

Habilidades Emprendedoras 2



1

**Antes de iniciar,
queremos
compartirles los
nuevos servicios
que tenemos
para ustedes...**



Octavia Montaña
Herencia Guapireña

2

Línea de Atención Empresarial Prospera

Desde la Cámara de Comercio de Cali, te invitamos a descubrir una solución rápida y eficiente para atender tus necesidades más urgentes.

Podrás obtener información y orientación inmediata sobre tu emprendimiento, microempresa y el programa Prospera en general.

¡En Prospera estamos comprometidos con tu éxito empresarial para ayudarte a prosperar!



Horario de atención
Lunes a Viernes: 7:30 a.m. a 5:00 p.m.
Jornada Continua

Escanea el siguiente código QR para recibir información



Es un servicio inmediato personalizado en el cual te puedes conectar desde tu celular.

Tienes acceso rápido a nuestras diferentes sedes, y recibes atención de nuestro equipo directamente.

Link: <https://t.ly/xs-ty>

EN ALIANZA CON:



3

Separa tu cita, tenemos agenda disponible cada semana en nuestras sedes:



Prospera Obrero
Carrera 9 No. 21-42
Miércoles 2:30 pm, 3:30 pm



Prospera Aguablanca
Carrera 27 No.103 - 71. Sector La Casona
Miércoles y viernes 2:30 pm, 3:30 pm



Prospera Unicentro
Carrera. 100 # 5 - 169
Pasillo 5 local 359A
Viernes 2:30 pm, 3:30 pm

Link: <https://t.ly/xs-ty>

Consultorio jurídico servicio gratuito

La Cámara de Comercio de Cali se une a la Universidad de San Buenaventura para ofrecerte consultas jurídicas gratuitas. Estamos listos para ayudarte a resolver tus inquietudes legales.

¿Cómo acceder?
Si eres una persona de especial protección o no cuentas con los medios económicos para asumir los costos de un profesional en derecho, este servicio es para ti.

Podrás acceder a:

- Asesoría jurídica personalizada.
- Acompañamiento en procesos judiciales.
- Audiencias de conciliación.
- Acciones constitucionales.

Agenda tu cita



Cámara de Comercio de Cali
Sede Obrero, Cio 19-01-02
Sede Aguablanca, Cio 27-1003-11
Sede Unicentro, Cio 100-5-169
Pasillo 5 local 359A
prospera@ccc.org.co
602 556 1300
Ext. 727 - 208 - 709

EN ALIANZA CON:



4

| Autorización para el tratamiento de imágenes



La CÁMARA DE COMERCIO DE CALI, persona jurídica de derecho privado, identificado con NIT. en calidad de responsable de la Ley Estatutaria 1581 de 2012, 890.399.001-1, domiciliada en Cali en la Calle 8 No. 3-14 Edificio Cámara de Comercio de Cali, teléfono PBX (+57) 602 8861300 en adelante "La Cámara", en calidad de Responsable de la Ley Estatutaria 1581 de 2012 de Protección de Datos Personales, informa que durante el evento denominado **Haciendo Empresa**, se estarán tomando fotografías y videos. En ese sentido, como titular de datos personales, al acceder y permanecer en este evento, usted autoriza a la Cámara de manera, **previa, expresa, explícita e informada**, para la captura de sus imágenes y voz durante el evento, con la finalidad de ser utilizadas en ediciones impresas, electrónicas, digitales, ópticas, magnéticas, mensajes de datos, redes y cualquier otro medio disponible presente o futuro, para fines publicitarios institucionales en medios de comunicación audiovisuales, gráficos, internet, vía pública, plataformas digitales, y en general en cualquier medio de comunicación de la Cámara. Igualmente, le informamos que las imágenes o voz captadas en las fotografías y videos, son datos de carácter sensible conforme a la ley 1581 de 2012. Así mismo, las fotografías y videos podrán ser transferidas a entidades distintas a la Cámara para los fines anteriormente mencionados. Las personas cuyas fotografías sean publicadas, no tendrán derecho a reclamar compensación económica alguna por el uso, comunicación pública, distribución pública, transformación, o reproducción de su imagen.

