



Módulo 6 (Parte 2)

El poder de la comunicación con un propósito: comparte tu impacto e inspira a la acción

Este recurso está bajo licencia CC
BY 4.0



Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los del Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Agencia Nacional para la Cooperación Universitaria Erasmus+. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención se hacen responsables de los mismos.

www.startdsp.eu

Descripción general del módulo 6

Este módulo enseña a los emprendedores a medir, comunicar y transformar los indicadores de sostenibilidad e impacto social en narrativas digitales auténticas y presentaciones orientadas a un propósito que conecten con inversores, clientes y comunidades.

Mediante la combinación de estrategia empresarial, responsabilidad medioambiental y competencia digital, los alumnos adquirirán las habilidades necesarias para potenciar su misión, destacar frente a la competencia e inspirar acciones significativas.

01

Introducción

02

Sección 1: Narrativa, comunicación y compromiso con el cliente (**Parte 1**)

03

Sección 2: Hacer visible el impacto: datos, narración de historias y cumplimiento normativo (**Parte 2**)

04

Conclusión

05

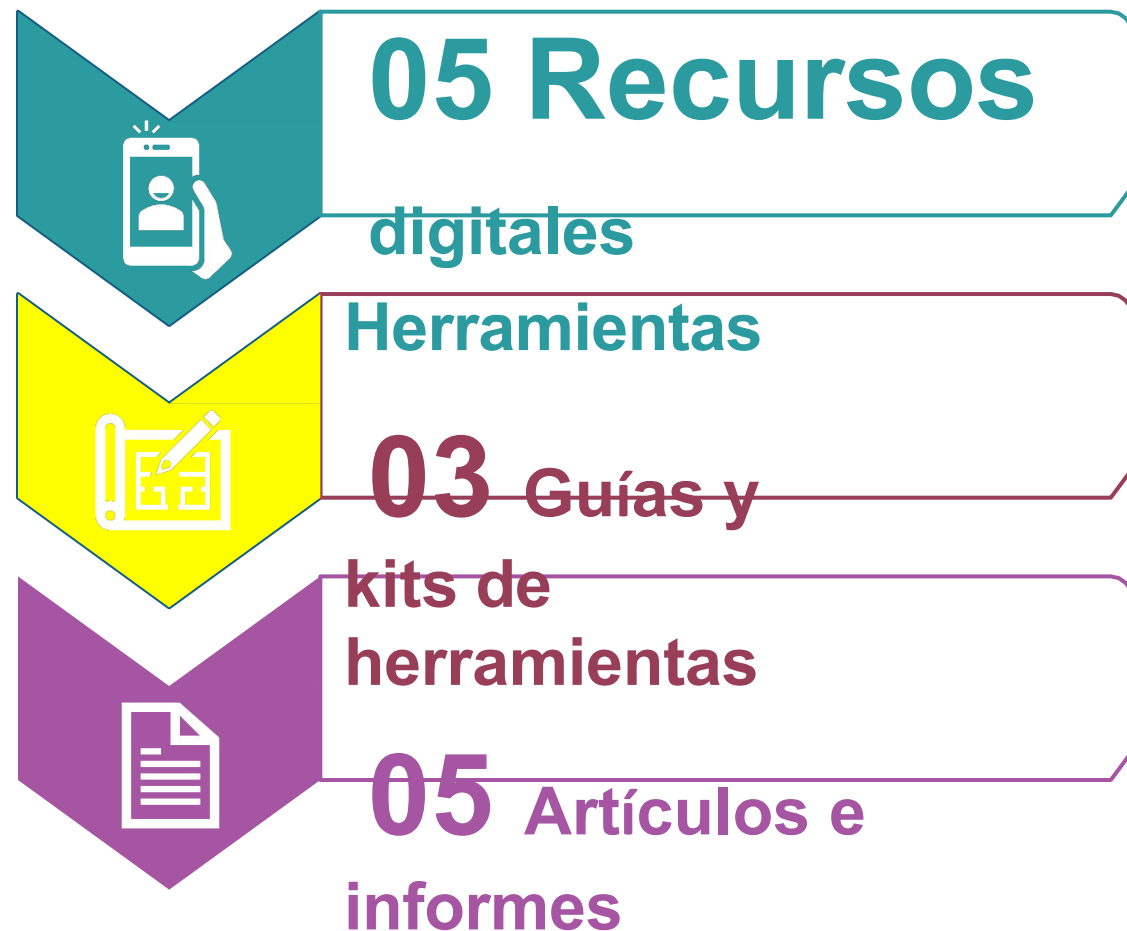
Lista de referencias

Este recurso está bajo
licencia CC BY 4.0



Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los del Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Agencia Nacional para la Cooperación Universitaria Erasmus+. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención se hacen responsables de los mismos.

Módulo 6 (Parte 2) Elementos de aprendizaje interactivo





03. Hacer visible el impacto: datos, narración de historias y cumplimiento normativo

Desarrolla las habilidades necesarias para medir, informar y comunicar de forma eficaz el impacto social y medioambiental, garantizando al mismo tiempo el cumplimiento de las normas de la UE y evitando el «greenwashing».

Introducción

Hacer visible el impacto: datos, narración de historias y cumplimiento normativo

La **sección 1** se centró en la elaboración de narrativas auténticas y una comunicación alineada con la misión; **la sección 2** vincula la narrativa con resultados medibles.

Los alumnos adquirirán ahora la capacidad de cuantificar el impacto, garantizar el cumplimiento normativo y respaldar su narración con datos fiables.

En conjunto, estas habilidades conforman un conjunto completo de herramientas para que los emprendedores comuniquen su propósito con integridad y confianza.



