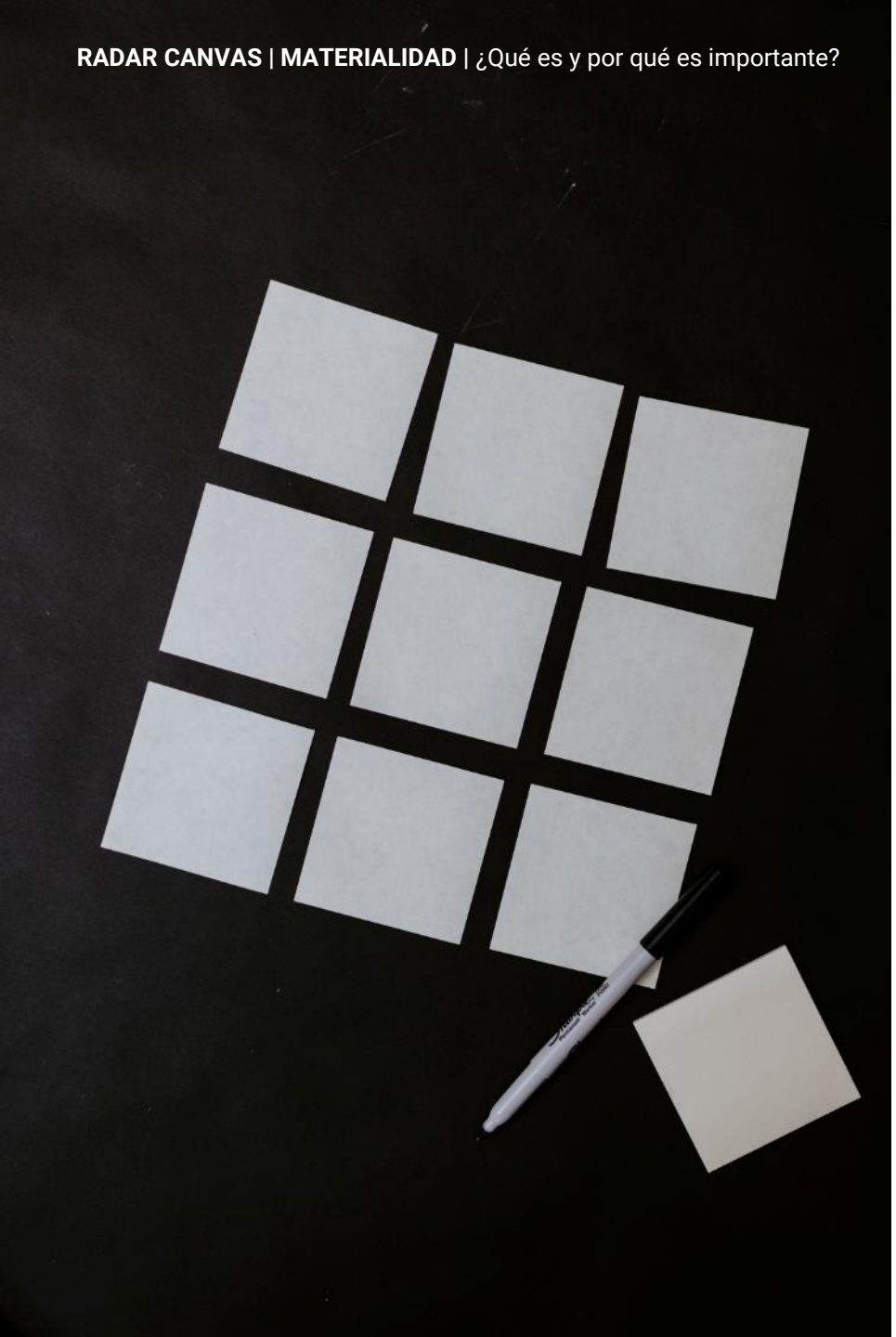
RADAR CANVAS

MATERIALIDAD

¿Qué es y por qué es importante?