DERECHOS DE LOS TITULARES: La Cámara le informa que usted como titular de sus datos personales tiene derecho a: (i) Acceder en forma gratuita a los datos proporcionados que hayan sido objeto de tratamiento. (ii) Conocer, actualizar y rectificar su información frente a datos parciales, inexactos, incompletos, fraccionados, que induzcan a error, o aquellos cuyo tratamiento esté prohibido o no haya sido autorizado. (iii) Solicitar prueba de la autorización otorgada salvo cuando expresamente se exceptúe como requisito para el Tratamiento, de conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la Ley 1581 de 2012 (iv) Presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) quejas por infracciones a lo dispuesto en la normatividad vigente. (v) Revocar la autorización y/o solicitar la supresión del dato, siempre que no exista un deber legal o contractual que impida eliminarlos. (vi) Abstenerse de responder las preguntas sobre datos sensibles (vii) Ser informado por el responsable del Tratamiento, previa solicitud, respecto del uso que le ha dado a sus datos personales. Tendrá carácter facultativo las respuestas que versen sobre datos sensibles o sobre datos de las niñas y niños y adolescentes. Usted podrá ejercer en cualquier momento sus derechos enviando un correo electrónico: contacto@ccc.org.co o a la dirección: Calle 8 No 3-14 Edificio Cámara de Comercio (Cali - Valle - Colombia), siguiendo el procedimiento para el uso de canales de comunicación previsto en la Política de tratamiento de datos personales de la Cámara de Comercio de Cali, disponible para pública consulta en la dirección web www.ccc.org.co.



5

| Habilidades Emprendedoras

Prospera Fortalecimiento + C



Personales

- Autoconocimiento
- Autodesarrollo
- Liderazgo ¿Qué tipo de líder



Interpersonales

- Pensamiento estratégico
- Manejo de crisis
- Comunicación efectiva



Dirección

- Gestión de cambios
- Gestión del tiempo
- Creatividad e innovación



6

| Sesión 2

- Pensamiento estratégico
- Manejo de crisis
- Comunicación efectiva



7

Pensamiento estratégico

8



9

Pensar: Formar y ordenar en la conciencia ideas y conceptos.

Estrategia: Arte de dirigir un conjunto de disposiciones para alcanzar un objetivo.

10

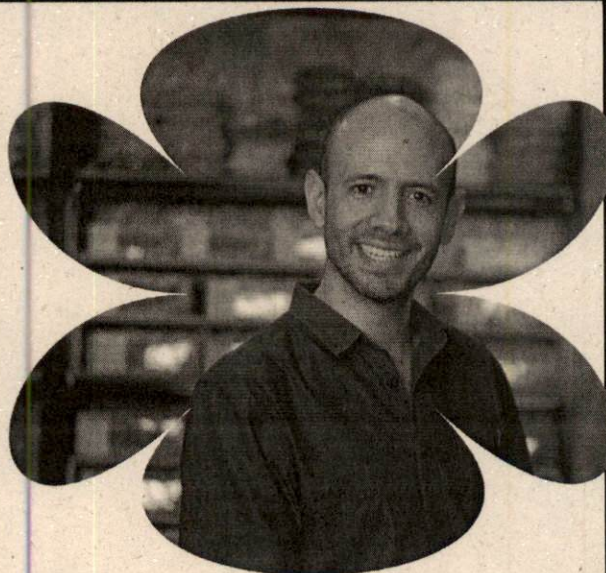
El pensamiento estratégico es la capacidad para ver el panorama general y diseñar estrategias que minimicen el impacto negativo y aprovechen las oportunidades.



 **Prospera**
Centro de
Desarrollo Empresarial

11

El pensamiento analítico consiste en tener la capacidad de descomponer un problema complejo en partes más simples.



 **Prospera**
Centro de
Desarrollo Empresarial

12

El pensamiento crítico consiste en no aceptar la verdad aparente sin una demostración. El pensamiento crítico se desarrolla a medida que crecemos, ya que no aceptamos directamente algunas afirmaciones.



 **Prospera**
Centro de
Desarrollo Empresarial

13

| Actividad

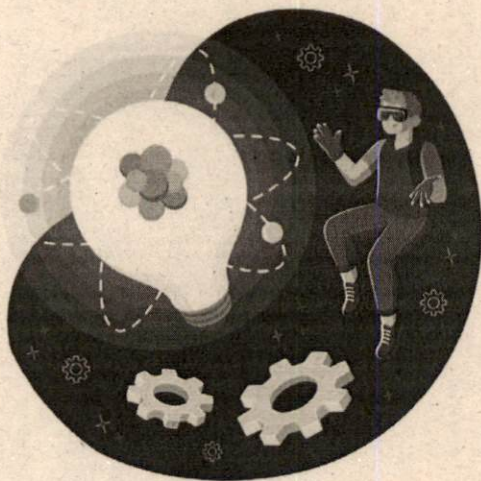
Realice un análisis del entorno de su empresa

1. Competencia: A nivel local, nacional e internacional
2. Cliente potenciales – diferentes ámbitos.
3. Noticias, tendencia o cambios que afecten positiva o negativamente su emprendimiento.
4. Caracterización del producto desde otras ópticas, como lo ven otras personas.

