

ECO 4ESO · AMPLIACIÓ

# Ampliació · 1a avaluació (unitats 1-4)

*Reptes per a aprofundir en tipus d'emprenedoria, creativitat, ètica i impacte i anàlisi de l'entorn, per a qui ja domina el bàsic.*

1a avaluació · Unitats 1, 2, 3, 4

## REPÀS TEÒRIC

### U1. El teixit emprenedor real, sense mites

Convé mirar l'emprenedoria *sense romanticisme*. La imatge del jove geni que es fa milionari en un garatge és l'excepció, no la regla. Segons el DIRCE (INE), el **99,8 % de les empreses espanyoles són pimes** i la majoria no té ni un sol empleat: són autònoms i micronegocis.

Els tres tipus d'emprenedoria conviuen: *autoemprenedoria* (el teu propi negoci), *intraemprenedoria* (innovar dins d'una empresa, molt valorada hui) i *emprenedoria social* (resoldre un problema social com a fi principal). La idea de nivell d'ampliació és esta: emprendre no és un do d'uns pocs elegits, sinó un **ofici que s'aprén** i que depén molt de l'entorn, els suports i la formació. Per això quasi qualsevol pot emprendre a alguna escala.

### U2. Creativitat i mentalitat: com s'entrenen les idees

Les idees no apareixen per art de màgia: es provoquen amb mètode. El **pensament divergent** consisteix a obrir moltes possibilitats abans d'elegir-ne una. Dues tècniques potents: el **brainstorming** (buscar quantitat sense jutjar) i **SCAMPER** (Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Proposar altres usos, Eliminar, Reordenar una cosa que ja existix).

La **mentalitat de creixement** de Carol Dweck sosté que el talent es construeix amb pràctica i esforç, enfront de la mentalitat fixa que el creu innat. Qui l'aplica busca el repte, demana ajuda i aprén de l'error.

D'ací la importància de la **resiliència**: el fracàs ben gestionat és informació per a millorar (moltes empreses van nèixer d'un primer intent fallit). L'error no és el final del camí, sinó una dada del camí.

### U3. Ètica, impacte i models responsables

La RSC va per nivells de profunditat: *filantropia* (donar, el més superficial), *integració* (millorar els processos propis) i *estratègia* (l'impacte positiu forma part del model de negoci, el més profund). Les empreses **B Corp** són les que certifiquen que complixen alts estàndards socials i ambientals auditats.

L'**economia circular** trenca amb el model lineal d'«usar i tirar»: dissenya productes per a reduir, reutilitzar, reparar i reciclar, allargant la seua vida útil.

El repte crític és distingir l'impacte real del **greenwashing** (aparentar ser sostenible sense ser-ho). La clau és demanar *proves verificables*: dades, certificacions independents i canvis en el que de veritat importa, no només en el logo o el missatge publicitari.

### U4. Llegir l'entorn i detectar oportunitats

Detectar oportunitats exigix observar amb eines. El **PESTEL** (Polític, Econòmic, Social, Tecnològic, Ecològic, Legal) ajuda a mapar les forces externes que una idea no controla però ha d'anticipar.

Una oportunitat real no és qualsevol idea: naix d'una **necessitat no coberta** que es repeteix i per a la qual hi ha gent disposada a pagar o valorar la solució. Per això es distingixen necessitat, problema i oportunitat.

Les **tendències emergents** (envelliment de la població, digitalització, transició ecològica) són fonts fiables d'oportunitats perquè marquen cap a on va la demanda. Per a afinar la solució s'usa el **mapa d'empatia**, que descriu l'usuari pel que pensa, sent, veu, sent (escolta), diu i fa.

## EL QUE ÉS ESSENCIAL

- El 99,8 % de les empreses espanyoles són pimes (dades del DIRCE-INE): el teixit emprenedor real està molt lluny de la imatge del gran geni del garatge.
- La RSC té tres nivells: filantropia (donar), integració (millorar processos propis) i estratègia (l'impacte positiu forma part del model de negoci).

- La tècnica SCAMPER (Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Proposar altres usos, Eliminar, Reordenar) genera idees transformant una cosa que ja existix.
- Un mapa d'empatia descriu un usuari pel que pensa, sent, veu, sent (escolta), diu i fa, per a dissenyar solucions que de veritat li servisquen.

## VOCABULARI

pime

DIRCE

nivells de RSC

B Corp

SCAMPER

pensament divergent

mapa d'empatia

tendència emergent

economia circular

## EXEMPLES RESOLTS

1. **Marge i benefici.** Vens samarretes del teu projecte a 8 € cadascuna i fabricar cadascuna et costa 3 €. Vens 120 samarretes. Calcula el guany per samarreta, el guany total i quin percentatge del preu de venda representa el guany.