Diciembre 2021

CANVAS
ESTRATEGIAS SOSTENIBLES

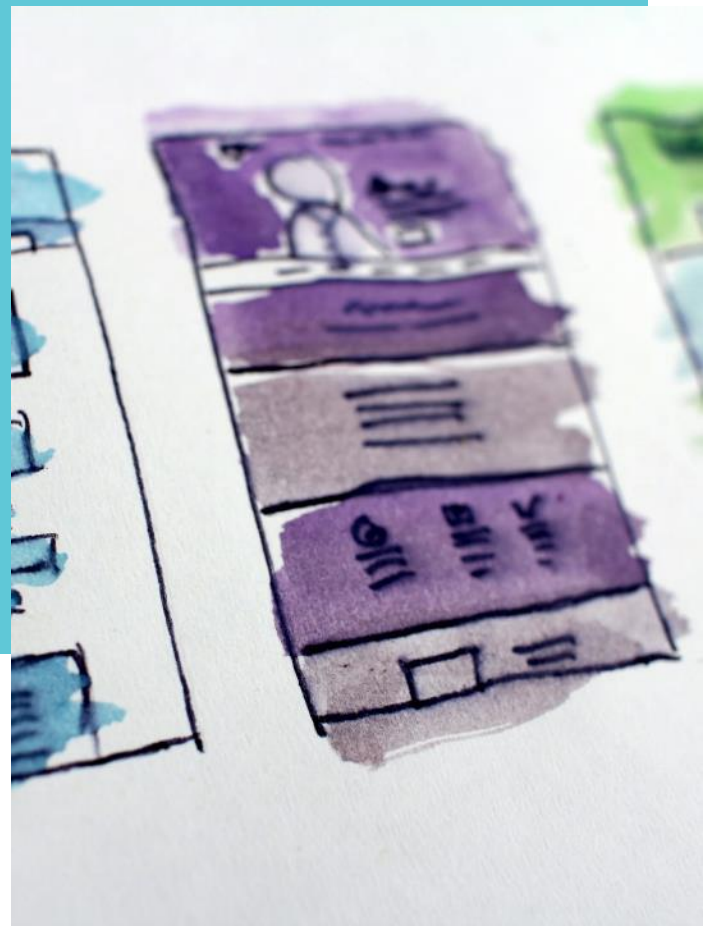


CONTENIDOS DE ESTE INFORME

- **Introducción a la materialidad**: ¿por qué es importante?
- **Identificar los temas**: perspectiva interna y externa
- **Priorizar los temas**: la oportunidad para hablar con los *stakeholders*
- **Matriz de materialidad**: una representación visual de lo que es prioritario
- **Buenas prácticas en materialidad**

Introducción a la materialidad:

¿por qué es importante?



Materialidad: un ejercicio cada vez más habitual en las empresas

La identificación de temas relevantes o materiales es una fase clave para las empresas, con el objetivo de **avanzar en materia de sostenibilidad**. Identificar y priorizar asuntos críticos significa determinar cuáles son los **aspectos clave** para la organización, en contraste con lo que es relevante para su **entorno**.

Conociendo las particularidades de la empresa y las expectativas y necesidades de los **principales grupos de interés** (como empleados, clientes, proveedores o accionistas) podemos determinar cuáles son los temas estratégicos en los que centrar los **esfuerzos en desarrollo sostenible**.

A vueltas con la doble materialidad y la perspectiva de impacto

El término *materialidad* ya puede resultar complejo por si mismo. Pero en 2019 la Comisión Europea dio una vuelta más e introdujo el concepto de **doble materialidad** para referirse a un proceso de identificación de asuntos relevantes que incluya tanto la perspectiva del **negocio** como la de los **grupos de interés**.

Ello significa que las empresas deben rendir cuentas sobre temas que afecten a su **actividad y desempeño diario**, pero también **sobre su impacto**, tanto en las personas como en el medio ambiente. Estos impactos pueden ser tanto positivos (**contribución**) como negativos (**perjuicios o daños**).

Recientemente, Global Reporting Initiative (GRI), organización internacional independiente que proporciona uno de los **estándares más utilizados** en el mundo para la elaboración de informes de sostenibilidad, ha actualizado los estándares para, entre otras novedades, **enfatizar la perspectiva de impacto** en el proceso de materialidad. La revisión de materialidad incluida en los nuevos *Universal Standards* pone el foco en el **impacto de la organización en su entorno**.

Así, los temas materiales serían aquellos que representan los impactos más significativos de una empresa en la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos en los **derechos humanos**. Con estos cambios, GRI busca **evitar que surjan sesgos** en los procesos de materialidad, especialmente a la hora de seleccionar a los grupos de interés a los que consultar sobre los temas.

RADAR CANVAS

En los últimos años hemos visto claramente una evolución con los estudios de materialidad. En un primer momento, eran una herramienta que exigían los informes no financieros o de sostenibilidad pero cada vez más, las organizaciones los están utilizando para definir y perfilar su estrategia.

Isabel López, Directora general de CANVAS Estrategias Sostenibles
Fuente: Diario Responsable, 2021

Pasos clave para identificar y priorizar asuntos materiales de forma holística

En CANVAS Estrategias Sostenibles seguimos tres pasos básicos en el desarrollo de cualquier proceso de materialidad.

Identificación de temas
Definición adecuada del listado de temas relevantes para la organización, a partir de múltiples fuentes de análisis.