 **Prospera**
Centro de
Desarrollo Empresarial

14

| Actividad



**¿Cómo se encuentra
construida nuestra realidad?**

En nuestra realidad debemos:

- Observar
- Analizar
- Cuestionar
- Investigar
- Descubrir

15

**¿Cómo se articula mi
emprendimiento con
todas las oportunidades
que tengo en mi entorno?**

16

Manejo de crisis

17

Actividad en grupos

18

¿Qué harías para
manejar esta crisis?

19

| Caso 1

Café Local durante la Pandemia COVID-19

Descripción: Un pequeño café local se enfrentó a una crisis significativa durante la pandemia de COVID-19, que resultó en restricciones de cierre y cambios en el comportamiento del consumidor.

20

| Caso 2

Tienda de Ropa Boutique - Desastre Natural

Descripción: Una pequeña tienda de ropa boutique se vio afectada por un desastre natural, como inundaciones o incendios, que causó daños significativos al inventario y al espacio físico.

21

| ¿Qué es ?

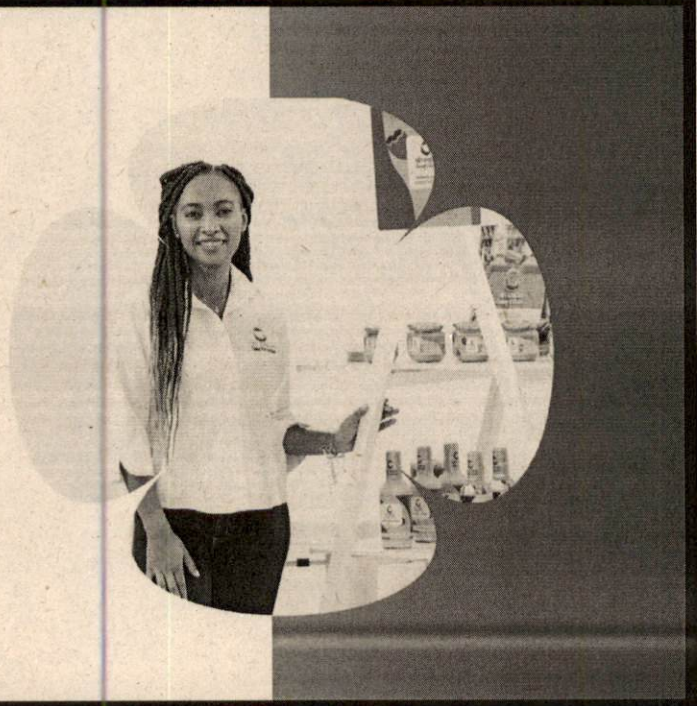
Es un conjunto de **procesos, estrategias y actividades** diseñadas para abordar y superar situaciones inesperadas o problemáticas que representan una amenaza significativa para una persona o negocio.

Las crisis pueden ser de diversas índoles, como eventos naturales, problemas financieros, conflictos internos, desastres tecnológicos, problemas de relaciones, entre otros.



Prospera

Centro de
Desarrollo Empresarial



22

"La crisis revela el carácter
de una persona y de un
negocio.
Es en los momentos difíciles
cuando se forja la
verdadera fortaleza."

- *Unknown*

23

| Habilidades claves



Liderazgo resiliente

Capacidad de liderar en
calma.
Resiliencia para mantener la
moral y la motivación



Toma de decisiones rápidas y efectivas

Habilidad para evaluar
rápidamente y tomar
decisiones informadas.