Áreas clave de interés

01

Medir lo que importa: herramientas y marcos para el impacto

02

De las métricas al significado: cumplimiento normativo y afirmaciones ecológicas

03

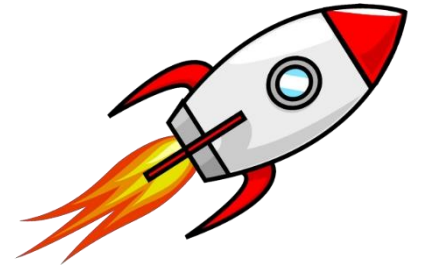
Impacto visual: cómo comunicar datos con claridad

Medir lo que importa: herramientas y marcos para evaluar el impacto

¿Por qué es importante medir el impacto?

En el contexto del emprendimiento sostenible, medir el impacto ya no es opcional, sino fundamental. Los inversores, los clientes y los reguladores esperan cada vez más que las empresas aporten pruebas creíbles y transparentes de su desempeño medioambiental y social.

- Medir el impacto ayuda a los emprendedores no solo a demostrar su responsabilidad, sino también a mejorar la toma de decisiones estratégicas, atraer financiación y alinear sus operaciones con los objetivos globales de sostenibilidad *(OCDE, 2019)*.
- En esta sección se presentan a los alumnos las herramientas y marcos que hacen que el impacto sea visible y se pueda actuar en consecuencia,



Uso de marcos globales para estructurar el impacto

Para garantizar la pertinencia y la comparabilidad, las iniciativas deben basar su medición del impacto en marcos reconocidos. Esta sección se centra en cuatro herramientas clave

los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Los 17 objetivos globales de las Naciones Unidas ofrecen una visión compartida para un futuro mejor y un punto de referencia para alinear

Criterios medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG)

Ampliamente utilizados en el ámbito de la inversión y la presentación de informes, los criterios ESG ayudan a evaluar el riesgo y el valor a largo plazo más allá del mero beneficio

Normas de la Iniciativa Global de Información (GRI)

La GRI, un marco de referencia líder en materia de información sobre sostenibilidad, ofrece orientación detallada sobre temas relevantes e indicadores de rendimiento en

Evaluación de impacto de B Corp

Diseñada para empresas con una misión, esta herramienta mide el desempeño en materia de gobierno corporativo, los trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y

Identificar qué medir: indicadores clave de rendimiento (KPI) y materialidad

Una parte fundamental de medir lo que importa es saber qué es lo que realmente importa para tu empresa, tus partes interesadas y tu sector. Básicamente, consiste en realizar **evaluaciones de materialidad** para identificar las cuestiones de sostenibilidad más relevantes para las operaciones.

Esto implica consultar a las partes interesadas, realizar un análisis comparativo del sector y llevar a cabo una revisión interna. Una vez definidas las áreas clave, las empresas pueden establecer **indicadores clave de rendimiento (KPI)** que reflejen tanto sus objetivos financieros como su impacto social o medioambiental.



Por ejemplo, una startup de moda circular podría hacer un seguimiento de la reducción de residuos por prenda, mientras que una empresa de tecnología verde podría informar sobre las



emisiones evitadas. Los KPI deben ser específicos,

Vinculando la estrategia y las métricas

La medición solo es eficaz cuando contribuye a una mejor actuación. Los alumnos aplicarán sus conocimientos relacionando los KPI seleccionados tanto con los resultados operativos como con los

Vincular el impacto al modelo de negocio
objetivos de comunicación.

Desarrollar cuadros de mando o tablas de informes sencillos

Integrar las métricas en formatos narrativos y de presentación de informes

Este puente entre la estrategia y la medición ayuda a garantizar que los datos se conviertan en una **herramienta para la acción y la comunicación**, y no solo para el cumplimiento normativo.

KPI de impacto: ¿qué se debe medir?

¿Qué **cambio** intentas **generar**?

¿A quién **afecta el impacto** de tu iniciativa?

¿Qué **resultados generarían confianza** entre las partes interesadas?

Ten en cuenta estas tres preguntas clave para elegir unos KPI SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos)