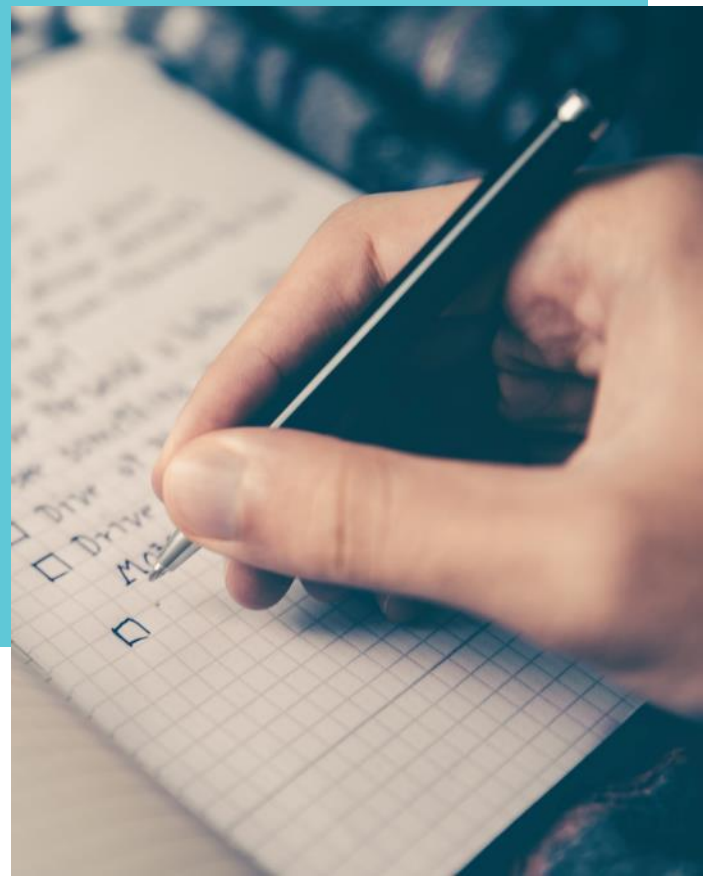
Priorización de temas
Desarrollo de consultas a los grupos de interés prioritarios de la compañía, para obtener una valoración de la relevancia de los temas.

Validación y matriz de materialidad
Representación de los asuntos críticos en formato de matriz, para observar visualmente qué es prioritario para el negocio y para los grupos de interés.

Metodología CANVAS de materialidad

Fuente: CANVAS Estrategias Sostenibles, 2020

Identificar los temas: perspectiva interna y externa



La identificación de temas: la base de cualquier análisis de materialidad

El primer paso a la hora de abordar cualquier proceso de materialidad es realizar una **adecuada selección de los temas**. A partir del análisis de diversas fuentes, tanto internas como externas, la compañía consigue un primer listado de temas que detecta como **potencialmente importantes**, tanto para su actividad como para los diferentes *stakeholders*.

Este primer listado suele ser **amplio y exhaustivo**. En fases posteriores la compañía o los propios grupos de interés pueden realizar **modificaciones**: agrupar o separar temas, incluir otros nuevos o descartar aquellos que, por cualquier razón, no resulten tan críticos.

Análisis de temas y tendencias clave: ¿qué información tenemos que tener en cuenta?

Las fuentes internas y externas que revisemos marcarán los **asuntos críticos** de nuestra compañía. Es por ello que esta primera selección de información debe de ser lo más amplia posible y representar a la compañía: planes estratégicos, informes de sostenibilidad, resultados de encuestas a grupos de interés son algunos ejemplos.

En ocasiones, el análisis de fuentes se complementa con otras **consultas previas**. Por ejemplo, **entrevistas** en profundidad con directivos de la compañía o expertos externos, ***focus group*** para conocer las necesidades y expectativas de los diferentes *stakeholders*…

RADAR CANVAS

Listado de temas relevantes 2021

1. Compromiso con los derechos humanos
2. Igualdad y diversidad
3. Satisfacción de los consumidores
4. Ética y transparencia
5. Lucha contra el cambio climático
6. Desarrollo profesional y desempeño
7. Salud y seguridad
8. Respeto de la biodiversidad

Fuente: CANVAS Estrategias Sostenibles, 2021

Categorizar los temas en ámbitos de significado para la organización

Una vez se cuente con la lista de temas materiales identificados, es importante agruparlos según **categorías** que tengan sentido para la empresa. La agrupación en este tipo de temáticas permite ver con claridad los **ámbitos de impacto** clave de la organización.

