



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!**

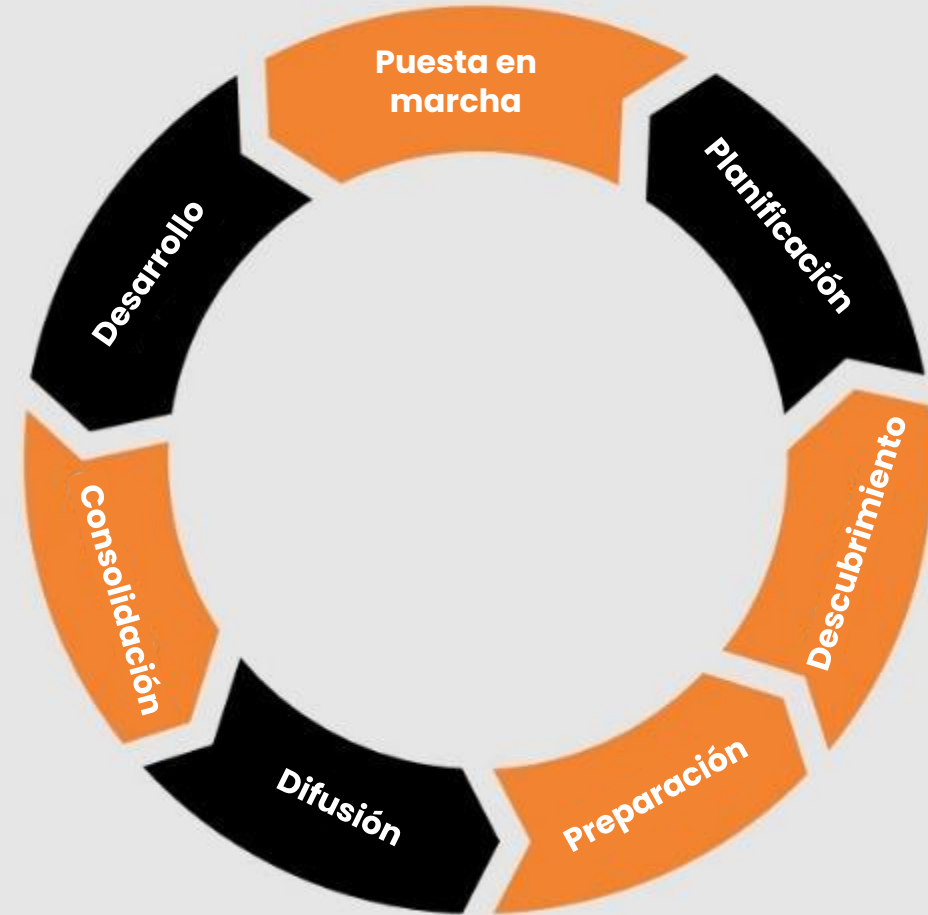


Cofinanciado por
la Unión Europea

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

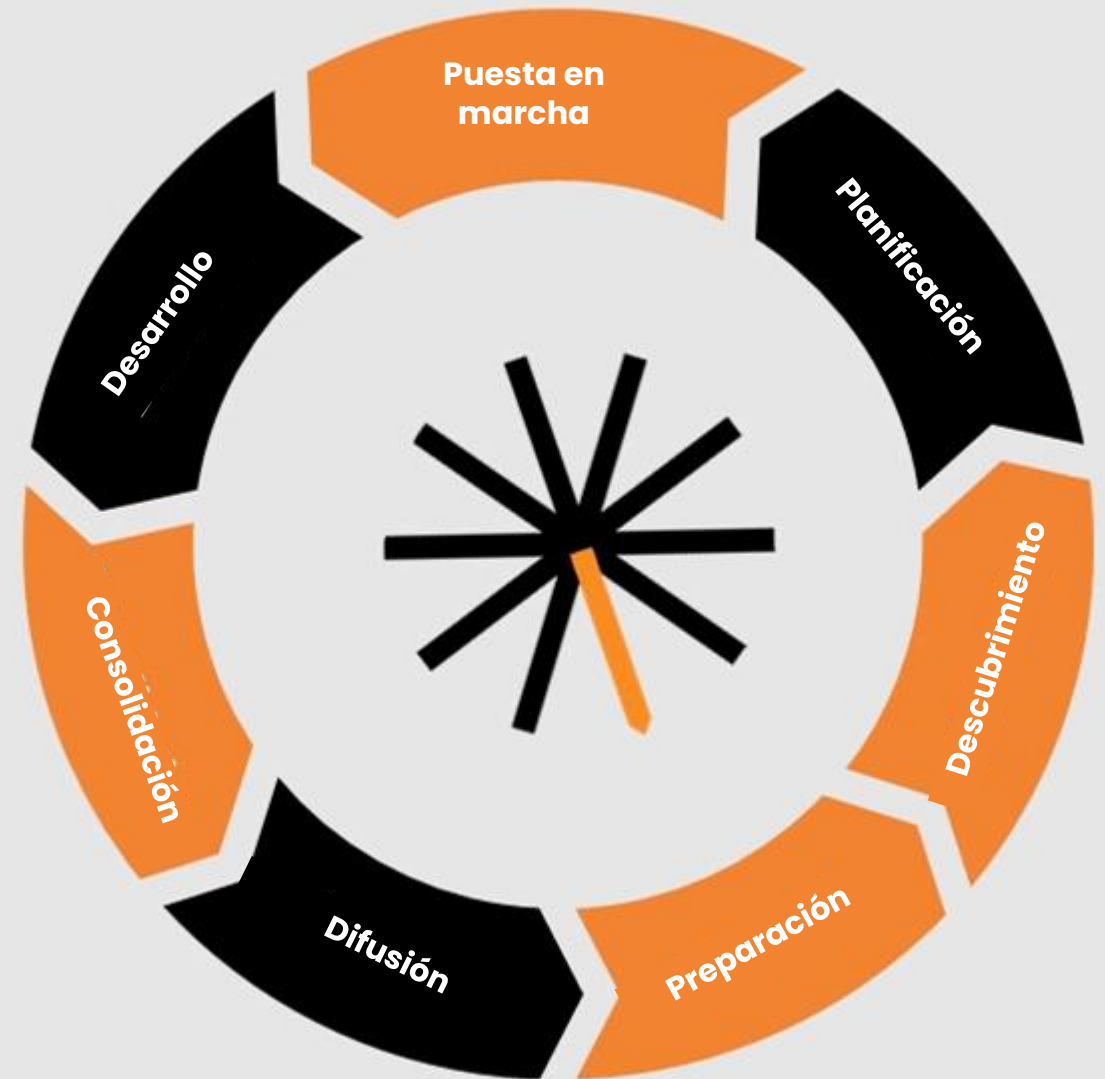
¿Cómo funciona este curso?

