



GPE · BATXILLERAT (1R/2N)

Quadern d' *activitats*

Gestió de Projectes d'Emprenedoria

14 ACTIVITATS · 7 TESTS AMB SOLUCIONARI · CURRÍCULUM LOMLOE

EDITORIAL

profedeconomia.es

EDICIÓ

Professorat · curs 2026/27

GENERAT

28 de juliol del 2026

COM FER SERVIR ESTE QUADERN

Este quadern recull totes les **activitats pràctiques** de Gestió de Projectes d'Emprenedoria (Batxillerat (1r/2n)), agrupades per unitat i acompanyades del **test d'autoavaluació** de cadascuna. És l'edició per al **professorat**: els exercicis inclouen la seua **solució** i al final hi ha el **solucionari** dels tests.

Cada activitat indica el seu tipus (cas, exercici, debat, dinàmica o projecte), la duració orientativa, l'agrupament suggerit i els materials necessaris. Tot està pensat per fer-se servir tal qual o adaptar-se al vostre grup.

El contingut es basa en el currículum bàsic estatal LOMLOE per a Gestió de Projectes d'Emprenedoria (Decret 108/2022 (CV) — optativa d'oferta obligatòria). Convé consultar la concreció de la vostra comunitat autònoma.

Material obert de profedeeconomia.es · Llicència Creative Commons BY-NC-SA · Errates i propostes: hola@profedeeconomia.es

Contingut

01	Unitat 1	2 act. · test (12)
02	Unitat 2	2 act. · test (12)
03	Unitat 3	2 act. · test (12)
04	Unitat 4	2 act. · test (12)
05	Unitat 5	2 act. · test (12)
06	Unitat 6	2 act. · test (12)
07	Unitat 7	2 act. · test (12)

UNITAT 1

DINÀMICA

55 min · 1 sessió · individual + parelles + equip de projecte

Autodiagnòstic d'actituds emprenedores

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B1.1.1, B1.1.2, B1.1.3, B1.1.4, B1.2.1, B1.2.2, B1.2.3 · Comp. específiques CE1 · Comp. clau CPSAA, CE, CCL

MATERIALS: Fitxa d'autodiagnòstic amb una rúbrica d'actituds emprenedores (iniciativa, perseverança, creativitat, treball en equip, tolerància a l'error, flexibilitat) i escala 1-5 · Una segona còpia de la fitxa per a la valoració creuada per parelles · Full d'equip per anotar fortaleeses de cada membre i un primer repartiment temptatiu de rols del projecte · Opcional: projector per mostrar de manera anònima quines actituds vol entrenar la classe

Plantejament

La Unitat 1 acaba amb una idea: abans de la idea de negoci estan les persones. Esta dinàmica obri el curs posant l'alumnat a mirar-se a si mateix amb honestedat, no per etiquetar-se com a “emprenedor” o “no emprenedor” —això contradiu el missatge de la unitat, segons el qual les actituds s'entrenen—, sinó per tindre una foto del punt de partida i començar a formar equips amb criteri. És, literalment, el primer pas de la **Fase 0 del quadern de projecte** (DAFO personal + repte local), que es completarà en sessions posteriors.

El repte pedagògic és doble. D'una banda, evitar l'autoavaluació complaent (tothom es posa cincs) i la contrària (l'alumne que s'infravalora); per a això servix la valoració creuada per parelles. De l'altra, deixar molt clar des del minut u que un equip fort es construeix combinant perfils distints: qui té iniciativa necessita qui persevera, i qui crea idees necessita qui les executa. La sessió acaba mirant ja cap al projecte.

Objectius didàctics

- Realitzar un autodiagnòstic honest de les pròpies actituds emprenedores a partir d'una rúbrica clara i amb exemples concrets.
- Contrastar l'autopercepció amb la mirada d'un company, exercitant l'autoconsciència i la recepció de feedback.
- Reconèixer que les actituds emprenedores s'entrenen i triar-ne una per desenvolupar durant el projecte.
- Iniciar la formació de l'equip de projecte repartint rols segons les fortaleeses detectades.

Passos

1. **Enquadrament (5 min).** El professor recorda que les actituds s'entrenen i aclaria que la fitxa no és un examen ni una etiqueta. Repartix la fitxa d'autodiagnòstic.
2. **Autodiagnòstic individual (10 min).** Cada alumne es puntua d'1 a 5 en cada actitud (iniciativa, perseverança, creativitat, treball en equip, tolerància a l'error, flexibilitat) i justifica cada nota amb un fet concret (“em pose un 4 en iniciativa perquè vaig organitzar...”). Sense exemple, la nota no val.

