



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

ITINERARIO DE APRENDIZAJE



Cofinanciado por
la Unión Europea

El mundo necesita agentes de cambio...

Los efectos del cambio climático, la contaminación y el agotamiento de los recursos son cada vez más evidentes y es necesario actuar con urgencia para hacer frente a estos retos. Aquí es donde entras tú: como **Navegador ODS**, una persona comprometida con la creación de un cambio positivo en el mundo mediante la promoción de prácticas sostenibles y el desarrollo de soluciones innovadoras a los problemas medioambientales. Estás aquí porque crees que puedes ser una fuerza impulsora de la transición hacia un futuro más sostenible.



Cofinanciado por
la Unión Europea

Fuente: <https://unsplash.com/photos/6Xw9wMJyHus>

Convertirse en un agente de cambio

Ahora estás embarcándote en un camino de aprendizaje diseñado para conducirte hacia el proceso de cambio sostenible, a través de las siete etapas de las acciones empresariales impulsadas por la sostenibilidad. El objetivo es dotarte de los conocimientos, habilidades y actitudes (motivación) necesarios para que puedas marcar una verdadera diferencia en el mundo. Antes de comenzar tu viaje, ¡déjanos explicarte cómo funciona este curso!

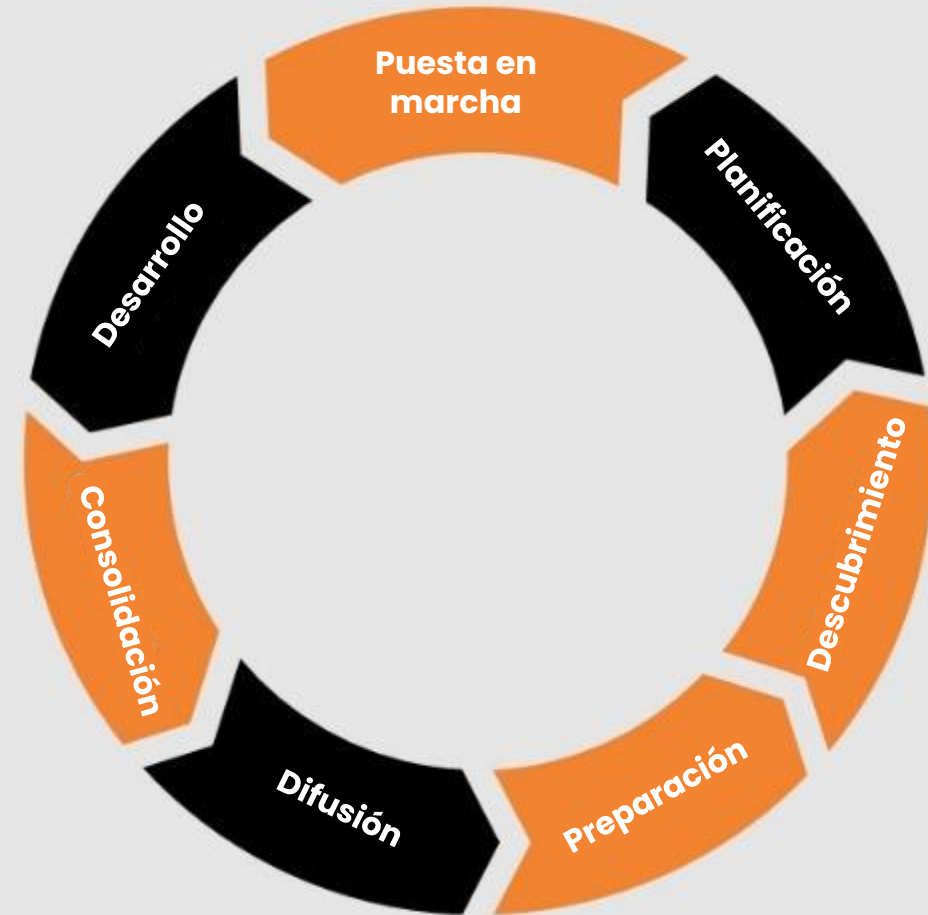


Cofinanciado por
la Unión Europea

Fuente: <https://unsplash.com/photos/0NJ9urGXrlg>

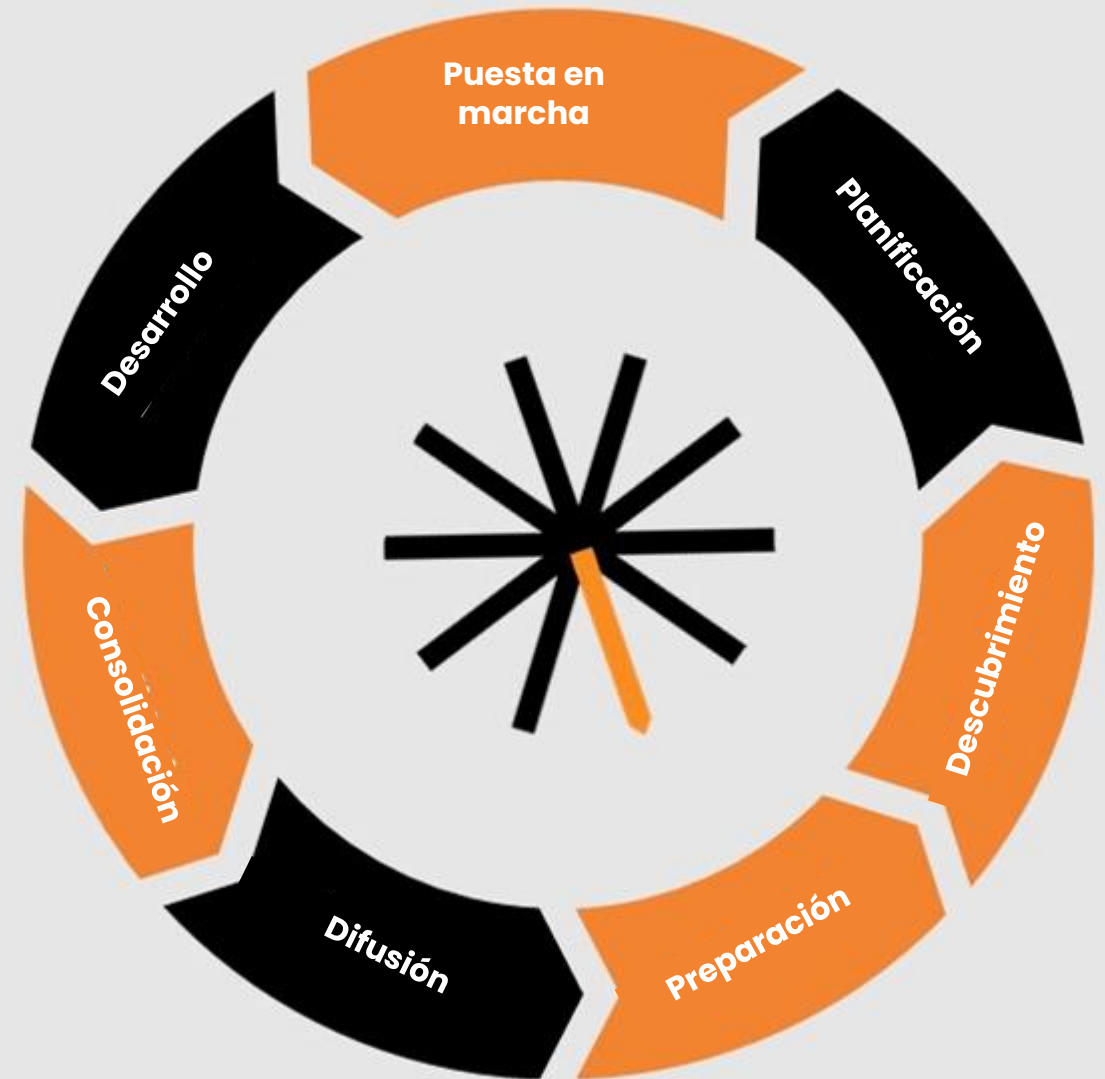
¿Cómo funciona este curso?

