

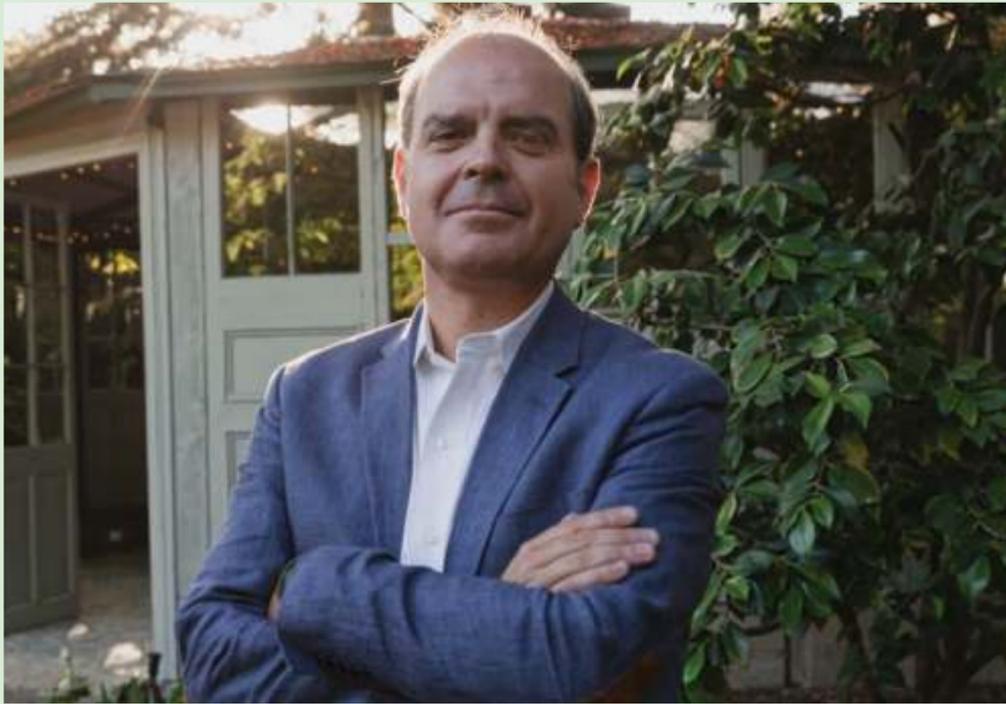
cenco·malls

MANUAL

Relacionamiento Comunitario Regional



Bienvenida



Sebastián Bellocchio
Gerente General Cenco Malls

“En Cenco Malls hemos iniciado un camino hacia una nueva forma de hacer negocios, desde una mirada socialmente responsable. Esta perspectiva se traduce en un compromiso puro por incorporar a nuestros principales grupos de interés a nuestra gestión de manera activa, apuntando a la creación de valor compartido con nuestro entorno.”

Estimados colaboradores de Cenco Malls: Me complace presentar nuestro Manual de Relacionamiento Comunitario, una herramienta fundamental para fortalecer el vínculo entre nuestros centros comerciales y las comunidades con las cuales interactuamos. En Cenco Malls estamos comprometidos con el desarrollo y crecimiento conjunto con las comunidades, y este documento es un paso importante hacia ese objetivo.

Con un alcance regional que abarca Chile, Perú y Colombia, buscamos establecer un enfoque unificado y alineado con nuestra Estrategia de Integración y Desarrollo Comunitario. Este manual proporciona orientación y recursos para construir relaciones sólidas y significativas con nuestros grupos de interés, considerando a colaboradores, locatarios, proveedores,

clientes, autoridades y agrupaciones en cada radio de influencia de nuestras instalaciones.

Nuestro propósito es generar un impacto positivo en nuestras comunidades, desde las etapas tempranas de desarrollo de nuestros malls y, por supuesto, durante su operación. Lo anterior, a través de iniciativas y acciones colaborativas, asumiendo que aspirando a ser un vecino que contribuya al bienestar general de nuestro entorno y de los territorios que nos acogen; más allá incluso del servicio que prestamos.

Agradezco su compromiso y esfuerzo para hacer de Cenco Malls un referente en relacionamiento comunitario y desarrollo sostenible.

