

EEAE · REFORÇ

Reforç · 2a avaluació (unitats 4-7)

L'imprescindible del bloc emprenedor: entorn econòmic-financer, perfil de la persona emprenedora, creativitat i innovació i el projecte amb la seua missió i visió.

2a avaluació · Unitats 4, 5, 6, 7

U4. L'entorn econòmic i financer

Cap activitat econòmica ocorre aïllada. Els **agents econòmics** són els grans grups que prenen decisions: **famílies** (aporten treball i consumixen), **empreses** (produïxen i invertixen), **sector públic** (cobra impostos i presta servicis) i **sector exterior** (importacions i exportacions). Tots depenen de tots.

El **flux circular de la renda** mostra que els diners no desapareixen en gastar-los, sinó que circulen: *la despesa d'uns és la renda d'altres*. Quan se sumen totes les decisions apareixen els agregats: la **demanda agregada** és tot allò que el conjunt vol comprar i l'**oferta agregada** tot allò que les empreses poden produir; la seua relació marca el pols de l'economia.

Els **diners** complixen tres funcions: mitjà de pagament, unitat de compte i depòsit de valor. El **sistema financer** (bancs, mercats) connecta l'**estalvi** de qui té diners amb la **inversió** de qui els necessita. Una regla d'or protegeix els teus diners: **rendibilitat i risc van sempre de la mà**, així que tota promesa de guanyar molt sense risc és sospitosa.

En finances personals, allò bàsic és ordenar ingressos i despeses amb un **pressupost**, estalviar una part al principi (no allò que sobra) i començar prompte: l'**interés compost** fa que els interessos generen nous interessos, de manera que el temps importa més que la quantitat.

U5. El perfil de la persona emprenedora

Emprendre no és un do innat, sinó un conjunt de **competències, qualitats i hàbits que s'entrenen**. La **persona emprenedora** detecta una oportunitat i actua, organitzant recursos i assumint risc, dins o fora d'una empresa. Trets recurrents: iniciativa, tolerància a la incertesa, resiliència, orientació a resultats i la parella autonomia-cooperació.

No fa falta fundar res per a tindre actitud emprenedora: l'**intraemprenedoria** és exercir-la dins d'una organització aliena (proposar millores, liderar projectes interns).

Dos intel·ligències són decisives: la **intel·ligència emocional** (Goleman) és reconèixer i gestionar les emocions pròpies i alienes; la **intel·ligència executiva** (Marina) és dirigir la conducta cap a metes: planificar, començar, persistir i corregir. La primera mou les relacions; la segona, l'acció.

Les **competències socials** (comunicació, assertivitat, empatia i cooperació, gestió de conflictes) s'entrenen practicant. I la **teoria de les relacions humanes** (Mayo, experiments de Hawthorne) va mostrar que la motivació no és només econòmica: el reconeixement i la pertinença pesen tant com el salari. Gestionar un grup es concreta en quatre habilitats que es reforcen entre si: **comunicació, motivació, negociació i lideratge**.

U6. Creativitat, innovació i iniciativa

L'**esperit emprenedor** és una forma de mirar: buscar de manera activa necessitats i oportunitats. Convé distingir una **idea** (qualsevol ocurrència) d'una **oportunitat** (una idea que respon a una necessitat real, valorada per algú i realitzable amb els recursos disponibles). Les oportunitats solen amagar-se en molèsties quotidianes.

La **creativitat** no és un do, sinó una **habilitat entrenable**: quasi sempre consistix a combinar de manera original coses que ja existixen. La seua clau pràctica és separar dos fases: la **divergent** (generar moltes idees sense jutjar-les) i la **convergent** (avaluar i triar). Tècniques útils: brainstorming, SCAMPER (Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Posar altres usos, Eliminar, Reordenar), mapes mentals i canvi de perspectiva. Tindre idees no basta: la **proactivitat** és prendre la iniciativa i actuar sobre allò que està en la nostra mà, enfront de l'actitud *reactiva* que espera i es justifica. Convé desmuntar **creences limitants** (cal tindre una

idea revolucionària, es necessiten molts diners, o es naix emprenedor) amb dades.

La **por al fracàs** paralitza, però l'**error** ben gestionat és aprenentatge: la meta és fallar *prompte, barat i aprenent*. Per a conèixer-se, el **DAFO personal** creua allò intern (Debilitats i Fortaleses) amb allò extern (Amenaces i Oportunitats).

