



Projecte Empresa Social

Social Business City Barcelona

GUIA PER AL PROFESSORAT

Projecte Empresa Social. Orientacions didàctiques

Primera edició: Barcelona, setembre de 2017

Edició: Social Business City Barcelona

Concepció i elaboració: Actua RSCorporativa, s.l.u.

Disseny: rdc-publicitat i comunicació

Aquesta obra està subjecta a una llicència Creative Commons de Reconeixement-NoComercialSenseObraDerivada (by-nc-nd).

Es permet la reproducció, distribució i comunicació pública de l'obra sempre que se'n reconegui l'autoria. No es permet l'ús comercial de l'obra ni la generació d'obres derivades.

Les publicacions de Social Business City Barcelona estan disponibles per a descàrrega al web www.sbcbarcelona.org

Índex

Introducció	4
Social Business City Barcelona. Qui som?	5
Quin és l'origen?	
Qui és en Muhammad Yunus?	
Què és una empresa social?	
Què fem des de la Social Business City?	
Projecte Empresa Social. Què és?	7
Situació actual	
Objectius	
Què oferim?	
Què volem dir quan parlem de la perspectiva social?	
Què volem dir quan parlem de competències?	
Recursos del projecte	
Projecte Empresa Social. Recomanacions d'implementació	10
El treball del professorat	
Com optimitzar el treball a l'aula?	
Resum de les Unitats Didàctiques Proposades	12
Unitat 1. Investiguem les pràctiques empresarials	
Unitat 2. La mirada de la Salma.	
Unitat 3. L'empresa social, què és?	
Unitat 4. Un model de negoci	
Unitat 5. 1, 2 3 i acció!	
Proposta d'Avaluació	

Introducció

El mòdul transversal d'Empresa i iniciativa emprenedora vol ser un mòdul de suport a l'alumnat de cara a la seves sortides laborals. Així, mitjançant el reforç de les capacitats emprenedores i la visió crítica del món, es vol promoure l'interès empresarial per oferir als nois i noies noves sortides i oportunitats professionals futures. L'emprenedoria, la iniciativa, la motivació i la visió crítica de la realitat han de formar part de les competències a adquirir per tot l'alumnat. Cal però, emmarcar el seu treball dins d'un context empresarial proper als joves per adquirir sentit i caminar així cap a l'aprenentatge significatiu imprescindible en l'actual model pedagògic.

En aquest sentit, des de la Social Business City Barcelona oferim al professorat el **projecte** "Empresa social" per promoure a través de la competència social i ciutadana la iniciativa emprenedora. Aquest projecte, tal i com veurem més endavant, situa com a eixos estratègics de les propostes pedagògiques la creativitat, la responsabilitat social compartida i l'apoderament del jove com a promotor del canvi.

Tot i això i com ja sabem, no existeix aprenentatge sense coneixements. Per aquesta raó, tota la seqüència didàctica es basa en els continguts curriculars del mòdul "Empresa i iniciativa emprenedora", bàsics per poder construir el coneixement. Conceptes empresarials clau com tipus d'empresa, forma jurídica, costos i despeses, etc... i d'altres socials com necessitats socials, beneficiaris i entorn van de la mà per articular conjuntament la proposta didàctica.

Presentem doncs, una iniciativa curricular i competencial on els continguts s'integren dins de la programació del mòdul "Empresa i iniciativa emprenedora". Aquests, tal i com diu la normativa del Departament d'Ensenyament, es treballen en base a la metodologia competencial. A saber: de manera participativa, activa, significativa i proper a ells, on a cada seqüència didàctica l'alumnat posa en joc tots els seus coneixements i aptituds per construir coneixement.

Amb el treball del projecte "**Empresa social**" introduïrem a l'alumnat el concepte d'emprenedoria i del model de negoci. A partir d'aquí, convidem al professorat a que segueixin el treball iniciat amb el pas de la idea al projecte i el treball en profunditat de cadascun dels seus elements.