- 3. Valoració creuada per parelles (10 min).** Cada alumne valora la seua parella en les mateixes actituds, també amb exemples basats en allò observat. Només es valora algú amb qui s'haja treballat prou.
- 4. Contrast (10 min).** Les parelles comparen les dos fitxes: on coincidixen, on hi ha més distància entre com em veig i com em veuen. Cadascú anota la seua sorpresa més gran i tria **una** actitud que vullga entrenar este curs, amb un primer pas xicotet i mesurable.
- 5. Mapa de fortaleeses de l'equip (15 min).** Reunits ja en equips de projecte (3-4 persones), cada membre compartix el seu punt fort. L'equip ompli el full anotant qui aporta què i fa un primer repartiment temptatiu de rols del projecte.
- 6. Tancament (5 min).** De manera anònima es recullen les actituds que més gent vol entrenar i es mostra el repartiment de la classe, amb una idea final: si una actitud apareix molt, és una cosa que el grup sencer pot practicar al llarg del curs.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Autodiagnòstic justificat	Cada nota va acompanyada d'un exemple concret i versemblant	25 %
Qualitat del feedback a la parella	La valoració creuada és respectuosa, concreta i basada en fets	25 %
Elecció d'actitud a entrenar	Identifica una actitud i un primer pas xicotet, mesurable i realista	25 %
Mapa de fortaleeses de l'equip	L'equip repartix rols amb criteri segons les fortaleeses detectades	25 %

Variants i extensions

- **Variant curta (30 min):** prescindir de la valoració creuada i centrar el treball en l'autodiagnòstic justificat i l'elecció d'actitud a entrenar.
- **Variant amb seguiment:** reprendre l'actitud triada tres o quatre setmanes després i revisar en parelles què s'ha aconseguit i què ha costat; connecta amb la perseverança i la flexibilitat del procés emprenedor.
- **Pont a la Fase 0 del quadern:** el mapa de fortaleeses de l'equip és la base directa del DAFO personal de cada membre que s'elabora en la Fase 0.
- **Connexió amb la Unitat 2:** els equips ja formats i amb rols repartits afrontaran junts la detecció d'oportunitats i la generació d'idees.

CAS

60 min · 1 sessió (més tasca prèvia de busca) · equips de projecte (3-4)

Cas: una innovació del meu entorn local

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B1.1.1, B1.1.2, B1.1.3, B1.1.4, B1.2.1, B1.2.2, B1.2.3 · **Comp. específiques** CE1, CE5 · **Comp. clau** CCL, CD, CE, CC

MATERIALS: Fitxa d'anàlisi del cas amb quatre blocs: què fa la iniciativa, tipus(os) d'innovació, impacte econòmic i d'ocupació local, impacte social o ambiental · Accés a internet per documentar la iniciativa amb fonts solvents (web oficial, premsa, IVACE, registres de cooperatives) · Llistat orientatiu de fonts locals

Plantejament

La Unitat 1 sosté que la innovació és motor de desenvolupament econòmic, ocupació i progrés social, i que pot donar-se en el producte, el procés, el màrqueting o l'organització. Esta activitat aterra eixes idees en l'entorn immediat de l'alumnat: cada equip busca, documenta i analitza una **iniciativa innovadora real de la seua comarca o de la Comunitat Valenciana**. L'objectiu no és admirar grans marques globals —es demana explícitament evitar-les—, sinó descobrir que la innovació ocorre a prop, en empreses, cooperatives i projectes del territori, i entendre què la fa valuosa per a l'economia local.

El repte pedagògic és que l'alumnat distingisca la novetat real del simple eslògan publicitari i que classifique correctament el tipus d'innovació (sovint és de procés o organització, no de producte). Com a tancament, cada equip tradueix allò après al seu propi projecte: l'activitat funciona així com a rampa d'eixida cap a la busca d'oportunitats de la Unitat 2 i la Fase 1 del quadern.

Objectius didàctics

- Documentar amb fonts solvents una iniciativa innovadora real de l'entorn local de l'alumnat.
- Classificar el tipus o els tipus d'innovació de la iniciativa (producte, procés, màrqueting, organització).
- Analitzar l'impacte de la iniciativa en l'economia i l'ocupació locals i la seua dimensió social o ambiental.
- Extraure aprenentatges aplicables al projecte propi que l'equip desenvoluparà durant el curs.

Passos

1. **Tasca prèvia (fora de classe).** Cada equip tria una iniciativa innovadora real de la seua comarca o de la Comunitat Valenciana (empresa, cooperativa, startup, projecte social) i reuneix informació d'almenys dos fonts solvents. Es descarten grans marques globals: el focus és allò local.
2. **Enquadrament (5 min).** El professor recorda els quatre tipus d'innovació i la diferència entre inventar i innovar, i repartix la fitxa d'anàlisi.
3. **Anàlisi en equip (20 min).** Cada equip completa la fitxa: què fa exactament la iniciativa, en quin tipus(os) d'innovació encaixa (amb justificació), quin impacte té en l'economia i l'ocupació de la zona i quina dimensió social o ambiental aporta.
4. **Mirada crítica (10 min).** L'equip es pregunta: la novetat és real o és sols màrqueting? L'impacte local és significatiu o anecdòtic? Anoten dubtes i allò que no han pogut verificar.
5. **Posada en comú (15 min).** Cada equip presenta el seu cas en dos minuts: què innova, de quin tipus i per què importa per al territori. El professor arreplega en la pissarra els tipus d'innovació que han aparegut i els impactes locals detectats.
6. **Pont al projecte propi (10 min).** Cada equip respon per escrit: *De la iniciativa analitzada, quina idea ens servix per al nostre propi projecte? En quin tipus d'innovació creiem que podríem aportar alguna cosa a una necessitat del nostre entorn?*

Críteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Qualitat de la documentació	La iniciativa és real, local i està recolzada en fonts solvents i citades	25 %
Classificació de la innovació	Identifica i justifica correctament el tipus o tipus d'innovació	25 %
Anàlisi de l'impacte local	Valora amb criteri l'efecte econòmic, d'ocupació i social o ambiental	25 %
Pont al projecte propi	Extrau un aprenentatge concret i aplicable al projecte de l'equip	25 %

Variants i extensions

- **Variant guiada:** el professor entrega un llistat tancat d'iniciatives locals documentades perquè els equips trien, reduint el temps de busca prèvia.
- **Variant de camp:** si és possible, contactar amb la iniciativa (correu, xarxes, visita) per preguntar directament què consideren ells la seua major innovació.
- **Connexió amb la Unitat 2:** usar les necessitats locals detectades en els casos com a banc d'oportunitats per a la generació d'idees del projecte.
- **Connexió amb l'emprenedoria social:** si alguna de les iniciatives té finalitat social o ambiental, analitzar l'orde dels seus factors (missió primer o benefici primer?) com es va vore amb La Fageda.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. Quina és la diferència entre inventar i innovar segons la unitat?

- a) Són sinònims: qualsevol idea nova és una innovació.
- b) Inventar és crear alguna cosa nova; innovar és introduir una novetat que arriba al mercat o la societat i genera valor.
- c) Innovar sempre exigix un producte totalment nou; inventar no.
- d) Inventar ho fan les empreses i innovar només els governs.

2. Una fleca automatitza el pastat per poder produir de nit i abaratir costos. Quin tipus d'innovació és?

- a) De producte.
- b) De màrqueting.
- c) De procés.
- d) D'organització.

3. Segons Schumpeter, la «destrucció creativa» es referix a...

- a) La fallida d'empreses per mala gestió.
- b) El procés pel qual les innovacions desplacen allò vell i impulsen el creixement econòmic.
- c) La destrucció d'ocupació que provoca sempre la tecnologia.
- d) La competència deslleial entre empreses.

4. Per què diu la unitat que el teu projecte pot innovar sense inventar res?

- a) Perquè copiar el que ja existix també és innovar.
- b) Perquè es pot innovar en el procés, el màrqueting o l'organització, no només llançant un producte nou.
- c) Perquè innovar no requerix aportar res diferent.
- d) Perquè la innovació de producte està prohibida a classe.

5. Quines tres actituds destaca el currículum com a sosteniment de la presa de decisions en el procés emprenedor?

- a) Ambició, competitivitat i rapidesa.
- b) Perseverança, iniciativa i flexibilitat.
- c) Obediència, prudència i estalvi.
- d) Intel·ligència, sort i carisma.

6. Quina d'estes afirmacions descriu millor la persona emprenedora segons la unitat?

- a) Algú que naix amb un do especial per als negocis.
- b) Qui detecta una oportunitat o necessitat i decidix actuar, organitzant recursos i assumint risc.
- c) Qualsevol que herete una empresa, encara que no tinga iniciativa.
- d) Una persona que evita el risc a tota costa.

7. L'emprenedoria social es caracteritza, sobretot, perquè...

- a) No genera ingressos i viu només de donacions.
- b) La seua finalitat principal és resoldre un problema social o ambiental de manera viable, reinvertint el benefici en la seua missió.
- c) Busca maximitzar el benefici igual que qualsevol empresa.
- d) Només el practiquen les administracions públiques.

8. En el cas de La Fageda, quin és l'ordre correcte dels factors?

- a) Primer el benefici i, si en sobra, algun fi social.
- b) Primer la finalitat social (donar ocupació digna) i l'activitat econòmica com a mitjà per sostindre-la.
- c) Només importa la finalitat social; la viabilitat econòmica és indiferent.
- d) És una ONG que no realitza cap activitat econòmica.

9. Per a què servix l'autodiagnòstic d'actituds emprenedores?

- a) Per decidir qui «val» i qui «no val» per emprendre.
- b) Per tindre una foto honesta del punt de partida de cada persona i repartir tasques i entrenar actituds en l'equip.
- c) Per posar nota a la personalitat de cada alumne.
- d) Per substituir el treball del projecte per un test.

10. Tota invenció és, per definició, una innovació.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Segons la unitat, les actituds emprenedores (iniciativa, perseverança, flexibilitat) són un do innat amb què es naix i no es poden entrenar.

