

Caso: una empresa que gana dinero para cambiar algo

Estudio de caso sobre una empresa social real para identificar su misión, distinguirla de una empresa convencional y de una ONG, ver cómo equilibra impacto y viabilidad económica, y conectar su actividad con los ODS, distinguiendo el compromiso real del greenwashing.

DURACIÓN

60 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

grupos pequeños (3-4)

UNIDAD 7

Del proyecto a la empresa: misión, visión y emprendimiento social

MATERIALES

- Dossier con la información de una empresa social real, curado por el profesor a partir de fuentes públicas (web corporativa y memoria de la empresa, casos de la economía social española vía CEPES, prensa económica, B Lab para empresas con sello B Corp)
- Acceso a internet o móviles para consultar la web de la empresa y el listado de los ODS
- Ficha de trabajo con tres columnas: empresa convencional / empresa social / ONG, para situar el caso
- El listado visual de los 17 ODS (rueda de colores oficial de la ONU)
- Pizarra o panel para la puesta en común

ENCAJE CURRICULAR · Saberes B.5 · Comp. específicas CE3, CE4 · Comp. cLave CCL, CPSAA, CC, CD

Planteamiento

La Unidad 7 presenta el emprendimiento social como una forma de emprender en la que el beneficio es el medio y la misión social, el fin. Esta actividad lo convierte en algo tangible analizando una empresa social real. El reto pedagógico es que el alumnado entienda lo que tiene de distinto y lo que tiene de común con dos figuras a las que es fácil confundirla: una empresa convencional (que también vende en el mercado, pero busca el beneficio como fin) y una ONG (que también persigue un fin social, pero suele vivir de donaciones, no de vender).

El profesor presenta una empresa social documentada. Puede usar el caso de La Fageda visto en el libro (yogures que dan trabajo a personas con discapacidad), o sustituirlo por otro más cercano al contexto del aula: una empresa de inserción laboral, una cooperativa de la comarca, una marca con sello B Corp, una empresa de comercio justo o un proyecto local que resuelva un problema social vendiendo un producto o servicio. Lo importante es que sea **real, documentado y económicamente viable**, no una ONG ni una utopía.

Objetivos didácticos

- Identificar con precisión la misión social de una empresa real y distinguirla de su actividad comercial (CE4).
- Situar el caso entre tres figuras —empresa convencional, empresa social y ONG— razonando qué la diferencia de cada una.
- Comprender cómo una empresa social equilibra impacto y viabilidad económica: de qué vive y en qué reinvierte.

- Conectar la actividad de la empresa con uno o varios ODS, justificando la conexión con datos del caso y no con etiquetas (CE3).
- Aplicar una mirada crítica que distinga el compromiso social real del posible greenwashing.

Pasos

- 1. Encuadre (5 min).** El profesor presenta la empresa con tres o cuatro datos clave (qué vende, qué problema social o ambiental ataca, desde cuándo opera, a quién emplea o beneficia) y reparte la ficha de trabajo y la rueda de los ODS.
- 2. Lectura del dossier en grupo (10 min).** Cada grupo lee la información y subraya dos cosas: cuál es la **misión social** de la empresa (su fin) y cómo gana dinero para sostenerse (su medio).
- 3. ¿Empresa, empresa social u ONG? (15 min).** Cada grupo completa la ficha de tres columnas situando el caso: en qué se parece y en qué se diferencia de una empresa convencional del mismo sector y de una ONG que persiguiera el mismo fin social. Deben escribir una frase que defina por qué es una empresa *social*.
- 4. Conexión con los ODS (10 min).** El grupo elige los dos o tres ODS con los que la actividad de la empresa se relaciona más directamente y justifica cada conexión con un dato del caso (no vale «contribuye al ODS 8» a secas: hay que decir cómo).
- 5. Puesta en común y test del greenwashing (15 min).** Cada grupo expone su análisis. El profesor cierra con la pregunta crítica: ¿esta empresa tiene un impacto social real y verificable o lo aparenta para vender más? La clase decide qué datos pediría para estar segura (número de personas beneficiadas, porcentaje de beneficios reinvertidos, certificaciones independientes como B Corp).
- 6. Cierre individual escrito (5 min).** Cada alumno responde por escrito: *Explica con un ejemplo de este caso por qué esta empresa es «social» y no solo una empresa más, y nombra el ODS con el que más se relaciona* (1 párrafo).

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Misión social identificada	Distingue con precisión el fin social (el porqué) de la actividad comercial (el cómo se sostiene)	30 %
Empresa / empresa social / ONG	Sitúa el caso correctamente y razona qué lo diferencia de cada figura	25 %
Conexión con los ODS	Vincula la actividad con ODS concretos justificando con datos del caso	25 %
Mirada crítica (greenwashing)	Plantea qué datos pediría para distinguir impacto real de apariencia	20 %

Variantes y extensiones

- **Variante corta (30 min):** entregar la ficha de tres columnas ya iniciada y centrar el trabajo en la conexión con los ODS y el test del greenwashing.
- **Variante por figuras:** repartir a distintos grupos una empresa convencional, una empresa social y una ONG del mismo ámbito (por ejemplo, alimentación) y comparar en la puesta en común sus fines y sus modelos.
- **Conexión con la Unidad 3:** retomar la distinción entre compromiso real y greenwashing aplicándola ahora a una empresa que dice tener fin social.
- **Conexión con el proyecto de la unidad:** usar el caso como modelo para que los grupos valoren si su propio proyecto (actividad anterior) podría tener una dimensión social.

