

SDG AMBITION:

AMPLIAR EL
IMPACTO DE LAS
EMPRESAS EN
LA DÉCADA
DE ACCIÓN



United Nations
Global Compact

En colaboración con

accenture





Fotografía: UN Photo/Mark Garten



Lo que necesitamos no es un enfoque incremental, sino un enfoque transformador.

Y necesitamos que las empresas se unan detrás de la ciencia tomando medidas rápidas y ambiciosas en todas sus operaciones y cadenas de valor”.

António Guterres

Secretario General
de las Naciones Unidas



La comunidad empresarial mundial no se está moviendo a la velocidad o a la escala necesarias para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Los Objetivos no se materializarán sin una mayor ambición y una integración más profunda en el conjunto de la organización.

Esperamos que el SDG Ambition cree un movimiento mundial imparable para acercarnos al mundo que queremos”.

Lise Kingo

Directora Ejecutiva y CEO
Pacto Mundial de Naciones Unidas



Fotografía: Pacto Mundial de Naciones Unidas

ÍNDICE

Inicio de la Década de Acción

PÁG. 4

Evolución de los criterios de éxito empresarial

PÁG. 6

El Marco del SDG Ambition

PÁG. 8

SDG Ambition

Una nueva iniciativa del
Pacto Mundial de Naciones Unidas

PÁG. 16

Se invita a las empresas a unirse al Pacto Mundial de Naciones Unidas y a sus socios para iniciar la Década de Acción que finalizará en 2030, sumándose al SDG Ambition.

Juntas, las empresas elevarán su nivel de ambición para satisfacer las necesidades de la sociedad y del planeta mediante la plena integración de la sostenibilidad en su empresa, partiendo de los ODS e inspirándose en ellos.

OBTENGA MÁS INFORMACIÓN EN:
unglobalcompact.org/SDGambition

INICIO DE LA DÉCADA DE ACCIÓN

La necesidad de aumentar la ambición empresarial está clara.

Como eje central de la Agenda 2030, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS u Objetivos Mundiales) reflejan una visión audaz para la humanidad. Sin embargo, cuando los líderes mundiales se reunieron en septiembre de 2019 en las Naciones Unidas para revisar el progreso hacia los 17 ODS, el balance transmitió un mensaje claro: el mundo no está progresando en absoluto al ritmo y con la escala necesarios para alcanzar nuestros objetivos colectivos. Al mismo tiempo, los resultados de dos nuevos estudios — UN Global Compact Progress Report 2019 y el UN Global Compact-Accenture Strategy CEO Study 2019 — ponen de manifiesto que las empresas deben hacer mucho más si queremos alcanzar los ODS en 2030.

Aunque se han registrado áreas de progreso sobresalientes en diversos ámbitos, el avance hacia los ODS ha sido lento o incluso se ha revertido. El cambio climático, la pobreza, la pérdida de biodiversidad y la ampliación de las desigualdades sociales siguen representando importantes amenazas existenciales para nuestro futuro. El desafío al que se enfrenta la comunidad mundial es el siguiente: ¿cómo podemos crecer con equidad y al mismo tiempo proteger nuestro planeta? La buena noticia es que todavía es posible que el mundo adopte una trayectoria de 1,5 °C, reducir las desigualdades globales y alcanzar los ODS en 2030. No obstante, para lograrlo será necesario un liderazgo

audaz destinado a transformar los modelos de negocio y las economías de manera que se logren los ODS, sin dejar a nadie atrás. Solo mediante el establecimiento de una «nueva normalidad» para la comunidad empresarial mundial comenzaremos a experimentar puntos de inflexión reales.

Esta es nuestra línea de partida al abordar el año 2020, el inicio de la Década de Acción para la consecución de los ODS.

En este contexto, el Pacto Mundial de Naciones Unidas lanza una nueva iniciativa de impacto mundial — **SDG AMBITION** — con el objetivo desafiar y apoyar a las empresas para que sean más estratégicas y transformadoras en la forma en la que dirigen sus negocios con vistas a cumplir con la Agenda 2030. Mediante el SDG Ambition, instaremos a las empresas a establecer objetivos más audaces alineados con su propósito, gobernanza y estrategia, y a abordar las barreras en términos de velocidad y escala, con una integración en el conjunto de la empresa que canalice los ODS hacia la gestión empresarial, los procesos empresariales y el panorama de las tecnologías de la información. También apoyaremos a las empresas para que mejoren la colaboración con sus socios con el fin de difundir el cambio en sus ecosistemas en sentido amplio. Al elevar la ambición, profundizar en la integración y adoptar nuevas tecnologías, creemos que las empresas pueden convertirse en protagonistas en la consecución de los ODS.

ODS 1 - Banco Mundial (2018), La pobreza y la prosperidad compartida – Previsiones para 2015.
ODS 5 - Foro Económico Mundial (2018), Informe global sobre la brecha de género 2018.
ODS 11 - ACNUR (2019), Tendencias globales de desplazamiento forzado en 2018.

ODS 13 - PNUMA (2019), Informe sobre la disparidad en las emisiones 2019.
ODS 14 - Sience (2015), Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean.
ODS 15 - NYDF (2019), Protecting and Restoring Forests – 5 Year Assessment Report.