Vertader ☐ Fals ☐

12. Aparella cada tipus d'innovació amb un exemple:

1. Innovació de producte _____

2. Innovació de procés _____

3. Innovació de màrqueting _____

4. Innovació d'organització _____

a) Reorganitzar els torns de l'equip per treballar millor

b) Llançar al mercat un iogurt sense lactosa nou

c) Automatitzar el pastat per produir més barat

d) Vendre per subscripció a un públic que ningú atenia

UNITAT 2

DINÀMICA

60 min · 1 sessió · equips de projecte (3-4)

De la molèstia local a la idea del projecte

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B1.3.1, B1.3.2, B1.3.3, B1.3.4 · Comp. específiques CE1, CE2 · Comp. clau CPSAA, CE, CCEC, CC

MATERIALS: Una cartolina A3 per equip dividida en tres zones: necessitats locals, idees i proposta final · Retoladors de diversos colors (un reservat per a la fase convergent) · Una plantilla SCAMPER per equip (els set verbs en columnes) · Pòsits per al vot puntuat de la posada en comú · Cronòmetre o rellotge visible per a tota la classe

Plantejament

Esta dinàmica és l'arrancada real del projecte del curs. No és un exercici solt: la idea que cada equip seleccione hui és la candidata a convertir-se en el seu projecte de GPE i a alimentar la Fase 1 del quadern. Per això el focus es posa en dos sabers de la Unitat 2 a la vegada: detectar oportunitats **en l'entorn pròxim** i generar idees amb **tècniques de creativitat** aplicades, respectant la regla d'or: primer es generen idees sense jutjar, després es trien.

L'objectiu no és que isca la idea més original del món, sinó que cada equip comprove que, partint d'una necessitat real de la seua localitat i aplicant un mètode, ixen idees viables. Qui entra convençut que “no se'ns ocorre res” acaba amb una idea candidata escrita. Això desmunta en directe la creença que la creativitat és un do.

Objectius didàctics

- Detectar oportunitats a partir de necessitats reals de l'entorn local de l'alumnat.
- Distingir en la pràctica una idea d'una oportunitat (necessitat real, algú que la valore, realitzable).
- Aplicar brainstorming i SCAMPER de manera genuïna per generar idees de negoci.
- Respectar la separació estricta entre fase divergent (generar) i convergent (triar).
- Seleccionar una idea candidata a projecte valorant també el seu impacte en l'entorn.

Passos

1. **Enquadrament i regles (5 min).** El docent recorda les regles de la fase divergent — quantitat sobre qualitat, prohibit criticar, construir sobre les idees dels altres— i les deixa visibles. Avisa que durant els primers 35 minuts està prohibida la frase “això no funcionaria”.
2. **Mapa de necessitats locals (10 min).** Sense pensar encara en solucions, cada equip escriu en la zona “necessitats locals” de la seua cartolina **almenys 8 mancances o molèsties reals del seu poble, barri o comarca**: alguna cosa que falta, alguna cosa que funciona malament, un recurs de la zona infrautilitzat. La consigna: concretes i locals, no genèriques.

3. **De la necessitat a l'oportunitat (7 min).** L'equip tria **les 3 necessitats més compartides** (les que afecten més gent de l'entorn). Per a cadascuna formula en una frase la necessitat que hi ha darrere: “molta gent d'ací necessita...”. S'introdueix la distinció idea/oportunitat: ens quedem amb problemes reals de molta gent.
4. **Brainstorming sobre una oportunitat (8 min).** L'equip tria **UNA** de les tres oportunitats i fa pluja d'idees de solucions: el major nombre possible en el temps, sense valorar-ne cap. Meta mínima: **10 idees**. Un membre vigila que ningú critique.
5. **Ronda SCAMPER (12 min).** Sobre la millor línia de solució, l'equip aplica la plantilla SCAMPER per generar variacions noves: què Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Posar altres usos, Eliminar, Reordenar? Almenys **una idea nova per cada verb que encaixe** (no es forcen els set a la força).
6. **Fase convergent: triar la idea candidata (10 min).** Amb el retolador reservat, l'equip avalua les seues idees amb quatre criteris: respon a una necessitat real?, algú la valoraria?, és realitzable amb els nostres recursos?, quin impacte tindria en l'entorn (externalitats)? Marca **la idea candidata a projecte** i l'escriu en la zona “proposta final”.
7. **Posada en comú i vot (8 min).** Cada equip presenta en 60 segons la seua idea candidata: de quina necessitat local va partir, a què respon i en què consistix. Després de les presentacions, cada alumne repartix els seus pòsits (vot puntuat) entre les propostes que no siguen la seua. Tancament del docent: d'on van eixir les millors idees, de la primera ocurrència o del mètode?

Variants i extensions

- **Variant exprés (35 min):** fer només els passos 2, 3, 4 i 6, sense SCAMPER ni vot.
- **Connexió amb la Fase 1 del quadern:** la idea candidata seleccionada es trasllada directament a la Fase 1, on es validarà i se li faran el PESTEL i el DAFO de l'entorn.
- **Variant amb restricció creativa:** imposar una limitació a l'atzar a cada equip (“ha d'usar un producte local”, “pressupost inicial baix”, “pensat per a persones majors”). Les restriccions solen disparar la creativitat.
- **Diari de necessitats:** durant una setmana, cada alumne anota les necessitats que detecta en el seu entorn i porta les tres millors oportunitats a classe.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Detecció de necessitats locals	Les necessitats triades són reals, concretes i pròpies de l'entorn	25 %
Quantitat d'idees generades	L'equip aconsegueix el mínim en brainstorming i aplica SCAMPER de manera genuïna	20 %
Disciplina de fases	Durant la fase divergent no hi ha hagut crítiques a les idees	20 %
Qualitat de la idea candidata	Respon a una necessitat real, és valorable, plausible i amb impacte positiu	25 %
Presentació en 60 segons	El missatge cap en el temps i explica necessitat, oportunitat i solució	10 %