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



CONSOLIDACIÓN



Cofinanciado por
la Unión Europea



**SDG
NAVIGATOR**



Tema y objetivos

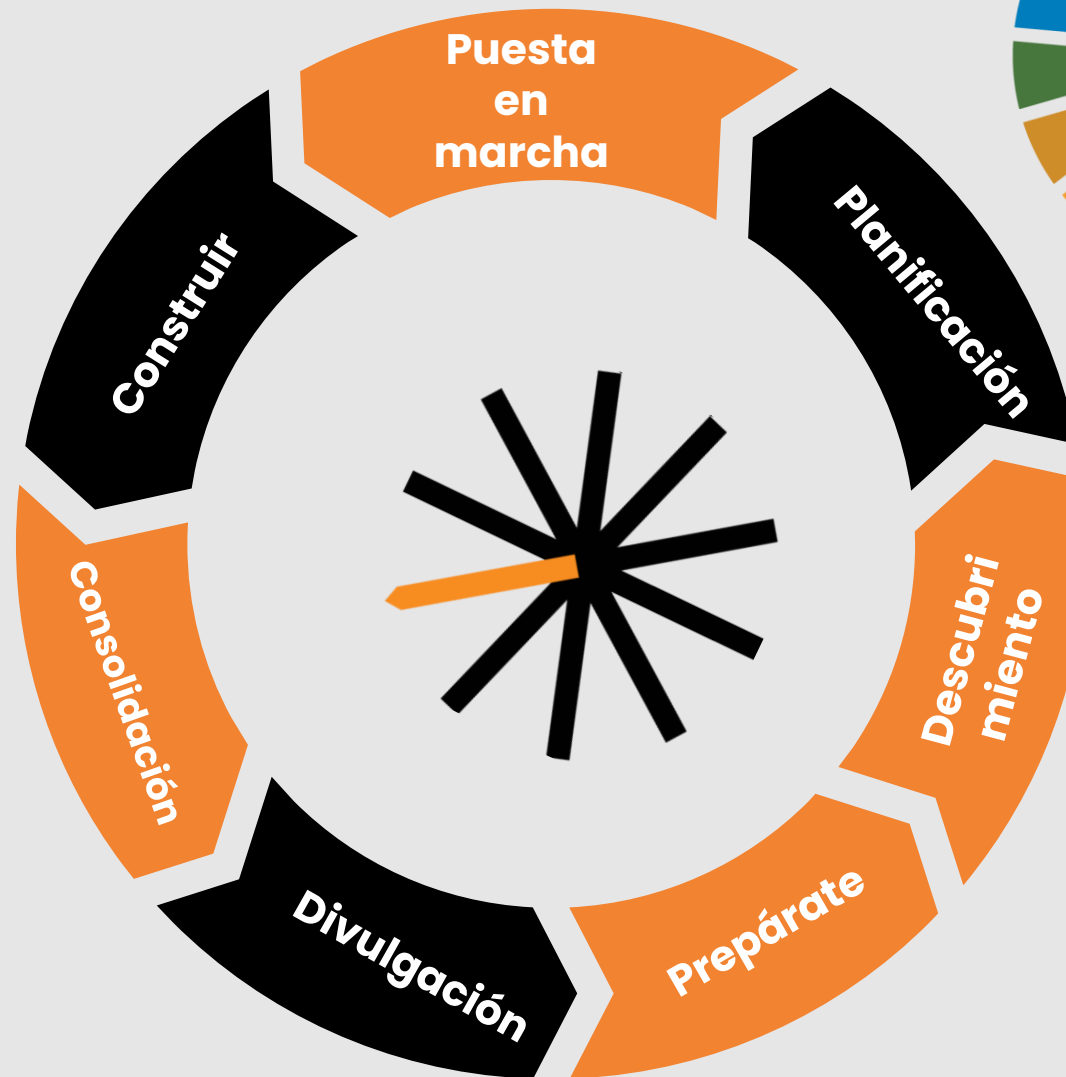


Cofinanciado por
la Unión Europea

SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Cofinanciado por
la Unión Europea

Competencias

- Agencia normativa
- Pensamiento estratégico
- Acción interpersonal

En esta fase de seguimiento, te embarcarás como agente de cambio en materia de sostenibilidad, en un viaje de revisión, medición y búsqueda de socios para optimizar el modelo empresarial con vistas a la sostenibilidad a largo plazo. Aprenderás la importancia de establecer indicadores de sostenibilidad, implicar a las distintas partes interesadas y labrarte una buena reputación, desarrollando tus competencias sobre agencia normativa, pensamiento estratégico y acción interpersonal.





**SDG
NAVIGATOR**



**Contenidos preparados
para el futuro**



Cofinanciado por
la Unión Europea

Evaluar y optimizar el modelo de negocio para la sostenibilidad a largo plazo

Indicadores clave de rendimiento relacionados con la sostenibilidad

La medición y el seguimiento de los indicadores clave de rendimiento (KPI) relacionados con la sostenibilidad proporcionan datos esenciales para identificar áreas de mejora y evaluar la eficacia de los esfuerzos de sostenibilidad.

Amplificar el impacto

Involucrar a las partes interesadas y fomentar las asociaciones para amplificar el impacto permite tener una perspectiva más amplia de los retos y soluciones de la sostenibilidad, mejorando la capacidad de la empresa para adaptarse y tener éxito en un mundo cambiante.

Marca y reputación sólidas

Crear una marca y una reputación sólidas en el ámbito de la sostenibilidad no sólo atrae a los consumidores concienciados, sino que también mejora la resistencia y la competitividad de la empresa en un mercado centrado en la sostenibilidad.