700
millones de
personas viven en
pobreza extrema



202
años más para
cerrar la brecha
de género
económica al
ritmo actual



70
millones de
niños, mujeres
y hombres
desplazados a la
fuerza



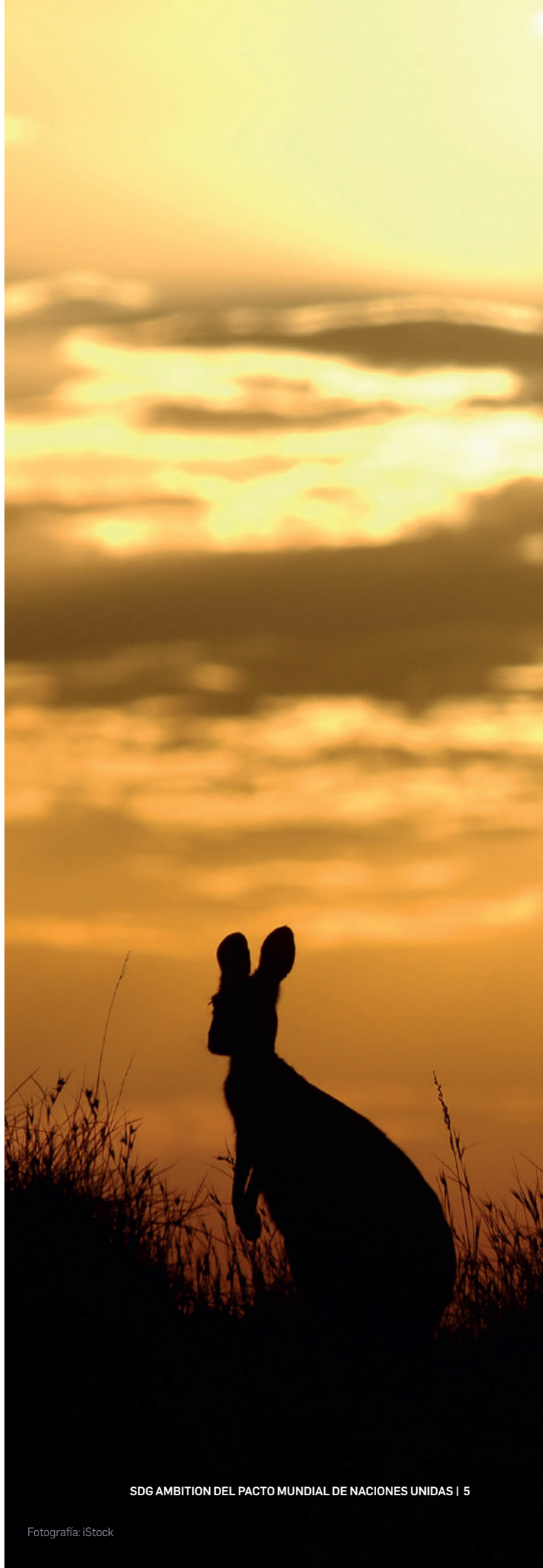
Según previsiones
para alcanzar un
aumento de la
temperatura de
3,5 °C
este siglo de
acuerdo los
compromisos
actuales



8
millones de
toneladas
métricas de
plásticos entran
en nuestros
océanos cada año



Pérdida de
bosques
tropicales
primarios
húmedos de un
44 %
en comparación
con la base de
referencia de
2002-2013



CAMBIO EN LOS CRITERIOS DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS

Las fuerzas exponenciales de las condiciones ecológicas, sociales y tecnológicas están cambiando de manera fundamental la forma en la que las empresas desarrollan su actividad y logran el éxito.

El aumento de las desigualdades, por ejemplo, está desestabilizando a las comunidades y los mercados en los que operan las empresas, y el 88% de los CEOs considera necesario que los sistemas económicos vuelvan a centrarse en un crecimiento equitativo. El clima y la degradación medioambiental también se están convirtiendo en verdaderos desafíos operativos, que van desde la modificación de los períodos de cosecha hasta alterar las operaciones de las plantas y afectar a la oferta y la demanda. Los CEOs sitúan ahora la degradación medioambiental como la segunda cuestión más importante para sus estrategias competitivas.

Un conjunto más amplio de grupos de interés — desde inversores hasta clientes y empleados y empleadas — están exigiendo a las empresas que den respuesta a los nuevos valores sociales, las inquietudes relativas al cambio climático y los recursos naturales limitados, y la inestabilidad económica y política. Más de tres cuartas partes (el 76%) de los CEOs creen que la sostenibilidad y la confianza serán fundamentales para la competitividad en su sector en los próximos cinco años.

Como consecuencia de ello, los criterios de éxito empresarial y los modelos económicos están cambiando. Las empresas con éxito serán aquellas que satisfagan las necesidades del mayor número posible de personas, utilicen el menor número posible de recursos y entablen un diálogo significativo con sus grupos de interés. Es un llamamiento positivo para redefinir el crecimiento y el trabajo de nuevas maneras que mejoren nuestras vidas y nuestro mundo.

Los nuevos criterios de éxito para el futuro respaldarán un conjunto más amplio de objetivos empresariales, que incluyen:

DESARROLLAR SOLUCIONES PARA HACER FRENTE A LOS MAYORES DESAFÍOS DEL MUNDO

Las empresas multinacionales tienen la mentalidad y los recursos necesarios para abordar los problemas más urgentes del mundo en el centro de la innovación y el desarrollo empresarial.