Índice

1. Vinculación comunitaria en una mirada

- 1.1 Objetivos
- 1.2 Alcance
- 1.3 Conceptos clave
- 1.4 Áreas de influencia y su alcance
- 1.5 Actores de la comunidad

2. Etapas de gestión comunitaria en fase de desarrollo inmobiliario

- 2.1 Relacionamiento comunitario en proceso de diseño
- 2.2 Relacionamiento comunitario en proceso de desarrollo del proyecto
- 2.3 Relacionamiento comunitario en proceso de construcción del proyecto
- 2.4 Roles y responsabilidades en la etapa de proyecto y construcción

3. Proceso de relacionamiento comunitario en fase operacional

- 3.1 Niveles de relacionamiento comunitario
- 3.2 Plan de gestión de la comunidad
- 3.3 Roles y responsabilidades

4. Conociendo mi comunidad

- 4.1 Matriz de relacionamiento comunitario
- 4.2 ¿Cómo se agrupan los actores?

5. Proceso de relacionamiento

- 5.1 Levantamiento y análisis de información
- 5.2 Planificación
- 5.3 Ejecución
- 5.4 Evaluación

6. Canales de comunicación

- 6.1 Contacto comunidades
- 6.2 Encuesta grupos de interés

1. Vinculación comunitaria en una mirada

1.1 Objetivos

General

Apoyar la construcción del relacionamiento de nuestros centros comerciales con sus comunidades, entregando herramientas que contribuyan a su desarrollo y a la realización de iniciativas conjuntas.

Específicos

- Implementar un modelo de relacionamiento con la comunidad desde el inicio de los proyectos hasta su operación.
- Entregar herramientas y prácticas que inviten al aprendizaje y construcción del vínculo.
- Aprender a identificar y mantener actualizada la matriz de relacionamiento y protocolos con la comunidad.
- Diseñar programas alineados con las marcas que mejoren la calidad de vida de la comunidad.

1.2 Alcance

Los programas de compromiso con grupos de interés se aplican en todas las etapas y operaciones que forman parte del entorno que cada Centro Comercial ha definido.

Este manual tiene un alcance regional y aborda los centros comerciales de Chile, Perú y Colombia, con el fin de establecer un trabajo unificado y alineado en torno a la Estrategia de Integración y Desarrollo Comunitario, por parte de los equipos de Obras, Proyectos, Operaciones, Sostenibilidad, Comunicaciones Externas y todos aquellos colaboradores de Cenco Malls que se vinculen con los diferentes grupos de interés.

Incluye el proceso de relacionamiento temprano o anticipado, desde que se diseña el proyecto, ya sea una ampliación o una Iniciativa *Greenfield*.

*Greenfield, desarrollo de proyectos desde cero.

1.3 Conceptos clave



COMUNIDAD

Corresponde a cualquier organización o grupo humano presente en el entorno de los centros comerciales de forma directa (1 km a la redonda) o indirecta que presente interés/influencia sobre este. Una comunidad puede variar en su propósito, tener un carácter colaborativo como discrepante.



RELACIONAMIENTO COMUNITARIO

Conjunto de prácticas que se establecen para iniciar y mantener una relación mutuamente beneficiosa con las comunidades. La gestión es parte del negocio y se integra en el día a día.



