



PREMIOS EIKON 2012

Categoría 10:

COMUNICACIONES FINANCIERAS O CON LOS INVERSORES

Título del Programa:

PRIMER REPORTE DE SUSTENTABILIDAD PUBLICADO BAJO LINEAMIENTOS GRI DE LA INDUSTRIA DE FERIA, EVENTOS Y EXPOSICIONES. LA RURAL, PREDIO FERIAL DE BUENOS AIRES.

Nombre de la Compañía o Institución:

LA RURAL, PREDIO FERIAL DE BUENOS AIRES

Departamento que desarrolló el Plan:

DIRECCIÓN DE RELACIONES INSTITUCIONALES

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

EQUIPO DE RELACIONES INSTITUCIONALES DE LA RURAL (DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES: JUAN PABLO MAGLIER)



Introducción

La Rural es la compañía líder en Argentina en la industria de ferias, exposiciones, congresos y convenciones. Es el principal centro de exhibiciones del país y uno de los más importantes de América Latina. Con una ubicación privilegiada en el barrio de Palermo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuenta con una superficie de más de 120.000 m² para la realización de cualquier tipo de evento.

El conjunto histórico edilicio fue declarado, en 1997, Monumento Histórico Nacional por su valor agregado al patrimonio cultural del país. Además dentro del mismo se conjugan diferentes estilos basados en la tradición y la modernidad, que se reflejan en sus siete pabellones para ferias y exposiciones, un centro de convenciones de última generación y un exclusivo restaurante central, escenario de los eventos más tradicionales del país.

En los últimos años, la compañía detenta su actual posición de liderazgo, fruto del trabajo de un equipo de profesionales comprometido y con amplia trayectoria que se esfuerzan a diario para alcanzar una misma misión: *ser una ventana al mundo, principal centro de negocios, entretenimiento y cultura*

La calidad y excelencia son un diferencial que caracteriza a La Rural y que le ha permitido ampliar su horizonte de negocios diversificando su oferta de productos y servicios siempre bajo una misma visión institucional. Los principios por los cuales se rige la organización son: *Honestidad, Cumplimiento de las leyes, Desarrollo personal y profesional, Calidad y sencillez, Actitud de servicio, Trabajo en equipo y Rentabilidad.*

Las unidades de negocio se dividen en: Ferias Propias; Ferias de Terceros; Congresos, Convenciones y Eventos; y Desarrollo Internacional, una nueva unidad que nació con el objetivo de potenciar la expansión internacional de la compañía, exportando su know how hacia nuevos horizontes. Las exposiciones más destacadas en el interior del país son Nuestros Caballos Tandil y Expo Ganadera de Misiones; y en el exterior Moweeek (Colecciones Otoño-Invierno y Primavera-Verano), Expo Prado y el Dakar en sus ediciones 2009, 2010 y 2011.

La Rural recibe anualmente alrededor de cuatro millones de visitantes en más de 200 ferias y exposiciones, congresos y convenciones, eventos empresariales y sociales, actividad que se estima genera por año más de 60.000 oportunidades de empleo en forma directa o indirecta.



Objetivos:

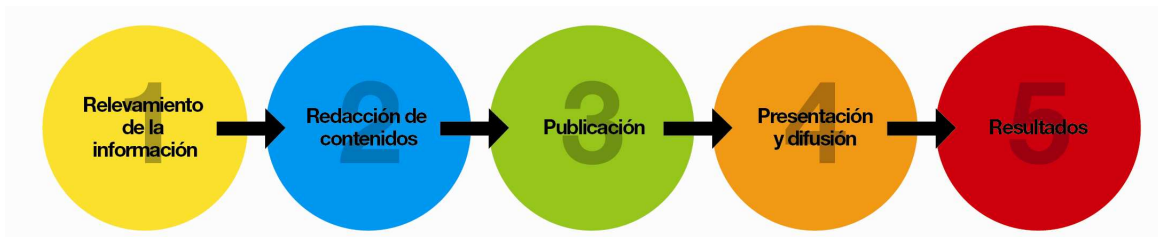
1. Publicar el primer Reporte de Sustentabilidad bajo los lineamientos de la Iniciativa de Reporte Global (GRI, por sus siglas en inglés), caso pionero a nivel internacional en la industria de ferias, congresos, convenciones y eventos.
2. Posicionar a La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires como la organización líder en materia de sustentabilidad en la industria nacional e internacional.
3. Generar espacios y actividades que despierten en la comunidad la conciencia sobre el cuidado del medioambiente y la promoción del desarrollo social.
4. Dar a conocer a los distintos públicos (clientes, proveedores, empleados, organizaciones no gubernamentales, periodistas, etc) la actividad de la compañía en materia de responsabilidad social empresaria.
5. Implementar en los procesos internos “mejores prácticas” sustentables que registren las actividades sociales, ambientales y económicas que lleva a cabo la compañía a fin de fortalecer la imagen y reputación de La Rural.