REDEFINIR EL ÉXITO EMPRESARIAL SOBRE LA BASE DE UN PROPÓSITO Y CON UNA VISIÓN MÁS AMPLIA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las expectativas están llevando a las empresas a superar los estándares establecidos desde hace mucho tiempo para que el desempeño financiero incluya indicadores de impacto, resiliencia y un mayor sentido de responsabilidad compartida para el futuro de la humanidad.

ADOPTAR UN MODELO DE LIDERAZGO MÁS CENTRADO EN LAS PERSONAS

La transformación significará un cambio en la organización y una mejora de las capacidades en todos los niveles para dar rienda suelta a la creatividad, la agilidad y la resolución de problemas con el fin de ofrecer soluciones receptivas más rápidamente. Los ODS proporcionan un marco único — con un nivel de ambición integrado — para que todos los grupos de interés y las empresas alineen sus organizaciones con factores medioambientales y sociales que serán importantes a la hora de medir el éxito, como la buena salud o la reducción de los residuos. Alinear la ambición con los ODS brinda la oportunidad de imaginar nuevas formas de crear y celebrar el valor, por ejemplo mediante la innovación de nuevas soluciones, el uso de menos insumos o la reducción de la dependencia de recursos escasos.



Un enfoque en ODS basado en principios

La clave para la consecución de los ODS es comportarse y funcionar sobre la base de principios. Crear una empresa resiliente y sostenible en una época de cambios exponenciales exige alinearse con los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Derivados de las Declaraciones y Convenciones de Naciones Unidas, estos Principios universales representan los valores fundamentales que las empresas deben integrar en sus estrategias y operaciones diarias. Sin estos elementos fundacionales que anclen nuestro enfoque en los ODS, corremos el riesgo de socavar el progreso y poner en riesgo a las personas.



**DERECHOS
HUMANOS**



**NORMAS
LABORALES**



MEDIOAMBIENTE



**LUCHA
CONTRA LA
CORRUPCIÓN**



MARCO DE APLICACIÓN DE LOS ODS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

Con el lanzamiento de la plataforma SDG Ambition, el Pacto Mundial de Naciones Unidas se enorgullece de compartir su nuevo Marco de Aplicación de los ODS, que tiene como objetivo guiar a las empresas para que profundicen en la integración de los ODS y los Diez Principios en la estrategia empresarial, las operaciones y el compromiso con los grupos de interés.

El Marco se basa en la investigación y el compromiso con empresas pioneras en la acción sobre la sostenibilidad, combinando las recomendaciones clave del Programa del Consejo, SDG Compass, el Blueprint for Business Leadership on the SDGs, la Guía práctica «Integrando los ODS en los informes corporativos» y otros recursos globales.

EL MARCO ESTÁ ORGANIZADO EN TORNO A TRES ÁREAS PRINCIPALES:

Anclar la ambición en la estrategia y la gobernanza

Establece los fundamentos empresariales para elevar la ambición al fundamentar el Propósito, la Gobernanza y, la Estrategia y Objetivos de la empresa en los objetivos empresariales alineados con los ODS y los Diez Principios.

Profundizar la integración en el conjunto de las operaciones

Integrar estos elementos estratégicos en las operaciones en el conjunto de los Productos y Servicios, la Gestión de Personas y las Finanzas Corporativas para impulsar la transformación de la empresa.

Reforzar la participación de los grupos de interés

Trabajar para intensificar esfuerzos y escalar soluciones a través de Informes y Comunicaciones Corporativas, Ventas y Marketing y Alianzas y compromiso con los grupos de interés.

Los elementos del Marco son muy interdependientes y proporcionan una hoja de ruta para un enfoque estratégico e integrado de los ODS.

En primer lugar y como aspecto más importante, para tratar seriamente de abordar los ODS, las empresas deben anclar la Ambición en la Estrategia y la Gobernanza, redefiniendo el Propósito, la Gobernanza y, la Estrategia y los Objetivos de la empresa para una misión audaz impulsada por el propósito, garantizando que se tomen decisiones clave sobre la dirección futura de la empresa para ampliar el impacto para los ODS. Una vez que las empresas han establecido las bases a nivel estratégico, garantizar la necesaria transformación empresarial exige profundizar en la integración en todas las operaciones y la implementación de procesos empresariales sostenibles en los ámbitos de Productos y Servicios, Gestión de Personas y Finanzas Corporativas. Por último, al tiempo que las empresas se embarcan en la integración de la ambición, también pueden aumentar realmente el enfoque en el tercer pilar (Reforzar el compromiso con los grupos de interés), con el fin de ampliar los esfuerzos y escalar soluciones a través de los ámbitos de Informes y Comunicaciones Corporativas, Ventas y Marketing, y Alianzas y compromiso con los grupos de interés.

En esta sección, exploraremos estas tres áreas y sus subelementos y ofreceremos orientación sobre cómo pueden las empresas adoptar medidas audaces en relación con los ODS mediante la aplicación de la SDG Ambition en sus empresas y en los ecosistemas de sus grupos de interés.



