

DESA

Reporte Integrado de **Sostenibilidad**

Categoría 2.10
Reporte de Sustentabilidad

Capítulo: General
Reporte Integrado Florencia Fiore - Renata Chaimowicz

Introducción

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. Con 67.000 kilómetros de líneas, llegamos a más de 6 millones de argentinos.

Gestionamos con visión de largo plazo. Nos adaptamos a cada territorio, nos integramos a las comunidades y respetamos el ambiente.

Como parte del sistema energético nacional, ocupamos el tercer eslabón de una cadena compleja que abarca la generación, el transporte, y la distribución. Este rol nos otorga una enorme responsabilidad en términos de calidad de servicio, eficiencia operativa y sostenibilidad.

Desarrollamos múltiples programas de **sostenibilidad con impacto concreto en educación, ambiente y acceso a la energía**. Pero esas acciones necesitaban un **lenguaje común**. Por eso, decidimos dar este paso y construir un relato integrador, que reuniera todo lo que veníamos haciendo como grupo consolidado, con valores y objetivos compartidos.

La sostenibilidad dejó de ser un eje secundario para convertirse en parte central de nuestra estrategia. Pero la información estaba fragmentada entre áreas, distribuidores y plataformas. Eso limitaba su poder estratégico y su comunicación. La ausencia de una herramienta común nos impedía mostrar de forma clara y cohesionada el valor de lo construido.

Necesitábamos una herramienta potente, que ordenara, visibilizara y conectara. Así nació nuestro primer **Reporte Integrado de Sostenibilidad**, alineado a los estándares GRI. Nos propusimos **consolidar una visión compartida hacia adentro, y rendir cuentas con honestidad y liderazgo hacia afuera**.

Su **propósito esencial** fue claro: **transparentar resultados, democratizar el acceso a la información** sobre nuestro impacto, **y construir confianza** a partir de datos, acciones y decisiones concretas.

El proceso permitió unificar información dispersa, consolidar indicadores clave, humanizar los resultados y fortalecer la cultura interna. Al mismo tiempo, fue una oportunidad para **abrir nuestras prácticas al escrutinio público, proyectar confianza y liderar conversaciones dentro del sector.**

Propuesta

El lanzamiento del Reporte fue acompañado por una campaña de comunicación interna y externa para **amplificar su impacto, fortalecer la apropiación y visibilizar nuestros avances** en sostenibilidad.

Lo comunicamos desde una **mirada humanizada, comprensible y accesible**, con foco en garantizar que todos pudieran entender nuestro recorrido, nuestras decisiones y nuestro impacto.

Objetivos específicos

- Incrementar la transparencia en la comunicación de nuestra gestión.
- Visibilizar el impacto y los resultados.
- Reforzar la cultura organizacional.
- Posicionarnos como referentes en el sector energético en materia de gestión responsable.
- Democratizar el acceso a la información a través de formatos accesibles.

Públicos

Interno: colaboradores de todas las distribuidoras.

Externo: usuarios, organismos de control, gobiernos, periodistas, cámaras, comunidades, proveedores, inversores y medios especializados.

Mensajes clave

“Somos energía que transforma”

“La sostenibilidad es cómo hacemos lo que hacemos”

“La transparencia es nuestro compromiso”

“Nuestra energía transforma realidades”

Canales utilizados

- Sitio web del Reporte: con acceso al Reporte completo, al Resumen Ejecutivo, al Video Institucional, y al formato narrado.
- WhatsApp y mailing: para campañas internas.
- Carteleras físicas y digitales.
- Redes sociales
- Sitios web del Grupo y distribuidoras: con acceso directo al sitio web del reporte.
- Gacetilla de prensa en medios especializados en sostenibilidad.
- Versión impresa del Resumen Ejecutivo.

Accesibilidad e inclusión

El Video Institucional con subtítulos y el formato narrado con los principales resultados permitieron llegar a públicos con discapacidad, y formaron parte de una estrategia más amplia para asegurar que la información sobre el impacto del Grupo DESA fuera **comprensible, directa y universalmente accesible**.

Ejecución

La elaboración y comunicación de nuestro **primer Reporte Integrado de Sostenibilidad** fue un proceso profundo y estratégico que atravesó a toda la organización. No se trató solo de “hacer un reporte”: nos propusimos construir **una narrativa sólida, accesible y transformadora, que reflejara nuestro propósito como Grupo.**

Todo comenzó con el trabajo de relevamiento. Entre abril y junio de 2024, el equipo de sostenibilidad trabajó codo a codo con cada distribuidora para sistematizar la información, validar indicadores y redactar un contenido alineado con los Estándares GRI. Este proceso fue, en sí mismo, una herramienta de integración: **permitió poner en común aprendizajes, visibilizar lo que cada empresa venía haciendo y descubrir sinergias que estaban latentes.**

Una vez definidos los contenidos, en julio comenzó la etapa creativa: queríamos que la forma también contara. El diseño visual, la narrativa y los materiales del reporte tenían que reflejar nuestra identidad. Nos apoyamos en tres ideas centrales:

Movimiento (la energía como impulso permanente)

Impacto Humano (cada acción transforma realidades)

Visión de Futuro (la sostenibilidad como camino compartido).