Indicadores clave de rendimiento relacionados con la sostenibilidad

Los KPI de sostenibilidad permiten a las empresas medir y evaluar su impacto en la sostenibilidad y sus logros, garantizando que están marcando una diferencia positiva y contribuyendo a un futuro más sostenible.

Fomentas la agencia normativa al incluir esta práctica y estrategia en tus planes y acciones empresariales, porque busca los principios de procesos y decisiones conscientes, donde el respeto a la sostenibilidad en todos sus ámbitos es uno de los pilares sobre los que debe asentarse la actividad empresarial.

Estos indicadores pueden basarse en diferentes dimensiones, como la huella de carbono, las emisiones, la reducción de residuos (medioambiental), la gestión de la diversidad, las políticas de igualdad, el apoyo al equilibrio entre vida laboral y personal (social) o el capital circulante, la deuda y el volumen de negocio (gobernanza).



Indicadores clave de rendimiento relacionados con la sostenibilidad

La principal razón para utilizarlos es precisamente determinar si la organización cumple sus objetivos. En caso de desviación, pueden introducirse medidas correctoras. Así pues, los indicadores de sostenibilidad miden el rendimiento de la empresa, así como la forma en que está llevando a cabo sus planes y en qué punto se encuentra en el proceso de alcanzarlos.

Herramienta SDG Monitor

SDG Monitor es una herramienta gratuita que ayuda a las empresas y organizaciones a medir, gestionar y comunicar sus resultados en materia de sostenibilidad y a mostrar su impacto.

Esta herramienta aporta transparencia a la sostenibilidad de las entidades, brindando la oportunidad de emparejar las acciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y utilizar los indicadores de los ODS para la medición.