U7. Del projecte a l'empresa: missió, visió i emprenedoria social

Una **idea** és una intuïció que qualsevol té; un **projecte** és una idea amb **propòsit** i dedicació. Allò que les separa no és la genialitat, sinó el *per a què* que sosté l'esforç quan arriben les dificultats.

Per a posar per escrit eixe propòsit s'usen tres conceptes: la **missió** (per a què existix hui: què fa, per a qui i quin problema resol), la **visió** (a on aspira a arribar en el futur) i els **valors** (com actua cada dia). El *test de la frase buida* ajuda: tapa el nom de l'empresa en la seua missió; si no pots endevinar a què es dedica, està buida.

Posar en marxa un projecte és una **actitud**: començar xicotet, validar prompte amb persones reals i aprendre de l'error, sense confondre'l amb un pla d'empresa formal.

Allò creat es **protegit** perquè crear costa i copiar és barat. La **propietat industrial** (marques, patents, models i dissenys) es registra en l'OEPM; la **propietat intel·lectual** (obres artístiques, programari) naix amb la creació. Les **idees en si no es protegeixen**: allò protegible és la seua plasmació concreta, i per a la majoria de projectes allò primer és la **marca**.

L'**emprenedoria social** crea projectes el fi principal dels quals és l'impacte social o ambiental amb un model econòmicament viable: el benefici és el mitjà i la missió social, el fi. Connecta amb els **ODS**.

EL QUE ÉS ESSENCIAL

- L'entorn d'una empresa són tots els factors externs que l'afecten: el general (PESTEL) i l'específic (clients, proveïdors, competència).
- La persona emprenedora detecta oportunitats, assumix riscos calculats i reunit competències com iniciativa, creativitat, lideratge i resiliència.
- Una oportunitat de negoci naix de detectar un problema o necessitat sense resoldre i aportar una solució de valor.
- Innovar no és només inventar: és convertir una idea creativa en alguna cosa nova que aporte valor al mercat (producte, procés, organització o màrqueting).
- La missió és la raó de ser d'un projecte (què fa i per a qui); la visió és allò que aspira a arribar a ser en el futur; els valors guien com actua.
- L'emprenedoria social busca, a més del benefici, resoldre un problema social o ambiental.

VOCABULARI

entorn general

entorn específic

PESTEL

perfil emprenedor

oportunitat de negoci

creativitat

innovació

missió

visió

valors

emprenedoria social

proposta de valor

EXEMPLES RESOLTS

1. **El poder de l'interés compost.** Guardes 1.000 € en un producte d'estalvi que ofereix un 4 % anual amb **interés compost** (cada any els interessos se sumen a l'estalvi). Quant tindràs al cap de 3 anys i quant has guanyat?

En l'interés compost s'aplica cada any el percentatge sobre el total acumulat, no sobre el capital inicial.

Any 1: $1.000 \times 1,04 = 1.040,00 \text{ €}$.

Any 2: $1.040 \times 1,04 = 1.081,60 \text{ €}$.

Any 3: $1.081,60 \times 1,04 = 1.124,86 \text{ €}$ (arredonint).

Guany total: $1.124,86 - 1.000 = 124,86 \text{ €}$.

Si haguera sigut interés *simple* (sempre el 4 % de 1.000 = 40 € a l'any), hauries guanyat $3 \times 40 = 120 \text{ €}$.

Els 4,86 € de més venen que els interessos també generen interessos. La diferència pareix xicoteta en 3 anys, però creix moltíssim com més temps passa: per això, en l'estalvi, començar prompte val més que començar amb molt.

2. Repartix el teu pressupost amb la regla 50/30/20. Una persona ingressa 1.000 € al mes. Repartix els seus ingressos segons la regla 50/30/20 (necessitats, gustos, estalvi) i indica quant destina a cada bloc.

La regla 50/30/20 repartix els ingressos en tres blocs. Calculem cada percentatge sobre els 1.000 €.

50 % necessitats (vivenda, transport, menjar): $0,50 \times 1.000 = 500 \text{ €}$.

30 % gustos (oci, roba, capritxos): $0,30 \times 1.000 = 300 \text{ €}$.

20 % estalvi: $0,20 \times 1.000 = 200 \text{ €}$.