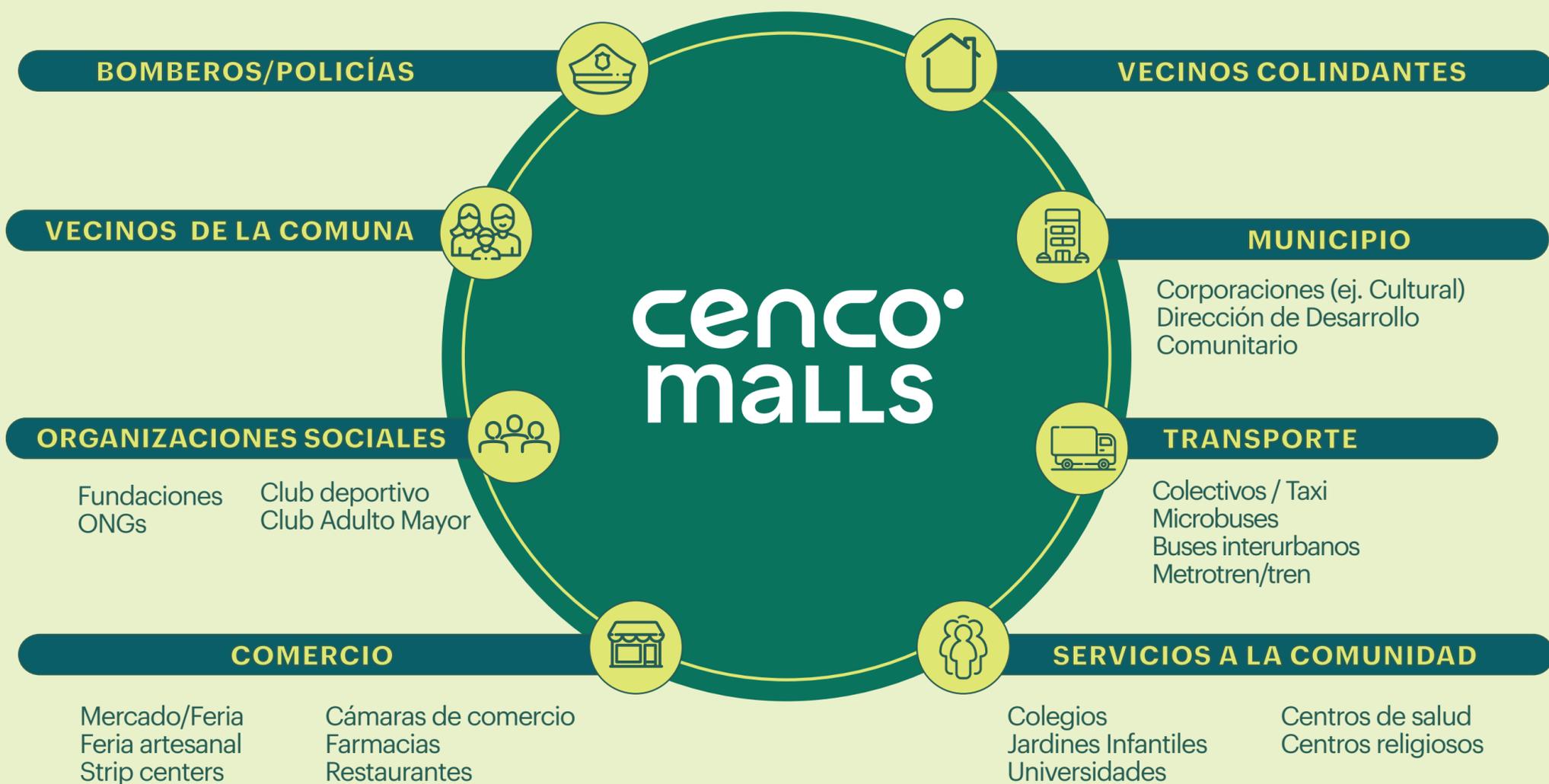
RIESGOS COMUNITARIOS

Los principales riesgos asociados a no gestionar el vínculo comunitario son de orden reputacional (exposición desde la imagen pública) y continuidad del negocio asociado al funcionamiento de los centros comerciales.

1.4 Actores de la comunidad

Pueden variar en tipo y relevancia, por lo que dependen de la revisión proactiva para su actualización, o de hechos puntuales específicos con alguno de ellos. Anualmente se actualiza el mapa de grupos de interés, en este proceso cada operación en su respectivo país identifica y clasifica a sus actores comunitarios de acuerdo a las siguientes categorías.

Estas categorías son referenciales y no implica que todos estos grupos deban formar parte del centro comercial, sino que se adecuan a la realidad local.



2. Etapas de gestión comunitaria en fase de desarrollo inmobiliario

2.1 Relacionamiento comunitario en proceso de inicio de un proyecto: (ideación/análisis, diseño y desarrollo).

- Gerente de Obras y Proyectos a cargo es el/la encargada de armar un comité de proyecto conformado por representantes de las áreas de: Obras y Proyectos, Asuntos Corporativos, Comunicación y Sostenibilidad
- El Gerente de Obras y Proyectos designa un Coordinador de Proyecto (diseño y construcción) a cargo de liderar el proceso de permisología del proyecto y vinculación con las diferentes entidades normativas.
- Identificación de Actores Clave: Identificar líderes comunitarios, organizaciones locales y autoridades técnicas competentes.
- Mapeo Comunitario: Realizar encuestas y entrevistas para entender las necesidades, preocupaciones y expectativas de la comunidad, autoridades municipales y otros actores relevantes.
- Análisis del Entorno: Evaluar el impacto ambiental, social y económico del proyecto en la comunidad a partir de los puntos anteriores.

2.2 Relacionamiento comunitario en etapa de construcción

- Establecer canales de comunicación formales y reconocibles que actúen como vínculos entre la Compañía y las contrapartes comunitarias para facilitar el acceso a la información.
- Desarrollar un plan efectivo que promueva la participación ciudadana desde las etapas iniciales del proyecto. El plan debe incluir procesos de consulta para considerar atributos comunitarios en la etapa de factibilidad o diseño preliminar.