24

| Habilidades claves

Comunicación clara y transparente

Capacidad transmitir información, clara, honesta y en lenguaje comprensible

Adaptabilidad y flexibilidad

Habilidad cambios rápidos y evolucionar en entornos dinámicos

Gestión efectiva del tiempo

Habilidad para priorizar tareas y asignar recursos

Empatía y habilidades interpersonales

Comprender y gestionar emociones, habilidad para construir relaciones solidas

Creatividad e innovación

Capacidad pensar de manera creativa y proponer soluciones, para encontrar oportunidades en medio de las crisis

Gestión de recursos

Capacidad gestionar recursos de personal, financieros y tecnológicos



Prospera

Centro de Desarrollo Empresarial

25

"La diferencia entre una crisis y una oportunidad es la forma en que se ve. Aprovechemos las oportunidades que surgen de las crisis."

- John F. Kennedy

26

| Importancia de la gestión de crisis

- ✓ Preservación de la reputación
- ✓ Reducción del impacto negativo
- ✓ Protección de las personas
- ✓ Recuperación eficiente
- ✓ Toma de decisiones informadas
- ✓ Reducción costos a largo plazo
- ✓ Prevención de crisis futuras
- ✓ Cumplimiento normativo
- ✓ Generar confianza
- ✓ Adaptabilidad al cambio
- ✓ Imagen de marca positiva
- ✓ Mejora continua



27

Escenarios posibles

28

| Caso 1

Adaptación del Modelo de Negocio:

- Introducción de servicios de entrega a domicilio y opciones para llevar para compensar la falta de tráfico en la cafetería.
- Creación de paquetes especiales y promociones para atraer clientes.

Comunicación Activa con Clientes:

- Uso de redes sociales y correo electrónico para informar a los clientes sobre cambios en el horario, servicios y medidas de seguridad implementadas.
- Fomento de la lealtad a través de mensajes positivos y de apoyo a la comunidad.

Café Local durante la Pandemia COVID-19

Descripción: Un pequeño café local se enfrentó a una crisis significativa durante la pandemia de COVID-19, que resultó en restricciones de cierre y cambios en el comportamiento del consumidor.

Colaboración Local:

- Colaboración con otros pequeños negocios locales para compartir recursos y promocionarse mutuamente.
- Participación en iniciativas comunitarias para apoyar a los afectados por la crisis.

Diversificación de Ingresos:

- Introducción de nuevos productos o servicios, como la venta de café en línea, productos para el hogar o kits de bricolaje.
- Exploración de nuevas fuentes de ingresos para compensar la disminución en las ventas directas.



Prospera

Centro de
Desarrollo Empresarial

29

| Caso 2

Seguro y Contingencias Financieras:

- Contar con un seguro comercial adecuado para cubrir los daños materiales y la pérdida de inventario.
- Mantener un fondo de emergencia financiero para hacer frente a gastos imprevistos durante la recuperación.

Inventario Temporal y Ventas en Línea:

- Utilización de espacios temporales o pop-up para continuar las ventas mientras se realiza la reparación.
- Ampliación de la presencia en línea para mantener las ventas durante el período de recuperación.

Tienda de Ropa Boutique - Desastre Natural

Descripción: Una pequeña tienda de ropa boutique se vio afectada por un desastre natural, como inundaciones o incendios, que causó daños significativos al inventario y al espacio físico.

Compromiso con los Clientes:

- Comunicación proactiva con los clientes sobre el estado de la tienda y los esfuerzos de recuperación.
- Ofrecimiento de descuentos especiales o eventos para agradecer a los clientes por su apoyo durante la crisis.

Apoyo de la Comunidad:

- Participación en iniciativas comunitarias para recaudar fondos o recibir apoyo de otros negocios y residentes locales.
- Colaboración con proveedores y otros socios para agilizar la recuperación.



Prospera

Centro de
Desarrollo Empresarial

30

Comunicación Efectiva

31

Actividad de teléfono roto

32

| Comunicación efectiva

La comunicación efectiva **se define cuando un mensaje se comparte, recibe y comprende sin alterar su objetivo final.**

De esta manera, se evitan dudas y confusiones, mientras que se cumplen las expectativas sobre lo que se ha transmitido.



33

| Como ser un buen comunicador

1. Entender tu intención

En el momento en el que generas el mensaje, es importante que sepas con exactitud lo que deseas expresar y logres ser claro.

2. Ser claro y preciso

Velocidad y altura en la que se habla



34

3. Conocer al interlocutor

Si la comunicación es el resultado entre lo que se dice, lo que se escucha y lo que se interpreta, es vital que sepas siempre a quién le hablas.

4. Saber escuchar y observar

La escucha activa y la lectura atenta son clave para una comunicación clara y precisa.