United Nations
Global Compact

MARCO DE APLICACIÓN DE LOS ODS

AFIANZAR LA AMBICIÓN EN LA ESTRATEGIA Y LA GOBERNANZA

PROPÓSITO

- En los Estatutos
- En la visión/declaración de la misión
- En los valores de la empresa

GOBERNANZA

- En la agenda del Consejo y Comités
- En competencias y diversidad del Consejo
- En contratación de ejecutivos e incentivos

ESTRATEGIA Y OBJETIVOS EMPRESARIALES

- En las metas y objetivos ambiciosos integrados en un cuadro de mando integral
- En los modelos de negocio innovadores
- Integrado en las estrategias de las unidades de negocio

PROFUNDIZAR LA INTEGRACIÓN EN EL CONJUNTO DE OPERACIONES

PRODUCTOS Y SERVICIOS

- En los procesos de desarrollo e innovación
- En la gestión de la cadena de suministro y en las compras
- En el Sistema de Gestión de Calidad Integral

GESTIÓN DE PERSONAS

- En la gestión del desempeño y la remuneración
- En la formación y el aprendizaje
- En la cultura y las comunicaciones de la empresa

FINANZAS CORPORATIVAS

- En inversiones empresariales clave
- En la asignación de capital y la estrategia financiera
- En la gestión de riesgos e ingresos

REFORZAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

INFORMES Y COMUNICACIONES CORPORATIVAS

- A inversiones y accionistas en los informes financieros
- En los informes no financieros y el reporte a terceros
- En las relaciones públicas y las comunicaciones

VENTAS Y MARKETING

- En la promoción de marcas y productos
- En las interacciones con clientes
- En la educación y los comportamientos de los consumidores

ALIANZAS Y RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

- En la conformación de alianzas para acelerar el impacto
- En las relaciones con las comunidades y los grupos de interés
- Garantizando la licencia social para operar

ANCLAR LA AMBICIÓN EN LA ESTRATEGIA Y GOBERNANZA

Elevar la ambición corporativa exige orientar a la organización a través de la transformación del negocio principal. Las empresas pueden empezar redefiniendo el Propósito corporativo para alinearlo con un impacto audaz en los ODS, que debe incorporarse a la Gobernanza para garantizar la plena responsabilidad de la agenda de transformación a través de nuevas Estrategias y Objetivos Corporativos que se anclan en un cuadro de mandos integral. Es fundamental que las organizaciones empiecen integrando la ambición en la transformación estratégica del negocio, o corremos el riesgo de que los esfuerzos sean marginales en términos de progreso de los ODS.

PROPÓSITO

Un primer paso consiste en alinear o reorientar los objetivos fundamentales y el enfoque del negocio con los ODS. Ante una creciente exigencia de mirar más allá de los resultados financieros a corto plazo, las empresas líderes están actualizando sus declaraciones de misión y valores básicos, inspirándose en los ODS y los Diez Principios para reorientar su propósito hacia la creación de un futuro más sostenible y equitativo.

La alineación del propósito con los ODS dependerá de los activos centrales y de la trayectoria de crecimiento de cada empresa, pero también debe derivarse de una auténtica intención y pasión en el marco de la cultura de la empresa. Las organizaciones pueden centrar sus fortalezas e imperativos empresariales únicos en buscar una posición de liderazgo para abordar los desafíos mundiales mediante soluciones transformadoras que beneficien a la sociedad a una escala más ambiciosa. Por ejemplo, una empresa automovilística podría esforzarse por «contribuir a que el mundo adopte una movilidad sostenible o sin emisiones», mientras que un productor agrícola podría aspirar a «construir un sistema alimentario en el que todo el mundo tenga acceso a alimentos nutritivos». Estas misiones apuntalan las estrategias empresariales esenciales y establecen prioridades para la organización que propician la motivación y la creatividad de los empleados. Las empresas, a su vez, contribuyen positivamente a la sociedad y promueven directamente los ODS, desde reducir las emisiones hasta abordar el hambre, mejorar la salud y contribuir a ciudades más habitables.

GOBERNANZA

Es esencial establecer una gobernanza corporativa que promueva el propósito corporativo y su contribución a los ODS. El Consejo de Administración, responsable de decisiones clave como respaldar las prioridades y los objetivos estratégicos, la selección y la retribución de los ejecutivos, o la creación de una cultura orientada al propósito, sigue siendo el grupo primordial a la hora de dirigir la gobernanza corporativa. Por tanto, liderar esta transformación hacia un modelo de negocio más sostenible e integrador debería ser un punto regular del orden del día del Consejo y servir de base para sus decisiones.

Supervisar la integración de las consideraciones de sostenibilidad y alinearse con los ODS no son cosas diferentes, sino una parte integral de las responsabilidades y comités existentes del Consejo. Los mecanismos específicos, como la contratación e incentivación del liderazgo orientado al futuro, pueden garantizar además el establecimiento de prioridades y la adopción de ambiciones corporativas relacionadas con los ODS. Las empresas deben integrar de manera proactiva la sostenibilidad en sus responsabilidades de supervisión y control interno. Esto puede facilitar un sólido enfoque de gobernanza basado en valores y de arriba abajo en relación con desafíos complejos, como la igualdad salarial, en todas las operaciones multinacionales. La transformación satisfactoria de sus empresas hacia una dirección más sostenible exigirá que los Consejos integren la combinación adecuada de competencias y diversidad de sexo, raza, experiencia y puntos de vista.

ESTRATEGIA Y OBJETIVOS CORPORATIVOS

La integración del propósito en la estrategia comienza con la remodelación del posicionamiento competitivo de la empresa, el modelo de negocio y las ofertas de productos al mercado de maneras que creen formas completamente nuevas de valor comercial. Identificar y priorizar acciones y metas específicas para impulsar estos nuevos objetivos de negocio que impulsan los ODS exigirá una evaluación del impacto y el establecimiento de prioridades en el conjunto de la cadena de valor y el ecosistema en sentido amplio. Por ejemplo, una empresa de ropa puede dar prioridad la igualdad de género en la cadena de suministro, mientras que una entidad financiera puede dirigir el capital a oportunidades en energía limpia.

