

Value &
Future

GUIA DEL PROFESSOR



Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships
Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

GUIA DEL PROFESSOR AUTORS - COL·LABORADORS:



UNIVERSITAT DE FRIESLAND

Països Baixos



KAUNES EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES

Lituània



ESCOLA PIA Santa Anna-MATARO

Espanya



UNIVERSITAT DE NICÒSIA

Xipre



FH MUNSTER

Alemanya



IDEC

Grècia



Aquesta publicació ha estat elaborada en el marc del projecte VALUE&FUTURE.

Erasmus+ KA202 Associacions estratègiques.

Codi del projecte: 2020-1-NL01-KA202-064636

Aquest document es pot copiar, reproduir o modificar totalment o parcialment. Cal una referència clara als autors del document i al projecte VALUE&FUTURE.

Aquest projecte ha estat finançat amb ajuts de la Comissió Europea.

Aquesta publicació (comunicació) és responsabilitat exclusiva del seu autor. La Comissió no es fa responsable de l'ús que es pugui fer de la informació aquí difosa.

Erasmus+ Acció clau 202 Associacions estratègiques

Codi del projecte 2020-1-NL01-KA202-064636

Aquest projecte ha estat finançat amb el suport de la Comissió Europea. Aquesta publicació (comunicació) reflecteix únicament l'opinió del seu autor, i no es pot considerar que la Comissió responsable de l'ús que es pugui fer de la informació que conté.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

CONTINGUT

INTRODUCCIÓ4

PLA D'APRENTATGE DE L'ESPERIT EMPRESARIAL ÈTIC5

CAPÍTOL No.1. "FONAMENTS TEÒRICS DE L'ENSENYAMENT ÈTIC EMPRESARIAL"¡Error! Marcador no definido.

Mòdul 1 - ÈTICA8

Mòdul 2 - ÈTICA CORPORATIVA (EMPRESARIAL)12

Mòdul 3 - CODI DE CONDUCTA (ÈTICA)19

Mòdul 4 - LIDERATGE ÈTIC22

Mòdul 5 - EMPRENEDORIA ÈTICA29

CAPÍTOL No.2. EL MÈTODE: APRENTATGE BASAT EN PROBLEMES33

CAPÍTOL No.3. ACTIVITAT:“QUICK SCAN”39

CAPÍTOL No.4. ACTIVITAT: "ET-TALKS"42

CAPÍTOL No.5. ACTIVITAT: "FUTURE DAYS"44

CAPÍTOL No.6. DEFINICIÓ DELS RESULTATS DE L'APRENTATGE I DE L'AVALUACIÓ48

CAPÍTOL No.7. EXEMPLES, BONES PRÀCTIQUES I OPINIONS DELS ALUMNES52

ANNEXOS59

ANNEX núm. 1 – Model de plantilla de casos pràctics59

ANNEX núm. 2 - 30 Casos pràctics60

Casos pràctics de sostenibilitat, ecologia60

Casos pràctics de Gestió responsable i justa72

Casos pràctics d'Educació i canvi de mentalitat87

ANNEX núm. 3 - Empreses/organitzacions participants100

ANNEX núm. 4 - Referències106



INTRODUCCIÓ

Sobre el projecte VALUE & FUTURE

L'esperit empresarial sostenible i preparat per al futur es basa en l'ètica i els valors. Aquest és el lema del projecte Value & Future, que connecta 6 socis Europeus amb un objectiu comú: capacitar els joves per a l'emprenedoria ètica i el lideratge, inspirant-se en models de comportament.

El projecte Value & Future es proposa desenvolupar les habilitats i la mentalitat dels joves, basant-se en els valors i l'empatia en comptes del benefici empresarial o dels protocols professionals. El projecte anima els estudiants d'FP a cercar activament el propòsit del seu propi futur empresarial i a reconèixer les opcions ètiques que les empreses mostren al seu voltant. Mitjançant un conjunt d'activitats i classes recolzades per professors i empresaris, els estudiants d'FP entaulen un diàleg sobre els dilemes morals de les empreses en relació amb les persones i el planeta. Aprenen a formular preguntes crítiques i cerquen models positius. Gràcies a les activitats del projecte, els estudiants entaulen converses amb les empreses per definir els valors, l'ètica i l'autenticitat, així com la diferència que poden marcar les empreses dins la nostra societat. En aquestes converses, els estudiants es plantegen contínuament les següents preguntes: què m'importa a mi com a futur empresari? Què els importa als empresaris que conec? Què importa a la meva futura empresa? Què els importa a les empreses del meu entorn?

El projecte connecta la necessitat d'una educació empresarial potent que canviï la mentalitat dels joves i dels professors sobre les decisions ètiques i morals, la trajectòria professional i el seu lloc a la societat. Cada cop es presta més atenció a l'ètica empresarial al món i a l'educació ètica de l'esperit empresarial. Els socis del projecte desenvolupen un nou mètode educatiu que combina l'aprenentatge empresarial, sostenible i basat en valors. Aquest mètode educatiu consisteix en una sèrie de classes a l'aula i activitats amb empresaris en un entorn inspirador per compartir experiències i punts de vista. El procés d'aprenentatge repta els joves a visitar empreses de la seva regió, a dialogar amb empresaris i a buscar-hi dilemes morals i respostes. El procés d'aprenentatge es recolza en models de conducta que busquen, troben i anomenen: empresaris amb una visió sobre la mentalitat empresarial ètica que desafien els joves a desenvolupar la seva pròpia visió sobre l'ètica i els valors.

El projecte Value & Future pretén connectar prioritats i necessitats i desenvolupar un projecte innovador en l'àmbit de l'educació empresarial dels centres d'FP. El projecte promou l'adopció d'un pensament empresarial més just i ètic com a forma d'assolir els objectius de desenvolupament sostenible mundials i europeus. Els joves troben el camí cap a la independència econòmica i financera, connectats a un entorn just, ètic i basat en valors. Aquesta ambició s'assoleix mitjançant el desenvolupament d'una formació sobre emprenedoria ètica, una Guia per a formadors, i les activitats amb emprenedors: "Quick Scan", "ET-Talks" i "Future Days" posar en contacte emprenedors, estudiants i professors, i una plataforma web d'inspiració per a la narració d'històries i l'intercanvi.

L'esperit empresarial ètic és una conducta ètica basada en sistemes de valors, responsabilitat corporativa i integritat per a la protecció de les persones i el medi ambient alhora que es proporciona valor econòmic.



Recomanació d'estudiants i empresaris.

Una part de la **Guia** recull l'opinió d'alumnes participants en accions pilot, per tal d'oferir la seva perspectiva i directrius als seus professors. Amb aquestes visions i directrius recollides dels alumnes es pretén oferir una dimensió intercultural.

Erasmus+ Acció clau 202 Associacions estratègiques
Codi del projecte 2020-1-NL01-KA202-064636

Aquest projecte ha estat finançat amb el suport de la Comissió Europea. Aquesta publicació (comunicació) reflecteix únicament l'opinió del seu autor, i no es pot considerar que la Comissió responsable de l'ús que es pugui fer de la informació que conté.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Per a qui i com cal utilitzar aquest document.

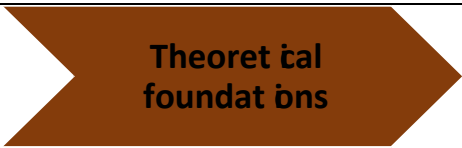

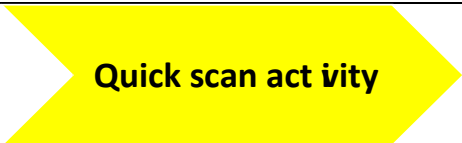
Aquesta **Guia** està adreçada als professors d'FP sobre com aplicar l'aprenentatge empresarial ètic en col·laboració amb les empreses als plans d'estudi oficials i dotar-los de la base teòrica adequada, així com de mètodes pràctics sobre com aplicar l'ensenyament empresarial ètic.



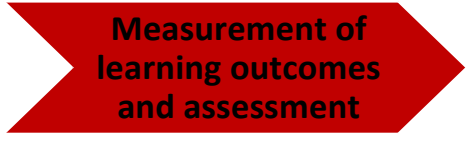
La **Guia** inclou la base teòrica de les competències empresarials ètiques i els exemples pràctics d'ètica empresarial.

PLA D'APRENTATGE DE L'ESPERIT ÈTIC EMPRESARIAL



EXPLICACIÓ DEL PLA D'APRENTATGE DE L'ESPERIT ÈTIC EMPRESARIAL.

ELEMENTS DEL PLA D'APRENTATGE DE L'ESPERIT ÈTIC EMPRESARIAL	CAPÍTOLS I EINES DE LA "GUIA DEL FORMADOR"
	<ul style="list-style-type: none"> CAPÍTOL No.1. "FONAMENTACIÓ TEÒRICA DE L'ENSENYAMENT ÈTIC EMPRESARIAL" Material: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mòdul 1 - "ÈTICA"; <ul style="list-style-type: none"> · Presentació Power Point - "V&F Mòdul 1"; ✓ Mòdul 2 - "ÈTICA DE L'EMPRESA"; <ul style="list-style-type: none"> · Presentació Power Point - "V&F Mòdul 2"; ✓ Mòdul 3 - "CODI DE CONDUCTA (ÈTICA)"; <ul style="list-style-type: none"> · Presentació Power Point - "V&F Mòdul 3"; ✓ Mòdul 4 - "LIDERATGE ÈTIC"; <ul style="list-style-type: none"> · Presentació Power Point - "V&F Mòdul 4"; ✓ Mòdul 5 - "EMPRENADORIA ÈTICA" · Presentació Power Point - "V&F Mòdul 5".
	<ul style="list-style-type: none"> CAPÍTOL No.2. "EL MÈTODE D'APRENTATGE BASAT EN CASOS" Material metodològic: ANNEXOS N° 1 - Quadre de casos pràctics; ANNEXOS NÚM. 2 - 30 Estudis de casos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Casos pràctics de "sostenibilitat, ecologia"; ✓ Casos pràctics de "Gestió responsable i justa"; ✓ Estudis de casos "Educació, canvi de mentalitat";
	<ul style="list-style-type: none"> CAPÍTOL No.3 "ACTIVITAT QUICK SCAN" Material: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Document Word - "Manual del Quick Scan"; ✓ Presentació Power Point - "Esperit empresarial i dilemes ètics inspiradors"; ✓ Presentació Power Point - "Com preparar els alumnes per a una visita a una empresa"; ✓ Presentació Power Point - "Taller sobre com preparar els alumnes"









 <p>ET talks</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CAPÍTOL No.4. "ET TALKS": Material ✓ Presentació Power Point - "V&F ET Talks directrius per a les entrevistes"; ✓ Document Word - "Directrius per a la producció de vídeos".
 <p>Future days</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CAPÍTOL No.5. "FUTURE DAYS": Material ✓ Document Word - "Directrius per a l'activitat de Future Days"
 <p>Measurement of learning outcomes and assessment</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CAPÍTOL No.6. "DEFINICIÓ DELS RESULTATS DE L'APRENTATGE I AVALUACIÓ".



CAPÍTOL No.1. "FONAMENTS TEÒRICS DE L'ENSENYAMENT ÈTIC EMPRESARIAL"







Els Fonaments teòrics de la formació ètica empresarial abasten temes que han estat identificats pels socis a través dels corresponents grups focals organitzats a tots els països socis. Més concretament, els temes que s'han inclòs a la guia del formador són: Ètica, Ètica Corporativa (Empresarial), Codi de Conducta, Lideratge Ètic i Esperit Empresarial Ètic.

Estructura de les lliçons "Fonaments teòrics".

Icona	Explicació
	1 formador/professor o 2 formadors/professors, que vulguin realitzar les classes
	Grup d'alumnes/ classe.
	5 classes Les classes de fonaments teòrics comprenen 5 mòduls teòrics. Durada de cada classe – 45-60 min.
	Material: Capítol núm. 1. "Fonamentació teòrica de l'ensenyament ètic empresarial": <ul style="list-style-type: none"> • Mòduls 1-5; • Presentacions Power Point (per a cada mòdul).
	Eines/ plataformes per a classes / tallers / activitats en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre.
	Estructura de la "classe": <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar els resultats de l'aprenentatge de les classes; 2. Presentació dels temes principals; 3. Sobre el mòdul. Preguntes/respostes/debat; 4. Presentació de la part teòrica amb exemples pràctics; 5. Debat; 6. Comentaris.
	Resultats específics de l'aprenentatge explicats a cada mòdul/classe: <ul style="list-style-type: none"> • Coneixements bàsics; • Aplicació; • Integració; • Dimensió humana; • Cuidar; • Aprendre a aprendre.
	Principals temes explicats a cada mòdul/classe.

Mòdul 1 - "ÈTICA"

Mòdul 1 - "ÈTICA" estructura de les classes.

Icona	Explicació												
	Temps - 45-60 minuts.												
	Material: Capítol núm. 1. "Fonamentació teòrica de l'ensenyament ètic empresarial": <ul style="list-style-type: none"> • Mòdul 1 "ÈTICA"; • Presentació Power Point - "V&F Mòdul 1"; 												
	Eines / plataformes per a l'ensenyament en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre. 												
	Estructura d'una "classe": <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar els resultats de l'aprenentatge de les classe; 2. Presentació dels temes principals; 3. Sobre el mòdul. Preguntes/respostes/debat; 4. Presentació de la part teòrica amb exemples pràctics; 5. Debat; 6. Comentaris. 												
	Resultats de l'aprenentatge de les classes: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Coneixements bàsics</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre el concepte d'ètica; ▪ Enumerar els valors morals bàsics; </td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descriure què és l'Ètica; ▪ Connectar els valors personals amb l'ètica; </td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Intentar respondre dilemes ètics; </td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconèixer els propis valors personals; </td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apreciar la importància dels valors; </td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre a aplicar l'ètica personal a la presa de decisions; </td> </tr> </tbody> </table>	Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre el concepte d'ètica; ▪ Enumerar els valors morals bàsics; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descriure què és l'Ètica; ▪ Connectar els valors personals amb l'ètica; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intentar respondre dilemes ètics; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconèixer els propis valors personals; 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apreciar la importància dels valors; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre a aplicar l'ètica personal a la presa de decisions;
Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre el concepte d'ètica; ▪ Enumerar els valors morals bàsics; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descriure què és l'Ètica; ▪ Connectar els valors personals amb l'ètica; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intentar respondre dilemes ètics; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconèixer els propis valors personals; 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apreciar la importància dels valors; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre a aplicar l'ètica personal a la presa de decisions; 												
	Temes principals: <ul style="list-style-type: none"> • Què és ÈTICA? • DILEMES ÈTICS • VALORS 												

SOBRE EL MÒDUL:



PREGUNTA

Pregunta núm. 1:

Si coneguessis una dona embarassada, que ja té vuit fills, tres sords, dos cecs i un amb retard mental, i tingués sífilis, li recomanaries que avortés?

Pregunta núm. 2:

Ha arribat el moment de triar el líder mundial, i el teu és el vot decisiu. Aquestes són les dades sobre els tres principals candidats:

- Candidat A: S'associa amb polítics corruptes i consulta astròlegs. Ha tingut dos amants. També fuma com una xemeneia i beu fins a deu Martinis al dia.
- Candidat B: Va ser expulsat del seu càrrec dues vegades, dorm fins al migdia, va consumir opi a la universitat i beu grans quantitats de whisky cada nit.
- Candidat C: És un heroi de guerra condecorat. És vegetarià, no fuma, beu cervesa de tant en tant i no ha tingut relacions extramatrimoniales.

Quin d'aquests candidats triaríeu?

Les respostes es troben al final de la secció.

QUÈ ÉS L'ÈTICA?

Sempre que prenem una decisió, és possible que haguéssim pres una altra de diferent. El filòsof danès Soren Kierkegaard capta aquest sentit quan descriu el fet d'estar a punt d'un precipici. L'única cosa que ens impedeix caure al buit som nosaltres: la nostra elecció de fer una altra cosa.

L'ètica només és possible perquè podem actuar contra la nostra naturalesa, basant-nos en la nostra consciència. Ens impedeix limitar-nos a descriure el que és probable que passi i ens permet emetre judicis sobre el que hauria de passar. De totes les maneres d'actuar, quina és la millor? De totes les possibilitats, quina hauries de portar a la realitat? Aquesta és la pregunta que intenta respondre l'ètica.

Per descomptat, només pots respondre aquesta pregunta si t'atreveixes a fer-la. És còmode, segur i força comú fer el que sempre s'ha fet: passar la responsabilitat als altres o seguir amb l' statu quo. L'ètica ens demana que assumim la responsabilitat de les nostres creences i els nostres actes, i que visquem una vida que ens pertanyi (The Ethics Centre, 2021).

Abans de definir l'ètica empresarial, és millor centrar-se i definir l'ètica. La paraula ètica procedeix del grec "ethos", que significa costum, hàbit o "comportament acceptat". Hi ha moltes definicions d'ètica. En la forma més simple, l'ètica és un sistema de principis morals. Afecten la manera com les persones prenen decisions i condueixen les seves vides. El Chambers English Dictionary la defineix com: "un sistema de moral" i "regles de comportament". L'ètica intenta dir-nos què és i què no és moralment acceptable dins una societat o una cultura determinada (Hurn, 2008). Segons Connock i Johns (1995), l'ètica tracta de la justícia i de decidir què està bé o malament, de definir les pràctiques i normes que sustenten una conducta responsable entre individus i grups.

DILEMES ÈTICS

Un dilema ètic implica una situació que fa que una persona es qüestioni què és el "correcte" fer. Els dilemes ètics fan que els individus reflexionin sobre les seves obligacions, deures o responsabilitats (OIE, 2021). Els nostres conceptes d'ètica provenen de religions, filosofies i cultures. Infonen debats sobre temes com ara l'avortament, els drets humans i la conducta professional. L'ètica abasta els dilemes següents:

- com viure una bona vida
- els nostres drets i responsabilitats

Erasmus+ Acció clau 202 Associacions estratègiques
Codi del projecte 2020-1-NL01-KA202-064636

Aquest projecte ha estat finançat amb el suport de la Comissió Europea. Aquesta publicació (comunicació) reflecteix únicament l'opinió del seu autor, i no es pot considerar que la Comissió responsable de l'ús que es pugui fer de la informació que conté.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- el llenguatge del bé i del mal
- decisions morals: què és bo i què és dolent?

La majoria de qüestions morals ens posen molt nerviosos: pensem en l'avortament i l'eutanàsia, per començar. Com que es tracta de qüestions tan emocionals, sovint deixem que el cor discuteixi mentre el cervell es deixa portar pel corrent.

Però hi ha una altra manera d'abordar aquestes qüestions, i és aquí on poden entrar els filòsofs: ens ofereixen normes i principis ètics que ens permeten adoptar una visió més freda dels problemes morals. Així doncs, l'ètica ens proporciona un mapa moral, un marc que podem fer servir per trobar el nostre camí a través de qüestions difícils.



L'ètica no mostra sempre la resposta correcta als problemes morals. De fet, cada cop més gent pensa que per a moltes qüestions ètiques no hi ha una única resposta correcta, sinó un conjunt de principis que es poden aplicar a casos particulars per donar als implicats algunes opcions clares. Alguns filòsofs van més enllà i afirmen que l'única cosa que pot fer l'ètica és eliminar la confusió i aclarir les qüestions. A partir d'aquí, cadascú en pot treure les pròpies conclusions (BBC, 2021).

L'ètica no és l'única manera de definir la "millor" decisió. Per a alguns, la millor decisió és la que promou els seus propis objectius i interessos, o la que dona més diners. Altres se centren en l'opció més popular.

Al centre de cadascuna hi ha una llavor d'ètica, però cadascuna distreu de les qüestions que més importen. L'ètica defineix la millor opció com aquella que millor aconsegueix allò que és bo, correcte i coherent amb la naturalesa de les coses en qüestió. El Centre d'Ètica els anomena "valors", "principis" i "finalitat".

- **Els valors ens diuen el que és bo:** són les coses per les quals lluitem, desitgem i tractem de protegir.
- **Els principis ens diuen què és el correcte,** esbossant com podem o no assolir els nostres valors.
- **El propòsit és la teva raó de ser:** dona vida als teus valors i principis.

L'ètica és el procés de qüestionar, descobrir i defensar els nostres valors, principis i propòsits. Es tracta de descobrir qui som i mantenir-nos-hi fidels davant les temptacions, els reptes i la incertesa. No sempre és divertit i gairebé mai no és fàcil, però si ens comprometem a fer-ho, ens preparem per prendre decisions que podem mantenir, construint una vida que és veritablement nostra i un futur del qual volem formar part (The Ethics Centre, 2021).

VALORS

Els valors són la base de la capacitat d'una persona per jutjar entre allò correcte i allò incorrecte, allò bo i allò dolent, allò moral i allò immoral. Els valors inclouen un sistema de creences molt arrelat. Tenen un valor intrínsec, però no són acceptats universalment. Aquest sistema permet a cada individu determinar què ha de ser i què no ha de ser.

Per exemple, si el sistema de valors d'algú es basa en l'honestetat, probablement jutjaria correctament entre fer trampes a un examen d'accés a la universitat (incorrecte) i estudiar dur per superar un examen d'accés a la universitat (correcte). Per contra, si algú valorés més els èxits i l'èxit que l'honestetat, aquesta



persona podria optar per fer trampes a l'examen per aconseguir el resultat desitjat. Això està relacionat amb quin valor "val més" per a l'individu.

Aquestes creences fonamentals són el baròmetre que guiarà les decisions duna persona. Els valors no han de ser "sistèmics" en un grup de persones. Més aviat tendeixen a ser una base personal i individual que influeix en el comportament duna persona concreta. A nivell social, aquests valors solen constituir la base del que està permès i del que està prohibit.

Exemples de valors

No tots els valors són valors ètics. Alguns valors, com ara l'eficàcia, no tenen un component ètic. Alguns valors ètics impliquen qualitats d'un jo ètic (com l'honradesa i la integritat). Altres descriuen un comportament positiu i ètic envers els altres, el medi ambient i la societat. Per definició, els valors ètics són positius i sovint exigeixen que ens sortim dels nostres propis interessos per respectar, protegir, servir i ajudar els altres (Fisher Thornton, 2015).

Una llista (inicial) de valors ètics

- Rendició de comptes
- Altruisme
- Evitar danys
- Atenció
- Ciutadania
- Confidencialitat
- Fer el bé
- Equitat
- Honestetat
- Inclusió
- Integritat
- Justícia
- Amabilitat
- Pensar a llarg termini
- Consciència moral
- Benefici mutu
- Intenció positiva
- Precaució (per exemple, triar ingredients segurs i saludables als productes alimentaris).
- Prevenció de danys
- Respecte dels límits
- Respecte als altres
- Respecte dels drets humans i la dignitat
- Servei
- Suport al benestar dels altres
- Sostenibilitat
- Assumir la responsabilitat
- Transparència
- Fiabilitat
- Valorar les diferències

Els nostres valors defineixen qui som i impulsen les decisions que prenem. No deixis que les teves decisions diàries es prenguin amb el pilot automàtic. Trieu els valors ètics que guiaran la vostra vida i el vostre lideratge (Fisher Thornton, 2015).



RESPOSTES

La pregunta núm. 2 respon:







El candidat A és Franklin D. Roosevelt,
El candidat B és Winston Churchill, i
El candidat C és Adolfo Hitler.

...I per cert la resposta a la pregunta núm. 1... Si has dit que sí, acabes de matar Ludwig van Beethoven.



Mòdul 2 - "ÈTICA CORPORATIVA (EMPRESARIAL)"

Mòdul 2 – “ÈTICA CORPORATIVA (EMPRESARIAL)” estructura de les classes.

Icona	Explicació												
	Durada- 45-60 minuts.												
	Material: Capítol núm. 1. "Fonamentació teòrica de l'ensenyament ètic empresarial": <ul style="list-style-type: none"> • Mòdul 2 "ÈTICA DE L'EMPRESA"; • Presentació Power Point - "V&F Mòdul 2"; 												
	Eines / plataformes per a l'ensenyament en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre. 												
	Estructura d'una "classe": <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar els resultats de l'aprenentatge de les classes prèvies; 2. Presentació dels temes principals; 3. Sobre el mòdul. Preguntes/respostes/debat; 4. Presentació de la part teòrica amb exemples pràctics; 5. Debat; 6. Comentaris. 												
	Resultats de l'aprenentatge de les classes: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Coneixements bàsics</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre el concepte d'ètica empresarial; ▪ Descriure els 3 components bàsics de l'ètica empresarial; ▪ Relacionar la sostenibilitat empresarial i el govern corporatiu amb l'ètica empresarial; </td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicar per què són importants els valors corporatius; ▪ Vincular els 10 principis del Pacte Mundial de l'ONU a l'ètica empresarial; ▪ Resumir la importància dels 17 ODS; </td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre la importància del bon govern i la sostenibilitat de les empreses; </td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compartir experiències personals relacionades amb l'aplicació de l'ètica en un entorn empresarial; </td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprometre's amb la importància d'aplicar l'ètica empresarial; </td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar exemples de com una empresa pot aplicar l'ètica; ▪ Formular preguntes útils relacionades amb l'aplicació de l'ètica empresarial; </td> </tr> </tbody> </table>	Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre el concepte d'ètica empresarial; ▪ Descriure els 3 components bàsics de l'ètica empresarial; ▪ Relacionar la sostenibilitat empresarial i el govern corporatiu amb l'ètica empresarial; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicar per què són importants els valors corporatius; ▪ Vincular els 10 principis del Pacte Mundial de l'ONU a l'ètica empresarial; ▪ Resumir la importància dels 17 ODS; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre la importància del bon govern i la sostenibilitat de les empreses; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compartir experiències personals relacionades amb l'aplicació de l'ètica en un entorn empresarial; 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprometre's amb la importància d'aplicar l'ètica empresarial; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar exemples de com una empresa pot aplicar l'ètica; ▪ Formular preguntes útils relacionades amb l'aplicació de l'ètica empresarial;
Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre el concepte d'ètica empresarial; ▪ Descriure els 3 components bàsics de l'ètica empresarial; ▪ Relacionar la sostenibilitat empresarial i el govern corporatiu amb l'ètica empresarial; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicar per què són importants els valors corporatius; ▪ Vincular els 10 principis del Pacte Mundial de l'ONU a l'ètica empresarial; ▪ Resumir la importància dels 17 ODS; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre la importància del bon govern i la sostenibilitat de les empreses; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compartir experiències personals relacionades amb l'aplicació de l'ètica en un entorn empresarial; 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprometre's amb la importància d'aplicar l'ètica empresarial; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar exemples de com una empresa pot aplicar l'ètica; ▪ Formular preguntes útils relacionades amb l'aplicació de l'ètica empresarial; 												
	Temes principals: <ul style="list-style-type: none"> • ÈTICA EMPRESARIAL • VALORS CORPORATIUS • Per què els valors de l'empresa són importants? • GOVERN CORPORATIU • SOSTENIBILITAT i RESPONSABILITAT EMPRESARIAL? • 10 Principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides • 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible 												

SOBRE EL MÒDUL:

ÈTICA EMPRESARIAL

L'ètica no és un conjunt de teories, regles i prohibicions dirigides a la vida empresarial el propòsit de la qual és obstaculitzar els negocis i augmentar els costos. L'ètica és un camí forjat a partir de la presa de decisions i d'opcions objectives escollides en sintonia amb l'objectiu vital de cadascú, aferrant-se a les creences personals i professionals.

Segons Galinsky (2008), quan parlem d'ètica empresarial, solem referir-nos a les normes de comportament al lloc de treball i amb les parts interessades. La recerca de riquesa implica les sis parts interessades següents: inversors, clients, empleats, proveïdors, govern i comunitat. El tracte amb aquestes parts interessades implica "ètica".

Les empreses conegudes per les seves elevades normes ètiques solen tenir un codi ètic que estableix que tracten tothom amb dignitat, no presenten informació enganyosa i segueixen escrupolosament les normes i els reglaments. L'ètica empresarial, per tant, es pot definir com l'aplicació de consideracions morals i ètiques en un entorn empresarial (Hurn, 2008).

Una brúixola moral ens porta a pràctiques empresarials més eficaces, ja sigui per augmentar les vendes, retenir els empleats o reduir els costos de litigis i normatives. Per exemple, la gent sol estar disposada a pagar preus més alts per sentir-se bé amb els productes que compra. A més, les empreses que segueixen determinats codis morals atrauen millors persones, que sovint estan disposades a treballar més amb menys remuneració. No cal dir que les empreses ètiques tenen menys probabilitats de sotmetre's al costós escrutini de tribunals i organismes reguladors (Galinsky, 2008). És clar que hi ha algun tipus de relació entre l'ètica empresarial i l'èxit de les empreses, o més ben dit, l'excel·lència sostenible.

Tenir una brúixola moral condueix a pràctiques empresarials més eficaces:

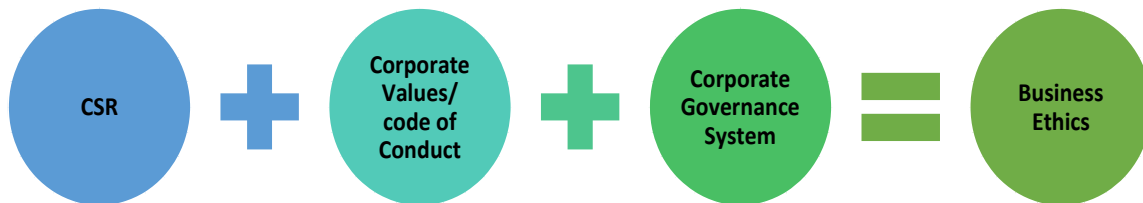
- La gent sol estar disposada a pagar preus superiors per sentir-se bé amb els productes que compra. Segons el darrer estudi de Nielsen sobre Responsabilitat Corporativa, el 55% dels consumidors mundials estan disposats a pagar més per béns i serveis d'empreses socialment responsables/ètiques, una xifra que ha augmentat un deu per cent en comparació dels nivells del 2011.
(<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2014/doing-well-by-doing-good.html>)
- Les empreses que segueixen determinats codis morals atrauen millors persones.
- Aquestes persones solen estar disposades a treballar més amb menys remuneració.
- Quan les empreses valoren el rendiment ètic, la mala conducta és substancialment menor.
- Les empreses ètiques tenen menys probabilitats de sotmetre's al costós escrutini de tribunals i reguladors.

A més, per què és important aplicar l'ètica empresarial:

- Impulsar i reforçar el rendiment de cada empleat.
- Disminuir les conductes indegudes i fraudulentos o el trencament de la cultura empresarial per part dels empleats de l'empresa.
- Eina útil per definir els valors de l'activitat de l'empresa i l'enfortiment d'una "cultura interna" que reforci l'enllaç entre els empleats i en potenciï el manteniment.
- Promoure l'autoregulació de les empreses.
- Crear una imatge externa (i interna) de serietat, responsabilitat i excel·lència.
- Equilibrar els objectius personals i els de l'organització.



L'ètica empresarial tracta de com els valors i els principis d'una organització es difonen en totes les operacions i accions empresarials. Per tant, està relacionada estretament amb els sistemes de govern corporatiu i la responsabilitat social corporativa de l'organització.



VALORS CORPORATIUS

Els valors corporatius, també coneguts com a valors fonamentals, són el conjunt de creences rectores en què es basa una empresa. Els valors corporatius ajuden les persones a funcionar unides i determinen la manera com els empleats (han de comportar-se). Els valors fonamentals d'una organització influeixen tant en els assumptes interns com en els externs. No només defineixen com es tracten els empleats entre ells, sinó també el comportament que s'espera dels clients, els socis i la comunitat en general.

Els valors de l'empresa defineixen el comportament desitjat per assolir el "per què" de l'empresa. Un cop establerts, han d'afectar tots els aspectes de l'empresa, des dels models de retribució, la compensació i les polítiques, fins a les decisions estratègiques i els assumptes públics.

Mostrar els valors de l'empresa en un PowerPoint, a la paret de la seva seu o en una campanya de màrqueting no donarà vida a aquestes creences fonamentals.

Els valors de l'empresa només tenen sentit si es practiquen. Lamentablement, la majoria de les empreses tenen una desconexió entre els valors "proclamats" i els valors "conductuals", com va escriure Nik Beesonaquí.

Els valors només són útils quan s'expressen en el comportament quotidià.

Per què els valors de l'empresa són importants?

Quan es posen en pràctica, uns valors fonamentals ben definits són crucials per crear una cultura pròspera. Vet aquí els principals avantatges de definir els valors de la seva empresa.

- Els valors impulsen la comunitat: Si voleu que els vostres empleats actuïn com a tal, necessiteu un codi de comportament compartit o un codi de conducta (vegeu el mòdul 3). Els teus valors defineixen les creences de la teva empresa i uneixen les persones, construint una comunitat.
- Els valors atrauen les persones adequades: Les persones no abandonen les empreses; abandonen les cultures tòxiques al lloc de treball. Els seus valors fonamentals defineixen el que vostè representa i l'ajudaran a atraure el talent adequat per a la seva organització.
- Els empleats estan disposats a guanyar per treballar en una organització que estigui alineada amb els valors personals.
- Els valors de l'empresa simplifiquen la presa de decisions: És més fàcil prendre decisions quan tothom sap què importa (o no) a l'organització. Els valors ajuden a establir prioritats clares; faciliten dir "no" a les coses que no estan alineades amb les creences fonamentals.
- Els valors fonamentals eduquen els clients sobre qui és vostè: Quan una empresa dóna vida a les seves creences, els seus socis i clients saben què esperen (o no) en fer negocis amb aquesta organització.



- Els valors corporatius creen diferenciació: No només representen allò que creus, sinó el teu comportament únic. (Razzetti, 2020)
- Pràctiques comercials justes: S'ha trobat mai amb la frase "Es poden guanyar diners sense fer el mal"? No? És un dels 10 valors fonamentals adoptats per Google. Sovint, les empreses es tornen deshonestes pel que fa a les pràctiques empresarials en el seu afany per obtenir més ingressos.

Això posa en perill tots els associats amb l'empresa i també provoca la pèrdua de confiança i la integritat dins de l'organització. Els valors corporatius aplicats per una organització a les seves activitats quotidianes li prohibeixen alimentar qualsevol mala pràctica

Identificar i comprendre els valors d'una empresa és un exercici difícil i important. Els valors de l'empresa són una part central dels principis de l'empresa i transmetran cap a on vol anar l'empresa i com hi arribarà. En conèixer millor aquests factors importants d'una empresa, un pot utilitzar-los com a guia per prendre la millor decisió en qualsevol situació.

GOVERN CORPORATIU

Segons Steiner & Steiner (2006), el govern corporatiu es refereix generalment al control global de les activitats d'una empresa que implica la formulació d'objectius, estratègies i plans corporatius i l'estructura de gestió adequada per ser responsable davant de les diverses parts interessades.

El govern corporatiu ha esdevingut un focus estratègic i operatiu de gairebé totes les empreses, des de les organitzacions emergents que desenvolupen estratègies corporatives fins a les grans empreses públiques que gestionen una miriada de requisits normatius i problemes dels accionistes. Un pilar bàsic del govern corporatiu és el compliment. (Bingham, 2009). El compliment és una base important per complir les responsabilitats socials, i moltes organitzacions entenen que un compliment exhaustiu és essencial per a la continuació de les activitats empresarials.

Es va preguntar a alts directius de compliment del Regne Unit i els Estats Units sobre els canvis en l'actitud cap al compliment des de la crisi financera, i el 70 per cent va afirmar que el compliment havia sortit d'un segon pla i ara influïa en les decisions empresarials. El 87% va afirmar que ara disposava dels recursos necessaris per crear una cultura de compliment a la seva organització. Realitzada per "Complinet", proveïdor d'informació sobre compliment i regulació, l'enquesta també va revelar que el 88% dels enquestats creien que ara "comptaven amb l'oïda de l'alta direcció" i el 63% consideraven que les qüestions de compliment s'havien més essencials en la seva organització.

El bon govern corporatiu és la clau de la integritat de les organitzacions, les institucions financeres i els mercats, i és fonamental per a la salut de les nostres economies i la seva estabilitat. Segons els Principis de Govern Corporatiu de l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE), el marc de govern corporatiu d'una organització deu entre altres coses:

- Garantir l'orientació estratègica de l'empresa, el control efectiu de la gestió per part del consell i la responsabilitat del consell davant de l'empresa i els accionistes.
- Garantir la divulgació oportuna i precisa de tots els assumptes materials relatius a l'empresa, inclosa la situació financera, els resultats, la propietat i el bon govern de l'empresa.
- Promoure mercats transparents i eficients, ser coherents amb l'Estat de dret i articular clarament el repartiment de responsabilitats entre les diferents autoritats de supervisió, regulació i execució. Protegir i facilitar l'exercici dels drets dels accionistes.

Per tant, el bon govern empresarial no consisteix únicament a complir les normes. Es tracta de les relacions i les responsabilitats entre el consell, la direcció, els accionistes i altres parts interessades dins d'un marc legal i reglamentari. Per tant, les organitzacions necessiten, ara més que mai, algun tipus d'orientació sobre com han d'abordar les qüestions de GC.



SOSTENIBILITAT I RESPONSABILITAT EMPRESARIAL

Per responsabilitat social de les empreses s'entén en general la manera com les empreses gestionen els processos empresarials per produir un impacte global positiu en la societat. La RSE es pot definir com el compromís de millorar el benestar de la comunitat mitjançant pràctiques empresarials discrecionals i l'aportació de recursos corporatius (Kotler i Lee, 2005). La responsabilitat social de les empreses és necessàriament un terme en evolució que no té una definició estàndard ni un conjunt de criteris específics plenament reconeguts. Entenent que les empreses tenen un paper clau en la creació d'ocupació i riquesa a la societat, la RSE s'entén generalment com la manera com les empreses gestionen els processos empresarials per produir un impacte global positiu en la societat.

Segons Kotler i Lee (2005), la responsabilitat social de les empreses es pot definir com el compromís de millorar el benestar de la comunitat mitjançant pràctiques empresarials discrecionals i l'aportació de recursos empresarials. Atès que diverses parts interessades tenen expectatives posades a les corporacions empresarials, els executius de les empreses i el seu personal han de formular estratègies a llarg termini per ser un bon ciutadà corporatiu mitjançant l'aplicació de la promoció de causes corporatives, el màrqueting relacionat amb causes, el màrqueting social corporatiu, les activitats filantròpiques, el voluntariat comunitari i les pràctiques empresarials socialment responsables (Shea, 2006).

Avui dia, el concepte de RSE ha esdevingut sinònim de sostenibilitat empresarial i comportament responsable de les empreses. En altres paraules, és sinònim de sostenibilitat i responsabilitat empresarial. És evident que tenim un nou acrònim de RSE! Sostenibilitat i Responsabilitat Corporatives!

La Directiva de la UE (2014/95/UE) sobre divulgació d'informació no financera i relativa a la diversitat per part de grans empreses i grups, així com l'estratègia renovada de la Comissió Europea per a la RSE s'estenen en tres punts clau:

- Adoptar la lògica "Complir o explicar", que exigeix a les empreses que, si no poden revelar dades no financeres, indiquin les raons per què això passa.
- L'estratègia renovada afecta totes les organitzacions que utilitzen personal, independentment de l'Estat sota el que operin (privat o públic).
- L'aplicació de pràctiques de RSE i ètica empresarial ha de seguir els 10 principis bàsics del Pacte Mundial de les Nacions Unides.

Són molt importants i indiquen, d'una banda, que la UE ha comprès el paper de la RSE i l'ètica empresarial en l'augment de l'eficiència i, en darrer terme, en la millora de la situació econòmica general. En segon lloc, mostren la intenció de la UE d'exercir polítiques eficaces que promoguin una funció clara i útil de les organitzacions i desenvolupin palanques per a aquestes darreres, per tal d'augmentar la conscienciació i la funció impulsada per la Responsabilitat Empresarial en benefici de totes les parts interessades (empleats, empreses, societat, Estat).

Els 10 principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides

La sostenibilitat corporativa comença amb el sistema de valors d'una empresa i un enfocament basat en principis per fer negocis. Això vol dir operar de manera que, com a mínim, es compleixin les responsabilitats fonamentals en matèria de drets humans, treball, medi ambient i lluita contra la corrupció. Les empreses responsables promulguen els mateixos valors i principis on siguin presents, i saben que les bones pràctiques en un àmbit no compensen els perjudicis en un altre. En incorporar els Deu Principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides a les seves estratègies, polítiques i procediments, i en establir una cultura d'integritat, les empreses no només compleixen les seves responsabilitats bàsiques envers les persones i el planeta, sinó que també asseuen les bases per a l'èxit a llarg termini.

Els Deu Principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides es deriven de:

- la Declaració Universal dels Drets Humans,



- la Declaració de l'Organització Internacional del Treball relativa als principis i drets fonamentals a la feina,
- la Declaració de Rio sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament, i
- la Convenció de les Nacions Unides contra la Corrupció.

Drets humans	Principi 1 : Les empreses han de donar suport i respectar la protecció dels drets humans fonamentals, reconeguts internacionalment; Principi 2 : assegurar-se que no són còmplices de violacions dels drets humans;
Treball	Principi 3 : Les empreses han de donar suport a la llibertat d'associació i el reconeixement efectiu del dret a la negociació col·lectiva; Principi 4 : eliminació de totes les formes de treball forçós i obligatori; Principi 5 : abolició efectiva del treball infantil; Principi 6 : eliminació de la discriminació en matèria d'ocupació i ocupació;
Medi ambient	Principi 7 : Les empreses han de donar suport a un plantejament preventiu davant dels reptes mediambientals; Principi 8 : emprendre iniciatives per promoure una major responsabilitat mediambiental; Principi 9 : fomentar el desenvolupament i la difusió de tecnologies respectuoses amb el medi ambient;
Anticorrupció	Principi 10 : Les empreses han de treballar contra la corrupció en totes les seves formes, incloses l'extorsió i el suborn;

17 Objectius de Desenvolupament Sostenible

Al setembre de 2015, els 193 Estats membres de les Nacions Unides van adoptar un pla per aconseguir un futur millor per a tots, traçant un camí durant els propers 15 anys per acabar amb la pobresa extrema, lluitar contra la desigualtat i la injustícia i protegir el nostre planeta . Al centre de l'Agenda 2030 es troben els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), que defineixen clarament el món que volem, aplicant-se a totes les nacions i sense deixar ningú enrere.