Comprovació: $500 + 300 + 200 = 1.000 \text{ €}$, tot l'ingrés queda repartit. La idea clau és que l'estalvi (200 €) s'aparta *al principi*, no amb allò que sobre a final de mes, perquè quasi mai sobra res.

3. Aplica la tècnica SCAMPER. Vols innovar sobre un producte senzill: una motxilla escolar. Aplica quatre de les accions de SCAMPER amb una idea concreta per a cadascuna.

SCAMPER és una llista de verbs que forcen variacions que no se'ns ocorrien sols: Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Posar altres usos, Eliminar i Reordenar. Triem quatre:

- **Substituir:** canviar la tela per material reciclat de botelles de plàstic.
- **Combinar:** integrar un carregador solar per al mòbil en la solapa.
- **Modificar:** afegir tirants ergonòmics i un sistema que repartisca el pes per a evitar dolors d'esquena.
- **Eliminar:** llevar les cremalleres i substituir-les per tancaments magnètics d'un sol gest.

Allò important del mètode no és encertar a la primera, sinó produir moltes variacions sense jutjar-les durant la fase de generació: només després es trien les millors.

4. Redacta una missió que supere el test de la frase buida. Un grup d'estudiants munta un projecte de repartiment de menjar casolà per a persones majors que viuen a soles. Escriu primer una missió buida i després una bona, i explica per què la segona és millor.

El major perill en redactar una missió és caure en frases que sonen bé però no diuen res.

Missió buida: *oferir un servei de qualitat que millori la vida de les persones*. Si tapes el nom del projecte, no saps a què es dedica: valdria per a un banc, una fleca o un gimnàs. No supera el test.

Missió bona: *portar menjar casolà, sa i assequible a persones majors que viuen a soles al nostre barri, perquè menjar bé no depenga de poder cuinar*. Diu exactament què fa, per a qui i quin problema resol.

La segona és millor perquè és **concreta i comprovable**: només podria pertànyer a eixe projecte i, a

més, servix per a decidir (si algú proposa vendre menjar ultraprocesat barat perquè deixa més marge, la missió respon que no).

PRACTICA

1. Indica a quin **agent econòmic** (famílies, empreses, sector públic o sector exterior) correspon cada acció: (a) un institut públic paga el sou dels professors; (b) una persona cobra el seu salari i compra el pa; (c) una fàbrica contracta treballadors i ven mobles; (d) un turista francès gasta els seus diners en un hotel de la costa.
2. Explica amb un exemple què significa la frase «la despesa d'uns és la renda d'altres» dins del **flux circular de la renda**.
3. Enumera les **tres funcions dels diners** i indica quina falla quan hi ha molta inflació.
4. Explica què fa el **sistema financer** i per què es diu que és com l'«aparell circulatori» de l'economia.
5. Un anunci promet «duplicar els teus diners en una setmana sense cap risc». Aplica la **regla d'or de les finances** per a decidir si te'n fies i explica per què.
6. Repartix amb la regla **50/30/20** uns ingressos de 800 € al mes i indica quant va a necessitats, a gustos i a estalvi.
7. Calcula amb **interés simple**: guardes 1.500 € al 3 % anual durant 4 anys. Quant guanyes i quant tens al final?
8. Calcula amb **interés compost**: guardes 2.000 € al 5 % anual durant 2 anys. Quant tens al final? Compara-ho amb allò que guanyaries a interès simple.
9. Distingix entre **estalviar** i **invertir** i explica per què allò raonable és estalviar primer.
10. Enumera almenys **quatre competències del perfil emprenedor** i explica breument per a què servix cadascuna en posar en marxa un projecte.
11. Distingix entre **emprendre** i **intraemprendre** i posa un exemple de cadascun.
12. Explica la diferència entre **intel·ligència emocional** i **intel·ligència executiva** i per què el perfil emprenedor necessita les dos.
13. Definix què és l'**assertivitat** i per què és el punt mitjà entre dos extrems.
14. Relaciona cada situació amb l'**estil de lideratge** que millor encaixa (autoritari, democràtic o laissez-faire): (a) hi ha una emergència i fa falta una decisió ràpida; (b) un equip molt madur i autònom al qual es dona total llibertat; (c) es vol que el grup aporte i se senti part de la decisió.
15. Distingix una **idea** d'una **oportunitat** de negoci. A partir d'este problema quotidià —*en moltes cases es tira menjar perquè caduca sense que ningú se n'adone*— formula una oportunitat i la seua **proposta de valor**.