Para garantizar una contribución significativa y cuantificable es fundamental establecer objetivos ambiciosos y audaces muy por encima de un escenario normal. Las empresas de Forefront están estableciendo *benchmarks* absolutos, como un objetivo basado en la ciencia de 1,5°C, adoptando energía 100% renovable o implementando la misma remuneración y acceso a la atención médica para todos los empleados en sus operaciones mundiales. Establecer indicadores clave de rendimiento y hacer un seguimiento de los datos de progreso en el marco de un cuadro de mandos integral contribuirá a garantizar que las decisiones empresariales y los recursos estén alineados con los resultados para los ODS.



Factores clave de éxito

A la hora de alinear el propósito corporativo y las estrategias con los ODS, es importante considerar (1) dónde puede una empresa aportar más (directamente a través de operaciones o productos o indirectamente, por ejemplo, ayudando a los consumidores a tomar decisiones más sostenibles) y (2) cómo contribuirán esas acciones a impulsar los objetivos empresariales tradicionales y a crear nuevas formas de valor para el cliente (véanse los Criterios de éxito empresarial, pág. 6).

Los objetivos empresariales alineados con los ODS deben redundar en beneficio mutuo de la sociedad y de la empresa. Por ejemplo, adoptar una cartera orientada al propósito puede aumentar la cuota de mercado y la lealtad de los clientes, mientras que ofrecer programas de formación y aprendizaje puede contribuir a crear una plantilla cualificada. Un argumento sólido para el cambio ayudará a lograr la aceptación del liderazgo a nivel de la alta dirección y del Consejo, lo que resulta fundamental para garantizar que se dé prioridad a la SDG Ambition en el conjunto del propósito, la gobernanza y la estrategia de la empresa.

Por último, es importante que se consideren las contrapartidas y las consecuencias no deseadas en todas las acciones. Los Objetivos Mundiales están deliberadamente interconectados y el progreso en un Objetivo puede impulsar o dificultar el progreso en otro. La gestión proactiva de estos puntos de conexión contribuye a la creación de plataformas y soluciones holísticas que aceleran el progreso a la vez que reducen los impactos negativos.

PROFUNDIZAR EN LA INTEGRACIÓN EN EL CONJUNTO DE LAS OPERACIONES

Una vez que las empresas han establecido las bases y han incorporado el SDG Ambition en el Propósito, la Gobernanza y la Estrategia y los Objetivos empresariales, pueden implementarla en el conjunto de las operaciones y los procesos empresariales centrales. Esto implica la integración en Productos y Servicios, la adopción de conductas relacionadas a través de Gestión de Personas y Finanzas y planificación que permite la inversión en estas transformaciones en el conjunto de la empresa.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Una palanca clave para la contribución de las empresas a los ODS consiste en la innovación de productos y servicios básicos que satisfagan los nuevos deseos de los consumidores (por ejemplo, materiales más sostenibles) y contribuyan a preparar el futuro de la empresa (por ejemplo, mediante la reducción de la dependencia de recursos escasos), al tiempo que contribuye a unos resultados sociales y medioambientales positivos. Aunque es cada vez más crítico para la competitividad, la integración de los objetivos vinculados a los ODS en la estrategia y en las ofertas de cartera exige cambios en los procesos iniciales para la investigación y el desarrollo de productos, como la aplicación de nuevos criterios de diseño que dan prioridad a la sostenibilidad y la evaluación del ciclo de vida junto con criterios habituales como el coste y el rendimiento.

Los cambios en los productos también exigen una integración operativa más amplia, desde la obtención y adquisición de materias primas hasta el establecimiento de cadenas de suministro más sostenibles, pasando por garantizar que la fabricación y los servicios de apoyo estén alineados para respaldar los objetivos relacionados con los ODS. La mejora continua general del rendimiento y la gestión total de la calidad desempeñan un papel clave para garantizar la integración en todos los niveles de la organización, dentro de todas las áreas de responsabilidad y en todos los objetivos financieros y de sostenibilidad. A medida que se lanzan nuevas ofertas al mercado, también deben existir mecanismos para gestionar el impacto del producto durante su uso y al final de su vida útil.

GESTIÓN DE PERSONAS

La inclusión de los ODS en el núcleo de la actividad de la empresa dependerá de los cambios en la cultura empresarial y las prácticas de gestión del personal, desde la creación de objetivos alineados con los ODS hasta la descripción de funciones y la gestión del desempeño, pasando por la creación de estructuras de liderazgo y políticas de incentivos (por ejemplo, la asignación de líderes en todas las funciones que deben rendir cuentas de sus respectivas metas). La implementación de nuevos procesos y formación para que los empleados adopten nuevas formas de pensar y de trabajar, como criterios para seleccionar a un proveedor más responsable o pautas para reducir sus propios viajes, también será fundamental para el compromiso y la escala.

Por otra parte, recursos humanos desempeñará un papel importante y directo a la hora de elevar la ambición respecto a determinados ODS, mediante la integración de objetivos de representación igualitaria en el conjunto de la plantilla y mediante esfuerzos de contratación y retención que pongan de relieve el compromiso de una empresa con los ODS y los Diez Principios. En todo el mundo, la sostenibilidad está demostrando ser un factor clave para atraer y retener al mejor talento. Al ampliarse la ambición más allá de los propios empleados de la empresa, la integración puede extenderse a otras funciones, como la administración de contratistas.