Els nous objectius mundials són el resultat d'un procés que ha estat més integrador que mai, en què els governs han comptat des del principi amb la participació de les empreses, la societat civil i els ciutadans. Tots estem d'acord cap on ha d'anar el món. Complir aquestes ambicions exigirà un esforç sense precedents per part de tots els sectors de la societat, i les empreses han de tenir un paper molt important en el procés.











Podeu trobar més informació sobre els 17 ODS al següent enllaç:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

Mòdul 3 - "CODI DE CONDUCTA (ÈTICA)"

Mòdul 3 - "CODI DE CONDUCTA (ÈTICA)" estructura de les classes.

Icona	Explicació												
	Durada- 45-60 minuts.												
	Material: Capítol núm. 1. "Fonamentació teòrica de l'ensenyament ètic empresarial": <ul style="list-style-type: none"> • Mòdul 3 - "CODI DE CONDUCTA (ÈTICA)"; • Presentació Power Point - "V&F Mòdul 3"; 												
	Eines / plataformes per a l'ensenyament en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre. 												
	Estructura d'una "classe": <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar els resultats de l'aprenentatge de les classes prèvies; 2. Presentació dels temes principals; 3. Sobre el mòdul. Preguntes/respostes/debat; 4. Presentació de la part teòrica amb exemples pràctics; 5. Debat; 6. Comentaris. 												
	Resultats de l'aprenentatge de les classes: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Coneixements bàsics</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entendre què és un codi de conducta empresarial; ▪ Resumir els passos bàsics per desenvolupar un Codi de Conducta; </td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Enumerar alguns valors corporatius bàsics; </td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Establir un pla per elaborar un Codi de Conducta; </td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - </td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apreciar la importància de tenir un codi de conducta en un entorn empresarial; </td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - </td> </tr> </tbody> </table>	Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entendre què és un codi de conducta empresarial; ▪ Resumir els passos bàsics per desenvolupar un Codi de Conducta; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enumerar alguns valors corporatius bàsics; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establir un pla per elaborar un Codi de Conducta; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apreciar la importància de tenir un codi de conducta en un entorn empresarial; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ -
Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entendre què és un codi de conducta empresarial; ▪ Resumir els passos bàsics per desenvolupar un Codi de Conducta; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enumerar alguns valors corporatius bàsics; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establir un pla per elaborar un Codi de Conducta; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apreciar la importància de tenir un codi de conducta en un entorn empresarial; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 												
	Temes principals: <ul style="list-style-type: none"> • CODI ÈTIC • DIRECTRIUS PER CREAR UN CODI DE CONDUCTA (ÈTICA) 												

SOBRE EL MÒDUL:

CODI ÈTIC

Diversos estudis han abordat la qüestió dels codis de conducta ètica. Weeks i Nantel (1992) van trobar proves que un codi ben entès està relacionat amb un comportament més ètic entre els venedors. En la seva revisió de la literatura que incloïa codis ètics, Ford i Richardson (1994) van descobrir que els codis de conducta i les polítiques corporatives sobre ètica estan significativament relacionats amb un nivell de comportament ètic més gran. Gray (1996) va descobrir que tenir un codi de conducta pot ser útil per ajudar els individus a evitar situacions èticament comprometedores. De la mateixa manera, Navran (1997) va avançar que un programa de bones pràctiques ètiques ajuda els empleats a no sentir que han d'actuar de manera poc ètica per sobreviure.

Tucker et al. (1999) van estudiar els codis deontològics de les organitzacions professionals i van avançar que els orígens, continguts i efectes dels codis esmentats es veuen afectats per una sèrie de factors. Aquests



factors inclouen variables socioeconòmiques i polítiques. Tot i això, moltes associacions han elaborat codis i sostenen que els codis ajuden els seus membres a comportar-se de forma més ètica.

Cooper i Frank (1997) van comparar professionals dels camps de la comptabilitat i les assegurances i van descobrir que els CPA i els CLU tendien a confiar més en els seus respectius codis deontològics que altres grups dins d'aquests camps, quan sorgien qüestions ètiques. L'estudi també va demostrar que les polítiques específiques de l'empresa que posaven èmfasi en la conducta ètica, animaven els empleats a no anteposar els objectius de l'organització a l'ètica i facilitaven el debat de les qüestions ètiques entre l'empleat i el superior, hi contribuïen a un comportament més ètic.

Els codis ètics en els negocis internacionals és un tema que també apareix a la literatura. A causa de les diferències culturals, alguns consideren que l'aplicació d'un codi de conducta "internacional" seria difícil. No obstant això, Smeltzer i Jennings (1998), reconeixent que pot ser necessària certa adaptació, sostenen que s'han d'elaborar codis que estableixin directrius per a les pràctiques ètiques bàsiques en totes les cultures: Seguint aquesta mateixa línia de raonament, Payne et al. (1997) revisen diversos codis de conducta internacionals i intenten desenvolupar un codi uniforme internacional, i Roth et al. , malgrat les diferències en les pràctiques ètiques al món, és factible un codi internacional de comportament ètic.

El Codi Ètic pretén crear el capital de confiança que permeti la coherència interna de les decisions preses, la reducció dels costos de transacció i creï les condicions que facilitin les relacions humanes a l'empresa, juntament amb el seu dinamisme comercial.

Un codi ètic és una eina de gestió important que pot formar positivament la cultura d'una organització. Moltes organitzacions han descobert que adoptar un enfocament clarament definit de les qüestions ètiques i de conducta millora la reputació de l'organització, ajuda a desenvolupar la confiança entre el personal i és bo per al negoci. Un codi ètic estableix les normes de comportament que s'espera del personal d'una organització en relació amb els dilemes ètics a què s'enfronten a la feina.

Un bon codi ètic és un document actiu al qual es remet tot el personal de l'organització, no un document que es queda en un prestatge del despatx d'un alt directiu. A més, un bon codi ètic s'ha de basar en principis i valors acceptats universalment. No obstant això, la seva importància més gran pot ser la seva contribució a les relacions entre l'empresa i els seus inversors. Una empresa que hagi adoptat un codi ètic com a manera de fer negocis se sentirà més orgullosa i reconeguda pels seus inversors, cosa que garantirà la sostenibilitat i el desenvolupament de l'empresa.

La creació de comitès independents i l'establiment de funcions d'auditoria interna (amb finalitat de control) actuen com a fiduciaris dels valors, la cultura ètica i la conducta cultural de l'empresa, facilitant l'aplicació del codi ètic mitjançant la difusió i el seguiment de funcions. Els Comitès de RSE, de Gestió de Riscos o de Salut, Seguretat i Medi Ambient poden ajudar l'empresa a difondre eficaçment la seva estratègia cultural i ajudar la societat i els empleats a reconèixer-la i comprendre-la fàcilment. El paper principal en establir un codi ètic correspon a l'alta direcció i, especialment, al Consell d'Administració, que estableix el marc i les directrius per estructurar el codi. Si el Consell d'Administració no és capaç d'aplicar i adoptar l'ètica com a forma de negoci,

No obstant això, no cal oblidar mai que l'adopció del codi ètic és una funció espontània i no forçada, ja que està estretament relacionada amb qüestions ètiques i morals. L'avaluació de la cultura mitjançant informes adequats és un paràmetre clau per avaluar sistemàticament i millorar o restablir el Codi de valors corporatius de l'empresa. Es tracta d'una qüestió molt important, ja que avui dia les empreses s'enfronten a un ritme molt més freqüent a nous reptes que els obliguen a re-avaluar la manera com veuen les parts interessades en conjunt. GRI, ESRA, ACCA-CSR o COSO són marcs d'informació comunament utilitzats i fàcilment reconeguts pel públic i es poden utilitzar com a referència per descriure la cultura de l'empresa.



Principles and Values

1. **Integrity:** ethical handling of personal Vs professional interests
2. **Objectivity:** compliance with laws, rules and regulations
3. **Independence:** prompt reporting appropriately
4. **Confidentiality:** enforceable without side effects
5. **Competency:** full, fair, accurate, timely, understandable report disclosures
6. **Accountability:** adherence to the code
7. **Sustainability:** be present everywhere at all times
8. **Respect for Human Life:** protect Human dignity
9. **Protect the Environment:** protecting it like our home
10. **Pursue Economic Justice:** our welfare is always part of world welfare

PRECONDITION :

- ALL ONE (code)
- ALL EQUAL (to the code)
- ALL DIFFERENT (no discrimination in code)

DIRECTRIUS PER CREAR UN CODI DE CONDUCTA (ÈTICA)

1. Assegureu-vos que heu reunit les condicions prèvies necessàries per elaborar amb èxit un Codi Ètic.

Concepció de la dignitat de l'ésser humà.

Els directius i els accionistes per construir aquest codi han de conèixer aquesta concepció, més o menys explícita, així com el seu encaix en una empresa. Una concepció minimalista de l'ésser humà que no tingui en compte els elements més essencials i la seva

dignitat resultarà en una base feble i perillosa per construir un codi.

L'exemple s'ha de donar des de dalt.

1. És essencial que els líders tinguin o aspirin a tenir una actuació coherent amb els principis empresarials que s'aprovin. L'exemple que es doni al cim, o la manca d'ell, serà la confirmació que els subordinats necessiten per entendre si els principis elegits s'aplicaran i seguiran o no.

2. S'ha de crear un petit comitè que iniciï els primers esbossos, s'asseguri de determinar els mecanismes de participació i consulta adequats per assolir l'objectiu esmentat, superviseu-ne la introducció a la vida real i en el futur acompanyeu-ne l'aplicació pràctica i la definició de criteris .

3. Elaboreu un qüestionari intern que s'envii a tots els empleats de l'empresa per esbrinar quins grans principis consideren que estan en sintonia amb el que representa l'empresa i quines idees defensen personalment.

4. Reuneixi tots els resultats i tracti d'identificar, en un document preliminar, els principis i les pràctiques que s'ajusten al codi. Tingueu cura que el Codi Ètic no s'enredi ni es rebaixi al nivell de la cultura empresarial actual (el que pot ser malsà i imprudent), ha de consistir més aviat en principis normatius, que no expressin com actua la majoria, és a dir, com es pot imaginar, Sociologia.

5. Lliureu aquest document perquè sigui analitzat per cadascun dels funcionaris de la vostra empresa, de manera que es pugui elaborar el document final.

6. Quan el document final estigui aprovat, organitzi una reunió interna per presentar-lo i, si és possible, lliuri un exemplar a cada empleat després que l'hagi signat individualment, a fi de solidificar-ne el compromís.

7. Publiqueu el codi a la pàgina web de l'empresa, assegureu-vos que està en un lloc visible i accessible perquè totes les persones que la visitin puguin accedir-hi, no només els empleats sinó les múltiples organitzacions que interactuen habitualment amb la seva empresa .




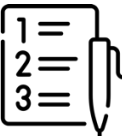


8. Programar reunions periòdiques amb el consell de direcció i/o els empleats, per tal de discutir les qüestions ètiques i ajudar en la sensibilització, el compromís i la creació de criteris, pot sempre que sigui possible utilitzar situacions reals i personals de la vida real. 9. Promoure programes (interns o no) que tinguin com a objectiu educar sobre l'ètica en general o l'Ètica Empresarial.



9. Recompensar els que respecten el codi, recompensa que ha de ser pública i justa. L'ètica és una ciència pràctica que, a part, exigeix la seva aplicació contínua per arrelar-se i evolucionar: no s'estudia per saber, s'estudia per actuar.

Mòdul 4 - "LIDERATGE ÈTIC"

Mòdul 4 - "LIDERATGE ÈTIC" estructura de les classes.

Icona	Explicació												
	Temps- 45-60 minuts.												
	Material: Capítol núm. 1. "Fonamentació teòrica de l'ensenyament ètic empresarial": <ul style="list-style-type: none"> • Mòdul 4 - "LIDERATGE ÈTIC"; • Presentació Power Point - "V&F Mòdul 4"; 												
	Eines / plataformes per a l'ensenyament en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre. 												
	Estructura d'una "classe": <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar els resultats de l'aprenentatge de les classes prèvies; 2. Presentació dels temes principals; 3. Sobre el mòdul. Preguntes/respostes/debat; 4. Presentació de la part teòrica amb exemples pràctics i vídeos; 5. Debat; 6. Comentaris. 												
	Resultats de l'aprenentatge de les classes: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Conèixements bàsics</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conèixer les diferències entre un líder i un directiu; ▪ Comprendre els actius d'un gestor ètic; ▪ Entendre què és el lideratge ètic; </td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Distingir entre un líder i un gestor; ▪ Aplicar habilitats de pensament crític a la resolució de problemes ètics; </td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; </td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre com es pot treballar/comportar-se en un entorn laboral ètic – no ètic; </td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre els reptes morals del lideratge i el poder; </td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular preguntes útils per debatre amb els empresaris sobre el lideratge ètic; </td> </tr> </tbody> </table>	Conèixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conèixer les diferències entre un líder i un directiu; ▪ Comprendre els actius d'un gestor ètic; ▪ Entendre què és el lideratge ètic; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distingir entre un líder i un gestor; ▪ Aplicar habilitats de pensament crític a la resolució de problemes ètics; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre com es pot treballar/comportar-se en un entorn laboral ètic – no ètic; 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre els reptes morals del lideratge i el poder; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular preguntes útils per debatre amb els empresaris sobre el lideratge ètic;
Conèixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conèixer les diferències entre un líder i un directiu; ▪ Comprendre els actius d'un gestor ètic; ▪ Entendre què és el lideratge ètic; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distingir entre un líder i un gestor; ▪ Aplicar habilitats de pensament crític a la resolució de problemes ètics; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre com es pot treballar/comportar-se en un entorn laboral ètic – no ètic; 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexionar sobre els reptes morals del lideratge i el poder; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular preguntes útils per debatre amb els empresaris sobre el lideratge ètic; 												
	Temes principals: <ul style="list-style-type: none"> • CRISI FINANCERA = FALTA D'ÈTICA • FRENAR EL DECLIVI DE L'ÈTICA EMPRESARIAL • LÍDER O GESTOR? • ÈTICA EMPRESARIAL I LIDERATGE • UN LIDERATGE D'ÈXIT NECESSITA 4 ACTIUS 												

SOBRE EL MÒDUL:

CRISI FINANCERA = FALTA D'ÈTICA

Molts economistes i investigadors admeten que la crisi financera mundial recent té les seves arrels en la falta d'ètica. El guanyador del Premi Pulitzer Thomas Friedman va dir fa uns anys: "No només necessitem un rescat financer; necessitem un rescat ètic. Necessitem restablir l'equilibri bàsic entre els nostres mercats, l'ètica i la normativa. No vull matar els esperits animals que necessàriament impulsen el capitalisme, però tampoc vull que em mengin".

Tot i totes les presentacions i discussions que han tingut lloc a tot el món sobre el convuls tema de la Crisi Financera Global de 2008 i d'intentar emfatitzar i explicar la complexitat dels instruments tòxics que van crear la bombolla en explosió, l'opinió unànime sobre la causa única de la crisi ha estat la manca d'ètica. La debilitat d'un model financer ètic sobre la base d'un ultraliberalisme ha ignorat la manca de qualsevol sentit de la responsabilitat i les pràctiques que equivalen a un "delicte financer". L'ètica financera exigeix transparència a la feina, integritat i abstenir-se de qualsevol conflicte d'interessos. Aquesta crisi exigeix redefinir els criteris de transparència, prudència i regulació financera del sistema financer mundial.

La direcció del sector financer no ha respectat els dos principis més bàsics de l'empresa: servir bé els clients a llarg termini i contribuir a garantir uns mercats sans. El fracàs ha plantejat la necessitat de reformar el codi ètic del lideratge per donar cabuda a característiques multidimensionals com:

1. Centrar-se a servir els seus clients i tots els integrants de la institució, en lloc de líders carismàtics que busquen diners, fama i poder per a si mateixos.
2. Tenir la integritat de dir tota la veritat, admetre'n els errors i reconèixer-ne els defectes.
3. Adaptar-se ràpidament a les noves realitats
4. Necessitat de resiliència per recuperar-se després de pèrdues devastadores. La resiliència permet als líders restablir la confiança capacitant les persones per crear noves solucions que construeixin grans institucions per al futur.

El nucli de la necessitat de l'ètica empresarial ha estat subratllat amb força èxit per Gurria (2009) a l'últim Fòrum Europeu d'Ètica Empresarial, on es van establir les bases d'una nova era al codi d'ètica empresarial. Com es va assenyalar, una de les lliçons principals d'aquesta crisi és que les empreses i els mercats no es poden governar a si mateixos. La innovació financera va sacrificar l'ètica empresarial per beneficiar-se d'un benefici extraordinari. La reconfiguració del sistema financer internacional ha de garantir esquemes transparents d'incentius a la gestió en què l'ètica empresarial derivi de la transparència, l'objectivitat, la fiabilitat, l'honestat i la prudència. Un marc regulador multilateral mundial reforçat és l'actiu clau per reconstruir la confiança al sistema.

La reforma del sector financer hauria d'abastar els cinc pilars de la societat: política, empresa, món acadèmic, espiritualitat/religió i societat civil. A la fase actual, l'ètica podria convertir-se en la base sobre la qual construir el futur, ja que "l'ètica, igual que l'optimisme, és un deure moral i presenta una oportunitat, una oportunitat de negoci" (Aernoudt, 2008).

Les investigacions indiquen que el públic percep que l'ètica empresarial està en declivi. Suposant que hi hagi un declivi a l'ètica empresarial o, almenys, una percepció de declivi, on resideix la importància? Realment importa que hi hagi més empresaris que cometin actes poc ètics (o almenys que els enxampin més sovint)? Sí. És important per dues raons:

1. En primer lloc, el declivi de l'ètica és dolent per als negocis i reflecteix una erosió dels principis necessaris per a una societat tècnica moderna ordenada i funcional. El sistema econòmic nord-americà es basa en una sèrie de valors: confiança, honradesa, compliment dels compromisos (contractes), respecte de la propietat aliena, cooperació. Per descomptat, sempre hi ha hagut exemples de greus abusos, explotació i mala conducta. Però, com assenyala Bowie (1997), una mínima "moralitat de mercat" és un requisit per a l'èxit empresarial. Un mercat eficaç necessita normes de comportament basades en un cert nivell de veritat i de confiança.



Un article de l'antic President d'IBM, John Akers (1989), estableix una forta correlació entre la competitivitat americana i l'ètica: "Cap societat no competirà amb èxit si la gent s'apunyala per l'esquena; si la gent intenta robar-se els uns als altres; ... és una recepta perquè una nació es converteixi en malbaratadora, ineficient i no competitiva;... com més gran sigui la mesura de confiança mútua i la confiança en l'ètica de la societat, més gran serà la seva fortalesa econòmica". Silk (1989) està d'acord que el comportament poc ètic "crearà un món de gos-menja-gos en què tots perden en última instància; . . els principis ètics constitueixen una de les forces més fortes per mantenir una societat sana i en creixement".

2. En segon lloc, el declivi de l'ètica empresarial és un mal negoci. Les seves parts interessades són importants avaluadors del comportament ètic de les empreses: els directius individuals, els directius dels seus homòlegs, els treballadors, la societat en general, el govern i –el més important– els clients/usuaris.

Independentment del seu origen, hi ha normes i expectatives ètiques per a totes les empreses i directius. S'espera que els directius i les empreses actuïn de manera ètica (Gilmore, 1986). Una dificultat important per als directius, suposant que decideixin actuar de manera ètica, és determinar les normes ètiques actuals o esperades. Això pot ser especialment difícil per als directius multinacionals que s'enfronten a una varietat d'expectatives ètiques de diverses cultures estrangeres. Sovint, les normes ètiques no s'expressen explícitament, però tot i així els directius han de retre comptes davant de les normes "assumides o enteses".

La complexitat de la societat i l'empresa moderna augmenta la dificultat de determinar el context ètic de les accions dels directius. No hi ha gaire problema a qualificar de poc ètiques certes accions: malversar un fons fiduciari; utilitzar els actius d'un ocupador per a un negoci personal; practicar una discriminació racial manifesta.

Tot i això, altres accions empresarials poden ser més difícils de caracteritzar en termes d'ètica: Negar a una dona en edat fèrtil el dret a treballar en una planta amb productes químics tòxics és un acte poc ètic de discriminació per raó de sexe? O permetre treballar-hi seria un acte contrari a l'ètica per ignorar la seva salut relacionada amb la feina? Les sentències recents del Tribunal Suprem no responen a aquesta qüestió ètica; es limiten a establir precedents jurídics per als litigis.

FRENAR EL DECLIVI DE L'ÈTICA EMPRESARIAL

Per endarrerir el declivi de l'ètica necessitem:

- (1) ensenyar ètica a les escoles,
- (2) desenvolupar Codis de Conducta Ètica,
- (3) establir millors mecanismes de control i informació, i
- (4) desenvolupar "líders ètics"

LÍDER O GESTOR?

Què és el lideratge? El lideratge és l'art de mobilitzar-ne d'altres perquè vulguin lluitar per aspiracions compartides (Kouzes & Posner, 1995). El lideratge és una confiança sagrada que es guanya a través del respecte dels altres (Gosling & Mintzberg, 2003).

Sempre s'ha sentit a dir que gestionar és crucial, però per anar més enllà cal saber liderar. El líder no ha de deixar de ser el gestor. Un líder que perd el nord es pot convertir en una figura pertorbadora, megalòmana, inconseqüent i, en última instància, en una amenaça per a les organitzacions.

Prendre consciència del paper que estem exercint actualment i de les seves conseqüències en relació amb el nostre equip és el 1r pas per poder passar del paper de Cap (manager) al de Líder.

- Crear una visió de futur que inspire la gent

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- Major innovació | menor aversió al canvi: equip i empresa flexible i no gestionada per la por (cometre errors)
- Aconseguir que la gent s'identifiqui amb l'empresa (sentit de pertinença i implicació).
- Facilitar el desenvolupament de l'equip i del seu potencial (motivació, determinació, ambició).
- El bé comú per sobre dels meus interessos



PREGUNTES:

Pregunta núm. 1: Què converteix algú en un líder eficaç davant d'algú que només ocupa un càrrec de gestió o direcció? ????

Pregunta núm. 2: Se li acudeix algun dels seus caps anteriors? ????

S'espera dels líders (i directius), així com de les empreses, que actuïn de manera ètica. Han de recordar sempre que hi ha una gran diferència entre allò que es té dret a fer i allò que és correcte fer.

Tots som únics i cadascú de nosaltres pot fer ús de diferents actius i estratègies de lideratge. Tot i això, és un fet inevitable que les expectatives dels empleats respecte als seus líders han canviat. Esperen visió, comunicació, transparència i preocupació pel seu creixement i benestar. Esperen que siguin líders, entrenadors i no només gestors.

L'ètica per als líders empresarials implica una sèrie de comportaments que s'adhereixen als valors que tenen el directiu individual, els supervisors i els subordinats del directiu, la societat en general i, el que és més important, els clients del directiu.



VÍDEOS:

Vídeo núm. 1: Un diumenge qualsevol (discurs previ al partit): <https://www.youtube.com/watch?v=oSDhhZtRwFU>

Vídeo núm. 2: L'escàndol Enron: <https://www.youtube.com/watch?v=Mt2O1bH8pww>



PREGUNTES:

Pregunta núm. 3: Podeu identificar els elements del lideratge ètic?

Pregunta núm. 4: Basant-se en els seus coneixements sobre Ètica, pot identificar elements de lideratge no ètic al segon vídeo?

Per què l'ètica i la confiança que genera són bones per a les empreses?

- ✓ L'ètica proporciona un avantatge competitiu: Els clients i els bons empleats prefereixen treballar amb els qui els inspiren confiança.
- ✓ L'ètica dóna credibilitat: La gent creu fàcilment aquells en qui confia.
- ✓ L'ètica fa que les organitzacions siguin més eficients: La confiança fa que la presa de decisions sigui més ràpida i econòmica.
- ✓ L'ètica aixeca la moral: En una cultura que genera confiança, les persones se senten millor a la feina i amb si mateixes.
- ✓ L'ètica augmenta la lleialtat: La confiança genera la fidelitat de clients i empleats.

ÈTICA EMPRESARIAL I LIDERATGE

Què cal per ser un líder ètic i un empleat ètic? Calen principis perquè les decisions es regeixin per valors ètics com l'honradesa, el respecte, la responsabilitat i l'equitat. Cal confiança per informar amb honestedat, un entorn en què sigui possible dissentir, en què tots els membres de l'equip siguin dignes de confiança i s'hi confii. Fa falta valor perquè tant els líders com els treballadors demostrin integritat i facin el que és correcte encara que sigui difícil o costós. I encara que això no garanteixi un fabulós informe anual o una forta pujada del preu de les accions, garanteix el respecte propi i el dels altres. Tothom en una organització, des dels líders als empleats, s'ha d'adonar que hi ha una gran diferència entre allò que es té dret a fer i allò que és correcte fer.

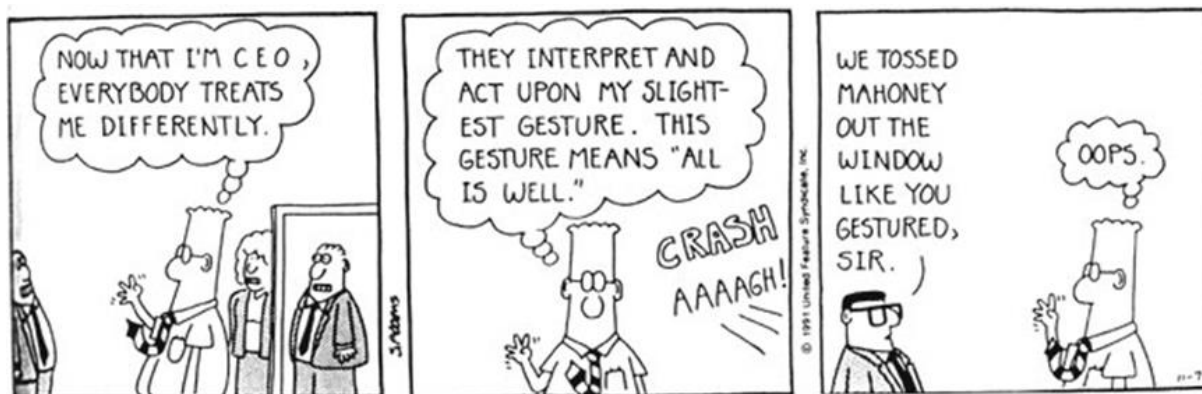


Arribats a aquest punt, cal assenyalar que la bibliografia internacional afirma que hi ha tres categories de moral de gestió que destaquen en relació amb els principis ètics i morals en els assumptes empresarials. Segons Thompson, Strickland i Gamble (2007) aquestes tres categories són:

- a. La gestió moral - Els gestors morals estan dedicats a alts nivells de comportament ètic, tant en les pròpies accions com en les expectatives sobre com s'han de dur a terme els negocis de l'empresa.
- b. La direcció immoral - Els directius immorals no tenen en compte les anomenades normes ètiques en els negocis i no paren atenció als principis ètics a l'hora de prendre decisions i dirigir els negocis de l'empresa.
- c. El directiu amoral - Els directius amorals es presenten de dues maneres: el directiu intencionadament amoral i el directiu involuntàriament amoral. Els directius intencionadament amorals creuen conscientment que els negocis i l'ètica no s'han de barrejar perquè als negocis s'apliquen regles diferents de les d'altres àmbits de la vida. Els directius involuntàriament amorals tampoc no presten gaire atenció al concepte d'ètica empresarial, però per raons diferents. Simplement no tenen en compte, no els importa o no paren atenció al fet que determinats tipus de decisions empresarials o activitats de l'empresa tenen efectes perjudicials per a altres; en resum, simplement estan cecs a la dimensió ètica de les decisions i les accions empresarials.

Steiner (2000) descriu quatre nivells d'ètica empresarial en què s'avalua el directiu:

1. El sistema empresarial, amb judicis sobre l'efecte total de les empreses (capitalistes) a la societat;
2. La indústria, amb indústries diferents que tenen normes ètiques diferents:
Per exemple, una empresa farmacèutica davant d'un estudi cinematogràfic;
3. L'empresa, amb empreses individuals que tenen una gran varietat de patrons de comportament:
Per exemple, Ben and Jerry's davant de les empreses de gelats Dryers;
4. El gestor individual, en què cada persona és responsable del seu propi comportament.



El lideratge ètic consisteix a conèixer els teus valors fonamentals i tenir el valor de viure'ls en tots els àmbits de la teva vida al servei del bé comú.

Seràs la mateixa persona a la feina? A casa? A la comunitat? Tindràs el valor de viure els teus valors quan hi hagi pressions per transigir o racionalitzar? Com contribueixen els teus valors al bé comú?



VÍDEO:

Vegeu els vídeos següents i comenteu-los amb els participants/alumnes:

<https://www.youtube.com/watch?v=GPeeZ6viNgY>

UN LIDERATGE D'ÈXIT NECESSITA 4 ACTIUS

"Qualsevol es pot enfadar, això és fàcil. Però enfadar-se amb la persona adequada, en el grau adequat, en el moment adequat, amb el propòsit adequat i de la manera adequada... això no és fàcil".

Aristòtil, Ètica a Nicòmac

El lideratge està estretament relacionat amb les nostres emocions. El lideratge és el resultat del nostre desenvolupament personal. Aquí podem resumir les nostres conclusions anteriors fent servir els resultats dels exercicis introductoris juntament amb els resultats dels exercicis sobre valors fonamentals i mostrar-los com les emocions condueixen al desenvolupament personal i, finalment, al Lideratge.

Daniel Goleman va establir un marc dels components principals d'un líder d'èxit. Aquestes quatre característiques es poden combinar amb el material de Portugal "Learning and Doing" correlacionant aquestes característiques amb els quatre principis.

L'autoconsciència ens permet actuar amb autenticitat i sense ulleres. Els "components" per aconseguir l'autoconsciència són:

- Autoconsciència emocional = reconèixer les pròpies emocions i els seus efectes;
- Autoavaluació precisa = coneixement dels propis recursos interns, capacitats i límits;
- Confiança en un mateix = fort sentit de la pròpia vàlua i capacitats;

L'autogestió ens permet actuar amb claredat mental, energia i concentració. Els "components" de l'autogestió són:

- Autocontrol emocional = mantenir sota control les emocions i impulsos pertorbadors;
- Fiabilitat = mantenir la integritat i assumir la responsabilitat del rendiment personal;
- Consciència = ser auto disciplinat i escrupolós en el compliment de les responsabilitats;
- Adaptabilitat = Flexibilitat per respondre als canvis;
- Impuls d'èxit = Esforç per millorar o assolir un nivell d'excel·lència;
- Iniciativa = Mostrar pro activitat i persistència;

La consciència social ens permet actuar de manera adequada al context. Els "components" de la consciència social són:

- Empatia=sentir els sentiments i perspectives dels altres i interessar-se activament per les seves preocupacions;
- Orientació al servei = anticipar, reconèixer i satisfer les necessitats dels clients;
- Consciència organitzativa=lectura dels corrents socials i polítics a l'organització;

La gestió de les relacions ens permet orientar el to emocional de les persones i dels grups. Els "components" de la gestió de les relacions són:

- Desenvolupar els altres = detectar les necessitats de desenvolupament dels altres i potenciar-ne les capacitats;
- Influència = tàctiques eficaces de persuasió;
- Comunicació=escoltar obertament i enviar missatges convinents;
- Gestió de conflictes = negociació i resolució d'acords;
- Lideratge visionari = inspirar i guiar individus i grups:
 - ✓ Catalitzador del canvi = Iniciar o gestionar el canvi;
 - ✓ Construir enllaços=Nodrir les relacions instrumentals;
 - ✓ Treball en equip i col·laboració = crear sinergia d'equip en la persecució d'objectius col·lectius;

Per ser més ètics, els líders han de canviar.

Recursos personals per gestionar el canvi:

- Iniciar un camí de reflexió i autoconeixement;

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- Comparteix l'aprenentatge;
- Practica amb regularitat;
- Conèixer el camí davant de recórrer-lo;
- ésser conscient de l'autoevolució, l'autonomia i el benestar;
- Actua en conseqüència;
- Path1 i 2 bones oportunitats per a l'autoreflexió, aprenentatge i pràctica.

**VÍDEO:**







Demaneu als participants que vegin el vídeo següent d'un cas pràctic abans de la classe i que el comentin durant la mateixa.

<https://www.youtube.com/watch?v=8zGFvzMMO9w>



Mòdul 5 - "EMPREDAMENT ÈTIC"

Mòdul 5 – “EMPREDIMENT ÈTIC” estructura de les classes.

Icona	Explicació												
	Temps- 45-60 minuts.												
	Material: Capítol núm. 1. "Fonamentació teòrica de l'ensenyament ètic empresarial": <ul style="list-style-type: none"> • Mòdul 5 - "EMPREDAMENT ÈTIC"; • Presentació Power Point - "V&F Mòdul 5"; 												
	Eines / plataformes per a l'ensenyament en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre. 												
	Estructura d'una "classe": <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar els resultats de l'aprenentatge de les classes prèvies; 2. Presentació dels temes principals; 3. Sobre el mòdul. Preguntes/respostes/debat; 4. Presentació de la part teòrica amb exemples pràctics; 5. Exercici de valors fonamentals; 6. Debat; 7. Comentaris. 												
	Resultats de l'aprenentatge de les classes: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Coneixements bàsics</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entendre què és l'esperit empresarial ètic; ▪ Conèixer les dimensions de l'esperit empresarial ètic; </td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descobrir com esdevenir un empresari ètic; </td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; </td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar empresaris que puguin servir de model; </td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconèixer els propis valors fonamentals; </td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular preguntes útils per debatre amb els empresaris sobre l'esperit empresarial ètic; </td> </tr> </tbody> </table>	Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entendre què és l'esperit empresarial ètic; ▪ Conèixer les dimensions de l'esperit empresarial ètic; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descobrir com esdevenir un empresari ètic; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar empresaris que puguin servir de model; 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconèixer els propis valors fonamentals; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular preguntes útils per debatre amb els empresaris sobre l'esperit empresarial ètic;
Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entendre què és l'esperit empresarial ètic; ▪ Conèixer les dimensions de l'esperit empresarial ètic; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descobrir com esdevenir un empresari ètic; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar empresaris que puguin servir de model; 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconèixer els propis valors fonamentals; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular preguntes útils per debatre amb els empresaris sobre l'esperit empresarial ètic; 												
	Temes principals: <ul style="list-style-type: none"> • QUÈ ÉS L'ESPERIT EMPRESARIAL ÈTIC? • PER QUÈ CONSIDERAR L'ESPERIT EMPRESARIAL ÈTIC? • COM CONVERTIR-SE EN UN EMPRESARI ÈTIC? 												

SOBRE EL MÒDUL:

QUÈ ÉS L'ESPERIT EMPRESARIAL ÈTIC?

L'esperit empresarial ètic és un concepte que impulsa un desenvolupament holístic de tot l'ecosistema empresarial, no només de la pròpia empresa. Es tracta d'adoptar pràctiques empresarials ètiques que ajudin a impulsar un canvi positiu a l'ecosistema empresarial, augmentant així les possibilitats d'èxit de l'empresari.

Quan l'ètica empresarial es practica i és visible, els empresaris i el seu equip treballen amb gran zel, dedicació i determinació, per assolir els objectius de l'organització, i junts treballen pel bé comú de tothom. Es pot veure clarament que quan es demostra una bona ètica empresarial, les empreses poden manejar o fer front a les dificultats quan sorgeixen.

Cal que els empresaris ètics preguntin com pot contribuir la seva activitat empresarial a la resolució dels problemes socials.

PER QUÈ CONSIDERAR L'ESPERIT EMPRESARIAL ÈTIC?

Els empresaris tenen molt de què preocupar-se quan intenten obtenir beneficis i donar a conèixer el seu nom. Però fer créixer un negoci ara també depèn de satisfer les expectatives de treballadors i consumidors més alineats amb els valors. Aquests valors estan impulsats en gran mesura per les generacions més joves: els mil·lennials i la generació Z. Enquestes recents mostren que a les generacions més joves els importa molt si les marques que donen suport han posat en marxa polítiques ètiques o si estan prenent mesures per ser més sostenibles amb les pràctiques empresarials, productes i serveis.

Van quedar enrere els dies en què una empresa podia ignorar el seu impacte al món que l'envoltava. Les seves responsabilitats ètiques han d'estar a primera línia de la seva estratègia empresarial. Per on començar?

Les noves empreses sovint s'enfronten a molts dilemes ètics. Quan els diners escassegen i els productes o serveis són nous, és fàcil intentar retallar despeses o seguir el camí més barat, en lloc del més ètic. Alguns dels dilemes ètics més comuns a què s'enfronten els empresaris són:

- Treure un producte o servei abans que estigui llest, arriscant-ne la qualitat.
- Com complir el que hom diu que farà quan la manca de finançament o altres obstacles s'interposen en el camí.
- Si cal proporcionar als empleats prestacions fonamentals que són difícils de pagar immediatament.
- Centrar-se en les opcions rendibles davant de les respectuoses amb el medi ambient
- Recórrer a la via menys ètica pot ser especialment temptador quan l'empresa encara és petita i no hi ha molta gent que se'n responsabilitzi mútuament.

Consideracions mediambientals

Crear una empresa responsable amb el medi ambient és una manera que els empresaris se centrin a fomentar un negoci ètic. El nostre impacte en el medi ambient és un tema urgent des de fa anys, però continua sent prioritari per a les empreses, els consumidors i els treballadors, sobretot a mesura que les generacions més joves es fan amb el control dels llocs de treball.

Una enquesta recent encarregada per Swytch, una plataforma de blockchain d'energia neta, mostra que més del 70 per cent dels empleats de la generació del mil·lenni estarien disposats a acceptar un salari menor a canvi de treballar per a una empresa responsable amb el medi ambient: el 10% va dir que fins i tot acceptarien una retallada salarial de 10.000 dòlars.



Però aquestes preocupacions no només en tenen els treballadors. Un informe de Nielsen indicava que el 66% dels consumidors pagarien més per marques que fossin sostenibles, i el 73% pagaria més per productes i serveis sostenibles.

Les consideracions mediambientals inclouen des de l'ús de recursos energètics naturals fins a l'oferta de productes sense crueltat. Si acabes de començar, pot ser difícil tenir en compte el medi ambient quan tens molt més a fer. Però fer-ho una prioritat l'ajudarà a començar amb l'ètica en ment, assentant les bases per als propers anys.

Crear un propòsit clar

Perquè tant vostè com la seva empresa rendeixin comptes, assegureu-vos que les seves accions i productes estan d'acord amb la seva missió i visió. Això requereix, per descomptat, que desenvolupis aquests conceptes amb cura per a la teva empresa i els comparteixis amb l'equip. La vostra missió i visió us ajudaran a mantenir la coherència i a tenir present l'objectiu final en prendre decisions.

Definir i establir els seus valors des del principi l'ajudarà a vostè i a l'equip a ser conscients del compromís de l'empresa amb la transparència, i motivarà a tots a mantenir-se dins dels límits ètics de l'empresa. El teu propòsit també estarà clar, cosa que és un bon recordatori de per què fas el que fas.

Centrar-se en les persones

Ningú hauria creat una empresa sense les persones que vol ajudar amb els seus productes o serveis. En lloc de centrar-se simplement com un làser al vostre compte de resultats, recordeu sempre que, al capdavall, són les persones les que impulsen el creixement de la seva empresa. Aquest enfocament s'aplica tant als clients com als empleats.

Tractar bé els clients i donar prioritat a les seves necessitats és una manera ètica de dirigir una empresa. Però si no se'ls posa al primer lloc de la llista, pot ser fàcil oblidar aquesta senzilla veritat. Els clients necessiten creure a la marca i als seus serveis, i això comença per ser un líder ètic.

L'ètica és un concepte ampli, que inclou des de la possibilitat de falsejar els informes financers o eludir la normativa sobre eliminació de residus fins a la manera de tractar els empleats, els clients i el medi ambient. Però en tots els aspectes, tenir una empresa ètica comença per definir-ne el propòsit i la visió. S'estén a les operacions, pràctiques d'atenció al client, compromisos en línia, les organitzacions que recolza i com tracta les persones. I, al final, l'ètica ajuda a generar èxit (Provident CPA, 2020).

COM CONVERTIR-SE EN UN EMPRESARI ÈTIC?

La majoria de les persones no creen una empresa pensant que faran allò incorrecte. Tot i això, els reptes ètics sorgeixen inevitablement. És encara més difícil fer el que és correcte si la vostra empresa no està ancorada des del principi a una sòlida base moral. Els empresaris poden assegurar uns fonaments ètics fermes per a la seva empresa assegurant-se de respondre "sí" a aquestes quatre preguntes crucials:

1. Equitat: El seu model de negoci es basa en resultats beneficiosos per a tothom?

Una de les pràctiques que van conduir a la crisi financera del 2008 va ser la de certs bancs que agrupaven deute de risc, el venien als seus clients i després apostaven contra aquestes mateixes inversions. L'èxit de cap empresa ha de basar-se en el fracàs dels seus propis clients. Un principi bàsic de qualsevol empresa ètica és que tant l'empresa com el consumidor han de sortir guanyant. La necessitat de guanyar a costa dels clients és un error moral fonamental.

2. Integritat: Es poden promocionar els productes/serveis de la vostra empresa amb la veritat?



Si una empresa necessita alterar dràsticament les imatges dels seus productes perquè semblin atractius, fabricar comentaris positius dels clients o amagar les condicions contractuals, és que alguna cosa va molt malament. Qualsevol empresa que tingui una proposta de valor legítima hauria de poder promocionar els seus productes o serveis presentant-los de manera directa i honesta. La creativitat en la comunicació és bona, però la necessitat de canviar la veritat és un signe clar d'una base moralment defectuosa.

3. Decència: Podeu dir sense pudor als altres a què es dedica la vostra empresa?

Quan li van preguntar com decidia quin contingut publicitari no utilitzaria la seva agència, un executiu de publicitat va dir que no permetria la creació de res que no volgués que veiessin la dona i els fills. La mateixa norma de decòrum s'ha d'aplicar al concepte empresarial bàsic. Ha de poder descriure amb orgull el seu negoci al seu cònjuge, fills, mare, pare i tots els altres. La vergonya pot significar un model de negoci moralment sospitós.

