



Medimos para
conocernos.

Comunicamos para
transformarnos.

Categoría 2.04
Sustentabilidad Ambiental

Capítulo: General | Huella de carbono

Relaciones Institucionales y Sustentabilidad
Mariana Reñe y Maite Durietz

DESA

Somos Grupo DESA

una compañía que distribuye energía eléctrica en Buenos Aires y Salta, a través de EDEA, EDELAP, EDEN, EDES y EDESA. También operamos ESED, llevando energía solar renovable a comunidades alejadas de la puna salteña. A través de más de **67.000 kilómetros de líneas**, llegamos a más de **6 millones de argentinos**.

Gestionamos con visión de largo plazo, integrándonos a cada territorio, construyendo comunidad y respetando el ambiente. Como empresa del sector energético, sabemos que tenemos un rol protagónico en la transición hacia un modelo más sostenible. El cambio climático dejó de ser un tema lejano, ya impacta en nuestras operaciones, nuestras comunidades y nuestra infraestructura



Medir nuestra huella de carbono fue una decisión estratégica. Queríamos saber con precisión dónde estábamos parados y cómo mejorar.

Nuestra motivación fue clara:

conocer

nuestro

impacto

para tomar

ACCIÓN

Pero también sabíamos que el resultado numérico no podía quedar en manos de unos pocos. Tenía que convertirse en conocimiento compartido, en cultura organizacional, en una herramienta de transformación.

2023

Definimos
nuestra línea
base

2024

Medimos por segundo año
consecutivo nuestra huella y,
por primera vez, la comunicamos
de forma integral.

El corazón de esta iniciativa fue transformar un dato técnico ambiental en una causa colectiva. No solo medimos y reportamos. Le dimos vida a esa información. Creamos una campaña interna potente y creativa que logró hacer tangible lo intangible, conectar a cada persona de nuestro equipo con una acción concreta, y despertar un sentido de corresponsabilidad frente a la crisis climática.

El **principal beneficio fue cultural**: hoy no solo sabemos cuántas toneladas de CO₂ emitimos. Sabemos que esa información nos pertenece a todos. Que podemos actuar sobre ella. Que cada decisión, por más mínima que parezca, cuenta.

Medimos para conocernos. Comunicamos para transformarnos.

¡Encendemos el cambio!

Es el nombre de la campaña de comunicación que diseñamos para acompañar este hito, desarrollada entre octubre y diciembre de 2024. La frase elegida conecta lo que somos, energía que crea y que transforma, con lo que queríamos lograr: encender una nueva forma de mirar nuestro impacto.

Desde el inicio, decidimos que la comunicación de la huella debía empezar puertas adentro. Porque creemos que la transformación cultural comienza en casa. Que el compromiso ambiental se construye de adentro hacia afuera. Que antes de exigir, hay que inspirar.

Por eso, desarrollamos una narrativa accesible, empática y educativa, protagonizada por **Lumi**, un personaje hecho de electrodomésticos reciclados que se convirtió en la voz de la transformación.

¿Por qué un personaje? Porque necesitábamos romper con el tono institucional y traducir lo técnico en algo cercano. Lumi apareció en videos, placas, encuestas y dinámicas lúdicas, explicando qué es la huella de carbono, por qué decidimos medirla y cómo cada persona podía aportar desde su lugar.



El objetivo principal fue impulsar una cultura más consciente y comprometida con el ambiente, instalando la huella como tema transversal en nuestra comunicación interna, y posicionando al Grupo DESA como un actor alineado con la acción climática. Entre los objetivos específicos se destacan:

Explicar qué es la huella de carbono y por qué decidimos medirla.

Generar identificación con el compromiso ambiental.

Comunicar los resultados del Grupo y de cada distribuidora.

Promover hábitos sostenibles en el ámbito laboral.

Posicionar a Grupo DESA como una empresa que comunica con transparencia.

✦ Públicos



Interno

Colaboradores de todas las áreas (operativas, administrativas, técnicas y comerciales)



Externo

Comunidad general, usuarios, actores del sector energético, instituciones públicas y privadas vinculadas a la sostenibilidad

✦ Mensajes Clave



✦ Canales

Internos

WhatsApp, email, carteleras físicas y digitales.

Externos

Reporte de Sostenibilidad, redes sociales y sitio institucional.

