

MINI GUÍA

Administración y Gestión - Comercio y Marketing



Castilla-La Mancha

Índice

INTRODUCCIÓN pag: 03

ANÁLISIS DEL SECTOR pag: 04
DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

INTEGRACIÓN DE LA pag: 08
SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR
CÓMO ELABORAR UN PLAN DE SOSTENIBILIDAD

INTEGRACIÓN DE LA pag: 14
SOSTENIBILIDAD EN EL AULA
ESTRATEGIAS Y EJEMPLOS, BASADOS EN LOS RESULTADOS
DE APRENDIZAJE

CASOS INSPIRADORES pag: 22

CONCEPTOS CLAVE pag: 26

DOCUMENTOS Y PUBLICACIONES pag: 28
ÚTILES

EDICIÓN:

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Consejería de Desarrollo Sostenible.
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Consejería de Educación, Cultura y Deportes.

CONTENIDOS, DISEÑO Y MAQUETACIÓN

SDSN. Red Española para el Desarrollo Sostenible

Introducción

La guía sectorial para el ámbito de “Administración y Gestión - Comercio y Marketing” se enmarca dentro de la iniciativa para integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Formación Profesional (FP) en Castilla-La Mancha. Esta mini-guía está diseñada para proporcionar a los docentes de FP en este sector las herramientas y estrategias específicas para incorporar la sostenibilidad en su práctica educativa.

Este documento complementa la guía introductoria general, que ofrece un marco conceptual amplio sobre la Agenda 2030, los ODS y la EDS. En esta mini-guía, se analizan los desafíos y oportunidades específicos de los sectores de Administración y gestión, así como de Comercio y marketing, con un enfoque en cómo formar a los futuros profesionales para que actúen como agentes de cambio en la transición hacia modelos de producción y consumo más sostenibles.

Recomendamos a los docentes leer la guía introductoria para tener una comprensión completa del contexto y de los objetivos generales antes de profundizar en esta mini-guía sectorial.

Aspectos clave del sector: impactos y necesidades

Administración y gestión

El sector de Administración y gestión desempeña un papel esencial en la organización de las actividades económicas y sociales, siendo un eje clave en la eficiencia operativa de las empresas y las instituciones. En España, este sector se encuentra en un proceso de transformación impulsado por la digitalización y las demandas de sostenibilidad. La gestión eficiente de recursos, la adaptación a los retos ambientales y la inclusión social son factores críticos para su evolución. Sin embargo, enfrenta importantes desafíos para alcanzar los estándares de sostenibilidad exigidos por la Agenda 2030. A continuación, se detallan los principales impactos y las mejores opciones para minimizarlos:

1. Consumo de recursos

Los procesos administrativos tienden a consumir grandes cantidades de papel y energía, incrementando su huella ambiental.



Mejor opción: Digitalizar los procesos mediante herramientas tecnológicas que permitan la gestión electrónica y la reducción del consumo de papel.

2. Eficiencia energética

Las oficinas suelen tener un consumo elevado de energía para climatización e iluminación. La dependencia de combustibles fósiles contribuye al aumento de las emisiones de carbono.



Mejor opción: Implementar sistemas de iluminación LED, sensores de movimiento y energías renovables como paneles solares.

3. Diversidad e inclusión

Garantizar la participación equitativa de mujeres, jóvenes y colectivos vulnerables en todos los niveles de gestión sigue siendo un desafío clave.



Mejor opción: Fomentar programas de capacitación y políticas que promuevan la igualdad de oportunidades.

4. Gestión del tiempo y productividad

Muchas organizaciones aún enfrentan desafíos en la gestión del tiempo y la optimización de procesos.



Mejor opción: Introducir herramientas de software que permitan la automatización y el seguimiento de tareas.

Comercio y marketing

El sector comercial y de marketing desempeña un papel fundamental en la economía española al fomentar tanto el consumo como las relaciones comerciales. Con el auge del comercio electrónico y la mayor conciencia ambiental de los consumidores, las empresas deben adaptarse para satisfacer estas demandas de manera sostenible. Los desafíos incluyen la reducción de residuos, el impacto logístico y la promoción de una economía circular.

