

Asesoramiento en el ámbito de la responsabilidad social, la reputación y la sostenibilidad

¿Conoce las claves que explican el actual posicionamiento en el mercado de la compañía respecto a las expectativas y percepciones de los grupos de interés? ¿Están alineadas todas las actuaciones de comunicación de la empresa en su ámbito de influencia?

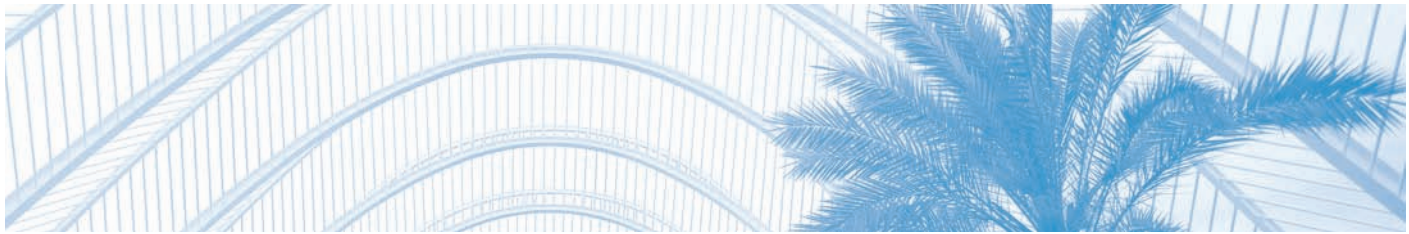
¿Se han diseñado planes de responsabilidad social corporativa (RSC), reputación o sostenibilidad, que permitan a la compañía posicionarse, diferenciarse y obtener ventajas competitivas?

¿Están preparados los sistemas de gobierno corporativo para soportar procesos de toma de decisiones robustos, éticos y consistentes a través de la organización?

¿Ha adoptado alguna estrategia para evaluar y mitigar el impacto del cambio climático en su empresa?

¿Está adecuadamente protegida la reputación frente a posibles amenazas? ¿Se aprovechan las oportunidades?

¿Cómo se gestionan los riesgos de reputación y los riesgos no financieros en la organización, y qué confianza y efectividad ofrecen los controles establecidos? ¿Y en Internet?



Servicios Especializados

- Desarrollo de una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa.
- Asesoramiento estratégico para el liderazgo en Sostenibilidad.
- Desarrollo de estrategias de Posicionamiento, Reputación y Marca.
- Asesoramiento en estrategia corporativa para el cambio climático y aplicación de políticas de eficiencia energética y energías renovables.
- Desarrollo de estrategias de Responsabilidad Social y Sostenibilidad en el Sector Público.
- Gestión de la reputación en Internet.
- Extensión de la responsabilidad a la cadena de proveedores.

Enfoque

- Análisis y gestión de la relación con los grupos de interés y proceso de reflexión estratégica en torno al posicionamiento actual y futuro de la empresa.
- Identificación, análisis y gestión del riesgo reputacional y de los riesgos y oportunidades de RSC.
- *Benchmarking* de RSC, Reputación y Sostenibilidad entre los líderes del mercado.
- Definición de una estrategia y un plan de acción detallado que integre todas las actuaciones actuales y priorice las futuras.
- Desarrollo de un marco de gestión y organización de RSC, integrado en el sistema de Buen Gobierno de la compañía.
- Desarrollo de un cuadro de mando no financiero.
- Desarrollo y soporte en la realización de la estrategia integral para la gestión del carbono.
- Recomendaciones para liderar los Índices de Sostenibilidad.
- Elaboración de códigos de conducta, tanto internos como externos (a proveedores) y de planes de comunicación apropiados.
- Identificación, análisis y gestión de intangibles, como las marcas.
- Localización de información anticorporativa en la red.

Beneficios

- Mejora de la imagen corporativa en relación con los grupos de interés claves.
- Conocimiento de los valores sobre los que se debe asentar la marca corporativa y gestión de los mismos.
- Atracción y retención del talento y creación de marca interna.
- Mayor nivel de transparencia de cara al mercado y mejor posicionamiento ante los inversores.
- Incorporación a los Índices Bursátiles de Sostenibilidad.
- Mejora de la planificación estratégica, la gestión del riesgo y mejoras operativas.
- Creación de ventajas competitivas a través de un posicionamiento proactivo en los aspectos de cambio climático, sociales o laborales.
- Obtención de capacidad de reacción y medios para hacer frente ante situaciones de competencia desleal o boicot de productos.

Casos de éxito

- La compañía, una de las principales empresas de transporte del país, estaba realizando actuaciones voluntarias como empresa responsable en muchos ámbitos, pero no recibía crédito ni reconocimiento por ello. PwC realizó un diagnóstico para conocer el punto de partida, identificar los grupos de interés claves de la empresa y sus expectativas y analizar los riesgos y oportunidades potenciales en el ámbito de la responsabilidad corporativa y la reputación. Este diagnóstico permitió diseñar un plan estratégico de actuación en materia de Responsabilidad y Reputación Corporativa y un plan de acción priorizado con una estructura organizativa para implantarlo.
- Una importante entidad financiera del mercado español encargó a PwC un Plan Estratégico de Marca y Posicionamiento que consistió en analizar la situación de su marca y su posicionamiento en el mercado y desarrollar un plan de actuación. Este plan constituyó una herramienta clave para gestionar, potenciar y proteger el liderazgo de Marca de la entidad en sus diferentes ámbitos de actuación.
- La compañía, una entidad financiera, estaba preocupada por la vulnerabilidad ante los ataques anticorporativos que sufría en el entorno digital. PwC elaboró sistemas de investigación para la localización y detección de ataques en la web, y desarrolló estrategias preventivas y un plan de actuación para paralizar los ataques. La retirada de contenidos y comentarios difamatorios produjo una mejora en la imagen de la entidad en el mercado.



www.pwc.com/es
gobierno.responsable@es.pwc.com