Indicadores clave de rendimiento relacionados con la sostenibilidad

Los indicadores de sostenibilidad están estrechamente relacionados con distintas normas. Se trata de normas voluntarias que abarcan una gran variedad de temas, donde la seguridad medioambiental, social o ética son los más comunes a tener en cuenta.

Al adoptarlos, demostrará su compromiso y la actuación que está llevando a cabo en áreas específicas, reforzando y difundiendo la competencia de la agencia normativa.

Herramienta SDG Monitor

En la herramienta "SDG Monitor" los usuarios pueden crear infinidad de planes, acciones, indicadores y equipos de sostenibilidad.

Una entidad puede estar realmente a la cabeza de su estrategia de sostenibilidad si toma conciencia de sus efectos sobre el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza, define sus iniciativas de sostenibilidad y empieza a hacer un seguimiento de los resultados. Los datos son un elemento facilitador en sí mismo, que beneficia a todas las partes implicadas, incluidos propietarios, trabajadores, clientes, proveedores e inversores.



www.sdgmonitor.co/product



Cofinanciado por
la Unión Europea

Amplificar el impacto

Crear valor para todos los implicados en el funcionamiento de un proyecto es fundamental para crear un propósito común y abordar los complejos problemas de nuestra sociedad. Las empresas, los proyectos y sus gestores deben ser cada vez más conscientes de las interconexiones entre los problemas medioambientales, sociales y económicos y saber que no pueden actuar individualmente para encontrar soluciones.

El compromiso de las partes interesadas consiste en crear valor y añadir viabilidad a las operaciones empresariales y a las comunidades que las rodean. Esto puede hacerse dando prioridad a las partes interesadas en función de su influencia e interés en el proyecto, comprendiendo sus necesidades y preocupaciones e incorporando esta información a los procesos de toma de decisiones y a las ideas, estableciendo relaciones basadas en la confianza, la transparencia y la comunicación abierta, desarrollando prácticas sostenibles que reflejen los intereses de todos y haciendo un seguimiento de los resultados en materia de sostenibilidad para demostrar responsabilidad y transparencia.



Amplificar el impacto

Para garantizar el éxito a largo plazo de un proyecto, hay que identificar, comprender y comprometer a todas las partes interesadas.

Las empresas que gestionan bien a sus grupos de interés tienen más probabilidades de experimentar un desarrollo y una rentabilidad sostenibles, al tiempo que mejoran sus comunidades locales y el medio ambiente.

The Body Shop – Partes interesadas y objetivos

The Body Shop es una empresa de cosméticos que ha realizado una serie de esfuerzos para reducir su influencia en el medio ambiente y promover la responsabilidad social, como la utilización de envases ecológicos, la obtención de productos procedentes del comercio justo y de fuentes sostenibles, y la ayuda a programas de desarrollo comunitario. Anita Roddick, la creadora de la firma, era una firme defensora de la gestión de las partes interesadas y opinaba que las empresas tenían el deber de tener en cuenta los intereses de todos los tipos de partes interesadas que tuvieran identificadas.



Amplificar el impacto

Al comprender la importancia de estas conexiones, tu competencia de acción interpersonal se verá reforzada, contribuyendo a interacciones sociales eficaces y significativas que promuevan prácticas y valores sostenibles, creando asociaciones valiosas para obtener resultados sostenibles que mejoren el impacto de tu empresa y de las que la rodean.

The Body Shop – Partes interesadas y objetivos

Como parte de este compromiso, cuentan con iniciativas como su programa comunitario de comercio justo, verificado de forma independiente por ECOCERT (una agencia de evaluación del comercio justo), en el que realizan auditorías periódicas de los proveedores y de sus propias operaciones comerciales. Tanto la empresa como sus proveedores y clientes destacan las cadenas de suministro sostenibles, aunando esfuerzos para lograr un mayor impacto y objetivos comunes.



www.thebodyshop.com/en-us/about-us/our-story/
www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/brand-values/



Cofinanciado por
la Unión Europea

Marca y reputación sólidas

En el camino hacia la evaluación y optimización del modelo de negocio para la sostenibilidad a largo plazo, crear confianza entre sus partes interesadas, fortalecer y alimentar la reputación del proyecto para generar valor y asegurar el impacto social es un paso esencial. En este punto del viaje, no se trata sólo de aplicar prácticas ambiental y socialmente responsables, sino también de comunicar adecuadamente estas acciones para que el proyecto sea un agente de cambio positivo.

¿Cómo hacerlo? Siendo transparente y coherente (distanciarse de las acciones de greenwashing), no limitarse exclusivamente a los aspectos medioambientales, sin aludir a los aspectos sociales o de gobernanza, ni centrarse exclusivamente en una parte interesada o un paso de la cadena, implicarse, escuchar a las partes interesadas.