FINANZAS CORPORATIVAS

Para dirigir los recursos financieros hacia la transformación de productos y organizaciones, es importante integrar las prioridades empresariales relacionadas con los ODS en el flujo de capital y en el presupuesto dentro de una organización. Desde inversiones en investigación y desarrollo hasta asignaciones de capital para nuevas instalaciones y equipos, estas decisiones son un factor crítico para el progreso en cualquier iniciativa estratégica. El seguimiento financiero debe recoger datos sobre la contribución a los ODS para influir en las decisiones de inversión y capital en curso.

Una mayor integración de los ODS en los procesos de gestión financiera, por ejemplo, mediante la actualización de las expectativas de riesgos e ingresos mediante la modificación de los índices de riesgo, puede permitir la inversión en iniciativas transformadoras en materia de ODS y fomentar conductas y decisiones correctas. Por ejemplo, cambiar los procesos contables para asignar valor al inventario devuelto puede ser un activador clave de modelos de negocio circulares para la reventa y reutilización de productos.



Factores clave de éxito

Crear la capacidad y la infraestructura de plataforma adecuadas representa un reto clave y es un activador a la hora de integrar soluciones de sostenibilidad impulsadas por las empresas y el SDG Ambition. Por ejemplo, la capacidad de supervisar y hacer un seguimiento de los recursos, mediante la mejora de datos, sistemas y automatización, es fundamental para la capacidad de una empresa a la hora de permitir el flujo inverso de productos y nuevos modelos de negocio.

La integración también exige la interacción entre funciones para establecer flujos de trabajo comunes y para que la gestión de la información y las herramientas de los ODS sean accesibles para todos. Por lo tanto, invertir en tecnología de arquitectura de datos para integrar y optimizar el SDG Ambition en todas las funciones y procesos es clave para crear capacidad, acelerar y escalar.



REFORZAR EL COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

A medida que las empresas progresan en la integración del SDG Ambition en los principales Productos y Servicios, la Gestión de Personas y las Finanzas, pueden ampliar sus esfuerzos mediante la participación de grupos de interés y ecosistemas externos.

La incorporación de la ambición en Informes y Comunicaciones Corporativas puede permitir el reconocimiento del desempeño, la rendición de cuentas y la autenticidad mediante bucles de retroalimentación independientes, mientras que Ventas y Marketing promueve la aceptación y la sensibilización del mercado, y la expansión de Alianzas y Compromiso con los grupos de interés puede contribuir a acelerar la escala gracias a una colaboración más amplia.

INFORMES Y COMUNICACIONES CORPORATIVAS

Integrar la ambición en las relaciones trimestrales y anuales con los inversores es importante para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas, y la alineación de los ODS puede proporcionar información y estándares más coherentes en materia de ASG. Estos mensajes y datos permiten la comunicación de la generación de valor a largo plazo y la captación de inversores más centrados en los rendimientos a largo plazo.

Un compromiso externo auténtico e información sobre el progreso de los ODS requiere definir objetivos e indicadores que puedan integrarse en el conjunto de la empresa e impulsar una gestión continua en el conjunto de la organización (en lugar de alinearse con los ODS *a posteriori* con fines de elaboración de informes). Esto puede ser respaldado por los principales grupos de interés internos—el Consejo, los ejecutivos, las líneas de negocios y los empleados— que trabajan en tandem a través de bucles de retroalimentación internos y canales de comunicación simplificados para impulsar la ambición de sostenibilidad.

VENTAS Y MARKETING

La orientación de los mensajes de marketing para articular el valor holístico de la estrategia, los productos y servicios y las operaciones de una empresa, incluida la contribución a los ODS, ampliará la sensibilización entre grupos de interés, clientes y homólogos externos. En un escenario en el que todos ganan, esto impulsa los mercados para sus productos y servicios sostenibles y, al mismo tiempo, obliga a los competidores del sector a reaccionar ante un listón elevado, impulsando una «carrera hacia lo más alto».

Los equipos de ventas desempeñan un papel fundamental en la promoción y en la comunicación de la propuesta de valor a lo largo del ciclo de vida del producto, junto con factores de valor convencionales como el rendimiento o los costes. La mejor opción es que vayan de la mano: por ejemplo, una proteína de menor impacto y producida de manera más sostenible también puede tener mayores beneficios nutricionales, o un nuevo modelo de negocio circular como servicio puede mejorar la economía para el cliente. La integración del mensaje y los incentivos en los equipos de marketing y ventas de productos y marcas será clave en términos de escala.

ALIANZAS Y RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las empresas pueden acelerar una transformación más amplia del mercado y la adopción de soluciones que impulsen los ODS liderando, defendiendo y desarrollando alianzas en el conjunto del sector. La colaboración ecosistémica entre sectores y con reguladores gubernamentales, ONG, *startups*, instituciones académicas y comunidades puede contribuir a desarrollar infraestructura crítica—desde la recogida y el reciclaje hasta las redes de electrificación—o acelerar la innovación de tecnologías innovadoras para impulsar los ODS. Estas relaciones externas no solo contribuyen al crecimiento del negocio principal, sino que amplían la aceptación social de las empresas para que desarrollen su actividad.

El hecho de que las empresas se reúnan con colegas o socios del sector en el conjunto de la cadena de valor amplía todavía más el campo de juego para todos, y allana el camino para interactuar con los gobiernos y las autoridades para impulsar la acción.



