



10º Congreso Nacional del Medio Ambiente (Conama 10)

Asamblea General del Foro de las Empresas Ferroviarias por la Sostenibilidad

Claves de la comunicación sostenible

Gustau Lamadrid

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB)



22 de noviembre de 2010

CLAVES DE LA COMUNICACIÓN SOSTENIBLE

- La sostenibilidad es inherente a la actividad de las empresas de transporte público y, en especial, de las empresas ferroviarias.
- La comunicación es, a su vez, un ejercicio inherente a la sostenibilidad y a la RSC.
- La comunicación de la sostenibilidad aporta confianza y reputación, siempre que se haga con responsabilidad y transparencia.
- La comunicación de la sostenibilidad debe hacer referencia no sólo a los temas a comunicar sino, además, que las maneras de hacerlo –herramientas, canales, soportes, etc.- deben ser sostenibles.
- Utilizar la comunicación de la sostenibilidad para maquillar u ocultar malas prácticas no es sostenible en el tiempo, es temerario y contraproducente.
- Para que la comunicación de la sostenibilidad sea eficiente y adecuada es importante determinar el mensaje, qué se va a decir, por qué y a quién va dirigido (grupo de interés), y después seleccionar la herramienta/s o canal/es que se van a emplear.
- Antes de comunicar externamente es importante tener en cuenta a los empleados en todas las políticas y estrategias de sostenibilidad. Los trabajadores deben convertirse en prescriptores para extender el concepto de sostenibilidad a la sociedad.
- Las empresas deben promover y priorizar la sostenibilidad entre sus proveedores.
- La comunicación de la sostenibilidad no es sólo informar, hay que mantener el diálogo, la escucha y las relaciones con todos los públicos con los que la empresa interactúa.
- El papel del área de comunicación es clave para el desarrollo de la sostenibilidad en una compañía, al ser la suya una de las funciones más transversales en las organizaciones.
- En el trato directo con los periodistas y directivos de los medios de comunicación es fundamental incidir en la insuficiente cobertura que estos realizan de aspectos como la sostenibilidad.
- Para comunicar la sostenibilidad con mayor eficiencia es deseable establecer alianzas y sinergias entre empresas y sectores de la actividad.