16. Aplica la tècnica **SCAMPER** a una botella d'aigua reutilitzable: proposa tres accions distintes amb una idea concreta per a cadascuna.
17. Explica la diferència entre una actitud **proactiva** i una **reactiva** amb un exemple de l'institut.
18. Explica per què en la cultura emprenedora es diu que convé fallar «prompte, barat i aprenent», en compte d'evitar l'error a tota costa.
19. En un **DAFO personal**, classifica cada element com a Debilitat, Amenaça, Fortalesa o Oportunitat (recorda: intern = depèn de tu; extern = ve de l'entorn): (a) se'm dona bé parlar en públic; (b) em costa organitzar-me amb el temps; (c) hi ha un curs gratuït a prop que m'interessa; (d) el sector que m'agrada està molt saturat.
20. Redacta la **missió** i la **visió** d'una xicoteta botiga de productes ecològics de barri i assenyala una diferència clara entre les dos.
21. Aplica el **test de la frase buida** a esta missió: «oferir solucions de qualitat que generen valor per als nostres clients». La supera? Reescriu-la per a una acadèmia de repàs de matemàtiques.
22. Distingix entre **propietat industrial** i **propietat intel·lectual** i digues què es protegeix amb una **marca** i què amb una **patent**.
23. Explica què és l'**emprenedoria social** i posa un exemple de projecte que combine viabilitat econòmica amb impacte social o ambiental.

SOLUCIONARI

1. (a) pagar sous de professors amb diners públics → **sector públic**.
(b) cobrar un salari i consumir → **famílies**.
(c) contractar i produir per a vendre → **empreses**.
(d) despesa que arriba des de fora del país → **sector exterior**.
Idea clau: tots depenen de tots; les decisions de cada agent afecten els altres.
2. Significa que els diners no desapareixen quan es gasten, sinó que circulen: allò que per a tu és una despesa, per a una altra persona és un ingrés.
Exemple: pagues 10 € per una pizza. Eixa despesa teua és **renda** per a la pizzeria, que amb ella paga els seus treballadors i els seus proveïdors de farina i tomaca; eixos treballadors i proveïdors, amb el seu sou, tornen a consumir en altres llocs. La teua despesa recorre el circuit generant renda en cada pas. Per això, si tots deixen de gastar alhora, les empreses no venen, no paguen sous i les famílies es queden sense renda.
3. Les tres funcions són: **mitjà de pagament** (servix per a comprar qualsevol cosa sense bescanvi), **unitat de compte** (permet mesurar i comparar el valor de coses distintes) i **depòsit de valor** (permet guardar capacitat de compra per al futur).
Amb molta inflació falla sobretot la de **depòsit de valor**: els diners guardats perden valor amb el temps, perquè amb la mateixa quantitat cada vegada es compra menys.
4. El sistema financer (bancs, caixes, mercats, asseguradores) **connecta l'estalvi de qui té diners amb la inversió de qui els necessita**. Els bancs reben depòsits dels estalviadors i els presten a qui vol comprar

una casa o muntar un negoci, cobrant pel préstec una miqueta més del que paguen per l'estalvi. Es compara amb l'aparell circulatori perquè porta els «diners-sang» des d'on sobra fins on fa falta. Sense ell, l'estalvi es quedaria guardat i els projectes que necessiten finançament no eixirien avant.