Ejecución del programa

La Rural comprende que la sustentabilidad es un proceso de mejora continua y un compromiso a largo plazo. Por ello, desde 2006 lleva adelante una política sostenida de Responsabilidad Social. A partir de 2009, decidió avanzar en la profesionalización de la gestión sobre este tema iniciando el proceso de elaboración de un reporte que pudiese medir, registrar y comunicar su desempeño organizacional en función de los objetivos de desarrollo sustentable.

El Reporte de Sustentabilidad fue realizado siguiendo los lineamientos de la versión G3 de las “Guías para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad” de Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org).

El proceso se desarrolló entre los meses de diciembre de 2010 y noviembre de 2011 con la ayuda de una consultora externa y contempló las siguientes etapas:



1. Relevamiento de la información:

Se identificaron los temas relevantes a incluir en la publicación y se analizó su materialidad en función de la calidad y tipo de contenidos. Una vez seleccionados los temas centrales del reporte se procedió a recabar la información internamente en las distintas áreas de trabajo de la compañía.

Como experiencia previa La Rural organizó durante 2009 y 2010 talleres en el marco de una iniciativa denominada “Podemos Más, Programa de Mejora Continua de la Actividad Ferial”, ciclo de encuentros periódicos e interactivos realizados con el objetivo de mejorar las prácticas sustentables del sector. Las distintas charlas contaron con la participación de responsables técnicos y operativos, clientes, personal interno y organizadores de ferias, eventos, congresos y convenciones.

De esta manera, la definición de los contenidos a incluir en el reporte se realizó contemplando los temas relevantes trabajados en forma conjunta con dichos grupos de interés, uno de los principales requisitos de GRI para evaluar la calidad y materialidad de la publicación.

2. Redacción de contenidos:

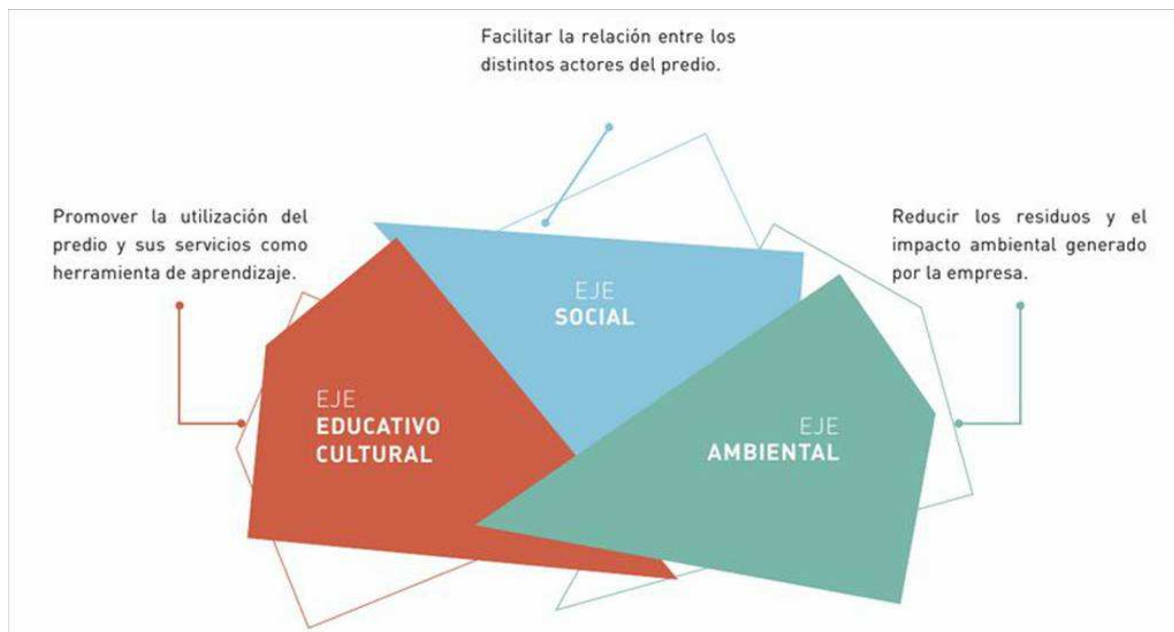
En esta fase se analizó la información disponible y se redactaron los contenidos de la publicación. Para la aprobación de la versión final, se realizaron varias ruedas de correcciones y ajustes con todos los sectores involucrados, de manera tal de asegurar la consistencia de la información.