Inspirada en el lema **“Somos energía que transforma”**, esta narrativa visual y conceptual buscó conectar con distintos públicos desde lo emocional y lo estratégico. A partir de esas ideas construimos una identidad visual clara, moderna y profesional, y **desarrollamos una versión web fácil de navegar, con lenguaje directo y accesos rápidos a los contenidos más relevantes.**

En paralelo, diseñamos una estrategia de comunicación que fortaleciera primero la apropiación interna y luego potenciara nuestro posicionamiento externo. A fines de octubre activamos un “spoiler” dirigido a nuestros colaboradores: una placa enviada por WhatsApp y mail que mostraba un dato destacado del programa de sostenibilidad más presente en la cultura de cada distribuidora. **Fue una acción cálida, personalizada, que buscaba despertar la curiosidad e invitar a sentirse parte.**

En noviembre llegó el momento de dar a conocer el reporte completo. Se compartió con todos los equipos a través de canales internos (WhatsApp, correo electrónico, carteleras físicas y pantallas digitales), acompañado por una placa institucional que anunciaba el lanzamiento, y por un mensaje especial de la Gerencia de Relaciones Institucionales a los líderes de área, que reforzaba el valor estratégico del documento y su sentido colectivo. Esa comunicación no fue meramente informativa: **transmitía visión, propósito y agradecimiento.** Además, compartimos el Video Institucional que sintetizaba los principales resultados con una narrativa clara y accesible. Se sumó también la versión impresa del Resumen Ejecutivo, producida en papel certificado FSC junto a Banco de Cuadernos, un proveedor inclusivo que promueve la inserción laboral de personas con discapacidad en Mar del Plata.

Luego, activamos la campaña externa. La web del reporte, clara, navegable y adaptada para todo público, se convirtió en eje central. Desde allí se podía acceder al Reporte completo en PDF, a un Resumen Ejecutivo visual y ágil, al Video Institucional (con subtítulos) y a la versión narrada. La decisión de incluir estos formatos accesibles fue una muestra de que la sostenibilidad **también se comunica desde la inclusión.** Para el formato narrado elegimos a Patricia Lafratti, periodista especializada en sostenibilidad y referente del sector, cuya trayectoria en comunicación responsable aportó profesionalismo, calidez y coherencia al mensaje.

Como parte de la estrategia digital, incorporamos banners en las páginas web de cada distribuidora, que direccionaban directamente al sitio del reporte, **facilitando así el acceso a todos nuestros públicos, especialmente usuarios y comunidades.**

Lanzamos el **Video Institucional en LinkedIn**, y en diciembre publicamos una infografía con los principales resultados sociales y ambientales del año siguiente, 2024. La intención **fue mostrar la continuidad de nuestras acciones, anticipando el impacto que luego será parte del próximo reporte.** Medios como Sustenomics, Visión Sustentable, CEADS y Agenda Social compartieron el reporte en sus espacios, **amplificando el alcance y validando nuestro posicionamiento como actores activos del ecosistema sostenible.**

Finalmente, a modo de cierre, organizamos una reunión con todas las áreas que participaron del proceso. Allí compartimos un scorecard de oportunidades, aprendizajes y próximos pasos, **reafirmando nuestra intención de que este reporte no fuera un punto final, sino un nuevo punto de partida para seguir transformando.**

Resultados

El lanzamiento del Reporte Integrado de Sostenibilidad 2023 marcó un **antes y un después en Grupo DESA**. No fue solo un producto, sino una herramienta estratégica de gestión, comunicación y transformación cultural.

Resultados cualitativos

- Nos permitió visibilizar por primera vez el impacto económico, social, ambiental y ético del Grupo DESA, de forma clara y transparente.
- Consolidamos una narrativa común en sostenibilidad entre todas las distribuidoras, fortaleciendo la identidad compartida y el sentido de pertenencia.
- Internamente, generamos orgullo y apropiación: los equipos se vieron reflejados.
- Externamente, reforzamos la confianza y abrimos nuevas conversaciones estratégicas.
- El enfoque de impacto: desarrollamos materiales accesibles y abordamos la producción con un proveedor social en papel FSC, reflejo de nuestro compromiso con la equidad y el impacto socio-ambiental positivo.
- La campaña fue reconocida por medios especializados y actores del sector, posicionando a DESA como referente en gestión sostenible y comunicación responsable.

Resultados cuantitativos

- +5.000 vistas del sitio web del reporte.
- 2.858 visualizaciones del video institucional en LinkedIn, con un alcance de 1.668 usuarios de la red.
- Tasa de apertura promedio: +62% en mailings internos.
- Alcance en mailings: 1.208
- Tasa de apertura promedio: +95% en WhatsApp.
- Alcance en WhatsApp: 1.481
- Difusión en 6 medios especializados.
- 80 reportes impresos en papel FSC entregados a referentes internos y periodistas.
- 2 proveedores inclusivos.

Evaluación general

- El Reporte Integrado 2023 de Grupo DESA superó su rol técnico: se convirtió en un punto de encuentro, en una narrativa que conecta propósito, gestión e impacto.
- Este caso demuestra que un reporte bien diseñado, claro, accesible y alineado a valores puede ser una herramienta de transformación cultural, de fortalecimiento de la identidad interna y de construcción de confianza hacia afuera.
- Hoy, en Grupo DESA, sostenibilidad no es una palabra: es una forma de gestionar, comunicar y construir futuro.

¡Muchas gracias!