4. Sostenibilitat: La vostra empresa fa un ús eficient dels recursos?

La noció que el malbaratament és immoral no és res de nou. Consumir més del que necessitem, o gola, és des de fa temps un dels set "pecats capitals". Les organitzacions han d'evitar una manca d'autocontrol semblant començant pel disseny d'un model de negoci sostenible. Per descomptat, continuar sent viable significa ser rendible. Això no obstant, aquí sostenible significa més específicament practicar una bona administració dels recursos per donar suport al benestar a llarg termini de tots, no només de les principals parts interessades. Un model empresarial basat en el consum imprudent no és només ineficaç, sinó també èticament irresponsable.

Equitat, integritat, decència i sostenibilitat: els quatre pilars de l'empresa ètica. Per descomptat, aquests quatre pilars de l'empresa ètica no garanteixen la moralitat, però la seva adopció primerenca proporciona la base ferma sobre la qual s'assenta una empresa amb mentalitat moral (Entrepreneur Europe, 2015).



EXERCIR ELS "VALORS FONAMENTALS":

Definim el lideratge ètic com: conèixer els teus valors fonamentals i tenir el valor d'actuar d'acord amb ells en nom del bé comú. Aquest exercici us ajudarà a clarificar els seus valors fonamentals. És un exercici desafiador, i tindrà més sentit si ho fas en silenci i pel teu compte. Durant el procés destacaràs els valors més importants per a tu. Per això, eliminaràs

alguns de la llista. Això no vol dir que estiguis rebutjant valors. Els que identifiquis com a importants sempre ho seran. El procés de reducció us ajuda a determinar els vostres valors CORE. Para atenció al teu diàleg interior mentre tries. El teu procés et revelarà veritats interessants sobre tu mateix.

Full d'avaluació

Pau	Integritat	Riquesa	Alegria
Felicitat	Amor	Èxit	Reconeixement
Amistat	Família	Fama	La veritat
Autenticitat	Saviesa	Poder	Estatus
Influència	Justícia		

1. Revisa els valors del full d'avaluació. Fixa't que a la part inferior hi ha algunes línies en blanc. Utilitzeu aquestes línies per afegir qualsevol valor que sigui important per a vostè, però que no aparegui a la llista.
2. Poseu un estel al costat de totes les paraules de valor que siguin molt importants per a vostè, incloses les que hagi afegit. Això es convertirà en el vostre conjunt personal de valors.
3. Reduïu la llista als seus vuit valors principals titllant els menys importants o envoltant amb un cercle els més importants. Dedica dos o tres minuts a aquesta tasca.
4. Ara reduïu la llista a cinc, seguint el mateix procés.
5. Ara reduïu la llista a tres.
6. I, finalment, esculli els seus dos valors fonamentals.



CAPÍTOL No.2. "EL MÈTODE D'APRENTATGE BASAT EN PROBLEMES"







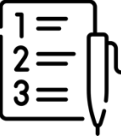

CBL significa Case Based Learning (aprenentatge basat en problemes). El mètode de l'estudi de problemes és un sistema d'ensenyament destinat a estendre un pont entre els estudis acadèmics formals i el món empresarial de la vida real. El cas presenta, de manera narrativa i tabular, un conjunt de fets sobre una situació específica de gestió. S'haurà de separar el que és rellevant del que és irrellevant i organitzar els fets en una exposició clara del problema o problemes plantejats. A continuació, s'haurà de formular possibles solucions, triar i defensar una solució concreta i dissenyar-ne l'aplicació.

La finalitat del mètode d'estudi de problemes és proporcionar una situació d'aprenentatge fructífera que combini les teories de gestió amb els problemes pràctics de les empreses de serveis. El tipus de problemes que s'aborden en els estudis de casos varia des de les operacions quotidianes dels sistemes de serveis fins a esdeveniments menys freqüents, però de gran importància. Ens posem en el lloc del gestor i es veu la situació del cas des de la perspectiva del gestor. L'objectiu és aprendre alguna cosa sobre el procés de presa de decisions en nom d'una empresa.

L'ensenyament mitjançant el mètode de l'estudi de problemes és participatiu i la principal responsabilitat recau en l'alumne. En cert sentit, el cas és la primera matèria sobre la qual es demana als estudiants que practiquin. Els beneficis del mètode d'estudi de casos seran aproximadament proporcionals a l'esforç que els estudiants dediquin a l'anàlisi del cas. L'objectiu primordial del mètode és desenvolupar i perfeccionar les destreses per resoldre un problema complex. La primera etapa d'aquest procés valuós és aprendre a identificar el problema o els problemes. Altres etapes del procés poden incloure el cribratge i la interpretació dels fets, l'establiment de cursos d'acció alternatius i el càlcul dels costos i beneficis relatius, la formulació de recomanacions específiques i la demostració de quina és la millor alternativa i, finalment, el disseny de l'execució. És el que anomenem el mètode dels 6 passos. Els casos tenen diferents graus de complexitat, abast i dificultat. La pràctica en l'anàlisi del cas ajudarà els alumnes a preparar-se per prendre decisions.



Estructura del taller "Estudi de casos"

Icona	Explicació												
	1 formador/professor o 2 formadors/professors que vulguin organitzar un taller integrat.												
	Grup d'alumnes/ classe.												
	30 empreses per analitzar de la llista suggerida de 30 casos pràctics.												
	30 tallers de la llista suggerida de 30 casos pràctics. Durada de 1 taller -30-45 min / Durada de 2 tallers - 60-90 min.												
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Metodologia del Capítol núm. 2. "EL MÈTODE D'APRENTATGE BASAT EN CASOS"; • ANNEXOS N° 1 - Quadre de casos pràctics; • ANNEXOS NÚM. 2 - 30 Estudis de casos: <ul style="list-style-type: none"> • Casos pràctics de "sostenibilitat, ecologia"; • Casos pràctics de "Gestió responsable i justa"; • Estudis de casos "Educació, canvi de mentalitat"; 												
	Eines/plataformes per a tallers en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre. 												
	Estructura del taller "Estudi de casos": <ol style="list-style-type: none"> 1. Triar el cas pertinent de la llista de 30 estudis de casos proposats; 2. Presentar, descriure l'empresa i l'empresari als alumnes; 3. Descriure el dilema ètic/moral i el cas relacionat amb l'home i el planeta; 4. Creació del seu valor actual en relació amb el cas; 5. Presentar diferents perspectives de valors i principis relacionats amb el cas. 6. Organitzar el debat amb els participants; 7. Rebre els comentaris. 												
	Resultats de l'aprenentatge "Estudi de casos": <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Coneixements bàsics</td> <td>▪ Comprendre els elements més importants de l'esperit empresarial ètic per desenvolupar l'estudi de cas;</td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td>▪ Els estudiants desenvolupen el pensament crític; ▪ Seguir els 6 passos; ▪ Analitzar i avaluar de manera verídica el cas pràctic;</td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td>▪ Demostrar exemples de lideratge ètic;</td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td>▪ Identificar empresaris que puguin servir de model;</td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td>▪ Els alumnes s'interessen per l'esperit empresarial ètic; ▪ Omplir la plantilla d'estudi de cas;</td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td>▪ Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan se'ls presenta i debat un dilema ètic.</td> </tr> </tbody> </table>	Coneixements bàsics	▪ Comprendre els elements més importants de l'esperit empresarial ètic per desenvolupar l'estudi de cas;	Aplicació	▪ Els estudiants desenvolupen el pensament crític; ▪ Seguir els 6 passos; ▪ Analitzar i avaluar de manera verídica el cas pràctic;	Integració	▪ Demostrar exemples de lideratge ètic;	Dimensió humana	▪ Identificar empresaris que puguin servir de model;	Atenció	▪ Els alumnes s'interessen per l'esperit empresarial ètic; ▪ Omplir la plantilla d'estudi de cas;	Aprendre a aprendre	▪ Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan se'ls presenta i debat un dilema ètic.
Coneixements bàsics	▪ Comprendre els elements més importants de l'esperit empresarial ètic per desenvolupar l'estudi de cas;												
Aplicació	▪ Els estudiants desenvolupen el pensament crític; ▪ Seguir els 6 passos; ▪ Analitzar i avaluar de manera verídica el cas pràctic;												
Integració	▪ Demostrar exemples de lideratge ètic;												
Dimensió humana	▪ Identificar empresaris que puguin servir de model;												
Atenció	▪ Els alumnes s'interessen per l'esperit empresarial ètic; ▪ Omplir la plantilla d'estudi de cas;												
Aprendre a aprendre	▪ Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan se'ls presenta i debat un dilema ètic.												

2.1.Com treballar amb l'aprenentatge basat en problemes: descripció del mètode educatiu i de les activitats

A - La descripció del mètode educatiu i les activitats comença amb:

- Descripció de l'empresa i de l'empresari
- Descripció del dilema ètic/moral i del cas relacionat amb l'home i el planeta
- Creació de valor en relació amb el cas
- Diferents perspectives de valors i principis relacionats amb el cas

Per això, hem de seguir aquests 6 passos:

	Step 1: Explore	Create a complete picture of the situation
	Step 2: Question	Formulate the questions that you would like answer to
	Step 3: Involvement	Determine who's involved and what the involved parties aim to accomplish
	Step 4: Consideration	Justify the pros and cons
	Step 5: Decision	Make a decision based on previous steps
	Step 6: Evaluate	See if your decision was right

Pas 1 - Explorar

A la nostra zona es poden cercar empreses que destaquin pels seus valors ètics. Sovint, les empreses impulsades per ideals són també mitjançant opcions conscients i valors que són de gran valor per a ells. A més, a les notícies a través de diaris i mitjans de comunicació en línia són sovint les empreses interessants per descobrir.

Pas 2 - Preguntar

- **L'empresari**

Fer una bona descripció de l'empresari en relació amb el cas. Quin paper ha tingut en aquest assumpte. També és interessant saber com va sorgir l'impuls ètic de l'empresari. Heu tingut algun model o font d'inspiració que us hagi motivat? Li ve de casa, etc.?

- **L'empresa.**

Indicar també en quina mesura contribueix en relació amb les persones, el planeta i la prosperitat, si és possible

- **El cas.**

Descriure el cas començant pel **quan**, després el **com**, el **què**, el **qui**, el **perquè**.



Pas 3 - Participació

Determinar qui està implicat. Descriure els diferents interessos de les parts. Què volen aconseguir? Quines són les diferents opcions? Quines són les motivacions de les diferents opcions? i per què no poden trobar una solució fàcil?

Pas 4 - Consideració

Posar el cas sobre la taula i intentar trobar tots els pros i contres. A continuació, introduir les altres opcions possibles. Que totes les opcions sustentin per què es poden utilitzar o no.

Pas 5 - Decisió

Prendre una decisió basada en els passos anteriors. Posar totes les opcions sobre la taula i argumentar també els pros i els contres de cada opció. A continuació, formular una solució ben meditada per a aquest cas.

Pas 6 - Avaluar

Esbrinar si la seva decisió va ser la correcta i per què ho va ser.

UN BON CAS:





- Requereix que l'alumne combini les dades del cas;
- Està relacionat amb el propi coneixement;
- Rebutja la pro-probabilitat i arriba a una decisió correcta;

CRITERIS PER DESENVOLUPAR UN DILEMA ÈTIC:

- El cas és professionalment rellevant i representatiu de la realitat. En la mesura que sigui possible, també és important que el cas estigui en consonància amb els objectius d'aprenentatge i la professió futura de l'alumne;
- Un dilema ètic té lloc entre múltiples parts. Per això és important que el cas descrigui totes les perspectives de la qüestió;
- Proporciona suficient informació contextual substantiva;
- Descriu la informació sense interpretar;
- Relaciona la pregunta directament amb el cas. El cas no pot ser una il·lustració separada per a una pregunta que després qüestionari aspectes de coneixements generals. És important que el cas i la pregunta formin un tot;
- El cas pot tenir lloc a qualsevol sector (comerç detallista, restauració, sanitat, etc.);
- Es pot afegir informació addicional que exerceixi un paper important a nivell regional o nacional en la fabricació;



Estructura de preparació "Estudi de casos".

Icona	Explicació
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Metodologia del Capítol núm. 2. "EL MÈTODE D'APRENTATGE BASAT EN CASOS" • ANNEXOS N° 1 - Quadre de casos pràctics;
	Eines / plataformes per a l'ensenyament en línia: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre.
	Estructura de " l'Estudi de casos": <ol style="list-style-type: none"> 1. Explorar. Crear una imatge completa de la situació; 2. Preguntar. Formular les preguntes a les quals volem obtenir resposta; 3. Implicació. Determinar qui hi participa i què pretenen aconseguir les parts implicades; 4. Consideració. Justificar els pros i els contres; 5. Decisió. Prendre una decisió basada en els passos anteriors; 6. Avaluar. Comprovar si la teva decisió ha estat encertada;
	Temes principals: <ol style="list-style-type: none"> 1. "Sostenibilitat, ecologia"; 2. "Gestió responsable i justa"; 3. "Educació, canvi de mentalitat".

B - Després de fer els sis passos, per al cas pràctic, reunim tota la informació en aquesta plantilla.

ESTUDI DE CAS: [número]		[País]
TÍTOL:	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:		
Tipus d'indústria:		
Nombre d'empleats:		
Descripció general de l'empresa: [Descriuiu breument l'organització i els seus productes/serveis. Expliqueu quins valors morals són importants per a l'organització i si l'impuls ètic és visible a tota l'organització].		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:		
Perfil: [Descriuiu breument la formació i experiència de l'empresari (estudis, experiència laboral prèvia, etc.).		
EL DILEMA MORAL		
Descripció: [Descriuiu breument el dilema moral a què s'enfronta l'empresari o l'empresa indicant clarament [a] les parts interessades rellevants (clients / empleats / societat / etc.) i [b] el tipus de dilema (és a dir, Drets Humans, Laboral , Mediambiental, Anticorrupció)].		
La decisió: [Expliqueu i justifiqueu breument la decisió presa per l'empresari o l'empresa. En cas que comparteixi l'estudi de cas amb els alumnes abans de la sessió, NO comparteixi aquesta secció, ja que es debatrà a classe amb ells].		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
Altres recursos [si escau]: [Incloeu més recursos sobre l'empresa i/o l'empresari, com ara lloc web, pàgines de xarxes socials, articles rellevants, etc.].		

NOTA: L'estudi del cas ha de tenir aproximadament 2 pàgines.

Als ANNEXOS núm. 2 - "30 estudis de casos" trobareu els 30 estudis de casos dividits en diferents grups:








- Casos pràctics de "sostenibilitat, ecologia";
- Casos pràctics de "Gestió responsable i justa";
- Estudis de casos "Educatió, canvi de mentalitat".




CAPÍTOL No.3. ACTIVITAT "QUICK SCAN"

Aquesta activitat es centra en una acció de connexió entre alumnes, empresaris i treballadors de l'empresa. Per implicar les empreses, s'estableix una sèrie de visites a empreses i entrevistes. L'objectiu de les converses és cercar pràctiques i bones pràctiques, i traçar un mapa de la mentalitat actual dels representants de la vida empresarial. Això es produeix en relació amb l'ètica i els valors empresarials. De l'intercanvi i de les visites sorgeixen històries, visions, dilemes, solucions i, sobretot, models a seguir. Els models de conducta són persones buscades i seleccionades pels mateixos estudiants a partir de les converses. Als models de conducta se'ls demana que exerceixin un paper més en les activitats del projecte.

Estructura de l'activitat "Quick Scan".

Icona	Explicació
	1 formador/professor
	Grup d'alumnes/ classe.
	1 representant d'empresa/per activitat
	<p>Recomanació - 8 entrevistes amb representants d'empreses. 1 temps d'entrevista - 30-60 min. La preparació d'una entrevista requereix tres tallers:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. "Abans de l'entrevista"; 2. "Durant l'entrevista"; 3. "Després de l'entrevista". <p>Durada de 1 taller - 30-60 min.</p>
	<p>Material:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capítol núm. 3. "ACTIVITAT D'EXPLORACIÓ RÀPIDA"; • Document Word - "Manual d'escaneig ràpid"; • Presentació Power Point - "Esperit empresarial i dilemes ètics inspiradors"; • Presentació Power Point - "Com preparar els alumnes per a una visita a una empresa"; • Presentació Power Point - "Taller sobre com preparar els alumnes";
	<p>Eines/ plataformes per a tallers / entrevistes en línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard o un altre.
	<p>Preparació del QUICK SCAN:</p> <p>Estructura del taller "Abans de l'entrevista":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar als alumnes l'estructura de l'activitat "Quick Scan"; 2. Triar l'empresa i el tema; 3. Investigar sobre l'empresa i el representant comercial; 4. Omplir formulari d'estudi de cas; 5. Preparar preguntes per a l'entrevista; 6. Repartir-se els papers; 7. Practicar abans de l'entrevista. <p>Estructura del taller "Durant l'entrevista":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Breu presentació del representant de l'empresa i dels participants; 2. Breu presentació del projecte "Value & Future"; 3. Dirigir el lideratge dels alumnes formulant preguntes i sistematitzant les respostes;



	<p>4. Finalització de la reunió. 5.</p> <p>Estructura del taller "Després de l'entrevista":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Els alumnes sistematitzen les preguntes i responen als resultats mitjançant un formulari; 2. Emplenament de resums i informes sobre bones pràctiques; 3. Emplenar qüestionaris d'opinió; 												
	<p>Resultats de l'aprenentatge de l'activitat "Quick Scan":</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="379 465 683 528">Coneixements bàsics</td> <td data-bbox="683 465 1369 528"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la visió (pràctica) dels empresaris sobre l'esperit empresarial ètic; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 528 683 622">Aplicació</td> <td data-bbox="683 528 1369 622"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolupar els temes ètics empresarials apresos en preguntes per als empresaris; ▪ Orientar el pensament crític; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 622 683 685">Integració</td> <td data-bbox="683 622 1369 685"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar les similituds i les diferències entre les definicions d'empresari i les definicions teòriques; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 685 683 748">Dimensió humana</td> <td data-bbox="683 685 1369 748"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre com afronten els empresaris (experimentats) els reptes ètics de la iniciativa empresarial; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 748 683 869">Atenció</td> <td data-bbox="683 748 1369 869"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre dels models de conducta com els valors de l'esperit empresarial ètic són rellevants si hagués d'assessorar el seu futur líder o quan vostè mateix es converteixi en líder; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 869 683 929">Aprendre a aprendre</td> <td data-bbox="683 869 1369 929"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre a adquirir coneixements pràctics a través de diàlegs amb empresaris. </td> </tr> </table>	Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la visió (pràctica) dels empresaris sobre l'esperit empresarial ètic; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolupar els temes ètics empresarials apresos en preguntes per als empresaris; ▪ Orientar el pensament crític; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar les similituds i les diferències entre les definicions d'empresari i les definicions teòriques; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre com afronten els empresaris (experimentats) els reptes ètics de la iniciativa empresarial; 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre dels models de conducta com els valors de l'esperit empresarial ètic són rellevants si hagués d'assessorar el seu futur líder o quan vostè mateix es converteixi en líder; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre a adquirir coneixements pràctics a través de diàlegs amb empresaris.
Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la visió (pràctica) dels empresaris sobre l'esperit empresarial ètic; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolupar els temes ètics empresarials apresos en preguntes per als empresaris; ▪ Orientar el pensament crític; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar les similituds i les diferències entre les definicions d'empresari i les definicions teòriques; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre com afronten els empresaris (experimentats) els reptes ètics de la iniciativa empresarial; 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre dels models de conducta com els valors de l'esperit empresarial ètic són rellevants si hagués d'assessorar el seu futur líder o quan vostè mateix es converteixi en líder; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendre a adquirir coneixements pràctics a través de diàlegs amb empresaris. 												

Material.

Al "Manual del Quick Scan", un formador pot trobar informació de l'Activitat "Quick Scan" perquè els alumnes lauguin a terme durant les visites a empreses. El document conté tot allò necessari per guiar els alumnes. El formador pot decidir quines parts comparteix directament amb els alumnes i quines parts és útil esmentar en donar instruccions o en qualificar les avaluacions. És fonamental que abans del taller els professors repassin el manual i el taller per tenir una idea clara de com estructurar i programar el taller i fer els ajustaments necessaris.

El material de l'activitat "Quick scan" consta de: Manual i presentacions amb Power Point.

1. Document Word - "Manual Quick Scan" conté 7 capítols:

1. Introducció a l'activitat i al projecte;
2. Objectiu d'interacció estudiant + empresa en forma de visites, entrevistes i converses;
3. Com preparar els alumnes per a l'activitat;
4. Exemples de preguntes;
5. Bones pràctiques: resums de converses i visites;
6. Indicadors d'èxit i com mesurar els resultats;
7. Recomanacions d'empresaris i estudiants;

2. Presentacions amb Power Point.

Les presentacions amb Power Point són els materials interactius que es faran servir als tallers. S'han creat tres presentacions PowerPoint:

- "Esperit empresarial i dilemes ètics inspiradors";
- "Com preparar els estudiants per a una visita a una empresa";
- "Taller com preparar els alumnes".

El primer taller només s'ha de fer quan els alumnes ja tinguin coneixements previs i una comprensió de l'esperit empresarial ètic i els dilemes ètics. Si no és així, els professors han de proporcionar als alumnes aquests coneixements, i la presentació "Esperit empresarial ètic i dilemes ètics inspiradors" ajudarà a satisfer la llacuna de coneixements.

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Preparació dels alumnes.

De vegades els alumnes són més creatius i innovadors que els professors i l'objectiu del professor és treure això dels alumnes, adoptar un enfocament centrat en l'alumne. És important que els alumnes prenguin la iniciativa, i el paper del professor és actuar com a guia i mentor dels alumnes. Mostrar-los el camí que han de seguir, però no donar-los totes les respostes, sinó permetre que els alumnes pensin per ells mateixos, com va dir Albert Einstein: "No ensenyo mai als meus alumnes, només puc intentar proporcionar-los les condicions en què puguin aprendre". Per tant, aquestes eines, materials i mètodes són les diferents condicions per preparar i motivar l'alumne. Alguns d'aquests mètodes són:

1. Divisió de tasques i responsabilitats (opcional).

Dividir les tasques i les responsabilitats facilita que el dia de l'entrevista i la seva preparació siguin eficients i es desenvolupin sense problemes. Per tant, definir els papers i les seues responsabilitats pot fomentar el sentit de la responsabilitat. Això no obstant, es tracta d'un mètode opcional i queda a discreció del professor aplicar-lo o no. Les preguntes de l'entrevista es formaran i debatran en grup, a banda d'això, cadascun dels cinc alumnes pot assumir un paper i les seues responsabilitats, però no ha de ser individualista, les responsabilitats es poden repartir i, en definitiva, es tracta de un treball en equip. (Exemple de divisió: cap d'equip, cap de comunicació, secretari, cap d'anàlisi de recerca, cap de gestió de recursos humans).

2. Llistes de control.

Animar els alumnes a crear una llista de coses que heu de fer o tenir per a l'entrevista.

En lloc d'informar-los perquè en facin una, plantejar-la com una pregunta.

Exemple: Quina eina creus que podem fer servir o què creus que podem fer per assegurar-nos que no ens hem saltat cap pas per a l'entrevista?

Això els permetria pensar per ells mateixos i iniciar la creació de la llista de control ells mateixos en lloc que el professor ho faci per ells.

3. Manteniment de les comunicacions.

Suggerir als alumnes que es mantinguin en contacte en relació amb aquesta activitat fins al moment de l'entrevista i després. Com els agradaria als alumnes mantenir-se en contacte i animar-los a organitzar reunions o crear un grup de WhatsApp, cosa que els resulti més convenient.

4. Creativitat i innovació.

Animar i sondejar els estudiants perquè aportin la seva creativitat i innovació en qualsevol forma que es pugui utilitzar en el procés d'inici del taller, abans i després de l'entrevista, com ara

- Animar els alumnes a pensar originalment, per exemple, en les preguntes d'una entrevista;
- Els estudiants poden crear una targeta d'invitació digital i enviar-la a l'empresari;
- Entregar als alumnes un qüestionari o jugar a un joc sobre dilemes ètics i esperit empresarial ètic;
- Crear una presentació amb PowerPoint o utilitzar una altra eina perquè les preguntes de l'entrevista es puguin compartir en lloc d'en un document de Word;
- Crear un vídeo breu o fer un collage de fotos del procés i de tota l'experiència;
- Demanar a l'empresari que us ensenyi l'empresa.

Aquests són només alguns dels materials, mètodes i eines per preparar els alumnes per a l'activitat de visites a empreses. Amb l'esperança d'animar, motivar i proporcionar als alumnes les condicions i les eines necessàries perquè prenguin les regnes d'aquesta activitat i la converteixin en una cosa que els entusiasme, amb l'ajuda d'un bon professor que els guïi.











CAPÍTOL No.4. ACTIVITAT "ET-TALKS"

ET TALKS - és un enllaç entre els centres d'FP i el món empresarial. Sessions curtes en línia amb empresaris que són entrevistats per alumnes d'FP dels diferents països socis del projecte, perquè aquests darrers recullin bones pràctiques en un debat entre iguals (sales ZOOM). S'ha preparat una presentació amb PowerPoint perquè cada soci la tingui com a punt de referència/plantilla i, en última instància, organitzi les xerrades d'ET de la manera més eficaç possible.

Aquests esdeveniments seran una gran oportunitat no només perquè els alumnes se sentin més còmodes en parlar i entrevistar-se amb un professional, sinó també per cultivar habilitats socials rellevants i millorar la seva marca personal i la seva socialització a nivell empresarial; com expressar-se o descriure's a si mateixos, com presentar l'objectiu d'una entrevista i com tractar les competències interculturals o qüestions delicades, inclusivament, oberts de ment, etc.

Estructura de l'activitat "ET TALKS".

Icona	Explicació
	1 representant d'empresa per "ET TALK". Activitat "ET TALK" - internacional/local.
	2 o més formadors/professors.
	Grup d'alumnes/ classe.
	Temps "ET TALK": 45-60 min.
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Capítol No.4. "ET TALKS"; • Presentació Power Point - "V&F ET Talks directrius per a les entrevistes"; • Document Word - "Directrius per a la producció de vídeos".
	Eines/ plataformes per a l'activitat en línia: <ul style="list-style-type: none"> • YouTube, Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings;
	Estructura "ET TALK": <ul style="list-style-type: none"> • Abans de l'activitat "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar els requisits previs (distribució de funcions, fixar data/hora, plataforma/eines en línia, invitacions formals, publicacions en xarxes socials, etc.); 2. Assajar i tenir un pla B, per si sorgeix algun problema; 3. Enviar recordatoris a totes les parts interessades. • Durant l'activitat "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprovació de darrera hora de la xarxa, el sistema d'enregistrament, el guió/les preguntes, la disponibilitat de totes les persones implicades; 2. Breu presentació de l'empresa i del representant comercial;

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Preguntes per defecte sobre la conceptualització de l'ètica, descripció d'un dilema passat i la possible redefinició, compartint alguns consells; 4. Fi de la xerrada ET i de l'enregistrament. <ul style="list-style-type: none"> • Després de l'"ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Difondre l'acte a les xarxes socials 2. Editar el vídeo amb Intro i Outro (https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-WEYmdn8QOF0kR7AP65DeCg5Gztvj7k4) i pujar-lo a YouTube 3. Enviar una carta d'agraïment a l'empresari (idealment amb un regal simbòlic) juntament amb el qüestionari d'avaluació. 4. Elaborar un informe basat en l'experiència. 												
	<p>Resultats de l'aprenentatge de "ET TALKS":</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Coneixements bàsics</td> <td>▪ Gestió del projecte: planificació, preparació, execució, avaluació, informe de l'entrevista</td> </tr> <tr> <td>Aplicació</td> <td>▪ Habilitats interpersonals (comunicació, col·laboració, pensament crític, resolució de problemes, juntament amb amabilitat i discreció).</td> </tr> <tr> <td>Integració</td> <td>▪ Rebre i reflexionar sobre les respostes dels professionals</td> </tr> <tr> <td>Dimensió humana</td> <td>▪ Reflexionar sobre el llenguatge corporal i el respecte per les iniciatives i la mentalitat empresarial/personal d'una persona.</td> </tr> <tr> <td>Atenció</td> <td>▪ Apropiació de l'entrevista</td> </tr> <tr> <td>Aprendre a aprendre</td> <td>▪ Adoptar la formulació de les preguntes en funció de la persona entrevistada; ▪ Familiaritzar-se amb l'entorn tècnic del muntatge d'una entrevista</td> </tr> </table>	Coneixements bàsics	▪ Gestió del projecte: planificació, preparació, execució, avaluació, informe de l'entrevista	Aplicació	▪ Habilitats interpersonals (comunicació, col·laboració, pensament crític, resolució de problemes, juntament amb amabilitat i discreció).	Integració	▪ Rebre i reflexionar sobre les respostes dels professionals	Dimensió humana	▪ Reflexionar sobre el llenguatge corporal i el respecte per les iniciatives i la mentalitat empresarial/personal d'una persona.	Atenció	▪ Apropiació de l'entrevista	Aprendre a aprendre	▪ Adoptar la formulació de les preguntes en funció de la persona entrevistada; ▪ Familiaritzar-se amb l'entorn tècnic del muntatge d'una entrevista
Coneixements bàsics	▪ Gestió del projecte: planificació, preparació, execució, avaluació, informe de l'entrevista												
Aplicació	▪ Habilitats interpersonals (comunicació, col·laboració, pensament crític, resolució de problemes, juntament amb amabilitat i discreció).												
Integració	▪ Rebre i reflexionar sobre les respostes dels professionals												
Dimensió humana	▪ Reflexionar sobre el llenguatge corporal i el respecte per les iniciatives i la mentalitat empresarial/personal d'una persona.												
Atenció	▪ Apropiació de l'entrevista												
Aprendre a aprendre	▪ Adoptar la formulació de les preguntes en funció de la persona entrevistada; ▪ Familiaritzar-se amb l'entorn tècnic del muntatge d'una entrevista												

CAPÍTOL No.5. "FUTURE DAYS"

Els "Future Days" són debats i diàlegs entre alumnes, professors i empresaris. Durant l'activitat s'anima els alumnes a aplicar eficaçment els seus coneixements, a desenvolupar el lideratge personal, l'esperit emprenedor, el treball en equip, la capacitat de pensament crític i la curiositat.







Aquesta activitat proporciona condicions favorables perquè els mateixos estudiants iniciïn debats amb els empresaris, plantegin la problemàtica de les qüestions ètiques que són rellevants avui dia. Durant els "Future Days" els estudiants aprenen a plantejar qüestions discutibles, analitzar i buscar exemples positius, comprendre què és important per a les empreses ètiques, sostenibles i responsables, quins valors guien els empresaris i quines habilitats són necessàries per dirigir una empresa ètica. Aquests debats amb empresaris revelen sovint els estigmes encara existents i les diferents actituds envers l'ètica, la responsabilitat i la sostenibilitat de les empreses.

Creiem que l'activitat "Future Days" és una gran oportunitat per canviar l'actitud de la societat davant dels negocis i la responsabilitat social, per promoure un comportament ètic a les decisions quotidianes, per a una perspectiva més reeixida dels negocis ètics i perquè els estudiants adquireixin coneixements empresarials rellevants per crear un negoci més prometedor o planificar una carrera més prometedora.

També és útil per als empresaris conèixer les expectatives, tendències i qüestions ètiques que plantegen els joves com a potencials consumidors o empleats.

Per als professors, és un excel·lent exemple de com incloure en el procés educatiu tasques i activitats que fomentin el desenvolupament d'un ventall més ampli de competències dels alumnes.

Estructura de l'activitat "DIES FUTURS"

Icona	Explicació
	3 representants d'empreses per ESDEVENIMENT.
	5 o més formadors/professors.
	Grup d'alumnes/ classe.
	"DIES FUTURS" durada de l'esdeveniment - 60-90 min.
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Capítol No.5. "ELS DIES FUTURS"; • Document Word - "Directrius per als dies futurs";
	Eines/ plataformes per a l'activitat en línia: <ul style="list-style-type: none"> • YouTube, Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings;
	Estructura de l'activitat "Future Days": <ul style="list-style-type: none"> • Durant les activitats del "Quick Scan" hem recopilat una xarxa de models de conducta; • Seleccionar la manera de desenvolupar les jornades (tipus d'esdeveniment de la

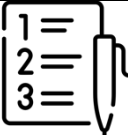

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	llista suggerida); <ul style="list-style-type: none"> • Parlar amb els empresaris i professors, per crear l'esdeveniment; • Presentar els estudiants i organitzar l'acte amb els participants; • Recollir els comentaris. 												
	<p>Resultats de l'aprenentatge de les activitats "DIES FUTURS":</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="375 392 678 459">Coneixements bàsics</td> <td data-bbox="678 392 1366 459"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre els elements més importants de l'esperit empresarial ètic; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="375 459 678 526">Aplicació</td> <td data-bbox="678 459 1366 526"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Els alumnes desenvolupen el pensament crític; ▪ Analitzar i avaluar els imperatius morals; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="375 526 678 548">Integració</td> <td data-bbox="678 526 1366 548"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="375 548 678 582">Dimensió humana</td> <td data-bbox="678 548 1366 582"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar empresaris que puguin servir de model; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="375 582 678 672">Atenció</td> <td data-bbox="678 582 1366 672"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Els alumnes s'interessen pel tema de l'esperit empresarial ètic; ▪ Dialogar amb els empresaris; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="375 672 678 763">Aprendre a aprendre</td> <td data-bbox="678 672 1366 763"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Acte de diàleg amb empresaris; ▪ Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan es presenta i es debat un dilema ètic; </td> </tr> </table>	Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre els elements més importants de l'esperit empresarial ètic; 	Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Els alumnes desenvolupen el pensament crític; ▪ Analitzar i avaluar els imperatius morals; 	Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; 	Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar empresaris que puguin servir de model; 	Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Els alumnes s'interessen pel tema de l'esperit empresarial ètic; ▪ Dialogar amb els empresaris; 	Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acte de diàleg amb empresaris; ▪ Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan es presenta i es debat un dilema ètic;
Coneixements bàsics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre els elements més importants de l'esperit empresarial ètic; 												
Aplicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Els alumnes desenvolupen el pensament crític; ▪ Analitzar i avaluar els imperatius morals; 												
Integració	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar exemples de lideratge ètic; 												
Dimensió humana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar empresaris que puguin servir de model; 												
Atenció	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Els alumnes s'interessen pel tema de l'esperit empresarial ètic; ▪ Dialogar amb els empresaris; 												
Aprendre a aprendre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acte de diàleg amb empresaris; ▪ Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan es presenta i es debat un dilema ètic; 												

Com crear una xarxa d'empresaris?



En primer lloc, cal buscar un empresari que ja tingui un paper ètic i social a la comunitat. Pot ser el propietari d'un restaurant, comerciant o mentor d'una xarxa escolar o educativa. A continuació, ajudar els alumnes a preparar una entrevista amb aquest empresari. Deixar que els alumnes treballin en parelles perquè es compenetrin. A continuació, ensenyar a mantenir una entrevista (sense posar èmfasi en els errors sinó en les oportunitats per a una organització en conjunt).

Hem creat una presentació Power Point per formar els alumnes perquè parlin amb els empresaris i compreguin la difícil situació a què s'enfronten, els reptes que cal superar i el comportament ètic que es podria establir!

La introducció a l'escola sobre l'empresa és essencial. Deixar que els alumnes cerquin a Internet informació sobre l'empresa. Les preguntes que els alumnes han de respondre són:

- A què es dedica l'empresa? On opera l'empresa?
- Quina és la missió, visió i objectius de l'empresa?
- Quins són els punts forts de l'empresa?
- Se t'acudeixen dilemes ètics que podrien tenir un paper en aquesta branca o empresa?
- Quins són els valors ètics personals?
- Quins són els seus valors ètics personals que vol veure reflectits a l'empresa?
- Idea de pregunta: preguntar a l'empresa sobre el tracte als empleats;
- Quins són els valors ètics de l'empresa i com els practiquen?

Un cop realitzada la formació anterior, és essencial fer-ne un seguiment amb els alumnes i els empresaris. Deixeu que els estudiants prenguin la iniciativa, ajudeu-los a organitzar un acte perquè els empresaris es coneguin, s'assessorin mútuament o tinguin una "plataforma d'idees". Aleshores (en mig any més o menys) alumnes i empresaris es trobaran. Utilitza una plataforma online o offline, utilitza un o dos emprenedors com a base a la zona. Ajuda tots a beneficiar-se. Diversos socis ho han utilitzat amb èxit.

A més, a l'hora de crear una xarxa d'emprenedors, hi ha diferents accions que podeu emprendre com a centre d'FP. Permeteu-nos donar-li alguns suggeriments. Aquestes accions us poden ajudar a identificar empreses i persones emprenedores que vulguin invertir en el desenvolupament d'una mentalitat empresarial ètica:





Empreses de pràctiques. Es tracta de PIME i grans empreses que obren les portes a estudiants d'FP en pràctiques;



Antics alumnes de la teva formació i escola. Són la nova generació d'empresaris que us envolta;



Xarxes empresarials de la zona. Podeu pensar en xarxes corporatives generals i associacions empresarials, o en xarxes més específiques que es creen per a temes relacionats amb el pensament ètic, com ara la sostenibilitat, l'economia circular, l'economia social, etc.



Fires d'iniciativa empresarial a la zona. Podeu visitar aquestes fires amb els vostres alumnes, difonent el tema de l'esperit empresarial ètic i els objectius de Value & Future parlant amb els expositors;



Vivers d'empreses de la zona: sovint formen una xarxa i ofereixen actes i moments de networking als joves.

Recull de metodologia i activitats per aplicar durant els actes:



1. Presentacions:

Una presentació és una manera d'oferir i mostrar informació a partir de les dades i els resultats d'una investigació. Generalment s'utilitza com a suport o ajut-memòria, per expressar els resultats d'una investigació, ja que amb la presentació es pot disposar d'un contingut multimèdia (és a dir, qualsevol suport visual o auditiu) que proporcioni una referència sobre el tema tractat, i que ajudi a comprendre i explicar els resultats a què es vol fer referència. Una presentació pot contenir texts, imatges, vídeos i fitxers d'àudio. Es pot dividir en dos tipus, la presentació multimèdia i la presentació comuna.



2. World Cafè:

El World Cafè és un mètode que utilitza en l'ambient informal d'un cafè perquè els participants explorin un tema debatent-lo en petits grups. Els debats se celebren a diverses rondes de 20-30 minuts, en un ambient distès que permet converses més relaxades i obertes.



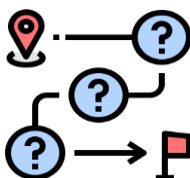
3. Exposició:

L'exposició és un dels millors mètodes per posar a prova l'aplicació del que s'ha ensenyat o après. Els alumnes aprenen a aplicar els coneixements i la informació recopilats a través de diverses fonts i el professor té l'oportunitat de posar a prova als alumnes què i quant han après.



4. Taula rodona:

Les taules rodones són debats en grups reduïts on tots tenen el mateix dret a participar. En realitat, aquest mètode pot incloure diversos formats diferents. Les taules rodones són una forma de debat acadèmic, s'utilitzen com a tècnica de participació comunitària i pública, i també poden ser utilitzades per organitzacions i empreses.



5. Aprenentatge basat en reptes:

És un enfocament pedagògic que implica activament els estudiants en una situació real, pertinent i relacionada amb el seu entorn. Implica que els estudiants treballin amb les parts interessades per definir un repte i desenvolupar en col·laboració una solució que sigui sostenible des del punt de vista mediambiental, social i econòmic.



6. Metodologia Design Thinking:

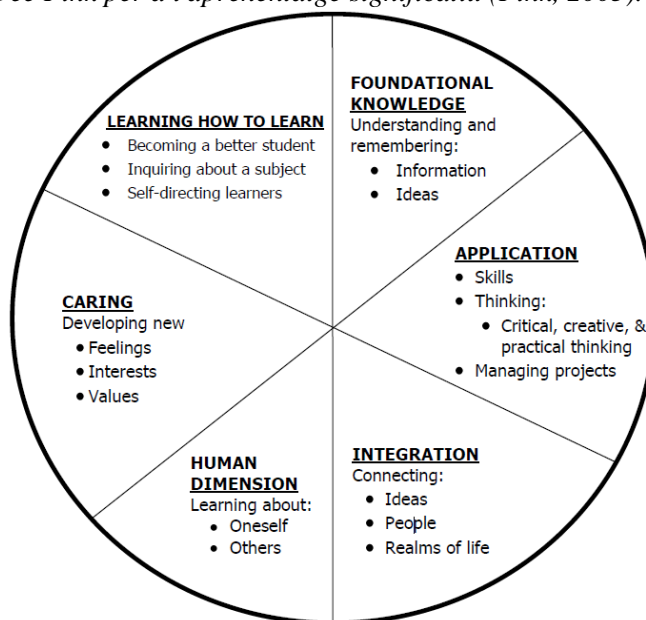
Aquesta metodologia se centra en les necessitats reals. Cada centre pot col·laborar amb altres parts interessades, com ara escoles, empreses i professors.



CAPÍTOL No.6. "DEFINICIÓ DELS RESULTATS DE L'APRENTATGE I AVALUACIÓ"

Com a formador o professor d'aprenentatge ètic empresarial, és important conèixer els resultats de l'aprenentatge dels alumnes del teu centre d'FP. El propòsit d'aquest capítol és explicar els resultats d'aprenentatge desitjats seguint la taxonomia de Dee Fink (2003), vegeu la Figura 1.

Figura1- Taxonomia de Dee Fink per a l'aprenentatge significatiu (Fink, 2003).



Dee Fink proposa que l'aprenentatge significatiu té lloc com una interacció de les sis dimensions següents: coneixements bàsics, aplicació, integració, dimensió humana, atenció i aprendre a aprendre. Aquesta taxonomia ha estat seleccionada acuradament pels autors per ajustar-se al contingut de la formació sobre l'esperit empresarial ètic i els valors, i es creu que encaixa millor que una taxonomia més convencional com la de Bloom (Bloom et al., 1984).