El informe detalla los diferentes programas y acciones de la compañía e incluye información de su desempeño social, educativo, cultural y medioambiental. En el periodo comprendido por el reporte, La Rural concentró los esfuerzos de gestión ambiental en reducir el impacto de sus actividades en el entorno a través del Programa de Reutilización de Recursos, La Rural Recicla, el desarrollo de un Manual de Gestión Ambiental y la separación de residuos desde en origen.



Distintas iniciativas permitieron integrar a quienes constituyen el entorno social de la organización en actividades culturales y educativas. Se destacan el Programa Mejores Vecinos enfocado a mejorar la relación diaria con los vecinos del barrio de Palermo; La Rural Joyas del Centenario, mediante el cual se realizan visitas guiadas gratuitas para recorrer los sitios dentro del predio declarados Monumento Histórico Nacional; Palermo Lee, a través del cual alumnos de escuelas primarias visitan gratuitamente la Feria del Libro; Impulsarte, Programa de Estímulo al Arte Contemporáneo en el marco de arteBA y el programa Cesión Solidaria de Espacios, el cual permitió que La Rural trabaje mancomunadamente con distintas organizaciones no gubernamentales con fines solidarios en el desarrollo de su gestión.

Paralelamente, entre los programas destinados al compromiso con clientes, proveedores y colaboradores, sobresalen el diagnóstico e implementación de medidas para la accesibilidad del predio a través del programa La Rural Accesible, campañas de promoción de la salud, seguridad e higiene mediante La Rural te cuida, mejoras en la calidad del servicio con el programa Podemos más y beneficios para empleados a través del programa La Rural por vos.





3. Publicación

El Reporte de Sustentabilidad 2009-2010 de La Rural se publicó en el mes de noviembre de 2011, luego de un arduo trabajo de redacción, edición y diseño. Se publicaron 1000 ejemplares bajo la certificación FSC (la cual garantiza el cuidado del medioambiente) que fueron distribuidos entre los diferentes públicos de la organización: dependencias gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil, clientes (organizadores y expositores) y periodistas

4. Presentación y difusión:

La comunicación externa del reporte presentaba varios desafíos, ya que la difusión de este tipo de publicaciones ha disminuido la atención en los públicos primarios: medios y referentes de opinión en el ámbito público y privado de la RSE. Otro reto consistía en llegar al público general, una audiencia secundaria generalmente poco familiarizada con este tipo de informes.

Se analizaron diversas alternativas para implementar un plan de comunicación con acciones de impacto, en el cual la presentación del reporte se convirtiera en el objetivo central, pero cuyo desarrollo conceptual incluyera contenidos de mayor interés para los públicos previamente identificados.

De esta forma se concibió la idea de presentar el reporte mediante un evento: el coloquio “Liderazgo sustentable en la industria de ferias, congresos y eventos”.

Para el mismo se diseñó una agenda de temas actuales y se convocó a expositores reconocidos dentro de la temática. Esta combinación promovió la aceptación por parte del *target* al evento.

Los panelistas que participaron del coloquio fueron los siguientes:

- Diego Santilli, Ministro de Ambiente y Espacio Público del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, quien destacó la labor de La Rural como el primer gran generador de residuos que separa los materiales en origen a través del programa La Rural Recicla.
- Teresa Frías, Gerente General de arteBA, comentó su experiencia sobre Impulsarte.
- Ana María Mestre de Sambrizzi, Presidenta de COAS, expuso sobre el trabajo conjunto en el Programa Cesión Solidaria de Espacios.
- Beatriz Anchorena, Presidenta de Fundación Compromiso, disertó sobre el trabajo mancomunado junto a La Rural en el Programa de Reutilización de Recursos.