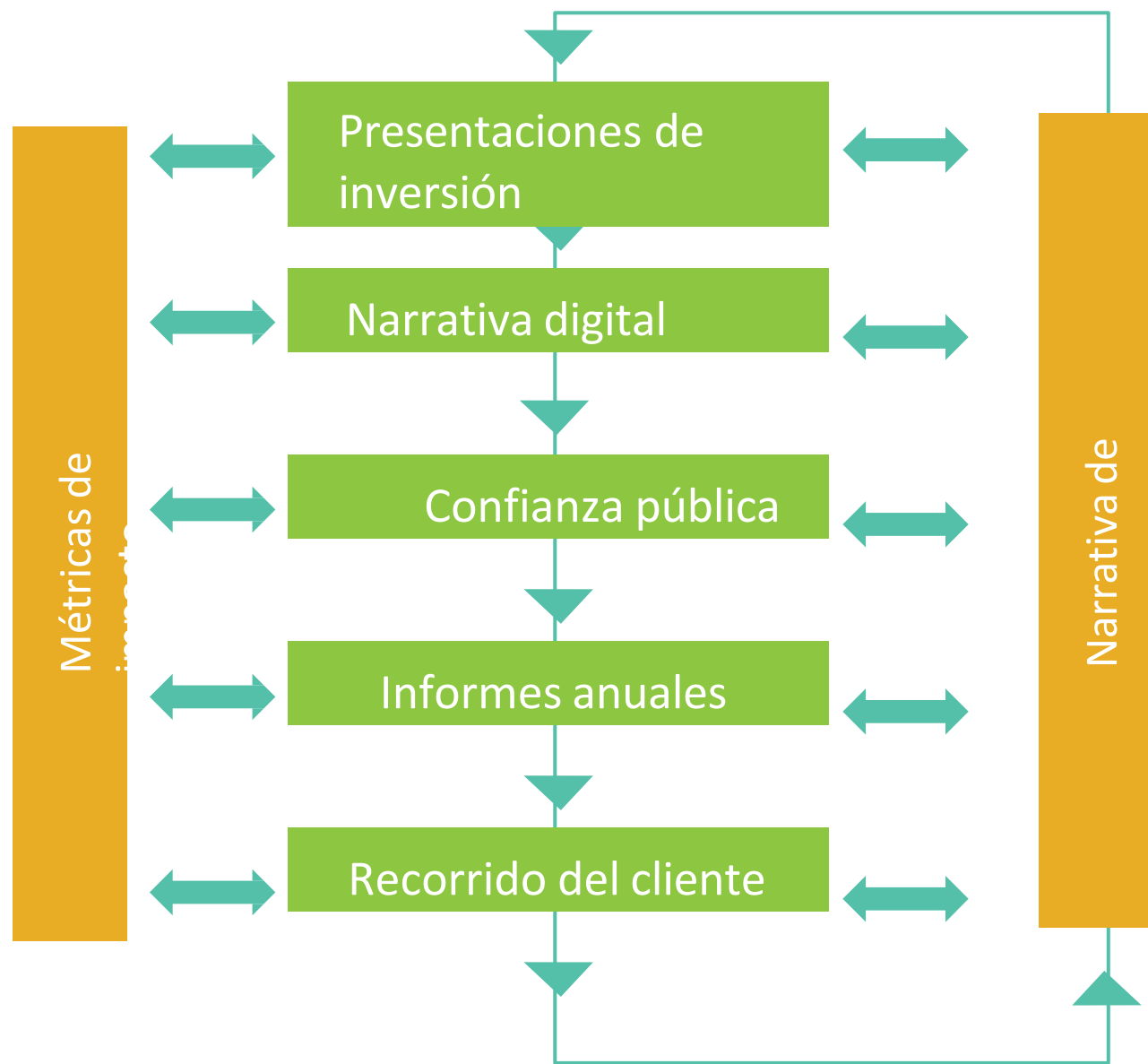


Cómo vincular las métricas a tu historia

Las métricas aportan credibilidad a tu misión. Cuando se integran en la narrativa de tu marca, los KPI y los datos muestran a las partes interesadas no solo lo que pretendes hacer, sino lo que realmente estás consiguiendo.



Al vincular tus métricas de impacto con historias de cambio, consigues que tu comunicación se base en datos y, al mismo tiempo, resulte emotiva, lo que genera confianza e impulsa la acción.



Desarrollo de KPI y paneles de control

El desarrollo de KPI y la creación de **paneles de control** consisten en identificar los indicadores clave de rendimiento (KPI) más relevantes para tus objetivos empresariales y visualizarlos en paneles claros y prácticos.

Este proceso ayuda a los emprendedores a realizar un seguimiento de su impacto, tomar decisiones fundamentadas y comunicar el rendimiento de forma eficaz a las partes interesadas mediante elementos visuales



BizTech. (14 de septiembre de 2021). *Desarrollo de KPI y creación de paneles de control: convertir los datos en impacto* [Vídeo]. YouTube. _
<https://www.youtube.com/watch?v=afxOc3NUQCc>

Recursos adicionales

(Haz clic en las imágenes o en los títulos para acceder a los tutoriales en vídeo)



«Cómo crear un panel de indicadores clave de rendimiento (KPI) en 10 minutos»

Este vídeo guía a los alumnos paso a paso en la creación de un panel de indicadores clave de rendimiento (KPI) sencillo pero potente. Es perfecto para comprender de forma práctica cómo seleccionar y visualizar métricas clave de forma rápida y eficaz. Además, resulta útil para elaborar



«SDG Mapper» destinados a las partes interesadas o para mostrar el impacto.

Este vídeo muestra cómo utilizar la herramienta «SDG Mapper» para alinear al instante proyectos o iniciativas con los ODS pertinentes de la ONU. Es un recurso excelente para aprender a integrar los objetivos globales en tu propio marco de impacto y en tu narrativa.



«Tutorial de Power BI para principiantes»

Este vídeo enseña a los alumnos los fundamentos para crear un panel de control desde cero, incluyendo la importación de datos, la estructuración de elementos visuales y el diseño de informes. Perfecto para comprender cómo transformar las métricas de impacto en presentaciones digitales atractivas.





Crea tu mapa de impacto: aplica marcos de medición del impacto a tu propia idea de negocio seleccionando objetivos relevantes, definiendo indicadores clave de rendimiento (KPI) e identificando oportunidades de presentación de informes.

Instrucciones

- ☐ **Selecciona un marco (ODS, ESG, GRI o B Corp)** que se ajuste al propósito de tu negocio.
- ☐ **Identifica entre dos y tres áreas de impacto significativas** relevantes para tu startup o empresa.
- ☐ **Para cada área, define al menos un indicador clave de rendimiento (KPI)** que puedas medir o empezar a supervisar.
- ☐ **Visualiza tu mapa de impacto** utilizando una sencilla cuadrícula o lienzo con cinco columnas: Área de impacto, Vínculo con el marco de referencia, KPI, Método de recopilación de datos, Elaboración de informes

Herramientas digitales que debes utilizar

- ☐ **Canva o Miro para la creación de mapas visuales** ☐ <https://www.canva.com/> y <https://miro.com/>
- ☐ **Evaluación de impacto B o Índice GRI como referencia** ☐ <https://bimpactassessment.net/> o <https://www.globalreporting.org/standards/>
- ☐ **Herramienta SDG Compass para orientación sobre la alineación** ☐ <https://sdgcompass.org/>



De las métricas al significado: cumplimiento y declaraciones ecológicas

¿Por qué es importante el cumplimiento normativo en la comunicación?