Marca y reputación sólidas

Su capacidad de pensamiento estratégico se empleará y reforzará anticipándose a las preguntas difíciles para proteger su marca.

Es fundamental mantenerse al día de la constante evolución de los mercados y de las expectativas de las partes interesadas, y vincular los mensajes de la marca en consecuencia de forma auténtica y pertinente.

Patagonia y activismo

Patagonia, una de las empresas pioneras en la defensa del medio ambiente, se fundó en los años setenta. En su sitio web, la empresa detalla su estrategia de sostenibilidad, incluida una sección dedicada a informar a los clientes sobre sus objetivos y valores. En sus redes sociales, Patagonia también comparte noticias y eventos relacionados con la conciencia medioambiental y el cambio climático.

Por no hablar del cuantioso regalo que la empresa hizo hace unos años. El 100% de las ventas del Black Friday de Patagonia se destinó a organizaciones ecologistas.



Marca y reputación sólidas

La reputación se trabaja a diario. Los proyectos fiables y creíbles tienen identidad y perduran humanamente. Sólo la comunicación convierte estas características ideales en realidad.

Los proyectos ya no buscan rentabilidad a cualquier precio, sino rentabilidad sostenible en el tiempo. Hoy es necesario entender que nuestros grupos de interés (no solo los clientes) exigen que tengamos una buena reputación.

Patagonia y activismo

Y lo que es más importante, esta empresa se dedica a participar activamente en el movimiento de sostenibilidad.

El modelo de negocio de Patagonia es diferente: rechaza la moda rápida creando productos de alta calidad y larga duración, y ofrece un programa de reparación y reutilización. Patagonia también ha realizado investigaciones con organismos del sector sobre el impacto de los microplásticos. Pero aparte de eso, intenta implicar también a sus clientes en este estilo de vida.



<https://eu.patagonia.com/es/en/activism/>
<https://goodonyou.eco/how-ethical-is-patagonia/>