Notes per al docent

- **El pas 2 és el més decisiu.** Si les necessitats són genèriques (“que hi haja més treball”), les idees seran fluïxes. Insistir en allò concret i local: “no hi ha cap lloc per reparar bicis al poble”.
- **No saltar-se la separació de fases.** Si durant el brainstorming algú comença a avaluar, parar i recordar la regla en veu alta. Vore com una crítica frena el grup és la lliçó central de la sessió.
- **Recordar les externalitats en el pas 6.** El criteri d'impacte no és decoratiu: una idea que crea desigualtat sense necessitat és una mala oportunitat, per rendible que parega. És l'enfocament d'emprenedoria sostenible del curs.
- **Esta idea no és definitiva.** Convé aclarir que la idea candidata es podrà afinar o canviar en la Fase 1; l'objectiu de hui és eixir amb una proposta sòlida sobre la qual començar a treballar.

EXERCICI

55 min · 1 sessió · equips de projecte (3-4)

PESTEL i DAFO de l'entorn del teu projecte

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B1.3.1, B1.3.2, B1.3.3, B1.3.4 · **Comp. específiques** CE2, CE5 · **Comp. clau** CCL, CPSAA, CE, CD

MATERIALS: La idea candidata seleccionada en la dinàmica anterior · Plantilla PESTEL en A3 (sis factors: Polític, Econòmic, Sociocultural, Tecnològic, Ecològic, Legal) · Plantilla DAFO en A3 (quatre caselles: Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats) · Fitxa guia amb les preguntes de cada factor PESTEL i de cada casella DAFO · Accés a internet per contrastar dades de l'entorn local (ajuntament, IVACE, premsa local)

Plantejament

Una vegada que cada equip té una idea candidata, cal comprovar si eixa idea té lloc en l'entorn real abans de comprometre el curs amb ella. Este exercici entrena les dos ferramentes d'anàlisi de l'entorn de la Unitat 2 aplicades al projecte propi: primer el **PESTEL** (entorn general, allò més llunyà) i després el **DAFO** (el projecte i el seu entorn concret). No és un exercici teòric: el resultat es reutilitza tal qual en la Fase 1 del quadern.

El repte pedagògic no és omplir caselles, sinó fer-ho bé. En el PESTEL, distingir els dos o tres factors que de veritat condicionen la idea del soroll de fons. En el DAFO, no confondre allò intern (allò que depén de l'equip) amb allò extern (allò que ve de l'entorn), que és l'error més típic. I, en tots dos, recolzar cada element en un fet concret de l'entorn local, no en una impressió.

Objectius didàctics

- Realitzar un PESTEL de l'entorn general de la idea, identificant els factors realment determinants.
- Construir un DAFO del projecte situant cada element en la seua casella i recolzant-lo en fets.
- Distingir amb claredat els factors interns dels externs.
- Creuar les caselles del DAFO per extraure les primeres decisions del projecte.

Passos

1. **Recordatori i repartiment (5 min).** El docent recorda la diferència PESTEL/DAFO: el PESTEL mira l'entorn general (no controlable); el DAFO creua intern i extern del projecte concret. Repartix plantilles i fitxes guia.
2. **PESTEL: rastreig dels sis factors (15 min).** Amb la fitxa guia, l'equip recorre els sis factors preguntant-se, en cadascun, què hi ha en l'entorn que ajude o dificulte la seua idea: Polític (ajudes, normativa municipal), Econòmic (poder adquisitiu de la zona, atur, turisme), Sociocultural (hàbits, tendències, gustos locals), Tecnològic, Ecològic (sostenibilitat, residus) i Legal (licències, sanitat, protecció de dades).
3. **PESTEL: prioritzar (5 min).** L'equip subratlla els **dos o tres factors que de veritat pesen** en la seua idea i descarta els irrellevants. Esta priorització és la part que més ensenya: un PESTEL no és escriure alguna cosa en cada casella, és saber quins importen.
4. **DAFO: anàlisi interna (8 min).** L'equip mira cap dins: en què som forts (habilitats, motivació, recursos propis)? En què som dèbils (temps, diners, coneixements)? D'ací ixen **fortaleses i debilitats**, cadascuna amb un exemple concret.
5. **DAFO: anàlisi externa (8 min).** L'equip mira cap fora, usant el PESTEL ja fet: quines oportunitats ofereix l'entorn (necessitat sense cobrir, ajuda, tendència favorable)? Quines amenaces (competència, regulació, costos)? D'ací ixen **oportunitats i amenaces**.
6. **Control de qualitat i creuament (9 min).** L'equip revisa que cada element estiga en la casella correcta (hi ha alguna "fortalesa" que siga de l'entorn? Alguna "amença" que depenga d'ells?) i creua les caselles per extraure **almenys dos decisions**: una que aprofite una fortalesa amb una oportunitat, i una altra que protegeixca una debilitat davant d'una amenaça.
7. **Posada en comú breu (5 min).** Dos o tres equips exposen el seu factor PESTEL més determinant i una decisió eixida del creuament DAFO. El docent corregix en directe les confusions intern/extern que apareguen.

