

Traducción oficial
Official translation
Traduction officielle

Segunda edición
2020-03

**Gestión ambiental — Comunicación
ambiental — Directrices y ejemplos**

*Environmental management — Environmental communication —
Guidelines and examples*

*Management environnemental — Communication environnementale
— Lignes directrices et exemples*

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

[ISO 14063:2020](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020)

[https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-
1c4dfd191cd7/iso-14063-2020](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020)

Publicado por la Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza, como traducción oficial en español avalada por el *Grupo de Trabajo Spanish Translation Task Force (STTF)*, que ha certificado la conformidad en relación con las versiones inglesa y francesa.



Número de referencia
ISO 14063:2020 (traducción oficial)

iTeh STANDARD PREVIEW (standards.iteh.ai)

ISO 14063:2020

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020>



DOCUMENTO PROTEGIDO POR COPYRIGHT

© ISO 2020

Reservados los derechos de reproducción. Salvo prescripción diferente, o requerido en el contexto de su implementación, no podrá reproducirse ni utilizarse ninguna parte de esta publicación bajo ninguna forma y por ningún medio, electrónico o mecánico, incluidos el fotocopiado, o la publicación en Internet o una Intranet, sin la autorización previa por escrito. La autorización puede solicitarse a ISO en la siguiente dirección o al organismo miembro de ISO en el país solicitante.

ISO copyright office
CP 401 • Ch. de Blandonnet 8
CH-1214 Vernier, Ginebra, Suiza
Phone: +41 22 749 01 11
Fax: +41 22 749 09 47
Email: copyright@iso.org
Website: www.iso.org

Publicada en Suiza

Versión española publicada en 2020

Traducción oficial/Official translation/Traduction officielle

© ISO 2020 – Todos los derechos reservados

Índice

Página

Prólogo	iv
Prólogo de la versión en español	v
Introducción	vi
1 Objeto y campo de aplicación	1
2 Referencias normativas	1
3 Términos y definiciones	1
4 Principios de comunicación ambiental	2
4.1 Generalidades	2
4.2 Principios	3
4.2.1 Transparencia	3
4.2.2 Adecuación	3
4.2.3 Credibilidad	3
4.2.4 Claridad	3
4.2.5 Regionalidad	3
5 Política de comunicación ambiental	3
5.1 Compromiso de la dirección	3
5.2 Desarrollo de la política	4
6 Estrategia de comunicación ambiental	4
6.1 Consideraciones generales	4
6.2 Integración de la comunicación ambiental en el proceso de comunicación general de la organización	5
6.3 Eficiencia de recursos	6
6.4 Establecimiento de los objetivos de comunicación ambiental	6
6.5 Identificación de las partes interesadas	7
7 Actividades de comunicación ambiental	8
7.1 Planificación de una actividad de comunicación ambiental	8
7.1.1 Generalidades	8
7.1.2 Análisis de la situación	9
7.1.3 Establecimiento de objetivos de comunicación ambiental	10
7.1.4 Identificación de los grupos objetivo	12
7.1.5 Definición del alcance geográfico	12
7.1.6 Identificación de la información ambiental	12
7.2 Selección del contenido, los enfoques y las herramientas de la comunicación ambiental	14
7.2.1 Generalidades	14
7.2.2 Definición de las responsabilidades y la participación activa (internas y externas)	22
7.2.3 Seguimiento de los elementos de entrada de las partes interesadas	23
7.2.4 Planificación de actividades para la comunicación ambiental ante crisis y emergencias ambientales	23
7.2.5 Establecimiento de un plan de comunicación	24
7.3 Ejecución de una actividad de comunicación ambiental	25
7.3.1 Recopilación y evaluación de datos	25
7.3.2 Gestión de actividades de comunicación ambiental	25
7.3.3 Registro y respuesta a la retroalimentación	26
7.4 Evaluación de la comunicación ambiental	27
7.5 Llevar a cabo una revisión por la dirección y planificar las revisiones	28
Anexo A (informativo) Comunicación ambiental dentro de la serie ISO 14000	29
Bibliografía	32

Prólogo

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de elaboración de las Normas Internacionales se lleva a cabo normalmente a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones internacionales, gubernamentales y no gubernamentales, vinculadas con ISO, también participan en el trabajo. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) en todos los temas de normalización electrotécnica.

