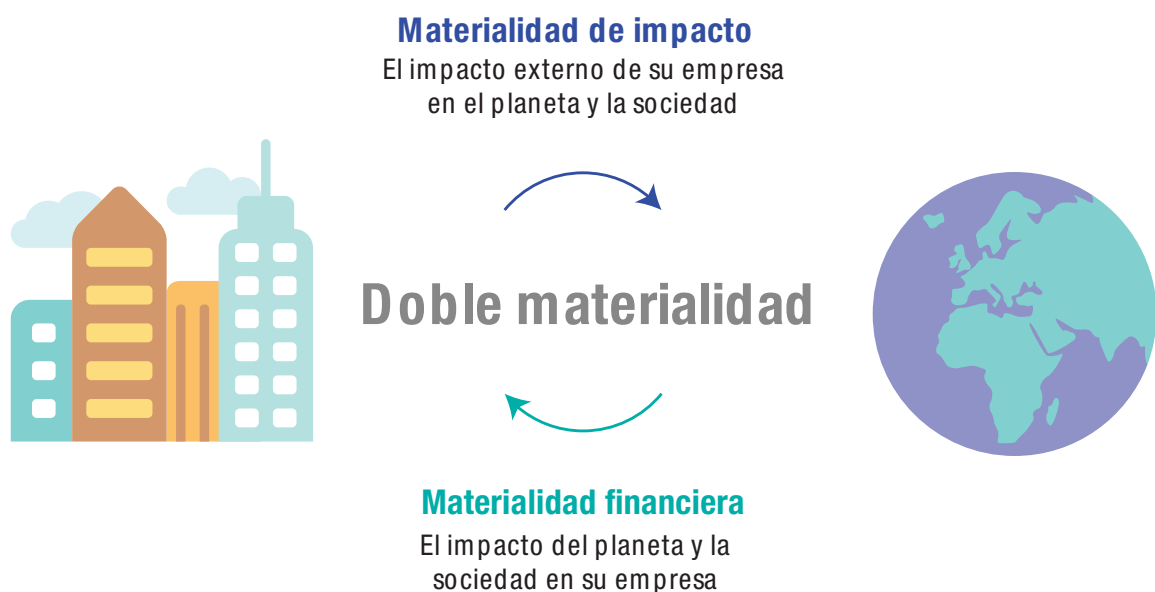
Las evaluaciones de doble materialidad buscan garantizar que la información que una empresa divulga tenga en cuenta el impacto financiero, el impacto sobre las personas y el planeta y, lo que es más importante, la interconexión de ambos. La mayoría de los CSO respaldan esta interconexión, y el 91% cree que existe un vínculo entre los resultados ESG de una empresa y su atractivo para los inversores.¹

El término “doble materialidad” fue acuñado por primera vez por la Comisión Europea en 2019 como parte de la Directiva de Información No Financiera (NFRD) y creció en importancia en 2022, cuando el Parlamento Europeo adoptó la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD).² La NFRD fue adoptada en 2014 por la UE y exige a las organizaciones que incluyan documentos de divulgación no financiera además de sus informes anuales.² La CSRD introdujo

modificaciones en la NFRD, aumentando los requisitos de información, y ampliando el alcance en el que las empresas deben cumplirlos. Incluso la Global Reporting Initiative (GRI) ha modificado la definición de “materialidad” para incluir las áreas que tienen mayor impacto en las personas, el planeta y la economía, un claro desvío de la mentalidad tradicional basada en los beneficios de los inversores, que evalúan los riesgos y las oportunidades económicas independientemente de su impacto ESG.³

La evaluación de doble materialidad requiere la misma consideración y entendimiento de las áreas de impacto financiero que de las áreas de impacto en las personas y el planeta. En teoría, al abordar tanto la materialidad financiera como la sostenible, una empresa puede priorizar la toma de decisiones y la estrategia de forma más eficaz.

Figura 1: Doble materialidad



RECONOCER LAS LIMITACIONES DE LOS ENFOQUES ACTUALES

La relativa novedad de las evaluaciones de doble materialidad implica que están abiertas a multitud de interpretaciones diferentes, lo que da lugar a escollos en su ejecución. Entre estos retos figuran:

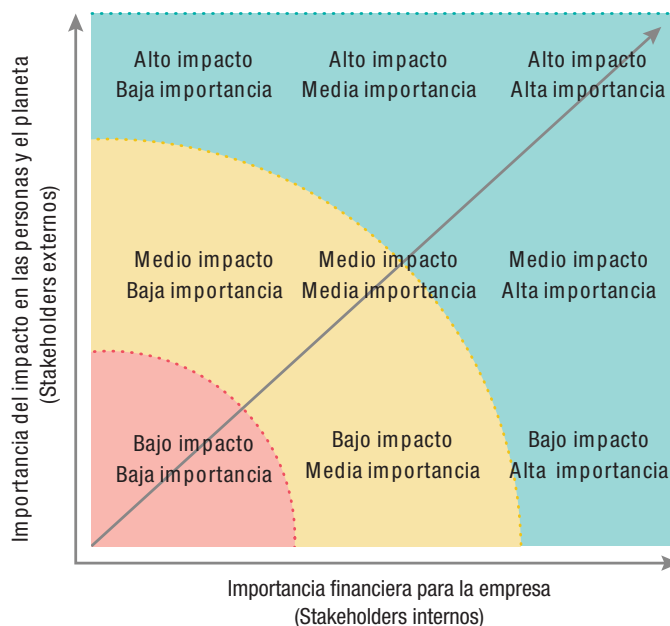
1. Resultados basados en la percepción
2. Pautas y enfoques confusos y contrapuestos
3. Manipulación de datos con ponderación
4. Falta de objetividad
5. A menudo la falta de un enfoque integral de la empresa

En esta sección detallamos cada reto y ofrecemos recomendaciones de Ipsos sobre las mejores prácticas y formas de abordarlos.