**SDG
NAVIGATOR**



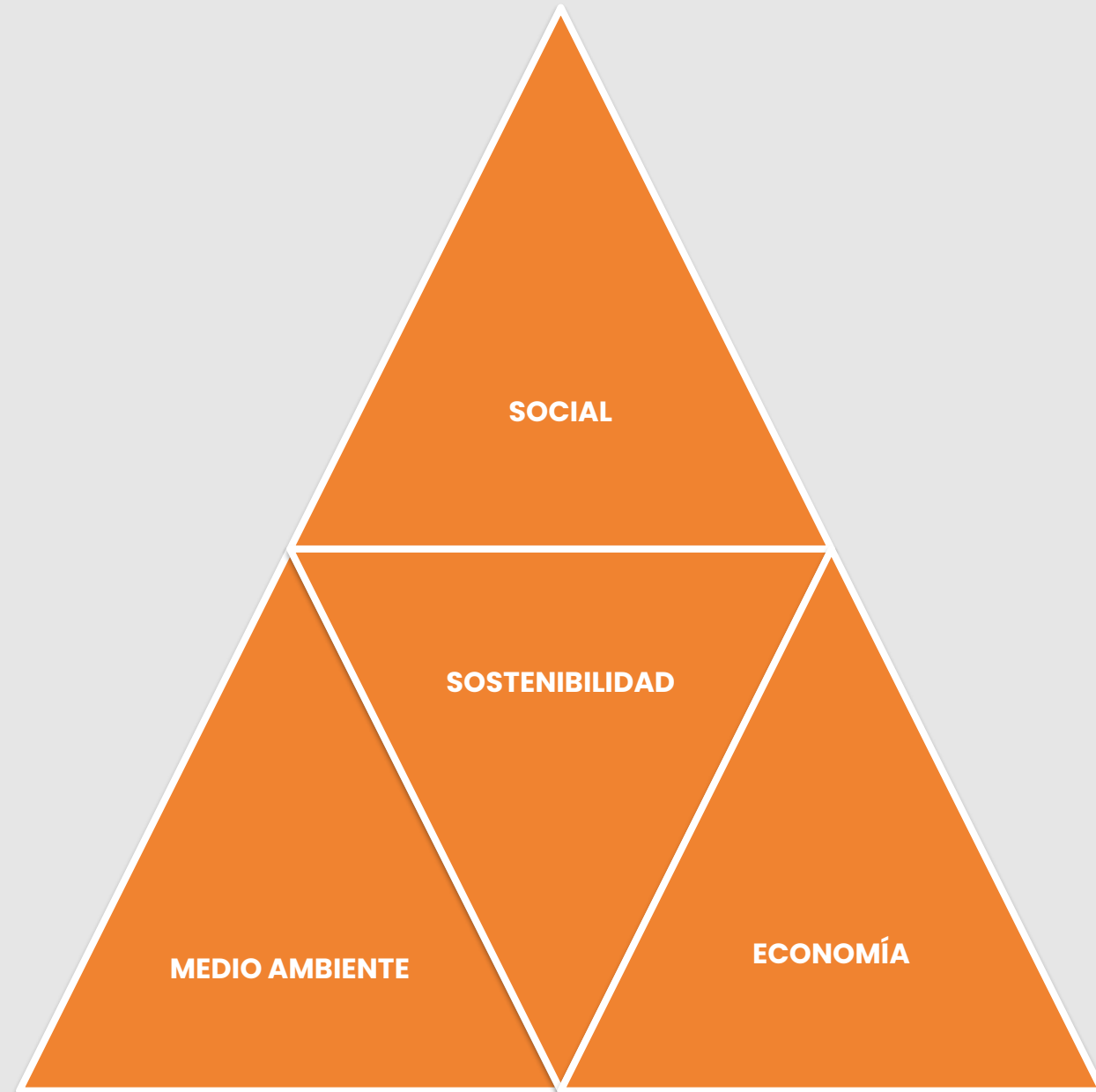
Recursos didácticos



Cofinanciado por
la Unión Europea

Consolidación

Para consolidar cualquier empresa sostenible, hay que construir una marca y una reputación fuertes. Pero no basta con ser reconocido por lo que uno hace. Tendrá que tener un profundo conocimiento de su negocio, lo que significa que supervisará y evaluará el impacto de sus operaciones empresariales en las dimensiones medioambiental, social y económica. Esto también puede implicar comprometerse con las partes interesadas pertinentes y fomentar las asociaciones para amplificar el impacto.



Consolidación

Esta etapa consiste en medir los indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar los avances hacia los objetivos de sostenibilidad y ajustar la mejora del rendimiento.

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



Problema



Cofinanciado por
la Unión Europea



Fuente: www.freepik.com/free-photo/eco-friendly-disposable-recyclable-tableware-colored-background_9046423.htm

Hacia los eventos inteligentes

El concepto de sostenibilidad debe estar presente en todos los ámbitos de nuestra vida, y los eventos no son una excepción.

La organización de estos eventos, en los que se dan cita reuniones, comidas y distintos tipos de materiales, puede generar una enorme cantidad de residuos y desechos, causando un efecto devastador en el medio ambiente.



Cofinanciado por
la Unión Europea



Eres un joven emprendedor que quiere contribuir a mejorar la sostenibilidad de la zona en la que vives, tanto desde el punto de vista social como medioambiental y económico.



Colaboras en la asociación cultural de tu barrio donde se organizan múltiples actividades para los vecinos y te has dado cuenta de que la gestión de estos eventos y los caterings utilizados son mejorables.



Aplicando sus conocimientos de agencia normativa y pensamiento estratégico colaborativo, ¿puede imaginar una nueva forma de gestionar estos eventos de manera sostenible a largo plazo, midiendo por primera vez su impacto?