2.3 Relacionamiento comunitario en etapa de operación

- Cuando inicie la operación el Comité de Proyecto tendrá que establecer un plan para el traspaso progresivo del vínculo con la comunidad al equipo del centro comercial encargado de este tema. El plan de traspaso debe contemplar la presentación del equipo de operaciones a los líderes comunitarios, establecer los canales de contacto y emitir las actas de reunión.
- El equipo del centro comercial encargado de la relación con la comunidad deberá llevar la estrategia de sostenibilidad del grupo a un plan de trabajo con la comunidad, en aquellos aspectos que sean atinentes a sus necesidades. diseño preliminar.

3. Proceso de relacionamiento comunitario en fase de operación

3.1 Niveles de relacionamiento comunitario

Contamos con tres niveles de relacionamiento comunitario que van desde informar (unidireccional), un segundo nivel que integra la retroalimentación de los actores del territorio y finalmente la creación de valor compartido, a través de gestión colaborativa.

Estas fases son:



INFORMAR



**CONSULTAR
E INTEGRAR**



**CREAR VALOR
COMPARTIDO**

Mínimo de la operación

Gestión del vínculo

Posicionamiento

**ESCASO
RELACIONAMIENTO**

Asegurar que las acciones asociadas a los mínimos de desarrollo de un centro comercial y de la operación del mismo mantengan armonía con los actores de la comunidad. Por ejemplo, logística andenes de proveedores, gestión de ruidos asociados a la operación, etc.

**INICIATIVAS
PUNTUALES**

Establecer relaciones de confianza y mutua colaboración con actores de la comunidad.

**RELACIONAMIENTO
ESTRATÉGICO**

Ser reconocidos por los actores de la comunidad como aporte a la comuna desde un sello distintivo.

3.2 Plan de gestión de la comunidad

¿Cómo estructurar/construir/establecer un plan de gestión según el nivel de relacionamiento?

NIVELES	ACTIVIDADES	MEDIO DE VERIFICACIÓN
<p>Mínimos de desarrollo y operación</p> <p>Asegurar que las acciones asociadas a los mínimos de desarrollo de un centro comercial y de la operación del mismo mantengan armonía con los actores de la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar todos los mínimos de desarrollo y operación críticos. • Establecer medidas de acción. • Comunicar a los actores involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de mínimos de operación que hayan concurrido en reclamos. • Plan de medidas. • Reunión con actores involucrados y/o actas formales.
<p>Gestión del vínculo</p> <p>Establecer relaciones de confianza y mutua colaboración con actores de la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar a todos los actores de la comunidad relevantes. • Reuniones con jugadores (alto poder e interés por el proyecto) • Diseño de iniciativas con actores de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Envío de cartas de primer contacto. • Actas de las reuniones. • Registro de iniciativas en conjunto.
<p>Posicionamiento</p> <p>Ser reconocidos por los actores de la comunidad como aporte a la comuna desde un sello distintivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones de acuerdo a la realidad de cada centro comercial. • Comunicación de acciones. • Programas de desarrollo comunitario. 	<p>Registro/listado de acciones con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de acciones. • Campañas de marketing.

1.5 Áreas de influencia y su alcance

El área de influencia corresponde al territorio donde se emplaza cada centro comercial y donde se pueden manifestar los principales impactos asociados al desarrollo, construcción y operación.

Se debe determinar considerando cada proyecto, incluyendo su zona de influencia y los estándares normativos de cada país.

Área de influencia directa: (AID)

Es aquella zona territorial donde se encuentra el centro comercial y que se ve impactada por nuestro desarrollo, construcción y operación. El área de influencia dependerá de cada proyecto, y en aquellos que se haya ingresado al Servicio de Impacto Ambiental (SEIA) o su símil en cada país, viene estipulado lo que se define como alcance por proximidad de comunidades. Por ejemplo, juntas de vecinos, colegios, etc. En etapa de operación definimos un radio de influencia de 1 km.

Área de influencia indirecta: (AII)

Es aquella zona territorial más allá de los límites del terreno del centro comercial, la cual se puede ver afectada de manera indirecta por el desarrollo, construcción y operación. Por ejemplo, entidades regulatorias, medios de comunicación, transporte, etc.

* Cada centro comercial cuenta con su propio diagnóstico de relacionamiento comunitario, que se adecua a su realidad.

** Se recomienda considerar como límite administrativo natural para priorizar la relación, la comuna donde se localizan los centros comerciales.