DESAFÍO 1: RESULTADOS BASADOS EN PERCEPCIÓN

La materialidad suele determinarse encuestando a stakeholders internos sobre el impacto financiero percibido de asuntos ESG predeterminados, y a stakeholders externos sobre el impacto percibido de estos mismos asuntos sobre las personas y el planeta. El término “asunto” se refiere a la categorización de la información que se divulga. Por ejemplo, las emisiones de carbono o la transparencia de la remuneración de los ejecutivos.

Figura 2: Matriz de doble materialidad



Fuente: Ipsos

Los asuntos suelen ser seleccionados y acordados por los stakeholders internos (ej., colegas, directivos, equipos de sostenibilidad, proveedores), lo que a menudo puede ser un proceso muy subjetivo. Luego, los stakeholders internos y externos los evalúan en una escala numérica de importancia. Los resultados se representan en una matriz donde el eje Y puede representar el impacto financiero y el eje X el impacto en las personas y el planeta. La matriz debe considerar la materialidad tanto a corto como a largo plazo. Esta matriz servirá de guía para la estrategia y la toma de decisiones de la empresa (véase la figura 2).

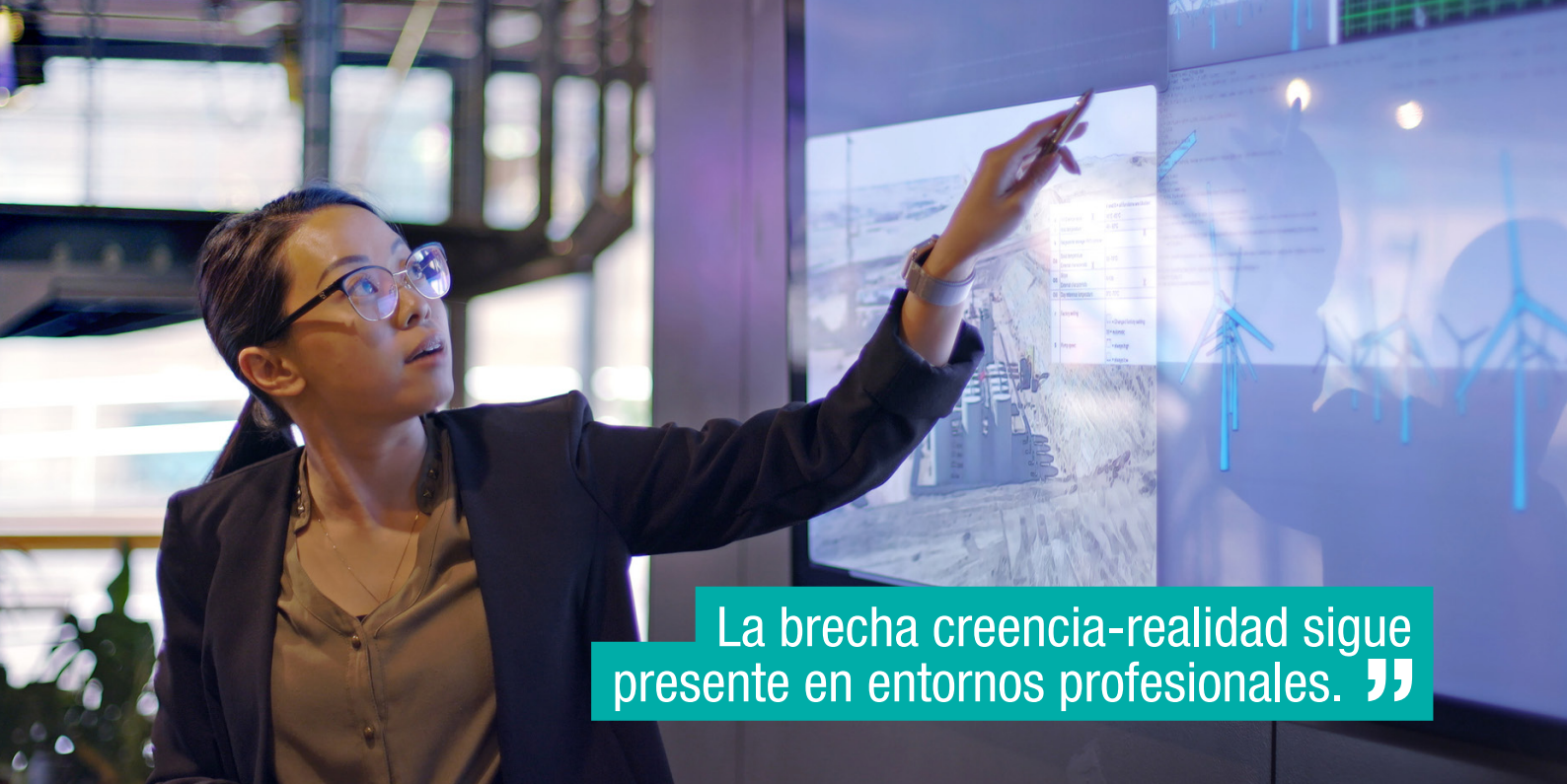
Sin embargo, un reto inherente es que la materialidad del impacto se basa únicamente en percepciones de stakeholders externos, que a menudo son inexactas. El término de Ipsos “*brecha creencia-realidad*” reconoce que las percepciones de la gente sobre lo sostenible suelen ser erróneas. Por ejemplo, en todo el mundo se considera que reciclar es la segunda acción con más impacto que se puede hacer⁴, cuando en realidad ocupa el puesto 60 de una larga lista de acciones en términos de impacto real.⁵ Si una empresa basa su toma de decisiones y su estrategia operativa en percepciones falsas,

existe un riesgo innato de acusaciones de *greenwashing* y una estrategia mal alineada.

Para mitigar el riesgo de percepciones erróneas y subjetividad en la materialidad del impacto, el enfoque tradicional es encuestar a los stakeholders externos sobre el impacto percibido de sólo un subconjunto de asuntos ESG, en lugar de pedirles que informen sobre toda la lista de asuntos ESG. Por ejemplo, a un periodista especializado en tecnología se le pueden preguntar por el uso ético de la Inteligencia Artificial (IA), mientras que un experto de la industria puede estar bien posicionado para debatir sobre problemas en la cadena de suministros.