Anem pas a pas.

**1. Guany per samarreta:**  $\text{preu} - \text{cost} = 8 - 3 = 5 \text{ €}$ .

**2. Guany total:**  $5 \text{ €} \times 120 = 600 \text{ €}$ .

**3. Percentatge del preu:**  $5 \div 8 = 0,625 = 62,5 \%$ .

**Idea clau:** el marge et diu quina part de cada euro venut es queda a la teua butxaca després de pagar el cost.

2. **Descompte i després IVA.** Un producte costa 50 €. Primer li apliques un descompte del 20 % i, sobre el resultat, afeges l'IVA del 21 %. Quin és el preu final? Per què importa l'ordre?

Ho fem en dos passos encadenats.

**1. Descompte del 20 %:**  $50 \times 0,20 = 10 \text{ €}$ ; preu rebaixat =  $50 - 10 = 40 \text{ €}$ .

**2. IVA del 21 % sobre 40 €:**  $40 \times 0,21 = 8,40 \text{ €}$ ; preu final =  $40 + 8,40 = 48,40 \text{ €}$ .

**Ordre:** l'IVA es calcula sobre el preu ja rebaixat (el que realment es cobra), per això primer el descompte i després l'IVA.

3. **Crowdfunding.** El teu projecte llança una campanya amb una meta de 3.000 €. Fins ara heu recaptat 1.800 €. Quin percentatge de la meta porteu aconseguit i quants diners falten encara?

Calculem el percentatge i el que resta.

**1. Percentatge aconseguit:**  $1.800 \div 3.000 = 0,6 = 60 \%$ .

**2. El que falta:**  $3.000 - 1.800 = 1.200 \text{ €}$  (el 40 % restant).

**Idea clau:** el crowdfunding permet validar si la idea interessa a la gent abans de fabricar res.

4. **Punt d'equilibri senzill.** Per a muntar una parada a la fira tens uns costos fixos de 600 € (lloguer de la parada i permisos). Cada producte que vens et deixa 6 € de marge. Quants productes necessites vendre per a no perdre diners?

Busquem quantes vendes cobrixen els costos fixos.

**Càlcul:**  $\text{costos fixos} \div \text{marge per unitat} = 600 \div 6 = 100 \text{ productes}$ .

Venent 100 productes cobrixes exactament els 600 €: ni guanyes ni perds (és el punt d'equilibri). A partir del producte 101 comences a guanyar.

**Idea clau:** conèixer este nombre et diu quant has de vendre com a mínim perquè el projecte siga viable.

5. **Tendència i oportunitat.** Sabem que la població espanyola envellix (cada vegada hi ha més persones majors). Proposa una oportunitat emprenedora lligada a eixa tendència i justifica per què és una oportunitat real i no només una ocurrència.

Raonem en tres passos.

**1. Tendència:** envelliment demogràfic → més persones majors, moltes vivint soles.

**2. Necessitat no coberta:** acompanyament, ajuda amb la tecnologia i xicotetes gestions a domicili.

**3. Oportunitat:** un servei local d'acompanyament i suport digital per a majors.

**Per què és real:** respon a una necessitat creixent i verificable (les dades confirmen que cada any hi ha més majors), no a un gust passatger, i hi ha un grup disposat a valorar i pagar la solució.

## REPTES

1. A Espanya hi ha aproximadament 2.900.000 empreses i el 99,8 % són pimes. Calcula quantes empreses **no** són pimes (grans empreses) i explica què ens diu eixa dada sobre l'emprenedoria real.
2. Classifica estes tres accions d'una empresa en el nivell de RSC al qual corresponen (filantropia, integració o estratègia): (a) dona l'1 % del seu benefici a una ONG; (b) instal·la panells solars per a reduir la seua petjada; (c) el seu producte consistix a reciclar plàstic del mar i vendre'l com a sabatilles.
3. Aplica la tècnica **SCAMPER** a una motxilla escolar normal: proposa almenys quatre idees usant quatre lletres distintes de SCAMPER i indica quina lletra uses en cadascuna.
4. Identifica una **tendència emergent** a Espanya (per exemple, l'envelliment de la població) i proposa una oportunitat emprenedora lligada a ella. Justifica per què és una oportunitat real i no només una idea solta.
5. Vens espelmes artesanals a **8 € cadascuna** i fabricar cada espelma et costa **3 €**. Vens **120 espelmes**. Calcula el guany per espelma, el guany total i el marge com a percentatge del preu.
6. Un article costa **50 €**. Li apliques primer un **descompte del 20 %** i després li sumes l'**IVA del 21 %** sobre el preu ja rebaixat. Quin és el preu final?
7. La teua campanya de **crowdfunding** té una meta de **3.000 €** i porteu recaptats **1.800 €**. Quin percentatge de la meta heu aconseguit i quants diners falten?
8. Aplicant l'**economia circular**, una empresa passa a usar material reciclat i reduïx el cost de cada producte de **4 € a 2,50 €**. Quant estalvia per unitat? Si fabrica **200 unitats**, quant estalvia en total?
9. La teua parada té uns **costos fixos de 600 €** i cada producte venut deixa un **marge de 6 €**. Quants productes cal vendre per a cobrir els costos (punt d'equilibri)?
10. Una botiga en línia rep **5.000 visites** i de cada 100 visitants **2 compren** (una conversió del 2 %). Cada compra deixa **15 €** de benefici. Quantes compres hi ha i quant benefici s'obté?