Empatizar



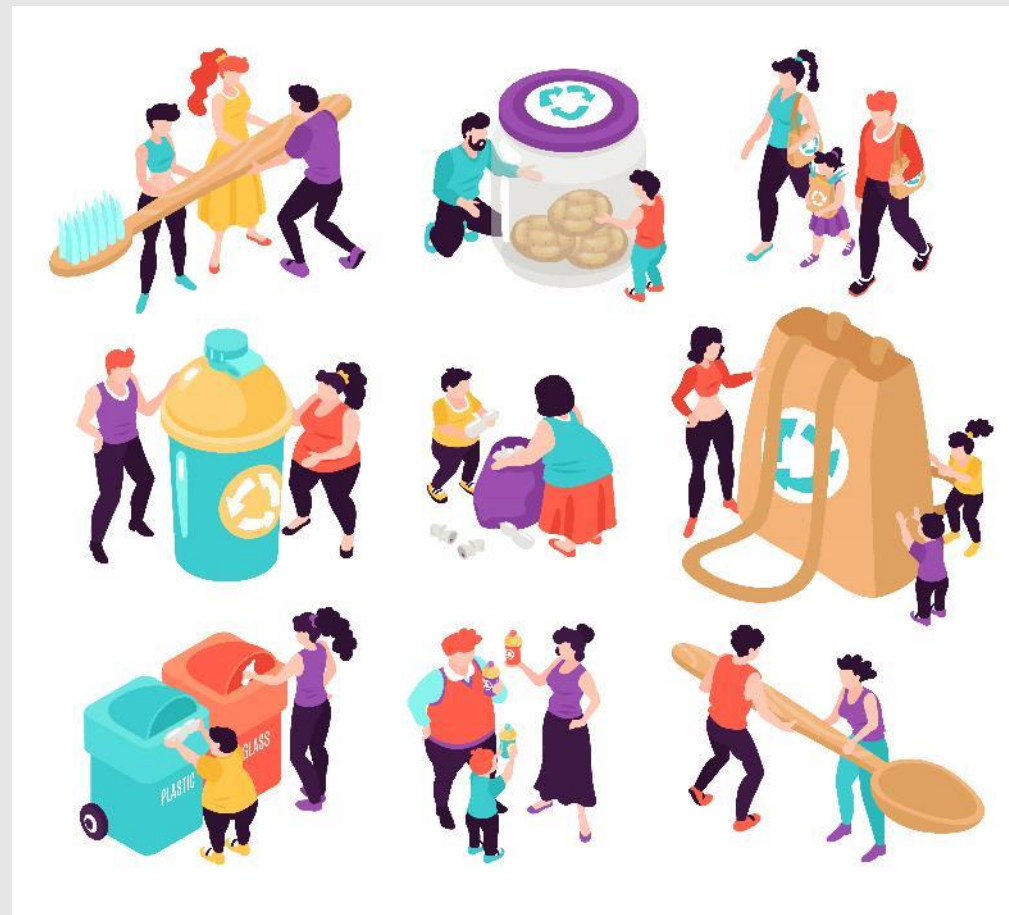
Cofinanciado por
la Unión Europea

Comprender la incertidumbre

Paso 1: Averiguar los efectos de la organización de eventos y caterings en la generación de residuos.

Paso 2: Entrevistar a los miembros de la asociación que participan en estas reuniones.

Paso 3: Crear un registro de todos los valores observados in situ en la asociación que podrían mejorarse en las reuniones.



Fuente: https://www.freepik.com/free-vector/zero-waste-colorful-isometric-icons-set-with-people-sorting-garbage-isolated-white-background-3d-illustration_6868251.htm



Cofinanciado por
la Unión Europea

Definir



Cofinanciado por
la Unión Europea



Definir los valores importantes

Paso 1: A partir de la información obtenida, identifique los valores que deben mejorarse.

Paso 2: Elegir los KPI que deben medirse para mejorar esos valores.

Paso 3: Establecer posibles rangos dentro de esos KPIs para poder estudiar cómo las decisiones y acciones están mejorando o no.

1. Porcentaje de reducción del total de residuos generados
2. Cantidad de residuos alimentarios por evento o por cliente
3. Porcentaje de residuos desviados de los vertederos mediante reciclado y compostaje

Indicadores clave de rendimiento para la reducción de residuos:



1. Porcentaje de energía procedente de fuentes renovables
2. Implantación de equipos y prácticas energéticamente eficientes

Indicadores clave de rendimiento energético:



1. Porcentaje de ingredientes de origen local
2. Número de agricultores o proveedores locales contratados
3. Reducción de la huella de carbono mediante el abastecimiento local

Abastecimiento local e indicadores clave de la cadena de suministro:



1. Porcentaje de materiales de envasado biodegradables o reciclables
2. Reducción de los plásticos de un solo uso
3. Aplicación de iniciativas de reducción de residuos de envases

Indicadores clave de rendimiento de envases sostenibles:



1. Participación en programas de divulgación comunitaria
2. Porcentaje del personal que participa en actividades de voluntariado o servicios a la comunidad
3. Apoyo a organizaciones benéficas e iniciativas sociales locales

Indicadores de responsabilidad social e impacto en la comunidad:



1. Implantación de programas de educación de los clientes sobre prácticas sostenibles
2. Porcentaje de clientes que conocen las iniciativas de sostenibilidad de la empresa
3. Satisfacción de los clientes con los esfuerzos de sostenibilidad

Indicadores clave de rendimiento (KPI) de educación y concienciación de los clientes:



Fuente: Diseño propio



Cofinanciado por la Unión Europea

Crear



Cofinanciado por
la Unión Europea



Identificar la hoja de ruta

Paso 1: Identificar los hábitos que deben cambiar en los eventos de la organización y el catering.

Paso 2: Identificar qué nuevos materiales pueden utilizarse o sustituir a otros.

Paso 3: Identificar qué socios de proximidad pueden ayudar a mejorar esta organización o a mejorar la gestión de residuos.



Fuente: https://www.freepik.com/free-vector/recycling-waste-reduction-icons-set-with-materials-sorting-flat_2868694.htm





Prototipo



Cofinanciado por
la Unión Europea

Organizar una jornada de puertas abiertas

Paso1: Colabora con la asociación en la organización de una jornada de puertas abiertas en la que mostrarás un catering preparado de forma sostenible.