Los enfoques tradicionales abordan este reto pidiendo a los stakeholders que clasifiquen los temas más relevantes de la lista en función de la importancia de su impacto. En este caso, un periodista podría responder a una encuesta basada en 12 asuntos de un total de 60. Se espera que el periodista elabore clasificaciones más creíbles y precisas sobre los temas que “conoce”, en vez de estimaciones sobre temas no relevantes que podrían sesgar involuntariamente los resultados.





La brecha creencia-realidad sigue presente en entornos profesionales. ”

Aunque este método aumenta en cierta medida la credibilidad y el compromiso, plantea retos adicionales a la hora de ponderar los resultados entre los stakeholders. Esto es algo que discutiremos más adelante.

Tampoco reconoce el hecho de que la brecha creencia-realidad sigue presente en los entornos profesionales, y la evidencia muestra que los errores sobre asuntos ESG están muy extendidos entre el público en general.⁴

➔ **SOLUCIÓN:** Garantizar credibilidad y fiabilidad entre los stakeholders externos.

Debemos ir más allá de las encuestas y validar las respuestas de stakeholders externos siempre que sea posible. Por eso, el enfoque de Ipsos es analizar los hallazgos con datos de tendencias que ayuden a corroborar las respuestas externas.


Tomemos un ejemplo de uso ético de la IA. Si se le pide su opinión, es probable que un político defienda el uso de la IA, debido al mayor crecimiento de la tecnología para abordar

problemas complejos, mejorar la eficiencia y la productividad, impulsar la innovación y ayudar a remodelar el mundo para mejor. Sin embargo, el estudio de Ipsos *Global Views on AI*, una encuesta a más de 22.800 adultos en 31 países, muestra que hay sentimientos encontrados en el público general, con 52% de nerviosos por la nueva tecnología.⁶ Menos de cuatro de cada diez dicen que la IA mejorará su salud, su trabajo y la economía de su país.⁶ Los datos muestran que, aunque muchos esperan que la IA afecte positivamente su vida, no todos los cambios se prevén para mejor. Las perspectivas también varían por país. Así pues, los datos de Ipsos respaldan las respuestas de los stakeholders externos y aportan más luz sobre la falsa sensación de optimismo que podría generar el crecimiento explosivo de la IA.

Más allá de la materialidad, la selección de asuntos ESG por los stakeholders internos puede estar sesgada por falsas percepciones, y omitir información clave que no se considera a priori dentro de la empresa. El ESG Council Report 2023 de Ipsos refleja este reto. Un

problema común de los altos ejecutivos son los distintos niveles de conocimiento sobre ESG de los stakeholders.¹ El interés de los inversores de una organización a menudo impulsa cambios internos en materia de sostenibilidad, y algunos inversores institucionales están exagerando su importancia.

Para evitar esta exageración, sus necesidades deben equilibrarse con las de otros stakeholders,¹ ya que los inversores institucionales son uno de los muchos stakeholders importantes y no el único. La brecha creencia-realidad también existe entre los stakeholders, ya que algunos suelen estar mal informados sobre qué acciones tienen mayor impacto en la sostenibilidad.

 **SOLUCIÓN:** Por lo tanto, las evaluaciones de doble materialidad sólo son fiables en la medida que los stakeholders conozcan el tema. **Para mitigar el riesgo, la selección de asuntos ESG no debe basarse únicamente en la selección interna.**

Debe realizarse una auditoría de los asuntos, teniendo en cuenta el panorama general y los recursos. Tres organismos son esenciales para el protocolo y directrices de doble materialidad. Se trata del *Corporate Sustainability Reporting*

*Directive (CSRD), Global Reporting Initiative (GRI), y el International Sustainability Standards Board (ISSB).*⁷ Será fundamental tener en cuenta como base las directrices de una o más de las iniciativas mencionadas.


Debe crearse una lista de asuntos ESG teniendo en cuenta estas consideraciones. Una inspección de tendencias globales puede ayudar a las empresas a crear una larga lista de asuntos que incluya factores esenciales ESG para su industria y mercados.

La encuesta Ipsos Global Reputation Monitor (IGRM) ofrece factores clave E, S y G con el enfoque del consumidor.⁸ Aunque se basa en la percepción, ofrece una idea clara de los factores clave para el consumidor en los aspectos Medioambientales, Sociales y de Gobernanza de la sostenibilidad. Puede obtenerse más información sobre los factores clave dentro de la categoría respectiva de la empresa a través de datos externos y análisis de la competencia. Esto permitirá llenar vacíos y garantizar una lista más completa de asuntos ESG para su consideración inicial. Ipsos recomienda pulir esta lista entre los stakeholders internos con datos y pruebas de apoyo en un workshop colaborativo.

DESAFÍO 2: DIRECTRICES Y MODELOS CONFUSOS Y CONTRAPUESTOS

Las evaluaciones de materialidad también consideran criterios objetivos y estándares de la industria. **Navegar entre la abundancia de modelos y orientaciones puede ser desalentador.** Puede ser difícil para las empresas filtrar la enorme cantidad de información e identificar fuentes pertinentes y fiables..

Otro reto es mantenerse al día de los últimos avances en este ámbito. Los modelos y directrices se actualizan constantemente, y periódicamente se introducen nuevas revisiones. Por ejemplo, la ISSB lanzó en junio de 2023 sus orientaciones sobre Normas de Divulgación de la Sostenibilidad para las NIIF.⁷

 **SOLUCIÓN:** Las organizaciones se esfuerzan por seguir de cerca las novedades e identificar el enfoque más adecuado. Por ello, a menudo recurren a consultas externas. Una orientación clara y estandarizada es esencial para ayudar a las organizaciones a alinear sus esfuerzos de sostenibilidad con las necesidades de sus stakeholders, y con las normas globales de sostenibilidad. Pero esto no basta. **Toda consulta debe estar bien informada, incorporando**

la práctica habitual desde el comienzo del proceso de evaluación. Todos los modelos elegidos deben integrarse en el diseño general de la evaluación de materialidad para garantizar coherencia, claridad y credibilidad del proceso. Además, a medida que se popularice la evaluación de doble materialidad, será fundamental seguir de cerca las últimas tendencias y agilizar el proceso de diseño.