El itinerario de aprendizaje de SDG NAVIGATOR consta de siete módulos de aprendizaje que corresponden a las diferentes etapas de las acciones empresariales impulsadas por la sostenibilidad, es decir, las etapas que los empresarios deben completar para crear y aplicar prácticas empresariales sostenibles. Estas etapas no son estrictamente lineales, y los empresarios pueden iterar y volver a visitar ciertas etapas a medida que navegan por el complejo panorama de la iniciativa empresarial impulsada por la sostenibilidad.



¿Cómo funciona este curso?

Para navegar, uno siempre necesita orientación, y si miras al centro del esquema, que representa tu proceso de aprendizaje, encontrarás la brújula que te guiará en este viaje. La flecha naranja indica la etapa en la que te encuentras. Este curso también está diseñado en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para ayudarte mejor a visualizar el amplio abanico de oportunidades que tienes en tus acciones empresariales orientadas a la sostenibilidad y su correspondiente impacto.





SDG
NAVIGATOR



DESCUBRIMIENTO



Cofinanciado por
la Unión Europea



**SDG
NAVIGATOR**



Tema y objetivos

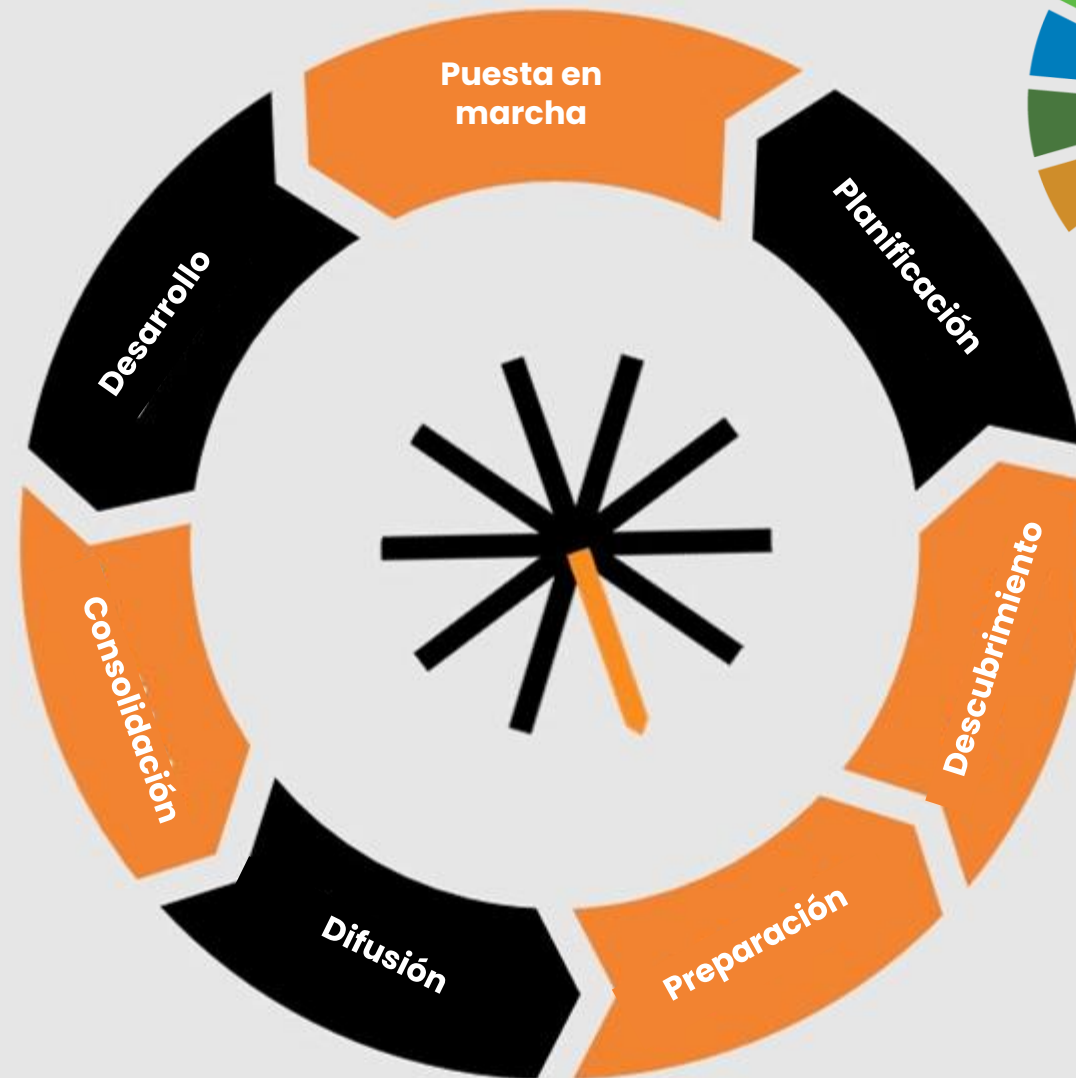


Cofinanciado por
la Unión Europea

SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Cofinanciado por
la Unión Europea