Com afirma Dee Fink, la taxonomia permet una alineació constructiva de:

- 1) aprenentatge/formació
- 2) resultats de l'aprenentatge
- 3) retroalimentació i avaluació

6.1. Definició dels resultats de l'aprenentatge i avaluació de les capacitats i competències empresarials ètiques

Una primera afirmació per formular els objectius d'aprenentatge consisteix a indicar un aprenentatge general que els alumnes seguiran recordant un any després de la formació.

"Un any (o més) després que s'acabi aquest curs, vull i espero que els estudiants siguin capaços d'argumentar la presa de decisions entre dos imperatius morals en el context de la iniciativa empresarial."

Al Quadre 1 desglossem els objectius d'aprenentatge basant-nos en la taxonomia.

Taula1- Resultats de l'aprenentatge

<p>Coneixements bàsics Objectiu d'aprenentatge 1 <i>Els alumnes comprenen i recorden els elements més importants de la definició d'esperit empresarial ètic descrita per Simon Sinek.</i></p>	<p>El professor presenta la definició "La responsabilitat de les empreses és utilitzar la seva voluntat i els seus recursos per promoure una causa més gran que elles mateixes, protegir les persones i els llocs on operen i generar més recursos per poder seguir fent totes aquestes coses durant el major temps possible: Una organització pot fer el que vulgui per construir el seu negoci sempre que sigui responsable de les conseqüències de la seva acció".</p>
<p>Aplicació Objectiu d'aprenentatge 2 <i>Els estudiants desenvolupen el pensament crític, on analitzen i avaluen els imperatius morals en els casos d'iniciativa empresarial ètica seleccionats pel formador.</i></p>	<p>Dins del projecte s'han recollit 30 casos als 6 països socis, es recomana als formadors que seleccionin els casos que considerin rellevants per al context de l'aprenentatge dels alumnes al centre de FP.</p>
<p>Integració Objectiu d'aprenentatge 3 <i>Els estudiants han de ser capaços de reconèixer les connexions entre els casos d'iniciativa empresarial ètica seleccionats pel formador i la vida personal, social i/o laboral dels estudiants.</i></p>	<p>El formador ha de fomentar la reflexió sobre els dilemes ètics, extreure'n similituds i apropar els casos als alumnes. El formador pot sondejar la resposta relacionant els casos amb exemples de dilemes ètics (empresarials) a la seva pròpia vida.</p>
<p>Dimensió humana Objectiu d'aprenentatge 4 <i>Els estudiants comprenen que quan interactuen amb altres poden tenir una entesa diferent/contrària sobre el millor imperatiu en un dilema moral en l'esperit empresarial.</i></p>	<p>Quan un formador presenta dilemes ètics empresarials, para atenció a explicar que un dilema és "una situació en què cal prendre una decisió difícil entre dues o més alternatives, especialment les que són igualment indesitjables". Per això la decisió sobre els dilemes s'ha de debatre i reflexionar. El formador ha d'evitar jutjar a la formació.</p>
<p>Atenció Objectiu d'aprenentatge 5 <i>Els estudiants s'interessen pel tema de l'esperit empresarial ètic.</i></p>	<p>El formador comparteix el seu entusiasme sobre el tema i estableix la rellevància més enllà del cas particular, per exemple, relacionant-ho amb l'intraemprenedoria.</p>
<p>Aprendre a aprendre Objectiu d'aprenentatge 6 <i>Els alumnes aprenen a comportar-se i a ser bons estudiants quan es presenta i es debat un dilema ètic.</i></p>	<p>El formador permetrà als alumnes reconèixer quan jutgen i no reflexionen.</p>

Aquests objectius d'aprenentatge són per a tots els mòduls junts i seran avaluats. Per orientar millor els professors i els formadors, cada mòdul té objectius d'aprenentatge específics que segueixen la taxonomia de Dee Fink. Vegeu, per exemple, els objectius d'aprenentatge del mòdul 2:

Resultats de l'aprenentatge de les lliçons del Mòdul 2:

<p>Coneixements bàsics</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre el concepte d'ètica empresarial; • Descriure els 3 components bàsics de l'ètica empresarial; • Relacionar la sostenibilitat empresarial i el govern corporatiu amb l'ètica empresarial;
<p>Aplicació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explicar per què són importants els valors corporatius; • Vincular els 10 principis del Pacte Mundial de l'ONU a l'ètica empresarial; • Descriure la importància dels 17 ODS;
<p>Integració</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexionar sobre la importància del bon govern i la sostenibilitat de les empreses;
<p>Dimensió humana</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir experiències personals relacionades amb l'aplicació de l'ètica en un entorn empresarial;
<p>Atenció</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometre's amb la importància d'aplicar l'ètica empresarial;
<p>Aprendre a aprendre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar exemples de com una empresa pot aplicar l'ètica; • Formular preguntes útils relacionades amb l'aplicació de l'ètica empresarial;



6.2. Metodologia per a l'avaluació dels resultats d'aprenentatge

De vegades es descarta innecessàriament l'avaluació, ja que hi ha la creença generalitzada que és l'assassí silenciós de l'aprenentatge. Curiosament, per a altres, l'avaluació és un motor. Tot i això, en allò que tots estan d'acord és que l'avaluació és valuosa quan està alineada amb els resultats de l'aprenentatge, per això hem alineat l'avaluació i els resultats de l'aprenentatge a la Taula 2.

Taula 2: Alineació dels objectius d'aprenentatge amb l'avaluació

Objectiu d'aprenentatge	Avaluació	Presentació i recapitulació de la formació	Casos en pràctiques	Enquesta d'actitud	Informe d'autoreflexió
1 - Coneixements bàsics	x				
2 - Aplicació			x		
3 - Integració			x		x
4 - Dimensió humana			x		
5 - Atenció				x	x
6 - Aprendre a aprendre			x		x

Quatre tipus d'avaluació s'han considerat els més adequats per avaluar els resultats de l'aprenentatge. Hi ha dues avaluacions durant la formació, que tenen lloc al llarg de la formació. Hi ha dues tasques de fi de formació, que tenen lloc les dues setmanes següents a la formació. Les quatre avaluacions es tractaran amb més detall a les subseccions següents.

Presentació i recapitulació de la formació.

Durant la formació, el formador interactua contínuament amb els estudiants, els fa preguntes i obre el debat. El formador utilitza aquestes interaccions per avaluar si els alumnes comprenen la definició d'esperit empresarial ètic que se'ls ha proporcionat.

Casos en formació.

Aquesta és la part principal de la formació, en què els formadors seleccionen casos rellevants. El formador guia els alumnes i estableix les competències per treballar en els casos, augmentant l'autonomia dels alumnes en tots els casos. El formador interactua contínuament amb els alumnes, fa preguntes i obre el debat. El formador utilitza aquestes interaccions per avaluar si els estudiants comprenen la definició sobre l'esperit empresarial ètic que se'ls ha proporcionat. També es demana als alumnes que presentin els casos i els enfocaments dels casos al formador i als companys.

Enquesta d'actitud.

Es faran enquestes d'actitud abans i després de la formació perquè el formador comprovi si els alumnes han desenvolupat un interès per l'esperit empresarial ètic. Es tracta sobretot d'una avaluació formativa i serveix d'indicador de l'aprenentatge per al professor.

No m'afecta gens (1) ... M'afecta totalment (5)	1	2	3	4	5
L'esperit empresarial ètic és un tema important					
L'esperit empresarial ètic no està fet per a mi (codificació inversa)					
Aprendre sobre ètica empresarial m'ajuda a comprendre els dilemes ètics a la meua vida personal					
La formació en iniciativa empresarial ètica és pertinent, encara que no vulgui ser empresari					
M'agradaria parlar altres persones que no participen en aquesta formació sobre l'esperit empresarial ètic.					
Puc aprendre dels altres com afrontar dilemes ètics					

El formador compara el nombre de punts sumant-los, tingueu en compte que el segon punt es codifica al revés, la resposta 1 són 5 punts i la resposta 5 és 1 punt. Ens fixem en els punts després de l'aprenentatge en comparació de l'aprenentatge previ. Els punts després de l'aprenentatge s'avaluen de la manera següent

- 6-12 punts: objectiu d'aprenentatge no s'ha assolit en absolut
- 13- 18 punts: alguns objectius complerts



- 19-30 punts: s'han assolit la majoria dels objectius d'aprenentatge; la formació es pot considerar un èxit.

*Noteu que també una diferència entre pretest i posttest pot indicar un aprenentatge no contemplat en les puntuacions anteriors.

Informe d'autoreflexió.

Els alumnes han de presentar un informe d'autoreflexió breu d'1 foli amb una introducció, una part principal i una conclusió. La introducció tracta de la rellevància del tema i del seu interès personal (objectiu d'aprenentatge 5), la part principal tracta de la rellevància dels casos d'iniciativa empresarial ètica presentats per a la pròpia vida personal, social i/o laboral dels alumnes (objectiu d'aprenentatge 3) i de com abordarien els alumnes futurs casos d'iniciativa empresarial ètica (objectiu d'aprenentatge 6).



CAPÍTOL No.7. "EXEMPLES, BONES PRÀCTIQUES. ESCRITS PER ESTUDIANTS"

7.1. Testimonis dels alumnes: el per què i el com de l'esperit empresarial ètic i del lideratge?


Per això utilitzarem els reptes i els gustos dels alumnes. Afegirem, per país, allò que els sembla, el repte i els suggeriments dels alumnes.

7.2. Exemples, bones pràctiques, lliçons apreses

Exemples, bones pràctiques i lliçons apreses oferirà exemples concrets de l'activitat docent als països dels socis, posant èmfasi en els seus reptes i recomanacions. Els exemples es presentaran de forma estructurada, descrivint el context de l'escola, proporcionant informació sobre els casos que es van abordar, el procés que van seguir els alumnes juntament amb el professor i les solucions que es van trobar, els exemples també explicaran els resultats específics de l'aprenentatge i les conclusions finals.


Per aquesta part hem utilitzat els exemples i el context de l'institut o organització en què es van fer les activitats. Intentem resumir les activitats, s'esmenten de més, però pel fet que la guia del formador és llarga, ens agrada escurçar aquesta versió. Als exemples també s'expliquen els resultats específics de l'aprenentatge. Què aconseguim tots junts amb els alumnes.

Finalment, enumerem les conclusions. Així doncs, què va ser el més vistós i digne de menció per part dels alumnes!

País	GRÈCIA 
Institució	IDEC SA L'escola de formació professional d'IDEC Delta a Atenes Grècia opera des del 1971 al camp de l'educació privada, oferint estudis de Formació Professional Post-secundària de Nivell 5. La combinació de gairebé mig segle d'experiència i desenvolupament i contacte continu amb les noves tendències i tecnologies, així com un personal qualificat i compromès, fan IEK DELTA el punt de partida ideal no només per als estudis, sinó també per a la realització dels objectius dels estudiants. Més informació: https://idec.gr
Reptes i solucions	1er Repte – L'ètica no era un terme tan obvi en un context empresarial quan es dirigia a estudiants de 17 a 20 anys. Solució 1: Els professors havien d'introduir la idea de l'Ètica presentant els casos pràctics i explicant el paper dels dilemes ètics. Una altra idea era veure dues pel·lícules (Erin Brockovich, The constant Gardener), en què els alumnes poguessin identificar el que significa tenir normes ètiques i decidir què és el millor per a la societat. 2n Repte - Parlar davant de la càmera i participar en grups de discussió en línia. Solució 2: A causa de COVID-19, en alguns períodes vam haver de canviar a reunions i sessions en línia. Al principi això va ser força desconcertant.
El procés que van seguir els alumnes juntament amb el professor	El procés i la metodologia seguits van ser més o menys els mateixos que en una classe ordinària; és a dir, van haver de llegir alguns estudis de casos i després reflexionar-hi, debatent i compartint el seu punt de vista. Tot seguit, els estudiants van participar en grups de discussió i esdeveniments, mentre que les entrevistes semblaven ser la part de V&F més difícil per a ells. En alguns casos, els estudiants van treballar en parelles o equip, però en altres van haver de preparar les coses a casa i presentar-les a la resta de l'equip. A més dels estudiants de FP, els professors/formadors de FP i els empresaris van participar plenament a diverses parts d'aquest procés. A Grècia vam tenir representants del sector públic, però sobretot del privat, així com d'ONG i associacions. Després de cada ocasió,
Anàlisi de dilemes morals	Consciència ecològica a la cadena alimentària; Sostenibilitat; Ingredients ecològics als aliments; Discriminació de gènere; Drets humans; Cultura empresarial ètica.
Comentaris dels estudiants	EL QUE MÉS AGRADA ALS ALUMNES: L'enfocament dels estudis de casos, perquè eren exemples concrets per adonar-se del que és un dilema ètic; Quick Scan, perquè és una guia pràctica i pas a pas sobre com entrar al món empresarial i com fer front a l'estrès en llançar-se a entorns empresarials i comportar-se en conseqüència; Future Days, perquè s'assemblaven als Career Days i destacaven la importància de la creació de xarxes i el benefici de ser extravertit i ambiciós; ET-Talks, perquè era la manera més interactiva d'arribar als empresaris, fer preguntes i desenvolupar un enfocament més holístic de la seva cultura empresarial i mentalitat; Tots els resultats els van ajudar a adonar-se de la importància de l'ètica en la gestió d'una organització i en l'establiment de relacions concretes entre companys i clients; també aconseguiren relacionar l'ètica amb la protecció del medi ambient, la meritocràcia i la igualtat entre companys, així com amb el respecte dels




	<p>drets humans en general; finalment, però no per això menys important, els estudiants van dir que va ser una experiència fructífera per a ells descobrir com n'és de difícil enfrontar-se a un dilema ètic i que el més difícil va ser prendre la decisió correcta que pugui cobrir tots els paràmetres d'una manera justa . així com amb el respecte dels drets humans en general; finalment, però no per això menys important, els estudiants van dir que va ser una experiència fructífera per a ells descobrir com n'és de difícil enfrontar-se a un dilema ètic i que el més difícil va ser prendre la decisió correcta que pugui cobrir tots els paràmetres d'una manera justa . així com amb el respecte dels drets humans en general; finalment, però no per això menys important, els estudiants van dir que va ser una experiència fructífera per a ells descobrir com n'és de difícil enfrontar-se a un dilema ètic i que el més difícil va ser prendre la decisió correcta que pugui cobrir tots els paràmetres d'una manera justa .</p> <p>EL QUE MENYS AGRADA ALS ALUMNES: L'extensa part teòrica; Que alguns dilemes ètics haurien evolucionat de manera diferent en el seu context nacional.</p> <p>SUGGERIMENTS DELS ALUMNES: Integrar aquests casos a les classes d'administració d'empreses; Poder parlar d'Ètica entre els companys d'escola i organitzar un esdeveniment internament per difondre la idea.</p>
Resultats de l'aprenentatge	<p>L'ètica és més crucial del que pensaven al principi. La majoria van admetre que no s'havien adonat de l'impacte que té al món corporatiu i a la cultura de cada empresa. Corporate Sustainable Responsibility and Environmental Social Governance; (un element clau per al lideratge i la transparència a les organitzacions).</p> <p>Als estudiants no els va entusiasmar tant la idea de llegir teoria. Habilitats toves dignes de menció, com ara: empatia; transparència; pensament crític; presa de decisions; lideratge</p> <p>La majoria d'aquests valors/habilitats van ser cultivats pels estudiants.</p> <p>Una altra cosa que val la pena esmentar és la feina entre iguals en els casos en què els estudiants grecs van haver de cooperar amb els seus companys de Xipre en el marc de les ET Talks; això els va donar l'oportunitat de relacionar-se i presentar-se com a grup nacional i, alhora, d'interactuar amb empresaris en un entorn de transmissió en directe!</p>

País	LITUÀNIA 
Institució	KAUNES EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES (Kautech) - és una institució pública que imparteix educació i formació professional inicial i continua oferint als estudiants una àmplia gamma d'especialitats relacionades amb els sectors de l'enginyeria, les tecnologies, la construcció i l'agricultura. Kautech combina uns 3000 estudiants, més de 450 membres del personal i 250 socis locals. Kautech aspira a convertir-se en una institució moderna que respongui als reptes de la globalització, la integració europea i promogui l'atractiu de la formació professional per a tots els grups destinataris. Més informació: https://kautech.lt/?lang=en
Reptes i solucions	<p>1r Repte- La motivació dels estudiants era baixa al principi dels pilots.</p> <p>Solució 1: Beques úniques per a estudiants. La quantia de les beques úniques dels estudiants depenia de les estadístiques d'assistència i de la iniciativa en les activitats del projecte.</p> <p>Solució 2:Es van expedir certificats als alumnes. El registre de la participació activa en el projecte als currículums dels alumnes els permetrà ser més competitius en sol·licitar pràctiques, llocs d'aprenentatge o llocs de treball, mentre no tinguin experiència laboral.</p> <p>Solució 3: Es va proporcionar als alumnes informació detallada sobre les activitats.</p> <p>Solució 4: La bona preparació dels alumnes va ser un èxit del procés. Es va animar els estudiants a prendre la iniciativa a la recerca de respostes, assumint papers de responsabilitat durant les entrevistes o les converses amb els empresaris.</p> <p>2n Repte - Alguns alumnes tenien dificultats amb l'anglès. Alguns alumnes van esmentar als qüestionaris d'avaluació que els resultava difícil entendre la conversa en anglès durant les ET Talks i l'intercanvi d'estudiants en línia, però que les activitats eren interessants.</p> <p>Solució 5:Es va aparellar els alumnes segons el seu nivell d'anglès en activitats de preparació internacional i entrevistes/esdeveniments internacionals perquè es recolzessin mútuament.</p> <p>Solució 6:Durant les activitats teòriques també vam veure els vídeos en anglès recomanats al material metodològic. Es demanava als alumnes amb un nivell d'anglès millor que tornessin a explicar les històries.</p>
El procés que van seguir els alumnes juntament amb el professor	Les activitats teòriques i de preparació es van organitzar regularment cada setmana en una classe utilitzant eines innovadores del projecte, estructura de les activitats i metodologia. Es van organitzar entrevistes, debats, intercanvis i esdeveniments en línia amb estudiants, professors i empresaris. Durant les activitats van participar tots els membres dels grups destinataris: (Micro nivell) -Estudiants de programes d'educació primària, secundària i professional;(Mezo nivell) - Professors, professionals de la formació professional, experts;(Macro nivell) - Associacions, professionals, empresaris, organitzacions, iniciatives, públic. Els estudiants van treballar individualment, per parelles i en grup. Els alumnes van omplir qüestionaris d'avaluació després de cada activitat i van redactar informes després dels debats/entrevistes/activitats amb empresaris.
Anàlisi de dilemes morals	Contaminació. Consum immoderat. Productes i solucions sostenibles; Aplicació d'altres tecnologies per resoldre la contaminació i altres problemes; Tracte cruel dels animals (Granges pel·leteres; Naus avícoles industrials; Condicions deficientes i infrahumanes per a l'exportació d'animals; Comerç de peixos vius;




	Contaminació i recursos de la indústria ramadera); Desigualtat de gènere. Discriminació de gènere; Rebuig d'aliments. Escassetat d'aliments; Exclusió de persones amb discapacitat; Exclusió/atur de persones socialment excloses; Nens amb càncer i les seves famílies que pateixen estrès psicològic a causa de la malaltia i de les despeses econòmiques; Suïcidis, assetjament escolar, problemes de salut emocional i psicològica.Com i on obtenir ajuda emocional i psicològica?;Addiccions (alcoholisme, tabaquisme, drogues); Cura irresponsable d'animals. Animals rodamóns. Danys de viviers il·legals; Economia "submergida" i el seu impacte a l'economia del país; Benestar emocional i psicològic dels empleats al lloc de treball; Manca d'educació cultural. Programes de voluntariat, beneficis i oportunitats per als joves; Ètica a les nostres vides i als negocis.
Comentaris dels estudiants	EL QUE MÉS ELS AGRADA ALS ALUMNES: les classes teòriques, temes, estudis de casos d'organitzacions, exploracions ràpides, debats i esdeveniments de dies futurs, xerrades sobre empremadoria internacional, preguntes i tasques durant les activitats, vídeos, entrevistes, debats; Van comprendre que amb l'ajuda d'un bon líder els empleats poden millorar i assolir els objectius personals i de l'empresa; Els va agradar analitzar temes ètics i qualitats d'un líder ètic; La informació proporcionada va ser interessant i va haver-hi possibilitat d'aprendre alguna cosa nova; Els va agradar la informació sobre ètica a les empreses; La capacitat dels emprenedors per crear empreses que ajudin a resoldre problemes socials, globals i rellevants; M'agradaren les històries sobre empreses, productes desenvolupats i com van sorgir les idees de negoci; Em va agradar que hi hagi organitzacions que es preocupen pel benestar dels animals; Exemples de professions que trenquen les normes; Que cada cop més empreses intenten operar amb transparència; Que les empreses es preocupen per la natura i lluiten contra la contaminació; Coneixement sobre les possibilitats de fer servir altes tecnologies; Conèixer altres estudiants d'altres països; Tasques interactives; Fou interessant parlar amb representants d'organitzacions; Esdeveniments valuosos, interessants i atractius; Em va agradar fer preguntes; Diversitat d'opinions; Em va agradar la sinceritat dels ponents en compartir les experiències. EL QUE MENYS ELS AGRADA ALS ALUMNES: Que les granges pel·leteres, les granges avícoles industrials i la crueltat amb els animals continuen existint; Que la desigualtat de gènere continua existint; Que l'economia submergida continua existint; Que la contaminació per plàstics és tan enorme i que no totes les empreses es preocupen per reduir la contaminació de la natura. SUGGERIMENTS DELS ALUMNES: Parlar més sobre aquests temes durant les classes regulars; Podrien ser tasques més interactives a Kahoot o altres plataformes.
Resultats de l'aprenentatge	Els estudiants van desenvolupar diferents habilitats: Una mentalitat més àmplia basada en els valors i l'empatia; habilitats de comunicació; pro activitat, confiança en si mateixos, resolució de problemes; habilitats de presentació, fiabilitat; treball en equip, habilitats de lideratge; empatia; diversitat, flexibilitat; responsabilitat social; cooperació entre institucions educatives, empreses/organitzacions i joves destacant models de conducta i decisions/solucions ètiques; habilitats d'innovació; retroalimentació reflexiva i habilitats d'informació; responsabilitat, millor assistència a classe.

País	XIPRE 
Institució	UNIVERSITAT DE NICÒSIA. Intercollege és una institució d'ensenyament superior independent, mixta i amb igualtat d'oportunitats, que combina els millors elements de l'educació occidental, les normes de qualitat i una filosofia internacional amb una autèntica atenció als seus estudiants. Situat a Nicòsia, Intercollege ha esdevingut un centre d'educació global que ofereix una àmplia gamma de programes d'estudi acadèmics, professionals i vocacionals. Un tret central de la identitat d'Intercollege és la seva relació especial amb la Universitat de Nicòsia, una relació que permet als seus estudiants tenir accés a la biblioteca de la Universitat, als seus recursos d'aprenentatge i recreatius, però, el que és potser més important, continuar els seus estudis, si així ho desitgen, en una Universitat de qualitat on seran especialment ben acollits. Més informació: https://www.unic.ac.cy
Reptes i solucions	En general, encara que la complexitat d'alguns casos podria haver plantejat dificultats, la claredat de la presentació dels casos i l'ambient de suport van fomentar debats significatius entre els estudiants que van participar al projecte Valor i Futur. Al principi, als alumnes no resultava fàcil trobar la solució correcta als dilemes ètics plantejats en els casos pràctics. A mesura que es familiaritzaven amb els temes i els casos pràctics, semblava que els alumnes eren capaços d'avaluar les situacions molt millor i els resultava més fàcil arribar a solucions que s'acostaven més a allò descrit en el cas pràctic.
El procés que van seguir els alumnes juntament amb el professor	Els alumnes de la Llicenciatura en Estètica van assistir a classes cada setmana com a part del curs Conducta Professional. Durant algunes de les classes els professors els presentaven els casos pràctics i després se'ls demanava que debatessin basant-se en el dilema ètic de cada cas pràctic. L'objectiu era que els alumnes debatessin abans que el professor revelés el plantejament seguit per l'empresari del cas pràctic.
Dilemes morals analitzats	1. És ètic que la societat imposi determinats cànons estètics i ideals de bellesa que poden provocar problemes d'imatge corporal i d'autoestima baixa? 2. Un empleat ha de denunciar pràctiques poc ètiques dins de la seva organització, encara que això suposi posar en perill el seu lloc de treball i el seu mitjà de




	<p>vida? 3. Una empresa ha de continuar comprant primeres matèries a un proveïdor d'un país en desenvolupament, sabent que els treballadors reben salaris molt baixos i treballen en males condicions? 4. Una empresa ha de contractar un candidat menys qualificat en lloc d'un altre de més qualificat per promoure la diversitat i evitar possibles demandes per discriminació? 5. Està èticament justificat que una empresa faci proves en animals per desenvolupar i garantir la seguretat dels seus productes? 6. Un spa ha de donar prioritat a maximitzar els beneficis oferint serveis o productes de menor qualitat, o ha de donar prioritat a la prestació de serveis d'alta qualitat que poden resultar més cars per als clients? 7. El propietari d'un spa o saló de bellesa ha de controlar i gravar les activitats dels empleats (com les pauses i les converses personals) per garantir la productivitat i la professionalitat, encara que això vulneri la seva intimitat? 8. Fins a quin punt és ètic que un spa o saló de bellesa comercialitzi els seus productes com a "totalment naturals" o "orgànics" quan contenen ingredients sintètics o han estat sotmesos a un processament exhaustiu? 9. Ha d'un spa o saló de bellesa aplicar pràctiques respectuoses amb el medi ambient, com ara l'ús d'equips energèticament eficients, productes ecològics i la reducció del consum d'aigua, encara que això requereixi una inversió financera addicional? 10. Com ha de gestionar un spa o saló de bellesa la informació i les dades dels clients per garantir la privadesa i la confidencialitat, especialment quan es tracta de dades personals o de salut delicades?</p>
Comentaris dels estudiants	<p>Testimoni 1: "Agraeixo l'oportunitat de participar en el projecte Valor i Futur d'Intercollege. Les lliçons sobre ètica i esperit empresarial ètic m'han obert els ulls. M'han permès reflexionar sobre el meu futur com a empresari i l'impacte que puc tenir a la societat. M'han agradat especialment els debats i els estudis de casos que m'han ajudat a comprendre els dilemes ètics a què s'enfronten les empreses, m'han fet ser més conscient de les decisions que prendré a la meua pròpia carrera, amb la complexitat d'equilibrar beneficis i valors, però a través del projecte vaig aprendre la importància de buscar un propòsit i prendre decisions ètiques en els negocis. El projecte Value & Future ha ampliat veritablement la meua perspectiva i m'ha inspirat per convertir-me en una empresària responsable i ètica". Anna, estudiant de Grau en Estètica a Intercollege.</p> <p>Testimoni 2: aquest projecte em va proporcionar les eines necessàries per esquivar aquests reptes i prendre decisions amb coneixement de causa. Em sento més preparat per crear una futura empresa que prioritzi tant la rendibilitat com la responsabilitat social". Dimitris, estudiant de Llicenciatura en Gestió d'Arts Culinàries a Intercollege.</p> <p>Testimoni 3: "El projecte Valor i Futur ha canviat la meua formació a Intercollege. Els mòduls sobre ètica i codi de conducta m'han proporcionat una base sòlida en l'esperit empresarial ètic. Els estudis de casos presentats durant les classes van ser interessants i em van ajudar a desenvolupar una comprensió més profunda de les opcions ètiques a què s'enfronten les empreses. El projecte em va animar a pensar críticament sobre el que m'importa com a futura empresària i com les meves decisions poden repercutir en la societat. Un dels reptes a què em vaig enfrontar va ser aprendre a desenvolupar-me en les complexitats del món empresarial mantenint-me fidel als meus valors, però el suport dels professors i empresaris que van participar en el projecte em va ajudar a superar aquests reptes i a desenvolupar un fort sentit de l'autenticitat. Estic agraïda per l'oportunitat de participar en el projecte Valor i Futur, ja que ha modelat la meua perspectiva i les meves aspiracions com a empresària". Despina, alumna de Llicenciatura en Estètica a Intercollege.</p>
Resultats de l'aprenentatge	<p>1. Adoptar pràctiques empresarials transparents i ètiques; 2. Donar prioritat a la responsabilitat social i mediambiental; 3. Fomentar la presa de decisions ètiques; 4. Promoure el lideratge basat en valors; 5. Col·laborar amb empreses afins. En conclusió, l'execució del projecte Value & Future a Intercollege ha estat una experiència transformadora per als estudiants participants. El projecte va crear amb èxit una plataforma de debat sobre ètica, valors i el paper dels empresaris a la societat. A través dels mòduls teòrics i els estudis de casos, els estudiants van poder desenvolupar una comprensió més profunda de l'esperit empresarial ètic i el seu impacte a les persones i al planeta. El projecte va fomentar el pensament crític, la formulació de preguntes importants i la recerca de models positius al món empresarial. Va posar en relleu la necessitat d'una educació empresarial potent que se centri en els valors i l'empatia, en lloc de perseguir únicament objectius lucratis. La metodologia del projecte va facilitar de manera eficaç converses atractives entre estudiants, professors i empresaris, permetent l'exploració de dilemes morals i la formació de solucions i idees. L'aplicació del projecte Valor i Futur a Intercollege ha tingut un paper important en la formació de la mentalitat i les aspiracions dels estudiants com a futurs empresaris responsables i ètics.</p>

País	ALEMANYA 
Institució	UNIVERSITAT DE CIÈNCIES APLICADES DE MÜNSTER La FH Münster és una universitat de ciències aplicades situada a Münster, Alemanya, amb més de 15.000 estudiants i 100 programes d'estudi a diferents departaments a nivell de llicenciatura i màster. Més informació: https://en.fh-muenster.de
Reptes i solucions	<p>1r Repte -en general va ser difícil integrar-lo al pla d'estudis a causa de l'acreditació, etc., per la qual cosa vam haver de fer front a alguns desafiaments administratius, però, al final, vam poder demostrar que es podia integrar en diferents formats.</p> <p>2n Repte -els alumnes participen en esdeveniments en línia, els professors recomanen incloure també la qualificació, però, si participen van apreciar l'oportunitat.</p>



	Solució. Per tant, tindria sentit planificar les activitats amb antelació per tenir un pla detallat i que els alumnes sàpiguen on han de ser.
El procés que van seguir els alumnes juntament amb el professor	<p>El curs amb les activitats es va posar a prova mitjançant diferents formats en els dos darrers semestres. En un semestre, es va poder provar com un curs específic per a estudiants de llicenciatura, a l'altre semestre es va poder integrar en un curs de màrqueting internacional per a estudiants de llicenciatura i integrar-se en projectes semestrals.</p> <p>Dins les classes i la teoria, es van utilitzar alguns casos de la guia del formador, però també es van ampliar amb alguns casos addicionals, elegits pels alumnes.</p> <p>Durant els actes es van debatre diferents dilemes i casos interessants, com:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Julián Sánchez va desafiar els estudiants amb la pregunta sobre "el paper dels diners". Timothy va debatre els pros i contres dels contractes de treball temporals, tant des del punt de vista de l'empresari com de l'empleat. Judith Helmer, professora de l'S2BMRC, va traslladar el paper de l'ètica a la vida quotidiana i va deixar que els estudiants pensessin en el paper de l'ètica fora de l'aula, per exemple quan compren productes o serveis. Iulia Stroila, una altra professora del S2BMRC, va conceptualitzar com es pot descriure l'esperit empresarial ètic. - Maynara va compartir obertament un comportament inapropiat que va experimentar com a becària, cosa que va suposar un moment emotiu. Se li va acudir la pregunta "què faries tu en aquesta situació?". A més, va plantejar als alumnes la pregunta "Com us sentiríeu si descobríssiu que compreu a una empresa que fa això? Quines conseqüències creus que podria tenir?". Aquesta es referia més a la qüestió de la transparència dels productes al Brasil. Una altra pregunta es referia a l'aspecte de la sostenibilitat: "Pensa en els pros i els contres d'adoptar envasos més sostenibles de l'empresa i dels clients. Feu una llista petita". Pels fundadors de Boutiqua Portuguesa, els envasos sostenibles són un repte. - Harry de Graaf, un professor dels Països Baixos, va proposar una pregunta, que era: "Quin seria un gran dilema ètic en el creixement de l'empresa, com la durabilitat, l'envasament, els ingredients?". La segona pregunta la va formular l'empresària Marie Ueckerth: "Quins problemes creu que s'haurien de resoldre (a la indústria alimentària)?".
Anàlisi de dilemes morals	Sostenibilitat; Igualtat de gènere; Suborn; Relació ocupador-empleat; Consideracions ètiques a la indústria alimentària: durabilitat, ingredients, etc.; Logística; Resolució de problemes a la indústria alimentària.
Comentaris dels estudiants	<p>EL QUE MÉS ELS AGRADA ALS ALUMNES: Activitats d'exploració ràpida; Experimentar els dies futurs; Veure una xerrada sobre ET; Casos; Veure la connexió entre l'Ètica i altres temes importants; Els estudiants van dir que va ser una experiència fructífera per a ells descobrir com n'és de difícil enfrontar-se a un dilema ètic.</p> <p>EL QUE MENYS ELS AGRADA ALS ALUMNES: Que alguns dilemes ètics podien ser diferents en el context nacional.</p> <p>SUGGERIMENTS DELS ALUMNES: Integrar els casos a les classes d'administració d'empreses; Tenir llibertat per debatre sobre l'ètica a les seves organitzacions.</p>
Resultats de l'aprenentatge	Algunes idees i reflexions importants dels alumnes: preguntes desencadenants; els dilemes fan pensar els estudiants i fomenten la conscienciació; les consideracions ètiques són importants; compromís amb les diferents parts interessades; m'agrada la varietat de mètodes i activitats; les generacions de la universitat ja són més conscients del tema i estan disposades a compartir-lo i aprofundir-hi; practicar i orientar el futur és valuós; aprecien aprendre d'empresaris reals; es fomenta el procés de reflexió; històries inspiradores; aprenentatge més important: la importància de prioritzar sempre els nostres valors en totes les decisions que prenem, els valors s'apliquen a la vida; aprendre els uns dels altres, escoltar opinions diferents; explicar històries reals; important per al futur; poder expressar opinions.

País	ESPANYA 
Institució	ESCOLA PIA MATARÓ. L'escola fa més de 280 anys que és a la ciutat de Mataró. Tenim una tradició que ens avala però sempre mirem el futur. Durant tot aquest temps hem treballat per formar i educar els nens, nenes, joves i adults de Mataró i el Maresme. Som un dels 20 centres que formen part de l'Escola Pia de Catalunya, una organització formada per dones i homes, laics i religiosos que comparteixen valors i actituds. Arrelada al nostre país, és integradora i compromesa amb el canvi social basat en els valors de l'Evangeli. Les persones són al centre de les nostres accions, especialment els més vulnerables. L'educació, especialment dels infants i els joves, és la nostra raó de ser, entenent aquest procés com una acció reveladora de les seves capacitats. Més informació: https://mataro.escolapia.cat
Reptes i solucions	Alguns casos són més atractius que altres perquè els estudiants en saben més sobre temes concrets o tenen una visió general del cas. Quan els casos no són clars, els empresaris posen els alumnes en situació i els ajuden a participar-hi. En general, els estudiants participen i discuteixen els casos perquè estan relacionats amb temes amb què tots estem familiaritzats.
El procés que van seguir els alumnes juntament	Els alumnes que van assistir a les pràctiques es van preparar a classe, en petits grups de 6-8 persones. Tot allò que havien après sobre Ètica gràcies a les pràctiques de casos i mòduls impartides pels professors. Parts implicades en un procés: (Nivell micro) - Alumnes de programes d'educació primària, secundària i formació professional; (Nivell mezo) - Professors, professionals de la formació professional, experts;



amb el professor	(Nivell macro) - Associacions, professionals, empresaris, organitzacions, cooperatives, fundacions, empreses públiques.
Dilemes morals analitzats	igualtat o desigualtat de gènere en el procés de selecció laboral; La creació d'un codi ètic per a una empresa de màrqueting; Deperdicció, llençar i llançar materials plàstics al mar; Valors de les empreses locals, de les empreses regionals i com es poden modificar; La introducció de les persones amb discapacitat al món de la bicicleta. Formes d'ajudar i innovar; La importància dels diners en els tornejos de màrqueting esportiu. Com arreglar-les amb pressupostos baixos i ser competitiu amb les grans empreses? Es pot tenir un forat al mercat dissenyant amb materials reciclats? Quina és la clau de l'èxit? Comprar productes locals o globals; Inclusió de persones amb discapacitat al mercat laboral i com se'ls pot reconèixer; Podem crear una recollida d'aliments per ajudar ONG locals que ajuden persones sense llar? Com promoure una idea emprenedora sense recursos; La importància de la teva aparença en una entrevista de feina; Quins són els valors d'un negoci ràpid que creix imparabla? Com podem reduir la contaminació creada per camions, avions i vaixells de càrrega almón?; Incorporació de dones a països amb una cultura diferent de l'europea; Podem utilitzar fragàncies naturals per crear perfums competitiu?; Cal pagar diners als equips de futbol de joves que no són professionals perquè participin en tornejos importants?; Com podem tractar les persones que es creuen amb dret a utilitzar les instal·lacions esportives quan ens enfrontem a un partit o torneig de futbol solidari?; Un nen o una nena cec pot anar amb bicicleta? Quins recursos addicionals necessitem?; Puc sobreviure si vull fer un negoci personal venent la meua vida plena d'històries?
Comentaris dels estudiants	EL QUE MÉS AGRADA ALS ALUMNES: Portar a classe un projecte diferent, amb material nou i activitats mai abans practicades; Interacció a classe, poder debatre sobre valors posant exemples personals; La importància de l'ètica al mercat laboral i com un bon líder pot implantar polítiques ètiques a la seva empresa; Entrevistar joves emprenedors que van ser alumnes i han aixecat el seu negoci amb els valors de l'escola, els que ells estan aprenent; Conèixer líders famosos amb qui han parlat cara a cara al mateix nivell i utilitzant el seu llenguatge. Aprenere de persones que han aconseguit bons llocs de treball amb un punt de vista ètic; Descobrir noves empreses que tenen cura del medi ambient local. EL QUE MENYS ELS AGRADA ALS ALUMNES : part teòrica dels mòduls; Els problemes de les dones a la feina, un problema que ja existeix avui dia; Massa sessions d'activitats no pràctiques; La comprensió de casos externs sense gaire informació. SUGGERIMENTS DELS ALUMNES: Més interaccions amb estudiants d'altres països; Més temps per debatre a classe i tenir més oportunitats per entrevistar i compartir moment amb empresaris; Crear casos personals o casos locals relacionats amb el nostre entorn.
Resultats de l'aprenentatge	Impacte del projecte als alumnes: Desenvolupar més cooperatives locals per fabricar productes locals visuals; Preocupacions generals relacionades amb la conversió del mar a un abocador general. Crear una campanya per conscienciar la societat; Ajudar les persones sense llar. Ser sensibles amb un problema existent i creixent que el govern no aborda; Promoure una campanya de conscienciació a favor de la igualtat de la dona; Utilitzar vehicles elèctrics per repartir productes locals, en comptes de camions ràpids; Torneig esportiu solidari amb gent de la fundació Laru i gent externa; Els diners no ho són tot. El més barat no sempre és el millor; Motivar els empresaris perquè reciclin i utilitzin materials de segona mà. Els alumnes van gaudir amb el nou projecte. Va ser bo treballar en un projecte diferent a classe que té molta diversitat d'activitats per fer i practicar. Als alumnes els va agradar rebre aportacions de professors i empresaris relacionades amb valors personals i socials. Als alumnes els va agradar tenir casos reals per treballar i compartir amb professionals i empresaris. Va ser interessant barrejar diferents generacions i opinions, des d'estudiants de FP fins a empresaris i polítics sènior. La varietat d'activitats ofereix moltes possibilitats per treballar en diferents àmbits. Escoltar converses sobre ètica i valors entre alumnes, professors i adults. Donar als alumnes l'oportunitat de donar la seva opinió davant de professionals. Apropar el món real a l'escola: els problemes quotidians es treballen a classe amb alumnes i empresaris. Preocupeu-vos per la nostra ciutat, el medi ambient i el planeta.

País	PAÏSOS BAIXOS
Institució	FRIESLAND COLLEGE (l'any que ve FIRDA). El nostre món sempre gira. Per això ens adaptem constantment. A nosaltres mateixos i a l'entorn. En fer-ho, no només ens fixem en allò que fou, sinó sobretot en allò que pot ser. Al que es necessita a la societat. I en el que vol significar-hi. A partir de l'1 d'agost de 2023 continuarem junts com a Firda, com un nou ROC per oferir MBO bo i contemporani a Frísia i Flevoland del Nord. Firda deriva de la paraula sueca que significa "celebrar". A Firda celebrem la connexió amb el nostre entorn. La fusió de ROC Friese Poort i Friesland College garanteix que puguem treballar junts en això encara millor. Junts som més forts, més propers i estem més estretament connectats. Ens necessitem mútuament, amb totes les nostres diferències. De fet, aquestes diferències ens completen. Més informació: https://www.frieslandcollege.nl
Reptes i solucions	1r Repte - Els alumnes es van mostrar reticents al principi per als pilots. Això es va deure sobretot a les classes en línia. Estaven menys disposats a mostrar les idees. Tampoc no se'ls va ensenyar a compartir dilemes ètics. Les idees bones/dolentes eren fonamentals en la seva actitud. Aconsegüim canviar les actituds a la formació d'alumnes i professors simultàniament o per separat.