El **Reporte de Sostenibilidad** fue el canal técnico y formal donde se presentaron los resultados completos de la medición, con comparaciones y recursos visuales que facilitaron su comprensión. El dato de la huella fue destacado tanto en el resumen ejecutivo como en el **One Page del sitio web**. Además, el reporte fue difundido en medios especializados como **Sustenomics** y **Visión Sustentable**.

En paralelo, publicamos un video institucional en LinkedIn, con una narrativa que propuso abrir conversaciones sobre el rol del sector energético en la acción climática. Este canal fue elegido por su potencial de diálogo con otros actores del ecosistema. El objetivo: visibilizar, compartir aprendizajes y sentar las bases para una agenda compartida.

✦ Ejecución del plan

Con los resultados de la medición definidos, iniciamos el desarrollo conceptual y creativo de la campaña. Buscamos una narrativa que tradujera un tema ambiental complejo en una experiencia cercana, clara y motivadora. Así nació “Encendemos el cambio”, con Lumi como guía, vocero y símbolo de esta transformación.

La campaña se organizó en **cuatro etapas**, ejecutadas principalmente a través de WhatsApp, email y carteleras. Todos los contenidos fueron personalizados por distribuidora.

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

Invitación a comprender

Antes de invitar a actuar, queríamos invitar a comprender. Iniciamos la campaña con una pregunta de fondo: ¿Por qué medimos nuestra huella de carbono? Sabíamos que, para generar compromiso real, teníamos que explicar el concepto desde cero y vincularlo con nuestra identidad.



El mensaje fue claro: cuidar el ambiente también es parte de nuestra tarea como distribuidora de energía. Y medir nuestra huella es el primer paso para lograrlo. Compartimos un video introductorio por WhatsApp y correo electrónico, donde Lumi presentó de forma cercana y didáctica qué es la huella de carbono, por qué decidimos medirla y cómo eso se vincula con nuestro propósito.

Fue el primer contacto con la campaña, diseñado para despertar conciencia, generar pertenencia y abrir el camino a nuevas conversaciones internas.

✦ Ejecución del plan

Con los resultados de la medición definidos, iniciamos el desarrollo conceptual y creativo de la campaña. Buscamos una narrativa que tradujera un tema ambiental complejo en una experiencia cercana, clara y motivadora. Así nació “Encendemos el cambio”, con Lumi como guía, vocero y símbolo de esta transformación.

La campaña se organizó en **cuatro etapas**, ejecutadas principalmente a través de WhatsApp, email y carteleras. Todos los contenidos fueron personalizados por distribuidora.

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

Encender la conversación

Para incentivar la participación de nuestros colaboradores, lanzamos una encuesta vía WhatsApp. Elegimos conectar el dato ambiental con una pasión compartida: el fútbol. Lumi apareció en formato sticker, como detective y en modo futbolero, reforzando el tono lúdico y amigable. Esta fase logró una gran participación espontánea e interés, transformando un dato técnico en una pregunta divertida y memorable.



✦ Ejecución del plan

Con los resultados de la medición definidos, iniciamos el desarrollo conceptual y creativo de la campaña. Buscamos una narrativa que tradujera un tema ambiental complejo en una experiencia cercana, clara y motivadora. Así nació “Encendemos el cambio”, con Lumi como guía, vocero y símbolo de esta transformación.

La campaña se organizó en **cuatro etapas**, ejecutadas principalmente a través de WhatsApp, email y carteleras. Todos los contenidos fueron personalizados por distribuidora.

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

Conectar el dato con la acción

En esta etapa revelamos los resultados de la huella de carbono 2023, no solo como un número, sino como una imagen clara, tangible y contextualizada. Mostramos el impacto de cada distribuidora a través de equivalencias simples: por ejemplo, “la huella de EDESA equivale a iluminar 58 estadios de fútbol durante un año”. Un lenguaje que conecta con lo que nos apasiona y nos une.

Además del cuánto, queríamos mostrar de dónde. Por eso desarrollamos una infografía personalizada por distribuidora que desglosa las fuentes de emisión por categorías relevantes: consumo eléctrico, combustibles, traslados, emisiones fugitivas. Cada una con su ícono y su barra proporcional para facilitar la lectura y permitir que cada persona identifique su lugar dentro de ese impacto.

La etapa concluyó con un **call to action**, que dirigía a un video breve donde **Lumi compartía tips** para reducir la huella en la oficina.



Esta fue una etapa bisagra: pasamos del dato al sentido, y del sentido a la acción posible. Apuntamos a sembrar la conciencia de que nuestra huella no es ajena, es compartida. Y reducirla también puede ser una decisión diaria.

