

Schneider Electric lanza un servicio de comunicación internacional para la transparencia de las empresas

El servicio se basa en un conjunto de soluciones de consultoría en energía y sostenibilidad de la empresa y es el resultado de más de una década de colaboraciones en comunicación corporativa. Las acciones en favor de la sostenibilidad y de los criterios ESG deben comunicarse de manera proactiva para abordar las presiones por parte de los stakeholders, entre ellos inversores, empleados y competencia

Schneider Electric, líder en la transformación digital de la gestión y la automatización de la energía, ha anunciado un nuevo Servicio de Comunicación, que se suma de forma estratégica al conjunto de servicios de consultoría de energía y sostenibilidad de la empresa. El servicio está diseñado para ofrecer una solución integral a la creciente necesidad de las empresas de comunicar de forma más transparente y proactiva sus objetivos y avances en energía, sostenibilidad y acción climática, especialmente para los inversores y stakeholders. De esta manera, el nuevo servicio integrado de Schneider Electric apoya las necesidades de marketing, comunicación y reputación de sus clientes.

"Tomar medidas relevantes sobre cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) se ha convertido en algo fundamental para las empresas, en respuesta a la creciente presión por parte de los inversores, empleados y clientes", asegura Steve Wilhite, Senior Vice President de Schneider Electric. "Sin embargo, muchas compañías no están aprovechando sus esfuerzos ESG para comunicarlos de forma eficaz, algo esencial en un escenario cada vez más competitivo y ambicioso".

Un estudio realizado por Schneider Electric y el grupo de medios GreenBiz indica que, aunque las empresas están tomando medidas en materia de energía y sostenibilidad a un ritmo cada vez acelerado, la comunicación juega un papel vital para el éxito de todo el proceso. Este estudio asegura que las empresas que anuncian públicamente sus objetivos avanzan más rápido a la hora de alcanzarlos, y cuando se comunican objetivos más ambiciosos, los encuestados afirman sentirse más seguros de que tendrán éxito a la hora de conseguirlos.

La presión para ser más transparentes sobre cómo progresan las empresas en relación a los criterios ESG también está aumentando a nivel mundial. A principios de este año, la Comisión de Intercambio y Seguridad de los EE. UU. (SEC) anunció la creación de un grupo de trabajo centrado en el clima y los ESG. El grupo de trabajo se encarga de descubrir los casos de "greenwashing" para garantizar una divulgación y comunicaciones consistente y válida sobre los riesgos climáticos. Se están considerando medidas similares en otros países. Los inversores, como BlackRock, también han dejado claro que las empresas sin objetivos claros y sin acciones sobre el cambio climático, en particular, se enfrentan a su escrutinio y a censura.

Sin embargo, actuar no es suficiente: comunicar de manera más proactiva y abierta esas acciones se ha convertido en un nuevo imperativo, y el nuevo servicio de comunicación de Schneider Electric está diseñado para ello. De esta forma, Schneider Electric ayuda a consolidar el liderazgo y la credibilidad de las empresas, protege su reputación y proporciona su experiencia en energía y sostenibilidad, sea

cual sea el nivel de madurez de las compañías en esas áreas.

Los nuevos servicios incluyen el diseño de estrategias, informes, promoción y engagement, entre otros. Dentro de las estrategias, se contemplan acciones como el análisis de mercado competitivo y evaluación comparativa, el desarrollo narrativo sobre ESG y la identificación de espacios de conversación para directivos y stakeholders. En cuanto a los informes, contempla el análisis y revisión de informes ESG existentes, la creación de nuevos informes ESG y su gestión integral para que cumplan con la GRI (Global Reporting Initiative). De cara a acciones de Promoción, el servicio contempla las relaciones públicas internacionales y relación con los medios, a través de mensajes sobre la sostenibilidad, y la creación de activos y campañas personalizadas. Para reforzar el engagement, se incluyen servicios de marketing para cambios a nivel empresarial y la creación de campañas de clientes.

Schneider Electric, que ha sido nombrada la empresa más sostenible del mundo por Corporate Knights en febrero, ya lleva ayudando a sus clientes en su comunicación desde hace más de una década. Ejemplos de ello son Digital Realty, Fifth Third Bank, Maple Leaf Foods, Signify y Walmart, entre otros.

“Cada vez más, vemos la certeza por parte de nuestros clientes, entre otros stakeholders, no solo para tomar medidas en materia de sostenibilidad, sino también para compartir nuestra visión y objetivos públicamente”, afirma Ian Robb, CEO de Vita Group. "Schneider Electric ha sido un partner valioso en la creación e implementación de nuestra narrativa sobre sostenibilidad".

El equipo de Schneider Electric incluye redactores de informes para la GRI, certificados por ISOS, profesionales certificados en sostenibilidad y cambio climático, y MBA en marketing y gestión de cambios organizativos en Norteamérica y en Europa.

Para más información sobre los servicios de consultoría de Schneider Electric, hacer click aquí. Para noticias sobre energía y sostenibilidad, así como información sobre tendencias y mejores prácticas, visita Perspectives y sigue los Servicios de sostenibilidad y energía de Schneider Electric en LinkedIn.

Datos de contacto:

Noelia Iglesias
935228612

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Internacional](#) [Comunicación](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Otros Servicios](#) [Sector Energético](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>