

Debate: ¿puede una empresa hacer el bien y ganar dinero a la vez?

Debate estructurado sobre si una empresa puede perseguir un fin social y la rentabilidad al mismo tiempo, o si siempre acaba sacrificando una de las dos cosas, usando casos reales de empresas sociales y de empresas tradicionales con marketing solidario.

DURACIÓN

50 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

tres grupos (dos posturas + jurado)

UNIDAD 10

La empresa: tipos, formas jurídicas y organización

MATERIALES

- Ficha de preparación de argumentos por equipo
- Tarjetas con tres casos reales para repartir (una empresa social tipo B Corp, una cooperativa, una multinacional con campaña solidaria)
- Móvil o portátil para verificar un dato por equipo
- Pizarra y cronómetro visible

ENCAJE CURRICULAR · **Saberes** La empresa como unidad que crea valor: objetivos, ingresos, costes y beneficio, Funciones y áreas de la empresa, Clases de empresas y tejido empresarial español, Formas jurídicas, responsabilidad y trámites de constitución, Organización, equipos, roles y motivación, Responsabilidad social y economía social · **Comp. específicas** CE5 · **Comp. clave** CCL, CC, CPSAA

Planteamiento

La unidad ha presentado el emprendimiento social y la idea de empresa con propósito. Pero hay una pregunta incómoda que conviene mirar de frente: ¿de verdad se puede ganar dinero y hacer el bien al mismo tiempo, o es un eslogan bonito que se rompe en cuanto las cuentas aprietan? Hay quien dice que sí, que el modelo de empresa social lo demuestra cada día. Y hay quien dice que no, que cuando hay que elegir entre el beneficio y la causa, la causa siempre pierde, y que muchas campañas “solidarias” son puro lavado de cara.

Este debate enfrenta las dos visiones con casos reales. El objetivo no es decidir quién tiene razón, sino que el alumnado entienda dónde están las tensiones reales del emprendimiento social y aprenda a distinguir el propósito auténtico del marketing con causa.

Objetivos didácticos

- Argumentar de forma fundamentada sobre la compatibilidad entre fin social y rentabilidad.
- Diferenciar una empresa con propósito real de una que usa la solidaridad como herramienta de marketing.
- Conocer modelos jurídicos y casos (cooperativas, empresas de inserción, B Corp) que combinan ambos fines.
- Defender una postura asignada con datos, aunque no coincida con la propia opinión.

Pasos

- 1. Reparto de posturas y casos (8 min).** Dos equipos por sorteo: **Equipo “Sí se puede”** y **Equipo “Siempre se sacrifica algo”**. Tres personas hacen de jurado. A cada equipo se le entrega una tarjeta

con un caso real para usar como munición.

2. **Preparación (12 min).** Cada equipo construye tres argumentos con dato y ejemplo. El Equipo “Sí se puede” busca empresas que demuestren ambos fines; el Equipo crítico busca casos de greenwashing o de causas abandonadas cuando bajaron las ventas.
3. **Exposición (10 min · 5 min por equipo).** Turnos sin interrupción.
4. **Réplica cruzada (12 min · 6 min por equipo).** Cada equipo cuestiona un caso del contrario: ¿el impacto social está auditado o es una promesa? ¿el sacrificio era inevitable o una mala decisión de gestión?
5. **Cierre del jurado (8 min).** El jurado no proclama vencedor: redacta una conclusión del tipo «hacer el bien y ganar dinero es compatible cuando... y deja de serlo cuando...». El profesor cierra introduciendo, si no han salido, los conceptos de impacto auditado y de transparencia.

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Solidez de los argumentos	Afirmación + dato verificado + caso real	35 %
Uso del caso asignado	Aprovecha la tarjeta con análisis, no solo la menciona	20 %
Réplica al contrario	Cuestiona casos concretos con criterio	25 %
Distinción propósito vs. marketing	Reconoce cuándo la causa es real y cuándo es fachada	20 %

Variantes y extensiones

- **Conexión con la actividad de greenwashing (Unidad 2):** usar como munición del equipo crítico los anuncios analizados en la actividad de detección de greenwashing.
- **Variante “diseña tu empresa con propósito”:** tras el debate, cada equipo esboza en cinco minutos una empresa que ellos consideren capaz de sostener las dos cosas y explica cómo evitaría caer en el sacrificio de la causa.
- **Extensión:** investigar el modelo cooperativo del entorno (cooperativas agrícolas, de consumo o de trabajo cercanas) y traer un ejemplo real a la siguiente sesión.

Material abierto de profedeeconomia.es · Licencia Creative Commons BY-NC-SA · Currículo LOMLOE