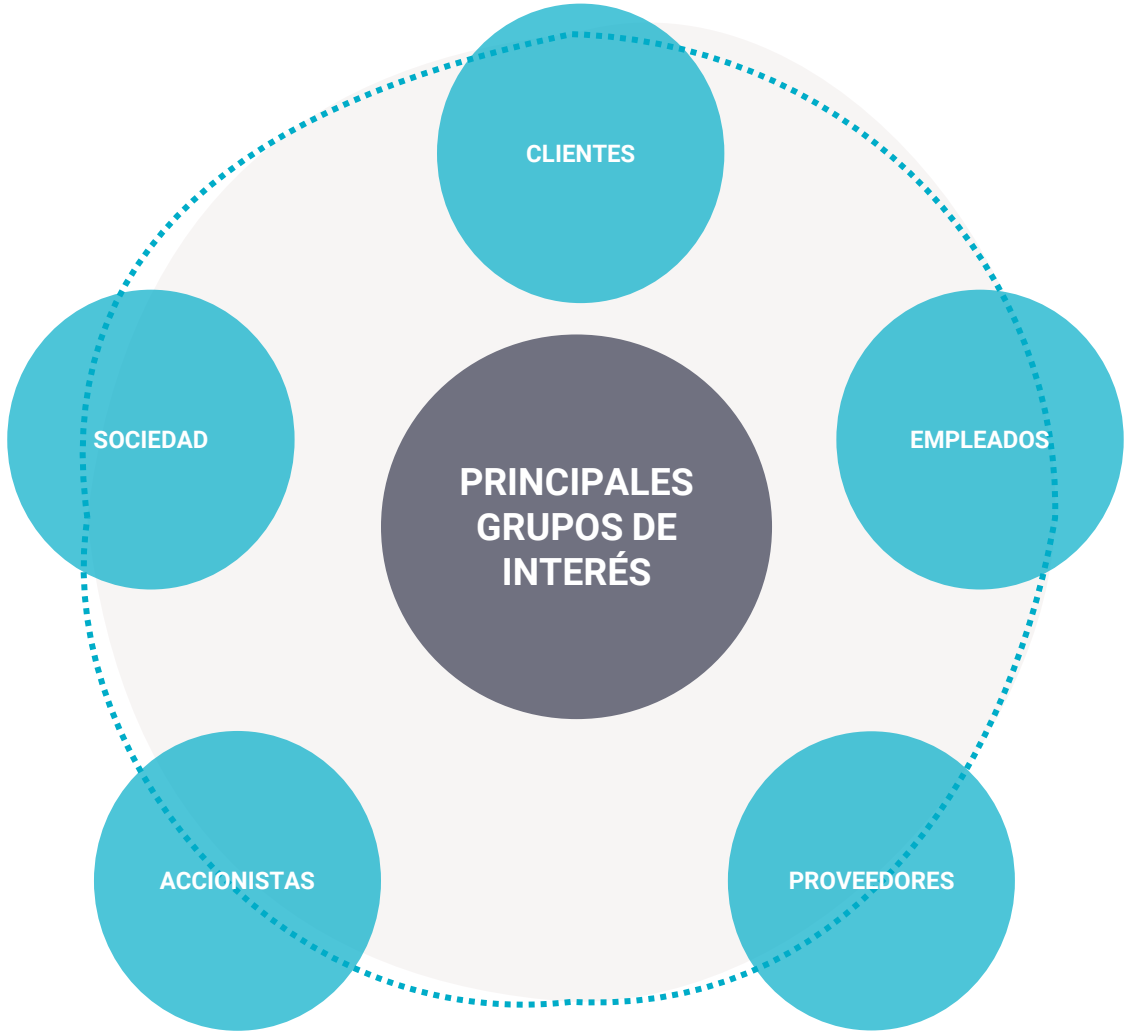
Una de las categorizaciones más comunes es la división de temas según los **ámbitos ESG** (temas medioambientales, sociales y de buen gobierno). Otras categorizaciones habituales son los diferentes **grupos de interés** a los que afectan los asuntos, o los **ejes de la estrategia de sostenibilidad** de la entidad.

Priorizar los temas:
la oportunidad para hablar con los stakeholders

Priorizar los temas: el momento de asignar relevancia a los asuntos

La priorización de temas es la fase que nos permite conocer cuál es la **relevancia** de cada uno de los asuntos definidos.

Esta fase es de vital importancia para dotar al estudio de materialidad de un **carácter inclusivo y holístico**. La priorización nos permite cruzar la valoración de los temas desde **diferentes perspectivas**. No es lo mismo lo que preocupa internamente que los temas en los que la empresa tiene mayor impacto según los empleados, los consumidores o los proveedores de una organización. Este ejercicio nos permite **visualizar lo que es relevante** para cada *stakeholder* consultado y **de qué manera** lo es.



Fuente: CANVAS Estrategias Sostenibles, 2021

¿A quién vamos a preguntar sobre los temas? Poniendo en marcha las consultas

Existen diversas formas de desarrollar la priorización, y las consultas pueden ser **tan exhaustivas como la compañía desee**. En general, es recomendable implicar a los *stakeholders* en esta fase, para lo que resulta de gran ayuda contar con un **mapa de grupos de interés** actualizado, para tener claro las consultas que tenemos que poner en marcha.

Grupos de interés **habitualmente consultados** en cualquier proceso de materialidad son los accionistas, los clientes o consumidores y los empleados de la organización. Contar con una **perspectiva externa** en esta fase también puede resultar relevante.