	<p>Solució 1: Aconseguim organitzar reunions i classes pilot on/offline amb un tema especial. Mostrem els avantatges d'obrir-se i de compartir opinions. També les visites a empreses van ajudar a veure les opcions i les possibilitats.</p> <p>Solució 2: Fusionem el programa i les lliçons habituals amb els dilemes ètics del projecte.</p> <p>2n Repte - Alguns estudiants tenien dificultats amb el nivell de llengua utilitzat, ja fos anglès (converses ET) i/o neerlandès a un nivell superior. Alguns estudiants van utilitzar els codis QR per donar la seva opinió. En treballar amb estudiants de Formació Professional, Educació Superior i universitaris, vam posar a prova els continguts dels projectes i les habilitats dels emprenedors.</p> <p>Solució 3: Adaptem la manera de presentar els projectes pilot als diferents nivells. Vam utilitzar diferents presentacions de PP, vam posar èmfasi en els temes o vam convidar diferents empresaris (més adequats per al públic) a diferents nivells.</p> <p>Solució 4: Reptem els alumnes a participar realment en les converses i a preguntar sempre que no estigués clar. Utilitzem la diferència de nivell com a repte addicional. Alguns alumnes necessitaven adaptar-s'hi, ja que tenien previst incorporar-se aviat a l'ensenyament superior.</p> <p>3r Repte- Com a equip vam veure que als estudiants els costava donar la seva opinió.</p> <p>Solució 7: els va resultar més fàcil treballar en grups petits i donar la seva opinió junts. Afegim els dilemes a successos de la vida real i els ajudem a fer-los seguiment.</p>
El procés que van seguir els alumnes juntament amb el professor	Primer vam presentar l'ètica com a tal, després vam explicar algunes situacions de la vida real i després vam fer alguns passos per debatre dilemes i casos. Era realment necessari ajudar els alumnes a centrar-se en les qüestions en lloc de bé i mal. Per què hom es comporta així i fa les coses que fa. Durant les activitats van participar tots els grups destinataris: alumnes, professors, empresaris.
Dilemes morals analitzats	Productes i solucions sostenibles; Aplicar les persones de forma no discriminatòria; Possibles beneficis organitzatius al debat ètic; Rebuig d'aliments. Escassetat d'aliments; Exclusió de persones amb discapacitat; Exclusió/atur de persones socialment excloses; Prendre decisions no basades únicament en els diners o el benefici.
Comentaris dels estudiants	<p>EL QUE MÉS AGRADA ALS ALUMNES: conèixer els empresaris en un entorn real, veure'ls a les empreses i escoltar els seus dilemes i casos reals; la major part de la teoria els va servir de preparació per als casos ètics pràctics i els debats; van comprendre que, amb l'ajuda d'un exemple ètic experimentat, els empleats podran assolir els objectius i les metes personals i organitzatius; els va agradar analitzar els temes ètics i les qualitats dels líders ètics.</p> <p>EL QUE MENYS ELS AGRADA ALS ALUMNES: Algunes classes eren massa llargues; Alguns empresaris estaven ocupats sobretot en benefici propi, en contrast amb altres; Afrontar i assumir la pròpia responsabilitat (ja que tot això és necessari).</p> <p>SUGGERIMENTS DELS ALUMNES: Utilitzar més casos ètics durant les lliçons/educació habituals; Utilitzar més tasques interactives (Kahoot, Sòcrates, lessonUp) o altres; Vegeu més exemples d'empreses poc ètiques.</p>
Resultats de l'aprenentatge	Els estudiants van desenvolupar diferents habilitats: Una mentalitat més àmplia (de creixement) basada en valors i normes; Habilitats de presentació i fiabilitat; Habilitats de debat, utilitzant els passos per debatre els dilemes; Habilitats de lideratge; Utilitzant valors i veient les normes necessàries per arribar-hi; Responsabilitat social; Cooperació entre institucions educatives, empreses/organitzacions i joves destacant models de conducta i decisions/solucions ètiques; Habilitats de comunicació; Pro activitat, confiança en si mateix, resolució de problemes; Habilitats d'innovació; Retroalimentació de reflexió i habilitats d'informació. La conclusió dels estudiants és que els dilemes sempre han de conduir a un cas, els dilemes han de ser discutits regularment, l'organització ha de demostrar que una estructura ètica condueix a un ambient més saludable. Resulta sorprenent que alguns antics estudiants de comerç minorista siguin ara veritables empresaris que debatin els dilemes ètics a què s'enfronten.



ANNEXOS

ANNEX núm. 1 - Quadre de casos pràctics

ESTUDI DE CAS: [número]		[País]
TÍTOL:	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:		
Tipus d'indústria:		
Nombre d'empleats:		
Descripció general de l'empresa:		
[Descriviu breument l'organització i els seus productes i serveis. Expliqueu quins valors morals són importants per a l'organització i si l'impuls ètic és visible a tota l'organització].		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:		
Perfil:		
[Descriviu breument la formació i experiència de l'empresari (estudis, experiència laboral prèvia, etc.).		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
[Descriviu breument el dilema moral a què s'enfronta l'empresari o l'empresa indicant clarament [a] les parts interessades rellevants (clients / empleats / societat / etc.) i [b] el tipus de dilema (és a dir, Drets Humans, Laboral , Mediambiental, Anticorrupció)].		
La decisió:		
[Expliqueu i justifiqueu breument la decisió presa per l'empresari o l'empresa. En cas que comparteixi l'estudi de cas amb els alumnes abans de la sessió, NO comparteixi aquesta secció, ja que es debatrà a classe amb ells].		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
Altres recursos [si escau]:		
[Incloeu més informació sobre l'empresa o l'empresari, com ara el vostre lloc web, pàgines en xarxes socials, articles rellevants, etc.].		

NOTA: L'estudi de cas ha de tindre aproximadament 1-2 pàgines.



ANNEX núm. 2 - 30 Casos pràctics

Casos pràctics de "sostenibilitat, ecologia".

ESTUDI DE CAS: núm. 1		Lituània
TÍTOL:	Economia circular. Sostenibilitat. Reciclat de plàstics.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"ŪKAI"	
Tipus d'indústria:	Economia circular. Producció sostenible.	
Nombre d'empleats:	3 empleats	
Descripció general de l'empresa:		
<p>"Ūkai" SOSTENIBILITAT: Creem mitjons que tenen un impacte mediambiental positiu a la nostra Terra i a les persones. Cada parell de mitjons ŪKAI finança la reducció de 51 ampolles de plàstic! Plastic Bank se n'encarrega de 50. ŪKAI és patrocinador oficial i de cada parell de mitjons es destinen 0,50 euros a aquesta organització en particular. 1 ampolla de plàstic es converteix en fil de plàstic reciclat i forma part del material del mitjó. Juntament amb el cotó reciclat, el cotó orgànic, la poliamida i elastà, formen una gran combinació. Els mitjons són suaus, còmodes i frescos per als peus.</p> <p>Procés de producció. Els nostres fils d'ampolles de plàstic reciclades es fabriquen en teixits que no utilitzen aigua ni productes químics i redueixen les emissions de CO2 i l'ús d'energia. Això significa que en portar mitjons ŪKAI estàs causant un menor impacte a la Terra. Produïm els mitjons ŪKAI a la nostra Lituània natal. La fàbrica que triem acuradament compleix els nostres valors i produeix productes sostenibles i duradors. Els empleats de l'empresa són valorats, tenen llocs de treball segurs i salaris justos.</p> <p>Els materials. Utilitzem materials reciclats i ecològics que superen les normes més estrictes i garanteixen una comoditat i frescor duradores. A la imatge de sota podeu veure què fem servir exactament per fabricar aquest producte sostenible. Com es converteixen les ampolles de plàstic en fil RPET? 1 pas: Les ampolles de plàstic es recullen dels oceans. 2 pas: Les ampolles es converteixen en flocs de plàstic. 3r pas: Els flocs de plàstic es converteixen en grànuls de plàstic. 4 pas: Els grànuls de plàstic es converteixen en fils de plàstic. 5a etapa: Els fils de plàstic es barregen amb cotó reciclat i es converteixen en el material que utilitzem per als nostres mitjons. Altres materials que utilitzem per obtenir el millor resultat: cotó orgànic, poliamida i elastà.</p> <p>Hem triat la millor composició per a la comoditat dels peus. Els fils RPET es fabriquen a una fàbrica de confiança mundial que garanteix aquests certificats GLOBAL RECYCLED STANDARD, THE GLOBAL COMPACT, OEKO-TEX STANDARD 100. Això garanteix que els nostres mitjons són segurs i còmodes de portar.</p> <p>Col·laboració amb banc de plàstic. Comprant mitjons ŪKAI donaràs suport a l'organització Plastic Bank. El teu compromís ajuda a reciclar 50 ampolles de plàstic de cada parell de mitjons que et posis. Plastic Bank® potencia la societat regenerativa. Construeixen ecosistemes de reciclatge ètic en comunitats costaneres i reprocessen els materials per re-introduir-los a la cadena de subministrament mundial com a Plàstic Social®. Els membres reben una prima pels materials que recullen que els ajuda a cobrir les necessitats bàsiques de les seves famílies, com ara aliments, combustible per cuinar, matrícula escolar i assegurança mèdica. La seva plataforma de cadena de blocs certificada assegura tota la transacció i proporciona visualització de dades en temps real, cosa que permet transparència, traçabilitat i ràpida escalabilitat.</p> <p>Som més que mitjons sostenibles. EMBALATGE ECOLÒGIC. Tots els embalatges, postals, etiquetes i altres detalls estan fets amb materials reciclats. Volem ser sostenibles a cada pas del procés. ENVIAMENT SOSTENIBLE. Utilitzem l'enviament estàndard també conegut com a enviament "verd" o "sostenible". Tot i que l'enviament estàndard triga una mica més que l'enviament exprés, és un pas important per reduir la nostra petjada de carboni i l'impacte en el canvi climàtic. REGAL SOSTENIBLE. Juntament amb els "jocs de mitjons" rebràs postals fetes amb paper reciclat. Escriu càlids desitjos per als teus éssers estimats. RECICLABLES. Els nostres mitjons són reciclables. Només cal llençar els mitjons que ja no serveixen al contenidor tèxtil. Ara estem treballant amb científics i tenim un pla per fabricar altres productes a partir dels mitjons que ja no es fan servir. Volem tancar el cicle que és molt important per a cada marca. Estem planejant fer bosses de rentat que protegeixin dels microplàstics, sabates de materials reciclats, tenir col·laboracions amb equips d'esports aquàtics, museus, participar en esdeveniments ecològics, educar. Els mitjons no han fet més que començar i et convidem a formar part de la nostra marca i et converteixis en la solució al problema del plàstic.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Darija Ilevičiūtė-Zaveckienė - cofundadora i directora creativa de ŪKAI.	
Perfil:		
Darija Ilevičiūtė-Zaveckienė va estudiar Gestió Publicitària al Vilnius College. Durant els estudis va treballar en vendes. Actualment, s'interessa per diversos materials sostenibles i la innovació, el futur de la moda. També		



interactua amb científics sobre alternatives contínues de mitjans creats adaptant els principis de l'ecologia i l'economia circular.

EL DILEMA MORAL

Descripció:

Contaminació per plàstic. Tot i que el plàstic té molts usos valuosos, ens hem tornat addictes al plàstic d'un sol ús o d'un sol ús, amb greus conseqüències per al medi ambient. Cada minut es compren al món un milió d'ampolles de plàstic per beure, i cada any s'utilitzen al món 5 bilions de bosses de plàstic d'un sol ús. En total, la meitat de tot el plàstic que es produeix està dissenyat per utilitzar-se una sola vegada i després llençar-se. Els residus plàstics són ara tan omnipresents a l'entorn natural que els científics han arribat a suggerir que podrien servir com a indicador geològic de l'era de l'Antropocè.

Avui produïm uns 300 milions de tones de residus plàstics cada any. Els investigadors calculen que des del començament dels anys 50 s'han produït més de 8.300 milions de tones de plàstic. Al voltant del 60% d'aquest plàstic ha acabat en un abocador o al medi natural.

La decisió:

COM VA COMENÇAR TOT? Fa dos anys, *Darija, cofundadora i directora creativa de "ŪKAI"*, va posar en marxa un negoci amb el seu marit. La idea principal era crear mitjans exclusius per al dia a dia. Van crear una marca inspirada en els tons pastís, el disseny gràfic i l'art abstracte.

Amb el temps, *Darija i el seu marit es van adonar de* que volien productes que tinguessin un impacte mediambiental positiu a la nostra Terra i a les persones. Després d'una llarga cerca, van descobrir fils fabricats amb ampolles de plàstic reciclades. Van fer diverses proves i van seleccionar un teixit que permet la major comoditat als peus i també garanteix la longevitat dels mitjans. Per reduir l'ús de plàstic, es van associar amb el Banc de Plàstic. Com a resultat, només regalant un parell de mitjans, el client de "ŪKAI" redueix l'impacte mediambiental negatiu de 51 ampolles de plàstic.

"ŪKAI" són innovadors a la indústria dels mitjans perquè només hi ha unes poques marques de mitjans que utilitzen aquests fils innovadors en la fabricació de mitjans.

2020-11-15 "ŪKAI" han acabat amb èxit el projecte de Kickstarter i estan molt contents de saber que la seva idea i el producte és necessari per a la gent, ho aprecien! En total han reduït 55.590 ampolles de plàstic!

I els mitjans no han fet més que començar. "ŪKAI" planeja fabricar bosses de rentat que protegeixin dels microplàstics, sabates de materials reciclats, col·laborar amb equips d'esports aquàtics, museus i participar en esdeveniments ecològics. Ara els fundadors de "ŪKAI" estan parlant amb científics i volen convertir els mitjans inservibles en altres productes.

PETIT PAS. GRAN CANVI.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Sap quants residus plàstics produïm cada dia/any al món?
- Quin percentatge de tots els residus plàstics produïts s'ha reciclat/incinerat/acumulat a abocadors, enderroc o al medi natural?
- Com es poden descriure els productes sostenibles? Quines característiques tenen?
- Quins usos innovadors pot tenir el plàstic reciclat? Pensa en les idees i comparteix-les.

Altres recursos [si escau]:

- <https://www.ukai.eu>
- <https://www.unep.org/interactive/beat-plastic-pollution/>
- Pel·lícula "Seaspiracy" <https://www.seaspiracy.org>
- Pel·lícula: "Un oceà de plàstic" <https://www.youtube.com/watch?v=6zrn4-FfbXw>



ESTUDI DE CAS: núm. 2		Lituània
TÍTOL:	Reducció de la contaminació ambiental. Reducció de la congestió.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	UAB "RUBBEE" (LLC - Societat de Responsabilitat Limitada "RUBBEE")	
Tipus d'indústria:	Enginyeria	
Nombre d'empleats:	5 empleats	
Descripció general de l'empresa:		
<p>UAB "Rubbee" (LLC - Societat de Responsabilitat Limitada "Rubbee") - és una empresa que dissenya, fabrica i ven engranatges sense fil per a bicicletes elèctriques. Aquests engranatges poden convertir qualsevol bicicleta en elèctrica i animar la gent a renunciar als cotxes contaminants i viatjar més fent servir la bicicleta a les ciutats. L'engranatge pesa entre 2,8 i 4,0 kg segons la configuració de la bateria. L'aparell pot fer fins a 45 km quan està totalment carregat. Quan es condueix amb el motor encès i els pedals esmentats, el sensor de llançament sense fil detecta la velocitat de llançament i el programari "Rubbee" adapta la potència del motor a les necessitats del ciclista. El "Rubbee X" també compta amb frenada regenerativa, un sistema de bateria modular i sistemes patentats de subjecció i bloqueig ràpid.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Gedimines Nemanis -Director General i Fundador de "Rubbee" UAB.	
Perfil:		
<p>Gedimines Nemanis -CEO i fundador de "Rubbee" UAB. Va estudiar mecatrònica a la Universitat Tecnològica de Kaunas i màrqueting al màster.</p> <p>El prototip del producte "Rubbee", que va despertar gran interès a l'estranger, va néixer a Kaunas, al garatge de Gediminas Nemanis, que practica activament la bicicleta i li encanta construir. Gediminas, que porta un estil de vida actiu i es dedica a la construcció des de petit, va construir patinets elèctrics al garatge i va fabricar una bicicleta amb motor elèctric, un motor a reacció i altres dispositius intel·ligents diversos. Un paio curiós que va crear un engranatge elèctric per a les seves pròpies necessitats es va adonar que, millorant l'aparell, es podria convertir en un producte amb demanda. Creient en la seva idea, el jove, persistent i emprenedor, es va animar a continuar endavant i perfeccionar la seva idea fins a convertir-la en una idea de negoci.</p> <p>Gediminas va oferir la seva idea al director de l'empresa Elinta, i aviat se li van unir dos companys més. El trio, de la ciutat de Kaunas, ha estat treballant durant molt de temps, provant diversos prototips de propulsors elèctrics, fins que va néixer la primera versió del producte a la venda "Rubbee 1.0", que es va presentar el 2013 a la plataforma de finançament col·lectiu "Kickstarter". Posteriorment es van produir i distribuir versions del producte "Rubbee 2.0, 2.5, 3.0".</p> <p>El 2017, l'empresa va atreure una inversió d'un fons de capital risc polonès per desenvolupar un producte nou. El 2019, el nou concepte de producte "Rubbee X" es va presentar al segon projecte de finançament col·lectiu "Kickstarter". El 2020, l'empresa va atreure la inversió d'una empresa polonesa per comercialitzar el producte a la Xina. L'última versió del producte "Rubbee X" es distribueix actualment a la majoria dels països de la Unió Europea, així com a Austràlia i Nova Zelanda.</p> <p>El ciutadà de Kaunas Gediminas Nemanis va convertir la seva bicicleta elèctrica "Rubbee" en una de les start-ups amb més èxit de Lituània. Un excel·lent debut a la plataforma de finançament col·lectiu "Kickstarter", un equip d'entusiastes i inversors atrets van permetre que l'invent s'obris camí cap a l'èxit i obtingués reconeixement al mercat mundial de les bicicletes elèctriques.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<u>Contaminació mediambiental.</u>		
<p>Al món actual hi ha molts cotxes i altres vehicles. Només la contaminació dels cotxes representa al voltant del 75% de tota la contaminació atmosfèrica. Malauradament, les xifres van en augment. Cada cop apareixen més cotxes, i també les seves emissions, que són perjudicials per al medi ambient. Les emissions dels vehicles provoquen efecte hivernacle i contribueixen a l'escalfament global.</p>		
<u>Embussos.</u>		
<p>Durant les hores punta, els carrers s'inunden de trànsit pesant, creant carreteres intransitables i interseccions que obliguen els conductors a passar cada cop més temps a la carretera.</p>		
<u>Manca de places d'aparcament.</u>		
<p>A moltes zones de Lituània hi manquen places d'aparcament a causa de la saturació dels aparcaments de diversos apartaments. Aquest problema és rellevant. Les zones residencials d'apartaments múltiples es van dissenyar en una època en què el trànsit de cotxes no era tan elevat. Amb els anys, els hàbits de la població han canviat. Avui dia</p>		



una llar té més d'un vehicle.

La decisió:

Reducció de la contaminació ambiental.

Per reduir la contaminació ambiental, substituir un cotxe contaminant per una bicicleta és una gran solució. Anar amb bicicleta no només no fa malbé el medi ambient, sinó que millora la salut i el benestar. Si tothom fos en bicicleta a la feina, la contaminació atmosfèrica es reduiria considerablement. La marxa elèctrica "Rubbee" UAB és una gran solució per superar distàncies més llargues a la ciutat. El dispositiu pot fer 45 km quan està totalment carregat. Atès que el recorregut mitjà amb bicicleta a la Unió Europea és inferior a 5 km, la distància recorreguda pel "Rubbee" és suficient per a uns quants dies de desplaçament diari.

Reduir la congestió.

Les distàncies a les ciutats es cobreixen més ràpid amb bicicleta que amb cotxe. D'aquesta manera, no només es contribueix a reduir la contaminació ambiental i estalviar temps, sinó també a millorar la salut física. Actualment, la infraestructura de carrils bici es gestiona a les ciutats més grans de Lituània, creant condicions favorables per a la comunicació amb bicicleta. "Rubbee" marxa elèctrica és una gran solució per a distàncies més llargues a la ciutat.

Portabilitat.L'engranatge "Rubbee" UAB pot convertir qualsevol bicicleta en elèctrica a 1 minut sense necessitat d'utilitzar cables. L'engranatge pesa a partir de 2,8 kg, per la qual cosa, un cop desmuntat de la bicicleta, es pot transportar còmodament a qualsevol lloc.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Contaminació mediambiental.
- Contaminació atmosfèrica.
- Alternatives al transport contaminant.
- Foment de l'activitat física.
- Trànsit a les grans ciutats.
- Transformació d'aficions en idees de negoci.

Altres recursos [si escau]:

- <https://www.rubbee.co.uk>
- <https://visit.kaunas.lt/lt/naujienos/isradejas-gediminas-nemanis-imonei-augant-geriausios-darbo-vietos-lieka-kaune/>
- <https://www.lrytas.lt/verslas/sekmes-istorijos/2013/09/24/news/kaunietis-garaze-isrado-dvirati-ir-verziasi-i-pasaulio-rinkas-4832344/>



ESTUDI DE CAS: núm. 3		Lituània
TÍTOL:	Productes i solucions sostenibles.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Cosmètics SOLIDU"	
Tipus d'indústria:	Cosmètics	
Nombre d'empleats:	10 empleats	
Descripció general de l'empresa:		
<p>"SOLIDU" és un xampú, condicionador i sabó ecològic fabricat a Lituània. Lema de l'empresa - Sense aigua. Sense plàstic. Concentrat i "SÒLID". Els productes "SOLIDU" es desenvolupen a Lituània d'acord amb els principis de "zero residus" i consum responsable. Tot i que els productes de cura diària dels cabells contenen fins a un 80% d'aigua, "SOLIDU" s'elabora únicament a partir d'ingredients actius concentrats, per la qual cosa aquests productes no necessiten envasos de plàstic. Creem productes "SOLIDU" respectuosos amb el medi ambient pensant en la natura i en l'home: "SOLIDU" és eficaç i fàcil d'usar, enriquit amb olis beneficiosos per a la pell i els cabells, extractes de plantes i olis essencials naturals. Els envasos "SOLIDU", fets de panotxes de bambú, midó i carboni natural, no tenen ni plàstic ni paper i es descomponen a terra o en compost en 45 dies. Els xampús i condicionadors durs fabricats en una empresa lituana pesen 60 grams. Segons els comentaris i observacions dels consumidors, un tros de xampú dur es pot comparar a un pot de xampú estàndard per la suavitat i durada del producte. El 2021, commemorant el "Dia de la Terra", l'empresa va anunciar una campanya segons la qual cada comprador, després de realitzar 1 comanda, obliga a l'empresa a plantar un arbre al territori de Lituània (1 comanda = 1 arbre plantat). L'empresa va iniciar les operacions el 2017.</p>		
		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Vaiva Žvirblytė és la fundadora de "SOLIDU".	
Perfil:		
<p>Vaiva Žvirblytė va estudiar xinès i va treballar com a traductora a la Xina durant molt de temps. També es va dedicar a la consultoria empresarial i les vendes. Ha treballat i adquirit experiència en negocis, vendes, màrqueting i traducció. Abans de posar en marxa l'empresa, la Vaiva no tenia experiència en fabricació, química o bellesa. Comprendre com es duen a terme els processos de producció - Vaivai era una mica complicat, però la noia desafiant va mirar-ho tot amb creativitat i enginy. En engegar un negoci, la Vaiva estava plena d'experiments. Tot i això, quan l'equip es va completar amb una noia amb estudis de química, els processos es van fer més segurs. Actualment l'equip de l'empresa està format per fins a 10 persones creatives i amb talent.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció		
Contaminació per plàstics.		
<p>A mesura que el món s'ofega en plàstics, hem de cercar alternatives als productes de bany i higiene que coneixem. Es calcula que un pot de xampú de plàstic triga 500 anys a trencar-se.</p>		
La decisió:		
1. Conservació dels recursos hídrics.		
<p>Tot i que els productes de cura diària dels cabells contenen fins a un 80% d'aigua, "SOLIDU" s'elabora únicament a partir de principis actius concentrats, per la qual cosa aquests productes no necessiten envasos de plàstic. L'empresa crea productes "SOLIDU" respectuosos amb el medi ambient pensant en la natura i l'home.</p>		
2. Reducció de la contaminació per plàstics.		
<p>Els productes "SOLIDU" es desenvolupen a Lituània d'acord amb els principis de "residu zero" i consum responsable. Envasos respectuosos amb el medi ambient.</p> <p>NATURAL I SEGUR. Els envasos "SOLIDU" no contenen plàstic ni paper: estan fets de midó, bambú i carboni natural. El bambú és un dels materials més sostenibles perquè pot créixer fins a un metre al dia! El color negre de la caixa s'extreu del carboni natural i sense pintura sintètica. A terra o compost, aquests envasos es descomponen en 45 dies.</p> <p>REUTILITZABLE. En aquests envasos no es va utilitzar bambú fresc, sinó que es va criar per a una segona vida: pals de bambú utilitzats en la producció de pals.</p>		



COMPOSTABLE. A terra o en compost, els envasos "SOLIDU" es descomponen en 45 dies. Sí, així és, els envasos es poden enterrar a terra i no només no faran malbé, sinó que beneficiaran la terra. Com que els envasos es basen en el midó, poden descompondre's per beneficiar les plantes com a fertilitzant o fins i tot com a additiu per a pinsos. Al capdavant, el midó és aliment.

FINAL DE LA VIDA ÚTIL DELS ENVASOS. Es recomana arrencar les etiquetes de paper de l'envàs abans de compostar-lo. Tot i que estiguin fabricades sense plàstic, una caixa sense etiquetes de paper es descompondrà més ràpidament. Retorna les etiquetes per reciclar-les. Dipositeu l'envàs al compost o enterreu-lo a la terra. No llenceu l'envàs amb les escombraries domèstiques normals al final de la seva vida útil, perquè es descompondrà molt més lentament que si es compostés en condicions casolanes.

3. Transport sostenible, entrega.

ENVIAMENT DE MERCADERIES. Els compradors reben tots els productes adquirits en línia en envasos sense plàstic. La mercaderia s'emballa únicament amb sobres o caixes de paper. Se selecciona l'emballatge més petit possible per a la comanda, de manera que no es desaprofiti innecessàriament espai a les furgonetes de missatgeria. Els embalatges rebuts dels proveïdors també s'utilitzen una segona vegada, i per això els compradors també poden rebre l'enviament en caixes ja usades. Els farciments, que de vegades són necessaris per protegir la mercaderia durant l'enviament, també fan servir materials secundaris o paper. L'empresa mai no utilitza plàstic nou. Els compradors no reben factures en paper, coneixements d'embarcament o altres documents a l'enviament per no malgast paper innecessàriament.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Contaminació per plàstics (estadístiques, dades).
- Solucions sostenibles (cosmètics, procés de producció, envasament, logística).
- Com podem ser més sostenibles?

Altres recursos [si escau]:

- <https://soliducosmetics.com/?lang=lt>
- <https://www.zmones.lt/naujiena/kietosios-kosmetikos-pradininkams-solidu-tvairias-idejas-lietuvoje-pavyko-paversti-madingomis.a3420a9b-f592-11e9-9fe0-aa000054c883>
- <https://www.delfi.lt/verslo-pozioris/pagaminta-lietuvoje/madinga-versla-isukusios-merginos-sluostonosi-tradicinijams-gamintojams.d?id=86187727>
- Pel·lícula "Seaspiracy" <https://www.seaspiracy.org>
- Pel·lícula: "Un oceà de plàstic" <https://www.youtube.com/watch?v=6zrn4-FfbXw>



ESTUDI DE CAS: núm. 4		Països Baixos
TÍTOL:	El dilema de l'ampliació	
L'ORGANITZACIÓ:		
Nom de l'organització:	"Pottle"	
Tipus d'indústria:	Reciclat	
Nombre d'empleats:	3	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Pottle és una empresa innovadora de Frísia amb la coneguda missió de “millorar el món”. Crear valor a partir dels residus. A la nostra Fàbrica Social de Ampolles transformem les ampolles de vi en nous productes. Tots hem de posar de part nostra produint menys residus. Però, com fer-ho? Avui dia és impossible anar al supermercat sense tornar a casa amb una muntanya de plàstic. I no gaire després, tots aquests envasos són a les escombraries. El mateix passa amb els residus de vidre. Per exemple, llencem una ampolla de vi buida directament al contenidor de vidre. És estrany, ja que reutilitzem les ampolles de cervesa fins a 20-30 vegades. Això ens va inspirar per fundar Pottle. Amb Pottle volem donar una “nova vida” als residus de vidre. Els nostres productes es fabriquen a partir de residus, són infinitament reciclables i més criden l'atenció. D'aquesta manera donem una nova destinació als residus de vidre en forma de test circular, got, vela o gerro. Amb això no només evitem els residus de vidre, sinó que també oferim una alternativa al material d'envasament no sostenible. Junts podem canviar aquests hàbits. Pottle vol contribuir a la manera com tractem i contemplem els residus.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Remco Krol i Jesse Alkema	
Perfil: Cofundadors de Pottle		
<p>Remco Krol és a més d'audioprotèctic cofundador de Pottle perquè vol emprar la seva energia a marcar una diferència positiva. Jesse Alkema és molt conegut a Leeuwarden pel seu treball a Brownies and Downies. Brownies and Downies és un concepte en què el menjar i l'hospitalitat són a càrrec de persones amb síndrome de Down. A més del seu treball per a Brownies i Downies, va cofundar Pottle amb Remco perquè: Creiem que divertir-se, créixer personalment i sentir que un importa augmenta l'autoestima i la confiança en un mateix. Creiem que aquesta és la base per a un individu més fort i feliç, de manera que es puguin fer passos cap a una vida més valuosa.</p>		
EL DILEMA MORAL		
<p>Si Pottle segueix creixent, pot ser que creixin cada cop més. Però l'encant o el punt fort de Pottle és que col·laboren amb hotels, restaurants i cafeteries locals. Hi recullen les ampolles aprofitables. Així que si volen expandir-se a altres ciutats, també han de tenir un centre allà. Tries créixer sense límits però perdre el que et feia especial, o limites el teu propi creixement?</p>		
La decisió:		
<p>No s'ha pres cap decisió perquè Pottle encara no ha començat a funcionar. Però la idea principal per mantenir l'encant (o la força) de Pottle més que no pas ampliar.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quin és l'objectiu? Ser tan gran com puguis ser o vols que sigui petit, però com tu vulguis? - Hi ha alguna manera de ser gran i discret alhora? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://pottle.nl/ 		



ESTUDI DE CAS: núm. 5		Països Baixos
TÍTOL:	El dilema del festival	
L'ORGANITZACIÓ:		
Nom de l'organització:	"Benvinguts al poble"	
Tipus d'indústria:	Oci i esdeveniments	
Nombre d'empleats:	∞	
Descripció general de l'empresa:		
<p>“Welcome to The Village” és un lloc on hi actuaran grans noms dins el món dels festivals, però també un lloc per descobrir talents emergents. Però no és només un festival de música, sinó també de teatre, innovació, art, dansa, gastronomia i disseny.</p> <p>El festival col·labora amb força empreses locals de càtering i agricultors, treballa amb voluntaris per construir els seus propis escenaris i, per al disseny del festival, treballen amb persones d'un programa d'escoles bressol i gent gran.</p> <p>I, per descomptat, tots s'hi passaran per veure el resultat final.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom dels empresaris:	Wytse Dijkstra	
Perfil: Director General de “Welcome to the Village Festival”.		
<p>El que s'obté en contractar Wytse és energia. Ja sigui a l'escenari, com a president del dia o durant un procés creatiu en què exerceixi el lideratge artístic o altres aportacions. Energia per estirar un carro. Energia per posar els caps a la mateixa direcció. Energia per prendre la iniciativa. I energia per posar les coses en moviment. Wytse posa les coses en moviment explicant històries. (https://www.linkedin.com/in/wytse-d-b1a1a799/)</p>		
EL DILEMA MORAL		
<p>El festival pretén ser ecològic i disposar d'espai per posar a prova nous projectes i iniciatives. L'objectiu és provar durant el festival coses noves que puguin ajudar a construir un món millor. Però el dilema és el següent: organitzar un festival –encara que es vulgui ser verd i ecològic– sempre deixa una empremta alimentària. On és la línia prima que separa organitzar un festival respectuós amb el medi ambient per inspirar la gent, de no fer-ho per no contaminar en absolut, però tampoc per ser-ne conscient?</p>		
La decisió:		
<p>Es decideix organitzar el festival. La decisió es refereix més aviat al procés. Les normes i valors inclosos són les persones, el planeta i la prosperitat.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Hi ha alternatives per arribar al mateix nombre de persones sense organitzar un festival? - És necessari organitzar un festival per conscienciar? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://welcometothevillage.nl/ • https://cleanriver.com/blog-plan-eco-friendly-event/ • https://greenfestivals.ca/ 		



ESTUDI DE CAS: núm. 6		Alemanya
TÍTOL:	Com es pot fer sostenible la fundació d'una empresa?	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Herbsom / Ili Skincare"	
Tipus d'indústria:	Bellesa i sanitat	
Nombre d'empleats:	3	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Herbsom es va fundar el 2019. Els dos fundadors es van adonar que a moltes persones els agradaria tenir un producte per tenir cura de la pell que fos natural en lloc de químic i sobre el qual tinguessin un control total i transparència, és a dir, que poguessin decidir quins ingredients es fan servir i en quines quantitats. Així, Herbsom ofereix cosmètics naturals personalitzables, adaptats a les necessitats personals de la pell. El client pot decidir quins olis i extractes naturals s'inclouen als seus productes.</p> <p>Fins ara, Herbsom és una empresa petita que acaba de llançar els primers productes. Per tant, els dos fundadors tenen actualment totes les decisions a prendre per encaminar l'empresa cap al futur i estan molt compromesos a fer-ho de manera responsable i tenint en compte l'ètica.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Alica Klemm i Katrin Fesenmeyer	
Perfil:		
<p>Alica i Katrin són les dues cofundadores de l'empresa. Es van conèixer a la universitat i estan unides per les idees d'una indústria de la bellesa i la salut millor, més sostenible i més transparent. Ambdues van estudiar Màrqueting i, per tant, tenen molts coneixements a nivell empresarial, però menys en el químic. Per això, necessiten tota la seva passió combinada per aprofundir en els reptes de producció a què s'enfronta la seva indústria.</p>		
EL DILEMA MORAL		
El problema:		
<p>Tots dos fundadors estan molt conscienciats amb el medi ambient. Eren conscients que cada nou producte suposa una nova contaminació, perquè cada nou producte implica residus i emissions addicionals deguts a la producció, l'envasament i el lliurament. Tot i que saben que el seu producte final seria respectuós amb el medi ambient, els dies de fundació de la seva empresa van passar molts dies preocupats per com aconseguir que tot el procés de desenvolupament i entrega del producte fos també positiu per al clima.</p>		
La decisió:		
<p>Per superar les preocupacions, els dos fundadors van començar a buscar des del principi solucions respectuoses amb el medi ambient per a tots els seus passos de producció. Això significa més costos en alguns extrems, però al final els va ajudar a lliurar el seu producte amb la consciència tranquil·la.</p> <p>D'aquesta manera, van descobrir moltes solucions respectuoses amb el medi ambient que abans ni tan sols coneixien, per exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ús d'envasos reciclats • Utilització de materials de producció reciclats, com ara vidre i cartró reciclats. • Produir localment i utilitzar ingredients locals en lloc d'importar-los de tot el món. • Utilitzeu el lliurament ecològic (per exemple, DHL GoGreen) • Compensar emissions, donar a organitzacions • Comunicar als clients el tema de la consciència mediambiental i donar idees sobre com reduir els residus. <p>Tot i que això no sempre és fàcil i barat, ajuda Herbsom a convertir-se en una empresa respectuosa amb el medi ambient. Això contrasta amb moltes altres empreses, especialment a la indústria cosmètica. No només ajuda els fundadors a estar satisfets amb la seva visió, sinó que fins i tot els proporciona un argument de venda addicional, perquè els clients saben que compren una empresa ètica!</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Considereu també que els nous productes o l'esperit empresarial són perjudicials per al medi ambient? En cas afirmatiu, quines serien les idees per abordar aquest problema? En cas negatiu, per què no? - Després de repassar els passos fets pels fundadors: Estàs d'acord amb totes les idees? Quins t'han sorprès? Hi ha res més que es pugui fer? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> • www.herbsom.de 		



ESTUDI DE CAS: núm. 7		Grècia
TÍTOL:	Nutcycle, tenyir roba amb tints naturals de fruits secs.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"TERNUA"	
Tipus d'indústria:	Producció de roba	
Nombre d'empleats:	+200	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Fundada el 1995, Ternua és una empresa espanyola (Mondragó, Gipuzkoa) de roba d'altres prestacions tècniques per a activitats a l'aire lliure per a homes, dones i nens per a tot tipus d'activitats a l'aire lliure en línia: muntanyisme, trail running, trekking i molt més. Fabriquen peces de manera "fidel als seus principis, de manera sostenible amb materials reciclats" i es descriuen com "Una marca compromesa i sostenible que protegeix el planeta i les persones, des de la perspectiva que representa la relació entre tots dos". Els valors de Ternua estan relacionats amb un esperit a l'aire lliure i connectat amb la natura, la innovació en materials i processos amb un disseny funcional polivalent, la sostenibilitat i un procés de fabricació d'alta gamma.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Eduardo Uribesalgo Altuna	
Perfil:		
<p>Amb més de 30 anys d'experiència al sector, el Sr. Uribesalgo és fundador de les marques Ternua i Astore, de les quals ha estat director de màrqueting i producte durant anys, mentre que ara és director d'innovació.</p>		
EL DILEMA MORAL		
<p>Un dilema mediambiental a la indústria de la confecció amb dues cares:</p> <p>A) Les sidrereries són un tipus de restaurant tradicional al País Basc costaner (Espanya) amb uns 20.000 visitants a l'any. En aquest paisatge tradicional i rural, les postres habituals són les nous, amb un consum total estimat de 55.000 quilos a l'any, cosa que genera una gran quantitat de residus en forma de closques que cada restaurant llença a les escombraries sense cap tractament posterior.</p> <p>B) Al mateix temps, TERNUA produeix roba seguint un procés industrialitzat en què s'utilitzen tints sintètics barats per pintar les peces, seguint les pràctiques habituals de la indústria. El cost d'aquests tints no és monetari, sinó ecològic, ja que contribueix a la contaminació del planeta.</p> <p>A més, els clients de TERNUA (la majoria persones amb ingressos mitjans-altos o alts amants de l'esport i l'aire lliure) demanen peces de roba més ecològiques i sostenibles, ja que la marca centra la seva estratègia de marca en la sostenibilitat i la cura del planeta. Però la realitat del sector està molt lluny d'aquestes pretensions. També cal tenir en compte que canviar qualsevol procés d'aquesta magnitud a gran escala suposa una inversió considerable amb un resultat poc clar.</p>		
La decisió:		
<p>En aquest context, l'empresa va decidir associar-se amb cada sidreria individual, entre altres empreses agrícoles menors, i recollir els residus de fruita seca per emmagatzemar-los, tractar-los i transformar-los en tints biosintètics amb traçabilitat completa, derivats de residus agrícoles i herbes naturals. Amb aquest moviment, TERNUA va poder perseguir una producció més neta i respectuosa amb el medi ambient i va contribuir a l'economia circular.</p> <p>En el procés, també van descobrir que utilitzar primeres matèries procedents de residus naturals no té cap impacte negatiu en la fabricació del tint. L'única excepció és que els colors que s'obtenen amb aquest procés es limiten als marrons terrosos.</p> <p>En definitiva, en prendre la iniciativa en la resolució d'un dilema mediambiental, TERNUA va poder contribuir a l'economia circular a la regió d'origen, alhora que reduïa els residus i contribuïa a la innovació i la conscienciació sostenible en una de les indústries més contaminants del planeta.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Per què creu que TERNUA va decidir innovar així? - Quins altres usos creus que poden tenir els fruits secs? - Et posaries aquest tipus de roba per contribuir a la sostenibilitat? - Us imagineu alguna associació similar a la vostra regió? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.ternua.com/com/sustainability-nutcycle 		



ESTUDI DE CAS: núm. 8		Grècia
TÍTOL:	Drons impulsats per hidrogen	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"GRUP "DRONAK	
Tipus d'indústria:	Enginyeria d'alta tecnologia	
Nombre d'empleats:	10	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Dronak (Bilbao, País Basc, Espanya) va néixer el 2015 de la mà d'un grup d'amics després que un dels fundadors comprés un dron i s'adonés que el fascinava el seu entorn i hi havia un nínxol de mercat a punt per explotar. L'empresa es va construir seguint el model de negoci 'lean startup' amb la seva primera marca DRONAK PROFESSIONAL i s'ha desenvolupat orgànicament any rere any amb noves marques sota el paraigua del GRUP DRONAK reinvertint els beneficis dels productes capdavanters en noves marques.</p> <p>Entre altres iniciatives i col·laboracions externes, Dronak col·labora en un màster propi de la Universitat del País Basc (UPV/EHU) centrat en el pilotatge i enregistrament de drons.</p> <p>Dronak també ha estat guardonada amb nombrosos premis que en recompensen el caràcter innovador, les bones pràctiques industrials i l'impacte social.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Favia Silva (Directora General)	
Perfil:		
<p>La Sra. Silva ha treballat amb empreses d'Europa i Brasil per ajudar-les a internacionalitzar-se i ha fundat i dirigit negocis a sectors com l'arquitectura, la gastronomia, la moda i la tecnologia, la seva passió actual. També és portaveu i activista pels drets de la dona i ofereix conferències sobre formació i capacitat empresarial.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Innovar en drons menys contaminants:		
<p>Els drons han anat guanyant popularitat durant l'última dècada, no només pel seu vessant lúdic o militarista (els més coneguts), sinó també per la utilitat que proporcionen en diversos sectors, ja que les vistes amb drons permeten fer exploracions topogràfiques, recopilar imatges a HD, entre d'altres utilitats. Per això, la demanda per produir-los en sèrie i innovar-hi constantment és cada vegada més gran i les empreses del sector necessiten reinventar-se constantment per mantenir-se en el negoci.</p> <p>Tot i això, com qualsevol altra màquina, els drons necessiten energia per funcionar, que sol ser electricitat. Les bateries més comunes dels vehicles elèctrics es fabriquen amb liti, després d'un llarg i contaminant procés des de la seva extracció fins al producte final que afecta no només el nostre medi ambient global, sinó que també és un treball perillós que es duu a terme principalment a els països en desenvolupament amb diversos nivells de riscos associats a la feina. Un procés que, encara que els compradors i les parts interessades reconeixen que no és ideal, no redueix la necessitat del material.</p> <p>D'altra banda, la investigació sobre material sostenible o reciclat per a la construcció de drons fa anys que és el centre d'atenció de les empreses del sector, Dronak, per exemple, ha desenvolupat un eco-dron que està fabricat en un 78% amb material biodegradable però aquestes innovacions no arriben al sistema energètic, cable i bateries, que tenen unes necessitats específiques més grans que altres parts del dron.</p>		
La decisió:		
<p>D'acord amb els valors de l'empresa i el seu èmfasi en l'ecologisme i la connexió entre la tecnologia i l'ésser humà, Dronak va decidir invertir en una de les poques parts del dron que els quedava per abordar per fer els drons encara més ecològics. Per aconseguir-ho, van desenvolupar noves bateries d'hidrogen que no són només 100% ecològiques, ja que gran part de l'hidrogen es produeix a partir d'aigües residuals o en bateries d'energia solar, sinó que a més permeten una autonomia 4 vegades superior a la mitjana de les bateries de liti.</p> <p>Amb aquesta innovació, l'empresa persegueix el compromís amb la innovació social sostenible centrant-se en la capacitat personal, utilitzant la IA i la robòtica per ajudar les persones i aplicant l'economia circular a qualsevol lloc.</p> <p>És més, aquests nous drons s'estan desenvolupant per a ajudar a l'agricultura de precisió, una modalitat d'agricultura altament tecnificada que requereix mesuraments precises de les variables que envolten el producte i que, alhora i entre altres coses, també disminueix l'impacte mediambiental d'aquesta activitat.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quin altre sector pot aplicar la tecnologia dels drons? - Per què Dronak se centra tant en la sostenibilitat? - Veu algun punt negatiu als drons? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://dronak.com/ 		



ESTUDI DE CAS: núm. 9		Espanya
TÍTOL:	IAIOS, un exemple de disseny circular aplicat a la indústria tèxtil	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"IAIOS"	
Tipus d'indústria:	Sector tèxtil i de la moda	
Nombre d'empleats:	3	
Descripció general de l'empresa:		
IAIOS és una empresa familiar catalana del sector tèxtil que confecciona jerseis de manera artesanal: 100% a partir de primeres matèries reciclades i dissenyats per durar molts anys. El seu model de producció es basa en l'ús de fil reciclat, la fabricació local i el disseny circular. Als anys 90 la família va crear una marca, IAIOS, que va desaparèixer a causa de la manca de conscienciació sobre la sostenibilitat en el tèxtil i els teixits reciclats. La creació de la marca IAIOS els va portar a fabricar un tipus de jersei diferent. Volien donar més força al concepte "avis" o "iaios", que significa avis, ja que recollia la filosofia de les col·leccions: jerseis creats per durar, fets com abans, utilitzant matèries primeres, treball manual i processos de producció locals.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Amadeu, Bernat i Gemma Barbany.	
Perfil:		
El 2016, el seu Amadeu Barbany besnéts del propietari, com botiguer i Bernat Barbany com a biòleg i Gemma Barbany com a dissenyadora, rebesnéts del propietari van recuperar la marca, emmarcant-la en un model de producció i disseny d'economia circular.		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
El sector tèxtil és un dels més importants a nivell mundial. També és un dels sectors més qüestionats els darrers anys per l'efecte que el seu creixement desmesurat té sobre el medi ambient, sobre les condicions de treball i la defensa dels drets humans dels treballadors i sobre la salut de les persones.		
Segons l'ONU, la indústria de la moda és la segona més contaminant del món. Si continua amb el model actual, les emissions de contaminants atmosfèrics d'aquesta indústria augmentaran gairebé un 50% el 2030. La indústria tèxtil és la segona consumidora d'aigua més gran del món, per darrere de la indústria energètica.		
Les condicions de treball a la indústria tèxtil i de la moda comencen amb el cultiu i la recol·lecció de matèries primeres com el cotó i el lli. La millora de les condicions laborals pot tenir un efecte dòmino sobre altres vulnerabilitats laborals com ara les hores extraordinàries, la precarietat de l'habitatge, la mala alimentació, els problemes de salut i el risc de treball infantil.		
La decisió:		
L'economia circular és un nou model econòmic que cerca transformar els patrons de producció i consum de la societat per assolir un sistema de producció sostenible. L'economia circular distingeix entre cicles tècnics i cicles biològics. Els cicles tècnics busquen que el disseny dels productes permeti que siguin reutilitzables.		
Hem de passar dels fluxos lineals de matèria i energia als fluxos circulars de matèria i energia. En el cas de la Unió Europea, l'anomenada "economia de bucle tancat" s'ha convertit en una prioritat. En aquest entorn, a Espanya s'han incrementat les actuacions a l'àmbit de la circularitat. Aquestes accions han rebut el suport de la Unió Europea i s'estan centrant en nous models de negoci, sistema de producció i formes de consum. Segons COTEC (2019) el nombre de casos d'economia circular identificats el 2019 va triplicar els identificats a l'informe realitzat el 2017. Actualment, el Ministeri està desenvolupant "Una estratègia d'Economia Circular 2030"		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Indica quins ODS es veuen afectats com a resultat de la producció del sector tèxtil i quins es poden millorar i com a resultat de les noves tendències de producció que s'estan implantant. - Factors que l'empresa ha d'analitzar a l'hora de plantejar-se una internacionalització possible dels seus mercats. 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://iaios.com/pages/botigues?lang=ca 		



Casos pràctics de “Gestió responsable i justa”.