Lliurament

Plantilla PESTEL completa amb els dos o tres factors determinants marcats, plantilla DAFO amb les quatre caselles recolzades en fets de l'entorn local, i un paràgraf final amb almenys dos decisions concretes per al projecte extretes del creuament de caselles.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Recorregut del PESTEL	Cobrix els sis factors amb elements pertinents a la idea	20 %
Priorització del PESTEL	Identifica bé els dos o tres factors realment determinants	15 %
Distinció intern/extern	Col·loca bé cada element del DAFO (no confon les caselles)	25 %
Suport en fets	Cada element se sustenta en dades de l'entorn, no en impressions	20 %
Creuament i decisions	Extrau almenys dos decisions concretes i realistes del DAFO	20 %

Variants i extensions

- **Connexió amb la Fase 1 del quadern:** el PESTEL i el DAFO d'este exercici s'incorporen directament al lliurable de la Fase 1, sense refer-los.
- **Treball de camp previ:** abans de la sessió, cada equip recull dades reals del seu entorn (web de l'ajuntament, premsa local, observació de la competència) per nodrir l'anàlisi amb fets.
- **Reforç:** entregar la plantilla PESTEL amb un parell de factors ja esbossats, perquè l'equip es centre a prioritzar i en el DAFO.
- **Ampliació d'impacte:** afegir al DAFO una quinta reflexió sobre les externalitats detectades en el PESTEL ecològic i sociocultural, connectant amb la sensibilitat davant de les desigualtats.

Notes per al docent

- **L'error estrela és confondre les caselles del DAFO.** Insistir abans i durant: si depén de l'equip és intern (D/F); si ve de l'entorn és extern (A/O). És l'aprenentatge clau de l'exercici.
- **Fets, no adjectius.** “Bona idea” no és una anàlisi. Exigir que cada casella cite una dada concreta de l'entorn local obliga a analitzar de veritat.
- **El valor del PESTEL està a prioritzar.** Un equip que escriu sis línies sense saber quina pesa no ha entés la ferramenta. El pas 3 és on es veu si ho han captat.
- **El creuament és el que convertix el diagnòstic en pla.** Un DAFO que es queda en llista no servix; el pas 6 —passar a decisions— és el que enllaça amb el treball del quadern.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. Quina és la diferència entre una idea i una oportunitat de negoci?

- a) No hi ha diferència: són sinònims en l'emprenedoria.
- b) Una oportunitat respon a una necessitat real, algú la valora i és realitzable amb els recursos disponibles.
- c) Una idea sempre costa diners i una oportunitat és gratuïta.
- d) Una idea és d'una persona i una oportunitat és d'una empresa.

2. Segons la unitat, en GPE les millors oportunitats per al teu projecte solen ancorar-se en...

- a) Imitar una startup tecnològica d'èxit mundial.
- b) Necessitats locals de l'entorn on vius.
- c) Invents que ningú ha fet mai abans.
- d) Sectors amb la major competència possible.

3. En les tècniques de creativitat, per què cal separar la fase divergent de la convergent?

- a) Perquè la divergent es fa a casa i la convergent a classe.
- b) Perquè jutjar les idees mentre es generen frena la fluïdesa i tanca el grup.
- c) Perquè la fase convergent ha d'anar sempre abans de la divergent.
- d) Perquè només la fase convergent produeix idees noves.

4. En què consisteix la tècnica SCAMPER?

- a) A analitzar l'entorn general en sis factors externs.
- b) A aplicar una llista de verbs (Substituir, Combinar, Adaptar...) per forçar variacions d'un producte o servici.
- c) A creuar factors interns i externs en quatre caselles.
- d) A calcular la rendibilitat d'una inversió.

5. Què analitza l'eina PESTEL?

- a) Les fortaleeses i debilitats internes de l'equip.
- b) Els factors de l'entorn general: Polític, Econòmic, Sociocultural, Tecnològic, Ecològic i Legal.
- c) La rendibilitat i el punt mort del projecte.
- d) El perfil psicològic de la persona emprenedora.

6. En el DAFO d'un projecte, quines caselles corresponen a factors INTERNS (que depenen de l'equip)?

- a) Oportunitats i Amenaces.
- b) Debilitats i Fortaleeses.
- c) Fortaleeses i Oportunitats.
- d) Debilitats i Amenaces.

7. Un competidor gran de la teua zona abaixa els seus preus. En el DAFO del teu projecte, això és una...

- a) Fortalesa, perquè t'obliga a millorar.
- b) Debilitat, perquè el teu equip té poc pressupost.
- c) Amenaça, perquè ve de l'entorn i pot perjudicar el projecte.
- d) Oportunitat, perquè sempre es pot aprofitar.