1. Logística y transporte

La distribución de mercancías genera un impacto significativo en términos de emisiones de CO2.



Mejor opción: Implementar flotas de transporte eléctrico y optimizar rutas logísticas para minimizar las emisiones.

2. Generación de residuos

Los envases plásticos constituyen una parte importante de los residuos generados.



Mejor opción: Fomentar el uso de envases biodegradables y la reutilización en los puntos de venta.



3. Consumo responsable

Los consumidores demandan cada vez más productos sostenibles y éticamente producidos.



Mejor opción: Introducir líneas de productos certificados, como los de comercio justo, y educar a los consumidores sobre opciones sostenibles

4. Adaptación digital

La transición al comercio electrónico plantea retos para los pequeños negocios.



Mejor opción: Proporcionar herramientas de formación y apoyo para la digitalización de las pymes.

Integración de la sostenibilidad en el sector

Cómo elaborar un plan de sostenibilidad

Para que los sectores de 'Administración y gestión' y 'Comercio y marketing' logren una transición efectiva hacia la sostenibilidad, es esencial desarrollar un **plan de sostenibilidad** que responda a los desafíos específicos identificados en el apartado anterior. La creación de este plan permitirá mitigar el impacto ambiental, y también fortalecerá la estabilidad económica y social, asegurando que el crecimiento sea inclusivo y equitativo.

El plan se estructura siguiendo los pasos detallados en la guía introductoria: **apropiación, planificación, integración, y evaluación y comunicación**. A continuación, se describe cada paso junto con herramientas recomendadas y ejemplos prácticos breves para facilitar su aplicación en el aula o en empresas del sector.

1. Apropiación: Comprender la sostenibilidad en el sector

El primer paso para elaborar un plan de sostenibilidad es entender profundamente los impactos del sector en términos ambientales, económicos y sociales, y cómo la sostenibilidad puede abordar estos desafíos. Para lograrlo, es necesario:

Identificar las áreas clave de impacto

Cómo hacerlo: Utilizar herramientas como la matriz de impactos ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) para analizar los puntos críticos de una empresa o actividad.

Ejemplo práctico: El estudiantado usa la matriz de impactos para evaluar una oficina administrativa. Detecta que el mayor consumo energético ocurre en los sistemas de climatización y equipos informáticos y propone optimizar su uso mediante sensores inteligentes y horarios de funcionamiento adaptados a las necesidades reales.

Compromiso con los ODS:

Cómo hacerlo: Utilizar un checklist de ODS adaptado al sector para conectar los impactos identificados con los objetivos globales

Ejemplo práctico: El alumnado revisa las operaciones de un comercio local y relaciona la reducción del uso de plásticos con los ODS 12 (Producción y consumo responsables) y 14 (Vida submarina).



Herramienta para el aula: Organiza una actividad donde el estudiantado analice una empresa real o ficticia usando una matriz de impactos y el checklist de ODS.

2. Planificación: Definir los objetivos de sostenibilidad

Una vez que se ha analizado la situación actual, es fundamental definir objetivos concretos que respondan a los desafíos específicos del sector. Estos objetivos deben ser realistas, medibles y alineados con los ODS.

Acciones clave en Administración y gestión:

- Reducir el uso de papel mediante la digitalización completa de los procesos.
- Fomentar la eficiencia energética en las oficinas.

Ejemplo práctico: El estudiantado plantea como objetivo *“Reducir un 20% el uso de papel en una oficina simulada mediante el uso de herramientas de gestión documental electrónica”*.

Acciones clave en Comercio y marketing:

- Implementar un programa de reciclaje de envases en una tienda.
- Promover la venta de productos sostenibles.

Ejemplo práctico: El estudiantado define *“Reducir en un 30% los residuos generados por recipientes en una tienda ficticia mediante la incorporación de envases reutilizables”*.



Herramienta para el aula: Utiliza una plantilla SMART para que el estudiantado defina objetivos específicos y medibles.