- Carlos Pazos, Presidente de la Comisión de Comunicación de Fundación El Libro, compartió como se desarrolló el Programa Palermo Lee en el marco de la Feria del Libro.
- Pablo Milione, Director del Instituto 13 de Julio, agradeció por el material reciclado.
- Claudio Dowdall, Director General de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires.
- Marcelo Zarco, Director de Operaciones de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires.
- Juan Pablo Maglier, Director de Relaciones Institucionales de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires.

Todos ellos disertaron acerca de su trabajo cotidiano vinculado a la Responsabilidad Social y las distintas acciones que realizan en conjunto con La Rural, mostrando el enfoque integral de sustentabilidad que asumió la organización, así como las distintas iniciativas de articulación público privada desarrolladas.

Como compañía que ostenta el liderazgo comercial en el sector de exposiciones, convenciones, congresos y eventos, La Rural entendió que este encuentro confirmaba la convicción con que la empresa encaró la gestión de la RSE, siendo el coloquio un espacio para plantear los desafíos de la responsabilidad social en la industria y para promover este espíritu en toda la cadena de valor: expositores, organizadores, armadores, visitantes y sponsors.

La conducción del evento estuvo a cargo del periodista especializado en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresaria, Guillermo Petrucelli. Otro elemento distintivo de la comunicación del reporte consistió en la transmisión en vivo del coloquio a través de RSC Radio vía internet (www.rscradio.com.ar).

Para ampliar el acceso a la información a todos los allegados de la organización, se contempló la utilización de las redes sociales para ampliar la difusión del reporte entre el público en general y se publicó una versión digital en la página web de la empresa, disponible en: www.larural.com.ar/responsabilidadsocial.

Complementando este trabajo, se elaboró un documental audiovisual alusivo al Plan de Responsabilidad Social de la compañía. El mismo contó con la participación del Padre Alejandro Puiggari de la Parroquia Nuestra Señora del Rosario quien comentó su experiencia con el programa Mejores Vecinos; Soraya Chaina, guía del Ente de Turismo de Buenos Aires -quien realiza las visitas guiadas "La Rural Joyas del Centenario"; Laura Leone de la Legión Buena Voluntad, quien agradeció por haber sido beneficiada en el programa de Reutilización de Recursos y Martín Giménez Rébora, Responsable del área de Movilización de Recursos de UNICEF Argentina, que compartió su experiencia del programa Corazones Solidarios.



A través de la cuenta oficial de la compañía en Facebook, aproximadamente 21 mil seguidores tuvieron la posibilidad de seguir minuto a minuto el coloquio. Simultáneamente al evento, en la cuenta de Twitter @LaRural_BsAs mediante el hashtag #laruralreporta, se logró llegar al target secundario, el público en general, de una manera directa abriendo un canal de comunicación para recibir opiniones y comentarios sobre la publicación.

Complementariamente desde el canal corporativo “laruralpredio” creado en YouTube (que superó las 7200 vistas) también se compartieron videos con testimonios de los ejecutivos de la empresa sobre el lanzamiento del reporte y varios videos sobre los programas de Responsabilidad Social de La Rural.

Resultados

El reporte constituyó un hito en la gestión de la compañía para consolidar su política de sustentabilidad y también la posicionó como un caso pionero en la industria a nivel internacional ya que fue el primer informe del sector publicado bajo los lineamientos de Global Reporting Initiative.

Como validación de la correcta aplicación de la mencionada Guía, se envió la publicación a GRI y se obtuvo la declaración de Control del Nivel de Aplicación por parte de dicho organismo.

La realización del coloquio como ámbito de lanzamiento del reporte resultó ser acertada. La convocatoria al evento contó con la presencia de más de 120 personas. En cuanto a la repercusión en la prensa, se superaron las 40 publicaciones en medios on line y off line. La cobertura relacionada con el coloquio contribuyó significativamente a aumentar el interés de los medios por cubrir el lanzamiento del Reporte, lo cual demostró ser una acción efectiva para captar la atención de un tema, que de por sí recibe una tratamiento bajo en términos de extensión y visibilidad.