8. Què és una externalitat?

- a) Una despesa comptable que apareix en la factura del client.
- b) Un efecte d'una activitat econòmica sobre tercers que no hi participen i que no es reflecteix en el preu.
- c) Una ajuda pública per a emprenedors joves.
- d) El benefici que obté l'empresa en vendre un producte.

9. Segons la unitat, com cal tindre en compte les externalitats en triar la idea del projecte?

- a) Ignorar-les, perquè l'únic important és que la idea siga rendible.
- b) Renunciar a qualsevol idea que tinga algun efecte negatiu, per xicotet que siga.
- c) Conèixer-les, minimitzar les negatives (sobretot les que generen desigualtat) i afavorir les positives.
- d) Tindre-les en compte només al final del curs, quan ja estiga tot decidit.

10. Durant la fase divergent d'una sessió de creativitat convé anar descartant i criticant les idees roïnes per no perdre temps.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Les oportunitats i les amenaces del DAFO són factors externs, que vénen de l'entorn i l'equip no controla.

Vertader ☐ Fals ☐

12. Aparella cada situació amb la casella del DAFO que li correspon:

- | | |
|---|----------------|
| 1. L'equip domina les xarxes socials _____ | a) Amenaça |
| 2. Falta de pressupost per arrancar _____ | b) Fortalesa |
| 3. Una nova subvenció per a joves emprenedors _____ | c) Oportunitat |
| 4. Un competidor gran abaixa els seus preus _____ | d) Debilitat |

UNITAT 3

CAS

55 min · 1 sessió · equips de 3-4

Tres equips, tres formes jurídiques: quina tria cadascú?

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B2.1.1, B2.1.2, B2.1.3, B2.2.1, B2.2.2 · **Comp. específiques** CE2 · **Comp. clau** CPSAA, CC, CE

MATERIALS: Les tres fitxes de cas (una per equip o les tres per a tots) · Taula comparativa de formes jurídiques de la Unitat 3 (autònom, SL, SLNE, cooperativa) · Plantilla de decisió: criteri · opció triada · justificació

Plantejament

Triar la forma jurídica és una de les decisions d'arrancada que més condicionen un projecte, i quasi mai hi ha una resposta única "correcta": depèn del perfil de l'equip i del risc de l'activitat. Esta activitat posa tres casos reals damunt de la taula perquè l'alumnat practique el raonament abans d'aplicar-lo al seu propi projecte en la Fase 2 del quadern. L'objectiu no és memoritzar les formes jurídiques, sinó **decidir amb criteri**: saber per què a un cas li convé autònom i a un altre una cooperativa.

Els tres casos

Cas A — Marta, rebosteria casolana. Marta cuina molt bé i vol vendre coques per encàrrec des de la cuina de sa casa. Comença ella sola, amb pocs clients (familiars, veïns, xarxes), una inversió mínima i sense local. Vol arrancar ja i gastar el menys possible en tràmits. El risc econòmic és baix.

Cas B — Tres amics, app de repartiment local. Aitor, Nerea i Hugo volen desenvolupar una app que connecte comerços del barri amb repartidors en bici. Necessiten invertir en desenvolupament informàtic, màrqueting i, potser, contractar algú. Hi ha diners en joc i risc de deutes si la cosa no arranca. Volen protegir el seu patrimoni personal i que l'empresa tinga una imatge seriosa davant d'inversors.

Cas C — Sis veïns, hort i consum ecològic. Sis persones d'un poble volen muntar un projecte de venda de verdura ecològica de proximitat. Tots volen treballar-hi, decidir de manera democràtica (un soci, un vot) i que el projecte tinga impacte social i arrelament local. Cap d'ells vol "manar" sobre els altres.

Objectius didàctics

- Aplicar la taula comparativa de formes jurídiques (responsabilitat, capital, nombre de socis, fiscalitat) a casos concrets.
- Justificar una elecció de forma jurídica amb arguments, no per intuïció.
- Reconèixer que la millor forma depèn del perfil de l'equip i del risc de l'activitat.
- Traslladar el raonament al propi projecte del quadern (CE2).

Passos

1. **Lectura individual (5 min).** Cada membre llig els tres casos i, sense consultar, anota quina forma jurídica li pareix adequada per a cadascun.
2. **Treball en equip — anàlisi (20 min).** L'equip debat els tres casos usant la taula de la unitat. Per a cada cas ompli la plantilla de decisió:
 - **Criteris que pesen** (responsabilitat, capital, nombre de socis, risc, valors).
 - **Forma jurídica triada.**
 - **Justificació en 2-3 frases.**
3. **Tolerància i consens (10 min).** En almenys un cas és habitual que l'equip discrepe (p. ex., en el B, autònoms o SL?). Apliqueu els passos de decisió en equip de la unitat: criteris primer, argumentar, escoltar la postura contrària, decidir amb mètode. Anoteu com va resoldre el desacord.
4. **Posada en comú (10 min).** Dos o tres equips exposen la seua decisió per a un dels casos. El professor contrasta i matisa (la resposta esperable: A → autònom; B → SL; C → cooperativa).
5. **Salt al projecte propi (10 min).** Cada equip aplica el mateix raonament al **seu** projecte: quin perfil tenim, quin risc, quants som? Escriu una primera proposta de forma jurídica amb la seua justificació, que es polirà en la Fase 2 del quadern.