Ejecución del plan

Con los resultados de la medición definidos, iniciamos el desarrollo conceptual y creativo de la campaña. Buscamos una narrativa que tradujera un tema ambiental complejo en una experiencia cercana, clara y motivadora. Así nació “Encendemos el cambio”, con Lumi como guía, vocero y símbolo de esta transformación.

La campaña se organizó en **cuatro etapas**, ejecutadas principalmente a través de WhatsApp, email y carteleras. Todos los contenidos fueron personalizados por distribuidora.

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

Cierre institucional

La medición de la huella no era un dato final, sino el inicio de una transformación en marcha. Por eso lanzamos un video institucional que no solo reafirmó nuestro compromiso con la acción climática, sino que también mostró las iniciativas concretas que ya estamos implementando para reducir nuestro impacto en cada distribuidora.

Para reforzarlo, convocamos a Patricia Lafratti, reconocida referente en comunicación para la sostenibilidad, con experiencia en reportes, podcasts y campañas de RSE. Su voz y trayectoria le dieron al mensaje la credibilidad y calidez necesarias.

El video fue compartido internamente y también difundido en LinkedIn, con el fin de abrir conversaciones con otros actores del ecosistema energético y reforzar el posicionamiento externo de Grupo DESA como compañía que mide, comunica y actúa.

La narrativa se centró en una idea rectora:



**"Medimos nuestra huella y trabajamos para reducirla.
Porque encender el cambio también es iluminar el futuro."**

Resultados y Evaluación

La campaña “**Encendemos el cambio**” logró que la huella de carbono dejara de ser un concepto lejano y se convirtiera en parte de la cultura organizacional.

El dato técnico se transformó en una herramienta. Cada persona pudo ver su vínculo con las emisiones, comprender su impacto y descubrir pequeñas acciones posibles desde su rol. Así, el compromiso ambiental dejó de ser una responsabilidad de unos pocos para convertirse en una causa compartida.

La campaña también fortaleció nuestra identidad como una **empresa que comunica con transparencia**, que actúa con coherencia y que busca movilizar desde el ejemplo.

Comunicación Interna

1 de cada 4

colaboradores respondieron de manera espontánea en las encuestas de WhatsApp.

100%

de los colaboradores alcanzados con al menos un canal de la campaña.

Mailing interno con tasas de apertura promedio del

61%

Alta recordación de personaje: Lumi fue mencionado en múltiples grupos internos como símbolo positivo de la campaña.

Carteleras físicas o digitales activas en todas las distribuidoras, con piezas personalizadas por territorio.

Tasas de apertura promedio de WhatsApp del

95%

El reporte fue compartido en medios de nicho como Visión Sustentable y Sustenomics.

Posicionamiento

El video institucional lanzado en LinkedIn logró 7.382 visualizaciones y fue compartido por colaboradores referentes de área en la misma red social.

+5.000 visualizaciones de la web del Reporte de Sostenibilidad 2023, donde se presentaron por primera vez los resultados de la huella de carbono de DESA.

El cambio climático nos desafía no sólo desde lo técnico, sino también desde lo simbólico y lo cultural. En Grupo DESA entendimos que medir nuestra huella de carbono era apenas el primer paso. Lo verdaderamente poderoso fue lo que vino después: transformar ese dato en conciencia, ese número en vínculo, ese impacto en conversación.

“Encendemos el cambio” fue una experiencia compartida que tradujo un concepto complejo en un mensaje comprensible, cotidiano y movilizador. A través de una voz propia, Lumi, y una narrativa empática, logramos que cada persona del Grupo pudiera verse reflejada, interpelada y habilitada para actuar.

Los resultados nos muestran que la comunicación interna puede ser una palanca poderosa de transformación cultural, y que cuando los datos se humanizan, se entienden, se sienten y se convierten en acción.

Hoy, hablar de emisiones, de eficiencia o de sustentabilidad ya no es ajeno para nuestros equipos. **Nuestra huella no solo se mide: también se comprende, se conversa, se comparte y se transforma.**

Este caso demuestra que la sostenibilidad necesita ser comunicada con inteligencia, emoción y propósito. Y que, en esa ecuación, la comunicación deja de ser soporte para convertirse en motor del cambio.

Medimos para
conocernos.

Comunicamos para
transformarnos.

¡Muchas Gracias!