3. Integración: Incorporar la sostenibilidad en todas las operaciones

Para que el plan de sostenibilidad sea efectivo, es necesario que las acciones planteadas se integren transversalmente en todas las operaciones del sector. En el caso de “Administración y gestión” y “Comercio y marketing”, esto implica:

Capacitar al personal y al estudiantado en prácticas sostenibles, como el uso eficiente de recursos, la gestión de residuos o la adopción de tecnologías limpias.

Implementar nuevas tecnologías: En administración, esto podría incluir el uso de herramientas digitales que reduzcan la necesidad de procesos físicos. En comercio, introducir soluciones de logística sostenible, como aplicaciones que optimicen las rutas de transporte y reduzcan emisiones.

Optimizar las cadenas de valor: En ambos sectores, se pueden establecer acuerdos con proveedores locales para reducir la huella de transporte, e implementar estrategias de economía circular, como el reciclaje de productos o la devolución de envases reutilizables.



Herramienta para el aula: Utiliza simulaciones donde el alumnado gestiona empresas ficticias y debe implementar estas acciones, aprendiendo a tomar decisiones sostenibles.

4. Evaluación: Medir y ajustar el impacto

Una parte esencial del plan de sostenibilidad es medir los resultados de las acciones implementadas para evaluar si están cumpliendo con los objetivos propuestos. Esta evaluación permite identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según sea necesario, asegurando un proceso de mejora continua.

Monitoreo

Es fundamental establecer indicadores clave de rendimiento (**KPIs**) que permitan medir los avances de manera cuantitativa y cualitativa. Ejemplos de KPIs incluyen: reducción del consumo energético en oficinas administrativas, disminución del uso de plásticos en comercios, porcentaje de clientes que optan por productos sostenibles, o mejora en índices de satisfacción laboral.

Cómo hacerlo: Realiza un seguimiento periódico recopilando datos a través de herramientas como facturas de servicios, inventarios, o encuestas a empleados y clientes.

Ajuste

Basándose en los resultados del monitoreo, es importante analizar qué acciones están funcionando y cuáles necesitan ser revisadas o complementadas. Este proceso puede incluir la exploración de nuevas soluciones como la automatización completa de la gestión documental, y la introducción de nuevas tecnologías, la capacitación adicional del personal o la ampliación de objetivos más ambiciosos.



Herramienta para el aula: Proporciona al estudiantado una plantilla de auditoría ambientales con secciones específicas para documentar KPIs, observaciones cualitativas y recomendaciones. Una vez completada, el estudiantado presenta un informe en clase, detallando los resultados y proponiendo ajustes al plan inicial.

5. Comunicación: Promover los logros y sensibilizar

El último paso es comunicar los avances y logros obtenidos a través del plan de sostenibilidad, tanto a nivel interno como externo. Esto incluye:

Informe de sostenibilidad: Documenta los resultados de las acciones implementadas, destacando logros, indicadores clave y aprendizajes obtenidos. Este informe puede incluir gráficos, datos cuantitativos y testimonios que evidencien el impacto.

Sensibilización de clientes y empleados: Crea actividades para informar y motivar a otros a adoptar comportamientos sostenibles, como talleres, exposiciones o material gráfico que resalte las mejores prácticas.



Herramienta para el aula: Propón al alumnado que presente los logros de sus proyectos en eventos escolares, ferias de sostenibilidad o en redes sociales del centro educativo, utilizando formatos atractivos como presentaciones interactivas, infografías o videos cortos.



Integración de la sostenibilidad en el aula

Estrategias y ejemplos basados en los resultados de aprendizaje

Tras abordar los desafíos y oportunidades del sector y describir los pasos clave para la elaboración de un plan de sostenibilidad, es fundamental trasladar estos conceptos a la práctica educativa. Para que el estudiantado de Formación Profesional puedan aplicar los conocimientos adquiridos en sus futuras profesiones, es esencial integrar la sostenibilidad en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

En este apartado, se presentan estrategias pedagógicas claras y ejemplos prácticos, diseñados para guiar a los docentes en la incorporación de la sostenibilidad en sus aulas. Estas estrategias están alineadas con los **Resultados de Aprendizaje** de la formación profesional y están directamente conectadas con los pasos descritos en la creación de un plan de sostenibilidad. De esta manera, los docentes capacitarán a sus estudiantes en los aspectos técnicos del sector mientras fomentan una mentalidad sostenible que les permitirá actuar como agentes de cambio en su entorno laboral y social.