1 | Social Business City Barcelona. Qui som?

Quin és l'origen?

La Social Business City és una iniciativa d'origen internacional, nascuda de la mà del Professor Muhammad Yunus que té com a objectiu treballar per a la resolució de les necessitats socials de les ciutats mitjançant una eina amb un gran potencial: les empreses socials.



Qui és en Muhammad Yunus?

La història del Yunus comença durant les seves anades i tornades de la Universitat de Bangladesh, on impartia classes d'Economia. Al llarg del seu camí passava per un poble molt humil, on topava amb la fam, la pobresa i l'exclusió. Moltes dones cosien al carrer, havent de fer grans esforços per trobar diners que els permetessin adquirir els materials per elaborar les seves robes. Explicaren a Yunus que havien de demanar diners a prestadors, als que havien de retornar-los a uns interessos molt elevats. Els usuaris s'aprofitaven d'aquesta situació i les dones quedaven lligades al deute continu. Davant aquesta situació injusta, Yunus decidí que els podia deixar els pocs diners que necessitaven aquestes dones (exactament 27 dòlars) i que ja li tornarien quan poguessin. Yunus observà un resultat extraordinari en aquell acte, ja que arran d'un préstec ben petit les dones podien adquirir els recursos

bàsics per aconseguir la matèria prima amb la que poder desenvolupar la seva activitat i activar els seus senzills negocis, fomentant la seva autonomia, apoderament i generant un alt retorn.

D'aquesta experiència en sorgiran els microcrèdits i el Grameen Bank, amb la finalitat de concedir préstecs de petita quantia i sense necessitat d'aval a persones de baixos ingressos, dependents fins aleshores dels usuaris que els ofegaven amb els interessos abusius.

En Muhammad Yunus ha impulsat empreses socials com:

Grameen Danone:

Bangladesh té un dels nivells de malnutrició infantil i maternal més alts del món. Es calcula que el 56% dels infants de menys de 5 anys pateixen malnutrició moderada o severa. Arran d'una aliança entre Grameen i Danone, Yunus ha aconseguit subministrar un iogurt molt barat, ple de vitamines i ferro, amb tots els continguts nutritius diaris pels nens que pateixen desnutrició al país.

Grameen Intel

Juntament amb l'empresa tecnològica Intel, Grameen impulsa una empresa social creada amb l'objectiu de crear aplicacions tecnològiques i digitals per solucionar problemes socials, com és la falta de control pre-natal. La manca d'hospitals o atenció mèdica en zones rurals de Bangladesh ocasiona que un alt percentatge de defuncions de mares o nadons. Shumata és una polsera de control pre-natal que monitoritza l'embaràs de les pacients, identifica els riscos que poden succeir durant l'embaràs i pot posar-se en contacte immediatament amb atenció mèdica.