En la Parte 1 de las Directivas ISO/IEC se describen los procedimientos utilizados para desarrollar este documento y aquellos previstos para su mantenimiento posterior. En particular debería tomarse nota de los diferentes criterios de aprobación necesarios para los distintos tipos de documentos ISO. Este documento ha sido redactado de acuerdo con las reglas editoriales de la Parte 2 de las Directivas ISO/IEC (véase www.iso.org/directives).

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos de los elementos de este documento puedan estar sujetos a derechos de patente. ISO no asume la responsabilidad por la identificación de alguno o todos los derechos de patente. Los detalles sobre cualquier derecho de patente identificado durante el desarrollo de este documento se indicarán en la Introducción y/o en la lista ISO de declaraciones de patente recibidas (véase www.iso.org/patents).

Cualquier nombre comercial utilizado en este documento es información que se proporciona para comodidad del usuario y no constituye una recomendación.

Para una explicación de la naturaleza voluntaria de las normas, el significado de los términos específicos de ISO y las expresiones relacionadas con la evaluación de la conformidad, así como la información acerca de la adhesión de ISO a los principios de la Organización Mundial del Comercio (OMC) respecto a los Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC), véase www.iso.org/iso/foreword.html.

Este documento ha sido elaborado por el Comité Técnico ISO/TC 207, *Gestión ambiental*, Subcomité SC 4, *Evaluación del comportamiento ambiental (EPE)*, en colaboración con el Comité Europeo de Normalización (CEN) Comité Técnico CEN/SS S26, *Gestión medioambiental*, conforme al acuerdo de cooperación técnica entre ISO y CEN (Acuerdo de Viena).

Esta segunda edición anula y sustituye a la primera edición (ISO 14063:2006), que ha sido revisada técnicamente. Los cambios principales en comparación con la edición previa son los siguientes:

- la definición de objetivo de comunicación ambiental (3.7) se ha modificado para que esté en consonancia con la definición de objetivo en la Norma ISO 14001:2015;
- se han incluido referencias a redes sociales;
- se ha actualizado la [Tabla A.1](#) para incluir normas revisadas.

Cualquier comentario o pregunta sobre este documento deberían dirigirse al organismo nacional de normalización del usuario. En www.iso.org/members.html se puede encontrar un listado completo de estos organismos.

Prólogo de la versión en español

Este documento ha sido traducido por el Grupo de Trabajo *Spanish Translation Task Force* (STTF) del Comité Técnico ISO/TC 207, *Gestión ambiental*, en el que participan representantes de los organismos nacionales de normalización y representantes del sector empresarial de los siguientes países:

Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos de América, México, Panamá, Perú y Uruguay.

Igualmente, en el citado Grupo de Trabajo participan representantes de COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas) e INLAC (Instituto Latinoamericano de la Calidad).

Esta traducción es parte del resultado del trabajo que el Grupo ISO/TC 207/STTF, viene desarrollando desde su creación en el año 1999 para lograr la unificación de la terminología en lengua española en el ámbito de la gestión ambiental.

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

ISO 14063:2020

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020>

Introducción

En la economía global actual, la comunicación sobre valores, acciones y desempeño ambientales se han convertido en una actividad esencial de las organizaciones, debido tanto al incremento del interés y de la inquietud pública, como a las actividades gubernamentales relacionadas con el medio ambiente. Las organizaciones de todo el mundo se enfrentan cada vez más a la necesidad de facilitar información para apoyar posiciones y acciones políticas, así como para presentar y explicar las implicaciones ambientales de sus actividades, productos y servicios. También existe una necesidad creciente de escuchar a las partes interesadas y de incorporar sus puntos de vista y sus requisitos en el contexto de la comunicación ambiental.