Factores clave de éxito

«Lo que se mide, se gestiona» y los indicadores financieros dominan la gestión del rendimiento de la mayoría de las empresas. Y hoy en día, las actividades de informes de sostenibilidad de las empresas, como los Informes de Progreso del Pacto Mundial de Naciones Unidas, los informes anuales de sostenibilidad y las respuestas a solicitudes de terceros, tienden a basarse en la recopilación manual y la agregación de información dispar entre funciones.

La verdadera integración del SDG Ambition exigirá procesos y sistemas mucho más sólidos para medir y hacer un seguimiento de los indicadores claves de rendimiento que impulsarán la gestión interna y apoyarán la elaboración de informes externos. Por lo tanto, es fundamental introducir los objetivos y resultados empresariales relacionados con los ODS en los procesos y flujos de información básicos en el seno de la organización y en la gestión básica de las actividades, para acelerar sustancialmente el progreso hacia los ODS.

SDG AMBITION

Una nueva Iniciativa del Pacto Global de Naciones Unidas

El SDG Ambition fomentará que las empresas de todo el mundo eleven su nivel de ambición para satisfacer las necesidades de la sociedad y del planeta mediante la plena integración de la sostenibilidad en su empresa, partiendo de los ODS e inspirándose en ellos.

La iniciativa desafiará y apoyará a las empresas para que:

Desarrollen competencias en materia de ODS

ENTENDER

los impactos básicos en el conjunto de la empresa y establecer *benchmarking* con otras empresas en diferentes sectores

INTEGRAR

y generalizar objetivos de sostenibilidad ambiciosos en el conjunto de la empresa y con socios externos utilizando un cuadro de mandos integral que incluya los ODS y los Diez Principios



APLICAR

una priorización estratégica basada en una comprensión inclusiva de sus impactos positivos y negativos en el conjunto de la cadena de valor y las operaciones

ESTABLECER

objetivos ambiciosos inspirados en los ODS y los Diez Principios que estén alienados con la estrategia empresarial principal y la refuercen

DEMOSTRAR

cómo las tecnologías pueden ofrecer transparencia, medición y posibilitar la innovación con propósito

COMPROMETERSE

con el progreso y hacer el seguimiento del progreso a lo largo del tiempo en consonancia con la Comunicación sobre el Progreso

COMPONENTES DEL SDG AMBITION

Aunque al principio pueda parecer que estos componentes se abordan de manera secuencial, por el contrario deben unirse y fortalecerse mutuamente mediante flujos de información a través de los sistemas y procesos de la empresa. Por ejemplo, sin metas y objetivos suficientemente ambiciosos, las organizaciones se enfrentarán al reto de integrarlos plenamente en el núcleo de sus actividades. A su vez, esa integración completa resultará difícil sin la visión impulsada por esos objetivos. Ni una mayor ambición ni una mayor integración serían posibles sin nuevas capacidades técnicas para escalar y generar el cambio necesario.



Resultados esperados

ESTABLECER METAS Y OBJETIVOS AMBICIOSOS

La plataforma permitirá a las empresas aumentar sus contribuciones a los ODS al ofrecer orientación para elevar su ambición — significativamente por encima de lo habitual — y estableciendo objetivos absolutos. Esto incluirá el desarrollo de herramientas y directrices para la integración de los ODS en el propósito esencial de la actividad y la estrategia; *benchmarking* e indicadores clave de rendimiento para la fijación de objetivos concretos y cuantificables; y el establecimiento de gobernanza y rendición de cuentas.

25%

de las empresas fijan objetivos alineados con las necesidades sociales o medioambientales

35%

de las empresas están alineando la estrategia con los ODS

AMPLIACIÓN DE LOS ENFOQUES DE INTEGRACIÓN

El segundo componente interconectado de la plataforma ayudará a las empresas a integrar los ODS en los procesos empresariales en el conjunto de la empresa, así como en los flujos de información básicos sobre cómo miden, gestionan e informan en el conjunto de la empresa. Esto incluirá la aplicación del Marco de Aplicación de los ODS a los principales procesos, datos y plataformas empresariales, el desarrollo de herramientas prácticas y la aplicación específica del sector basada en áreas de alto impacto en todos los ODS y los Diez Principios.

LAS 3 PRINCIPALES BARRERAS PARA INTEGRAR LA SOSTENIBILIDAD

1

Competir con prioridades estratégicas

2

Implementación de la estrategia en el conjunto de las funciones empresariales

3

Ampliar la estrategia al conjunto de la cadena de suministro

ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS INNOVADORAS

Por último, la tecnología será un activador clave del SDG Ambition para lograr estos resultados. Las plataformas transparentes y abiertas proporcionarán la capacidad técnica para facilitar la integración empresarial de los ODS y los Diez Principios en procesos de gestión rutinarios y herramientas de elaboración de informes.

63%

de los CEOs consideran que las tecnologías de la Cuarta Revolución Industrial (digital, física y biológica) son un acelerador crítico del impacto socioeconómico de sus empresas.

75%

de CEOs afirman que invierten en tecnologías digitales para hacer frente a retos de sostenibilidad

EN LOS PRÓXIMOS DOS AÑOS,

el SDG Ambition movilizará a las empresas a escala mundial para elevar su ambición e integrar los ODS en las actividades principales, iniciando la Década de Acción hasta 2030.