DESAFÍO 3: MANIPULACIÓN DE DATOS CON PONDERACIÓN

La ponderación es uno de los retos más importantes al realizar una evaluación de doble materialidad, ya que **no existe un método estandarizado para ponderar los datos.**

También es uno de los aspectos más subjetivos de la evaluación de doble materialidad, y la falta de rigor y transparencia del proceso puede socavar la credibilidad de los resultados.

 **SOLUCIÓN:** En general, dos principios clave deben aplicarse en la ponderación:

1. Usar un enfoque minimalista y representativo. La ponderación debe hacerse para ofrecer una indicación justa, reflexiva y representativa de la importancia de los stakeholders internos y externos.

No es recomendable sobreponderar mercados o stakeholders importantes financiera o reputacionalmente, ya que esto sesga los datos para que reflejen más el impacto financiero y no da una ponderación equitativa entre ESG, riesgo y oportunidades. Por ejemplo, en una evaluación de doble materialidad entre dos mercados, donde uno es más rentable que el otro, no es

aconsejable aumentar la ponderación del mercado más rentable. La representación equitativa es clave.

Puede pasar que un enfoque cuali-cuanti requiera ponderar diferentes metodologías. Por ejemplo, una empresa puede encuestar a 1.000 consumidores como parte de su muestra de stakeholders externos. Al mismo tiempo, sólo han hablado con dos reguladores del sector. Aquí, la ponderación precisa para una muestra representativa puede ser bastante difícil. Habrá que esforzarse por garantizar una representación basada en cifras y no en impacto financiero.

2. Transparencia en la toma de decisiones sobre ponderación. Cada informe de evaluación de doble materialidad debe incluir mejores prácticas y protocolo de ponderación. En el apéndice deben facilitarse cifras y tablas no adulteradas.

La ponderación debe estar plenamente justificada con una articulación clara del desafío de los datos y la solución de ponderación propuesta.


Figura 3: Sección de ejemplo sobre buenas prácticas y protocolo de ponderación

DESAFÍO DE DATOS	SOLUCIÓN DE PONDERACIÓN
<p data-bbox="225 477 746 510">Sesgo de Expertise de Stakeholders Externos</p> <ul data-bbox="220 568 758 824" style="list-style-type: none">• Sesgo de los stakeholders externos sobre las dimensiones y asuntos debido a un mayor conocimiento sobre esa dimensión.• No todos los stakeholders externos responden a todas las dimensiones/temas.	<p data-bbox="842 465 906 526"></p> <p data-bbox="842 568 1358 869">Para corregir este sesgo, sugerimos ajustar las respuestas a cada asunto material de modo que la evaluación media coincida con el valor medio atribuido a cada una de las dimensiones respectivas. Las dimensiones se refieren a los asuntos agrupados por temas.</p>
<p data-bbox="220 974 767 1008">Sesgo de n° de stakeholders en el mercado</p> <ul data-bbox="220 1066 762 1321" style="list-style-type: none">• Dentro del mercado, se consultó a diferentes tamaños de muestra entre los distintos grupos de stakeholders. Promediar sin ponderar significaría que no todos los stakeholders tienen el mismo valor de input.	<p data-bbox="842 969 906 1030"></p> <p data-bbox="842 1021 1369 1368">Todos los stakeholders externos deben tener la misma importancia, independiente de su influencia “financiera”. Sin embargo, si hay una muestra cuantitativa (por ejemplo, 1.000 consumidores) frente a una muestra cualitativa (por ejemplo, 5 políticos), será importante ponderar la muestra más amplia para obtener una lectura reflexiva de cada grupo.</p>
<p data-bbox="225 1473 754 1507">Sesgo de n° de stakeholders por mercado</p> <ul data-bbox="220 1565 770 1821" style="list-style-type: none">• El tamaño de la muestra de stakeholders (excluyendo a los consumidores) era dos veces mayor en el mercado A que en el mercado B. Promediar sin ponderar diluiría el impacto del input externo del mercado A..	<p data-bbox="842 1473 906 1534"></p> <p data-bbox="842 1565 1385 1865">Sugerimos ponderar a todos los stakeholders (internos y externos) en los diferentes mercados para que mantengan el mismo input en la evaluación global. Puede ser útil proporcionar un modelo de ponderación adicional basado en los ingresos en el apéndice, pero no debe incluirse en la matriz de materialidad oficial.</p>

Fuente: Ipsos

DESAFÍO 4: FALTA DE OBJETIVIDAD

Muchas evaluaciones de doble materialidad se realizan internamente en las organizaciones, sin consultar a expertos en la materia. **A menudo, las empresas se esfuerzan por “cortar y cambiar” los protocolos**, dejando su fundamento para la toma de decisiones sujeto a cualquiera de los desafíos y sesgos antes mencionados.

 **SOLUCIÓN:** La consulta a terceros expertos objetivos aporta credibilidad y validez a las conclusiones. Más concretamente, la gestión objetiva por parte de terceros aporta:

a. **Un enfoque democratizado de la selección y participación de stakeholders.** Los intereses contrapuestos de los stakeholders internos implican que los desafíos en torno a “con quién” hablar, “qué” cubrir y “cómo” interpretar los resultados están intrínsecamente sesgados. Por tanto, el compromiso con el ejercicio a través de una asociación con expertos externos y objetivos es un aspecto vital y necesario del proceso de evaluación.

b. **Representación transversal en la identificación de asuntos.** Dada la importancia estratégica del trabajo, es importante contar con la presencia de los principales stakeholders de la empresa para garantizar la alineación. Pueden ser de distintos equipos, departamentos, países o regiones. Un tercero externo garantizaría una representación transversal de la empresa en los momentos clave del proceso de toma de decisiones.

c. **Adhesión a las mejores prácticas de interpretación y ponderación de resultados.** La objetividad en la ponderación puede ser increíblemente difícil cuando los principales stakeholders internos dirigen la evaluación. Por tanto, la integridad del proceso de ponderación puede “hacer o deshacer” la credibilidad de una evaluación. Para garantizar que determinados stakeholders, mercados o asuntos no se ponderan en función de intereses estratégicos sesgados, se recomienda la intervención de un tercero objetivo que valide y facilite la interpretación de los resultados.