Las organizaciones tienen la necesidad de obtener y proporcionar información y responder a cuestiones, inquietudes y programas ambientales. Además, con la disponibilidad general de dispositivos como teléfonos inteligentes y tabletas, la comunicación es casi instantánea, lo que requiere que la organización pueda responder a cualquier cuestión o solicitud de información de manera oportuna. La información que se vaya a comunicar está influenciada por factores tales como la localización y distribución geográfica de la organización, el tamaño y el tipo de actividades. Se incluyen a continuación algunas razones que podrían motivar la comunicación:

- el interés de la organización por compartir información sobre sus prácticas ambientales;
- una solicitud de información hecha por empleados o por inversores, una entidad gubernamental, un grupo comunitario, un cliente o proveedor, o cualquier otra parte interesada;
- la necesidad de discutir con las partes interesadas especialmente con grupos objetivo, una acción propuesta por la organización tal como la expansión de una instalación existente, el emplazamiento de una nueva instalación o el lanzamiento de un nuevo producto o servicio;
- la gestión del riesgo ambiental;
- los requisitos legales y otros requisitos;
- la respuesta a las propuestas (negativas o positivas) de las partes interesadas;
- la respuesta a acusaciones falsas y/o maliciosas de irregularidad ambiental de partes que intenten desacreditar a la organización para promover sus agendas;
- la creciente importancia de tratar cuestiones ambientales.

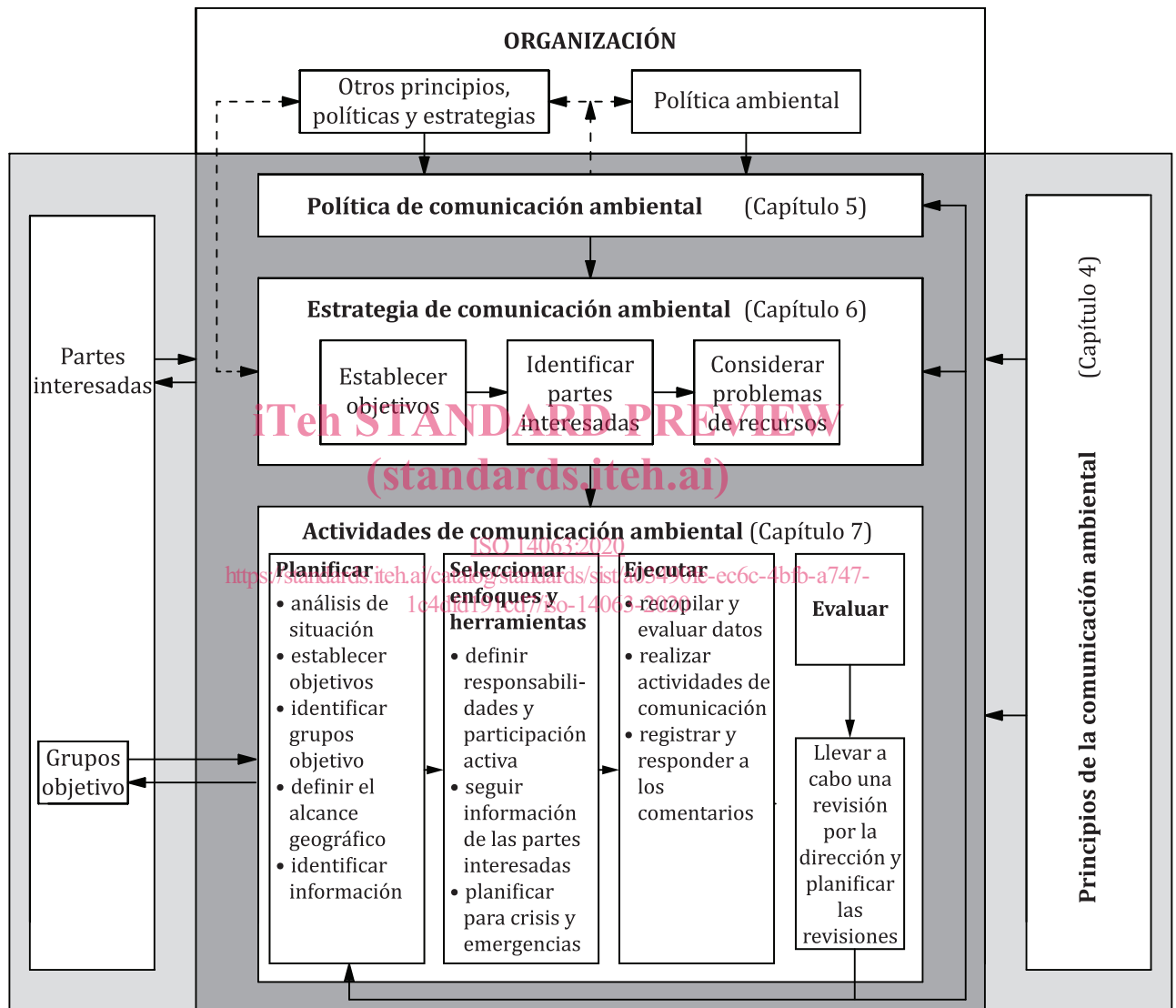
La comunicación ambiental es el proceso de compartir la información ambiental con el fin de generar confianza y credibilidad y crear alianzas, para incrementar la toma de conciencia y para su uso en la toma de decisiones. Los procesos utilizados y el contenido de una comunicación ambiental, variarán según los objetivos y las circunstancias de la organización, y pueden construirse basándose en información esencial.

