



# LEARNING CIRCLE

IO1: Programa de formación en servicio  
Módulo 1: Emprendimiento y emprendimiento  
social– PPT3



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Módulo 1: Contenidos



1

Emprendimiento y emprendimiento social



2

Identificar el problema en tu comunidad



3

**Definir la visión y la misión de una empresa social**





# OBJETIVOS

## ENTENDER

Los valores, la  
visión y la misión  
de una empresa  
social

## TRABAJAR

Trabajar en un  
caso real

## PREGUNTARTE A TI MISMO

Pregúntate qué  
competencias para  
emprender tienes





## Estudio de caso: Patagonia

Patagonia, Inc. es un minorista estadounidense de ropa para actividades al aire libre, fundado por Yvon Chouinard en 1973 y con sede en Ventura, California.

Tras una larga historia de sostenibilidad que comenzó en 1973, en enero de 2012 Patagonia se convirtió en la primera empresa de California en convertirse en una corporación benéfica, un marco legal que permite a las empresas impulsadas por su misión, como Patagonia, mantenerse así a medida que crecen y cambian. También son una Corporación B certificada. Para obtener la certificación B Corp, una empresa debe tener una misión social o medioambiental explícita y una responsabilidad fiduciaria jurídicamente vinculante para tener en cuenta los intereses de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente, así como los de sus accionistas. Para mantener la certificación B Corp, deben actualizar y verificar sus calificaciones cada tres años.



# VALORES FUNDAMENTALES



<https://www.patagonia.com/core-values/>

Nuestros valores reflejan los de un negocio iniciado por un grupo de escaladores y surfistas, y el estilo minimalista que promovieron en sus vidas y en sus deportes.



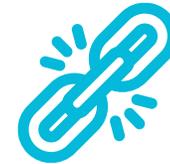
## Construir el mejor producto

Nuestros criterios para elegir el mejor producto se basan en la funcionalidad, la posibilidad de reparación y, sobre todo, la durabilidad. Una de las formas más directas de limitar el impacto ecológico es con productos que duren generaciones o puedan reciclarse para que los materiales que contienen sigan utilizándose. Fabricar el mejor producto es importante para salvar el planeta.



## No causar daño innecesario

Sabemos que nuestra actividad empresarial -desde la iluminación de las tiendas hasta el tintado de camisetas- es parte del problema. Trabajamos sin descanso para cambiar nuestras prácticas empresariales y compartir lo que hemos aprendido. Pero reconocemos que esto no es suficiente. Buscamos no sólo hacer menos daño, sino más bien.



## Utilizar la empresa para proteger la naturaleza

Los retos a los que nos enfrentamos como sociedad requieren liderazgo. Una vez que identificamos un problema, actuamos. Aceptamos el riesgo y actuamos para proteger y restaurar la estabilidad, la integridad y la belleza de la red de la vida.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Campeón de la Tierra 2019 - Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=dyoIB19vSE4> (2'55")

Desde 1973, Patagonia ha situado la sostenibilidad en el centro de su negocio. Muchos de sus productos se fabrican con botellas de plástico recicladas, cáñamo o algodón orgánico, mientras que los empleados obtienen créditos de ropa por compartir el coche para ir al trabajo.

El año pasado, la empresa dijo que donaría 10 millones de dólares a grupos de base que luchan contra el cambio climático.

También está trabajando con un centenar de pequeños agricultores que cultivan algodón con prácticas regenerativas en la India, y el plan se ampliará a 450 agricultores el año que viene. Los agricultores controlan las plagas con trampas y recogen el algodón a mano.

El fundador Yvon Chouinard dice: "Patagonia está en el negocio para salvar nuestro planeta".





# Cómo construir una empresa orientada a la misión como Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=VPt0InbY6RA> (2'44")

Vincent Stanley ha estado de forma intermitente en la Patagonia desde su creación. Ahora, con su título único de Director de Filosofía, nos revela cómo construir una empresa con un propósito.

Fast Company es la marca líder mundial de medios de comunicación empresariales progresistas, con un enfoque editorial único en la innovación en tecnología, liderazgo y diseño.





# La historia de la Patagonia: Dar vida a las tendencias

<https://www.youtube.com/watch?v=g9aQn5yUTFs> (3'17")

Experimenta cómo las empresas líderes están adoptando las Tendencias de primera mano. Los vídeos de las empresas dan vida a las Tendencias con ejemplos, reacciones y opiniones de algunas de las marcas más importantes del mundo, mientras sus líderes opinan sobre las implicaciones para sus organizaciones.





# Los valores y programas de Patagonia

<https://www.patagonia.com/business-unusual/>

"En Patagonia, somos conscientes de que toda la vida en la Tierra está en peligro de extinción. Estamos utilizando los recursos que tenemos -nuestro negocio, nuestras inversiones, nuestra voz y nuestra imaginación- para hacer algo al respecto"

**¿Cómo de limpia es tu ropa?** El coste oculto de la ropa que compramos.

<https://www.patagonia.com/hidden-cost-of-clothes/>

"Todo lo que hacemos tiene un impacto en el planeta": **Cómo estamos haciendo el cambio**

- Materiales y programas medioambientales
- Programas de responsabilidad social
- Dónde hacemos negocios

<https://www.patagonia.com/our-footprint/>





# Trabajos de acción de Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=g9aQn5yUTFs> (2'28")

Durante casi 40 años, Patagonia ha apoyado a los activistas de base que trabajan para encontrar soluciones a la crisis medioambiental. Pero en esta época de amenazas sin precedentes, a menudo es difícil saber cuál es la mejor manera de participar. Por eso conectamos a las personas con nuestros beneficiarios para que actúen en los problemas más acuciantes del mundo actual. Hemos creado Patagonia Action Works para poner en contacto a personas comprometidas con organizaciones que trabajan en temas medioambientales en la misma comunidad. Ahora es posible que cualquier persona descubra y se conecte con grupos de acción medioambiental y se involucre en el trabajo que realizan.





# Preguntas para el debate

- ¿Cómo pueden influir nuestros hábitos de consumo en la producción de residuos?  
Pon algunos ejemplos
- ¿Cómo puede una empresa social comunicarse con sus clientes para que entiendan el impacto que están produciendo?
- ¿Crees que el propietario de una empresa puede ser también un activista medioambiental?





# LEARNING CIRCLE



cantabria  
perma  
cultura



UNIVERSITY  
OF LATVIA



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

"El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente la opinión de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella." Número de proyecto: 2020-1-UK01-KA226-VET-094435