

¡Ayudemos al planeta con nuestra empresa!

Audiovisual

<https://www.youtube.com/watch?v=SbjR5wwSSuw>

Web

[Tras la marca](#)

Variables que se pueden trabajar

Empatía, actitudes positivas hacia la salud, toma de decisiones responsable y habilidades de interacción.

Área curricular

Iniciativa emprendedora.

Contexto escolar

Acción social.

Sinopsis

La responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE o RSC) son esos compromisos legales o éticos que asumes por el impacto que causa tu empresa en el mundo que la rodea. Con esta actividad se propone profundizar en este concepto y establecer un paralelismo con el valor de la responsabilidad en las personas, que es el que nos permite confiar en los demás.

Referente teórico

En la misión y visión de muchas empresas se menciona la RSC como uno de los principios básicos de sus actuaciones. Es algo que va más allá de la actividad comercial y que tiene que ver con el impacto y alcance de esta en los entornos y el medio ambiente en general.

Razón de ser

Reflexionemos sobre el término RSC. ¿Es igual para todas las empresas o varía según su actividad? ¿Cómo puede una compañía convertirse en agente responsable en términos sociales y ambientales? ¿En qué medida podemos colaborar con este objetivo? ¿Qué podemos aportar para conseguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible? Trabajaremos estos puntos con nuestro alumnado para llegar a conclusiones sobre temas de trascendencia social.

Desarrollo

1º Fase

Antes de ver el audiovisual, se proponen las siguientes preguntas:

- ▶ *¿Pensáis que vuestras acciones tienen un impacto en los demás? ¿Qué ejemplos se os ocurren? ¿Qué significa para vosotros ser responsables en vuestra manera de actuar?*
- ▶ *¿Y una empresa, cómo impacta una empresa en el entorno donde trabaja? ¿Cómo puede una empresa ser responsable?*
- ▶ *¿Habéis oído hablar alguna vez de la RSC?*

2ª Fase

Después de ver el vídeo:

- ▶ ¿Por qué se habla en el vídeo de la coherencia entre identidad e imagen? ¿Cómo se aplica a las empresas? ¿Y en las personas, podríamos aplicar el mismo principio?
- ▶ ¿Qué se dice sobre la RSC y el cumplimiento de la ley en el vídeo? ¿Estáis de acuerdo? ¿Cómo se aplica en las personas, pensáis que ser responsables es ir más allá del cumplimiento de las leyes? ¿Por qué?
- ▶ ¿Por qué se dice que es una falacia pensar que las empresas están únicamente creadas para ganar dinero? ¿Y las personas, estamos hechas únicamente para pensar en nuestros objetivos individuales? ¿Por qué?
- ▶ ¿Qué significa, como se dice en el vídeo, que la batalla de la confianza se está consolidando con todo lo que tiene que ver con la RSC? ¿Por qué confiamos en las empresas (y en las personas) que son responsables? ¿Qué tienen en común las personas en quienes confías?

Gracias a las tecnologías, existen diversas herramientas que facilitan información del nivel de compromiso social y ambiental de los productos y las marcas que consumimos en el mercado. Informan a los consumidores sobre los procesos y las prácticas que hay detrás de cada producto y, de esta forma, intentan aliviar problemas estructurales como la injusticia, la pobreza y la desigualdad. Si consumimos responsablemente, ejerceremos presión a las marcas para que se comporten de forma más responsable y sostenible.

Una de estas herramientas es *Tras la Marca*. Tiene como aspecto positivo que no es necesario dejar de comprar tus productos favoritos ni consumir gran cantidad de tiempo en entender cómo funcionan las marcas que los producen.

Se explica al alumnado el funcionamiento de esta herramienta:

- ▶ Al entrar en *Tras la Marca* se puede seleccionar una marca específica y ver su puntuación, que va desde el insuficiente al bien.
- ▶ Las marcas seleccionadas son evaluadas en distintos ámbitos de comportamiento: el tratamiento de las tierras y la relación con los agricultores, la transparencia en sus acciones, el trato a sus trabajadores y trabajadoras, sus nexos con las comunidades sociales y su respeto al medioambiente.
- ▶ Las puntuaciones se actualizan cada trimestre para ver la evolución de comportamiento. Desde la propia página web se pueden compartir las puntuaciones en las redes sociales.