La comunicación ambiental es una actividad que va más allá de la elaboración de informes ambientales. Tiene muchos propósitos y adquiere muchas formas. La comunicación ambiental, puede ser *ad hoc* o planificada. La comunicación ambiental *ad hoc* ocurre, por ejemplo, cuando el director de una instalación asiste a un evento en la comunidad y contesta sus preguntas. La comunicación planificada puede abarcar desde una participación limitada hasta una participación total de las partes interesadas, como se muestra a continuación.

- a) La comunicación unidireccional ocurre cuando la organización distribuye información, por ejemplo, cuando una organización emite un informe ambiental sin oportunidad para preguntas o discusiones.
- b) La comunicación bidireccional ocurre con el intercambio de información y de ideas entre la organización y las partes interesadas.
- c) En la toma de decisiones participativa, incluida la retroalimentación efectiva que afecta a la organización o a la comunidad local, una organización colabora con las partes interesadas.

El compromiso con las partes interesadas da la oportunidad a una organización de conocer sus cuestiones y inquietudes. Esto puede llevar a la obtención de conocimiento para ambas partes y puede influir en las opiniones y las percepciones. Cuando se realiza correctamente, cualquier enfoque específico puede tener éxito y satisfacer tanto las necesidades de la organización como las de las partes interesadas. Entender el patrón o comportamiento de la comunicación de cada parte interesada (o grupo objetivo) puede resultar importante para las comunicaciones ambientales. El proceso más eficaz de comunicación ambiental implica el contacto continuo de la organización con las partes interesadas internas y externas, como parte de la estrategia de comunicación global de las organizaciones.

La [Figura 1](#) muestra las interrelaciones y el flujo de la comunicación ambiental.



NOTA 1 Los títulos en negrita y numerados se refieren a los capítulos de este documento.

NOTA 2 Las flechas punteadas indican la relación del sistema de comunicación ambiental con otros elementos de la organización. Las flechas continuas indican la interrelación dentro del sistema de comunicación ambiental.

NOTA 3 El sombreado indica el alcance del sistema de comunicación ambiental. El sombreado más oscuro indica la superposición del sistema de comunicación ambiental con la organización.

Figura 1 — Comunicación ambiental

La comunicación ambiental suele dar como resultado muchos beneficios, tales como:

- ayudar a las partes interesadas a entender los compromisos, las políticas y el desempeño ambientales de una organización;
- proporcionar elementos de entrada o sugerencias para mejorar el desempeño ambiental de las actividades, productos y servicios de una organización, así como su progreso hacia la sostenibilidad;
- mejorar el entendimiento de las necesidades y inquietudes de las partes interesadas para fomentar la confianza y el diálogo;
- promocionar las credenciales, los logros y el desempeño ambiental de una organización;
- aumentar la importancia y el nivel de toma de conciencia ambiental para apoyar una cultura y valores ambientalmente responsables dentro de la organización;
- tratar las inquietudes y quejas de las partes interesadas sobre los peligros de las operaciones y de las emergencias ambientales;
- mejorar la percepción de las partes interesadas de la organización;
- incrementar el apoyo al negocio y la confianza de los accionistas.