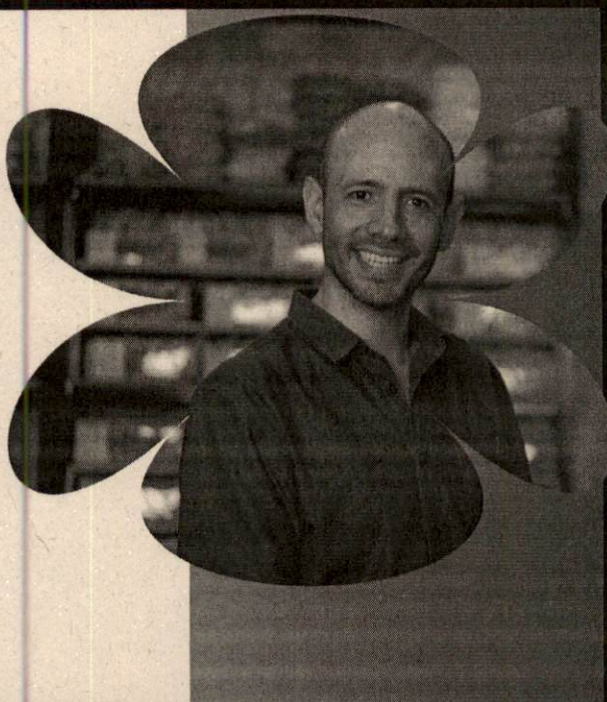
5. Tener empatía

Es la capacidad de comprender e interpretar los sentimientos ajenos.



Prospera

Centro de
Desarrollo Empresarial



35

| Acuerdos que ayudan a entender el mundo desde los diversos puntos de vista:

1. Honra las palabras
2. No te tomes nada personal
3. No suponer
4. Haz siempre lo mejor
5. Sé escéptico, pero aprende a escuchar.



Prospera

Centro de
Desarrollo Empresarial

36

**¿Qué quiero poner en
práctica de lo que
aprendí el día de hoy?**

37

| Evalúa el taller del día de hoy



38

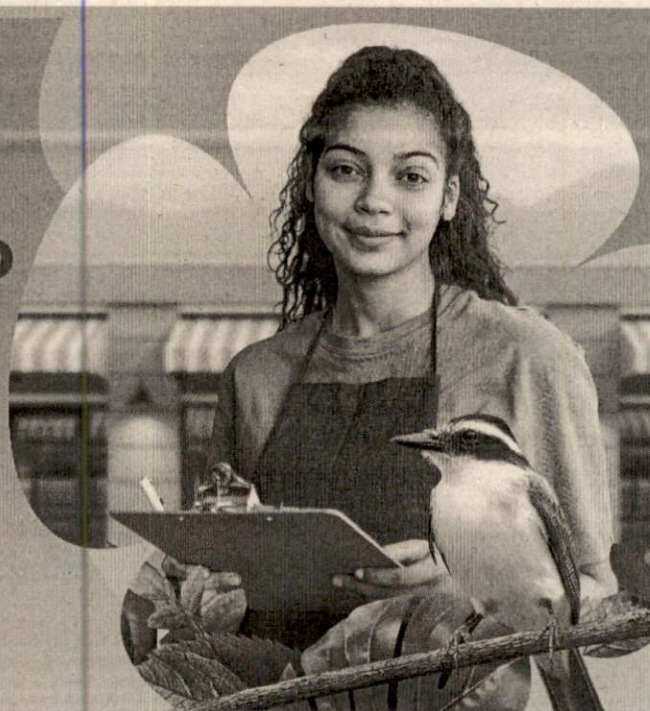
Gracias

Rumbo a la COP16

Nuestro futuro es más verde

Hagamos que el mundo entero descubra nuestro potencial

¡COPIémosle a la COP16!



Administradora Hotelera y turística. Especialista en Gestión Ambiental.

Auditora de Sistemas Integrados de Gestión HSEQ y Sistemas de Gestión Basura Cero.

Docente de Creación de empresas turísticas e investigación (Universidad del Valle Sede Buga, ITA), Instructora Sena de Turismo

Consultora en Planificación, Desarrollo y Diseño de Experiencias y Producto Turístico Local, Regional y Nacional (Plan de Desarrollo Turístico de Florida (Valle del Cauca), PEST Plan Estratégico Sectorial de Turismo de Armenia (CCAQ), Producto Turístico Cultural (Alcaldía de Calima-El Darién), Turismo de Naturaleza en humedales (FUV), interventoría en el Proyecto de Turismo de la Rap Pacífico (Fundación Universidad del Valle).