2.4 Roles y responsabilidades en la etapa de proyecto y construcción

El rol de cada colaborador y su respectiva área es fundamental para ejecuciones y desarrollos de iniciativas en tiempo y forma, respecto al Relacionamiento Comunitario.

Gerente general

Gerente Obras y Proyectos

Subgerente de Proyectos

COORDINADOR DE PROYECTOS	JEFE DE OBRA	ASUNTOS PÚBLICOS Y COMUNICACIÓN	ÁREA DE SOSTENIBILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> Líder inicial del proyecto, encargado de dirigir y establecer los lineamientos fundamentales para el desarrollo de procesos normativos ciudadanos y comunitarios, que cada país exija, por ejemplo en el caso de Chile: <ul style="list-style-type: none"> IMIV (Informe de Mitigación de Impacto Vial) PAC (Participación ciudadana) DIA (Declaración impacto ambiental) La labor del coordinador del proyecto concluye al inicio de la obra, una vez que los procesos normativos han sido cumplidos y aprobados. 	<ul style="list-style-type: none"> Monitorear y liderar el proceso de construcción, asegurando la ejecución dentro del período estimado. Considerando las coordinaciones y lineamientos establecidos previamente durante la fase de planificación del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Garantizar el cumplimiento del marco legal y los parámetros de acción y gestión necesarios para la validación del proyecto, tanto en las etapas previas como posteriores a la normativa aplicable, asegurando una base sólida para su eventual construcción Fomentar una comunicación fluida y efectiva entre todos los actores involucrados, promoviendo la coordinación y el consenso durante las distintas fases del proyecto. Asegurar la adecuada visibilización del proyecto, destacando su relevancia y avances, para generar interés, respaldo y confianza entre las partes interesadas y la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Ser la principal contraparte interna responsable de recibir y aplicar los lineamientos establecidos para el desarrollo del proyecto, asegurando su correcta adopción y alineación con los objetivos estratégicos de la organización. Liderar la coordinación operacional en el centro comercial, gestionando de manera integral los impactos que las operaciones puedan generar en las comunidades aledañas y promoviendo soluciones que favorezcan la convivencia territorial. Garantizar una vinculación temprana y efectiva con la comunidad, integrando estándares ambientales clave que refuercen la sostenibilidad del proyecto, generen confianza y fomenten relaciones positivas desde el inicio del proceso.



3.3 Roles y responsabilidades en etapa de operación

GERENTE OPERACIONES

Monitorea de forma transversal el relacionamiento comunitario de los Centros Comerciales

CENTER MANAGER

Responsable directo del cumplimiento del Relacionamiento Comunitario. El Jefe de Operaciones será el guía principal entorno a medidas de Relacionamiento Comunitario. Debe monitorear que la estrategia de sostenibilidad sea implementada en el centro comercial. Debe acompañar estratégicamente las decisiones y acciones que emprenda la operación con el fin de entregar lineamientos comunes.

JEFE DE OPERACIONES

Su rol es garantizar que los compromisos tomados con cada actor comunitario sean llevados a cabo desde la operación del centro comercial. Debe acompañar al Center Manager a las reuniones establecidas con los actores de la comunidad.

EQUIPO CENTRO COMERCIAL

A cargo de colaborar con todos aquellos requerimientos que presente tanto el Center Manager como el Jefe de Operaciones en la diferentes acciones de vinculación comunitaria.

EQUIPO ESTRATÉGICO

Área de Activaciones, Marketing y Experiencia:

Generar campañas y activaciones que promuevan la entretención y experiencia de los diferentes grupos de interés. Siempre asegurando la medición e impacto.

Área Comercial:

Disponibilizar espacios bajo la mirada de apoyo social.

Nuevos Negocios

Levantar riesgos e incluir gestiones sociales.

Unidades de Negocio y Locatarios

En los centros comerciales en que exista un Easy, Jumbo y/o Paris (incluyendo otros locatarios) la relación con los vecinos debe ser gestionada desde el Center Manager por lo que deben contar con un canal de comunicación entre ambas partes.

ÁREA SOSTENIBILIDAD

Monitorear la implementación de la Estrategia de Sostenibilidad, incluyendo la gestión de Relacionamiento Comunitario en cada Centro Comercial.

Debe acompañar estratégicamente las decisiones y acciones que emprenda la operación, con el fin de entregar lineamientos comunes y que la implementación de las iniciativas sea liderada por los equipos de operaciones

La implementación queda en manos de los equipos de operaciones.