La comunicación ambiental es una de las cuestiones cruciales a abordar por cualquier organización, con o sin un sistema de gestión ambiental implementado. La comunicación ambiental es más que una cuestión de organización y de gestión, también se relaciona con los valores de la organización. Para asegurar el éxito de los procesos de comunicación, es importante que la organización se considere un socio responsable dentro de la sociedad y aborde las expectativas ambientales de las partes interesadas.

ISO 14063:2020
<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020>

Gestión ambiental — Comunicación ambiental — Directrices y ejemplos

1 Objeto y campo de aplicación

Este documento proporciona directrices a organizaciones para los principios generales, política, estrategia y actividades relativas a la comunicación ambiental tanto interna como externa. Usa enfoques probados y bien establecidos para la comunicación, adaptados a las condiciones específicas que existen en la comunicación ambiental.

Es aplicable a todas las organizaciones, sea cual sea su tamaño, tipo, localización, estructura, actividades, productos y servicios, e independientemente de que disponga o no de un sistema de gestión ambiental implementado.

Se puede utilizar en combinación con cualquier otra norma dentro de la familia de Normas ISO 14000 o de forma individual.

NOTA 1 En el [Anexo A](#) se proporciona una tabla de referencia a la familia de Normas ISO 14000.

NOTA 2 Las Normas ISO 14020, ISO 14021, ISO 14024, ISO 14025 e ISO 14026 ofrecen herramientas específicas de comunicación ambiental y orientaciones relativas a las declaraciones y al etiquetado de productos.

2 Referencias normativas

No existen referencias normativas en este documento.

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-cc6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020>

3 Términos y definiciones

Para los fines de este documento, se aplican los términos y definiciones siguientes.

ISO e IEC mantienen bases de datos terminológicas para su utilización en normalización en las siguientes direcciones:

- Plataforma de búsqueda en línea de ISO: disponible en <https://www.iso.org/obp>
- Electropedia de IEC: disponible en <http://www.electropedia.org/>

3.1

comunicación ambiental

proceso que una *organización* (3.4) lleva a cabo para proporcionar y obtener información, y para entablar un diálogo con las *partes interesadas* (3.5) internas o externas, para motivar y compartir el entendimiento sobre cuestiones, aspectos y desempeño ambiental

3.2

política de comunicación ambiental

intenciones globales e instrucciones de una *organización* (3.4) relativas a su *comunicación ambiental* (3.1), tal como se expresan formalmente por la alta dirección

Nota 1 a la entrada: La política de comunicación ambiental puede ser una política independiente o ser parte de otras políticas dentro de la organización.

3.3

estrategia de comunicación ambiental

marco de referencia de la *organización* (3.4) para implementar su *política de comunicación* (3.2) ambiental y para marcar los objetivos y *metas de comunicación ambiental* (3.7)

3.4 organización

persona o grupo de personas que tienen sus propias funciones y responsabilidades, autoridades y relaciones para el logro de sus objetivos

Nota 1 a la entrada: El concepto de organización incluye, entre otros, un trabajador independiente, compañía, corporación, firma, empresa, autoridad, sociedad, organización benéfica o institución, o una parte o combinación de estas, ya estén constituidas o no, públicas o privadas.

[FUENTE: ISO 14001:2015, 3.1.4]

3.5 parte interesada

persona u *organización* (3.4) que puede afectar, verse afectada, o percibirse como afectada por una decisión o actividad

EJEMPLO Clientes, comunidades, proveedores, entes reguladores, organizaciones no gubernamentales, inversores y empleados.

Nota 1 a la entrada: “Percibirse como afectado” significa que esta percepción se ha dado a conocer a la organización.

Nota 2 a la entrada: Las partes interesadas pueden serlo a nivel local, regional o internacional.