En un panorama normativo en rápida evolución, la forma en que las empresas comunican su impacto ambiental y social es tan importante como el propio impacto. Cada vez más, **las afirmaciones engañosas, también conocidas como «greenwashing», conllevan riesgos legales, reputacionales y financieros.**

El cumplimiento de normativas de la UE, como la **Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD)** y la próxima **Directiva sobre declaraciones ecológicas**, garantiza que su mensaje de sostenibilidad sea **transparente, verificable y fiable** (Comisión Europea, 2023a).

Los emprendedores deben ser capaces de traducir los indicadores de sostenibilidad en una comunicación que cumpla con las normas legales y fomente la integridad de la marca a



Reglamentos de la UE que regulan la comunicación del impacto

Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD)

Este marco de la UE exige que las empresas divulguen datos estructurados y auditables sobre su desempeño medioambiental y social.

Introduce las **(ESRS)**, que establecen requisitos específicos sobre qué información debe incluirse y

cómo *(EFRAG, 2023)*.

Directiva sobre declaraciones ecológicas

Una propuesta de reglamento cuyo objetivo es eliminar las declaraciones medioambientales vagas, engañosas o no verificables en la comercialización.

Exige que **todas las declaraciones ecológicas estén respaldadas por pruebas científicas reconocidas** y se comuniquen claramente a

los consumidores *(Comisión Europea, 2023b)*.



¿Qué es el «greenwashing»?

El acto de inducir a error a las partes interesadas sobre las prácticas medioambientales o los beneficios de un producto, servicio o empresa. Puede ser intencionado o no, y ambas formas conllevan riesgos.

Tipos habituales de «greenwashing»

Afirmaciones vagas

- p.ej., «respetuoso con el medio ambiente»

Afirmaciones irrelevantes

- p. ej., «sin CFC» cuando los CFC ya están prohibidos

Uso indebido de imágenes «verdes»

- Uso excesivo de imágenes «verdes» sin fundamento

Compensaciones ocultas

- Promover un beneficio mientras se ignora un daño mayor

Sin pruebas

- Declaraciones sin fundamento o no verificadas

Cómo evitar el «greenwashing»

1. Utiliza **un lenguaje claro**, específico y verificable.

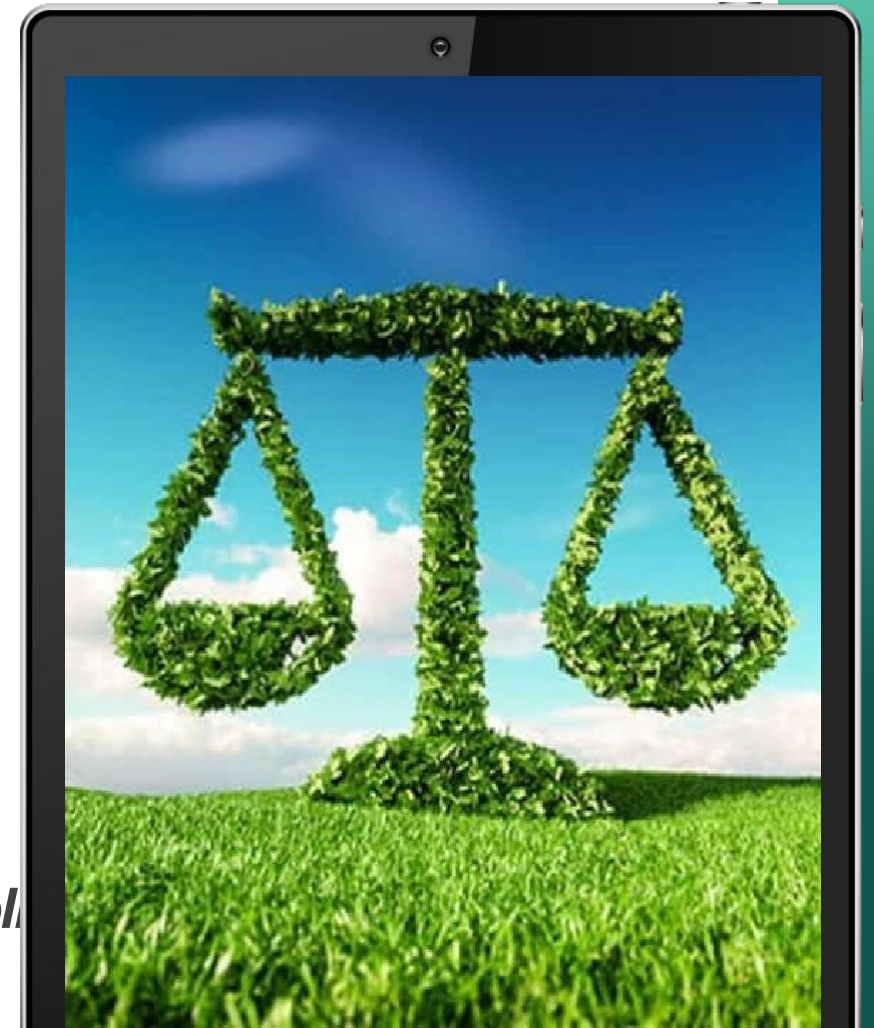
2. **Respalda las afirmaciones con datos**,
certificaciones o auditorías de terceros.

3. **Reconozca** las limitaciones y los
avances, no la perfección.

4. **TexAlign** cumple con los requisitos de la
Directiva de la UE sobre declaraciones
medioambientales.