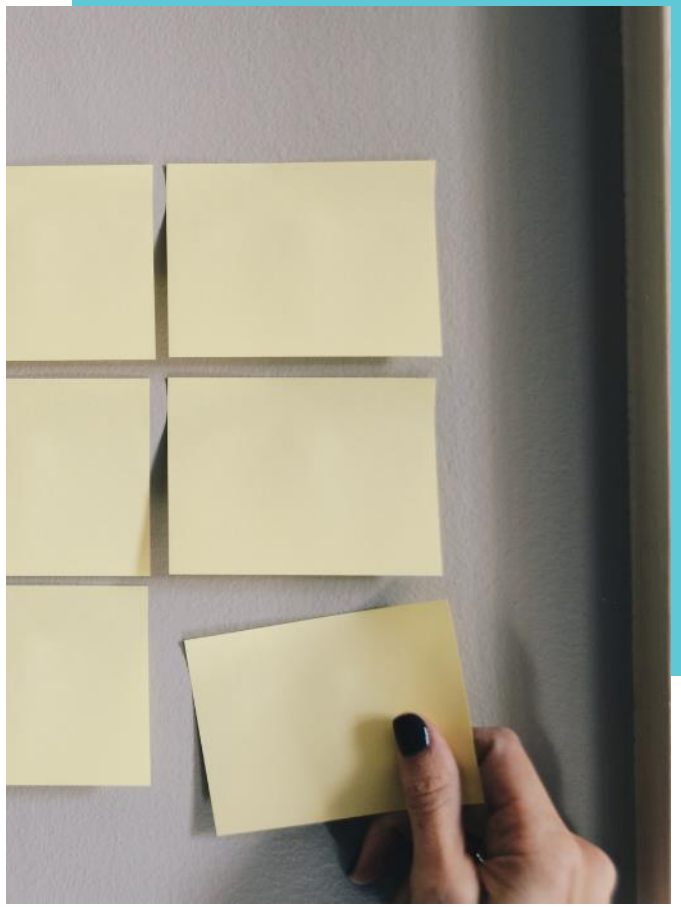
Matriz de materialidad: una representación visual de lo que es prioritario

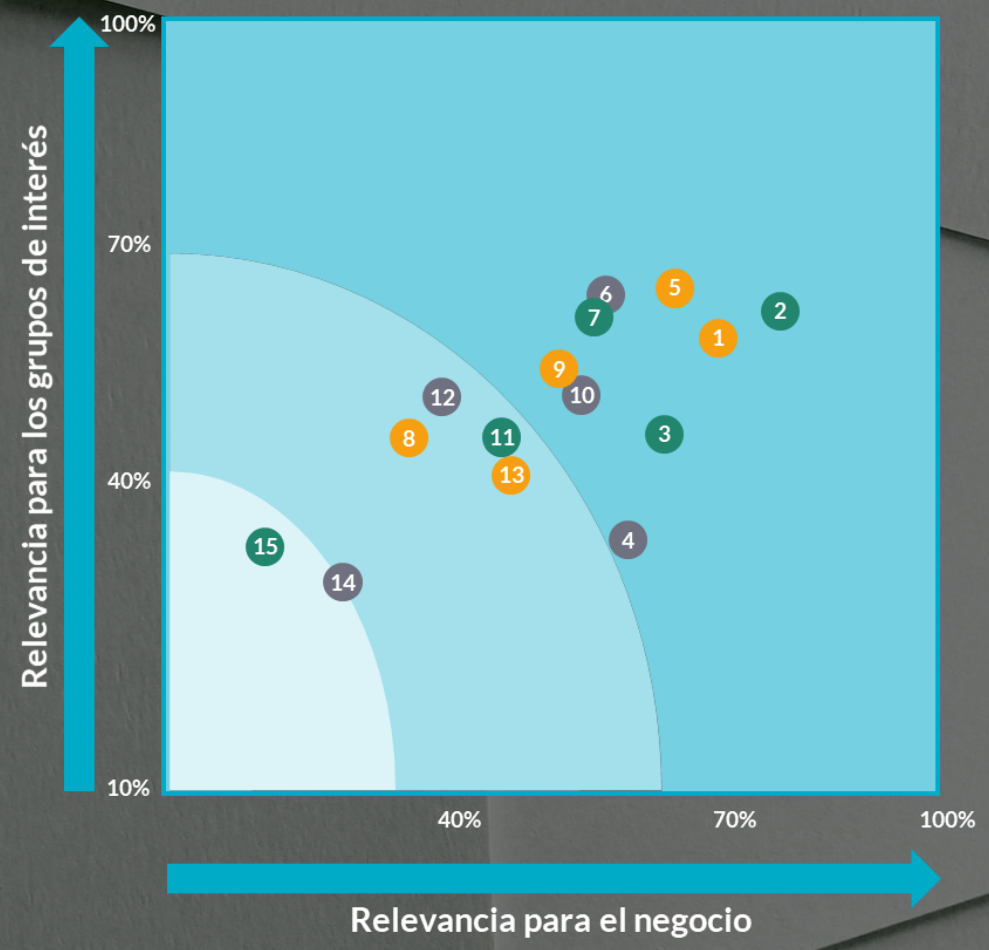
La matriz: una forma visual de entender los resultados de la materialidad

La matriz de materialidad es la forma más común de **representar visualmente** la prioridad de los asuntos.