11. Distingix una empresa amb impacte real d'un cas de **greenwashing**: (a) una marca posa fulles verdes en l'envàs però no canvia res de la seua producció; (b) una marca publica cada any una auditoria independent que verifica que ha reduït les seues emissions. Quin és greenwashing i per què?
12. Tres socis repartixen un benefici de **1.200 €** segons el treball aportat: el primer ha fet el **50 %**, el segon el **30 %** i el tercer el **20 %**. Quant rep cadascun?
13. Classifica cada factor de l'entorn en la seua lletra del **PESTEL**: (a) puja el salari mínim per llei; (b) la població envellix; (c) apareix una nova app de repartiment; (d) una sequera encarix les matèries primeres del camp.
14. Compara dos proveïdors de material per al teu projecte. El proveïdor A ven cada unitat a **2 €** sense descompte. El proveïdor B la ven a **2,20 €**, però ofereix un **15 % de descompte** si compres 100 unitats. Per a 100 unitats, quin ix més barat i quant t'estalvies?
15. Explica com aplicaria la **mentalitat de creixement** algú la primera parada del qual al mercadet ven molt poc. Compara-ho amb el que pensaria amb mentalitat fixa.
16. Un servei base costa **30 €**. Calcula el preu final si se li aplica l'**IVA reduït del 10 %** i, per separat, si se li aplica l'**IVA general del 21 %**. Quant es diferencia el preu final entre tots dos casos?
17. Explica amb un exemple la diferència entre una **necessitat no coberta** (oportunitat real) i una simple ocurrència. Què cal perquè una idea es convertisca en oportunitat?
18. Un cafè per a emportar et costa **12 € a la setmana**. Si reduïxes eixa despesa a **7 € a la setmana** i guardes la diferència, quant estalvies al cap d'un any (52 setmanes)?
19. Una empresa vol certificar-se com a **B Corp**. Explica què significa eixa certificació i per què dona més confiança que simplement dir en la seua web que és «una empresa sostenible».
20. El teu projecte d'aula preveu estos nombres mensuals: ingressos per vendes **450 €**, despeses de materials **180 €** i despeses de transport **70 €**. Calcula el benefici mensual i, amb eixe ritme, el benefici en **4 mesos**.

---

## SOLUCIONARI

1. Les grans empreses són el  $100\% - 99,8\% = 0,2\%$  del total.  
 $0,2\%$  de  $2.900.000 = 0,002 \times 2.900.000 = 5.800$  empreses grans (aprox.).  
La resta, uns  $2.894.200$ , són pimes. La dada mostra que la immensa majoria del teixit empresarial són xicotets projectes, no grans corporacions: emprendre és una cosa accessible i majoritària, no excepcional.
2. (a) Donar a una ONG → **filantropia** (acció externa, no canvia el negoci).  
(b) Millorar els seus propis processos per a contaminar menys → **integració**.  
(c) L'impacte positiu ÉS el model de negoci → **estratègia** (nivell més profund).
3. Exemples possibles (les idees poden variar):
  - Substituir: canviar la tela per material reciclat d'ampolles.
  - Combinar: unir motxilla i carregador solar per al mòbil.

- Adaptar: afegir un compartiment tèrmic per a l'esmorzar.
- Eliminar: llevar l'estructura rígida perquè pese menys i es plegue.

El que importa és transformar una cosa existent, no inventar de zero (pensament divergent).

4. Tendència: envelliment demogràfic (cada vegada més persones majors).

Oportunitat: un servei d'acompanyament i xicotetes gestions a domicili per a persones majors que viuen soles.

És una oportunitat real perquè respon a una necessitat creixent i verificable (més població major = més demanda), no a un gust passatger. Una idea es convertix en oportunitat quan hi ha una necessitat no coberta i un grup disposat a pagar o valorar la solució.