Competencias

- Pensamiento sistémico
- Conciencia de sostenibilidad
- Pensamiento anticipatorio

En esta fase, el objetivo es recopilar información, poner a prueba los supuestos y determinar si existe un mercado viable para el producto o servicio que la startup pretende ofrecer. Explorarás y validarás tu idea o concepto de negocio utilizando competencias de pensamiento sistémico, conciencia de sostenibilidad y pensamiento anticipatorio.

El **pensamiento** sistémico consiste en investigar qué conjunto de factores e interacciones contribuyen o podrían contribuir a un posible resultado.

La conciencia de sostenibilidad es una comprensión y conciencia hacia el entorno biofísico y sus problemas, incluidas las interacciones y efectos humanos.

El pensamiento anticipatorio es la capacidad de prepararse a tiempo para los problemas y las oportunidades.





**SDG
NAVIGATOR**



**Contenidos preparados para
el futuro**



Cofinanciado por
la Unión Europea

Descubra su empresa

Identificar una idea de negocio sostenible

Esto le ayudará a **identificar oportunidades** que pueden conducir a una empresa a largo plazo, rentable y socialmente responsable.

Análisis de mercado

Este análisis ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas, **desarrollar estrategias eficaces** e identificar a su **público objetivo**.

Exploración de enfoques innovadores

Es esencial para **crear una ventaja competitiva, identificar nuevas oportunidades y adaptarse** a un panorama empresarial en constante evolución.



Identificar una idea de negocio sostenible

Comience por identificar los problemas medioambientales y sociales, como el cambio climático, la reducción de residuos, la desigualdad social o el acceso al agua potable y la energía.

Generar diversas ideas para abordar el problema medioambiental o social al tiempo que se ofrece una oportunidad de negocio viable. Fomentar el pensamiento creativo y la colaboración.



Identificar una idea de negocio sostenible

Identificar una idea de negocio sostenible implica tener en cuenta factores medioambientales, sociales y económicos para garantizar la viabilidad a largo plazo del negocio y su impacto positivo.

Mapa mental

Los mapas mentales se utilizan ampliamente para diversos fines, como la lluvia de ideas, la toma de notas, la resolución de problemas, la planificación y la organización de información compleja. Son herramientas valiosas para los pensadores visuales y se emplean en la educación, la empresa y el desarrollo personal para mejorar la creatividad, la comprensión y la comunicación.

Puede elaborar su mapa mental aquí:

<https://www.canva.com/graphs/mind-maps/>



Identificar una idea de negocio sostenible

Piense en las partes interesadas y en los posibles beneficiarios de su solución.

Asegúrese de que su idea de negocio incorpora principios de sostenibilidad.

Piense en cómo va a implicar a la comunidad local.

Bowery – Compromiso de las partes interesadas y atención a la sostenibilidad

Bowery Farming es una empresa neoyorquina de agricultura vertical y digital. Cultiva y distribuye lechugas, verduras de hoja verde y hierbas aromáticas sin pesticidas.



<https://bowery.co/>



Cofinanciado por
la Unión Europea

Análisis de mercado

El análisis de mercado consiste en recopilar, analizar e interpretar un amplio conjunto de información sobre un mercado o sector específico. La investigación puede centrarse en un producto o servicio potencial para ese mercado, los clientes existentes y/o potenciales del producto o servicio, las necesidades, hábitos de compra, características y ubicación de su mercado objetivo, los competidores de su sector y las tendencias dentro de su mercado o sector en su conjunto.



Análisis de mercado

Pensamiento sistémico, comprensión y afrontamiento de la complejidad de la sostenibilidad.