4. Conociendo mi comunidad

4.1 Matriz de Relacionamento Comunitario



INTERÉS

El interés se mide según el nivel de afectación o beneficio que un stakeholder percibe del Centro Comercial, puede ser alto si este es fuente de empleo, servicios, punto de reunión o facilita proyectos importantes. Por otro lado, será bajo si la relación es esporádica o poco significativa.

PODER

El poder se mide por la capacidad de un stakeholder para influir en el Centro Comercial o en otros actores clave. Puede ser alto si influyen en opiniones, gestionan permisos, tienen presencia mediática o lideran organizaciones locales. Será bajo si carecen de influencia significativa o conexiones estratégicas.



4.2 ¿Cómo se agrupan los actores?

JUGADORES

Son quienes tienen el mayor nivel de interés en la empresa, y además presentan la mayor influencia (poder) para intervenir en su desarrollo.



“Gestionarlos atentamente”

- Conocerlos, dedicarles tiempo y mantenerse relacionados con un contacto proactivo, concreto y debidamente planificado.
- Implican un alto nivel de relacionamiento.
- Reuniones bimestrales como mínimo.
- Buscar espacios de trabajo en conjunto.
- Comunicación directa con CM.
- Se busca posicionamiento.

INTERESADOS ESPECÍFICOS

Comparten el interés de los jugadores, sin embargo, no cuentan con el mismo poder que los jugadores. Esto suele deberse a que su motivación, vínculo y/o compromiso, puede referir a un aspecto restringido y menos gravitante.



“Mantenerlos informados”

- Generar diálogo a través de canales abiertos y periódicos de comunicación, pero sin saturarlos, para que puedan convertirse en buenos aliados.
- Reuniones semestrales/anuales.
- Correos electrónicos para mantenerlos informados.

FIJADORES DE CONTEXTO

Son actores con un bajo interés en el centro comercial (que puede variar fácilmente para convertirlos en jugadores), pero un alto poder e influencia.

Su relación es más bien indirecta con el centro comercial, pero no deben ser ignorados, se necesita ir revisando situaciones que puedan activar su poder.



“Mantenerlos satisfechos”

- Entablar espacios de diálogo y estar disponibles ante requerimientos específicos de forma oportuna, precisa y ágil.
- No es necesario generar reuniones si no son solicitadas.
- Identificar riesgos/oportunidades que existen respecto a ellos.
- Establecer previamente protocolos de relación (vocero, cómo responder consultas, instancias, etc.)

PÚBLICO

El público tiende a encontrarse a la espera del desarrollo de acciones que motiven su toma de postura y opinión.

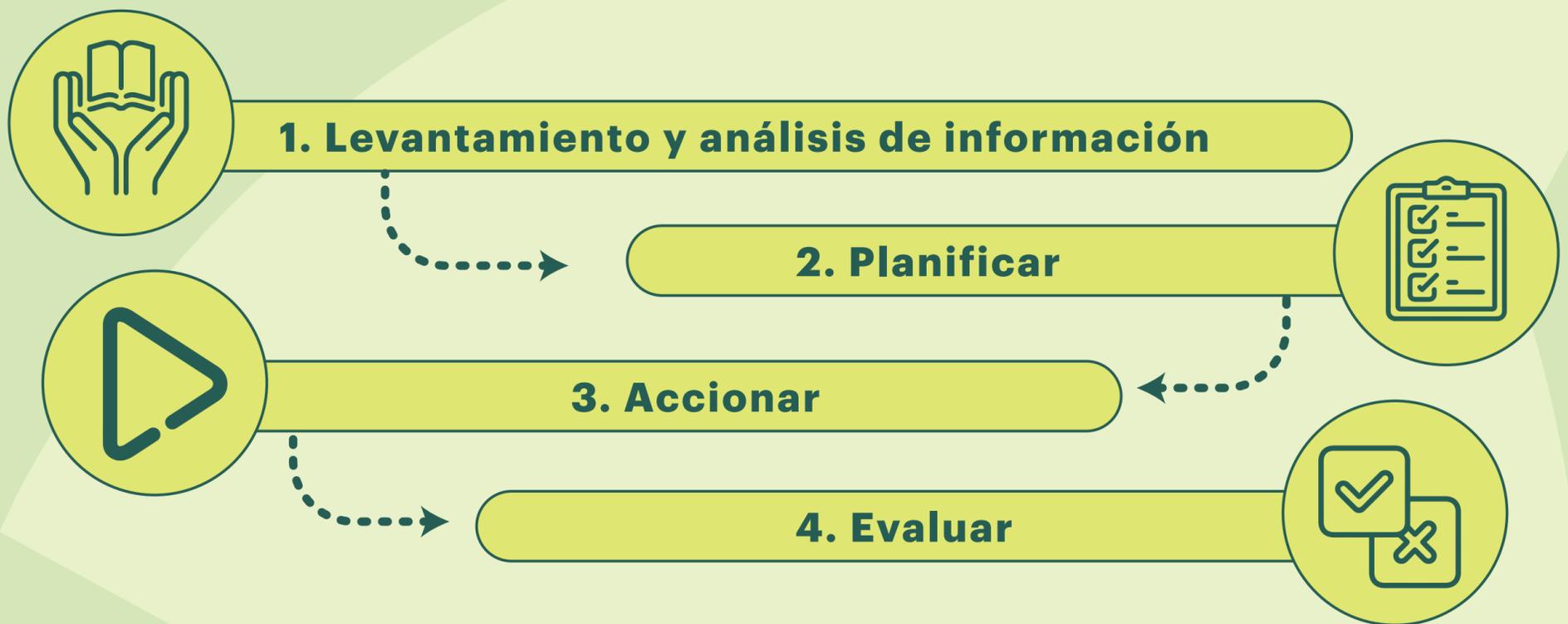
Por ende, se les identifica con bajos niveles de interés e influencia.