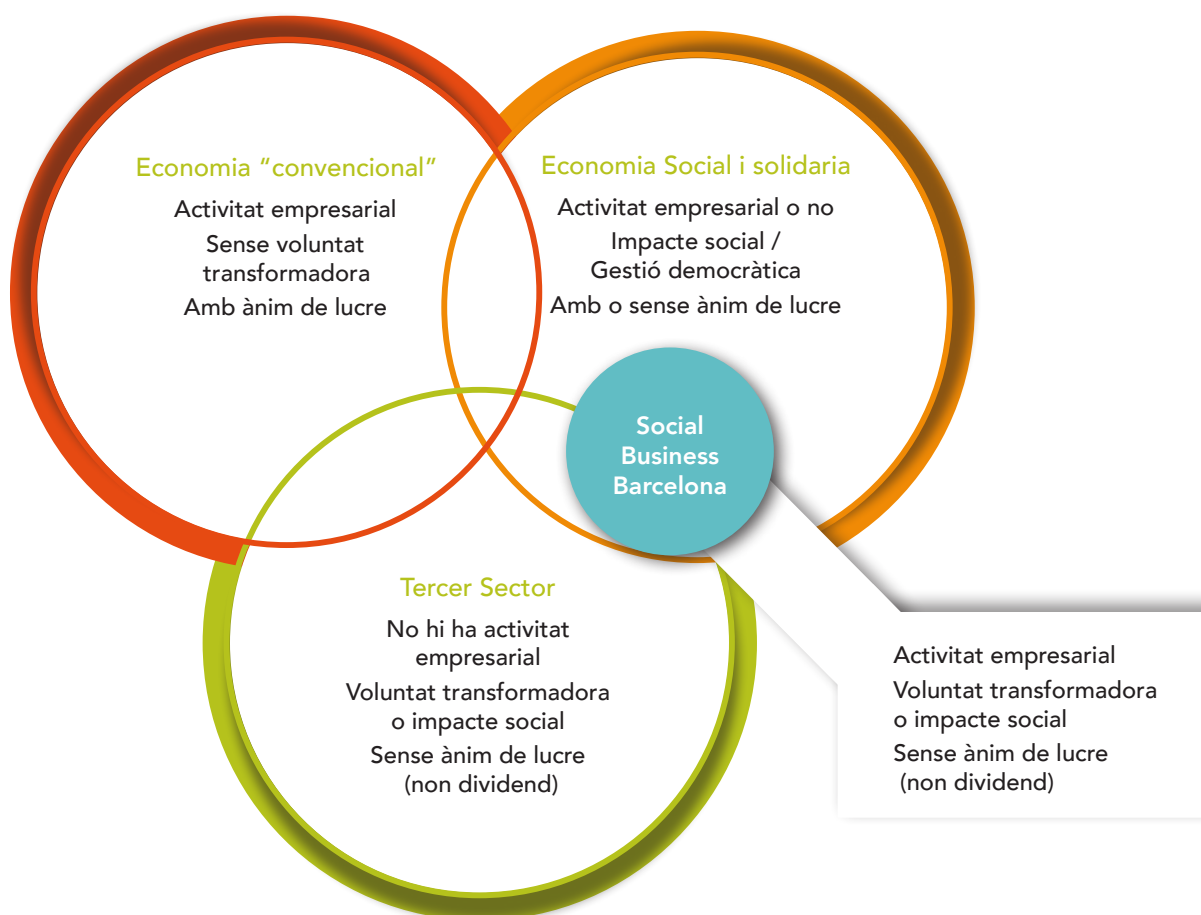
Què és una empresa social?

Una empresa social neix de la voluntat d'un conjunt de persones que identifiquen una necessitat social existent i utilitzen la fórmula empresarial de **venda** d'un producte o un servei per resoldre-la. Una de les claus de les empreses socials és que es conceben com a eines per **transformar** necessitats socials i la seva sostenibilitat econòmica, que permet maximitzar l'impacte social en el temps, és bàsica. Segons teoritza el Prof. Muhammad Yunus, una empresa social no ha de tenir ànim de lucre, sinó que tots els beneficis que obté de la seva activitat els **reinverteix** en el propi projecte empresarial (per generar més impacte social).

Així, dins dels diferents tipus d'economia que podem trobar, el model d'empresa social de la Social Business City es troba emmarcada dins de l'economia social i solidària tot i que amb trets identitaris del tercer sector, tal i com veiem a continuació:

Què fem des de la Social Business City?

Social Business City vol crear un ecosistema de promoció i suport a l'empresa social. Per això, volem identificar els reptes socials de la ciutat i promoure solucions des d'empreses socials sostenibles. Acompanyem i donem suport a emprenedors que volen impulsar projectes i també promovem que es conegui la empresa social mitjançant la formació a joves i les campanyes. Participem d'una xarxa amb totes les universitats de la ciutat per a generar recerca i docència en empresa social. Social Business City Barcelona és una associació constituïda per l'administració pública, empreses socials i fundacions empresarials.



2 | Projecte Empresa Social. Què és?