El pensamiento sistémico y el análisis DAFO pueden complementarse mutuamente. Las organizaciones que integran ambos enfoques están mejor equipadas para navegar por el presente al tiempo que se posicionan estratégicamente para el futuro.

Análisis DAFO

Un análisis DAFO le ayuda a evaluar los factores internos que pueden afectar a su empresa (puntos fuertes y débiles) y los factores externos (oportunidades y amenazas). Tendrá que revisar los resultados del análisis DAFO y actuar en consecuencia.

Puede desarrollar su análisis DAFO utilizando estas plantillas:
www.canva.com/graphs/templates/swot-analysis/



Análisis de mercado

El pensamiento anticipatorio es la capacidad de prepararse a tiempo para los problemas y las oportunidades. El análisis de mercado le ayuda a pensar de forma anticipatoria.

Conciencia de sostenibilidad, valoración de la sostenibilidad, apoyo a la equidad y fomento de la naturaleza.

Pasos para realizar un análisis de mercado

1. Establezca la finalidad del estudio. Determine primero la intención de su análisis de mercado.
2. Conozca las perspectivas del sector.
3. Centrarse en los clientes objetivo.
4. Estudie a la competencia.
5. Reúna información adicional.
6. Analiza los resultados.
7. Actúa.



Exploración de enfoques innovadores

La conciencia de sostenibilidad es una competencia importante para desarrollar ideas empresariales innovadoras. Se refiere al nivel de comprensión y conciencia que tienen los individuos, las comunidades, las organizaciones y las sociedades sobre las cuestiones de sostenibilidad. Implica reconocer las interconexiones entre los factores medioambientales, sociales y económicos y el impacto de las actividades humanas en estos sistemas interconectados. La conciencia de sostenibilidad va más allá del mero reconocimiento; implica un compromiso con acciones responsables y éticas que promuevan el bienestar a largo plazo del planeta y sus habitantes.

Es importante pensar de forma innovadora a la hora de crear una idea de negocio sostenible. Existen cuatro tipos principales de innovación: innovación de producto, innovación de modelo de negocio, innovación de proceso e innovación de gestión.



Explorar enfoques innovadores

Desarrollar la conciencia de sostenibilidad a través de la innovación implica aprovechar enfoques creativos y con visión de futuro para fomentar una comprensión y un compromiso más profundos con las prácticas sostenibles. La innovación se refiere a la introducción de nuevas ideas, tecnologías o metodologías que contribuyan a la sostenibilidad medioambiental, social y económica.

Empresa de reciclaje de monopatines 7 Zuikiai

El principal objetivo de 7 Zuikiai es promover la cultura del monopatín en Lituania, sensibilizar a los jóvenes e implicarlos en el upcycling de monopatines. Recogiendo monopatines viejos y ya inservibles, 7 Zuikiai fabrica productos sostenibles y los ofrece a mercados distintos del de los skaters. Una parte de los beneficios se dedica a apoyar a la comunidad. Venden monopatines nuevos al precio de coste, organizan eventos, competiciones y actividades educativas.



Exploración de enfoques innovadores

Una matriz de desarrollo sostenible como la que se muestra a la derecha suele implicar la evaluación de proyectos en función de varios criterios de sostenibilidad, como el impacto ambiental, la equidad social, la viabilidad económica y la resiliencia a largo plazo. Pueden utilizarse distintos indicadores para crear una matriz que ayude a las partes interesadas a comprender los resultados generales del proyecto en materia de sostenibilidad.



Fuente: [diseño propio](#)