La ponderación es también uno de los aspectos más subjetivos de la realización de evaluaciones de doble materialidad, y la falta de rigor y transparencia del proceso puede socavar la credibilidad de los resultados. ”



DESAFÍO 5: FRECUENTE AUSENCIA DE UN ENFOQUE “DE TODA LA EMPRESA”

La evaluación de doble materialidad requiere fundamentalmente un enfoque de “toda la empresa” que incluya una sólida representación y participación de un amplio abanico de stakeholders internos y externos. **Muchas evaluaciones de materialidad no captan una visión de 360 grados de los asuntos ESG de la organización, y a menudo pasan por alto oportunidades y riesgos, lo que puede causar un daño potencial al éxito a largo plazo.**

➔ **SOLUCIÓN:** Es importante lograr un buen equilibrio entre las perspectivas de los stakeholders. Un menor número de stakeholders puede limitar el alcance y generar falta de confianza, pero demasiadas voces pueden hacer que el proceso resulte complejo e ineficaz.

Crear un mapa de stakeholders al inicio del proceso de diseño suele ser muy útil. Fomenta la apertura al indicar claramente quién participa, garantizando que no se pasen por alto las aportaciones y voces clave. Para los stakeholders

internos, piense en la línea ejecutiva, los directores, los jefes regionales y los empleados. El liderazgo y el compromiso de los directivos son esenciales, al igual que el interés de los inversores. Identificar en una fase temprana del proceso los distintos grados de interés e influencia de los stakeholders y quiénes son defensores, escépticos y detractores facilita un proceso fluido.

El siguiente paso consiste en identificar a los stakeholders externos relevantes: clientes, ONG, think tanks, proveedores, medios de comunicación, asociaciones comerciales, gobierno y otras personas influyentes. Comprender sus expectativas y opiniones es fundamental para mejorar la credibilidad y reputación de una organización en el sector.

Seguir un enfoque integral de la empresa garantiza la alineación con la misión, la visión y los objetivos estratégicos generales de la organización. Garantiza que todas las decisiones y acciones contribuyan al éxito a largo plazo de la compañía.



DOBLE MATERIALIDAD + PRUEBAS INTEGRADAS DE CONFIANZA: UN NUEVO MODELO A CONSIDERAR

La validez del actual enfoque de doble materialidad depende de los conocimientos y la experiencia de los stakeholders internos y externos, una debilidad crítica de los enfoques convencionales. Los stakeholders internos comentan el impacto financiero de una serie de asuntos ESG acordados, lo que permite un poco más de subjetividad en sus respuestas. Sin embargo, aunque las respuestas de los stakeholders externos sobre el impacto de las cuestiones ESG en las personas y el planeta también son subjetivas, también existen datos reales y objetivos sobre el impacto de muchos de estos asuntos, que pueden compararse con las respuestas de los stakeholders externos.

Como ya se ha dicho anteriormente en este artículo, existen pruebas significativas de que la brecha creencia-realidad es un fenómeno global. Por lo tanto, no es aconsejable que las empresas u organizaciones estructuren sus prioridades estratégicas ESG principalmente en función de la percepción pública. Aunque la consulta puede ser increíblemente valiosa para comprender las percepciones y prioridades del público en cuestiones ESG, existen tres sesgos de subjetividad que pueden socavar los resultados.

1. Omitir acciones de mayor impacto de la lista de asuntos ESG

2. Rankings imprecisos sobre el impacto de asuntos ESG en las personas y el planeta

3. Proyecciones inexactas de la importancia de los asuntos ESG a corto y largo plazo

Por lo tanto, recomendamos una fase adicional a los enfoques actuales que trataría de validar y cuestionar las consultas de los stakeholders con datos adicionales.

Una fase adicional de pruebas trataría de validar los asuntos ESG a través de una combinación de consultoría (ej. especialistas ESG, reputación corporativa, y expertos de la industria), validación de datos externos (ej. datos de tendencias, datos de impacto, señales ESG de la industria) y orientación de varios estándares y legislaciones (ej. ISSB, particularmente la orientación específica de la industria, políticas gubernamentales nacionales, informes de los medios).

Esta fase es esencialmente una “prueba de confianza” y, hasta la fecha, no se utiliza ni se reconoce fácilmente en las evaluaciones convencionales de doble materialidad. Las verdaderas pruebas de confianza se integrarían a lo largo del proyecto, empezando por una auditoría sobre qué asuntos deberían figurar en la lista recopilada de asuntos ESG para la consulta de stakeholders.

PUNTOS CLAVE



La Práctica de Consultoría ESG de Ipsos recomienda llevar a cabo una auditoría exhaustiva de los temas clave y asuntos ESG de los respectivos mercados, industrias y como se identifica en la legislación de apoyo y protocolos de orientación.

Las pruebas de confianza volverían a aparecer tanto antes como después de la Fase 3: Ponderación de Resultados. Proporcionar una lectura auténtica y sin adulterar de las percepciones en una matriz de doble materialidad puede ser útil, pero es aconsejable una matriz adicional que proporcione una ponderación ajustada de las respuestas de los stakeholders externos en función del impacto real de los asuntos sobre las personas y el planeta. Puede que no sea factible encontrar clasificaciones del impacto real de todos los asuntos ESG incluidos en una evaluación, y la transparencia en torno a la fuente, la fiabilidad y la disponibilidad de los datos externos será esencial.