“Monitorearlos”

- Mantener identificados, con información de contacto actualizada y posibles intereses.
- No entregar información si no se solicita por parte de ellos.

5. Proceso de relacionamiento en etapa de desarrollo y operación



5.1 Levantamiento y análisis de la información en operaciones

Este proceso se debe realizar al inicio de cada año.



- Identificar el mapa de actores establecido en el diagnóstico y actualizarlo, incluyendo la base de datos.
- Revisar Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) de la comuna donde se encuentra el centro comercial.
- Identificar el historial de actividades que se han realizado de Relacionamiento Comunitario con el entorno.
- Revisar los canales y medios de comunicación existentes para cada actor de la comunidad.



- En la revisión del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) notamos que el deporte es un tema vital para la comuna.
- Durante los últimos años hemos desarrollado corridas y contactado al área municipal correspondiente para generar alianza en la venta de entradas.
- Con estos antecedentes, revisamos el mapa de actores e incluimos a los estadios y organizaciones deportivas. Consideraremos actividades de orientación deportiva para realizar en conjunto, que generen beneficio mutuo.

5.2 Planificar en etapa operacional



ACTIVIDADES

- Se sugieren dos reuniones anuales de planificación con los equipos de trabajo del centro comercial + Área de Sostenibilidad donde:
- Se establecen los principales hitos del año en temas de relación con la comunidad.
- Se debe definir la estrategia de RRCC: los temas y actores prioritarios en función de los desafíos, los encargados de tareas específicas y la instancia de monitoreo y seguimiento periódico que se implementará. Responder preguntas claves.



BUENAS PRÁCTICAS / EJEMPLOS

- Identificamos que no hemos desarrollado una relación con dos establecimientos deportivos vecinos al centro comercial y hacemos muchas actividades deportivas.
- Uno de nuestros target es la tercera edad. Por eso generaremos más actividades y espacios que fomenten su visita a través del centro de adulto mayor cercano.
- Priorizaremos al municipio, los vecinos directos y las organizaciones de tercera edad, considerando como temas fundamentales: bienestar, el embellecimiento del entorno y un estilo de vida activo, respectivamente.

TEMAS RECURRENTES

Son ámbitos sugeridos, que pueden ser relevantes ya que evidencian un vínculo más transparente y pueden afectar en la vida normal de la comunidad:

- Fechas especiales para la comuna.
- Celebraciones claves (Navidad, Día de la Madre, Día de la Tierra, etc.).
- Construcción o modificación de obras. Gestión de terrenos improductivos.
- Actividades especiales en el centro comercial y eventos. Alteraciones del tránsito.

PREGUNTAS CLAVE PARA RESPONDER

- ¿Cuáles son los actores con los que nos relacionamos actualmente y que queremos mantener?
- ¿Cuáles son los actores con los que no tenemos una relación fluida y deberíamos considerar?
- ¿Cuáles son los principales temas que hemos desarrollado como centro comercial en torno a la comunidad? (mujer, familia, cultura, etc.)
- ¿Cuáles han sido los principales mecanismos que hemos utilizado en este proceso? (préstamo de espacios al interior del centro comercial, creación de actividades, campañas de marketing, auspicios a eventos, etc.)