5. La regla d'or diu que **rendibilitat i risc van sempre de la mà**: com més guany s'espera, major és el risc que s'assumix. No existix guany alt sense risc.
Per tant, **no cal fiar-se'n**: una promesa de duplicar els diners (rendibilitat altíssima) «sense cap risc» és contradictòria. O és una estafa, o amaga un risc que no ens conten. Allò prudent és desconfiar i, abans d'invertir, comprovar qui hi ha darrere (per exemple, en el buscador de la CNMV).
6. Calculem cada percentatge sobre 800 €.
Necessitats (50 %): $0,50 \times 800 = 400 \text{ €}$.
Gustos (30 %): $0,30 \times 800 = 240 \text{ €}$.
Estalvi (20 %): $0,20 \times 800 = 160 \text{ €}$.
Comprovació: $400 + 240 + 160 = 800 \text{ €}$. L'estalvi s'aparta al principi, no amb allò que sobre.
7. En l'interés simple es guanya cada any el mateix percentatge sobre el capital inicial.
Interés d'un any: $3 \% \text{ de } 1.500 = 0,03 \times 1.500 = 45 \text{ €}$.
En 4 anys: $4 \times 45 = 180 \text{ €}$ de guany.
Total final: $1.500 + 180 = 1.680 \text{ €}$.
8. **Interés compost** (cada any el percentatge s'aplica sobre el total acumulat):
Any 1: $2.000 \times 1,05 = 2.100 \text{ €}$.
Any 2: $2.100 \times 1,05 = 2.205 \text{ €}$. Guany: 205 €.
Interés simple (5 % de 2.000 = 100 € a l'any): $2 \times 100 = 200 \text{ €}$.
La diferència és de **5 €** a favor del compost, perquè en el segon any també guanyen interessos els 100 € del primer any. Amb més anys la diferència creix molt més.
9. **Estalviar** és apartar diners i guardar-los: queda disponible i segur, però a penes creix. **Invertir** és posar eixe estalvi a treballar en alguna cosa que busca un rendiment futur (un producte financer, una formació, un projecte), assumint a canvi cert risc.
Allò raonable és **estalviar primer** per a tindre un coixí davant imprevistos i plantejar-se invertir només després, quan eixe coixí existix i s'entén bé on es posen els diners. I en invertir reapareix la regla d'or: més rendiment esperat, més risc.
10. Exemples de competències (qualsevol quatre vàlides):
 - **Iniciativa**: donar el primer pas i actuar sense esperar que altres decidisquen.
 - **Creativitat**: generar idees i solucions noves a problemes.
 - **Tolerància a la incertesa**: decidir i actuar sense tindre tota la informació.
 - **Resiliència**: superar els fracassos i aprendre d'ells.
 - **Lideratge i treball en equip**: coordinar i motivar altres persones.
 - **Orientació a resultats**: acabar allò que es comença, no quedar-se en la idea.
11. **Emprendre** és crear alguna cosa nova des de fora: muntar el teu propi projecte i assumir el risc econòmic (per exemple, obrir una botiga pròpia).
Intraemprendre és desplegar eixa mateixa iniciativa **dins d'una organització aliena**: proposar millores, liderar projectes interns o detectar oportunitats per a la teua empresa sense ser-ne la propietària (per exemple, un treballador que impulsa un nou producte en l'empresa on treballa).
Importa perquè quasi tot el món treballarà alguna vegada per a una organització, i en qualsevol es valora qui aporta iniciativa.