Cofinanciado por
la Unión Europea



**SDG
NAVIGATOR**



Recursos didácticos

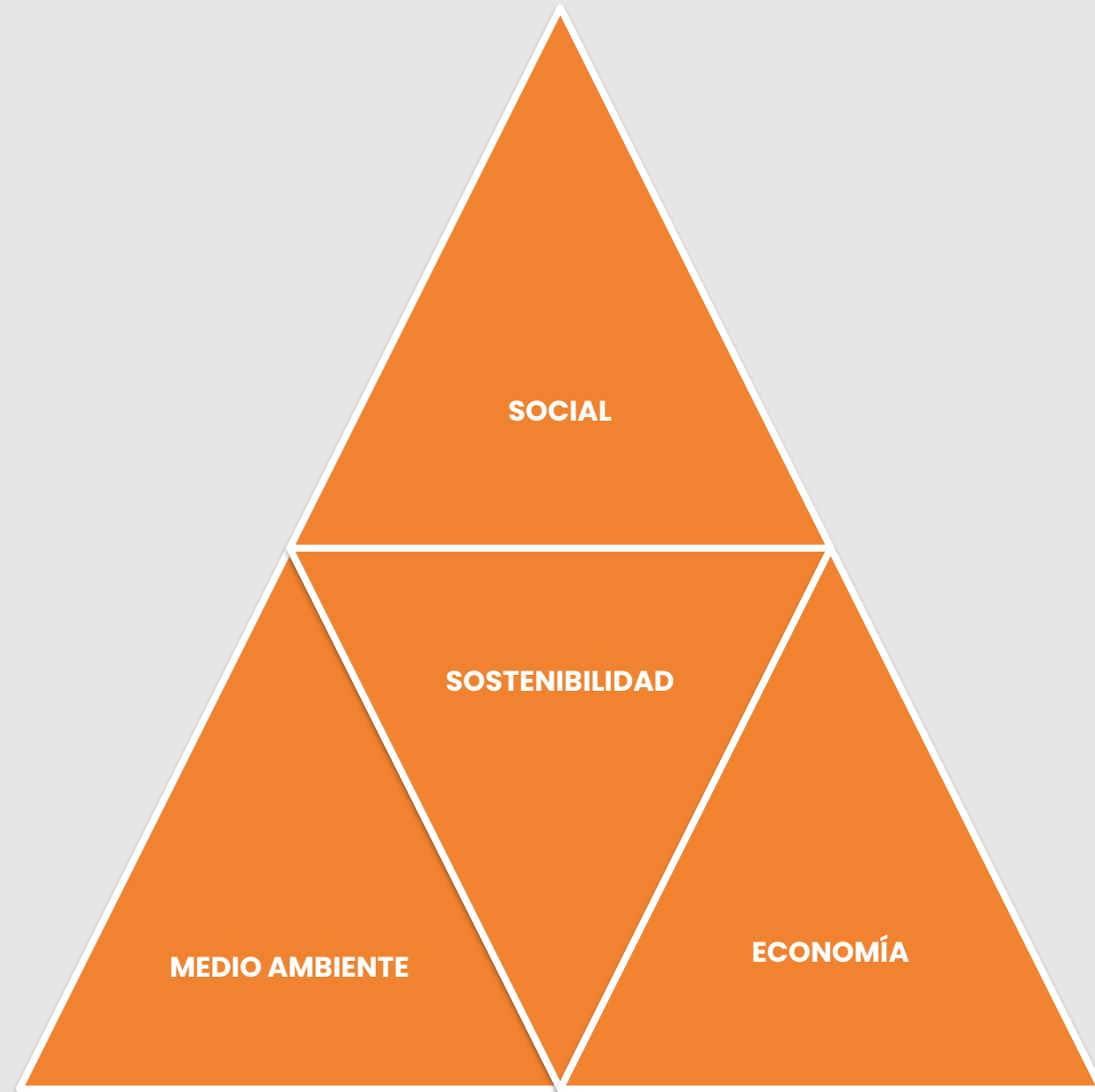


Cofinanciado por
la Unión Europea

Descubrimiento

Tras la fase de preparación, seguirá sintiendo la necesidad de continuar investigando e identificando posibles ideas o conceptos de negocio sostenibles. Empezarás a integrar algunas operaciones empresariales como el análisis de mercado para identificar a los clientes o beneficiarios objetivo.

Ahora debe centrarse en encontrar soluciones y/o tecnologías innovadoras que deben estar en consonancia con los objetivos de sostenibilidad.



Descubrimiento

En esta fase, como emprendedor sostenible, desarrollarás ideas y conceptos innovadores para abordar los retos de sostenibilidad identificados. Explorarás nuevas tecnologías, modelos de negocio o productos/servicios que tengan un impacto positivo en el medio ambiente o la sociedad.

Ahora se te pedirá que **apliques** tus competencias orientadas a la sostenibilidad **para resolver un problema**.