5.3 Accionar en etapa operacional

A partir de la estrategia y planificación, cada responsable deberá gestionar el proceso de relacionamiento asegurando el seguimiento y cumplimiento de los compromisos. En este punto se gestionan las reuniones con grupos de interés locales para identificar preocupaciones y oportunidades de trabajo emergentes



ACTIVIDADES

- Se debe construir el plan de acción con objetivos, responsables, metas y fechas comprometidas con cada actor.
- Coordinar las reuniones con anticipación.
- Agendar reuniones con actores que se encuentren en alta prioridad (de los cuales debieran salir responsabilidades para ambas partes, la que se les debe hacer seguimiento).
- Establecer canales de comunicación formales y estrategias comunicacionales para cada hito identificado.
- Desarrollar las actividades presupuestadas.



BUENAS PRÁCTICAS / EJEMPLOS

- Definimos reunirnos 2 veces al año con representates municipales, donde establecimos una agenda con temas en la primera reunión y tendremos reuniones específicas con algunos departamentos municipales, como obras, tránsito y desarrollo comunitario.
- Cumplir los compromisos: cada una de las acciones que se desarrolle con los actores, conllevará la toma de compromisos sobre temas que tengan que ver con mejoras en la operación, peticiones por parte de las organizaciones, o proyectos comunes. Es fundamental que no queden compromisos inconclusos, ya que en esto se juega la credibilidad del equipo y por tanto de Cenco Malls.



Ejemplos de acciones del relacionamiento

*Este es un cuadro referencial. La posición de los actores en el mapa, variará según el territorio en que se ubique el Shopping Center.

TIPO DE ACTOR	ACTOR	DESAFÍO U OBJETIVO	ACTIVIDAD	MEDIO DE VERIFICACIÓN
JUGADORES	Municipio	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer relación con Municipio Establecer/fortalecer relación con autoridades locales Atender a demandas Municipales 	<ul style="list-style-type: none"> Reunión con Alcalde Participación en Concejo Municipal Reuniones con equipo municipal: DIDECO/ DOM/ CORE (+ Diputados /Senadores) Mesa técnica 	<ul style="list-style-type: none"> Acta reunión Acta Concejo Acta reunión Acta Mesa Técnica
	Vecinos colindantes	<ul style="list-style-type: none"> Mantener informados sobre cambios en el centro comercial Transmitir claridad sobre impactos y medidas de mitigación Generar instancias de diálogo 	<ul style="list-style-type: none"> Asambleas generales tipo Casa Abierta Boletín informativo Comunicados públicos en medios locales Mesas de trabajo para coordinar actividades que los involucren (cierre de calles, cortes de energía, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Actas asambleas Registro entrega boletines Informe de prensa Acta Mesa de trabajo
INTERESADOS ESPECÍFICOS	Organizaciones de servicio a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Generar instancias de información y comunicación con discapacitados, ciclistas, feriantes y otras organizaciones con intereses específicos 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> Actas de reuniones
FIJADORES DE CONTEXTO	Comercio del área de influencia	<ul style="list-style-type: none"> Generar instancias de información y vínculo Generar alianzas de manera proactiva 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> Actas de reuniones
PÚBLICO	Vecinos de la comuna	<ul style="list-style-type: none"> Transmitir características del centro comercial 	<ul style="list-style-type: none"> Asambleas Reuniones Boletín informativo 	<ul style="list-style-type: none"> Acta asamblea Acta reunión Acta reunión

5.4 Evaluar iniciativas en etapa de operación

A partir de la estrategia y planificación, cada responsable deberá gestionar el proceso de relacionamiento asegurando el seguimiento y cumplimiento de los compromisos. En este punto se gestionan las reuniones con grupos de interés locales para identificar preocupaciones y oportunidades de trabajo emergentes.



ACTIVIDADES

- Mantener un registro de todas las actividades, para luego comunicar el desempeño y evaluar los procesos llevados a cabo. Incluye minutas, listas de asistencia, fotos, etc.
- Luego de cada acción realizar una evaluación que identifique aspectos a mejorar y aspectos a mantener.



BUENAS PRÁCTICAS / EJEMPLOS

Para evaluar, necesitamos primero tener un registro, así que nos preocupamos siempre de tener reservas del formato de listas de asistencia y considerar un registro fotográfico, ojalá en la mejor calidad posible.

SUGERENCIA

Considerar siempre que sea posible, registros fotográficos e informes (actas o minutas) de las actividades realizadas.



6. Canales de comunicación

6.1 Contacto

[Haz clic aquí](#)

6.2 Encuesta grupos de interés compañía

Revisar encuesta de materialidad en cada memoria anual integrada
[Aquí](#)

cenco·malls