Situació actual

Els actuals marcs i directrius educatius, conscients de la situació actual del món laboral on prevalen competències com la iniciativa i la capacitat d'adaptació, alerten de la necessitat d'impulsar accions de promoció de l'emprenedoria entre la població en general però molt especialment entre l'alumnat.

Així, des de les principals directrius curriculars europees es recull la importància cabdal de treballar l'emprenedoria i la innovació. Aquestes característiques prenen especial rellevància en el cas de la Formació Professional, on el currículum aplicat que el caracteritza és una peça clau que afavoreix i encaixa perfectament en l'ideari de projecte, com a una continuació natural al treball habitual realitzat a l'aula. Fer un pas endavant en aquest currículum a través de la promoció de la iniciativa emprenedora no només afavorirà la consolidació dels conceptes empresarials treballats a l'aula, sinó que també serà un tret distintiu que pot posar al nostra alumnat en una situació d'avantatge respecte al seu futur.

Objectius

Com dèiem, el treball de l'emprenedoria ha esdevingut cabdal per a l'alumnat actual i no podem defugir de la nostra responsabilitat d'apoderar-los en competències clau relacionades com la iniciativa i la innovació. En aquest sentit, des del projecte enriqueim aquest treball amb la contextualització de l'empresa social com a eina fonamental per aconseguir el canvi i la millora en la societat. Fem un pas més enllà del currículum establert i demanem a l'alumnat un anàlisi del seu entorn i un compromís social actual i futur.

Per aquesta raó, hem articulat el projecte partint de l'objectiu següent:

- Promoure l'emprenedoria d'empreses socials.

I treballant, per tant, per arribar als següents sub-objectius:

- Difondre i informar sobre què són les empreses socials
- Promoure la competència social i ciutadana entre l'alumnat
- Apoderar a l'alumnat sobre el seu potencial emprenedor

Què oferim?

La necessitat de formar i apoderar a l'alumnat en la iniciativa emprenedora ha d'anar més enllà de treballar els conceptes empresarials des d'un punt de vista teòric formal. En aquest sentit i seguint aquesta línia, el tret distintiu d'aquest projecte és el seu caràcter pràctic i social. És a dir, es proposa el treball de les diferents fases de creació i planificació del model de negoci des d'una perspectiva social i eminentment pràctica, en el qual el treball competencial pren especial rellevància.

Què volem dir quan parlem de la perspectiva social?

Parlem de la perspectiva social com la forma de mirar que condicionarà el nostre anàlisi i les nostres accions. Suposa analitzar la realitat amb ulls crítics i amb la mirada fixada en els drets humans: com hauria de ser i com és la realitat? Inclou un procés de conscienciació social i personal sobre el nostre paper en la societat on la importància d'un petit gest, pot implicar un gran canvi. I per últim, inclou l'apoderament de l'alumnat com a agents actius del **canvi social**.



Què volem dir quan parlem de competències?

Parlar de competències suposa parlar d'aprenentatges significatius, propers als joves i útils per al dia de demà. Suposa parlar de construir un coneixement on l'alumnat sigui conscient de la seva utilitat i el valor com a tal. Implica treballar de manera competencial, situant a l'alumnat com a centre de l'aprenentatge, protagonista de la seqüència didàctica, on el professorat és el guia i referent durant aquest procés. I per últim, comprèn l'ús de metodologies actives i participatives on l'alumnat pugui experimentar, pensar i equivocar-se...i utilitzar aquest error com a **font de coneixement**.