Cruzando los dos ejes de relevancia de los temas, podemos tener el **detalle de su situación**, y así observar cuáles son los temas más relevantes para ambos ejes.

Algunos marcos de reporting, como los *Universal Standards* de GRI, no exigen ya la representación de los temas en formato de matriz. No obstante, si el proceso ha implicado a diferentes grupos de interés, la matriz es una **herramienta muy conveniente para tomar decisiones estratégicas** a partir del análisis: ¿qué tenemos que potenciar internamente? ¿dónde están poniendo el foco nuestros *stakeholders*? ¿existen **gaps** entre ambos ejes?



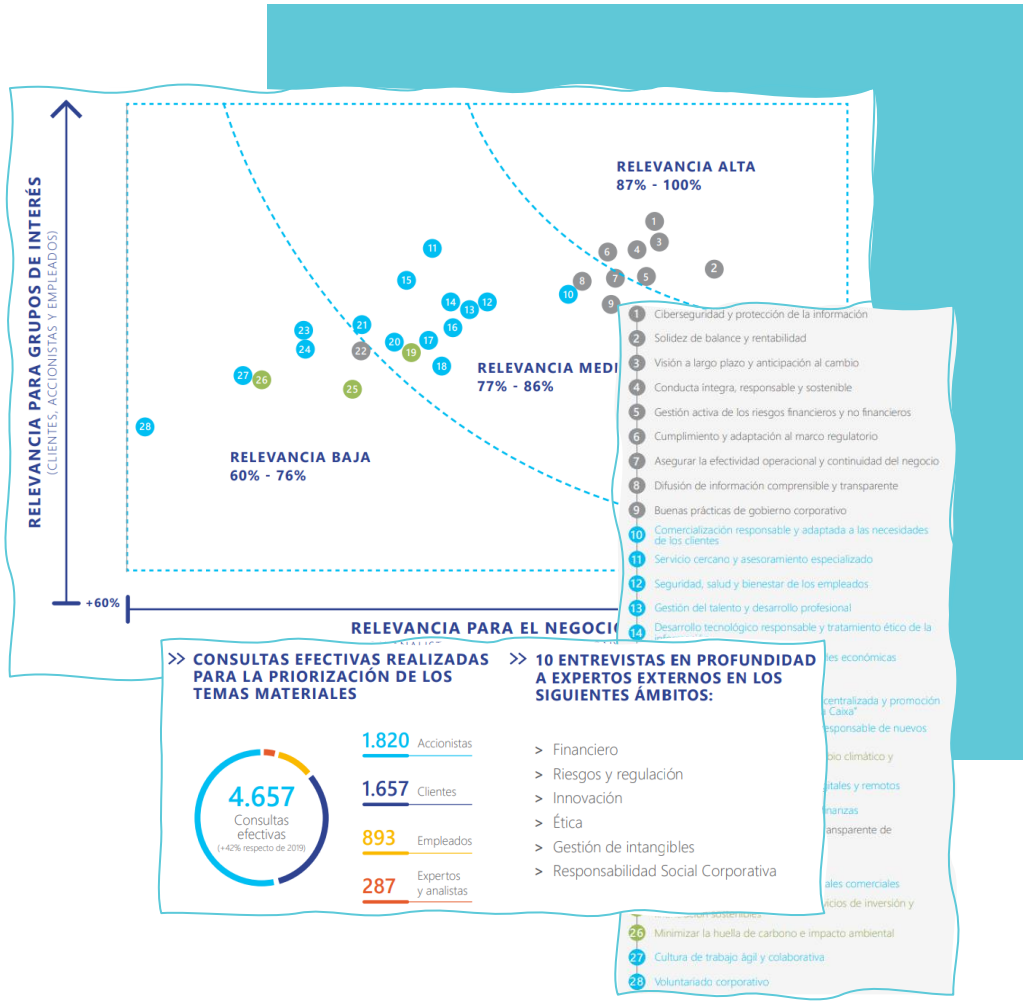


Los ejes de la matriz y sus niveles de relevancia: saber lo que es importante

En función del tipo de consultas que hayamos realizado en la fase de priorización, podremos obtener **diversos ejes a cruzar** en la matriz de materialidad. Un ejercicio habitual es comparar la relevancia de los temas para el **negocio/actividad de la organización**, y la relevancia de los mismos para los **grupos de interés consultados**.

Esta visualización permite que detectemos aquellos temas que son importantes para ambos ejes y, por tanto**, críticos para la organización**. Pero también podemos observar aquellas **cuestiones en las que hay diferencias** o sobre las que tenemos que poner **mayor o menor foco en el futuro**. Este tipo de conclusiones generan mucha **riqueza**, por ejemplo, a la hora de definir una estrategia de sostenibilidad.

Buenas prácticas en materialidad



Accede al Informe completo

Informe de Gestión Consolidado 2020 - CaixaBank

CaixaBank

- CaixaBank, el mayor banco del mercado español, realiza de forma anual un **exhaustivo análisis de materialidad** que reporta en su **Informe de Gestión Consolidado**.