ESTUDI DE CAS: núm. 10		Països Baixos
TÍTOL:	El dilema del proveïdor	
L'ORGANITZACIÓ:		
Nom de l'organització:	"TELÈFON JUST"	
Tipus d'indústria:	Venda al detall	
Nombre d'empleats:	-	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Fairphone és una empresa socialment responsable que aposta per una electrònica més justa. En produir un telèfon, trenquem la cadena de distribució i creem noves relacions entre les persones i els seus productes. Contribuïm positivament a tota la cadena de valor de l'extracció de minerals, el disseny, la fabricació i la vida útil, i ampliem el mercat de productes que anteposen els valors ètics. Juntament amb la nostra comunitat, estem canviant la manera de fabricar els productes.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Bas van Abel i Eva Gouwens	
Perfil: Dissenyador del telèfon intel·ligent sostenible i "just" Fairphone		
Bas van Abel		
<p>El dissenyador Bas van Abel (1977) va fundar Fairphone el 2013 i n'és el director executiu. Va ser director creatiu de Waag Society, un dels iniciadors de Fablab Amsterdam i és coautor del llibre <i>Open Design Now</i>. Amb Fairphone, Van Abel treballa per un nou estàndard industrial per a productes honestos i sostenibles. Aquest any va rebre el premi Momentum for Change de Ban Ki Moon, secretari general de les Nacions Unides.</p> <p>Bas van Abel: "Considero un veritable honor participar en un dels festivals de disseny més innovadors del món. El DDW no se centra únicament en els productes finals, sinó que ofereix molt d'espai per a l'experimentació. L'esdeveniment no eleva el disseny a alçades" llunyanes, sinó que posa èmfasi en el paper del disseny en els problemes socials. Espero un esdeveniment d'àmplia orientació, amb molt èmfasi en els temes socials i un punt de vista crític sobre els temes tecnològics".</p> <p>L'empresa va créixer ràpidament i avui ocupa 89 persones; per cert, amb una proporció de gènere propera al 50/50 i un consell d'administració on predominen les dones. Al timó hi ha Eva Gouwens, que es va incorporar com a directora general el 2017.</p> <p>Diu: "Em vaig unir per recolzar Bas van Abel, el nostre fundador, amb la meua experiència en dirigir i ampliar una empresa social".</p> <p>L'experiència de Gouwens, adquirida al llarg de 13 anys en algunes de les principals marques europees de béns de consum d'alta rotació, també la va portar a dirigir la marca belga de xocolata de comerç just <i>Tony's Chocolonely</i>, on va arribar a ser coneguda com "la primera dama de la xocolata de comerç just", i va augmentar la facturació un 50% d'un any a l'altre. Amb la filosofia empresarial de construir "empreses d'èxit comercial com a font sostenible del bé al món", la seva experiència va complementar la formació en disseny d'Abel, que l'any següent va passar a formar part del Consell de Supervisió, mentre que Gouwens va assumir el càrrec de Conseller Delegat.</p> <p>El moviment va establir les bases per a la següent fase de creixement de l'empresa –Fairphone va recaptar 40,7 milions de dòlars en nou rondes fins al desembre del 2018– i Gouwens ara dirigeix totes les operacions des de la seu de Fairphone a Amsterdam.</p> <p>Gouwens sol començar el dia amb una hora de trajecte a la feina, i als matins es posa al dia amb les notícies mentre viatja, seguida d'un audiollibre o un podcast.</p>		
EL DILEMA MORAL		
<p>Després que el fabricant de les pantalles anunciés que deixaria de fabricar-les, van Abel i Eva Gouwens es van veure obligats a emmagatzemar moltes pantalles de recanvi a curt termini. Al capdavall, havien promès als seus clients que el Fairphone, fàcil de reparar, duraria almenys entre 3 i 5 anys. No era precisament sostenible: la possibilitat que l'empresa es quedés amb un excedent de pantalles inservibles era alta.</p>		
La decisió:		
<p>El que podrien fer és cercar un nou proveïdor, però és tan fàcil? Haurien d'investigar. A més, poden veure si la producció o els materials podrien canviar. Podrien demanar consell o ajuda als empleats.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quin és l'equilibri entre la promesa, la missió i el comerç real? - Quant espai ètic cal fer servir per resoldre aquesta qüestió? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.fairphone.com/en/ • https://www.volkskrant.nl/wetenschap/fairphone-2-deugt-nu-nog-een-beetje-meer~b5373b31/ 		

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ESTUDI DE CAS: núm. 11		Països Baixos
TÍTOL:	Les empreses tecnològiques comparteixen les macrodades	
L'ORGANITZACIÓ:		
Nom de l'organització:	"Facebook" (ara conegut com a Meta)	
Tipus d'indústria:	TIC	
Nombre d'empleats:	-	
Descripció general de l'empresa:		
Facebook és una xarxa social que facilita la connexió i intercanvi amb familiars i amics. Originalment dissenyat per a estudiants universitaris, Facebook va ser creat el 2004 per Mark Zuckerberg mentre estava matriculat a la Universitat de Harvard. El 2006, qualsevol persona major de 13 anys amb una adreça de correu electrònic vàlida podia unir-se a Facebook. Avui, Facebook és la xarxa social més gran del món, amb més de 1.000 milions d'usuaris a tot el món.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Mark Zuckerberg	
Perfil: Cofundador de Facebook		
És un empresari d'Internet i filantrop nord-americà. És conegut per cofundar Facebook i n'és el president, conseller delegat i accionista majoritari.		
EL DILEMA MORAL		
Fa uns quants anys hi va haver un debat sobre l'intercanvi de dades privades de persones de tot el món. Les grans empreses tecnològiques semblaven tenir-hi un gran interès. Es van utilitzar algorismes per influir en el comportament de cerca. Les dades es venien a parts comercials o es feien servir amb finalitats publicitàries, de recerca i de vigilància. Segons un portaveu, aquest mètode satisfia "les lleis i normatives aplicables".		
La decisió:		
Cal investigar els límits i normes sobre el nivell d'influència i la propietat de les dades dels clients de les xarxes socials i de les empreses tecnològiques en general. Als EUA es debaten les normatives a Europa (a causa de la creixent influència de la tecnologia en els votants i el públic) s'està duent a terme una revisió per "garantir" la privadesa. Tot comença per la conscienciació.		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quina és l'escala de distribució de dades i com es treballa negativament? - Contribueixen realment les lleis i les normatives a garantir la llibertat d'elecció de clients i particulars? - Què és realment necessari per garantir les opcions individuals? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election • https://www.techrepublic.com/article/facebook-data-privacy-scandal-a-cheat-sheet/ • https://terranosecurity.com/data-privacy-scandal-facebook/ • https://edu.gcfglobal.org/en/facebook101/what-is-facebook/1/ 		

ESTUDI DE CAS: núm. 12		Països Baixos
TÍTOL:	Dilema d'aplicació	
L'ORGANITZACIÓ:		
Nom de l'organització:	Qualsevol organització	
Tipus d'indústria:	Qualsevol tipus, per exemple, un restaurant als Països Baixos	
Nombre d'empleats:	-	
Descripció general de l'empresa:		
En general, cada organització que contracta personal té el dilema de veure si el procediment de sol·licitud és ètic i sostenible. Cada junta directiva o personal s'ha d'assegurar de reflexionar sobre el procediment perquè hi hagi un canvi just perquè tots s'uneixin a l'equip o organització i contribueixin a l'empresa o organització. Per a l'exemple hem triat un restaurant. És un restaurant situat a Leeuwarden. Venen entrepans de formatge a la planxa i altres aliments que afegeixen un menú.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	John Doe	
Perfil: CEO i fundador del restaurant		
És un empresari holandès i propietari de negocis locals. Té molts restaurants i clubs a Leeuwarden. El punt fort és la seva hospitalitat de primera. Exigeix que els seus empleats tinguin un aspecte perfecte i acomiada tots els		



que no compleixen les seves normes.

EL DILEMA MORAL

Una empresa d'una ciutat dels Països Baixos vol contractar personal per al nou restaurant. Venenentrepans de formatge a la planxa (en neerlandès: Tosti's). Preparen una sol·licitud però no estan segurs de què fer amb algunes coses que podrien aportar els sol·licitants: pentinat de color, tomàquets, arracades o pírcings i altres estils. Què és allò ètic en la contractació de personal? Es tracta només de les aptituds o també de la imatge que hi aporten? Quines opcions són ètiques per al director i el propietari?

La decisió:

Preparen una sol·licitud però no estan segurs de què fer amb algunes coses que poden aportar els sol·licitants: pentinat de color, tomàquets, arracades o pírcings i altres estils.

Decideixen fer una reunió amb els altres membres de la plantilla. Es posen d'acord per veure si el candidat contribueix a l'equip, es relaciona amb els clients i és tècnicament apte per al lloc. Tot això, sense més restriccions.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Què és allò ètic en la contractació de personal?
- Només es tracta de les seves habilitats o també de la imatge que aporten?
- Quines opcions són ètiques per al gestor i el propietari?
- Quina ha estat l'experiència del passat?
- Què s'ha sabut dins de la plantilla actual?
- Quina norma té l'empresa perquè el personal s'ajusti a la imatge i als clients que rep?

Altres recursos [si escau]:

- <https://www.rtlnieuws.nl/editien/artikel/4474286/geen-baan-door-gezichtstattoo-ik-kan-niet-het-hele-jaar-een-coltrui-dragen>
- <https://www.bbc.com/news/magazine-29211526>
- <https://www.legalmatch.com/law-library/article/can-i-be-fired-for-my-tattoos-and-piercings.html#:~:text=Si%20un%20tatuatge%20o%20piercing,causen%20al%20empleador%20dificultats%20injustificades.>
- <https://bodyartforms.com/blog/piercings-in-the-workplace-a-guide-to-maybe-not-getting-fired.asp>



ESTUDI DE CAS: núm. 13		Alemanya
TÍTOL:	Drets de propietat intel·lectual a les indústries creatives	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	Editorial "Super Tramps Club" (STC)	
Tipus d'indústria:	Publicació	
Nombre d'empleats:	1	
Descripció general de l'empresa:		
<p>STC és una editorial italiana en línia de relats curts i poemes. Tot i això, també es poden trobar relats i poemes d'autors internacionals. L'editorial ja té 5 anys i actualment escriuen per a ella més de 10 autors. També organitzen alguns esdeveniments i festivals locals i hi han pujat alguns podcasts.</p> <p>STC es va fundar per recopilar relats d'autors desconeguts i donar-los una plataforma. El fundador, Giulio Frangioni, selecciona ell mateix els autors i fins i tot contribueix amb algunes de les seves pròpies històries.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Giulio Frangioni	
Perfil:		
<p>Giulio va fundar l'empresa als 15 anys. El que va començar com un hobby ha esdevingut una passió amb el pas dels anys. Paral·lelament a la direcció de l'editorial, estudia literatura i construeix l'empresa, cercant nous autors i dirigint-se a nous públics.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>Quan els autors escriuen una història, aquesta es converteix en una cosa semblant a un fill per a ells. Alhora, STC ha de mantenir unes normes i garantir una qualitat determinada. Això de vegades dificulta les relacions entre l'editorial i els escriptors. En altres paraules, l'editorial de vegades ha de canviar allò que els escriptors han produït, la seva propietat intel·lectual. Fer-ho de manera justa sense violar els drets dels escriptors sobre la seva propietat intel·lectual pot ser difícil, i algunes històries no es poden acceptar encara que els escriptors s'hi esforcin.</p>		
La decisió:		
<p>Hi ha d'haver directrius clares per a tothom, que també estiguin a disposició de tothom. Tots els escriptors han de saber quines normes han de complir les seves històries i quins temes poden centrar-se. Alhora, quan es compleixen aquestes normes, l'editor ha d'acceptar-ho i no pot canviar detalls del relat que no li agradin. Aquest tipus de transparència és el que ajuda STC a ser justa i transparent amb tots els escriptors.</p> <p>Això posa en relleu el paper de dues coses: una comunicació justa i oberta amb tothom, i unes directrius d'empresa per establir i seguir. Totes dues ajuden a superar els reptes ètics.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quines creus que són les normes o directrius importants que cal seguir en una empresa creativa? Difereixen de les dels altres sectors? - Quant de "poder" i control ha de tenir una editorial sobre els autors que se li presenten? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● www.supertrampsclub.com ● Les històries seleccionades també es poden trobar al canal de mitjans socials: @supertrampsclub (Instagram) 		



ESTUDI DE CAS: núm. 14		Alemanya
TÍTOL:	Ser un empresari ètic	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Vaude Trockenbau GmbH"	
Tipus d'indústria:	Construcció	
Nombre d'empleats:	100-150	
Descripció general de l'empresa:		
Vaude és una empresa de construcció en sec, cosa que significa que utilitza materials secs en la construcció. L'empresa sol treballar en edificis per al sector públic, com ara escoles i hospitals, però també en oficines. Ja fa més de 20 anys que és al mercat i ha realitzat més de 670 projectes de construcció fins ara.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Reinhard Quernheim	
Perfil:		
El Sr. Quernheim va fundar l'empresa quan era relativament jove. Amb els anys, ha adquirit molta experiència al negoci, però també en els assumptes interpersonals. Per això, mentre abans pensava més en els beneficis i menys en l'ètica, avui presta més atenció a com afecta el seu lideratge a la seva empresa i als seus empleats.		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
Com que és el fundador i líder de l'empresa, l'entrevistat té molta responsabilitat sobre les espatlles. S'ha d'assegurar que l'empresa segueixi sent rendible i també tenir cura dels empleats. D'alguna manera, això també està relacionat: El treball de cada empleat influeix en l'èxit de l'empresa. Per això és important tenir bons empleats i seleccionar-los amb cura. Això no obstant, això també crea importants problemes ètics, dos dels quals posa com a exemple l'empresari: En primer lloc, què s'ha de fer amb un empleat que es coneix des de fa temps, però que de sobte deixa de funcionar bé? Has de deixar que segueixi formant part de l'empresa a causa de la història compartida, o prescindir-ne perquè amenaça el flux de treball? I segon, a quines persones pots contractar i a quines no? De vegades, t'adonaràs que hi ha persones que realment volen o necessiten la feina que ofereixes, però no estan qualificades. En què et bases per prendre decisions ètiques i morals?		
La decisió:		
Hi ha dos principis que cal seguir i que van ajudar l'empresari. El primer és no oblidar-se mai de l'empresa i els seus objectius. Si mantens un mal empleat, pot ser que et sentis millor, però al final l'empresa patirà i més gent pot perdre la feina. Per tant, si es pensa en tota l'empresa i no només en un dels empleats, és més ètic deixar marxar un empleat o no contractar una persona que arriscar-los a tots. Això no obstant, això s'ha de fer sempre sent humà, que és el segon principi. El factor humà, més que el benefici de l'empresa, ha d'estar al punt de mira i no oblidar-se mai. Per exemple, en cas que l'empleat tingui un mal rendiment, ofereix-li primer suport i parli sobre això. Aquest segon principi també és important per no perdre's a l'empresa i no perdre el contacte amb la realitat. Al capdavall, sempre cal aspirar a ser primer un ésser humà i després un home de negocis. Trobant solucions humanes, en lloc de solucions empresarials, moltes coses seran més fàcils i, en última instància, també us beneficiaran a tu ia l'empresa, ja que es crea un millor ambient de treball.		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - El nombre d'empleats d'un empresari influeix en la seva "personalitat"/estil de lideratge? - Segons la seva opinió, quin és el problema més gran quan s'intenta ser un líder ètic? Com es pot superar aquest problema? - (consulteu també les preguntes ja publicades durant la descripció del dilema ètic) 		
Altres recursos [si escau]: cap		



ESTUDI DE CAS: núm. 15		Grècia
TÍTOL:	A projecte de construcció i avaluació d'impacte ambiental.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Construccions al voltant"	
Tipus d'indústria:	Consultoria	
Nombre d'empleats:	17	
Descripció general de l'empresa:		
L'empresa ofereix serveis de consultoria tant al sector públic com al privat. Una de les seves principals missions és donar suport a les start-ups, amb les quals intenten construir un perfil ètic sòlid: Amb molts anys d'experiència, l'empresa considera l'Ètica com un valor fonamental per a la societat i per al món empresarial.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Georgios Lymperis	
Perfil:		
Consultor d'empreses, Economista amb M. Sc a banca i finances. Ha estat director d'un banc privat, alhora que dedicava molts anys al camp respectiu. Ha treballat durant força temps com a consultor en projectes de construcció, alhora que desenvolupava plans de negoci.		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
El Sr. Lymperis va descriure la seva experiència en treballar amb l'equip de supervisió en un projecte de construcció. Segons el pla de construcció original, la nova carretera nacional havia de cobrir un riu, cosa que tindria un gran impacte a la capa freàtica de l'àmplia zona que envoltava la nova urbanització, amb possibles conseqüències negatives com a inundacions en èpoques de pluja. Atès que Grècia és un país ple de muntanyes, construir una autopista no és un cas fàcil, les opcions per ubicar-les són limitades i qualsevol obra requerirà un pressupost més gran que si el terreny fos pla. Així doncs, el dilema era si calia donar prioritat a l'accés a les ciutats principals (i als serveis vitals relacionats, com ara hospitals o escoles) des dels pobles i ciutats propers seguint endavant amb el pla proposat o si calia proposar un pla de construcció ; enfrontar-se al repte d'una burocràcia que requereix molt de temps (permisos, nous estudis, etc.) i esperar anys abans que es desenvolupi plenament un pla nou. Un projecte d'aquesta envergadura depèn també de moltes parts interessades, especialment els organismes públics responsables de l'aprovació i la supervisió del projecte, com ara el Ministeri d'Ordenació Territorial, Construcció i Urbanisme, el Ministeri de Medi Ambient i el Ministeri d'Hisenda. També cal tenir en compte les comunitats locals que veuran alterada la seva vida per una decisió o una altra i les grans empreses instal·lades a les zones industrials properes a l'autopista, així com a les associacions comercials i les PIME locals, ja que la seva prosperitat podria dependre de l'obertura d'aquesta nova via de comunicació. Per això, no només cal tenir en compte el medi ambient, sinó també els drets dels ciutadans o la mà d'obra dependents del projecte.		
La decisió:		
Després d'un llarg procés de reflexió i la pressió de les diferents parts interessades, i malgrat que Grècia rebria una multa per causar un mal tan gran a l'ecosistema de la zona, els responsables del projecte van decidir seguir endavant amb ell i donar suport als interessos econòmics de les empreses dels voltants en lloc de salvar el medi ambient no alterant el curs natural del riu.		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Per què creu que els directius van triar aquesta opció? Ho faria vostè? - Quins drets són més importants: els de les persones o els del medi ambient? 		
Altres recursos [si escau]:		



ESTUDI DE CAS: núm. 16		Grècia
TÍTOL:	Un dilema moral sorgit d'una auditoria	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Vaixells i transbordadors"	
Tipus d'indústria:	Una companyia naviliera	
Nombre d'empleats:	57	
Descripció general de l'empresa:		
Empresa naviliera i de consultoria especialitzada en treballar amb operadors portuaris i companyies navilieres nacionals i internacionals. L'empresa també imparteix cursos de formació i capacitació per a autoritats portuàries, proporcionant-los una àmplia xarxa de contactes i clients tant al sector com a les autoritats que el regeixen.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Georgios Vaggelas	
Perfil:		
Professor associat del Departament de Navegació, Comerç i Transport de la Universitat de l'Egeu. El Sr. Vaggelas és membre de l'Autoritat Reguladora Portuària i Director General d'un dels ports més grans de Grècia. Ha treballat en diverses empreses navilieres i marítimes durant molt de temps abans d'establir-se al seu lloc actual.		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
El Sr. Vaggelas descriu un cas que li ha arribat sobre una empresa internacional que opera al port dels censors jurats de comptes i que realitza auditories a diverses organitzacions. Entre d'altres, les seves responsabilitats principals són treballar en sistemes comptables, elaborar informes financers i presentar declaracions de l'impost de societats.		
Per això, per seguir en actiu, l'empresa ha de complir inevitablement estrictes requisits ètics per guanyar-se la confiança dels clients i accedir i gestionar els comptes i els informes financers. Tots els empleats són contractats per oferir un assessorament financer sòlid, eficaç i moral. Tot i això, pel que fa a l'auditoria, estan obligats per llei a revelar qualsevol assumpte que no estigui en consonància amb els serveis de recaptació de l'Estat, entre altres requisits que impedeixen a l'empresa client seguir endavant amb qualsevol possible situació de frau.		
En aquesta situació, un inversor vol comprar una participació d'una empresa comercial, que dona feina a unes 180 persones. Per aquest motiu, va sol·licitar un préstec bancari i va contractar un censor jurat de comptes per fer auditories a l'empresa objectiu, ja que necessitava garanties que la seva compra seria rendible en cas que sorgís la necessitat de liquidar-la. En altres paraules, l'inversor necessitava avaluar el valor de l'empresa abans d'adquirir la participació.		
Hi va haver un primer censor jurat de comptes que, segons la llei i les normes internacionals de comptabilitat, va auditar l'empresa (abans que aparegués l'inversor) i va declarar que la situació financera del negoci era sòlida i conforme a la legislació aplicable.		
Durant l'auditoria realitzada pel segon censor jurat de comptes (contractat per l'inversor) es van descobrir inexactituds i errors en la valoració de l'empresa que van deixar en evidència l'antic auditor i el propietari de l'empresa, cosa que va repercutir en els empleats de la empresa, ja que l'expectativa d'aquesta nova inversió els havia omplert de molt optimisme. Però el més important és que la segona auditoria va demostrar que la inversió comportava un risc més gran del que s'havia informat l'inversor.		
Aquest dilema concret té molts paràmetres per cobrir i parts interessades que es veuran afectades per qualsevol de les opcions possibles, amb conseqüències financeres tant per a l'inversor com per al propietari de l'empresa. El punt crític en aquesta situació és que l'inversor ja havia pres el préstec bancari i ara es demostra que probablement va ser una decisió precipitada.		
La decisió:		
El comptable va decidir respectar els requisits legals i ètics presentant les conclusions primer a l'inversor i després al propietari de l'empresa. L'acord es va cancel·lar temporalment fins que l'estat financer de l'empresa quedés absolutament aclarit.		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Com evitaria una situació semblant? - Què faria en una situació similar si fos l'inversor? I el propietari? 		
Altres recursos [si escau]:		



ESTUDI DE CAS: núm. 17		Grècia
TÍTOL:	Un cas d'una companyia d'assegurances	
L'ORGANITZACIÓ		
Nombre de l'organització:	"Assegurances i contractes"	
Tipus d'indústria:	Companyia d'assegurances	
Nombre d'empleats:	41	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Una companyia d'assegurances de mida mitjana que ofereix tot tipus de serveis d'assegurances, com ara assegurances d'automòbil, immobiliàries, de salut, d'ingressos, d'empresa... per a particulars i empreses. L'empresa es regeix pels principis de la responsabilitat social corporativa i s'esforça per establir una cultura empresarial orientada pels valors morals tradicionals i la protecció de la família grega, l'esperit empresarial i, alhora, desenvolupar accions per al benestar de la societat en conjunt. Per això, ofereix serveis remuneradors als seus assegurats i sovint organitza esdeveniments per apropar els membres de l'empresa i reforçar els llaços entre ells.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Georgios Lymperis	
Perfil: Consultor d'empreses, economista amb màster en banca i finances		
Ha estat director d'un banc privat, alhora que dedicava molts anys al camp respectiu. Ha treballat durant força temps com a consultor en projectes de construcció, alhora que desenvolupava plans de negoci.		
EL DILEMA MORAL		
Descripció i solució:		
<p>Un client d'aquesta companyia d'assegurances, que ja gaudia dels seus serveis assegurant el cotxe, va sol·licitar una oferta per assegurar la casa de la platja. El pèrit de la companyia va fer una primera inspecció avaladora de l'immoble i no va trobar danys, per la qual cosa va donar el vistiplau per assegurar l'habitatge contra robatori, incendi, destrucció parcial i total per terratrèmol. Tot i això, al cap de tres mesos, una paret exterior de la casa es va esfondrar per causes desconegudes i el propietari va sol·licitar una indemnització per reparar els danys. L'agent d'assegurances encarregat del cas es va desplaçar de nou a la propietat i, juntament amb un pèrit, va descobrir que la paret havia estat recentment repintada (de manera tosca) perquè romangués coberta la humitat que la cobria i que tenia el seu origen a les profunditats del terreny, Aquest és un cas força comú a les companyies d'assegurances, ja que un percentatge més gran del que pensem de clients busca enganyar les indemnitzacions per estalviar-se o guanyar diners amb elles, i encara que no és de gran envergadura, prevenir o evitar el nombre més gran de aquestes qüestions és una prova d'una cultura empresarial eficaç i una manera de prevenir el deteriorament de la reputació que la companyia ha de salvaguardar.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Com se sentiria vostè al lloc de l'expert? - Creieu que accions com aquesta haurien d'estar penades per la llei? O és responsabilitat de l'empresa no deixar-se enganyar? - Ha sentit algun cas semblant? 		
Altres recursos [si escau]:		



ESTUDI DE CAS: núm. 18		Xipre
TÍTOL:	Intimidació al lloc de treball: un cas del sector de l'hostaleria	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Hotel XYZ"	
Tipus d'indústria:	Hospitalitat-Càtering	
Nombre d'empleats:	40	
Descripció general de l'empresa:		
<p>XYZ-Hotel és un hotel de temporada de 5 estrelles situat a la zona de Famagusta, a Xipre. La zona turística de Famagusta és coneguda per la seva vibrant vida, especialment a la nit, i és una destinació popular per a turistes de tot el món, ja que compta amb una de les zones costaneres més belles de la Mediterrània. L'Hotel XYZ ofereix serveis d'allotjament de luxe i disposa de 4 locals de restauració.</p> <p>Els valors morals més importants de l'Hotel, tal com s'expliquen al Manual de l'Empleat, són:</p> <p>Cooperació, Suport, Respecte, Drets Humans, Drets Laborals, Noble rivalitat, Companyia i Empatia.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Marios Ektoros	
Perfil: Xef Executiu Hilton Nicòsia		
<p>Marios Ektoros compta amb més de 20 anys d'experiència laboral al sector de l'hostaleria, 11 en llocs directius. És diplomad en Arts Culinàries i llicenciat en Gestió d'Arts Culinàries. Ha participat a nombrosos concursos culinaris nacionals i internacionals i va ser membre de l'equip olímpic culinari de Xipre. Ha assistit i impartit nombrosos seminaris a Xipre i a Europa. Actualment és Xef Executiu d'un dels millors hotels de Xipre.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>El sector de l'hostaleria a Xipre es caracteritza per l'estacionalitat, i en conseqüència, un percentatge significatiu dels empleats també treballa per temporades. Això es tradueix en moltes noves contractacions per a la majoria dels hotels que operen a la zona. El sector també es caracteritza per l'enorme oferta de mà d'obra jove i inexperta procedent de tot Europa, que busca feina només per una temporada. D'altra banda, alguns dels empleats del sector de l'hostaleria de la zona fa molts anys que treballen al mateix hotel o restaurant. Quan el Sr. Ektoros es va incorporar a l'Hotel XYZ com a cuiner, al principi de la seva carrera, va descobrir que, a causa de la diferència d'edat entre els membres més veterans del personal de l'hotel a les cuines i els nous reclutes, els més veterans no acollien als nous empleats amb respecte i companyonia. Al mateix temps, la direcció no seguia el programa d'iniciació necessari ni els procediments pertinents i no impartia la formació adequada als empleats antics i als nous, especialment sobre com comportar-se al lloc de treball. Com a conseqüència, els empleats més veterans de l'hotel es comportaven amb molta duresa amb els nous, carregant-los amb moltes tasques "brutes" i "pesades". Aquesta situació va ser una decepció per als recent contractats i, definitivament, els va causar un impacte i sentiments negatius sobre l'Hotel i la feina a què els nous estaven a punt d'incorporar-se a la, així anomenada, indústria de l'hostaleria. La situació a què va haver d'enfrontar-se el Sr. Ektoros quan es va incorporar a l'hotel va ser sens dubte un cas d'assetjament per part dels empleats més antics cap als contractats recentment. Òbviament, no es respectaven els drets laborals i humans, i hi havia desigualtat de tracte. El dilema que es va plantejar el Sr. Ektoros quan es va incorporar a l'hotel XYZ era si acceptaria o no la cultura existent.</p>		
La decisió:		
<p>Un ambient de col·laboració harmoniosa és molt important, especialment per als nous a qualsevol empresa-organització. Per això, Marios Ektoros, quan es va convertir en Cap de Cuina, va decidir que intentaria canviar la cultura a les cuines per garantir que no es produïssin incidents d'assetjament contra ningú a la cuina de què ell és Director. Va decidir acollir ell mateix els nous empleats i proporcionar-los tota la formació inicial necessària perquè se sentissin segurs i motivats. Va recolzar la comunicació oberta i va oferir oportunitats per rebre comentaris constructius. Va celebrar reunions periòdiques amb tots els membres del personal i va controlar diàriament els nous, tractant de motivar-los i recolzar-los.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quines van ser les principals raons del comportament poc ètic dels empleats més veterans cap als recent contractats? - Quin va ser l'impacte d'aquest tipus de comportament a l'hotel? - Què faria de manera diferent si fos el Director? - Creieu que l'assetjament al lloc de treball també es pot donar en altres sectors? Coneixes algun exemple? 		
Altres recursos [si escau]:		



ESTUDI DE CAS: núm. 19		Xipre
TÍTOL:	Consideracions ètiques - Qualificacions dels empleats	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Centre d'Estètica Beauty Senses"	
Tipus d'indústria:	Indústria de la bellesa - Estètica	
Nombre d'empleats:	12	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Centre d'Estètica Beauty Senses: El Centre d'Estètica es va establir des del 2017 i el Saló ara s'executa a través de tres Instituts de Bellesa sobre la ciutat. Encara els centres amb el suport de 12 empleats. La política principal de l'empresa reflecteix la qualitat del servei i el nivell de satisfacció del client en línia amb la cortesia dels proveïdors de serveis, i les qüestions de seguretat i higiene. L'organització Beauty-Salon respon a totes les necessitats de serveis al sector de l'estètica, en termes de tractaments i teràpies alternatives, i s'interessa per la seva progressiva actualització en les metodologies aplicades. Pel que fa a la introducció de l'ús de la tecnologia làser per a la depilació al saló de bellesa,</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Myrto Diamantidou	
Perfil:		
<p>L'empresària és Llicenciada en Econòmiques i durant més de 20 anys ha treballat a Empreses de Gestió Econòmica. A finals dels 40 va decidir dedicar-se al sector de l'estètica, ja que sempre li va interessar la cura de la bellesa. El 2015 es va llicenciar en Estètica i va decidir començar una nova carrera al món de la bellesa, creant el seu propi Institut d'Estètica anomenat 'Beauty Senses Aesthetics Center'. Els seus coneixements en el camp de l'economia i la gestió adequada va donar lloc a l'ampliació-desenvolupament de l'empresa a tres instituts de bellesa.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>L'empresari tendeix contínuament a introduir als Centres d'Estètica de l'empresa tecnologies contemporànies que puguin servir en tractaments i teràpies estètiques. Quant a la introducció de l'ús de la tecnologia làser per a la depilació al saló de bellesa, l'empresari necessita contractar la persona adequada/apropiada per a aquest lloc que és de vital importància per a l'èxit de l'empresa i l'eficàcia del mètode- tècnica aplicada als clients. L'empresària està qualificada per utilitzar-manejar l'aparell-tecnologia làser per a depilació (Llicenciada en Estètica) però com que és l'única propietària-gerent de tots els salons, que pren tota mena de decisions organitzatives, no té temps per implicar-s'hi. Ha decidit anunciar un lloc vacant a l'empresa relacionat amb l'especialitat abans esmentada. Ha seguit tot el procés de protocol de contractació tradicional adequat pel que fa a la presentació de CV dels candidats i, a continuació, els ha sotmès a una preselecció personal. A continuació, ha entrevistat els candidats preseleccionats per seleccionar el definitiu. El dilema ètic a què s'enfronta l'empresari fa referència a la decisió final de contractació entre dues categories de candidats: La primera categoria de candidats és llicenciada en Estètica, mentre que la segona és diplomada en Estètica. Aquest dilema ètic de l'empresària sorgeix pel fet que durant tots aquests anys només ha contractat empleades diplomades a Estètica a causa de la política seguida per l'empresa de pagar salaris baixos a les empleades, a causa de la seva menor qualificació fins al nivell de Diplomatura .</p>		
La decisió:		
<p>L'empresària, tenint en compte la legislació que fa referència a l'ús de la tecnologia d'aparells làser per a la depilació en un saló de bellesa per un llicenciat en Estètica, juntament amb el comportament ètic de l'empresa cap als clients, va decidir excloure-les les presentacions-candidats per al lloc amb un títol de Diplomats en Estètica. El criteri de l'empresària considera exclusivament els Diplomats en Estètica i el motor de la selecció final es recolza únicament en els mèrits, incloent-hi coneixements, habilitats, destreses i hores d'experiència en el maneig de l'aparell-tecnologia làser per a depilació al sector de l'Estètica.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Com considera la decisió final de l'empresari? - Com jutja el seguiment de la política de contractació dels empresaris durant tots aquests anys? 		
Altres recursos [si escau]:		



ESTUDI DE CAS: núm. 20		Xipre
TÍTOL:	Consideracions ètiques - Qualitat davant beneficis/Control de despeses	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Saló de bellesa Art of Beauty"	
Tipus d'indústria:	Indústria de la bellesa - Estètica	
Nombre d'empleats:	8	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Saló de bellesa Art of Beauty: L'empresa es va establir el 2010 com un centre d'institució de saló de bellesa, tenint en compte les dones conscients de la bellesa i la seva demanda d'una varietat de serveis aplicats a Beauty-Industry com a tractaments de bellesa facial-corporal i teràpies alternatives aplicades a Estètica . El fet que els proveïdors de serveis de bellesa o salons de bellesa hagin sorgit a tot el país durant l'última dècada, i també l'augment de la competència, exigeix que l'empresa impliqui metodologies de tractament innovadores i atractives per als clients. La política principal de l'empresa consisteix a oferir serveis de qualitat per satisfer o superar les expectatives dels clients de manera constant. D'altra banda, en termes de crisi econòmica per la pandèmia COVID-19, juntament amb la disminució dràstica dels beneficis de l'empresa, una força impulsora que l'empresa ha de seguir són les polítiques de baix cost per tal de ser sostenible i rendible. L'organització s'hauria de preocupar per establir barreres d'equilibri entre les metodologies i els tractaments qualitatius innovadors i el control de les despeses.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Anastasia Kalogirou	
Perfil:		
<p>La propietària fundadora porta més de 30 anys treballant al sector de la bellesa. L'empresària té una llicenciatura en Estètica i al llarg dels anys ha assistit a una sèrie de seminaris educatius a l'àrea temàtica de Gestió Internacional de Recursos Humans. A causa de les relacions prèvies amb molts proveïdors de cosmètics locals i d'altres països, l'empresa pot oferir/implicar productes cosmètics d'alta qualitat en tractaments teràpies de bellesa.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>Els dilemes ètics a què s'enfronta l'empresària inclouen l'equitat amb els clients i els competidors. D'una banda, l'empresària vol introduir-ne de noves teràpies de tractament per ser competitiva davant dels salons de bellesa, utilitzant cosmètics de baix cost per minimitzar les despeses de l'empresa . D'altra banda, l'empresari també es preocupa pel comportament ètic de l'empresa cap als clients, ja que els cosmètics de baix cost utilitzats a les teràpies de bellesa no donaran els resultats esperats i els clients podrien quedar insatsifets. Des d'un altre punt de vista, si l'empresari pensa cobrar els serveis d'estètica a un preu elevat sense cap valor afegit, augmenta la possibilitat de perdre clients. Si bé l'empresària considera que un marge massa alt no és just per als clients, una estratègia de venda prometedora per a aquest dilema consisteix a promoure metodologies de tractament estètic cares amb consumibles/cosmètics de baix cost. L'empresària subratlla que només utilitza polítiques de serveis i tècniques de màrqueting mitjançant la importació de tractaments estètics avançats i l'ús de consumibles de baix cost, respectivament, que estiguin en consonància amb els valors ètics personals respecte a l'empresa i els empleats, evitant retallades salarials. Assenyala que algunes empreses ataquen els seus competidors i destaquen els punts febles d'altres empreses davant dels clients, mentre que aquesta empresa dóna importància als seus avantatges competitiu, que són la innovació.</p>		
La decisió:		
<p>L'empresari, tenint en compte el benefici de l'empresa i l'alta competència, decideix importar metodologies noves en tractaments d'estètica mitjançant l'ús de consumibles/cosmètics de baix cost per establir un control-gestió de les despeses del Saló de Bellesa. Aquesta política de decisió no obliga l'organització a retallades salarials dels empleats.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Com considera el valor ètic de l'empresari, inclosa l'honradesa, la sinceritat i la responsabilitat davant dels clients? - Com jutja el valor ètic dels empresaris a l'hora de decidir l'ús de consumibles de baix cost o de qualitat en els tractaments de bellesa, tenint en compte també l'elevada competència i lacrisi econòmica al sector dels salons de bellesa? - Està d'acord amb la decisió de l'empresari, com a política per minimitzar les despeses de l'empresa, importar consumibles de baix cost en lloc de retallar el salari dels empleats? 		
Altres recursos [si escau]:		