A continuación, se detallan enfoques metodológicos que los docentes pueden utilizar para aplicar la sostenibilidad de manera transversal en sus clases, preparando al estudiantado para enfrentar los retos actuales del sector Administración y gestión y Comercio y marketing.

Resultado de aprendizaje 1: Identificar los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en el sector

Estrategia: Proyectos colaborativos basados en retos reales

Acción: El estudiantado trabaja en equipos para identificar los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza que impactan a una empresa del sector. Se les puede asignar un reto específico, como reducir el consumo energético en una oficina administrativa o la generación de residuos en una tienda.

Ejemplo práctico (Administración y gestión): El estudiantado visita una oficina administrativa y detecta que la alta rotación de empleados genera un impacto ambiental y social indirecto debido al consumo excesivo de papel en procesos de selección y formación. A partir de este análisis, propone implementar procesos digitales para la contratación y la formación en línea, lo que reduce costos y residuos. También sugiere un programa de retención laboral para mitigar la rotación, mejorando la satisfacción del personal.

Ejemplo práctico (Comercio y marketing): El estudiantado evalúa una campaña publicitaria para el lanzamiento de un nuevo producto en un comercio local, identificando oportunidades para reducir su impacto ambiental mediante el uso de canales digitales y mensajes centrados en el consumo responsable. Identifica que el material impreso tiene un impacto significativo y sugieren digitalizar los anuncios, usando plataformas online y redes sociales. También propone mensajes que promuevan el consumo responsable, alineados con los ODS 12 y 13.

Competencias trabajadas:

Pensamiento crítico y sistémico: Análisis de las interrelaciones entre los aspectos ambientales, sociales y económicos.

Trabajo en equipo: Colaboración para desarrollar soluciones sostenibles.

Comunicación efectiva: Presentación de propuestas a los responsables del establecimiento.

Resultado de aprendizaje 2: Caracterizar los retos ambientales y sociales y proponer acciones para minimizar su Impacto

Estrategia: Estudios de casos reales

Acción: Se presentan estudios de casos de empresas que han implementado con éxito prácticas sostenibles. El estudiantado analiza los retos que estas empresas enfrentaron, las soluciones que aplicaron y los resultados obtenidos.

Ejemplo práctico (Administración y gestión): Se estudia el caso de una empresa de gestión documental que ha reducido su impacto ambiental eliminando el papel físico y utilizando sistemas basados en blockchain para validar documentos de manera segura. El estudiantado debate las ventajas de esta práctica y propone cómo adaptar esta tecnología a pequeñas oficinas que no pueden costear una infraestructura compleja.

Ejemplo práctico Comercio y marketing): El estudiantado analiza una cadena de tiendas que implementó un programa de puntos basado en la compra de productos sostenibles. Este sistema, además de aumentar la fidelidad de los clientes, incentiva el consumo responsable. El alumnado evalúa la efectividad de esta estrategia y plantea cómo incorporar estos modelos en comercios más pequeños, considerando el presupuesto y las necesidades de los consumidores locales.

Competencias trabajadas:

Resolución de problemas: Identificación de barreras y búsqueda de soluciones viables.

Análisis crítico: Evaluación de los impactos y beneficios de las soluciones implementadas.

Toma de decisiones: Determinar las mejores prácticas a implementar en diferentes contextos empresariales.

Resultado de aprendizaje 3: Establecer criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal

Estrategia: Simulaciones empresariales

Acción: Organiza simulaciones donde el alumnado gestiona una empresa ficticia del sector y toma decisiones basadas en criterios de sostenibilidad. En esta simulación, el estudiantado se enfrenta a situaciones donde debe balancear sostenibilidad con viabilidad económica y operación eficiente.

