

**ESG: MENOS DISCURSOS, MÁS CONEXIÓN****Lorena Villarreal Clausell\***

**H**oy, las empresas viven bajo el escrutinio constante de consumidores, medios, gobiernos y otros actores clave. Ya no basta con hacer las cosas bien, hay que demostrarlo y comunicarlo con claridad y coherencia. Y en temas ESG (Medioambientales, Sociales y de Gobernanza), esa exigencia es aún mayor.

Las personas ya no esperan que las empresas sean perfectas, pero sí demandan que sean transparentes, que hablen claro y, sobre todo, que muestren los hechos que respalden sus compromisos.

Y en este camino de la comunicación, he aprendido algo clave: una narrativa consistente y honesta vale oro. Vale tu reputación.

Decir “somos sostenibles” no significa nada si no va acompañado de pruebas concretas. Y peor aún, si caemos en el error de pintar una realidad que no existe. Porque en la comunicación de sostenibilidad, cuando el discurso y la acción no van de la mano, la confianza se rompe y reconstruirla cuesta años.

Comunicar ESG no es solo lanzar reportes o llenar las redes con cifras, comunicar ESG es conectar. Es contar historias reales de quienes están haciendo posible el cambio. Es escuchar a los agricultores que regeneran la tierra, a los colaboradores que impulsan prácticas responsables, a las comunidades que avanzan junto a las empresas.

Son esas voces las que construyen reputación y dan sentido a los números.

**¿CÓMO LOGRAMOS ESTO?**

Primero que nada, teniendo una estrategia de ESG real, verdadera y de impacto.

Segundo, trabajando de la mano con los medios. Los medios de comunicación son aliados clave para amplificar los esfuerzos reales.

Si los involucramos desde el inicio, si les damos información clara, si confiamos en ellos y los hacemos parte de la historia, los medios pueden ser un puente invaluable entre lo que hacemos y lo que la sociedad percibe.

Tercero, admitiendo que los desafíos existen.

Las empresas que solo comunican éxitos generan sospecha. En cambio, quienes reconocen sus retos y aprendizajes demuestran compromiso real. Decir “aquí avanzamos, pero aquí nos falta” es la mejor forma de inspirar confianza y abrir la puerta a la colaboración.

Por último, alinear los mensajes desde el liderazgo y tener a tus colaboradores de embajadores. Nuestros principales voceros son los colaboradores de la empresa, y son ellos quienes podrán sumar a tu reputación y credibilidad externa.

Comunicar temas de ESG es un ejercicio de liderazgo y de estrategia. Porque comunicar bien no solo protege la reputación; sino que moviliza, inspira y construye vínculos que trascienden los

negocios.

Y es ahí donde está el verdadero valor: en convertir la sostenibilidad en una causa compartida, no en un discurso corporativo.



**COMUNICAR TEMAS DE ESG ES UN EJERCICIO DE LIDERAZGO Y DE ESTRATEGIA. PORQUE COMUNICAR BIEN NO SOLO PROTEGE LA REPUTACIÓN; SINO QUE MOVILIZA, INSPIRA Y CONSTRUYE VÍNCULOS QUE TRASCENDEN LOS NEGOCIOS.**

**\*Directora de Comunicación de Danone México**