-
12. La **intel·ligència emocional** (Goleman) és la capacitat de reconèixer, entendre i gestionar les emocions pròpies i alienes; mou les *relacions*.
La **intel·ligència executiva** (Marina) és la capacitat de dirigir la conducta cap a metes: planificar, començar, persistir, controlar impulsos i corregir; mou l'*acció*.
El perfil emprenedor necessita les dos: sense l'emocional, les relacions es trenquen; sense l'executiva, les bones idees mai arriben a executar-se.
13. L'**assertivitat** és la capacitat de defensar les pròpies idees i drets amb respecte, sense agredir ni sotmetre's.
És el punt mitjà entre la **passivitat** (callar per a evitar el conflicte, la qual cosa acumula ressentiment) i l'**agressivitat** (imposar-se passant per damunt de l'altre, la qual cosa trenca la relació). Una persona assertiva diu allò que pensa, escolta la resposta i negocia.
14. (a) emergència amb decisió ràpida → **autoritari** (el líder decidix i ordena; útil puntualment, però desgasta si és norma).
(b) equip madur amb total llibertat → **laissez-faire** (deixar fer; funciona amb equips molt capaços, fracassa si necessiten direcció).
(c) que el grup aporte i se senti part → **democràtic o participatiu** (millors resultats a mitjà termini, encara que més lent).
15. Una **idea** és qualsevol ocurrència; una **oportunitat** és una idea que respon a una necessitat real, que algú valora i que es pot dur a terme amb els recursos disponibles.
Oportunitat: existix una necessitat sense resoldre (evitar el balafament d'aliments a casa), així que hi ha mercat.
Idea: una app que registra els aliments de la nevera i avisa abans que caduquen, suggerint receptes.
Proposta de valor: **ajudem les famílies a estalviar diners i reduir el balafament de menjar amb avisos automàtics i receptes**.
16. SCAMPER força variacions d'un producte. Tres exemples vàlids:
· **Substituir**: canviar el plàstic per acer inoxidable o vidre.
· **Combinar**: integrar un filtre purificador d'aigua dins de la botella.
· **Modificar**: afegir marques de nivell i hores per a recordar quant beure al dia.
(També valdrien: Eliminar el tap roscat per un magnètic, Adaptar el disseny per a esportistes, etc.) Allò clau és generar moltes variacions abans de jutjar-les.
17. Una persona **reactiva** respon a allò que li ocorre: actua quan el problema ja ha esclatat, espera instruccions i es justifica amb les circumstàncies.
Una persona **proactiva** s'anticipa: identifica allò que es pot fer i pren la iniciativa sobre allò que està en la seua mà.
Exemple: davant d'un treball en grup desorganitzat, l'actitud reactiva és queixar-se que ningú fa res; la proactiva és proposar un repartiment de tasques i un calendari. La proactivitat s'entrena en gestos xicotets.
18. En fer alguna cosa nova és impossible no equivocar-se, així que la pregunta no és «com evite l'error?» sinó «com m'equivoque el més prompte i barat possible per a aprendre ràpid?».
Fallar **prompte i barat** (provant una idea a xicoteta escala, demanant opinió, fent una versió mínima) convertix l'error en informació que estalvia disgustos majors. Allò important no és no caure, sinó extraure una **lliçó concreta** i tornar a intentar-ho amb allò après. L'error temut paralitza; l'error gestionat ensenya.
19. (a) se'm dona bé parlar en públic → **Fortalesa** (intern, positiu).
(b) em costa organitzar-me → **Debilitat** (intern, negatiu; es pot millorar).

(c) un curs gratuït pròxim → **Oportunitat** (extern, positiu).

(d) sector saturat → **Amenaça** (extern, negatiu).

Regla de butxaca: si depén de tu, és intern (D o F); si ve de fora, és extern (A o O).

20. **Missió** (raó de ser actual, què fa i per a qui): *oferir a les famílies del barri productes ecològics, de proximitat i a preu just, fomentant una alimentació sana i responsable.*

Visió (a on aspira a arribar): *convertir-nos en el referent de consum ecològic i de proximitat de la ciutat en cinc anys.*

Diferència: la missió descriu el **present** (allò que som i fem ara); la visió, el **futur desitjat** (allò que volem arribar a ser).

21. **No supera el test.** Si tapes el nom de l'empresa, no saps a què es dedica: eixa frase valdria per a una fleca, un banc o una fàbrica de caragols. És una frase buida.

Reescrita i concreta: *ajudar alumnes de l'ESO amb dificultats en matemàtiques a recuperar la confiança i aprovar, amb grups reduïts i seguiment personalitzat.* Ara diu què fa, per a qui i quin problema resol, així que només podria pertànyer a eixa acadèmia.

22. La **propietat industrial** protegeix creacions amb aplicació industrial o comercial (marques, patents, models, dissenys); a Espanya es gestiona en l'**OEPM** i normalment exigeix **registre**.

La **propietat intel·lectual** protegeix obres artístiques, literàries i científiques (una novel·la, una cançó, el programari) i **naix amb la pròpia creació**, sense necessitat de registre.

La **marca** protegeix el signe (nom, logo) que identifica i distingix un producte. La **patent** protegeix una invenció tècnica nova, donant dret exclusiu a explotar-la un temps limitat a canvi de fer-la pública.

Recorda: les idees en si no es protegeixen, només la seua plasmació concreta.

23. L'**emprenedoria social** crea projectes el fi principal dels quals és generar un **impacte positiu** en la societat o el medi ambient, usant un model econòmicament **viable** (ven un producte o servei, no viu només de donacions). El benefici és el mitjà; la missió social, el fi.

Exemple: una empresa que fabrica motxilles amb material reciclat i, per cada motxilla venuda, en dona una altra a un xiquet sense recursos. Guanya diners i alhora millora la societat i el medi ambient. Mesura el seu èxit tant pel seu impacte com per la seua sostenibilitat econòmica, connectant amb els ODS.