Problema



Cofinanciado por
la Unión Europea



Fuente: <https://pixabay.com/photos/hangers-clothing-shopping-market-1850082/>

Navegar por la fabricación ética

Sophie, aspirante a empresaria sostenible, ha desarrollado una línea de ropa infantil fabricada con materiales orgánicos y de origen ético. Su marca se centra en las prácticas ecológicas, el trabajo justo y el compromiso de reducir el impacto ambiental de la industria de la moda. Ahora, en la fase de difusión, Sophie se enfrenta a un complejo reto que requiere equilibrar sus objetivos de sostenibilidad con los aspectos prácticos de la fabricación y el crecimiento del negocio.



Cofinanciado por
la Unión Europea



Sophie recibe una interesante oportunidad de una conocida cadena minorista interesada en vender su línea de ropa infantil sostenible. Esta asociación podría aumentar significativamente la visibilidad de su marca y llegar a un público más amplio. Sin embargo, la cadena de tiendas tiene sus propios socios fabricantes y sus prácticas pueden no coincidir del todo con el compromiso de Sophie con la producción ética y sostenible.

Tras una investigación, Sophie descubre que, aunque la cadena minorista afirma dar prioridad a la sostenibilidad, sus socios fabricantes han sido asociados con problemas éticos, como malas condiciones laborales y prácticas de abastecimiento cuestionables. La cadena hace hincapié en la rentabilidad y la producción rápida, lo que puede entrar en conflicto con los principios de Sophie de trabajo justo y fabricación ecológica.



Navegar por una fabricación ética

Sophie se enfrenta a un dilema. Por un lado, la asociación con una cadena minorista interesada podría aumentar exponencialmente la exposición de su marca y contribuir a la adopción generalizada de ropa infantil sostenible. Por otro, aliarse con una cadena que aplica prácticas de fabricación éticamente cuestionables contradice los valores fundamentales de su marca. ¿Cómo puede mantener sus normas éticas al tiempo que negocia posibles asociaciones con grandes cadenas minoristas?





Empatizar



Cofinanciado por
la Unión Europea

Encontrar un problema

Paso 1: Lea los dos artículos de la derecha

Paso 2: Reflexionar sobre cuál es el principal problema del dilema de Sofía a partir de los conocimientos adquiridos en los artículos.

Paso 3: Enumerar las partes interesadas que podrían haberse visto afectadas por este problema.

- Artículo 1 | El poder de definir el problema: <https://hbr.org/2012/09/the-power-of-defining-the-prob>
- Artículo 2 | 5 preguntas para identificar a los principales interesados: <https://hbr.org/2014/03/five-questions-to-identify-key-stakeholders>



Definir



Cofinanciado por
la Unión Europea



Definir el problema

Paso 1: Lea el artículo de la derecha

Paso 2: Escribir el problema principal que experimentó Sophy basándose en la plantilla de resolución de problemas.

Paso 3: Considerar cómo puede afectar el problema a las partes interesadas

- Artículo | Definir el problema estratégico:
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4757-3277-1_2
- Plantilla para la resolución de problemas:
<https://connect.springerpub.com/content/book/978-0-8261-4514-7/back-matter/bmatter5>



Crear



Cofinanciado por
la Unión Europea



Reflexionar sobre posibles soluciones

Paso 1: Lea los cuatro artículos de la derecha

Paso 2: Reflexionar sobre cuáles son las tres posibles soluciones para el problema de Sophie definido en la sección anterior a partir de los conocimientos adquiridos en los artículos.

Paso 3: Analizar hasta qué punto son innovadoras estas soluciones, cómo afectan a las partes interesadas y hasta qué punto son sostenibles.

- Artículo 1 | 8 consejos para la resolución creativa de problemas:
<https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-be-a-more-creative-problem-solver>
- Artículo 2 | Qué es la resolución creativa de problemas:
<https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-creative-problem-solving>
- Artículo 3 | 5 consejos para la resolución creativa de problemas:
www.masterclass.com/articles/creative-problem-solving
- Artículo 4 | La importancia empresarial de definir los problemas:
www.entrepreneur.com/leadership/defining-problems-the-most-important-business-skill-youve/237668





Prototipo



Cofinanciado por
la Unión Europea

Explique con más detalle su solución

Paso 1: Lea los tres artículos de la derecha

Paso 2: Elige una solución para el problema de Sophie de la sección anterior "Crear".