- La empresa **detalla y explica la metodología** utilizada para realizar el análisis, para dimensionar y entender adecuadamente cómo se ha realizado el estudio: **más de 4.600 consultas realizadas** sobre un total de 28 temas relevantes en materia ESG.

- La **estrategia** de la compañía **se vincula directamente** con los temas relevantes identificados.

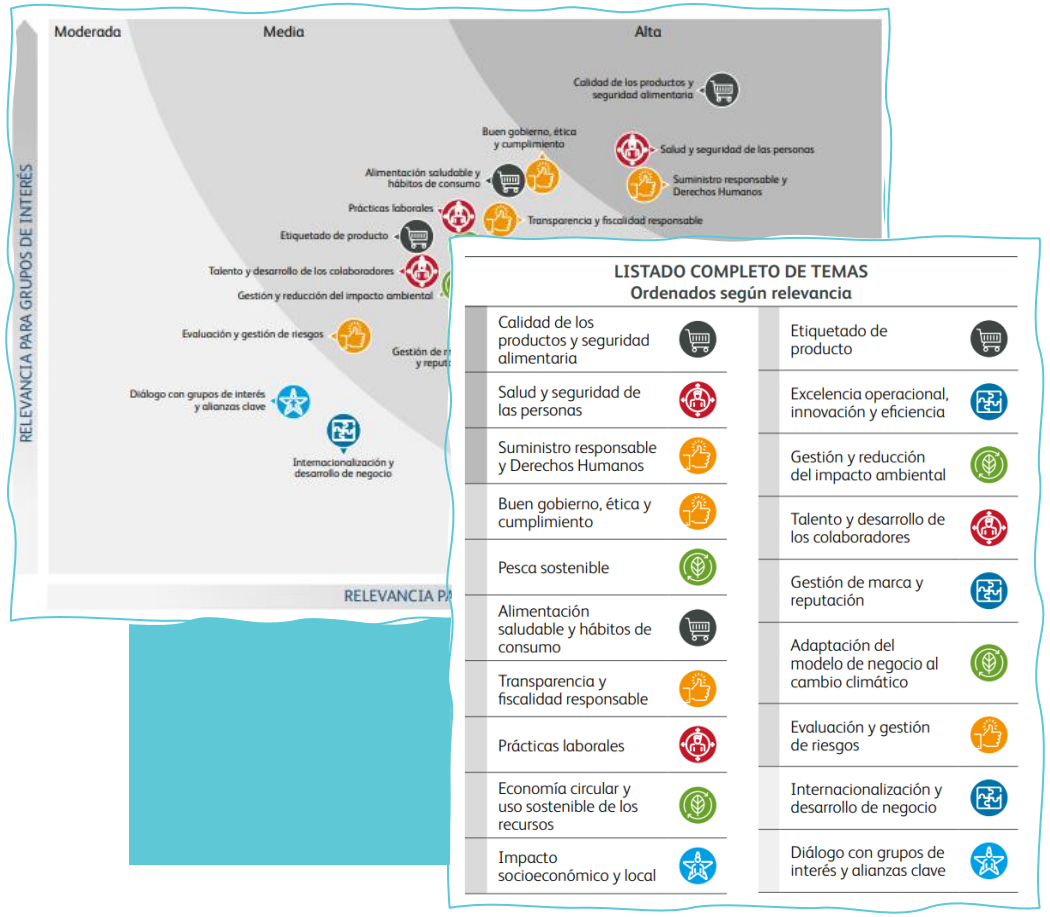
- En 2020 la entidad incluyó en su estudio de materialidad una **pregunta específica sobre COVID-19**, para entender a qué temas daban importancia sus grupos de interés principales de cara a afrontar las consecuencias de la pandemia.

Grupo Calvo

- Grupo Calvo, compañía global de alimentación especializada en conservas de pescado, cuenta con un enfoque claro hacia la **sostenibilidad y el compromiso responsable**.