Consejo profesional: *si no puedes demostrarlo, no lo publ*





<https://www.skagerakenei>

CASO PRÁCTICO: Skagerak Energy



Comunicación sobre sostenibilidad: Skagerak Energy, una pyme dedicada a las energías renovables, demuestra cómo el impacto cuantificable, la presentación de informes verificados y la alineación con marcos normativos de la UE, como la Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD) y la taxonomía de la UE, pueden transformar la comunicación sobre sostenibilidad en un activo estratégico en lugar de un pasivo.



Recuperación de la credibilidad: Tras analizar cómo una comunicación sobre sostenibilidad engañosa puede minar la confianza de las partes interesadas, Skagerak demuestra que es esencial centrarse en prácticas que restablezcan la credibilidad y la rendición de cuentas.



El impacto del «greenwashing»: El «greenwashing», presente en escándalos corporativos de gran repercusión, ilustra los riesgos de exagerar los logros medioambientales u ocultar los impactos negativos. Por el contrario, un número creciente de pymes europeas como Skagerak están demostrando que una comunicación transparente y respaldada por datos no solo refuerza el cumplimiento normativo, sino que también mejora la reputación de la marca y la confianza de los inversores.



CASO PRÁCTICO: Skagerak Energy



La pyme danesa **Skagerak Energy** opera en el ámbito de las energías renovables y la innovación en redes inteligentes, demostrando cómo una comunicación transparente y basada en datos puede sustituir

los riesgos del «greenwashing» por credibilidad.

La empresa ofrece soluciones de energía limpia en toda Escandinavia y el norte de Europa, basando su comunicación en datos de rendimiento verificables en lugar de en



01

Prácticas de comunicación estratégica

Alineación con el marco de la UE: los informes se ajustan a las **Normas de la GRI**, la **taxonomía de la UE** y las directrices **de la CSRD** para garantizar la comparabilidad y el cumplimiento.

Transparencia de los datos: publica informes anuales de sostenibilidad con cifras verificadas por terceros sobre la reducción de CO₂, el crecimiento de la capacidad renovable y la

Materialidad doble: da a conocer tanto cómo las cuestiones de sostenibilidad afectan al negocio como cómo las operaciones afectan la sociedad y el medio ambiente.

Participación de las partes interesadas: Utiliza paneles de control, portales de datos públicos y actualizaciones para la comunidad con el fin de

mantener
la rendición de cuentas y la claridad.



02

Impacto

100 % de electricidad renovable en las operaciones; 1,2 millones de toneladas de CO₂ evitadas anualmente; 97 % de los proveedores evaluados en materia de cumplimiento medioambiental y ético; proyectos de biodiversidad cofinanciados por el programa LIFE de la UE.

03

Lecciones para los emprendedores

- Sustituir el discurso publicitario por datos contrastables.
- Adaptar los informes de impacto a los marcos normativos de la UE para reforzar la confianza y el cumplimiento normativo.
- La transparencia de los datos genera credibilidad a largo plazo ante los inversores, los reguladores y las comunidades.

Actividad: ¿Verde o «greenwashing»?



Objetivo: Practicar la aplicación de los contenidos del curso transformando una afirmación de sostenibilidad imprecisa o arriesgada en una declaración de impacto clara, cuantificable y conforme a la normativa.

- **Paso 1:** Presentar una afirmación imprecisa.
- **Paso 2:** En parejas o pequeños grupos, pida a los alumnos que ☐ identifiquen por qué la afirmación es imprecisa o arriesgada y que reescriban la declaración para que sea ☐ específica, medible, verificable y adecuada para el público destinatario.
- **Paso 3:** Cada grupo comparte una declaración reelaborada.



Modere un debate:

- ☐ ¿Qué afirmaciones mejoradas destacaron y por qué?
- ☐ ¿Cumplirían las afirmaciones revisadas con la Directiva sobre afirmaciones ecológicas?



Creación de mensajes creíbles y conformes

Por qué es importante

A medida que los consumidores y los reguladores exigen una mayor rendición de cuentas, las empresas deben asegurarse de que sus comunicaciones sobre sostenibilidad sean claras, creíbles y cumplan con la normativa.



Es fundamental contar con habilidades prácticas de comunicación que cumplan con marcos legales como la Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas y la Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD).



Elaborar afirmaciones transparentes y respaldadas por datos no solo reduce los riesgos reputacionales y legales, sino que también fomenta la confianza de las partes interesadas.



Al alinear los mensajes con indicadores medibles y las expectativas internacionales en materia de información, como las esbozadas por el Consejo Internacional de Normas de Sostenibilidad (ISSB), los empresarios pueden comunicar su misión con

Convertir el propósito en pruebas

¿Cómo?

Redactar **afirmaciones basadas en pruebas y** vinculadas a indicadores clave de rendimiento (KPI) medibles.

Estructura las comunicaciones sobre el impacto para diferentes formatos.

Sitios web □ Narrativa de marca basada en hechos.

Informes de sostenibilidad □ Información estructurada y detallada.

Envases de productos □ Afirmaciones concisas

Consejo: Utiliza la [lista de verificación de alineación del ISSB](#) para comprobar la claridad y la coherencia en todos los canales de comunicación.



Comunicación clara y conforme a la normativa: un lenguaje claro, honesto y accesible genera confianza y garantiza el cumplimiento de la normativa de la UE, en constante evolución.

Utiliza un lenguaje sencillo

- ❑ La comunicación sobre sostenibilidad debe ser fácil de entender para todas las partes interesadas, desde los consumidores hasta los inversores.

Evita las palabras de moda ambiguas o la jerga técnica.

Ejemplo:

Mala práctica ❑ «Estamos comprometidos con “lograr sinergias en la reducción de las emisiones de carbono”». **Buena práctica** ❑ «Compensamos el 100 % de nuestras emisiones de transporte mediante créditos de energía renovable certificados».