Recursos del projecte

Posem a disposició del professorat dos recursos didàctics:

- **Guia per al professorat:** on trobareu recollits:
 - Introducció teòrica del projecte, amb els objectius, metodologia, estructura i recomanacions de treball. Trobareu les línies estratègiques del projecte conjuntament amb el resum del que treballarem a l'aula.
- **Unitats didàctiques:** 5 propostes didàctiques de treball a l'aula totalment curriculars i competencials, per aprofundir en els conceptes empresarials bàsics per idear un model de negoci. L'estructura de cada unitat és la següent:
 - **Resultats d'avaluació:** recullen les competències implicades.
 - **Criteris d'avaluació:** representen els indicadors d'avaluació de les competències.
 - **Continguts curriculars:** fa referència als continguts que es treballen a la unitat i que formen part del mòdul formatiu.
 - **Proposta pedagògica:** resum de la seqüència didàctica proposada
 - **Preguntes clau de la unitat:** preguntes a les que, un cop finalitzada la unitat, l'alumnat podrà respondre.
 - **Activitat d'aprenentatge:** desplegament de la proposta d'activitat on es s'introduiran els conceptes teòrics del mòdul.
 - **Material de suport per al professorat (si s'hi escau):** contingut per complementar la informació de la unitat.
 - **Llibre pràctic de l'alumnat (versió professorat):** recull les fitxes i models de treball per a l'alumnat ja emplenades i amb propostes de dinamització.
 - **Proposta d'avaluació competencial:** graella d'observació per a que alumnat i professorat puguin valorar l'aprenentatge.
 - **Llibre pràctic per a l'alumnat:** recull de les fitxes i models de treball per a l'alumnat, corresponents a cada unitat didàctica.
- Com a resultat final del treball de les unitats didàctiques, l'alumnat obtindrà un producte final en forma de Canvas: un model de negoci de la seva proposta d'empresa social.

3

Projecte Empresa Social. Recomanacions d'implementació

El treball del professorat

Com hem comentat anteriorment, la proposta pedagògica del projecte s'emmarca dins del treball del mòdul professional transversal "Empresa i iniciativa emprenedora". Això facilita el seu treball dins d'hores lectives i seguir l'estructura curricular que el docent consideri adient.

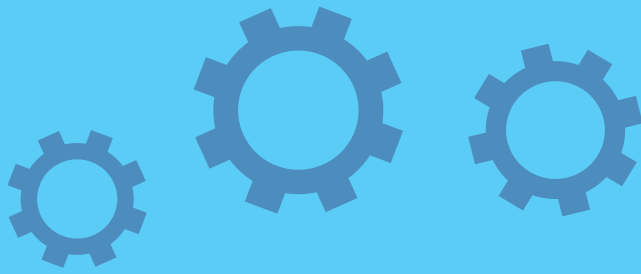
Tot i això, sí que considerem important treballar...

- **Amb mirada de projecte:** donant coherència i continuïtat al treball entre les unitats.
- **Amb la perspectiva del producte final:** tenint en compte que el treball va adreçat a construir una proposta d'empresa social amb el treball del Canvas.
- **De manera competencial:** cedint el protagonisme a l'alumnat i permetent que aprenguin dels seus errors.
- **Referenciant exemples** propers a l'alumnat per tal de dotar significativitat als continguts.
- **Apoderant a l'alumnat** en el seu paper clau en la societat: transmetent-li la confiança i la seguretat de que ells, poden ajudar a canviar el món.

Com optimitzar el treball a l'aula?

Per poder aprofitar el potencial d'aprenentatge de les unitats i sobretot de l'alumnat, recomanem implementar el projecte....

- **Facilitant la Proposta d'avaluació competencial** (graella d'observació) al principi del projecte. D'aquesta manera...
 - Sabran què treballaran
 - Sabran quins seran els indicadors que es valoraran
 - Podran comparar què sabien a l'inici del projecte amb el què han après un cop finalitzat.
- **Refrescant a cada unitat el treball previ** que s'ha fet i enllaçar-ho amb el que es farà a continuació: què hem fet fins ara? Què hem après? Què farem a continuació?
- En aquest pas, serà útil utilitzar les preguntes clau de cada unitat com a eina de continuïtat entre unitat i unitat.
- Tancant cada unitat amb el **recull d'allò treballat i demanant unes conclusions**, reflexions o tancament.
- Per últim i un cop finalitzat el projecte, **compartint el Canvas** resultant de la proposta d'empresa social de cada grup amb la resta de companys.