Ejemplo práctico (Administración y gestión): En una simulación, el alumnado administra una oficina que debe reducir un 25% su consumo de energía. Implementa medidas como instalar sensores de movimiento, fomentar el teletrabajo y optimizar el uso de equipos electrónicos. A lo largo del ejercicio, debe justificar sus decisiones económicas y ambientales, presentando los resultados a un comité de evaluación.

Ejemplo práctico (Comercio y marketing): El estudiantado simula la gestión de una campaña de marketing para una tienda sostenible. Diseña estrategias que reducen el impacto ambiental, como priorizar el marketing digital sobre la impresión de folletos, y plantea alianzas con influencers locales comprometidos con la sostenibilidad. Los resultados se miden a través de indicadores como la huella de carbono de la campaña y su efectividad en las ventas.

Competencias trabajadas:

Gestión de proyectos: Planificación y ejecución de acciones sostenibles dentro de un entorno empresarial simulado.

Toma de decisiones estratégicas: Evaluar las mejores acciones sostenibles dentro de las restricciones presupuestarias.

Habilidades de negociación y comunicación: Justificar decisiones sostenibles a los diferentes grupos de interés en la simulación.

Resultado de aprendizaje 4: Proponer productos y servicios responsables según los principios de la Economía Circular

Estrategia: Talleres de innovación sostenible

Acción: El estudiantado participa en talleres donde deben diseñar productos o servicios responsables aplicando los principios de la economía circular. Durante estos talleres, el estudiantado aprenderá cómo minimizar los residuos, utilizar materiales reciclables y mejorar la eficiencia de los recursos.

Ejemplo práctico (Administración y gestión): Los y las estudiantes diseñan un sistema de gestión documental en línea que elimina por completo el uso de papel y reduce los costos asociados a su almacenamiento y transporte. Durante el taller, deben calcular el impacto ambiental de la propuesta y compararlo con sistemas tradicionales, evaluando los ahorros económicos y la reducción de emisiones de CO2.

Ejemplo práctico Comercio y marketing) En un taller, el alumnado desarrolla una línea de empaques reutilizables y estéticos para una tienda de productos locales. Diseña un modelo de negocio que incluye incentivos para los clientes que devuelven los envases y evalúan cómo esto impacta tanto en la sostenibilidad como en la fidelidad del cliente.

Competencias trabajadas:

Innovación y creatividad: Diseño de productos sostenibles y responsables.

Pensamiento sistémico: Consideración de cómo los productos afectan al medio ambiente en todo su ciclo de vida.

Economía circular: Aplicación de principios de reutilización y reciclaje en la creación de productos.

Resultado de aprendizaje 5: Realizar actividades sostenibles minimizando el impacto ambiental

Estrategia: Proyectos de campo y auditorías ambientales

Acción: Los y las estudiantes realizan auditorías ambientales en empresas locales del sector para identificar áreas donde se puede mejorar la sostenibilidad. Deben evaluar el uso de recursos, la generación de residuos y la eficiencia energética de las instalaciones.

Ejemplo práctico (Administración y gestión): El estudiantado audita una oficina administrativa para analizar los patrones de consumo energético, detectando que un porcentaje significativo proviene del uso continuo de equipos informáticos y sistemas de climatización durante horarios no laborales. Identifica que un 40% del consumo ocurre fuera del horario laboral debido a equipos que permanecen encendidos de manera innecesaria. Propone implementar un sistema automatizado de apagado de equipos fuera de horas laborales y fomentar la instalación de temporizadores en los sistemas de iluminación. Además, sugiere una política de “días sin papel”, complementada con formación para digitalizar documentos y promover la colaboración en línea.