ESTUDI DE CAS: núm. 21		Xipre
TÍTOL:	Igualtat de gènere	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Saló de bellesa World of Beauty"	
Tipus d'indústria:	Estètica i benestar	
Nombre d'empleats:	8	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Món del saló de bellesa: El Saló de Bellesa Estètica es va establir el 2016, amb el suport de 8 empleats. La política principal de l'empresa reflecteix la qualitat del servei i el nivell de satisfacció del client en línia amb la cortesia dels proveïdors de serveis, la seguretat i les qüestions d'higiene. El Saló de Bellesa satisfà totes les necessitats de serveis al sector de l'estètica, en termes de tractaments i teràpies alternatives, i el valor ètic general que es promou és l'expressió "La bellesa no té identitat de gènere". Pel que fa a la política general i el logotip promogut de l'empresa, el personal del Saló de Bellesa també inclou un esteticista home entre les dones, reforçant el significat que en la bellesa no es poden establir límits en termes de gènere.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Xènia Ivanov	
Perfil:		
<p>L'empresària és llicenciada en Estètica i té un màster especialitzat en SPA-Management, mentre que durant més de 20 anys ha treballat en una sèrie de salons de bellesa a ciutats europees com Londres i París. A finals dels seus 50 anys va decidir crear el seu propi centre de bellesa a Xipre (ja que el seu marit és xipriota) i després de tots aquests anys d'experiència en estètica, el saló de bellesa ha estat un dels més famosos al centre de la ciutat de Nicòsia. El seu coneixement de fons, juntament amb la seva experiència en Estètica-Salons de Bellesa i també el seu obert noves idees i estratègies de gestió en l'àmbit de la iniciativa empresarial en fan per ser l'únic empresari que contracta un home esteticista en salons de bellesa a Xipre.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>El dilema ètic a què s'enfronta l'empresària inclou els drets humans i els valors ètics de dignitat i igualtat de gènere al lloc de treball. El dilema ètic es planteja pel fet que un nombre sistemàtic de clients habituals es mostren negatives a la idea que un esteticista els apliqui teràpies i tractaments de benestar. Aquesta vacil·lació cap a un empleat home preocupa l'empresari, ja que un nombre apreciable de clients habituals van expressar una actitud negativa i grollera envers el seu empleat. El dilema ètic de l'empresària es troba entre l'opció d'acomiadar l'esteticista i l'opció de desenvolupar un pla estratègic innovador que promogui l'expressió general "Els serveis de bellesa no tenen gènere", on es pugui promoure el valor ètic de la igualtat en el lloc de treball. "La Bellesa no té Identitat de Gènere", la cultura i la mentalitat al seu entorn laboral-social (clients) no són receptives al fet que un home pugui dedicar-se a aplicar serveis d'Estètica.</p>		
La decisió:		
<p>L'empresària ha decidit mantenir en plantilla l'esteticista home, ja que compleix plenament totes les qualificacions exigides per a l'ocupació al Centre de Salons de Bellesa. Ha decidit portar-lo amb ella en presentacions promocionades i esdeveniments benèfics on la gent client pot adonar-se que és un excel·lent esteticista i en la majoria dels casos és capaç i fins i tot molt millor en comparació amb els serveis de bellesa aplicats per una esteticista dona .</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Com jutja la decisió final de l'empresària, ja que la decisió obtinguda va en contra de la voluntat dels clients? - Com jutja el valor ètic de l'empresari, incloent-hi la dignitat i els drets humans al lloc de treball? - Com considereu la decisió d'un empresari tenint en compte la satisfacció del client? 		
Altres recursos [si escau]:		
<p>ODS 5 - Igualtat de gènere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality 		



ESTUDI DE CAS: núm. 22		Xipre
TÍTOL:	Violació dels drets humans i laborals al sector de l'hostaleria	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"CDK Food Services" Ltd	
Tipus d'indústria:	Hospitalitat-Càtering	
Nombre d'empleats:	13	
Descripció general de l'empresa:		
<p>CDK Food Services Ltd és un restaurant-cafeteria universitària que opera a Nicòsia, Xipre. La Universitat és, amb diferència, la més gran de Xipre i atrau estudiants de tot el món. El restaurant-cafeteria obre cada dia (de dilluns a divendres) i serveix una deliciosa varietat de plats, sandvitxos, wraps, amanides i postres salades i dolces, preparats per cuiners amb talent i servits per un personal amable. El menú del migdia canvia cada dia i ofereix una selecció variada de plats freds i calents, que s'ajusten a les necessitats de la majoria de les dietes. El restaurant-cafeteria, recentment renovat, acull estudiants, professors i personal de la Universitat, així com altres visitants d'oficines i llocs de treball propers. Compta amb una àmplia zona de menjador interior i exterior, còmodes sofàs, un bar exterior, nombroses preses de corrent i punts d'accés Wi-Fi. Recentment, la secció de cafè i altres begudes s'ha modernitzat professionalment per representar marques conegudes, i s'hi ha introduït una nova gamma de dolços casolans, barretes i altres aperitius nutritius. L'establiment també atén les necessitats de la Universitat, com a serveis de menjar i beguda per a seminaris, actes, esdeveniments, graduacions, etc.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Charis Constantinou	
Perfil: Xef Propietari de l'empresa		
<p>Charis Constantinou compta amb més de 18 anys d'experiència laboral al sector de l'hostaleria, 16 en llocs directius. És diplomad en Arts Culinàries i llicenciat en Gestió d'Arts Culinàries. Ha participat en nombrosos concursos culinàries i ha gestionat esdeveniments de gran volum relacionats amb els serveis de menjars i begudes. Ha assistit a nombrosos seminaris a Xipre i a Europa.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>El negoci de la Universitat es caracteritza per l'estacionalitat pels períodes lectius de cada curs acadèmic. Pel que fa a les vendes del seu Establiment d'Alimentació i Begudes, s'apliquen les mateixes regles, cosa que repercuteix en l'estabilitat dels empleats. Dit això, també contracta estudiants de la Universitat perquè l'ajudin a les tasques quotidianes de servei. També contracta cuiners amb poca experiència. Quan el Sr. Constantinou va assumir la propietat del Restaurant-Cafeteria Universitari (2016), va decidir mantenir tot el personal existent i va voler comprovar si eren aptes i compartien la seva visió d'un lloc de treball professional i molt respectat. Passat un temps, el Sr. Constantinou va contractar un nou cuiner, a qui coneixia del seu anterior lloc de treball i estava segur que ajudaria molt a la cuina. Després del començament del treball del nou cuiner a la cuina, el Sr. Constantinou va descobrir que, a causa del desfasament existent entre els membres del personal del restaurant-cafeteria transferits (de l'anterior propietari) a la cuina i la nova contractació, els anteriors no acollien al nou empleat amb amabilitat i companyonia. Un altre problema és que quan el Sr. Constantinou es va fer càrrec del restaurant-cafeteria, no va crear un manual de procediments ni va introduir cap altre tipus de formació pertinent per barrejar els antics i els nous empleats, especialment sobre com comportar-se al lloc de treball. En conseqüència, els membres més veterans del personal del restaurant-cafeteria de la Universitat es van comportar de forma molt cruel amb el nou cuiner, insultant-lo, intimidant-lo i pressionant-lo perquè treballés més dur i més ràpid. Aquest incident va arribar a coneixement del Sr. Constantinou, i immediatament va comprendre el possible efecte indesitjable que podria tenir sobre el nou cuiner. El Sr. Constantinou tenia un dilema per afrontar i resoldre. Estava segur que el nou cuiner era un actiu per al Restaurant-Cafeteria de la Universitat (i per al seu negoci), però per altra banda volia posar fi a aquest ambient poc professional i havia de prendre decisions sobre com fer front a les circumstàncies. Aparentment aquesta situació no era ètica, es violaven els drets laborals i humans, i aquesta situació podia agreujar-se en qualsevol moment. i immediatament va comprendre el possible efecte indesitjable que podria tenir sobre el nou cuiner. El Sr. Constantinou tenia un dilema per afrontar i resoldre. Estava segur que el nou cuiner era un actiu per al Restaurant-Cafeteria de la Universitat (i per al seu negoci), però per altra banda volia posar fi a aquest ambient poc professional i havia de prendre decisions sobre com fer front a les circumstàncies. Aparentment aquesta situació no era ètica, es violaven els drets laborals i humans, i aquesta situació podia agreujar-se en qualsevol moment. i immediatament va comprendre el possible efecte indesitjable que podria tenir sobre el nou cuiner. El Sr. Constantinou tenia un dilema per afrontar i resoldre. Estava segur que el nou cuiner era un actiu per al Restaurant-Cafeteria de la Universitat (i per al seu negoci), però per altra banda volia posar fi a aquest ambient poc professional i havia de prendre decisions sobre com fer front a les circumstàncies. Aparentment aquesta situació no era ètica, es</p>		



violaven els drets laborals i humans, i aquesta situació podia agreujar-se en qualsevol moment. però per altra banda volia posar fi a aquest ambient poc professional i havia de prendre decisions sobre com fer front a les circumstàncies. Aparentment aquesta situació no era ètica, es violaven els drets laborals i humans, i aquesta situació podia agreujar-se en qualsevol moment. però per altra banda volia posar fi a aquest ambient poc professional i havia de prendre decisions sobre com fer front a les circumstàncies. Aparentment aquesta situació no era ètica, es violaven els drets laborals i humans, i aquesta situació podia agreujar-se en qualsevol moment. El dilema del Sr. Constantinou era acceptar o no el comportament específic dels cuiners precedents.

La decisió:

El Sr. Constantinou no permet que es vulnerin els drets humans a la feina. Creu que està prohibida la discriminació per motius de raça, color, ascendència, creences polítiques, religió, estat civil, situació familiar, discapacitat física o mental, sexe, orientació sexual, edat, etc., sense relació amb la feina.

El Sr. Constantinou comparteix la creença que un Empresari ha d'actuar amb pràctiques de contractació justes per atraure la més àmplia selecció de candidats al lloc. Si les pràctiques de contractació són injustes o discriminatòries, els candidats qualificats es poden veure dissuadits de sol·licitar el lloc. En basar-se únicament en consideracions relacionades amb el lloc de treball a l'hora de contractar i seleccionar el personal, l'empresari té la millor oportunitat de trobar la millor persona per al lloc. El procés de contractació de personal comença amb l'establiment de les funcions i qualificacions del lloc. Quan identifica les responsabilitats del lloc i les qualificacions exigides al candidat seleccionat, s'assegura que es tracta de requisits professionals bona fi de (autèntics), és a dir,

Per exemple, el lloc vacant per al seu Establiment era el de "cuiner", que havia de treballar des de primera hora del matí fins a última hora de la tarda, de vegades els dissabtes, oa les nits per cobrir l'horari d'obertura del Restaurant- Cafeteria de la Universitat. Les qualificacions mínimes per a aquest lloc de treball també incloïen la realització d'un curs d'arts culinàries, que l'entrevistat tenia. Aquestes qualificacions són acceptables perquè no discriminen un individu o grup de persones. A més, el Sr. Constantinou, com ja s'ha esmentat, coneixia el candidat concret d'un establiment anterior on van tenir l'oportunitat de treballar plegats.

El Sr. Constantinou té en ment que qualsevol conducta física o verbal per part d'un company de feina, supervisor o convidat que sigui discriminatòria per naturalesa i que ofengui o humiliï qualsevol membre de la seva plantilla és intimidació i assetjament. Tot i que altres companys de treball solen pensar només en l'assetjament sexual, la intimidació i l'assetjament inclouen qualsevol tracte diferenciat de les persones en funció del sexe, la raça, l'origen ètnic, la classe social, la religió, etc. En el cas anterior, l'assetjament es basava que el nou cuiner no era prou ràpid treballant, no avançava ràpidament amb les receptes, li mancaven alguns elements bàsics que el Sr. Constantinou creia que el nou cuiner assoliria.

El Sr. Constantinou es va adonar que els companys de treball feien bromes inapropiades (sobre el nou cuiner) que de vegades es percebi com una simple diversió. No obstant això, el Sr. Constantinou, va decidir i va actuar davant aquests fets de forma molt professional. Va optar per protegir la nova cuinera passés el que passés.

El Sr. Constantinou va explicar als companys de treball que encara que la persona sobre la qual estan fent broma rigui, no significa que gaudeixi de l'experiència. Les bromes d'aquesta mena poden resultar descoratjadores i fer que la gent no se senti a gust. Poden fer que la gent estigui menys disposada a parlar amb els companys de feina, perquè esperen que converteixin la seva comunicació amb ells en bromes més intimidatòries.

El Sr. Constantinou va fer una reunió de grup i va parlar amb tots els seus empleats sobre aquests fets. Va explicar que aquestes bromes no tenien cabuda als seus establiments. Va aclarir tots els empleats que mostren una falta de respecte, i que estan assetjant potencialment el nou recluta.

El Sr. Constantinou va observar una millora immediata per part dels empleats i el problema va quedar resolt.

El nou cuiner, després de tres anys des de la seva contractació, continua treballant per al Sr. Constantinou a l'establiment esmentat, i gaudeix del respecte i l'admiració de tots els companys.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Com va afectar aquest comportament agressiu dels empleats de més edat cap al nou recluta al rendiment general del Restaurant-Cafeteria?
- Per què els empleats més antics es van comportar de manera deshonrosa amb el nou cuiner?
- Com manejaries una situació així si fossis el Xef Propietari?
- Creieu que l'assetjament al lloc de treball també es pot donar en altres sectors? Coneixes algun exemple?

Altres recursos [si escau]



Estudis de casos “Educació, canvi de mentalitat”.

ESTUDI DE CAS: núm. 23		Lituània
TÍTOL:	Protecció dels animals. Tracte ètic dels animals.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	VŠĮ "Tušti narvai" (Institució pública "Jauls buides")	
Tipus d'indústria:	(ONG): organització de protecció animal sense ànim de lucre.	
Nombre d'empleats:	5 empleats	
Descripció general de l'empresa:		
<p>VŠĮ "Tušti narvai" (Institució pública "Gaves buides")- organització de protecció animal sense ànim de lucre fundada a Vïlnius el 2014. Pertanyem a l'organització internacional "Anima International", que opera a 8 països més. També som membres de Fur Free Alliance i Open Wing Alliance. Missió - El nostre objectiu és prevenir el patiment animal a Lituània. Per això ens centrem en canvis legislatius i institucionals, treballem amb empreses i informem la societat. Publiquem material visual de les granges. - La majoria de les granges industrials no estan obertes als visitants. La societat té dret a conèixer les condicions en què es crien milions d'animals a Lituània i a decidir si ho accepta. Per això publiquem vídeos filmats a granges lituanes. També fem públiques imatges d'infraccions a la venda o el transport d'animals per cridar l'atenció de la societat, les empreses i els polítics. Busquem canvis a nivell legislatiu i institucional. Els animals han de ser protegits per la llei. Per això, ens comuniquem amb els polítics i les institucions responsables per aconseguir canvis en la legislació i les lleis. Ens comuniquem amb les empreses. Ajudem les empreses a prendre decisions respectuoses amb els animals.</p> <p>VŠĮ "Tušti narvai"</p> <p>PROJECTES:</p> <ol style="list-style-type: none"> PROJECTE "Pels abrics de pell - NO". Volem que Lituània s'uneixi als països on ja està prohibit criar i matar animals per la pell. PROJECTE "El preu dels ous". Les granges avícoles industrials causen patiment a milions de gallines ponedores. Donem a conèixer les condicions de les granges avícoles i ens esforcem per millorar-les. PROJECTE "Exportació d'animals". Pretenem millorar les condicions en què s'exporten els animals. PROJECTE "Ajuda els peixos". Volem acabar amb el comerç de peixos vius. El comerç de peixos vius no ha de ser legal. PROJECTE "au Galybè" ("poder vegetal"). Promovem una dieta basada en plantes. <p>EL FUNDADOR DE L'ORGANITZACIÓ</p> <p>Nom del fundador de l'organització: Gabrielė Vaitkevičiūtė - VŠĮ "Tušti narvai" cap de l'organització.</p> <p>Perfil:</p> <p>Gabrielė Vaitkevičiūtė - VŠĮ "Tušti narvai" cap de l'organització. Gabrielė va estudiar bioquímica a la Universitat de Vïlnius, però no va acabar els seus estudis a causa de les circumstàncies de l'època. Gabrielė també va treballar al "Centre de suport a les famílies de persones desaparegudes". El camp de treball: els drets humans. Gabrielė i diversos VŠĮ "Tušti narvai" d'idees afins van començar l'activitat de l'organització sense gaire experiència, perquè l'edat mitjana dels empleats de l'organització era d'uns 20 anys. Però el fundador de l'organització sabia que tot allò que no sabien es podia aprendre. Hi havia organitzacions de protecció animal als països veïns (Estònia, Letònia, Polònia), i a Lituània no teníem organitzacions d'aquest tipus. L'exemple positiu dels països veïns i dels activistes que lluiten pels drets dels animals ha animat a posar en marxa VŠĮ "Tušti narvai".</p> <p>EL DILEMA MORAL</p> <p>Descripció:</p> <p>1. Les granges pelletteres.</p> <p>Un país darrere l'altre prohibeix la cria i la matança d'animals només per la pell. És inacceptable torturar animals per adornar-los.</p> <p>Vídeo del dilema (en lituà amb traducció a l'anglès): https://youtu.be/k8tB6HmXyW8</p> <p>L'origen del dilema: https://www.kailiufermos.lt</p> <p>2. Granges avícoles industrials.</p> <p>Mantenir les aus en gàbies és cruel i inacceptable. Els pollastres passen tota la vida en hangars bruts i pudents en granges avícoles industrials. No veuen mai el sol i no respiren aire net. Moltes gallines moren d'esgotament abans de fer un any i mig.</p> <p>Vídeo del dilema (en lituà amb traducció a l'anglès): https://youtu.be/bEwFnNFdvF0</p> <p>Vídeo del dilema (en lituà): https://www.youtube.com/watch?v=k3hTIIHeqbQ</p> <p>L'origen del dilema: https://www.kiausiniukaina.lt</p> <p>3. Sempre no s'exigeixen condicions d'exportació d'animals deficients i no conformes.</p>		



Lituània exporta desenes de milers d'animals cada any. Les imatges captades van revelar infraccions de la llei en el transport d'animals a altres països. L'origen del dilema: <http://gyvunu-eksportas.tustinarvai.lt>

4. Comerç de peixos vius.

Els animals no són mercaderies. Els peixos vius no s'han de vendre als supermercats. Aquesta pràctica comporta molts problemes, des d'aquaris abarrotats fins a peixos ferits infestats de paràsits i malalties. L'origen del dilema: <https://www.tustinarvai.lt/padek-zuvims/>

5. Contaminació i recursos de la indústria ramadera.

Si volem contribuir a la sostenibilitat del planeta, podem provar amb una dieta més sostenible: reduint el consum de carn, substituint la carn de boví per una altra de més ecològica (pollastre), triant productes de producció local o canviant l'alimentació animal per una alimentació basada en plantes.

Font del dilema i enregistrament d'àudio en lituà + referències a articles científics en anglès: <https://ispakuota.lt/mesos-industrijos-zala/>

La decisió:

1. L'objectiu és prohibir les granges pelleteres a Lituània.

L'organització VšĮ "Tušti narvai" (Institució pública "Jauls buides") vol que Lituània s'uneixi als països on ja està prohibida la cria i matança d'animals per la seva pell. Animem els membres de la societat a signar les peticions. Font: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/kailiniamis-ne>

2. Es recomana no comprar ous de gallina engabiats a Lituània.

Ajuda a les gallines: no compris ous de gallina engabiats marcats amb el núm. 3. Animem els membres de la societat a signar peticions.

Font: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/kiausiniu-kaina>

3. Es fomenten millors condicions per exportar animals.

Pretenem que les autoritats públiques facin la seva feina i compleixin la legislació sobre benestar animal a les exportacions. Animem els membres de la societat a signar peticions.

Font: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/gyvunu-eksportas>

4. L'objectiu és posar fi al comerç de peixos vius a Lituània.

Diverses vegades a l'any fem investigacions a llocs de comerç de peix; publiquem les imatges captades, informem la societat i les institucions responsables sobre les infraccions; cooperem amb comerciants i institucions. Llancem la campanya "Ajuda al peix" el 2018. Des d'aleshores, tots els grans supermercats han abandonat el comerç de peix viu, però el problema continua existint a botigues i mercats més petits. Animem els membres de la societat a signar peticions.

Font: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/gyvos-zuvys>

5. Es fomenta la conversió de l'alimentació animal en vegetal.

Treballem amb els restaurants perquè incloguin més menjar vegetarià al menú. L'objectiu de la campanya "plantPower" és animar el màxim nombre possible de restaurants a incloure plats vegetarians als seus menús. Que el menjar poderós sigui deliciós, d'alta qualitat, popular i fàcilment accessible! D'aquesta manera, tots els proveïdors d'aliments com els consumidors contribuïrem a reduir el nombre d'animals consumits per a l'alimentació i a solucionar els problemes de salut de la societat lituana.

Font: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/augalybe>

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Granges pelleteres. Cria i matança d'animals per la pell.
- Granges avícoles industrials. Ous de gallines engabiades marcats amb el núm. 3.
- Condicions d'exportació d'animals.
- Comerç de peixos vius.
- Indústria ramadera (recursos, fets, estadístiques).
- Nutrició d'origen vegetal.

Altres recursos [si escau]:

- <https://www.tustinarvai.lt>
- <https://www.15min.lt/video/tusciu-narvu-ikureja-gabija-gina-labiausiai-kencianciu-fermu-gyvunu-teises-135268?jwsourc=cl>
- <https://www.youtube.com/watch?v=k3hTI1HeqbQ>



ESTUDI DE CAS: núm. 24		Alemanya
TÍTOL:	Change Lab- Un fòrum obert per i per als estudiants	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Laboratori del canvi"	
Tipus d'indústria:	De moment indefinit	
Nombre d'empleats:	4	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Change Lab és un fòrum obert fet per estudiants i per a estudiants, amb temes d'interès impulsats pels estudiants.</p> <p>L'objectiu principal és facilitar el coaprenentatge, la co-creació i la innovació social entre les vibrants comunitats d'estudiants, investigadors i la població local en general.</p> <p>comunitats d'estudiants, investigadors i la població local en general. Per assolir aquest objectiu, Change Lab ofereix una plataforma compartida per a estudiants, acadèmics i membres de la comunitat local de tots els àmbits de la vida per participar en debats constructius relacionats amb els reptes socials urgents, per tal d'il·luminar la comunitat, promoure el coaprenentatge i la sensibilització sobre temes socials, i en última instància, crear canvis sostenibles i positius. Els temes del desenvolupament sostenible de la comunitat i la innovació social són, per tant, de vital importància al projecte.</p> <p>Change Lab es posiciona com un entorn amistós, obert, sense prejudicis i segur per permetre que s'escoltin diferents veus, perquè s'escoltin veus diferents. D'aquesta manera, fa honor al seu lema: "A Change Lab, escoltem el que penses.</p> <p>Després t'ajudem a iniciar el debat".</p>		
L'EMPRESARI		
Nom dels empresaris:	Maggie Chak	
Perfil: Cofundador		
<p>Choiwai Maggie Chak és una de les fundadores de ChangeLab, una innovadora plataforma d'aprenentatge conjunt i creació de xarxes per a l'emprenedoria i la innovació socials. ChangeLab es va fundar com a part dels esforços de Maggie com a Investigadora Associada al S2BMRC. Maggie investiga projectes com l'Erasmus+ Project: Pioneering Food Innovation for Seniors, i també en un projecte Lighthouse sobre la facilitació de xarxes i associacions de col·laboració entre la comunitat acadèmica i la comunitat en l'àmbit de la recerca i la innovació sanitàries. La seva docència se centra en metodologies de recerca i projectes de consultoria i aprenentatge servei sobre telecomunicacions, innovació social i conscienciació de marca. És originària de Hong Kong. Apassionada pels problemes sanitaris,</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>Change Lab treballa per integrar</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) coneixements acadèmics (ii) coneixements pràctics i experiències d'experts ocupacionals de la comunitat; (iii) l'atenció i el suport del públic; i (iv) l'entusiasme i la creativitat dels estudiants. <p>Per això el grup destinatari inclogui un gran nombre d'interessats: estudiants, acadèmics, experts externs i públic en general de Münster.</p> <p>Els dos últims Change Lab han estat testimonis de més compromís comunitari i innovació social. innovació social. El més destacat van ser les rondes d'innovació, on els agents de canvi (membres del públic) van aportar solucions innovadores per al desenvolupament de la comunitat. Algunes de les idees guanyadores proposades van ser:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducció de pictogrames i gràfics a clíniques i hospitals per superar les barreres lingüístiques entre els pacients estrangers i els metges. 2. Introducció d'una App per rastrejar la petjada de carboni dels productes alimentaris des de la fabricació fins al procés de lliurament; i una App que serveix de cercador d'aliments econòmics i vegans. <p>En el transcurs dels dos darrers esdeveniments, Change Lab s'ha consolidat com una plataforma de fòrum obert accessible, innovadora i atractiva a Münster. Per garantir-ne l'èxit a llarg termini, cal abordar qüestions relatives a la seva sostenibilitat. Donat l'enfocament considerat per Change Lab, el fòrum s'hauria de mantenir com una marca dirigida per estudiants sense incentius addicionals per mantenir l'enfocament social de la creació. Això posa en joc la longevitat de l'empresa . El dilema social consisteix a establir una estratègia de recompensa que</p>		



atregui nous estudiants sense que resulti econòmica.
<p>La decisió:</p> <p>Les estratègies recomanades per garantir-ne la continuïtat i el progrés són les següents:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Més èmfasi en el "desenvolupament comunitari" i l'esperit empresarial social"; 2. Identificar col·laboradors afins que adoptin el format; 3. Establir una major identificació i compromís per part dels estudiants; 4. Normalització del procés de contractació; 5. Un nou lloc centrat en la creació de xarxes i les relacions públiques; 6. Augmentar l'exposició i la visibilitat a la comunitat.
<p>Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:cap</p>
<p>Altres recursos [si escau]:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Change Lab ha aconseguit reunir tres inspiradors i estimats ponents. Trobareu més informació sobre els tres ponents aquí: Science-to-Business Marketing Research Centre - CHANGE LAB 2020: Un fòrum interactiu per crear i provar plataformes compartides d'aprenentatge conjunt - FH Münster (fh-muenster.de) • Change Lab s'assegura que el missatge arribi a un públic més ampli. El vídeo de YouTube titulat "El que la gent pensa del veganisme. Compleix els objectius del canvi climàtic? - Münster Thoughts" va collir crítiques positives del públic. Veure enllaç:https://www.youtube.com/watch?v=3iaplonBUJY&feature=youtu.be



ESTUDI DE CAS: núm. 25		Alemanya
TÍTOL:	Santo Sazón - Crear una empresa a un altre país	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Santo Sazón "	
Tipus d'indústria:	Alimentació	
Nombre d'empleats:	1	
Descripció general de l'empresa:		
<p>El projecte "Santo Sazón" engloba el concepte gastronòmic i el cultural i pretén portar inicialment el millor de la gastronomia i la cultura colombianes a la ciutat de Münster, Alemanya.</p> <p>Santo Sazón proposa una cafeteria cultural amb un ambient típic i colonial per despertar la curiositat i fer més accessibles les arrels llatinoamericanes. Oferirà una varietat de postres, preparades totalment a mà, i plats tipus tapes, per oferir un equilibri entre dolç i salat. A més, hi haurà una varietat de begudes típiques de la regió colombiana. Això es complementarà amb mostres culturals com balls, convidats especials per compartir les vostres experiències i taules per promoure l'aprenentatge de l'idioma espanyol.</p> <p>Santo Sazón pretén implantar classes extraescolars de cuina adreçades específicament als nens i que puguin ajudar a desenvolupar i estimular el costat creatiu dels nens, proporcionant-los una activitat diferent i divertida. Actualment, Santo Sazón només funciona amb el model de negoci de menjar per emportar. Els clients poden demanar postres per emportar, sol·licitar unes postres o pastís per a una ocasió especial o encarregar una caixa sorpresa amb postres o esmorzars per sorprendre algú especial.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom dels empresaris:	Camil·la Molina Molina	
Perfil: Fundador		
<p>Camila va néixer a Medellín, Colòmbia, té 24 anys i és estudiant d'Economia a la Universitat Pontifícia Bolivariana de Medellín. Des del setembre del 2018 és estudiant de la carrera d'Administració d'Empreses Germano-Llatinoamericana (CALA) a la Universitat de Ciències Aplicades de Münster.</p> <p>A la universitat, va rebre classes d'iniciativa empresarial, així com un curs de lideratge a Itàlia. Va escriure la seva tesi de llicenciatura sobre "Comprensió de les barreres i els impulsors de l'esperit empresarial entre les dones amb educació superior: El cas de Medellín, Colòmbia".</p> <p>Actualment realitza pràctiques a l'empresa financera Tecis AG, amb seu a Münster. Aquestes pràctiques us han ajudat a comprendre el sistema financer, les pensions, les assegurances i les inversions a Alemanya. Alhora, està realitzant unes pràctiques obligatòries a l'organització ACEEU. Aquesta oportunitat us ha permès aprendre més sobre l'emprenedoria femenina a Alemanya. A més, des del 2019 també treballa com a assistent estudiantil per a la FH Münster al mòdul d'espanyol dels negocis.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
Burocràcia i cultura:		
<p>Un dels reptes més grans que va tenir Camila en iniciar el seu negoci a Alemanya, un país que no és el seu d'origen, va ser entendre el sistema burocràtic i financer. A Colòmbia no s'exigeixen documents específics ni cal estar registrat a la cambra de comerç. Com que l'alemany no és la seva llengua materna, es va haver d'esforçar més per entendre els documents, fer trucades telefòniques o escriure correus electrònics. Camila va rebre assessorament de TAFH Münster GmbH, que el va ajudar a aclarir els dubtes i a entendre per on havia de començar a legalitzar el negoci.</p> <p>El primer pas que va fer va ser obtenir un certificat d'higiene perquè ella prepara els productes de Santo Sazón i, quan es tracta d'aliments, cal tenir una cura especial. Gràcies a COVID va haver de fer el curs d'higiene per Internet. Finalment va rebre el certificat, que li va donar la tranquil·litat i la garantia que els productes que ofereix tenen un alt nivell d'higiene.</p>		
Mediambiental:		
<p>Un dels seus reptes més grans era trobar una forma d'elaborar els seus productes respectuosa amb el medi ambient, així que va reproduir un sistema molt utilitzat a Alemanya, el "Pfand". Les postres que es venen es lliuren en pots de vidre amb un cost addicional, pel qual els clients paguen 1 euro més i, si tornen el pot de vidre, els tornen l'euro. Camil·la també utilitza cartrons reutilitzables. Encara s'enfronta a reptes com trobar un local més gran i adequat i la qüestió del número d'identificació fiscal del negoci.</p>		
Personal:		
<p>Un altre repte és distribuir el seu temps entre moltes altres tasques i treballs. S'encarrega de tot a Santo Sazón, inclosa la preparació dels productes, la gestió de les xarxes socials, etc.</p>		
Finances:		
<p>El seu repte personal més gran va ser l'aspecte financer i com fixar el preu dels seus productes. Va haver de trobar un equilibri entre la seva experiència personal i allò que recomanaven els de fora.</p>		



La decisió:

Com ja hem explicat, Camila va prendre moltes decisions importants, com la introducció del sistema "Pfand" a la seva empresa. Sap que sempre poden sorgir nous reptes, però està preparada per assumir-los.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:

- Camil·la va esmentar la fixació de preus com un repte. Quins criteris ha de tenir en compte un empresari per fixar els preus de manera ètica?
- Imagineu que creeu una empresa en un país veí (el professor també pot proposar un país). Quins són els avantatges i reptes des d'una perspectiva ètica?

Altres recursos [si escau]:cap

ESTUDI DE CAS: núm. 26		Espanya
TÍTOL:	Cooperativa Biciclot: Valors de l'economia social i solidària	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Biciclot" SCCL	
Tipus d'indústria:	Cooperativa de treball sense ànim de lucre	
Nombre d'empleats:	10-30 empleats	
Descripció general de l'empresa:		
<p>El Grup de Treball Biciclot va sorgir el 1987 a partir d'un grup de ciclistes urbans i de turisme, que volien promoure l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport.</p> <p>Amb la intenció de ser més que un moviment de canvi, el grup va començar a plantejar-se idees per promoure l'ús de la bicicleta a Barcelona, mentre alguns dels seus membres rebien formació en mecànica i soldadura i altres adquirien experiència en l'organització de viatges cicloturismes. També és membre actiu als diferents grups de treball de la Comissió Cívica de la Bicicleta de Barcelona, i de l'Intergrup de Suport a l'Ús de la Bicicleta al Parlament de Catalunya i al Districte de Sant Martí. Aquesta evolució al llarg dels anys es reflecteix també en el canviant enfocament de treball del col·lectiu: des de la creació de l'associació "Grup de Treball Biciclot" dedicada a l'elaboració de propostes i projectes i amb un alt nivell de participació voluntària, fins a la constitució de la Cooperativa de Treball Associat Biciclot SCCL, el 1994. A Catalunya, Biciclot forma part d'una cooperativa de segon grau dedicada a la logística de la bicicleta i a la missatgeria mediambiental. El principal competidor és la pròpia administració pública, ja que promou molts altres projectes diferents.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Xavier Prat i Joaquim Gili Renom	
Perfil:		
<p>Xavier Prat i Joaquim Gili juntament amb deu persones més són cofundadors de Biciclot. Tots els cofundadors són professionals de 40 a 45 anys amb molts anys d'experiència i molta professionalitat.</p> <p>La proporció de dones entre els treballadors afiliats és relativament baixa. No obstant això, si incloem els treballadors contractats, hi ha paritat entre homes i dones.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<ul style="list-style-type: none"> - Descobreix les diferències principals entre l'economia social i solidària i l'economia convencional o capitalista. - Entendre què són les cooperatives i què representen com a empreses socials. - Comprendre la importància dels valors i la cultura organitzativa. 		
La decisió:		
<p>L'objectiu general de l'estudi de cas de la cooperativa Biciclot és comprendre els valors i la cultura organitzativa associats a l'àmbit de l'economia social i solidària i, per tant, al cooperativisme.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quin tipus de cooperativa és Biciclot? - Què vol dir que sigui una organització sense ànim de lucre? - Quina és la seva estructura organitzativa? - Quin és el vostre model de negoci? - Com es relaciona amb el context local? - Analitzeu com són presents a Biciclot cadascun dels sis principis del cooperativisme. - Analitzar l'impacte de cadascun d'aquests sis principis a Biciclot, tant a nivell intern com a extern. - Analitzar l'impacte de cadascun d'aquests sis principis a Biciclot, tant per als individus com per als membres i com a col·lectiu o cooperativa. - Analitzar si aquests principis del cooperativisme són presents o no a les empreses que formen la competència de Biciclot i que no formen part de l'economia social i solidària: EMEB i les xarxes socials de compravenda. 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.biciclot.coop/ 		



ESTUDI DE CAS: núm. 27		Espanya
TÍTOL:	SOM MOBILITAT (Som mobilitat): Un nou model de sostenibilitat	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Som Mobilitat" SCCL	
Tipus d'indústria:	Cooperativa de consumidors sense ànim de lucre que treballa per una mobilitat més sostenible	
Nombre d'empleats:	unes 70 persones	
Descripció general de l'empresa:		
L'objectiu de Som Mobilitat (som mobilitat) és promoure totes aquelles accions o projectes que contribueixin a fer que tots els desplaçaments dels seus socis siguin més sostenibles i contaminin menys el medi ambient, reduint el nombre de vehicles acumulats a les nostres ciutats. Som Mobilitat (som mobilitat) té una estructura pròpia d'una cooperativa, però alhora treballa sobre un model de xarxa molt arrelat al territori Som Mobilitat (som mobilitat) opera a Catalunya sota una lògica de proximitat: es contacta amb els agents locals de cada municipi per conèixer millor cada realitat i així oferir suport perquè a cada territori siguin les persones que hi viuen les que decideixin com fer més sostenible la mobilitat.		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Ricard Jornet i Arnau Vilardell	
Perfil:		
Ricard Jornet és empresari i professor de màrqueting a la Universitat Autònoma de Barcelona. És un dels fundadors i actualment presideix el consell rector i dirigeix les funcions estratègiques de Som Mobilitat (Som mobilitat). Va crear aquesta cooperativa pel seu afany emprenedor en projectes d'energies renovables. Arnau Vilardell és l'altre fundador de la cooperativa i el coordinador. Fa molts anys que està dedicat a la gestió de diferents projectes i acull la idea de Som Mobilitat (som mobilitat) com un repte amb l'al·licient de col·laborar en una iniciativa social. Juntament amb el programador responsable del desenvolupament de l'App i l'enginyer amb una àmplia experiència treballant en empreses multinacionals del sector energètic, Arnau i Ricard van posar en marxa la cooperativa Som Mobilitat (som mobilitat).		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
La millor opció perquè el servei que ofereix aquesta empresa tingui èxit és la publicitat de conscienciació als consumidors potencials, que són tots aquells que tenen carnet de conduir. Aquesta publicitat hauria d'estar vinculada als municipis de cada zona de Barcelona i tenir un gran suport de les administracions públiques per crear una societat més sostenible.		
La forma de finançament que pot ser útil és a través dels usuaris i dels socis que utilitzen el servei. Aquests usuaris pertanyen a grups locals que es financen mitjançant els avantatges d'exercir el servei (un cop coberts els costos), que es distribueixen en un 15% per la cooperativa i un 85% pel grup local. D'aquesta manera, els avantatges es mantenen al territori i es poden reinvertir en nous productes i serveis per promoure una mobilitat més sostenible.		
Són conscients que entrar a Barcelona per a aquest tipus d'empreses no és fàcil, ja que quan es tracta de cotxes, hi ha una part dels possibles consumidors que rebutja l'oferta simplement perquè no condueix un cotxe a la ciutat. Però els fundadors creuen que la idea d'implantar un sistema de transport sostenible i comunitari és una manera excel·lent de reduir el nombre de vehicles en circulació i el nivell de contaminació que es crea a Barcelona.		
La decisió:		
Des del seu punt de vista, han arribat a la conclusió que la millor manera d'entrar al negoci barceloní seria posar a disposició dels usuaris potencials una sèrie de cotxes elèctrics aparcats en pàrquings públics i distribuïts pels diferents districtes de Barcelona.		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Quin és el model de negoci de Som mobilitat (som mobilitat)? Quines són les diferències amb una empresa de lloguer de vehicles convencional? - Quines són les característiques principals del model de bon govern d'una empresa cooperativa com Som mobilitat? - Les empreses de l'economia col·laborativa basen la seva sostenibilitat econòmica en el creixement. - Quins són els factors clau perquè Som mobilitat creixi i sigui econòmicament sostenible? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.sommobilitat.coop/ 		



Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.




Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ESTUDI DE CAS: núm. 28		Espanya
TÍTOL:	Donacions sostenibles per a la gent gran	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Ànima i Raspita"	
Tipus d'indústria:	Textyle	
Nombre d'empleats:	3	
Descripció general de l'empresa:		
<p>Ànima i Raspita neix com a homenatge als pares i avis de la fundadora. Ella volia explicar històries boniques per tornar-los totes aquelles històries que ens han acompanyat durant la nostra infància i els acompanyen ara a la seva vellesa.</p> <p>Es va posar en contacte amb l'ONG GRANS AMICS, que acompanya i manté persones grans que viuen soles. Per cada conte bonic que venen, fan una donació. Així acompanyen els avis que estan sols i no tenen família, néts ni històries per explicar.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Carmen Guzmán	
Perfil:		
<p>És una persona molt emprenedora, amb molts reptes i té les idees clares. És una gran defensora del que fa i creiem que l'apassiona allò que fa. Creiem que és una persona molt conscient i això és molt inspirador.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>Després de veure un esquinçador programa sobre la societat dels ancians en aquesta pandèmia del 2020, va pensar que alguna cosa havia de canviar.</p> <p>Vol crear un flux sostenible de donacions que depengui únicament de la compra de llibres i regals d'Ànima i Raspita.</p> <p>Per la venda d'un llibre o producte d'ÀNIMA I RASPITA, acompanyen persones grans que no tenen família. L'empresa creu en el poder de les persones per canviar les coses a través de projectes, per la qual cosa les seves històries compten amb la certificació FSC, cosa que significa que el paper utilitzat per imprimir procedeix de boscos ben gestionats.</p>		
La decisió:		
<p>És punyent pensar que el 57% de les persones grans viuen soles i el 82% se senten insegures i tenen problemes de mobilitat.</p> <p>Amb ÀNIMA I RASPITA oferiran companyia a persones grans que estan soles i així crear un impacte positiu ara i en cada futur.</p> <p>ÀNIMA I RASPITA ha estat creada per ella, desenvolupada per escriptors, artesans increïbles i associacions que donen feina als que més ho necessiten.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Totes les empreses han de tenir responsabilitat social? - Les empreses han de centrar-se més en el seu context local i menys en el nacional o internacional? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://almayraspita.com/nos-gusta-fer-nuevos-amigos/ ● https://almayraspita.com/blog/ 		



ESTUDI DE CAS: núm. 29		Espanya
TÍTOL:	Les competències laborals més rellevants	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	"Bytemaster"	
Tipus d'indústria:	Tecnologia	
Nombre d'empleats:	50-60	
Descripció general de l'empresa:		
<p>A Bytemaster creuen que la clau de l'èxit dels operadors logístics actuals és dotar les organitzacions d'una tecnologia digital que les faci més flexibles i competitives.</p> <p>Entenen el nou paradigma logístic com a replantejament de les relacions entre els actors de la cadena de valor, basat en la transparència de la informació digital.</p> <p>Creuen en una logística connectada i global.</p> <p>Des del departament de recursos humans treballen perquè l'organització funcioni en un ambient de felicitat.</p>		
L'EMPRESARI		
Nom de l'empresari:	Ànima Maseda	
Perfil:		
<p>Després de molts anys d'experiència en la seva carrera professional en administració i finances, comença una nova aventura al món dels Recursos Humans. Il·lusionada i amb ganes d'aportar a l'organització amb què col·laboro, el seu granet de sorra per millorar la seva competitivitat a través de les persones.</p> <p>És partidària de la gestió de les organitzacions basada en la felicitat, una manera de gestionar les empreses molt poc implantada a Espanya, però pionera a altres països.</p> <p>Està disposada a compartir la seva experiència en aquesta nova aventura des del lloc de treball.</p>		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
<p>El dilema moral afectava el departament de recursos humans, l'objectiu del qual és crear un entorn on els empleats tinguin alguna cosa més que un bon currículum, però sobretot una bona actitud, que és l'aptitud més valuosa.</p> <p>Quan Bytemaster contracta nous empleats, dona més importància a l'actitud i els sentiments amb l'entrevistat que a l'experiència o als antecedents.</p>		
La decisió:		
<p>La solució al dilema és que, gràcies a l'actitud dels seus empleats, poden valorar i treballar més a gust amb persones que sí que volen treballar.</p>		
Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Què és més important a l'hora de contractar una empresa? Les aptituds interpersonals? Els coneixements? - És possible cuidar els empleats i fer rendible una empresa? 		
Altres recursos [si escau]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://ca.linkedin.com/in/ànima-maseda ● https://ca.linkedin.com/company/bytemaster ● https://www.bytemaster.es 		



ESTUDI DE CAS: núm. 30		Lituània
TÍTOL:	Fomentar la transparència de les empreses.	
L'ORGANITZACIÓ		
Nom de l'organització:	Iniciativa "BALTOJI BANGA" ("ONDA CLARA")	
Tipus d'indústria:	Iniciativa	
Nombre d'empleats:	5	
Descripció general de l'empresa:		
 <p>"BALTOJI BANGA" ("ONA CLARA") -és una empresa honesta i responsable des del 2007, una iniciativa unificadora que promou una política lituana transparent.</p> <p>Missió - Sensibilitzar les empreses, la societat i les administracions públiques transmetent els avantatges de la transparència empresarial.</p> <p>Visió - el signe de la "Baltoji banga" ("Onada clara") - l'aspiració de tota empresa. El consell de la iniciativa "Baltoji banga" ("Ona clara") està format per representants de diverses empreses i organitzacions, experts.</p> <p>Les empreses "Baltoji banga" ("Ona clara") són reconegudes per una marca d'empresa transparent, que és coneguda i reconeguda per la societat, la comunitat empresarial i els mitjans de comunicació. Els productes, materials informatius o documents administratius marcats amb ella recorden que l'empresa ajuda a aplicar amb el seu exemple els principis de l'activitat empresarial transparent i justa a Lituània, defensa la cultura de l'activitat empresarial ètica i alhora simbolitza la preocupació constant de l'empresa per la seva pròpia reputació. És un símbol d'integritat empresarial, de transparència, de responsabilitat i de sostenibilitat.</p> <p><u>El 2021, segons l'enquesta</u>, la marca "Baltoji banga" ("Ona clara") és la tercera més popular a Lituània, i més de la meitat de la població lituana acceptaria pagar més per béns o serveis prestats per una empresa transparent.</p> <p>La iniciativa a favor de la transparència empresarial va ser llançada per l'associació "Fòrum d'Inversors", l'Institut de Societats Civils, el Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament a Lituània, la branca lituana de Transparència Internacional, l'associació cívica "Compte de Dàlia" i l'Agència Lituana de Suport a l'Empresa.</p> <p>Patrona de la Iniciativa "Baltoji banga" ("Ona clara") -és la Presidenta de la República de Lituània (2009-2019) <u>SE Dàlia Grybauskaitė</u>.</p> <p>Socis de la iniciativa: <u>Inspecció Fiscal de la República de Lituània</u>, <u>Servei Estatal de Recerca de la República de Lituània</u>, <u>Inspecció Estatal de Treball</u>.</p> <p>La iniciativa està administrada per l'Associació "Fòrum d'Inversors".</p> <p>La iniciativa se centra al nivell educatiu.</p> <p>A l'abril del 2022, segons les dades, 100 empreses s'han sumat a la iniciativa "Baltoji banga" ("Ona clara").</p>		
L'EMPRESARI (REPRESENTANT DE L'ORGANITZACIÓ)		
Nom de l'empresari:	Giedrė Bielskytė - coordinador de la iniciativa "Baltoji banga". Karolina Motiejūnaitė - és la gestora de projectes júnior de la iniciativa "Baltoji banga".	
Perfil:		
Karolina Motiejūnaitė va estudiar Ciències Polítiques. Té experiència acadèmica i professional diversa. Va realitzar les seves pràctiques a la iniciativa "Clean Wave". Actualment treballa a la iniciativa "Ona Limpia" ("Baltoji banga"), una ONG anticorrupció. A banda de tot això, està molt interessada en la filosofia, la psicologia i l'art.		
EL DILEMA MORAL		
Descripció:		
Empreses no transparents, economia "submergida" (gris).		
La transparència empresarial és l'aspiració de tots nosaltres per garantir una competència lleial i unes relacions responsables i honorables amb els empleats, clients, socis i Estat. Les empreses que operen amb transparència a Lituània ja s'han convençut que aquest tipus d'activitat millora la reputació de l'empresa, redueix els riscos de la gestió empresarial, augmenta la confiança dels consumidors i l'atractiu dels productes i serveis al mercat. Creiem que sou un dels que s'esforcen per fer que l'activitat empresarial responsable a Lituània sigui la norma i no l'excepció. Per tant, animem les empreses i organitzacions per a les quals és important que la cultura empresarial i els principis de treball a Lituània siguin saludables, a unir-se a la iniciativa empresarial transparent "Baltoji banga" ("Ona clara").		



La decisió:

Anima les empreses a sumar-se a la iniciativa "Baltoji banga" ("Ona clara").

Les organitzacions que s'han adherit a la iniciativa "Baltoji banga" ("Ona clara") es comprometen a actuar amb transparència, a no infrinir les lleis i els reglaments relacionats amb les seves activitats, incloses les àrees de prevenció de la corrupció, protecció de dades personals, protecció del medi ambient, competència, seguretat i salut dels treballadors i altres àrees. Animem els membres de la iniciativa a aconseguir més del que exigeix la llei: crear un entorn resistent a la corrupció, introduir una cultura empresarial ètica, compartir bones pràctiques amb altres membres de la iniciativa, la comunitat empresarial i la societat. Fundada el 2007, "Baltoji banga" ("Ona clara") reuneix actualment unes 100 empreses que representen tant grans com mitjanes i petites empreses.

Als participants a la iniciativa empresarial transparent "Baltojibanga" se'ls concedeix la primera designació empresarial social de Lituània "Baltoji banga" ("Ona clara"). És un símbol de responsabilitat i transparència empresarial que distingeix les empreses que operen obertament, fomentant una cultura empresarial ètica i la seva reputació.

Preguntes suggerides per al debat [si n'hi hagués]:



- Quin és el problema ètic o dilema moral que aborda aquesta iniciativa?
- Què és l'economia submergida (gris)? Quin impacte té a nivell local/europeu/global?
- T'importa al comprador l'etiquetatge de les empreses, els béns, els serveis?
- Quines garanties es perden i què s'arrisca la gent en comprar béns i serveis il·legalment?
- Quines garanties perd la gent quan treballa il·legalment?
- Coneix més iniciatives similars que animin les empreses a actuar amb transparència?



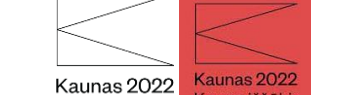

Altres recursos [si escau]:


- <https://baltojibanga.lt>
- <https://www.youtube.com/watch?v=bAFvfJSg-Mk>
- <https://baltojibanga.lt/pamoka/>
- <https://baltojibanga.lt/wp-content/uploads/2022/03/Copy-of-Baltoji-Banga.pdf>
- <https://baltojibanga.lt/prisijunk/>















ANNEX núm. 3 - Empreses/organitzacions participants








PAÍS:	LITUÀNIA 
INSTITUCIÓ: 	CENTRE DE TECNOLOGIES DE L'EDUCACIÓ DE KAUNES (Kautech). Més informació: https://kautech.lt/?lang=en
EMPRESSES/ORGANITZACIONS IMPLICADES:	
	1. "Lietuus Junior Achievement" ("LJA") -és la primera organització no governamental de Lituània que aplica programes progressius d'educació econòmica, educació empresarial, educació financera i educació professional a escoles d'educació general, institucions de formació professional i institucions d'educació superior. Més informació: https://lja.lt
	2. "Kauno švietimo inovacijų centras" ("Centre d'innovació educativa de Kaunas") - és una institució pressupostària de l'ajuntament de la ciutat de Kaunas. És un dels majors centres de millora de la qualificació de pedagogs de Lituània. Més informació: https://www.kpkc.lt/en/
	3. "Kauno prekybos, pramonės anar amatų rūmai" ("Càmera de Comerç, Indústria i Artesania de Kaunas") -la major organització que reuneix la comunitat empresarial de les regions de Kaunas i Marijampole i desenvolupa serveis per a les empreses. Més informació: https://chamber.lt/en/
	4. "Europos socialinio verslumo ugdymo anar inovatyvių studijų institutes" ("Emprenedoria social europeu i estudis innovadors"). Més informació: https://europe-institute.com
	5. UAB "RUBBEE" - és una empresa LTD, que produeix engranatges per a bicicletes elèctriques i contribueix a la reducció de la contaminació ambiental animant la gent a utilitzar la bicicleta en lloc dels cotxes contaminants. Més informació: https://www.rubbee.co.uk
	6. "ŪKAI" - és una marca innovadora i sostenible, que contribueix a la reducció de la contaminació per plàstic als oceans i desenvolupa productes a partir de plàstic reciclat. Més informació: https://www.ukai.eu
	7. "SOLIDU cosmetics" -és una empresa que produeix cosmètics durs respectuosos amb el medi ambient, fabricats a Lituània, seguint els principis de "zero residus" i consum responsable. Més informació: https://soliducosmetics.com
	8. VŠĮ "TUŠTI NARVAI" ("CAIXES BUIDES") -és una institució pública i una organització de protecció animal sense ànim de lucre. Més informació: https://www.tustinarvai.lt
	9. "BALTOJI BANGA" ("ONDA CLARA") - és una iniciativa que uneix empreses honestes i responsables, promovent pràctiques empresarials lituanes transparents. Més informació: https://baltojibanga.lt/en/
	10. "MAISTOBANKAS" ("BANC D'ALIMENTS") -Fons de Caritat i Suport. Més informació: https://www.maistobankas.lt
	11. "MÀ GURU" ("EL MEU GURU") - és un negoci social/bar d'amanides que integra al mercat laboral persones en situació d'exclusió social (ex addictes a substàncies psicoactives, ex reclusos, persones amb discapacitat i persones sense llar). Més informació: https://lt-lt.facebook.com/salotubaras/
	12. "JAUNIMO LINIJA" ("LINEA DE LA JOVENTUT") : és una ONG i un dels majors serveis gratuïts de suport emocional per telèfon i en línia de Lituània. Més informació: https://jaunimolinija.lt/en/
	13. "MAMŪ UNIJA" ("UNIÓ DE MARES") -Fundació contra el càncer infantil, que recolza amb ajuda complexa els nens que s'enfronten a la malaltia del càncer i a les famílies. Més informació: https://mamuunija.lt/en/
	14. VŠĮ "LESE" -és una institució pública i organització de cura dels animals sense llar. Més informació: https://lese.lt/en/

	<p>15. "KŪRYBOS KAMPAS 360"/ VŠĮ "Už švarią Lietuvą" ("ANGL CREATIU 360"/ Institució pública "Per una Lituània neta")- és una institució pública i iniciativa social que desenvolupa idees de consum sostenible i disseny secundari per a un medi ambient més net i saludable. "Kūrybos kampas 360" duu a terme activitats educatives mitjançant l'organització d'esdeveniments i tallers creatius. Més informació: https://www.kuryboskampas360.lt</p>
	<p>16. "SOCIALINIS TAKSI" ("TAXI SOCIAL")- és un servei únic que ajuda a garantir l'organització de viatges per a persones amb discapacitat a llocs de treball econòmic i social. Més informació: https://www.zmogui.lt/socialinis-taksi/</p>
	<p>17. Projecte "KAUNES 2022 - Capital Europea de la Cultura":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa "Desafiament Kaunas"; • Programa "Voluntariat". <p>Més informació: https://kaunas2022.eu/en/</p>
	<p>18. "JIK"/ "Žinau viską" ("Ho sé tot") -Centre d'informació i assessorament juvenil. Més informació: https://zinauviska.lt</p>

<p>PAÍS:</p>	<p>XIPRE </p>
<p>INSTITUCIÓ:</p>  <p>UNIVERSITY of NICOSIA</p>	<p>UNIVERSITAT DE NICÒSIA. Més informació: https://www.unic.ac.cy</p>
<p>EMPRESES/ORGANITZACIONS IMPLICADES:</p>	
<p><i>Absolute Beauty Ltd</i></p>	<p>1. "Absolute Beauty" Ltd és un saló de bellesa professional fundat el 1989 per Fani Nicolaidou, membre de l'Associació d'Esteticistes de Xipre. Més informació: https://www.facebook.com/FNAbsoluteBeauty/</p>
	<p>2. Saló de bellesa professional "9:am Beauty & Wellness". Propietat de Monica Christou (maquilladora), el saló ofereix els serveis següents: Maquillatge Maquillatge de núvia Maquillatge formal Maquillatge per a ocasions especials Teràpia facial T Més informació: https://www.facebook.com/9nine.am/</p>
	<p>3. "Impophar" és l'empresa líder en Bellesa i Fitness a Xipre que ofereix solucions completes a unitats de negoci com: Salons de Bellesa, Spas, Gimnasos, Estudis de Pilates i Yoga, Gimnasos, Centres de Fisioteràpia i Rehabilitació, Dermatòlegs i Cirurgians Plàstics, així com a gimnasos domèstics privats i zones de spa. Més informació: https://impophar.com/</p>
	<p>4. "The Block" (CDK Food Services Ltd) és un restaurant situat al campus de la Universitat de Nicòsia i està obert tant al públic com als estudiants i membres de la facultat. La seva propietària és Charis Constantinou, llicenciada en Gestió d'Arts Culinàries per Intercollege. Més informació: https://www.facebook.com/theblockrest/</p>
	<p>5. "Siblings Coffee" va ser fundat el 2020 per George Georgiou i es dedica principalment a servir cafè. Es troba a Larnaka, Xipre. Més informació: https://www.facebook.com/siblingscoffee2020/</p>
	<p>6. "Cyprus Chefs Association" ("CCA") és una organització professional sense ànim de lucre que pretén unir xefs i cuiners de tot Xipre en una dedicació compartida a l'excel·lència professional. Com a organització, la (CCA) representa una sola veu en totes les qüestions relacionades amb la cuina professional. Més informació: https://cypruschefsassociation.com/</p>
	<p>7. "Cyprus Spa Association" ("CSA") reuneix una varietat de diferents tipus de balnearis a Xipre, així com membres afiliats que comparteixen els nostres objectius i Codi de bones pràctiques. La CSA també està afiliada a la UK Spa Association (des del febrer del 2015). Més informació: https://www.cvspas.com/</p>
	<p>8. "The Red Box" és un contenidor reconvertit en cantina situat a Dali (Xipre). Amb un ampli aparcament, els clients poden gaudir de cafè, diverses begudes fredes, aperitius i sandvitxos ordenats. Més informació: https://www.facebook.com/theredboxcoffeebar/</p>



<p>PAÍS:</p>	<p>ALEMANYA </p>
--------------	---

INSTITUCIÓ:  FH MÜNSTER University of Applied Sciences	MUNSTER OF APPLIED SCIENCES. Més informació: https://en.fh-muenster.de
EMPRESSES/ORGANITZACIONS IMPLICADES:	
	1. "Strong Star Ltd. Strongstar és un grup de dispositius mèdics amb seu a Xangai. Més informació: http://www.ss-med.com
	2. "COLUNCOLUN és una empresa xilena, ubicada a les regions de Los Ríos i Los Lagos, on produeixen llet d'alta qualitat. Més informació: https://www.colun.cl
	3. "LiBa" . Des de 2014, liba kola i liba lemonades es distribueixen a la regió de Münster sota el nom de liba GmbH & Co. KG. El seu enfocament per ser sostenible i vegà. Més informació: https://liba-trinken.de
	4. "Sonder" . Una plataforma digital d'atenció que capacita les persones per prendre activament el control del seu benestar perquè puguin viure bé i rendir al màxim. Més informació: https://sonder.io
	5. "Daifresh" Especialistes en la producció de baies i cítrics i proveïdors d'una àmplia gamma de fruites i verdures a tot el món. Més informació: https://daifresh.com
	6. "Fooodz" GbR. Pàgina web d'aliments, productes de drogueria i cosmètica, articles per a la llar i mascotes d'alta qualitat. Més informació: https://www.fooodz.de
	7. "MasCicle" MasCiclo és un taller mecànic per a bicicletes a Espanya. Més informació: https://masciclo.com
	8. "Timothy Wareman KEGS" . Empresa de cervesa artesana centrada en la tradició i l'alta qualitat. Més informació: https://www.kegsbrouwerij.nl/author/timothywareman/?lang=en
	9. "Boutiqua Portuguesa" . Boutique online que ofereix especialitats i delícies portugueses. Més informació: https://www.boutiquaportuguesa.de
	10. "Mays doceria" . Mays doceria és una cafeteria i una botiga de dolços a Brasil. És un negoci familiar petit d'un estudiant. Més informació: https://www.facebook.com/mays.doceria/
	11. "Malunt" Malunt ven aperitius substanciosos, nutritius i sans, sense additius ni aromes. Més informació: https://www.malunt.com









PAÍS:	ESPANYA 
INSTITUCIÓ:  Escola Pia Santa Anna-Mataró	ESCOLA PIA MATARO. Més informació: https://mataro.escolapia.cat
EMPRESSES/ORGANITZACIONS IMPLICADES:	
	1. "Bytemaster" . Solució logística eficaç per a les empreses Més informació: https://www.bytemaster.es/en/
	2. "Fagem" . La Federació d'Associacions Empresariales del Maresme és l'entitat que representa el teixit empresarial de la comarca del Maresme. Més informació: https://www.fagem.org/
	3. "P&O Ferrymasters" . P&O Ferrymasters és un dels principals proveïdors europeus de solucions de transport multimodal i serveis logístics. Integrem la carretera, el ferrocarril i el transport marítim a 24 països, proporcionant solucions eficients i sense fissures per a la cadena de subministrament. Més informació: https://www.poferrymasters.com/
	4. "Laru" L'objectiu de l'espai Laru és molt clar: la pràctica de l'esport és clau per fomentar un estil de vida saludable. Valors com l'esportivitat, la bona convivència, el treball en equip i la solidaritat són molt presents en la nostra manera de fer les coses des del primer dia. Més informació: https://espaillaru.cat/
	5. "Alma i Raspita" . Alma i Raspita es va crear pensant en els meus pares i avis. Els vaig voler fer bonics contes per tornar-los totes aquestes històries que ens han acompanyat durant la nostra infància i els acompanyen ara en la seva vellesa. Més informació: https://almayraspita.com/







	<p>6. "NEM" Negoci Empresa Mataró és l'entitat associativa els objectius principals de la qual són l'organització d'iniciatives i activitats encaminades a la promoció empresarial del sector i la dinamització comercial d'aquesta ciutat. Més informació: https://www.nem.cat/</p>
	<p>7. "Sandir" A Sandir som experts en fer que l'olor entri a la teva vida i la canviï, creant experiències olfactivs úniques d'acord amb la imatge de marca que vulguis donar. Més informació: https://www.sandir.com/</p>
	<p>8. "Fundació el Maresme" A la Fundació el Maresme ens mou promoure la inclusió i la millora de la qualitat de vida de les persones amb dificultats especials i necessitats complexes del Maresme –principalment amb discapacitat intel·lectual– i de les seves famílies. Donem resposta a les necessitats i demandes d'aquest col·lectiu organitzant una àmplia xarxa de serveis i centres que ofereixen atenció i suport amb continuïtat. Més informació: https://www.fundacionmaresme.cat/</p>
	<p>9. Cooperativa Cafè del Mar. La Unió de Cooperadors, referent històric del cooperativisme a Mataró, va néixer el 1927. A hores d'ara, ha aconseguit recuperar part del seu patrimoni cooperatiu espoliat durant la dictadura franquista, i que es troba a la Fundació Unió de Cooperadors de Mataró, creada expressament i destinada a la promoció del cooperativisme i l'economia social. Més informació: https://www.uniocoopmataro.cat/</p>
	<p>10. "Tenbei". Belén i Evaristo aposten per artistes i dissenyadors amb gran talent. Partim d'un consum responsable i ètic. Més informació: https://tenbeiconcept.com/</p>
	<p>11. "Hola Màrqueting". El Màrqueting que TU busques, per fer créixer el teu negoci. Més informació: https://holamarketing.online/</p>
	<p>12. "Auria Sports". Auria Sports Events és una empresa especialitzada en l'organització d'esdeveniments esportius i activació de marques. Ens centrem en accions de màrqueting esportiu i gestió d'esdeveniments, així com en la promoció d'altres productes i serveis a través de l'esport. Més informació: https://auriasports.com/en/</p>
	<p>13. Bikepark "La Poma". El bikepark és un complex esportiu exterior situat a Premià de Dalt (Maresme). En ell es practiquen tota mena d'esports: skate, trial, BMX, pumptrack i dirt jump. La PomaBike Park va néixer el 2005 com un "camp" per a la pràctica del dirt jump. Més informació: https://lapomabikepark.com/en/bikepark-eng/</p>
	<p>14. "GENTIC" Gentic és una associació empresarial oberta a totes les empreses i professionals de les TIC. És a dir, qualsevol Empresa o Autònom que creï, produeixi, comercialitzi, presti serveis o qualsevol altra activitat que inclogui productes TIC (Tecnologies de la Informació i les Comunicacions) pot ser membre de GENTIC. Més informació: https://gentic.org/</p>
	<p>15. "Meet and Map". A Meet&Map apostem per la creació de nous models de societat basats en la cooperació. Per això promovem la creació de projectes personals i aliances entre diferents col·lectius de la comarca del Maresme. Més informació: https://meetandmap.org/</p>
	<p>16. "Tecnocampus" La Fundació TecnoCampus Mataró-Maresme és l'entitat pública encarregada de la gestió del parc tecnològic i universitari TecnoCampus. Promoguda per l'Ajuntament de Mataró és una fundació de dret privat amb vocació de servei públic en educació i desenvolupament empresarial. Més informació: https://www.tecnocampus.cat/en/sobre-el-parc-tecnocampus/sobre-el-tecnocampus</p>

PAÍS:	PAÏSOS BAIXOS
INSTITUCIÓ: 	FRIESLAND COLLEGE (l'any que ve FIRDA). Més informació: https://www.frieslandcollege.nl
EMPRESSES/ORGANITZACIONS IMPLICADES:	
	<p>1. "Zuivelrijck" Fa uns anys, l'empresari René van der Veen, de Zuivelrijck, va veure oportunitats en el segment dels productes lactis ecològics preparats per consumir. Va ser el primer dels Països Baixos a introduir la crema de cafè ecològica en tasses. "El mercat del cafè ecològic i de comerç just feia anys que estava en alça, però els gots de llet per a cafè ecològic encara no existien. Aquest va ser l'inici de la nostra empresa. Des de llavors, la gamma s'ha ampliat per incloure llet sencera ecològica i llet sencera amb xocolata ecològica. Més informació: http://www.zuivelrijck.nl/</p>

	<p>2. "Xpressy" Som Xpressy, una moderna agència de desenvolupament professional que aposta per l'impacte. Per sobresortir, creiem que la feina ha d'estar en consonància amb allò que ets.</p> <p>Més informació: https://www.xpressy.nl/over-xpressy/</p>
	<p>3. "Pottle". Amb Pottle volem canviar de perspectiva. D'una banda, això significa llibertat d'elecció al mercat laboral. On altres empreses reconeguin i apliquin la nostra renovada manera de treballar. D'aquesta manera, herois com els nostres no només podran treballar a la guarderia, sinó que podran participar de debò. Ja sigui com a mecànic de cotxes, al sector de l'hostaleria o a qualsevol altre.</p> <p>Més informació: https://www.pottle.nl/</p>
	<p>4. "CentrumDuurzaamheid". Center Sostenible que desperta la curiositat d'estudiants i empreses compartint els coneixements tècnics del demà mitjançant:</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Sustainable Doing House√ Projectes d'innovació √ Sustainable Doing Lectures √ Mòduls de sostenibilitat. <p>Més informació: https://www.centrumduurzaamfriesland.nl/</p>
	<p>5. "Schillenboer". Cycle up ofereix un servei de recollida neutra a carboni dels fluxos de residus dels empresaris locals. A més, Cycle up transforma els fluxos de residus en matèries primeres utilitzant-les per fabricar productes llestos per ser utilitzats de nou. Cycle up també es converteix en un lloc de trobada per a empreses circulars on es comparteixen coneixements i on es pot fer un lloc de treball social comú.</p> <p>Més informació: http://cycle-up.nl/</p>
	<p>6. "Tosti club Leeuwarden". De vegades sents aquestes històries que et posen la pell de gallina, en bon sentit. Històries de gent que segueix la passió, que viu els seus somnis. Coen Heijkoop (que aleshores tenia 12 anys) tenia un somni així. Apassionat dels antics molins holandesos i de tot el que passa en ells, va aconseguir convèncer el seu pare per començar a treballar ell mateix amb el pa. El resultat? El Tosti Club.</p> <p>Més informació: https://thetosticlub.nl/</p>
	<p>7. "Omke Jan". A Omke Jan li encanta la companyia: de "folk om'e doar". Coneix tothom i va a tot arreu. Comerciants, agricultors i veïns saben sempre on trobar-lo. Omke Jan estima la bona vida. És un hostel que confia en els hostes i li agrada que tots estiguin còmodes. A qui rep a casa li dóna una càlida benvinguda amb bon menjar, històries fortes i trobades casuals.</p> <p>Més informació: https://omkejan.nl/</p>

PAÍS:	GRÈCIA 
INSTITUCIÓ:	IDEC SA Més informació: https://idec.gr
	
EMPRESSES/ORGANITZACIONS IMPLICADES:	
	<p>1. "Ports & Shipping Advisory ("P&S Advisory") es va fundar el 2014. Basant-se en els coneixements i experiències especials dels seus membres al sector portuari i marítim, P&S Advisory té com a objectiu prestar als seus clients serveis de consultoria basats en les seves necessitats peculiars.</p> <p>Més informació: http://psadvisory.eu/</p>
	<p>2. "Publicacions MINOAS" es va fundar el 1952 i el seu objectiu és oferir els millors llibres a tots els lectors. La qualitat i varietat dels llibres infantils han consolidat Publicacions Minoas com una de les editorials més importants de Grècia.</p> <p>Més informació: https://minoas.gr/</p>
	<p>3. "Ekathimerin", la versió digital d'un dels diaris més llegits de Grècia.</p> <p>Més informació: https://www.ekathimerini.com/</p>
	<p>4. "Nova" és l'empresa que portà per primera vegada Internet, la telefonia mòbil i la televisió de pagament a Grècia. Forma part d'United Group, el grup més gran de telecomunicacions i mitjans de comunicació del sud-est d'Europa. És el proveïdor resultant de la consolidació de Nova amb Wind Hellas.</p> <p>Més informació: https://nova.gr/</p>
	<p>5. "APSON" Corporate Sustainability & Responsibility ofereix serveis de consultoria, estratègies de màrqueting i comunicació, i desenvolupa Start-up Labs.</p> <p>Més informació: www.apson.gr</p>
	<p>6. "Kovald" adopta una manera de pensar pionera: La nostra passió i experiència es transformen en innovació, que impulsa els serveis d'e-Business, e-Marketing, e-Consulting i e-Advertising cap a una nova era d'èxit rendible per als nostres clients. La nostra missió és ajudar-lo a crear un negoci sostenible que destaquï per ser més eficient i rendible al competitiu entorn dels mercats digitals.</p> <p>Més informació: https://www.kovald.com/</p>

	<p>7. "Nlpgreece®" amb la marca registrada de PNL a Grècia [Grècia] - Reg. No 187508 - i la certificació ISO 9001:2015, continua amb el propòsit principal de permetre a les persones i professionals tenir al seu abast les tècniques especialitzades del sistema de PNL i realitzar avenços dirigits a la seva distinció professional i al seu desenvolupament personal i social. Més informació: https://www.nlpgreece.gr/</p>
	<p>8. "BALUCO" és una empresa consultora internacional de búnquers marins i lubricants que serveix al mercat global del transport marítim amb consistència proporcionant un servei líder a tot el món. Per a més informació: https://www.baluco.com/</p>
	<p>9. "JMK" -formació i desenvolupament d'executius centrats en les persones/antropocèntrics. Mitjançant la formació antropocèntrica, les persones aprenen a identificar-ne la felicitat i la prosperitat personals amb la prosperitat i el progrés del seu entorn laboral. Això els converteix en millors persones, millors cònjuges, millors pares, millors amics i, per descomptat, millors empleats. És una posada en comú d'interessos per a la cura bilateral i l'oferta mútua. Més informació: https://jmk.gr/</p>
	<p>10. "KLIMIS".VAS. & EK. Kottaridi GP amb el títol distintiu "KLIMIS" és una empresa familiar situada a Kalamata des de 1968. Produeixen productes de calç i s'ocupen del comerç de materials de construcció, i des de 1992 produeixen i distribueixen al mercat un producte innovador per a barbacoa, les briquetes d'oliva per a barbacoa KLIMIS i altres productes de calefacció produïts a partir de llavors d'oliva. Més informació a https://klimiscoal.gr/</p>



ANNEX núm. 4 - Referències

CAPÍTOL No.1 "FONAMENTS TEÒRICS DE L'ENSENYAMENT ÈTIC EMPRESARIAL":

Mòdul 1 - ÈTICA:

- BBC (2021), Ètica: una introducció general, Consultat el 12 de gener de 2021:http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml
- Connock, S. i Johns T. (1995), "Lideratge ètic", IPD, Londres.
- Fisher Thornton, L. (2015), Quins valors són valors ètics? Consultat el 12 de gener de 2021. <https://leadingincontext.com/2015/06/17/ethical-values/>.
- Hurn, B. (2008), "Ethics in international business", Industrial and Commercial Training, 40(7), 347-354.
- OIE (2021), Ethical Values, Institute of Business Ethics, Consultat el 13 de gener de 2021: <https://www.ibe.org.uk/knowledge-hub/ibe-business-ethics-framework/ethical-values.html>
- Orme, G. i Ashton, C. (2003), "Ethics - A foundation competency", Industrial and Commercial Training, 35(5), 184-190.
- The Ethics Centre (2021), What is ethics?, consultat l'11 de gener de 2021. <https://ethics.org.au/why-were-here/what-is-ethics/>.

Mòdul 2 - ÈTICA DE L'EMPRESA:

- <https://www.mindtools.com/pages/article/understanding-workplace-values.htm>
- https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_14_124
- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FI:EN:PDF>
- <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Bingham (2009), Corporate Governance and Compliance, Obtingut el 3 d'abril del 2011 des de <http://www.bingham.com/PracticeDetails.aspx?PracticeID=1>
- Connock, S. i Johns T. (1995), "Lideratge ètic", IPD, Londres.
- Cooper, RW i Frank, GL (1997), "Helping professionals in business behave ethically: why business cannot abdicate its responsibility to the profession", Journal of Business Ethics, Vol. 16 n° 12/13, pp. 1453-66.
- Ford, RC i Richardson, WD (1994);
- Galinsky, A. (2008), SUN <http://www.sun.com/emrkt/boardroom/newsletter/0907expertinsight.html>
- Gray, ST (1996), "Codify your ethics", Association Management, Vol. 48 No. 8, p. 288.
- Hurn, B. (2008), "Ethics in international business", Industrial and Commercial Training, 40(7), 347-354.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005) Responsabilitat social de les empreses: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, Nova Jersey: John Wiley & Sons, pp. 3.
- Navran, F. (1997), "12 steps to building a bestpractices ethics program", Workforce, Vol. 76 No. 9, pp. 117-22.
- OCDE (2004), Principis de Govern Corporatiu de l'OCDE, Organització per a la Cooperació i Desenvolupament Econòmic. Consultat el 3 de maig de 2011 <http://www.oecd.org/dataoecd/32/18/31557724.pdf>
- Orme, G. i Ashton, C. (2003), "Ethics - A foundation competency", Industrial and Commercial Training, 35(5), 184-190.
- Payne, D., Raiborn, C. i Askvik, J. (1997), "A global code of business ethics", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 16, pàg. 1727-35.
- Razzetti, G. (2020), How to define corporate values (and why it matters), Extret el 15 de gener de 2021 de <https://www.fearlessculture.design/blog-posts/how-to-define-company-values-and-why-it-matters>



- Roth, NL, Hunt, T., Stavropoulos, M. i Babik, K. (1996), "Can't all all just get along: cultural variables in codes of ethics", *Public Relations Review*, Vol. 22 No. 2, pàgs. 151-61.
- Shea, H. (2006) *Corporate Governance and Social Responsibility of Family Firms in Hong Kong: A Case Study of Hutchison Whampoa Limited (HWL)*, Obtingut el 13 de maig de 2011 des de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=935101.
- Smeltzer, LR i Jennings, M. (1998), "Why an international code of business ethics would be good for business", *Journal of Business Ethics*, Vol.
- Steiner, GA & Steiner, JF (2006), *Business, Government, Society: A Managerial Perspective*, Text and Cases, Nova York: McGraw Hill/Irwin, pàg 597.
- Tucker, LR, Stathakopolous, V. i Patti, CH (1999), "A multidimensional assessment of ethical codes: professional professional association perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. -300.
- Weeks, WA i Nantel, J. (1992), "Corporate codes of ethics and sales force behavior: a case study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11 No. 10, pàg. 753-60.

Mòdul 3 - CODI DE CONDUCTA (ÈTICA):

- Cooper, RW i Frank, GL (1997), "Helping professionals in business behave ethically: why business cannot abdicate its responsibility to the profession", *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 n° 12/13, pp. 1453-66.
- Ford, RC i Richardson, WD (1994);
- Gray, ST (1996), "Codify your ethics", *Association Management*, Vol. 48 No. 8, p. 288.
- Navran, F. (1997), "12 steps to building a bestpractices ethics program", *Workforce*, Vol. 76 No. 9, pp. 117-22.
- Payne, D., Raiborn, C. i Askvik, J. (1997), "A global code of business ethics", *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 No. 16, pàg. 1727-35.
- Roth, NL, Hunt, T., Stavropoulos, M. i Babik, K. (1996), "Can't all all just get along: cultural variables in codes of ethics", *Public Relations Review*, Vol. 22 No. 2, pàgs. 151-61.
- Smeltzer, LR i Jennings, M. (1998), "Why an international code of business ethics would be good for business", *Journal of Business Ethics*, Vol.
- Tucker, LR, Stathakopolous, V. i Patti, CH (1999), "A multidimensional assessment of ethical codes: professional professional association perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. -300.
- Weeks, WA i Nantel, J. (1992), "Corporate codes of ethics and sales force behavior: a case study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11 No. 10, pàg. 753-60.

Mòdul 4 - LIDERATGE ÈTIC:

- Aernoudt R (2008), *Conference Report 2008, International Business & Leadership Symposium: Ethics in Business - Corporate Culture & Spirituality*, 13-14 de novembre de 2008 a http://www.ccsforum.org/conference_report.html
- Akers, J.: 1989, "Ethics and Competitiveness - Putting First Things First", *Sloan Management Review* 30, 69-71.
- Bowie, N.: 1997, 'Les obligacions morals de les empreses multinacionals. Problems of International Justice'. Reimprès el 1998, TL Beauchamp i NE Bowie (eds.), *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, pàg. 522-534.
- Gilmore, JT: 1986, "Framework for Responsible Business Behavior", *Business and Society Review* (estiu) 58, 31-34.
- Gurría A. (2009), "Ètica empresarial i principis de l'OCDE: Què es pot fer per evitar una altra crisi?", *Actes del Fòrum Europeu d'Ètica Empresarial (EBEF)*, gener del 2009.
- Steiner, G. i J. Steiner: 2000, *Business, Government and Society* (7a ed.), McGraw Hill, Nova York, pàg. 206-208.
- Silk, L.: 1989, "The Challenge for Managers és Make Morality Pay", *Business Month* (maig) 133, 8-11.
- Thompson A., Strickland A. i Gamble J. (2007), *Crafting and Executing Strategy - The quest for competitive advantage*, 15a edició, McGraw Hill, 323-325.



Mòdul 5 - EMPRENADORIA ÈTICA:

- Entrepreneur Europe (2015), The 4 Pillars of Ethical Enterprises, Consultat el 28 de gener de 2021. <https://www.entrepreneur.com/article/240035>.
- Provident CPA (2020), Esperit empresarial ètic: The Impact and Strategies of Ethics, Consultat el 28 de gener de 2021. <https://providentcpas.com/ethical-entrepreneurship-the-impact-and-strategies-of-ethics/>.

CAPÍTOL No.2 "EL MÈTODE D'APRENTATGE BASAT EN PROBLEMES":

- Hogeschool Utrecht. (2017, 1 de novembre). Uploads. Opgeroepen op november 25, 2020, van husite.nl: <https://husite.nl/toetsing/wp-content/uploads/sites/185/2017/11/criteria-voor-het-maken-van-een-casus.pdf>
- Normen a Waarden. (2020, 1 de gener). Ethisch dilemma. Opgeroepen op november 25, 2020, van normenenwaarden.org: <https://www.normenenwaarden.org/ethisch-dilemma/>
- Sociaal Werk Nederland. (2020, 1 de gener). Opgeroepen op november 25, 2020, van sociaalwerknederland.nl: <https://www.sociaalwerknederland.nl/?file=11981&m=1445424124&action=file.download>

CAPÍTOL N° 3 ACTIVITAT "QUICK SCAN":

- Hafsa J. (2017). Professor del segle XXI: Característiques i desenvolupament. Investigació en humanitats i ciències socials. 7. 50-54
- Entani T. (2022). Group Formation Models Based on Inner Evaluations of Members. A Integrated Uncertainty in Knowledge Modeling and Decision Making: 9th International Symposium, IUKM 2022, Ishikawa, Japan, March 18-19, 2022, Proceedings. Springer-Verlag, Berlín, Heidelberg, 29-39. https://doi.org/10.1007/978-3-030-98018-4_3
- Wong KM (2021). "Un marc de disseny per millorar el compromís en l'aprenentatge centrat en l'estudiant: apropiat-lo, aprendre'l i compartir-lo" de Lee i Hannafin (2016): una perspectiva internacional. Investigació i desenvolupament de tecnologia educativa: ETR&D, 69(1), 93-96. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09842-w>

CAPÍTOL No.4 ACTIVITAT "ET TALKS":

- Codis ètics empresarials eficaços: Percepcions dels usuaris de codis, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-004-2169-2> (una perspectiva holística dels codis ètics d'empresa).
- 8 pautes per fer entrevistes eficaços, <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/interview-guidelines> (material valuós a l'hora d'elaborar les Directrius per a entrevistes d'ET-Talks).
- Una visió general de la producció de vídeo, <https://www.adobe.com/creativecloud/video/discover/video-production.html> (algunes idees sobre com fer un vídeo, com planificar el procés i afrontar els passos i gaudir del desenvolupament).
- Les cinc fases de la producció de vídeo, https://www.internetociety.org/wp-content/uploads/2019/06/Chapterthon_Video_Production_Guide.pdf (una guia inspiradora sobre com fixar objectius, planificar prèviament i produir, com integrar la música i ajustar-se a la normativa GDPR).



CAPÍTOL No.5 ACTIVITAT "FUTURE DAYS":

- Marian Buil (2022) creadora de la metodologia Design Thinking. Universitat Tecnocampus.
- Gallagher, Silvia Elena; Savage, Timothy (2020-12-26). "Aprentatge basat en reptes a l'educació superior: una revisió exploratòria de la literatura". Teaching in Higher Education: 1-23
- Bridgeman, PA (2010) Taula rodona: Una estratègia eficaç de participació pública. Ponència presentada a la Convenció de l'Associació Nord-americana de Cristians en el Treball Social, Raleigh-Durham, NC, novembre de 2010.
- Facultat de Magisteri de Vitòria-Gasteiz. Universitat del País Basc. Nov 22.

CAPÍTOL No.6 "DEFINICIÓ DELS RESULTATS DE L'APRENTATGE I DE L'AVALUACIÓ":

- Bloom, BS, Krathwohl, DR, & Masia, BB (1984). Taxonomia de Bloom dels objectius educatius. A Allyn and Bacon. Pearson Education.
- Fink, LD (2003). Una guia autodirigida per dissenyar cursos d'aprenentatge significatiu. Universitat d'Oklahoma, 27(11), 1-33.
- Sinek, S. (2019). El joc infinit. Penguin.





Value &
Future

L'impacte de l'emprenedoria ètica



Visiteu la nostra pàgina web per més informació: <https://valueandfuture.eu>



Value and Future

El projecte connecta la necessitat d'una educació per una emprenedoria que canviï la mentalitat dels joves i dels professors sobre els angles ètics i morals de les seves opcions, la seva trajectòria professional i el seu lloc a la societat. Hi ha una atenció creixent en l'ètica empresarial al món i a l'educació de l'emprenedoria ètica. El projecte promou l'adopció d'un pensament emprenedor més just i ètic com a forma d'assolir els objectius de desenvolupament sostenible globals i europeus.

L'emprenedoria ètica és una conducta ètica basada en els sistemes de valors, la responsabilitat corporativa i la integritat, per protegir les persones i el medi ambient alhora que aporta valor econòmic.