Consultora en la Implementación y auditoría de las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible NTS TS-002, 003, 004, 005 en Empresas (Calima-El Darién, El Cerrito, Ginebra, Buga, Buenaventura, Huila) implementación, certificación y auditoría de Destinos (Guadalajara de Buga y Pance (Valle del Cauca), Salento, Pljao, Calarcá, Quimbaya (Quindío), San Antonio, Boulevard del Río y Pance)

Consultora para Proyectos Fontur, MinCIT (Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia), Turismo Comunitario Empretrur.

Consultora Planificación Turística, Promoción, Calidad y Sostenibilidad Cámara de Comercio de Buga, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, Cámara de Comercio de Cartago, Corel Valle, Fundación Universidad del Valle y Cámara de Comercio de Cali.



SOSTENIBILIDAD RENTABLE PARA EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO

CONTENIDO

- 01 TURISMO SOSTENIBLE Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE-ODS
- 02 SOSTENIBILIDAD RENTABLE
- 03 PRACTICAS SOSTENIBLES
- 04 MARCO NORMATIVO CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD
- 05 POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD



EL TURISMO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE ES...

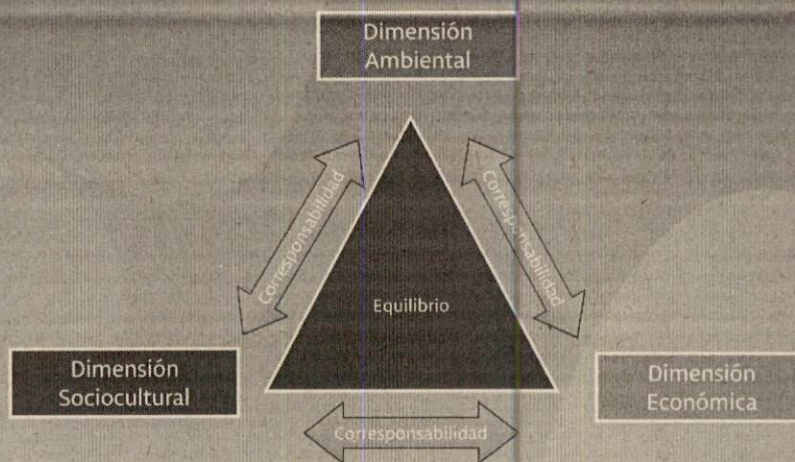
01 TURISMO SOSTENIBLE

«El turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.»

Organización Mundial del Turismo (OMT)



TURISMO SOSTENIBLE



¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?

El turismo en la Agenda 2030

El año 2015 fue un año decisivo para el desarrollo mundial, al haber aprobado los Gobiernos la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La ambiciosa agenda establece un marco mundial hasta 2030 para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático. Partiendo de los históricos Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), este ambicioso conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, con 169 metas asociadas, está centrado en las personas, es transformador y universal, y funciona como un todo integrado.

Aprovechar los beneficios del turismo será clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y llevar a la práctica la agenda de desarrollo posterior a 2015.

El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

El turismo sostenible tiene una posición firme en la Agenda 2030, pero para cumplir esta agenda hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos.





OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA



Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para **fomentar el crecimiento económico y el desarrollo** a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes.

OBJETIVO 2: HAMBRE CERO



El turismo puede estimular la productividad agrícola al promover la **producción, el uso y la venta de productos locales en los destinos turísticos y su plena integración en la cadena de valor del sector**. Además, el Agroturismo, un segmento en crecimiento, puede complementar las actividades agrícolas tradicionales. El crecimiento de los ingresos en las comunidades locales puede conducir a una agricultura más resiliente y a la vez aportar valor a la experiencia turística.

OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR



La contribución del turismo al **crecimiento económico y al desarrollo** también puede tener un **efecto colateral en la salud y el bienestar**. La entrada de divisas y los impuestos procedentes del turismo pueden reinvertirse en atención y servicios de salud, lo cual debería contribuir, entre otras cosas, a mejorar la salud materno-infantil, reducir la mortalidad infantil y prevenir enfermedades.

OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD



Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El sector puede aportar incentivos para invertir en **educación y en formación profesional** y ayudar a la movilidad laboral a través de acuerdos transfronterizos sobre cualificaciones, estándares y certificaciones. En particular, los medios dedicados a la educación deberían beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz así como la interactividad de la ciudadanía a escala global.

OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO



El turismo puede **empoderar a las mujeres** de múltiples formas, y en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y **oportunidades de generación de ingresos** en empresas, grandes, medianas y pequeñas, relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores con un mayor porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad.

OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



El turismo puede desempeñar un papel crucial para lograr: **el acceso al agua y la seguridad, así como la higiene y el saneamiento para todos**. El uso eficiente del agua en el sector turístico, unido a medidas de seguridad apropiadas, gestión de aguas residuales, control de la contaminación y eficiencia tecnológica, pueden ser clave para salvaguardar nuestros recursos más preciados.

OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



Siendo un sector que requiere una aportación energética sustancial, el turismo puede acelerar el cambio hacia las energías renovables e incrementar su cuota en la matriz energética mundial. Por consiguiente, **se promueven inversiones sólidas y a largo plazo en fuentes de energía sostenibles**. El turismo puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático e implantar soluciones energéticas nuevas e innovadoras en áreas urbanas, regionales y remotas.

OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



El turismo es una de las fuerzas motoras del crecimiento económico mundial y actualmente responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a **oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres**, puede beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».

OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



El desarrollo del turismo necesita infraestructuras públicas y de origen privado de calidad y un entorno innovador. El sector puede también incentivar a los gobiernos nacionales para que reinviertan sus infraestructuras y modernicen sus industrias, haciéndolas más sostenibles, más eficientes en términos de empleo de recursos y más limpias, ya que todo ello puede ser una forma de atraer a los turistas y a otras fuentes de inversión extranjera. Todo ello debería facilitar además una industrialización más sostenible, algo necesario para el crecimiento económico, el desarrollo y la innovación (development and innovation).

OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. El sector puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, y a reducir los desequilibrios regionales, brindando a las comunidades la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es también un medio efectivo para que los países en desarrollo participen en la economía mundial. En 2014, los países menos adelantados (PMA) recibieron 16.400 millones de dólares de los EE.UU. en exportaciones de bienes del turismo internacional, cifra que suponía 2.600 millones de dólares en el año 2000. Este considerable aumento ha convertido al turismo en un importante pilar de sus economías (constituyendo el 7% del total de exportaciones) y ha ayudado a algunos a superar la condición de PMA.

OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



Una ciudad que no está acondicionada para sus ciudadanos pero lo está para los turistas. El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. Una mayor inversión en infraestructura verde (transportes más eficientes, menor contaminación del aire, conservación de los sitios del patrimonio y espacios abiertos, etc.) debería dar como resultado unas ciudades más inteligentes y verdes de las que podrían beneficiarse no sólo sus habitantes, sino también los turistas.

OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE



Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. Para ello, tal como se señala en la meta 12.1 del objetivo 12, es imprescindible «Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales». El programa de turismo sostenible del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles (10YPP) aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incentiven prácticas de uso eficiente de los recursos que redundarán en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.

OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA



El turismo contribuye al cambio climático y a la vez se ve afectado por el mismo. Por ello, reduce en el propio interés del sector que éste tenga un papel protagonista en la respuesta global al cambio climático. Reduciendo el consumo de energía y utilizando fuentes renovables, especialmente en el sector del transporte y el alojamiento, el turismo puede ayudar a abordar uno de los retos más apremiantes de nuestra época.

OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA



El turismo costero y marítimo, el mayor segmento turístico, especialmente para los pequeños estados insulares en desarrollo (PEID), depende de unos ecosistemas marinos saludables. El desarrollo del turismo debe formar parte de una ordenación integrada de los zones costeros a fin de ayudar a conservar y preservar unos ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía azul, en consonancia con la meta 14.7 «Hasta 2030 aumentar los beneficios económicos que los pequeños estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo».

OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



Disfrutar de paisajes majestuosos, bosques indómitos, una biodiversidad abundante y enclaves designados como patrimonio natural es a menudo uno de los principales motivos para que los turistas visiten un destino. El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no sólo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización.

OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, alentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente.