Las clasificaciones externas de asuntos ESG por su impacto en las personas y el planeta pueden variar según el mercado y el sector. Las listas de acciones medioambientales de mayor impacto elaboradas por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) pueden servir de punto de partida. Los datos del IGRM también pueden utilizarse para ayudar a identificar posibles factores de higiene en los pilares ESG por mercado.

La mayoría de las evaluaciones de doble materialidad incluyen algún aspecto de proyección para comprender la importancia percibida a corto y largo plazo de los asuntos. A menudo es muy difícil que los stakeholders internos o externos reflejen con exactitud la importancia de los asuntos ESG dentro de 10 años, ya sea desde el punto de vista financiero o del impacto.



La comprobación de los resultados mediante una combinación de datos externos, como datos sobre tendencias y modelos financieros, puede ofrecer más información sobre la exactitud de las proyecciones de los stakeholders internos y externos.

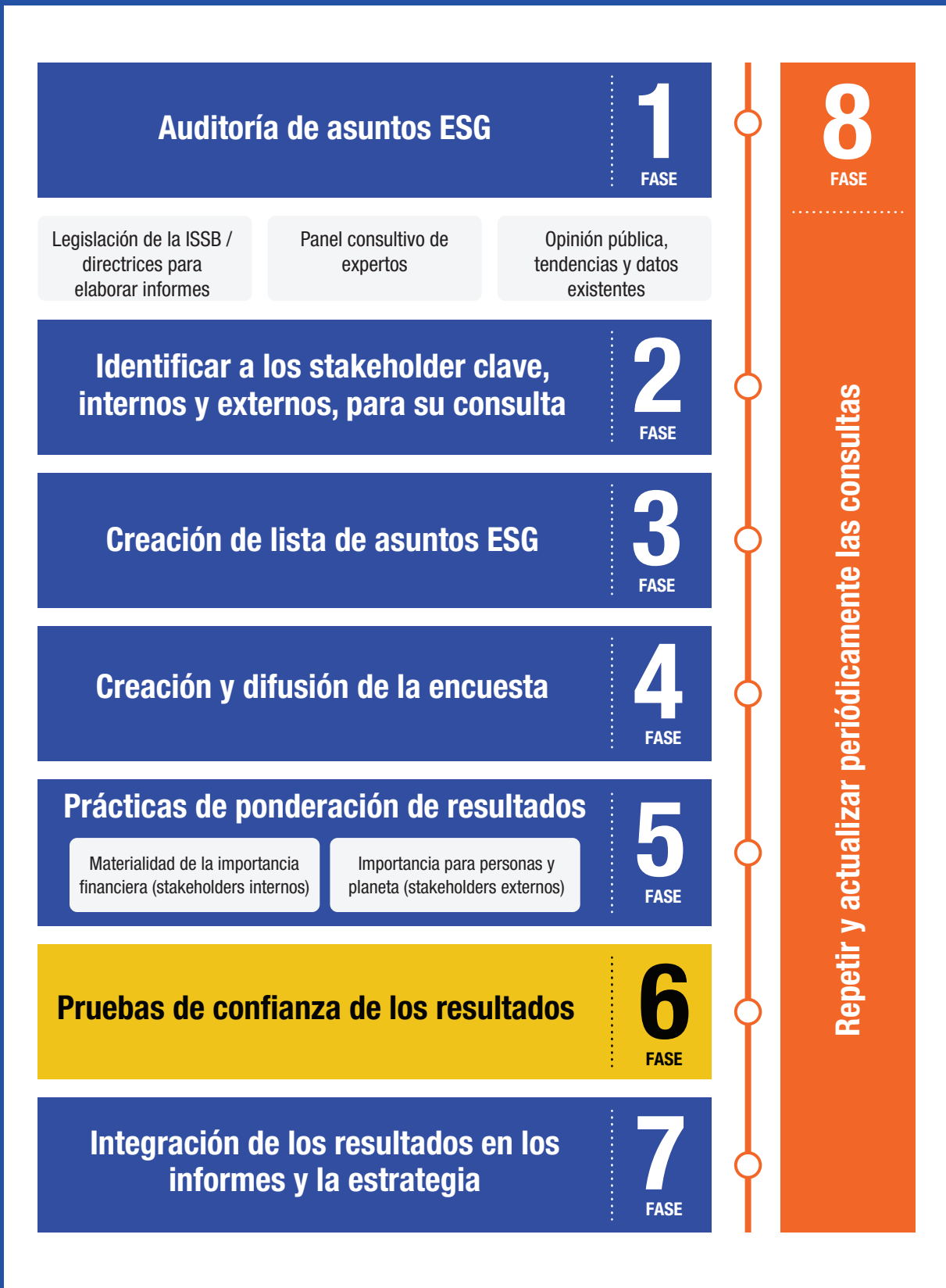
Establecer el rendimiento de la inversión (ROI) para las iniciativas ESG sigue siendo un reto para las empresas. A menudo, las discusiones en la directiva están dominadas por perspectivas a corto plazo y un enfoque implacable en las ventas, que puede no alinearse con la naturaleza a largo plazo de los esfuerzos ESG. Esta situación se acentúa aún más en los sectores B2B o en las empresas que operan en mercados casi monopolísticos, donde las decisiones de los consumidores desempeñan un papel marginal a la hora de predecir los ingresos futuros. Para abordar efectivamente esta complejidad, debemos adoptar un enfoque que evalúe el impacto de las inversiones ESG en los flujos de caja futuros. Esta perspectiva se basa en la creencia de que tales inversiones pueden reforzar el valor de la marca, garantizando flujos de caja al tiempo que se optimizan las estructuras de costes. Aunque es probable que este tipo de trabajo adicional quede fuera de la evaluación de doble materialidad propiamente dicha, puede utilizarse como herramienta para aumentar la confianza en las clasificaciones de los stakeholders internos sobre asuntos ESG y su impacto financiero en la empresa.