Ejemplo práctico (Comercio y marketing). El estudiantado audita una tienda minorista y detectan un uso excesivo de envases plásticos para la entrega de productos. Propone crear una sección de productos sin embalaje y fomentar el uso de bolsas reutilizables a través de descuentos para los clientes que las traigan. También recomienda reemplazar las bolsas actuales con opciones biodegradables y asociarse con proveedores que ofrezcan envases reciclables. El alumnado presenta un informe que incluye gráficos del impacto ambiental actual y las posibles mejoras derivadas de estas acciones.

Competencias trabajadas:

Evaluación crítica: Identificación de áreas de mejora en las operaciones empresariales.

Trabajo en equipo: Colaboración para completar la auditoría y presentar un informe final.

Aplicación práctica de conocimientos: Implementación de principios de sostenibilidad en un entorno real.

Resultado de aprendizaje 6: Analizar un plan de sostenibilidad y justificar acciones para su gestión y medición

Estrategia: Creación y evaluación de planes de sostenibilidad

Acción: Los y las estudiantes crean un plan de sostenibilidad para una empresa del sector (*Administración y gestión o Comercio y marketing*) y lo presentan para su evaluación. El plan debe incluir medidas concretas para mejorar la sostenibilidad, y un sistema de seguimiento para medir el impacto de cada acción a lo largo del tiempo. Para desarrollar el plan, el estudiantado (y docentes) pueden basarse en los pasos descritos en el apartado anterior: **INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR:** Cómo elaborar un plan de sostenibilidad. Estos pasos —*apropiación, planificación, integración, evaluación y comunicación*— servirán como una guía estructurada para que el estudiantado desarrolle y evalúe el plan de manera efectiva.

Ejemplo práctico (Administración y gestión): El estudiantado elabora un plan de sostenibilidad para una empresa de servicios administrativos, que incluye acciones como:

- Digitalizar el 80% de los procesos internos en un plazo de dos años para reducir el consumo de papel en un 50%.
- Implementar energías renovables mediante la instalación de paneles solares en la sede principal, con un objetivo de ahorro energético del 30%.
- Establecer indicadores de desempeño, como la cantidad de papel ahorrado por empleado y la reducción en la factura eléctrica mensual.

Debe justificar cada acción, explicando cómo afecta los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), y establecer un sistema de indicadores de seguimiento para medir el impacto a lo largo del tiempo.

Ejemplo práctico (Comercio y Marketing): El estudiantado elabora un plan de sostenibilidad para una tienda de moda local, que incluye acciones como:

- Crear una línea de productos elaborados con materiales reciclados y establecer un programa de reciclaje para los clientes que devuelvan ropa usada.
- Reducir la huella de carbono logística optimizando las rutas de distribución con software de gestión de flotas.

Diseñar campañas de marketing digital enfocadas en promover la sostenibilidad, con una meta de reducir en un 50% el uso de materiales impresos en las campañas publicitarias. Deben justificar cada acción, explicando cómo afecta los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), y establecer un sistema de indicadores de seguimiento (por ejemplo, el porcentaje de ventas de productos reciclados, la reducción de residuos generados en las campañas y el ahorro en emisiones de CO2 por optimización logística) para medir el impacto a lo largo del tiempo.

Competencias trabajadas:

Gestión de proyectos sostenibles: Planificación y ejecución de un proyecto realista.

Evaluación crítica: Uso de indicadores para medir el impacto.

Comunicación efectiva: Presentación clara y justificación de las acciones.

NOTA PARA EL CUERPO DOCENTE

La integración de los ODS debe ser transversal, lo que significa que no se limita únicamente a proyectos concretos sobre temas como agua o residuos, sino que está presente en el enfoque general del aula. Esto incluye la forma en que se presentan los contenidos, el uso de un lenguaje inclusivo y la incorporación de una perspectiva de género en las discusiones. El o la docente juega un papel clave al comunicar la importancia de los ODS en cada clase, fomentando que los y las estudiantes desarrollen una conciencia crítica tanto en los proyectos como en su actitud diaria hacia la sostenibilidad, la equidad y la justicia social.