Marcos y herramientas

- ❑ Aplica una lista de verificación de cumplimiento antes de publicar cualquier afirmación sobre sostenibilidad.

Antes de hacer pública una afirmación, ya sea en envases, sitios web, informes o presentaciones para inversores, verifícala con marcos y herramientas fiables, como:

- ❑ [Guía de doble materialidad de EFRAG](#)
- ❑ [Requisitos de la UE para la justificación de las afirmaciones ecológicas](#)

☐ Auditoría interna o verificación por terceros



importante☐

Recursos adicionales

(Haz clic en las imágenes o en los títulos para acceder a los vídeos)



«Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas»

Este vídeo en formato de podcast ofrece una visión general oficial de la propuesta de Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas, en la que se explican sus objetivos jurídicos, los requisitos para que las declaraciones medioambientales sean verificables y cómo combate el «greenwashing».



«Auditoría interna y verificación por terceros»

Este vídeo explica brevemente la importancia de la garantía por parte de terceros en la elaboración de informes de sostenibilidad, destacando cómo la validación externa fomenta la confianza de las partes interesadas y reduce la responsabilidad.



«Comprender la CSRD y la evaluación de la doble materialidad»

Este vídeo explica cómo la CSRD de la UE integra la doble materialidad en los informes de sostenibilidad, ayudando a las empresas a identificar lo que es relevante tanto para las partes interesadas como para el rendimiento corporativo.



Impacto visual: comunicar datos con claridad

Una comunicación eficaz de los resultados en materia de sostenibilidad no solo depende de la precisión de los datos, sino también de cómo se presentan dichos datos a los distintos públicos.



La transformación de información compleja —como los indicadores clave de rendimiento (KPI), las métricas ESG y los resultados sobre la materialidad— en elementos visuales claros y atractivos mejora la comprensión de las partes interesadas y fomenta la transparencia. La visualización estratégica de datos favorece la toma de decisiones fundamentadas, genera confianza y mejora la accesibilidad en diversas plataformas y para distintos públicos (*Knaflic, 2015*).



Mediante herramientas como [Canva](#), [Power BI](#), [Flourish](#) y [Tableau](#), los alumnos exploran técnicas para diseñar infografías, informes y paneles interactivos que se ajusten a normas de información como la [CSRD](#) y la [GRI](#). Se hace hincapié en la claridad, la fluidez narrativa y la integridad visual para garantizar que los datos sobre sostenibilidad se comuniquen



Narrativa de datos para generar impacto

Estructura narrativa

La presentación de datos de sostenibilidad a través de la narración ayuda a transformar métricas abstractas en narrativas estructuradas de forma significativa que conectan con las partes interesadas.

En lugar de abrumar al público con cifras sin contextualizar, la narración de datos integra el contexto, la interpretación y el diseño visual para revelar el significado que se esconde tras los números.



Por ejemplo, situar una métrica de reducción de emisiones de carbono en una línea temporal de compromisos climáticos o vincular los datos sobre el uso del agua con los efectos de la sequía en la región confiere a los datos una relevancia emocional y estratégica.

Narrativa de datos para generar impacto

Pensamiento de diseño

Una historia basada en datos bien estructurada comienza con un mensaje claro, respaldado por datos relevantes y elementos visuales como gráficos, infografías y líneas de tiempo.

Una selección cuidadosa de los datos garantiza la alineación con las prioridades de la audiencia, ya sean organismos reguladores, inversores o partes interesadas de la comunidad.

Las técnicas visuales engañosas, como los ejes manipulados o la omisión selectiva, pueden comprometer la confianza, por lo que una visualización ética resulta esencial para una comunicación creíble (*Knaflitz, 2015*).



Al aplicar los principios de la estructura narrativa y el pensamiento de diseño, los alumnos pueden utilizar los datos no solo para informar, sino también para inspirar la acción, fomentar la responsabilidad y transmitir los avances y retos de un camino hacia la sostenibilidad.

Herramientas y plataformas digitales *(haz clic en los títulos para acceder a los sitios web)*



Plataformas de diseño

[Canva](#) y [Adobe Express](#)

Ofrecen interfaces intuitivas para crear infografías, elementos visuales para redes sociales y contenido de marca que comunique visualmente la sostenibilidad



Ideales para

Estas herramientas son ideales para equipos pequeños o emprendedores en fase inicial que necesitan **soluciones accesibles y fáciles de usar** para visualizar el impacto medioambiental o social.



Plataformas de visualización interactiva

[Flourish](#), [Power BI](#) y [Tableau](#)

Son plataformas y visualizaciones más avanzadas e interactivas.



Permiten a los usuarios

Permiten a los usuarios crear **paneles de control, gráficos y micrositios basados en datos** que integran métricas en tiempo real y facilitan la toma de decisiones.



Resultan especialmente útiles a la hora de preparar contenido visual para partes interesadas como inversores, organismos reguladores o el público en general. Además, admiten funciones de exportación que se ajustan a marcos de información como la

Herramientas y plataformas: Vídeos de clases magistrales

(Haz clic en las imágenes o en los títulos para acceder a los vídeos)



«Canva»

Este tutorial repasa los conceptos básicos para crear recursos visuales atractivos y es ideal para elaborar infografías y materiales narrativos sostenibles.



«Adobe Express»

Este tutorial muestra técnicas avanzadas de diseño para crear una imagen de marca y comunicaciones visuales de gran calidad.



«Flourish»

Este tutorial ofrece una guía completa para crear paneles interactivos y visualizar datos de indicadores clave de rendimiento (KPI).



Herramientas y plataformas: Vídeos de la clase magistral

(Haz clic en las imágenes o en los títulos para acceder a los vídeos)



«Tableau»

Un tutorial completo que guía a los usuarios desde la instalación hasta la creación de su primera visualización con Tableau, una potente herramienta para transformar métricas de sostenibilidad en paneles interactivos y narrativas visuales reveladoras.