ACTIVIDADES Y ENTREGABLES:

Las Redes Locales del Pacto Mundial de Naciones Unidas, ubicadas en más de 60 países de todo el mundo, liderarán la implementación del programa, la formación y el compromiso de la empresa a escala nacional. Utilizando el Marco de Aplicación de los ODS como punto de referencia, la plataforma instará a las empresas de todos los sectores a centrar sus trayectorias en materia del SDG Ambition en estrategias de alto impacto y aplicación práctica.

Garantizar que la iniciativa se oriente a los resultados, esté prácticamente alineada con las realidades y las necesidades del negocio y sea relevante a escala mundial será fundamental para el éxito de la iniciativa. Para lograrlo, nos hemos asociado con SAP y Accenture, teniendo en cuenta su fortaleza para contribuir a lograr un cambio transformador y su profunda comprensión estratégica y técnica de la integración organizativa y de sistemas.

Juntos podemos superar el desafío planteado en 2015 por nuestra comunidad mundial y lograr un mundo más sostenible, justo y próspero para las generaciones futuras. Les animamos a que se unan a nosotros para materializar la agenda mundial de sostenibilidad 2030 y formar parte del SDG Ambition.







SDG AMBITION

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a Accenture y SAP su apoyo al SDG Ambition y a esta publicación. Queremos agradecer a Tina Moe y Michael Hughes sus contribuciones a esta publicación.

Si le interesa obtener más información sobre el SDG Ambition póngase en contacto con:

Caitlin Casey

casey@unglobalcompact.org

Ole Lund Hansen

hansen4@unglobalcompact.org

Entre en: unglobalcompact.org/SDGambition

ACERCA DE ACCENTURE

Accenture es una empresa de servicios profesionales líder a escala mundial, que ofrece una amplia gama de servicios y soluciones en los ámbitos de la estrategia, consultoría, digital, tecnología y operaciones. Combinando una experiencia inigualable y habilidades especializadas en más de 40 sectores y en todas las funciones de negocio, respaldadas por la red de prestación de servicios más grande del mundo, Accenture trabaja en la intersección entre negocios y tecnología para ayudar a los clientes a mejorar su rendimiento y crear valor sostenible para sus grupos de interés. Con 505 000 personas al servicio de los clientes en más de 120 países, Accenture impulsa la innovación para mejorar la forma en la que el mundo trabaja y vive. Visítenos en www.accenture.com.

ACERCA DE SAP

SAP es líder en el mercado en software de aplicaciones empresariales, ayudando a empresas de todos los tamaños y sectores a operar de manera rentable, adaptarse continuamente y lograr su objetivo. Nuestra visión es ayudar al mundo a funcionar mejor y mejorar la vida de las personas. Como líder global y participante en el Pacto Mundial de Naciones Unidas, defendemos este propósito superior por encima del éxito económico. Nuestro compromiso es utilizar nuestros amplios recursos para lograr un impacto mundial positivo. Obtenga más información en sap.com/corporate/en/company.html

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los nombres de empresas o los ejemplos recogidos en esta publicación se incluyen exclusivamente con fines de aprendizaje, sin que ello constituya un respaldo a las empresas individuales por parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Este informe es una traducción no oficial y se facilita exclusivamente con fines informativos. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas no incurrirá en responsabilidad alguna en caso de discrepancia entre el documento original y las versiones traducidas. Esta traducción ha sido realizada y financiada por la Red Española del Pacto Mundial.

COPYRIGHT © 2020.

El material contenido en esta publicación está sujeto a derechos de autor. El Pacto Mundial de Naciones Unidas promueve la difusión de los contenidos con fines educativos. El contenido de esta publicación puede utilizarse libremente sin permiso previo, siempre que se atribuya claramente al Pacto Mundial de Naciones Unidas y el contenido no se utilice con fines comerciales.

Mencione este informe como: SDG Ambition: Ampliar el impacto de las empresas para la Década de Acción.

LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS



DERECHOS HUMANOS

- 1 Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos a escala internacional; y
- 2 asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.



NORMAS LABORALES

- 3 Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
- 4 la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio
- 5 la erradicación efectiva del trabajo infantil; y
- 6 la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.



MEDIOAMBIENTE

- 7 Las empresas deben respaldar un enfoque preventivo en relación con los desafíos medioambientales;
- 8 emprender iniciativas para promover una mayor responsabilidad medioambiental; y
- 9 fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías que respeten el medioambiente.



LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- 10 Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas se derivan de: la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

ACERCA DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

Como iniciativa especial del Secretario General de las Naciones Unidas, el Pacto Mundial de Naciones Unidas es un llamamiento a las empresas de todo el mundo para que alineen sus actividades y estrategias con Diez Principios universalmente aceptados en los ámbitos de los derechos humanos, el trabajo, el medioambiente y la lucha contra la corrupción. Puesto en marcha en 2000, el mandato del Pacto Mundial de Naciones Unidas consiste en guiar y apoyar a la comunidad empresarial mundial en el avance de los objetivos y valores de las Naciones Unidas mediante prácticas empresariales responsables. Con más de 10000 empresas y 3000 firmantes que no son empresas de más de 160 países, y con más de 60 Redes Locales, es la iniciativa de sostenibilidad empresarial más importante del mundo.

Para obtener más información, siga a [@globalcompact](https://twitter.com/globalcompact) en las redes sociales y visite nuestro sitio web unglobalcompact.org.



United Nations
Global Compact

© 2020 Pacto Mundial de Naciones Unidas
685 Third Avenue Nueva York, NY 10017, EE. UU.