Se divide la clase en grupos y se propone consultar esta página web e investigar una de las marcas. Se ponen en común las investigaciones y lo que les ha llamado más la atención.



DESARROLLO DE LA RSC DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

<p><i>¿Qué desarrollo social puede generar en el entorno su proyecto?</i></p>	
<p><i>¿En qué consisten sus buenas prácticas laborales? (con trabajadores, clientes, proveedores locales...)</i></p>	
<p><i>¿Cuál es el impacto ambiental de su actividad?</i></p>	
<p><i>¿Se participa en alguna acción benéfica?</i></p>	
<p><i>¿Qué valor generan no sólo para su empresa sino también para las comunidades cercanas y la sociedad en general?</i></p>	
<p><i>¿Tienen en cuenta el cumplimiento de las legislaciones vigentes en su país?</i></p>	
<p><i>¿Te ha servido conocer cómo se mide el compromiso social de otras empresas?</i></p>	
<p><i>¿Cómo puede fomentar su proyecto empresarial el respeto a los Derechos humanos?</i></p>	
<p><i>¿Cuáles son los beneficios de incluir y desarrollar su estrategia de RSC en su proyecto empresarial?</i></p>	

3ª Fase

Como se dice al final del vídeo, *tienes que ser bueno y parecerlo*, es decir, es importante saber contar lo que hace tu empresa. En los mismos grupos que la actividad anterior, deberán preparar un *Elevator pitch* defendiendo la empresa sobre la que han investigado en la pregunta anterior e incorporando propuestas de mejora, para las que necesitan inversión.

Un *Elevator pitch* es un discurso de presentación de un proyecto, ante potenciales clientes o accionistas que buscan proyectos y emprendedores con ideas claras, concisas y sintéticas para invertir o no. Los inversores son personas con poco tiempo; debes condensar los puntos clave de tu idea de manera que capte su atención, convencer de que es viable y dejar claro el valor de la propuesta. El objetivo es poder obtener una entrevista o reunión posterior para desarrollar tu proyecto. El nombre de *Elevator pitch* se debe a su similitud con el viaje en un ascensor que no dura más de unos minutos. Entonces, imagina que entras en un ascensor y allí, cuando menos lo esperas, te topas con ese posible inversor. Sigue estos seis pasos que te permitirán desglosar tu idea de negocio, para condensar lo relevante en tu discurso:

1. Sorpresa

Los inversores están acostumbrados a muchas reuniones y comunicaciones, sorpréndeles con tu mensaje.

2. Presentar el problema

Muestra que existe una carencia en el mercado y razona por qué es necesario resolverla.

3. Solución única

Nuestra idea es la única solución a esos problemas o carencias y tenemos que presentarla como algo innovador.

4. El equipo detrás

Ejemplifica lo que tú y tu equipo sois capaces de hacer de forma rápida y eficiente.

5. Atracción

Muestra lo atractivo de tu proyecto para el mercado y cómo os va a servir para poder enganchar al máximo número de personas posibles.

6. Cierre

Finaliza con alguna frase ingeniosa y que el inversor sea capaz de memorizar.

Deberán elaborar su comunicación de 1-3 minutos.

Cada grupo debe exponer su *Elevator pitch* al resto de la clase que lo valorará, compartiendo su evaluación. El grupo ayudará a decidir quién ha creado la comunicación más convincente a través de una votación popular, coronando al ganador.

Mediante la crítica constructiva se ayudará a mejorar la comunicación y a fomentar a los grupos a desafiarse entre sí para mejorar la narración.

Actividades relacionadas

Mereces saber la verdad

Actitudes positivas hacia la salud · 12-14 años

Piensa y actúa: El cambio está en tus manos

Toma de decisiones · 14-16 años

La tierra se cura

Actitudes positivas hacia la salud y el medio ambiente · 14-16 años

Propuesta del recurso de literatura:

Consumidores comprometidos (Educación secundaria)

Hablar al cuadrado

Técnicas teatrales para conseguir un buen discurso (Educación primaria)