[FUENTE: ISO 14001:2015, 3.1.6, modificado — Se ha añadido la Nota 2 a la entrada.]

3.6 grupo objetivo

parte o partes interesadas (3.5) seleccionadas como foco de una actividad de *comunicación ambiental* (3.1) de una *organización* (3.4)

3.7 objetivo de comunicación ambiental

resultado, coherente con la *política de comunicación ambiental* (3.2) que una *organización* (3.4) se fija para lograr como parte de su estrategia ambiental

Nota 1 a la entrada: El término “meta de comunicación ambiental” usado en la edición anterior de este documento, no se incluye en esta nueva edición, con el fin de mantener la consonancia con la Norma ISO 14015:2001, donde el término “meta” no se utiliza. No obstante, la organización puede seguir usando dos niveles de objetivos, como los descritos en el [apartado 7.1.3](#): Cuadro de ayuda práctica 7.

3.8 redes sociales

Se propone: tecnologías y prácticas en línea que usan las personas para compartir opiniones, percepciones, experiencias y perspectivas entre sí, transformando las interacciones tradicionales de uno a varios en interacciones de varios a varios

[FUENTE: ISO 20252:2019, 3.95]

4 Principios de comunicación ambiental

4.1 Generalidades

Estos principios de comunicación ambiental están creados para que las organizaciones los apliquen, teniendo en cuenta la identificación de las partes interesadas y sus necesidades y expectativas.

4.2 Principios

4.2.1 Transparencia

Los procesos, procedimientos, métodos, fuentes de datos, y supuestos utilizados en la comunicación ambiental están a disposición de todas las partes interesadas, teniendo en cuenta la confidencialidad de la información según se requiera. Se informa a las partes interesadas de su rol en la comunicación ambiental.

4.2.2 Adecuación

La información proporcionada en la comunicación ambiental es pertinente para las partes interesadas, puesto que usa formularios, lenguaje y medios que cumplen con sus intereses y necesidades que les permiten participar totalmente. La comunicación tiene en cuenta la diversidad, la inclusión y el género de las partes interesadas.

4.2.3 Credibilidad

La comunicación ambiental se lleva a cabo de manera honesta y justa. Se proporciona información veraz, exacta, fundamental y no engañosa para las partes interesadas. Se desarrollan la información y los datos por medio de métodos e indicadores reconocidos y reproducibles.

La comunicación ambiental está abierta a las necesidades de las partes interesadas. Se responde a las preguntas e inquietudes de las partes interesadas de forma completa y oportuna. Las partes interesadas son conscientes de cuál ha sido el tratamiento dado a sus preguntas e inquietudes.

Como las redes sociales facilitan la comunicación instantánea, se controla la velocidad en que se publican y responden las preguntas.

4.2.4 Claridad ISO 14063:2020 <https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fe-ec6c-4bfb-a747-1c4dfd191cd7/iso-14063-2020>

Los enfoques de la comunicación ambiental y el lenguaje son entendibles para las partes interesadas a fin de minimizar las ambigüedades.

4.2.5 Regionalidad

La comunicación ambiental tiene en cuenta el contexto ambiental local o regional que sea relevante en la zona donde tengan lugar los correspondientes impactos ambientales.

Véase la Norma ISO 14026:2017, 5.5.

5 Política de comunicación ambiental

5.1 Compromiso de la dirección

La alta dirección de la organización debería establecer y promover la política de comunicación ambiental, y expresar su compromiso para con esta. La política debería ser coherente con los principios del [Capítulo 4](#) y debería declarar claramente lo siguiente:

- a) el compromiso de entablar diálogo con las partes interesadas;
- b) el compromiso de divulgar información acerca del desempeño ambiental de la organización;
- c) la importancia de la comunicación ambiental interna y externa en la organización;
- d) el compromiso de implementar la política y proporcionar los recursos necesarios;
- e) el compromiso de tratar las cuestiones ambientales clave.

La política de comunicación ambiental puede formar parte de la política de comunicación de la organización o de la política ambiental, o estar integrada en estas, o puede ser una política aparte.