CASO DE ESTUDIO - BRASKEM

Nuestra reciente colaboración con Braskem, empresa petroquímica brasileña y uno de los principales productores de resinas termoplásticas de América, es un ejemplo interesante. Braskem opera en más de 40 países y produce polietileno, polipropileno y otras resinas termoplásticas muy utilizadas en diversos sectores. La comercialización de estas resinas tiene todas las características de un mercado de productos básicos, que depende menos de las decisiones inmediatas de los clientes, lo que obliga a la junta directiva a pedir que se demuestren los beneficios tangibles de sus inversiones en ESG. Ipsos se embarcó en un exhaustivo análisis financiero, destinado a cuantificar la influencia de cada iniciativa ESG en las percepciones de los stakeholders. Estos incluían no sólo a clientes, sino también a empleados, proveedores, comunidades locales, entidades gubernamentales y medios de comunicación. Al aislar los efectos de las iniciativas ESG en el valor de marca y las decisiones tomadas por estos stakeholders en relación con Braskem, pudimos elaborar un caso de negocio convincente para justificar las inversiones en curso.

Figura 4: Proceso de evaluación de doble materialidad



Fuente: Ipsos

PROCESO PASO A PASO DE LAS EVALUACIONES DE DOBLE MATERIALIDAD

Con el fin de abordar de forma proactiva las limitaciones descritas anteriormente, Ipsos ha diseñado un enfoque iterativo y multietapa para la evaluación de la doble materialidad. El enfoque es el siguiente:

1

FASE

AUDITORÍA DE ASUNTOS ESG

Llevar a cabo una auditoría exhaustiva de la legislación pertinente, las directrices y normas actuales, la opinión pública existente, los datos sobre tendencias y las iniciativas internas en materia de ASG pertinentes para su sector y sus respectivos mercados. Esto ayudará a establecer límites para las próximas fases de consulta, situando la evaluación dentro del pensamiento, las tendencias y los marcos de cumplimiento actuales.

Aunque no es esencial, un panel de expertos puede desempeñar un papel consultivo a lo largo del proyecto y reforzar esta fase inicial de las pruebas de confianza. Garantizar que el panel esté compuesto por miembros con sólidos conocimientos sobre ESG, marcos normativos y ponderación y estadísticas puede añadir más credibilidad al enfoque.

2

FASE

IDENTIFICACIÓN DE STAKEHOLDERS

Los miembros clave del proyecto, junto con el panel de expertos asesores, ayudan a identificar a los stakeholders internos y externos para las próximas consultas a través de un ejercicio de mapeo de stakeholders. En el caso de los stakeholders internos, hay que asegurarse de que sean representativos de las diferentes áreas de la empresa, los mercados clave y, si es posible, incluir a aquellos con experiencia en regulación. Es crucial que la línea directiva participe en el proceso de consulta.

El objetivo debe ser la participación de los stakeholders externos en toda la cadena de valor y la representación de los stakeholders internos en todos los departamentos y niveles. Por ejemplo, la selección de stakeholders externos puede abarcar un amplio abanico de organismos industriales, reguladores, periodistas, políticos, inversores, socios, proveedores y consumidores.

3

FASE

CREACIÓN DE LISTA DE ASUNTOS ESG

Tomando como base la auditoría de percepción de la Fase 1, debe crearse una lista de diferentes asuntos ESG que a) tengan un impacto financiero (enfoque de fuera hacia dentro) y b) afecten a las personas y al planeta (enfoque de dentro hacia fuera). Posteriormente, estos asuntos pueden agruparse por temas o dimensiones más amplios. Si es posible, asegúrese de recurrir en gran medida al grupo de expertos asesores durante este proceso de selección, para reforzar la credibilidad y mantener una perspectiva más objetiva.

Una vez finalizadas estas dimensiones, revise si faltan asuntos y profundice un poco más para identificar los que tienen carácter informativo. Por ejemplo, si existe una dimensión en torno al “Bienestar de los empleados”, puede ampliarse a cuestiones como “Iniciativas de salud mental de los empleados” o “Diversidad, equidad e inclusión en el lugar de trabajo”.

Como se ha mencionado anteriormente, un nivel adicional de comprobación de confianza en esta fase requeriría cotejar la lista de asuntos con datos externos como la lista de acciones más impactantes del IPCC, o los datos de Ipsos sobre los factores de higiene de ESG percibidos públicamente por el mercado.

4

FASE

CREACIÓN & DIFUSIÓN DE ENCUESTA

Elaborar un cuestionario para los stakeholders en torno a las dimensiones decididas y sus asuntos ESG correlativos. Debería haber un mínimo de dos encuestas distintas. Para los stakeholders externos, la encuesta requeriría que el encuestado clasificara numéricamente el asunto ESG según su impacto en las personas y el planeta. Para los stakeholders internos, la encuesta requeriría que el encuestado clasificara los asuntos según el impacto financiero para la empresa.

Es probable que no pregunte todos los asuntos ESG a todos los stakeholders externos. No sólo es probable que el stakeholder externo se aburra ante una larga lista de asuntos ESG, sino que también es poco probable que tenga la experiencia necesaria para clasificar todos los asuntos de una manera significativa.

Por lo tanto, será importante identificar qué asuntos se preguntan a qué stakeholders externos. El objetivo debe ser preguntarles

sólo por dimensiones que sean relevantes en su campo y en las que muestren altos niveles de experiencia y conocimiento. Esto se aplica específicamente a los consumidores. Por ejemplo, es poco probable que los consumidores clasifiquen con precisión una larga lista de asuntos ESG, por lo que recomendamos pedirles que clasifiquen las dimensiones más amplias.

Para que los hallazgos sean duraderos, asegúrese de que se aplica al cuestionario una perspectiva de futuro, además de la perspectiva actual. También puede preguntar sobre el rendimiento de la empresa en los aspectos respectivos.

