

Sostenibilidad y Comunicación

5 CLAVES PARA UNA COMUNICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD EFICAZ

¿Cómo debemos comunicar en sostenibilidad para ser eficaces? Estas son 5 cuestiones básicas a seguir.

By Teision Consulting

June 15, 2020

En los últimos tiempos hemos visto como aparecían nuevos conceptos que la ciudadanía ha incorporado a su lenguaje y a su vida: energías renovables, autoconsumo, [movilidad sostenible](#), [cambio climático](#)... sin saber muy bien de qué se trataba o entendiendo sólo una parte de su alcance.

Estrategias de comunicación que sean cercanas, empáticas y eficaces son fundamentales para divulgar y dar visibilidad a un problema tan complejo como el de la Sostenibilidad. Aunque parezca increíble, gran parte de la población aún no sabe qué es la [Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible adoptada por todos los Estados miembros de Naciones Unidas en 2015](#), los comúnmente llamados Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ni por ejemplo lo que significa Impacto Positivo.

La comunicación es un **pilar estratégico** en la consecución de los ODS ya que es la gran asignatura pendiente para reducir el gran desconocimiento que los ciudadanos tienen sobre qué es la Sostenibilidad y como llegar a una sociedad más sostenible.

Empresas, Gobiernos, ONGs, instituciones y fundaciones ya sean públicas o privadas, locales o internacionales, profesionales independientes, artistas, deportistas, ciudadanos en general, todos tenemos una responsabilidad en impulsar la Sostenibilidad en todas sus dimensiones.



<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2018/08/sabes-cuales-son-los-17-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Las marcas deben ver la sostenibilidad como **una oportunidad para posicionarse a medio y largo plazo**.

Damos aquí unas claves simples para que su comunicación de sostenibilidad sea más eficaz.

1. **Mensajes alineados con el Propósito de la Marca.** Para que la comunicación de sostenibilidad sea creíble debe estar alineada con el Propósito y los Valores de la marca, o en su defecto con la Misión corporativa. Aquellas marcas que aún no tengan su Propósito definido (por qué existen y qué aportan a la sociedad) es recomendable que realicen este ejercicio de branding puesto que la sociedad actualmente espera mucho más de una marca que sólo ganar dinero.
2. **Mencionar ODS.** Los Objetivos de Desarrollo Sostenible enmarcan conceptos de sostenibilidad para que sean más tangibles y fáciles de entender. En su comunicación la marca debe hacer mención a aquel objetivo u objetivos sobre los que está actuando de forma comprometida con acciones concretas.
3. **Storytelling.** Crear un relato con trasfondo emocional o de problema-solución es una forma muy eficaz de comunicar sostenibilidad. El relato puede dar pie a las acciones con impacto positivo que está desarrollando la marca. Con mensajes claros y sencillos y más aún cuando se trata de temas complejos
4. **Visibilidad RSC.** Las marcas deben ser transparentes y publicar en su web corporativa su política o modelo de sostenibilidad en sus dimensiones social, económica y medioambiental. Es importante comunicar también la responsabilidad que tienen sobre la sostenibilidad de su cadena de valor y empresas subcontratadas que participan.
5. **Mensajes sobre economía circular.** La comunicación debe ayudar a los clientes de la marca a ser más sostenibles en sus hábitos diarios, informar cómo pueden ser reciclados o descartados sus productos y cuantificar los ahorros en emisiones y en consumo de recursos naturales para impulsar la economía circular.