5.2 Desarrollo de la política

Al desarrollar la política, aquellos que sean responsables de la gestión ambiental dentro de la organización deberían interactuar y relacionarse con aquellos que sean responsables de la comunicación para asegurarse de que la política es coherente con otros principios, políticas y valores de la organización. Posteriormente, todos los niveles directivos deberían implementar la política y proporcionar los elementos de entrada para la formulación y la modificación de la política.

Una política de comunicación ambiental no necesita ser detallada, pero debería transmitir a las partes interesadas la importancia que la organización asigne a la comunicación sobre cuestiones ambientales, aspectos ambientales y sus impactos asociados y el desempeño ambiental. La visión, misión, valores y cultura de la organización pueden desempeñar un rol fundamental en el desarrollo una política de comunicación ambiental. La organización debería comprometerse en su política para reflejar las características culturales locales, regionales y/o nacionales en sus actividades de comunicación ambiental, cuando sea aplicable.

Algunos factores importantes que deberían considerarse cuando se desarrolle una política de comunicación ambiental son:

- el sector de negocios de la organización y su cartera de productos o servicios;
- su tamaño;
- su infraestructura organizativa;
- su gobierno corporativo;
- sus estrategias de mercado y de marca;
- la existencia de un sistema de gestión ambiental;
- la consideración de los aspectos e impactos ambientales, incluyendo los de las etapas de la cadena de suministro, uso y fin de vida de los productos;
- la interacción con aspectos relacionados como salud y seguridad y otros enfoques de sostenibilidad;
- los requisitos legales relacionados con la divulgación de la información ambiental;
- los códigos de ética o de conducta voluntarios, locales, nacionales e internacionales;
- las expectativas de las partes interesadas;
- el “derecho a saber” del público.

La política debería comunicarse a las partes interesadas, tanto internas como externas, según proceda.

6 Estrategia de comunicación ambiental

6.1 Consideraciones generales

La dirección de la organización debería desarrollar una estrategia para implementar su política de comunicación ambiental. La estrategia puede incluir los objetivos de comunicación ambiental, la identificación de las partes interesadas, una indicación de cuándo y qué se planea comunicar, y un compromiso de la dirección para asignar los recursos adecuados. Teniendo en cuenta sus recursos, una organización debería aclarar qué puede hacer, de modo que se satisfagan de la manera mejor y más realista las expectativas de las partes interesadas.

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

ISO 14063:2020
<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/a03490fc-cc6c-4bfb-a747-7/iso-14063-2020>

Se debería considerar el hecho de que la comunicación ambiental es parte de las actividades ambientales generales de la organización, y pueden estar alineadas con otros elementos del sistema de gestión, políticas, estrategias o actividades pertinentes.

Cuadro de ayuda práctica 1 — Desarrollo de la estrategia de comunicación ambiental

Al desarrollar la estrategia de comunicación ambiental, las siguientes preguntas pueden servir de ayuda.

- ¿Por qué la organización está comprometida con la comunicación ambiental y cuáles son sus objetivos?
- ¿Cuáles son las cuestiones e impactos ambientales clave de la organización?
- ¿Cuáles son las cuestiones principales a cubrir, los mensajes a transmitir y las técnicas, enfoques, herramientas y canales de comunicación a utilizar?
- ¿Cuáles son las condiciones ambientales relevantes para la organización, sus productos y su contexto?
- ¿Cuáles de los riesgos/oportunidades generados por la comunicación hay que tener en cuenta en la estrategia?
- ¿Cuánto tiempo es necesario para implementar la estrategia?
- ¿Cómo involucrará y coordinará la estrategia a los directores ambientales, a las partes interesadas, a las personas responsables de las cuestiones ambientales y a las personas que son responsables de la comunicación interna y externa de la organización?
- ¿Cuáles son los límites locales, regionales, nacionales e internacionales para la estrategia?

Una vez definida, la estrategia se debería aprobar por la alta dirección de la organización y posteriormente usarse como base para las actividades de comunicación ambiental de la organización.

6.2 Integración de la comunicación ambiental en el proceso de comunicación general de la organización

Para conseguir una comunicación ambiental eficiente, es importante tener en cuenta el proceso de comunicación general de la organización.