La elección de la plataforma adecuada depende del público, de la complejidad de los datos y del nivel de interactividad necesario.

Independientemente de la herramienta, las visualizaciones deben dar prioridad a la claridad, la coherencia y una presentación ética, garantizando que los datos realcen, en lugar de distorsionar, la historia que se cuenta (*Knaflitz, 2015*).



Cumplimiento e integridad

Una comunicación visual clara y responsable es fundamental para una información eficaz sobre sostenibilidad.

La alineación con marcos normativos como la [Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad](#) (CSRD) y la [Iniciativa Global de Presentación de Informes](#) (GRI) garantiza que los formatos visuales favorezcan la estandarización y la comparabilidad entre las divulgaciones.

Estos marcos establecen las expectativas sobre cómo debe presentarse la información no financiera, haciendo hincapié en la transparencia, la estructura y la relevancia para las partes interesadas.

Las prácticas éticas de visualización refuerzan la integridad de los datos comunicados. Esto incluye la



Cumplimiento e integridad

Las representaciones engañosas, como los ejes truncados, las proporciones exageradas o la omisión de contexto clave, pueden socavar la credibilidad y dar lugar a interpretaciones erróneas.



Las convenciones de diseño coherentes ayudan a preservar la claridad y la neutralidad de la presentación de los datos.



Cuando las visualizaciones se elaboran con integridad, contribuyen a crear un entorno de información que defiende la rendición de cuentas, fomenta la confianza y permite una evaluación fundamentada del desempeño social y medioambiental de una empresa *(Knafllic, 2015)*.



Para concluir el módulo 6, sección 2

La sección 2 ha demostrado que hacer visible el impacto requiere algo más que recopilar datos de sostenibilidad; exige alineación estratégica, comunicación ética y conocimiento de la normativa.



Al integrar marcos reconocidos como los ODS, las Normas GRI, la CSRD y los criterios ESG, las empresas pueden garantizar que su desempeño ambiental y social sea medible y creíble.



La traducción de las métricas en mensajes significativos y formatos visuales claros refuerza la transparencia, fomenta la confianza de las partes interesadas y protege contra el «greenwashing».



A medida que las expectativas en materia de sostenibilidad siguen aumentando, la capacidad de medir, informar y comunicar el impacto de forma eficaz se convierte en una competencia fundamental para las empresas

Lecturas recomendadas

- **PwC. (2023). *CSRD: Lo que las empresas deben saber*.** Una visión general práctica de la Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD), en la que se describe qué empresas se ven afectadas, qué deben comunicar y cómo prepararse para cumplir con la normativa. Útil para comprender el alcance, el calendario y los principales retos de la implementación de la CSRD.
<https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/publications/csr-d-what-companies-need-to-know.html>
- **EFRAG. (2022). *Hacia una norma europea de información sobre sostenibilidad: Actualización técnica sobre el desarrollo de las ESRS*.** Este documento técnico detalla los avances de EFRAG en el desarrollo de las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (ESRS) para facilitar el cumplimiento de la CSRD. Ofrece información sobre la materialidad, la divulgación de información y la alineación con las partes interesadas conforme a la legislación de la UE.
<https://www.efrag.org/lab6>
- **KPMG. (2023). *Cómo orientarse en la Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas*.** Una guía concisa sobre la Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas, en la que se explica lo que deben hacer las empresas para fundamentar sus declaraciones medioambientales y evitar sanciones. Destaca las principales áreas de riesgo y ofrece recomendaciones para desarrollar una estrategia de sostenibilidad que cumpla con la normativa

04

Conclusión



Para concluir el módulo 6

Del compromiso a la rendición de cuentas

Estas dos secciones, en conjunto, ponen de relieve todo el espectro de la comunicación con un propósito claro, desde la narración de historias que despiertan emociones, captan la atención de los clientes y crean comunidad, hasta los mensajes creíbles y basados en datos que cumplen con las normas legales y éticas.

Los alumnos desarrollan la capacidad de expresar la misión de su empresa de forma clara y auténtica, al tiempo que fundamentan sus afirmaciones sobre el impacto en pruebas cuantificables alineadas con marcos normativos de la UE, como la Directiva sobre la sostenibilidad de las empresas (CSRD) y la Directiva sobre declaraciones ecológicas.

Al combinar la estrategia narrativa, la creatividad digital y la concienciación sobre el cumplimiento normativo, los emprendedores adquieren las herramientas necesarias para comunicarse de formas que inspiren a la acción, fomenten la confianza y resistan el escrutinio en un mercado cada vez más transparente.



05

Lista de referencias

Lista de referencias

1. **Adobe Express.** (s. f.). *Clase magistral de Adobe Express para profesionales creativos* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZudEBjDQxEA>
2. **Alex The Analyst.** (s. f.). *Aprende a usar Tableau en menos de 2 horas: paneles, relaciones...* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=j8FSP8XuFyk>
3. **B Lab.** (s. f.). *Evaluación de impacto B.* <https://bimpactassessment.net/>
4. **B Corporation.** (s. f.). *Oddbox: perfil de empresa certificada B Corporation.* <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/oddbox/>
5. **Canva.** (s. f.). *Tutorial de Canva para principiantes: una clase magistral gratuita de 2 horas* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LInmf5BXLBA>
6. **Coder's Gyan.** (2024). *Curso definitivo de Power BI: de principiante a experto (2024)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Dk25lwdTKow>
7. **ECOALF.** (s. f.-a). *Upcycling the Oceans.* <https://ecoalf.com/en/pages/upcycling-the-oceans>
8. **ECOALF.** (s. f.-b). *Nuestra historia.* <https://ecoalf.com/en/pages/about>
9. **Fundación ECOALF.** (s. f.). *Hace una década, la Fundación ECOALF nació con un sueño.* <https://ecoalf.com/en/pages/fundacion-ecoalf>