Casos inspiradores y ejemplos prácticos

Triodos Bank (España) - Banca ética y sostenible

Triodos Bank es un referente en sostenibilidad dentro del sector financiero. Este banco apuesta por financiar exclusivamente proyectos que generen un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, como energías renovables, educación sostenible y agricultura ecológica. Además, promueve la transparencia, permitiendo a los clientes conocer exactamente dónde se invierte su dinero. Su compromiso con la sostenibilidad también se refleja en su sede central en España, diseñada bajo estrictos estándares de eficiencia energética y que utiliza energías renovables para su operación.

Grow Better (España) - Marketing ético y sostenible

Grow Better es una agencia de marketing digital en España especializada en trabajar con empresas que buscan generar un impacto positivo en el mundo. Su enfoque combina estrategias de marketing ético con sostenibilidad, priorizando proyectos relacionados con la economía circular, energías renovables y bienestar social. “Entre sus iniciativas, destaca la creación de campañas publicitarias digitales diseñadas para reducir al máximo la huella de carbono mediante la optimización de recursos y el uso de plataformas tecnológicas con menor consumo energético. Además, Grow Better ha desarrollado un modelo de trabajo completamente remoto, lo que les permite reducir las emisiones asociadas al transporte de empleados y el mantenimiento de oficinas físicas.

Patagonia (Internacional) - Liderazgo en sostenibilidad y activismo ambiental

Patagonia, una empresa estadounidense de ropa y equipos para actividades al aire libre, es reconocida mundialmente por su compromiso con la sostenibilidad y el activismo ambiental. Desde su fundación, la compañía ha implementado prácticas sostenibles como el uso exclusivo de algodón orgánico y materiales reciclados en la fabricación de sus productos. Además, lidera iniciativas como el programa **Worn Wear**, que incentiva a los clientes a reparar, reutilizar y reciclar sus prendas en lugar de desecharlas. La empresa también se distingue por su enfoque en el activismo corporativo, financiando proyectos de conservación y abogando por políticas climáticas a través de campañas como **“Save Our Home Planet”**. En una acción pionera, Patagonia donó en 2022 el 100% de sus acciones a una organización benéfica destinada a combatir la crisis climática, alineando completamente sus operaciones con su misión de preservar el medio ambiente.

Certificaciones de sostenibilidad

Para garantizar que los productos y servicios cumplan con estándares de responsabilidad, existen diversas certificaciones que las empresas pueden obtener. Estas certificaciones aseguran el cumplimiento de ciertos criterios de sostenibilidad, pero también pueden servir como herramientas de marketing para atraer a consumidores comprometidos con estos valores.

ISO 14001 - Gestión Ambiental

Esta certificación internacional, otorgada por la Organización Internacional de Normalización (ISO), establece los criterios para un sistema de gestión ambiental efectivo. Ayuda a las empresas a mejorar su desempeño ambiental mediante el uso eficiente de recursos y la reducción de residuos.

Certificación B Corp:

Reconoce a las empresas que cumplen con altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Las empresas B Corp se comprometen a generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, equilibrando propósito y ganancias.

Fairtrade (Comercio Justo):

Esta certificación se encuentra en productos como alimentos y ropa, y garantiza que fueron producidos en condiciones de trabajo sostenibles y seguras. Además, asegura que los trabajadores reciben ingresos justos y que una parte de las ventas se destina al desarrollo comunitario.

Certificación ecológica de la Unión Europea:

La certificación ecológica de la Unión Europea garantiza que los productos cumplen con las normativas europeas para la producción ecológica, promoviendo el uso sostenible de recursos y la protección del medio ambiente. Además, la UE reconoce la excelencia en este ámbito a través de los Premios Ecológicos de la UE, que celebran a actores destacados en la cadena de valor ecológica. En la edición de 2024, la empresa española SAiFRESC, ubicada en Valencia, fue galardonada como el Mejor minorista de alimentos ecológicos, destacando su compromiso con la sostenibilidad y la promoción de productos ecológicos.



Conceptos clave

Certificación de sostenibilidad: Es un reconocimiento otorgado a empresas que cumplen con criterios específicos en materia de sostenibilidad, abarcando aspectos como el uso eficiente de recursos, la reducción de residuos y el respeto por las condiciones laborales. Estas certificaciones ayudan a las empresas a demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible.