Paso 2: Utilizar materiales compostables y reciclables, productos locales, clasificación de residuos y reciclaje.

Paso3: Invitar a socios que puedan ofrecer estos productos locales, organizaciones que puedan proporcionar información sobre reciclaje, etc., creando así una colaboración entre diferentes actores, reunidos por esta actividad.



Fuente: https://www.freepik.com/free-vector/compost-cycle-concept-illustration_23847204.htm



Prueba



Cofinanciado por
la Unión Europea

Evaluar el impacto

Paso 1: Entrevistar a los asistentes al evento para conocer su opinión sobre el catering.

Paso 2: Comprobar los impactos sobre los KPIs decididos al haber llevado a cabo esta actividad de forma sostenible.

Paso 3: Planificar un proceso de toma de decisiones basado en la información recopilada, el resultado de las métricas y cómo pueden mejorarse.

Revisar y analizar los resultados de los KPI de sostenibilidad:

Adquirir un conocimiento exhaustivo del impacto medioambiental y social de las empresas.

Priorizar las áreas clave de mejora:

Centrarse en abordar cuestiones clave que estén en consonancia con la visión y la misión generales de la empresa en materia de prácticas sostenibles.

Recabar la opinión de las partes interesadas:

Comprender sus puntos de vista sobre los resultados en materia de sostenibilidad y reunir información que pueda contribuir a la toma de decisiones.

Desarrollar y aplicar estrategias viables:

A partir del análisis y de las aportaciones de las partes interesadas, desarrollar estrategias prácticas para mejorar los resultados en materia de sostenibilidad.

Supervisar los progresos y ajustar las estrategias:

Evaluar periódicamente los progresos, realizar los ajustes necesarios y garantizar la mejora continua en consonancia con los objetivos de sostenibilidad de la empresa.





**SDG
NAVIGATOR**



Activadores orientados a la acción



Cofinanciado por
la Unión Europea

¿Qué indicadores clave de rendimiento puedo establecer para evaluar y mejorar el modelo de negocio de organización de eventos y catering para que sea sostenible a largo plazo?



Cofinanciado por
la Unión Europea

Fuente: <https://unsplash.com/es/fotos/un-jarron-sentado-en-un-mostrador-HEXirPkf1hl>

¿Cómo puedo conseguir socios y mejorar la colaboración de proximidad para amplificar el impacto del modelo de negocio de organización de eventos y catering?



Fuente: <https://unsplash.com/es/fotos/un-hombre-y-una-mujer-parados-frente-a-un-puesto-de-frutas--KD615N4WZU>



Cofinanciado por
la Unión Europea

Además de aplicar prácticas más sostenibles al modelo de negocio de organización de eventos y catering, ¿cómo puedo mejorar su comunicación?



Fuente: https://unsplash.com/es/fotos/mujer-sosteniendo-microfono-wls5H_3Zn48



Cofinanciado por
la Unión Europea



**SDG
NAVIGATOR**



Cuestionario



Cofinanciado por
la Unión Europea

Pregunta 1.

A la hora de evaluar el impacto social de las iniciativas empresariales centradas en la sostenibilidad, ¿qué KPI se suele emplear para cuantificar la influencia positiva en las comunidades locales y las partes interesadas?

- a) Tiempo de comercialización.
- b) Retorno social de la inversión (SROI).
- c) Tasa de rotación de empleados.



Pregunta 2.

En el ámbito de la iniciativa empresarial centrada en la sostenibilidad, ¿cuál es una estrategia clave para implicar a las partes interesadas y amplificar el impacto?

- a) Maximizar los beneficios a corto plazo.
- b) Ignorar la retroalimentación externa.
- c) Comunicación y colaboración transparentes.



Pregunta 3.

¿Cómo pueden los empresarios que actúan como agentes del cambio mejorar su impacto en la sostenibilidad implicando a las partes interesadas?

- a) Minimizar la colaboración para mantener el control.
- b) Toma de decisiones y asociaciones inclusivas.
- c) Centrarse únicamente en la rentabilidad.



Pregunta 4.

A la hora de construir una marca con una sólida reputación de sostenibilidad, ¿cuál es el elemento clave que contribuye al éxito a largo plazo?

- a) Prácticas medioambientales coherentes.
- b) Lavado verde y marketing engañoso.
- c) Evitar la transparencia con las partes interesadas.





**SDG
NAVIGATOR**



Créditos y soluciones a los cuestionarios



Cofinanciado por
la Unión Europea

Desarrollador



Soluciones del cuestionario:

1- B

2- C

3- B

4- A



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