Paso 3: Desarrollar una posible situación y pensar en la reacción de los socios de Sophie ante esta solución.

- Artículo 1 | La creación de prototipos en el pensamiento de diseño:
www.simplilearn.com/prototyping-in-design-thinking-article
- Artículo 2 | Todo lo que debe saber sobre la creación de prototipos:
www.workshopper.com/post/design-thinking-phase-4-everything-you-need-to-know-about-prototyping
- Artículo 3 | 22 maneras de prototipar en design thinking: makeiterate.com/22-creative-ways-to-prototype-in-design-thinking/





Prueba



Cofinanciado por
la Unión Europea

Pruebe su solución

Paso 1: Lea los tres artículos de la derecha

Paso 2: Desarrollar un escenario a pequeña escala para la elección de Sophie

Paso 3: Anotar 3 lecciones aprendidas de la simulación

- Artículo 1 | Etapa 5 del proceso de pensamiento de diseño - test:
www.interaction-design.org/literature/article/stage-5-in-the-design-thinking-process-test
- Artículo 2 | Cómo realizar pruebas eficaces:
www.workshopper.com/post/design-thinking-phase-5-how-to-test-effectively
- Artículo 3 | La forma correcta de dirigir el pensamiento de diseño:
<https://hbr.org/2019/03/the-right-way-to-lead-design-thinking>





**SDG
NAVIGATOR**



Activadores orientados a la acción



Cofinanciado por
la Unión Europea

¿Cuáles son los problemas y retos específicos a los que se enfrentan los usuarios de mi producto o servicio sostenible?



Fuente: www.freepik.com/free-photo/front-view-man-with-wooden-blocks_38687397.htm



Cofinanciado por
la Unión Europea

¿Cuáles son las limitaciones y oportunidades a la hora de desarrollar mi producto o servicio sostenible?



Fuente: www.freepik.com/free-photo/sustainable-development-goals-still-life_38687406.htm



Cofinanciado por
la Unión Europea

¿De qué manera puedo iterar sobre mi solución sostenible basándome en los resultados de las pruebas?



Fuente: www.freepik.com/free-photo/front-view-man-with-wooden-blocks_38687392.htm



Cofinanciado por
la Unión Europea



**SDG
NAVIGATOR**



Cuestionario



Cofinanciado por
la Unión Europea

Pregunta 1.

¿Cuál es el objetivo principal de la etapa "Definir" en el pensamiento de diseño?

- a) Generar ideas creativas
- b) Construcción de prototipos
- c) Articular el problema desde la perspectiva del usuario



Pregunta 2.

¿Cuál de los siguientes es un principio clave de las prácticas empresariales sostenibles?

- a) Maximizar los beneficios a corto plazo
- b) Ignorar el impacto medioambiental
- c) Dar prioridad a la responsabilidad social



Pregunta 3.

¿Cuál de los siguientes es un principio clave del desarrollo empresarial sostenible?

- a) Maximización del beneficio a corto plazo
- b) Ignorar el impacto ambiental
- c) Responsabilidad social y prácticas éticas





**SDG
NAVIGATOR**

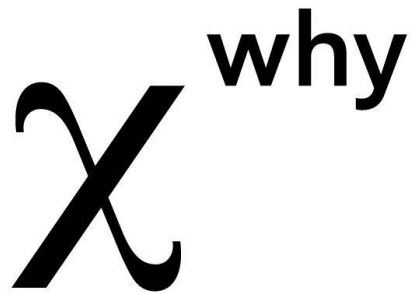


Créditos y soluciones a los cuestionarios



Cofinanciado por
la Unión Europea

Desarrollador



A stylized logo consisting of a large, bold, black 'X' with a decorative flourish at the bottom. To the right of the 'X' is the word 'why' in a lowercase, sans-serif font.

Soluciones del cuestionario:

1- C.

2-C.

3-C.



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Cofinanciado por
la Unión Europea

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project No. 2022-1-LT01-KA220-VET-000087491