La encuesta a los stakeholders internos abarcará probablemente todos los asuntos ESG, independientemente de su extensión. Para abordar y reconocer cualquier laguna de conocimiento, ofrezca a los stakeholders la opción de responder con un “no lo sé”.

5

FASE

PONDERACIÓN DE RESULTADOS

Recopilar las puntuaciones de materialidad de los stakeholders externos e internos. Para garantizar una visión reflexiva y objetiva en todo el grupo de stakeholders, decida y aplique un método de ponderación basado en las mejores prácticas. Encontrará orientaciones al respecto al principio de este documento.

Una vez que se hayan analizado las puntuaciones y se haya completado la ponderación, empezar a mapear los puntos de datos en una matriz de impacto vs importancia financiera. Sobre la base de este ejercicio de mapeo, empezar a identificar los asuntos más prioritarios para la empresa.

6

FASE

PRUEBAS FINALES DE CONFIANZA

Anteriormente se han esbozado las recomendaciones para las pruebas de confianza posteriores a la ponderación. Puede haber una serie de vías diferentes para validar objetivamente sus conclusiones. Por ejemplo, los datos de proyección del mercado y del sector pueden dar mayor credibilidad a las percepciones de los stakeholders sobre el impacto financiero y real de los asuntos ESG a corto y largo plazo. Otras pruebas, como la modelización financiera, pueden validar las respuestas de los stakeholders internos sobre los resultados financieros. Y los datos de impacto externo, como los comportamientos/ acciones más impactantes del IPCC, pueden ofrecer una mayor consideración a las percepciones de los stakeholders externos sobre el impacto en las personas y el planeta.

7

FASE

INTEGRACIÓN ESTRATÉGICA

Ahora que se han identificado los asuntos clave en torno al impacto y la materialidad financiera desde una perspectiva empresarial, hay que empezar a incorporar estos resultados a la estrategia ESG y a las prácticas de elaboración de informes. Cree objetivos estratégicos a corto y largo plazo basados en estas cuestiones prioritarias, para que la organización pueda medir sus avances en toda la empresa.

8

FASE

REPETIR* Y ACTUALIZAR PERIÓDICAMENTE

Por último, será esencial repetir el proceso y actualizarlo en consecuencia, ya que pueden surgir nuevos asuntos ESG y es probable que las percepciones sobre el impacto cambien en función de una mirada de factores medioambientales, sociales, económicos y políticos. Aunque se han esbozado varias medidas para ayudar a garantizar los resultados a futuro, la ESG es un espacio en constante evolución. Para seguir el ritmo de estos cambios, es importante seguir reflexionando sobre la materialidad. Recopilar repetidamente información de un grupo de stakeholders equilibrado y seguir evolucionando la estrategia en función de estos resultados.

***VOLVER A FASE 1**



CONCLUSIÓN

Las evaluaciones de doble materialidad son cada vez más populares y, sin embargo, el carácter incipiente del tema significa que las empresas corren un riesgo significativo de malas prácticas y de socavar la validez del proceso. Además, las empresas corren el riesgo de adoptar una estrategia mal informada si confían únicamente en evaluaciones basadas en la percepción de un tema que el público en general y los stakeholders malinterpretan ampliamente. La intención de este documento es ofrecer a las empresas una sólida comprensión de la importancia del tema,

las mejores prácticas y consideraciones en su ejecución, así como un nuevo modelo que incorpora pruebas de confianza de una manera que refuerza la credibilidad de los resultados..

¿Tiene preguntas adicionales?

Nuestra Práctica de Consultoría ESG está a su disposición para ayudarle a resolver sus dudas y retos en este ámbito. Envíe un correo electrónico a Jessica.Long@Ipsos.com o UK-S3-ESG-CORE@Ipsos.com para más información.

Las empresas arriesgan adoptar una estrategia mal informada si confían solo en evaluaciones basadas en la percepción de temas que el público general y stakeholders malinterpretan ampliamente. ”

REFERENCIAS

1. Ipsos Corporate Reputation ESG Council Report (2023). <https://www.ipsos.com/en/esg-council-report-2023>
2. 'What is double materiality?' Ecometrica (2023) <https://ecometrica.com/knowledge-bank/guides/what-is-double-materiality/> Accessed online 28th September 2023.
3. 'The materiality madness: Why definitions matter.' The GRI Perspective (2023) Issue 3-22 Feb 2022 <https://www.globalreporting.org/media/r2oojx53/gri-perspective-the-materiality-madness.pdf> Accessed online 28th September 2023.
4. Ipsos Perils of Environmental Perception Study (2021). https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-04/Environmental%20Perils%20of%20Perception%202021_0_0.pdf
5. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Available here: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8589/pdf>
6. [Ipsos Global Views on AI: How people across the world feel about Artificial Intelligence and expect it will impact their life \(2023\).](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-07/ipsos%20Global%20AI%202023%20Report-Web_0.pdf) https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-07/ipsos%20Global%20AI%202023%20Report-Web_0.pdf
7. 'An Update from the ISSB'. International Sustainability Standards Board (2023). <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/meetings/2023/march/gpf/ap6-issb-update-gpf-march-2023.pdf> Accessed online 28th September 2023.
8. Ipsos. 2023. "How Companies Make ESG a Competitive Advantage." <https://www.ipsos.com/en-us/how-companies-make-esg-competitive-advantage>

SEGUIR LEYENDO



1. Ipsos ESG Council Report 2023

<https://www.ipsos.com/en/esg-council-report-2023>

DESMITIFICANDO LA DOBLE MATERIALIDAD

Un nuevo modelo para el cumplimiento y el liderazgo corporativo en ESG

AUTORES

Jessica Long, Head of ESG Consulting Practice, Strategy3 UK, Ipsos

Arushi Gupta, ESG Manager, Strategy3 UK, Ipsos

Christine Glatz Rush, Consultant, Strategy3 UK, Ipsos

Los documentos de **Ipsos Views**
son producidos por el
Ipsos Knowledge Centre.

www.ipsos.com

@Ipsos

GAME CHANGERS