Ciclo de vida de un producto: El ciclo de vida de un producto es el conjunto de etapas que atraviesa un bien desde su extracción de materias primas, fabricación, distribución, uso y hasta su eliminación final. Evaluar el ciclo de vida permite identificar impactos ambientales en cada etapa y proponer mejoras en eficiencia, uso de recursos y reducción de residuos.

Comercio justo: Es un enfoque comercial que busca garantizar condiciones laborales dignas, precios justos para los productores, y la igualdad de oportunidades para todas las personas involucradas en la cadena de suministro. El comercio justo promueve la sostenibilidad social y económica.

Economía circular: Es un modelo económico que busca minimizar el desperdicio y maximizar el uso eficiente de los recursos mediante la reutilización, reparación, reciclaje y la regeneración de materiales y productos. En lugar de seguir un modelo lineal de “producir-usar-desechar”, la economía circular propone cerrar el ciclo de vida de los productos.

Eficiencia energética: Es el uso de tecnologías y prácticas que permiten realizar la misma actividad o producir los mismos bienes con un menor consumo de energía. En el sector hostelero, esto puede implicar la instalación de iluminación LED, la optimización de la climatización y el uso de dispositivos de bajo consumo de agua y electricidad.

Greenwashing: Es la práctica empresarial de comunicar información engañosa o exagerada sobre las prácticas sostenibles de una empresa o sus productos. Identificar y evitar estas prácticas es esencial en el comercio y marketing éticos.

Huella de carbono: Es el total de emisiones de gases de efecto invernadero generadas directa o indirectamente por una actividad, producto o servicio. En el contexto empresarial, calcular la huella de carbono ayuda a identificar cómo reducir emisiones, optimizar el uso de energía y promover un impacto más sostenible en el medio ambiente.

Huella ecológica: Indicador que mide la cantidad de recursos naturales necesarios para producir los bienes y servicios que consume una persona o entidad, así como los desechos generados. Compara el uso de estos recursos con la capacidad de regeneración del planeta, ayudando a entender si una actividad es sostenible a largo plazo.

Residuos cero (“Zero Waste”): Es una filosofía que promueve la reducción total de residuos a través de la prevención, reutilización, reciclaje y compostaje. La meta es que ningún residuo termine en vertederos o incineradoras, contribuyendo así a un modelo más sostenible.

Responsabilidad social empresarial (RSE): Es el compromiso de las empresas de gestionar sus operaciones de manera ética y sostenible, considerando los impactos sociales, económicos y ambientales de sus decisiones. En los sectores de Administración y Gestión, esto incluye garantizar condiciones laborales dignas, mientras que en Comercio y Marketing implica promover prácticas comerciales responsables.

Documentos y publicaciones de interés

Función Pública Digital. (2021). Informe AP Sostenible: Hacia una Administración Pública más eficiente y sostenible. Recuperado de <https://funcionpublica.digital.gob.es>.

MDPI. (2021). Marketing Sostenible: Estrategias y ejemplos claves. Sustainability, 13(16), 9458. Recuperado de <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/16/9458>.

ESIC Business & Marketing School. (2023). Marketing sostenible: Estrategias y ejemplos. Recuperado de <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/marketing-sostenible-estrategias-ejemplos-c>.

Martínez, C. A. (2018). Comercio sostenible y responsabilidad social empresarial: La nueva frontera del comercio internacional. The Impact Lawyers. Recuperado de <https://theimpactlawyers.com>.

Revista de Ciencias Económicas y Administrativas. (2016). Innovación empresarial para la sostenibilidad: Un modelo teórico. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx>.

Redalyc. (2020). Marketing y sostenibilidad: Hacia una perspectiva integral en las cadenas de valor. Revista de Estudios Empresariales, 9(3), 45-62. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/1872/187270555004/html/#fn9>.





RED
ESPAÑOLA PARA EL
DESARROLLO
SOSTENIBLE