4

Resum de les unitats didàctiques proposades

Unitat 1. Investiguem les pràctiques empresarials. (3 sessions)

Continguts:

1.7 Objectius personals versus objectius empresarials. Missió, visió i valors d'empresa.

1.9 Les bones pràctiques empresarials

Conceptes treballats:

Benefici social - benefici econòmic – el poder del consumidor – ètica empresarial

Metodologia de treball:

Primera part: recerca i posada en comú. Casos de males pràctiques empresarials.

Segona part: reflexió sobre el paper del consumidor. Com podem influir en les pràctiques empresarials?

Llibre pràctic de l'alumnat:

Anàlisi de bones pràctiques empresarials. Objectiu social.

Unitat 2. La mirada de la Salma. (4 sessions)

Continguts:

2.3 Components del macroentorn: factors politicolegals, econòmics, socioculturals, demogràfics i/o ambientals i tecnològics.

2.4 Anàlisi del macroentorn d'una empresa.

2.5 Components del microentorn: els clients, els proveïdors, els competidors, els productes o serveis substitutius i la societat

2.6 Anàlisi del microentorn d'una microempresa

Conceptes treballats:

Microentorn – macroentorn – desigualtats socials – deslocalitzacions – ètica empresarial – impacte social – consum responsable

Metodologia de treball:

Primera part: cas pràctic i preguntes de reflexió.

Segona part: consum responsable. La importància del binomi entorn - empresa i el seu impacte mutu.

Llibre pràctic de l'alumnat:

Anàlisi de bones pràctiques empresarials. Avancem cap al Canvas: definim el Macroentorn i el microentorn

Unitat 3. L'empresa social, què és? (5 sessions)

Continguts:

2.7 Característiques de les empreses cooperatives i les societats laborals.

Conceptes treballats:

Forma jurídica – tipus d'economia – variables – economia social i solidària – empreses socials – Muhammad Yunus – necessitat social – beneficiaris – clients.

Metodologia de treball:

Primera part: variables que defineixen els diferents tipus d'economies. Què és una empresa social?

Segona part: qui és en Muhammad Yunus? Quines necessitats socials podem trobar?

Llibre pràctic de l'alumnat:

Anàlisi de bones pràctiques empresarials. Avancem cap al Canvas: detectem les necessitats socials, beneficiaris, proposta de valor, activitat clau.

Unitat 4. Un model de negoci. (3 sessions)

Continguts:

2.8 Pla d'empresa: elecció de la forma jurídica, estudi de viabilitat econòmica i financera, tràmits administratius i gestió d'ajuts i subvencions d'una microempresa.

Conceptes treballats:

Element del model de negoci – Canvas – Necessitat social – proposta de valor – canals de distribució – segment de clients – activitats clau – recursos clau – aliances clau – estructura de costos – fonts d'ingressos – beneficiaris – clients.

Metodologia de treball:

Primera part: Canvas, un model de negoci.

Segona part: explicació dels diferents elements del Canvas.

Llibre pràctic de l'alumnat:

Anàlisi de bones pràctiques empresarials. Avancem cap al Canvas: emplenem el Canvas de les empreses socials treballades.

Unitat 5. 1, 2 3 i acció! 6 sessions.

Continguts:

2.14 Detecció de noves oportunitats de negoci. Generació i selecció d'idees. Tècniques per generar idees de negoci.

Conceptes treballats:

Creativitat – tècniques intuïtives – tècniques racionals – innovació – necessitats socials – beneficiaris – entorns – sectors – proposta d'empresa social.

Metodologia de treball:

Primera part: tècniques creatives.

Segona part: detecció de necessitats socials. Exemple de la detecció d'una necessitat social. Practiquem!

Llibre pràctic de l'alumnat:

Anàlisi de bones pràctiques empresarials. Aprofundim en l'ús del Canvas: emplenem el Canvas de la nostra proposta d'empresa social.