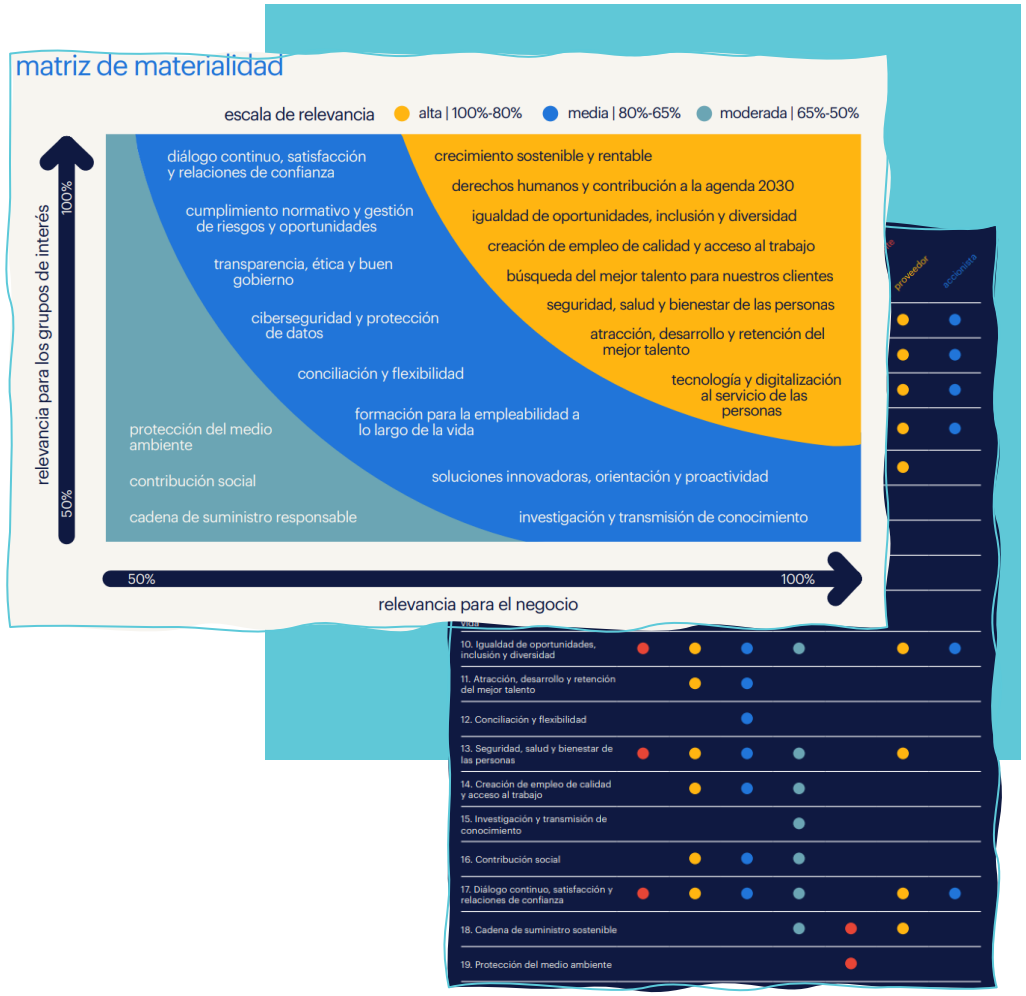
- En 2021, la compañía desarrolló un análisis de materialidad a través de un **exhaustivo proceso** del que participaron los principales grupos de interés de Grupo Calvo, así como los **colaboradores de las áreas y departamentos clave** de la compañía.

- El foco de actuación de Grupo Calvo se dirige hacia los **19 asuntos identificados en su matriz**, los más relevantes tanto para la compañía como para sus principales grupos de
- interés.



Accede al Informe completo

Informe Anual 2020 – Grupo Calvo



Randstad España

- La filial española de la compañía **líder a nivel global en el sector de los recursos humanos** reporta cada año un análisis de materialidad en su Informe de Sostenibilidad.

- Con un **exhaustivo análisis** de documentación interna y externa y consultas a sus principales grupos de interés, Randstad España construye una matriz de materialidad en **tres niveles de relevancia**.

- La compañía otorga especial importancia al **diálogo con sus stakeholders**. Por ello, en su análisis de materialidad incluye una **relación entre los temas materiales y los grupos de interés** a los que afecta especialmente cada uno de los temas.

Accede al Informe completo

Informe de Sostenibilidad 2020 – Randstad España

¿Te ayudamos?

Si te ha gustado este Informe y quieres poner en marcha en tu organización un estudio de materialidad, pero no sabes cómo empezar, no dudes en ponerte en contacto con **CANVAS Estrategias Sostenibles**. Analizaremos tus necesidades y te apoyaremos para que la priorización de los asuntos críticos en sostenibilidad sea una realidad en tu empresa.

Contacta con nosotros en hola@canvasconsultores.com

Para profundizar más...

CANVAS ESTRATEGIAS SOSTENIBLES (2021). *¿Cómo elaborar un informe no financiero de éxito?*

COMISIÓN EUROPEA (2017). *Comunicación de la comisión - Directrices sobre la presentación de informes no financieros (Metodología para la presentación de información no financiera).*

DIARIO RESPONSABLE (2021). *Isabel López Triana y Natalia Hernando nos hablan de RSE y materialidad.*

JEFATURA DEL ESTADO (2018). *Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad.*

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2021). *Universal Standards.*

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2021). *GRI Universal Standards 2021: Frequently Asked Questions (FAQs).*

RADAR CANVAS

RADAR CANVAS es la plataforma de inteligencia social y conocimiento de CANVAS Estrategias Sostenibles

INFORMES TRIMESTRALES

Investigación del contexto

ARTÍCULOS Y ANÁLISIS

Ideas, datos y opinión CANVAS

PUBLICACIONES ANUALES

Informes y estudios sobre tendencias

Accede a RADAR CANVAS