OBJETIVO 17: ALIANZA PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas y de involucrar a múltiples agentes interesados – internacionales, nacionales, regionales y locales – para trabajar conjuntamente con el fin de avanzar los ODS y otros objetivos comunes. Efectivamente, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo, como lo es también una mayor sensibilidad respecto al papel del turismo en el cumplimiento de la agenda para el desarrollo después de 2015.

SEIDOR

La Sostenibilidad Rentable como Motor del Cambio Global

02 SOSTENIBILIDAD RENTABLE



La sostenibilidad impulsa la rentabilidad

Históricamente, la rentabilidad empresarial se ha medido principalmente en términos de ganancias financieras a corto plazo. Sin embargo, cada vez más evidencia sugiere que las empresas sostenibles pueden generar un **mejor rendimiento económico** en el largo plazo. Hay varias **razones** clave por las cuales la sostenibilidad impulsa la rentabilidad:

•**Eficiencia operativa:** Adoptar prácticas sostenibles puede llevar a una **mayor eficiencia en los procesos y operaciones de una empresa**. La optimización del uso de recursos, como el agua y la energía, no solo reduce los costos, sino que también minimiza el impacto ambiental. Además, la **implementación de tecnologías limpias** y procesos de producción más eficientes puede aumentar la **productividad** y mejorar la **calidad** de los productos y servicios.

•**Gestión de riesgos:** La sostenibilidad ayuda a las empresas a **gestionar mejor los riesgos**. Los problemas ambientales y sociales, como el cambio climático, la escasez de recursos naturales y los conflictos laborales, pueden tener **impactos significativos en la cadena de suministro y en la reputación de una empresa**. Por tanto, al anticipar y abordar estos riesgos, las empresas pueden evitar costos adicionales y proteger su marca.

•**Innovación y diferenciación:** La sostenibilidad fomenta la innovación. Las empresas que adoptan enfoques sostenibles suelen ser **pioneras en el desarrollo de nuevos productos y servicios** que satisfacen las necesidades cambiantes de los consumidores conscientes. Además, la diferenciación basada en la sostenibilidad puede proporcionar una **ventaja competitiva** a largo plazo, ya que los consumidores están dispuestos a apoyar y pagar más por productos y servicios sostenibles.

•**Acceso a mercados y capital:** Cada vez más, los inversores y los consumidores están buscando empresas con sólidos principios de sostenibilidad. Las empresas que pueden demostrar un enfoque claro y comprometido con la sostenibilidad tienen más probabilidades de **atraer inversores y acceder a fuentes de financiación**. Además, algunas regulaciones y políticas gubernamentales están promoviendo la sostenibilidad, lo que puede abrir nuevas oportunidades de mercado para las empresas sostenibles.



9 Razones por las que ser SOSTENIBLE es rentable

9 ideas, extraídas del libro *¿Qué narices es esto de la Sostenibilidad?* en el que 9 directivos de empresas de Gran Consumo junto con académicos y expertos en la materia coinciden en afirmar que la sostenibilidad es rentable para las empresas.

1. Sostenibilidad es pervivencia de la organización en el tiempo

Gestionar productos y marcas pensando en el medio y largo plazo. Un ejemplo quizás polémico sería el caso de Mc Donalds, que al incorporar productos "sanos" como ensaladas o fruta en sus menús, ayudó a la empresa a ser más sostenible en el tiempo.

2. Sostenibilidad es diferenciación

Algunas empresas han entendido ya la sostenibilidad como fuente de ventajas competitivas y se han basado en ella para destacar por encima de sus competidores. Lo han conseguido a través de un posicionamiento diferencial basado en beneficios relacionados con la sostenibilidad. Sería el ejemplo de la americana Patagonia o Wholefoods, que supieron crear su propio "océano azul" en sectores tan competitivos como la distribución o el textil.

3. Sostenibilidad es eficiencia

Ser sostenible puede mejorar nuestra cuenta de resultados gracias a un uso más eficiente de los recursos. Ahorros de energía, agua, materiales, pueden permitirnos ofrecer mayor valor al consumidor y a nuestros accionistas, impactando directamente la línea de abajo de nuestra cuenta de explotación.

4. Sostenibilidad es conexión con el consumidor

A través de la sostenibilidad se puede mejorar la reputación de marca y consecuentemente, la fidelidad de nuestros consumidores. En su campaña de apoyo a la concienciación sobre el cáncer de mama, sopas Campbells (EEUU) cambió todos sus envases a color rosa, consiguiendo una gran conexión emocional con sus consumidores y aumentando significativamente sus ventas.