5. Guany per espelma =  $8 - 3 = 5 \text{ €}$ .

Guany total =  $5 \text{ €} \times 120 = 600 \text{ €}$ .

Marge sobre el preu =  $5 \div 8 = 0,625 = 62,5 \%$ .

6. Descompte:  $50 \times 0,20 = 10 \text{ €}$ ; preu rebaixat =  $50 - 10 = 40 \text{ €}$ .

IVA:  $40 \times 0,21 = 8,40 \text{ €}$ ; preu final =  $40 + 8,40 = 48,40 \text{ €}$ .

7. Percentatge aconseguït =  $1.800 \div 3.000 = 0,6 = 60 \%$ .

Falta =  $3.000 - 1.800 = 1.200 \text{ €}$  (el 40 % restant).

8. Estalvi per unitat =  $4 - 2,50 = 1,50 \text{ €}$ .

Estalvi total =  $1,50 \text{ €} \times 200 = 300 \text{ €}$ .

L'economia circular pot ser, a més de sostenible, més barata.

9. Punt d'equilibri = costos fixos  $\div$  marge unitari =  $600 \div 6 = 100 \text{ productes}$ .

A partir del producte 101 ja es comença a guanyar diners.

10. Compres = 2 % de 5.000 =  $0,02 \times 5.000 = 100 \text{ compres}$ .

Benefici =  $100 \times 15 \text{ €} = 1.500 \text{ €}$ .

Pujar la conversió (que més visitants compren) és clau en un negoci en línia.

11. (a) és **greenwashing**: només canvia la imatge (l'envàs), no el que de veritat contamina, i no aporta proves.

(b) és **impacte real**: aporta dades verificables per un tercer independent.

La clau per a distingir-los és exigir **proves verificables**, no eslògans.

12. Primer:  $1.200 \times 0,50 = 600 \text{ €}$ .

Segon:  $1.200 \times 0,30 = 360 \text{ €}$ .

Tercer:  $1.200 \times 0,20 = 240 \text{ €}$ .

Comprovació:  $600 + 360 + 240 = 1.200 \text{ €}$ . El repartiment proporcional premia qui més aporta.

13. (a) llei sobre el salari mínim  $\rightarrow$  **Legal** (o Polític-Legal).

(b) envelliment de la població  $\rightarrow$  **Social** (demogràfic).

(c) nova app de repartiment  $\rightarrow$  **Tecnològic**.

(d) sequera que encarix matèries primeres  $\rightarrow$  **Ecològic** (amb efecte Econòmic).

14. Proveïdor A:  $2 \text{ €} \times 100 = 200 \text{ €}$ .

Proveïdor B: preu amb descompte =  $2,20 \times 0,85 = 1,87 \text{ €}$ ;  $1,87 \times 100 = 187 \text{ €}$ .

Ix més barat el **proveïdor B**: estalvia  $200 - 187 = 13 \text{ €}$ .

15. **Mentalitat fixa**: «no servisc per a això, millor ho deixe». Abandona i no aprén res.

**Mentalitat de creixement**: «encara no he encertat; vaig a veure què falla (preu, lloc, producte) i provar una altra vegada». Tracta el mal resultat com a informació per a millorar (resiliència).

---

16. Amb IVA 10 %:  $30 \times 0,10 = 3 \text{ €}$ ; preu = **33 €**.

Amb IVA 21 %:  $30 \times 0,21 = 6,30 \text{ €}$ ; preu = **36,30 €**.

Diferència =  $36,30 - 33 = 3,30 \text{ €}$ . El tipus d'IVA canvia el que paga el client.

17. Ocurrència: «vaig a vendre cubets de gel al Pol Nord» (no hi ha necessitat).

Oportunitat real: «al meu barri no hi ha lloc per a imprimir documents i molta gent ho necessita».

Per a ser oportunitat calen dues coses: una **necessitat no coberta** que es repetix i un **grup disposat a pagar o valorar** la solució.

18. Estalvi setmanal =  $12 - 7 = 5 \text{ €}$ .

Estalvi anual =  $5 \text{ €} \times 52 = 260 \text{ €}$ .

Xicotets canvis constants en el pressupost sumen quantitats importants en un any.

19. La certificació **B Corp** acredita que una empresa complix alts estàndards socials i ambientals **verificats per una entitat externa independent**.

Dona més confiança que un eslògan en la web perquè està **auditada per tercers**: no n'hi ha prou de dir-ho, cal demostrar-ho. Així s'evita el greenwashing.

20. Despeses totals del mes =  $180 + 70 = 250 \text{ €}$ .

Benefici mensual =  $450 - 250 = 200 \text{ €}$ .

En 4 mesos =  $200 \text{ €} \times 4 = 800 \text{ €}$ .