Bibliografía

11. **Plataforma Europea de Partes Interesadas en la Economía Circular.** (10 de octubre de 2019). *ECOALF: El proyecto «Upcycling the Oceans» recoge residuos marinos y los transforma en hilo de calidad.*
<https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/good-practices/ecoalf-upcycling-oceans-project-collects-marine-trash-and-turns-it-quality-yarn>

12. **Comisión Europea. (2023).** *Propuesta de Directiva sobre la justificación y la comunicación de declaraciones medioambientales explícitas (Directiva sobre declaraciones ecológicas).*
https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims_en

13. **Comisión Europea. (2023).** *Objetivos de desarrollo sostenible.*
https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals_en

14. **Comisión Europea. (2024).** *Taxonomía de la UE para las actividades sostenibles.*
https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en

15. **Flourish. (s. f.).** *Convertir las cifras en una historia: consejos de Flourish para la visualización de datos [Vídeo].* YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IlMg3kvPIVc>
16. **Fondazione Carta Etica Packaging. (s. f.).** *La historia de RePack.*
<https://fondazionecartaeticapackaging.org/storie-di-etica/the-story-of-repack/>

Bibliografía

17. **Global Reporting Initiative. (2021).** *Estándares GRI*. <https://www.globalreporting.org/standards/>
18. **IFAC. (14 de noviembre de 2022).** *La sostenibilidad en la información y la verificación* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=NsmMZ_fTdeA
19. **Fundación IFRS. (2023).** *Normas IFRS de divulgación de información sobre sostenibilidad*. <https://www.ifrs.org/sustainability/>
20. **Knafllic, C. N. (2015).** *Contar historias con datos: una guía de visualización de datos para profesionales de los negocios*. Wiley.
21. **KPMG. (2023).** *Cómo orientarse en la Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas*. <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2023/04/navigating-the-eu-green-claims-directive.html>
22. **PwC. (2023).** *CSRD: Lo que las empresas deben saber*. <https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/publications/csr-d-what-companies-need-to-know.html>
23. **Skagerak Energi. (2024).** *Informe de sostenibilidad 2024*. <https://www.skagerakerenergi.no/sustainability>
24. **Socialsuite. (s. f.).** *Cómo realizar una evaluación de doble materialidad | Doble materialidad alineada con la CSRD y el ESRS* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FnpW7ujrMIM>
25. **The Sustainability Story. (4 de octubre de 2023).** *S5E7 – La Directiva de la UE sobre declaraciones ecológicas: cómo combatir el «greenwashing»* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hOdNFtL7BZo>



Has completado... Módulo 6 (parte 2)

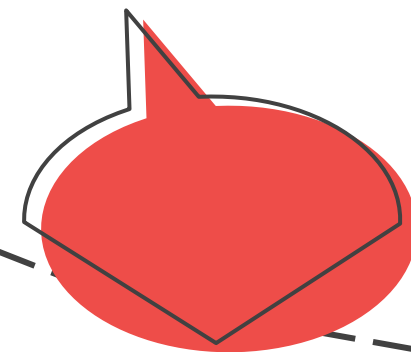
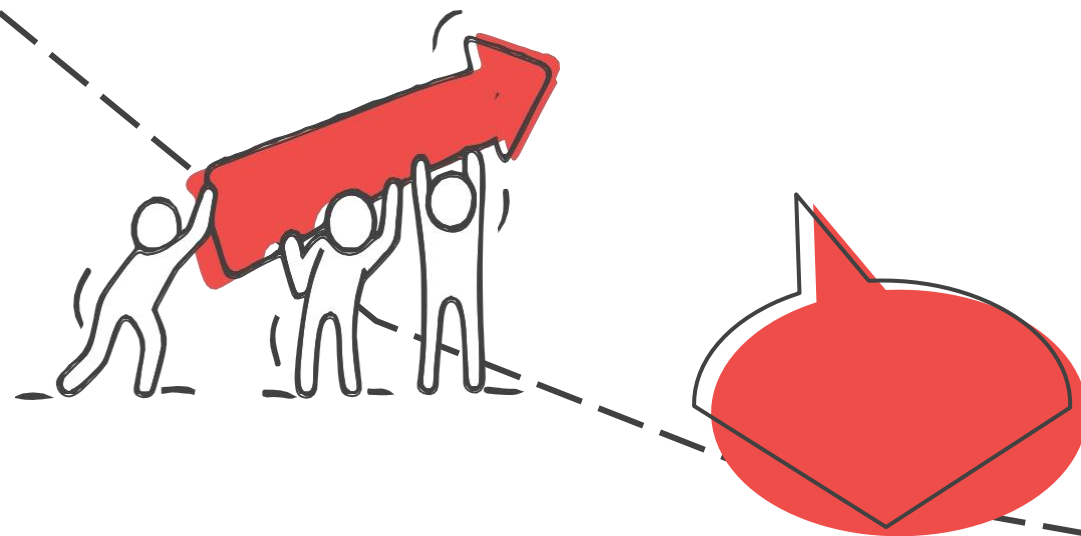
Sección 2: Hacer visible el impacto: datos,
narración de historias y cumplimiento
normativo

[4.0](#)

Módulo 7

Sección 1: Cómo elaborar una narrativa
orientada a un propósito

Sección 2: Comunicarse con audacia y
presentar la propuesta con autenticidad



de vista expresados son exclusivamente de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los del Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Agencia Nacional para la Cooperación Universitaria Erasmus+. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención se hacen responsables de los mismos.