Lliurament

Cada equip lliura un full amb:

- La plantilla de decisió omplida per als tres casos (criteris, forma triada, justificació).
- Una nota breu sobre com es va resoldre el desacord del pas 3.
- La proposta de forma jurídica per al projecte propi, amb la seua justificació.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Ús correcte de la taula	Aplica responsabilitat, capital i nombre de socis sense confondre conceptes	30 %
Justificació de les eleccions	Argumenta cada decisió amb criteris, no per intuïció	30 %
Tolerància en el desacord	Documenta una resolució raonada del conflicte de l'equip	15 %
Aplicació al projecte propi	Trasllada el raonament de manera coherent al seu cas real	25 %

Variants i extensions

- **Variante curta (30 min):** treballar només dos casos (A i C, els més clars) i el salt al projecte propi.
- **Variante de debat:** dividir la classe i defensar per equips postures distintes en el cas B (autònoms vs. SL), forçant a argumentar l'opció menys evident.
- **Connexió amb la xarxa de suport:** demanar a cada equip que localitze el PAE més pròxim (web de CIRCE) al qual acudirien per constituir la forma triada.

El full de ruta de tràmits: del nom a l'alta legal

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B2.1.1, B2.1.2, B2.1.3, B2.2.1, B2.2.2 · **Comp. específiques** CE2 · **Comp. clau** CD, CPSAA, CC

MATERIALS: Llista desordenada de tràmits (retallable o en full) · Taula d'organismes: Registre Mercantil, Agència Tributària, Seguretat Social, notaria, ajuntament · Accés a internet per consultar la web de CIRCE (paelectronico.es) i localitzar el PAE més pròxim

Plantejament

Una cosa és saber que existix el PAE i una altra entendre quins papers calen i en quin orde. Este exercici convertix la teoria de la unitat en un **full de ruta** concret: l'alumnat ordena els tràmits de constitució, assigna cada pas al seu organisme i localitza la finestra a la qual acudiria. Es treballa en dos versions, autònom i societat limitada, perquè es veja per què la SL exigix més passos. És la preparació directa de la fitxa de tràmits de la Fase 2 del quadern.

Tràmits a ordenar (llista desordenada)

- Inscripció en el Registre Mercantil
- Alta en el cens d'empresaris (declaració censal, model 036/037)
- Escriptura de constitució i estatuts davant de notari
- Certificació negativa de denominació (Registre Mercantil Central)
- Alta en la Seguretat Social (RETA / règim general)
- Obertura de compte bancari i depòsit del capital social
- Obtenció del NIF de la societat
- Llicència municipal d'activitat o obertura (si escau)

Objectius didàctics

- Ordenar correctament la seqüència de tràmits de constitució d'una empresa.
- Distingir quins tràmits són propis d'una societat i quins basten per a un autònom.
- Associar cada tràmit amb l'organisme competent.
- Comprendre el paper del sistema CIRCE i el DUE com a tramitació en línia unificada (finestra única).

Passos

1. **Escalfament (5 min).** En parella, llegiu la llista de tràmits i marqueu quins creieu que NO necessita un autònom (pista: els relacionats amb "societat").
2. **Ordenar la SL (15 min).** Col·loqueu els huit tràmits en l'orde lògic per constituir una **societat limitada**, des de la certificació del nom fins a l'alta en la Seguretat Social i les llicències. Al costat de cada pas, escriviu l'**organisme** responsable.
3. **La versió autònom (10 min).** Construïu el full de ruta de l'**autònom**: ratlleu de la llista allò que no necessita i deixeu només els dos passos essencials (alta censal en Hisenda amb el 036/037 i alta en el RETA de la Seguretat Social). Anoteu per què és molt més curt.

4. **CIRCE i PAE (10 min).** Entreu en la web de CIRCE (paelectronico.es). Expliqueu en dos frases què fa el **DUE** i localitzeu el **PAE més pròxim** al vostre centre o municipi. Anoteu el seu nom i a quina entitat pertany (cambra, ajuntament, etc.).
5. **Posada en comú (10 min).** Una parella exposa el full de ruta de la SL i una altra la de l'autònom. El professor confirma l'orde i subratlla que el DUE permet disparar diversos d'estos tràmits d'una sola vegada.

Lliurament

Cada parella lliura:

- El full de ruta ordenat de la SL, amb l'organisme de cada tràmit.
- El full de ruta reduït de l'autònom, amb la raó de per què és més curt.
- Una explicació breu del DUE i el nom del PAE de referència localitzat.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Orde dels tràmits	Seqüència lògica correcta per a la SL	30 %
Organisme de cada pas	Associa bé cada tràmit amb el seu organisme	25 %
Diferència autònom / SL	Reduïx correctament el full de ruta de l'autònom i el justifica	20 %
CIRCE, DUE i PAE	Explica el DUE i localitza un PAE real	25 %

Variants i extensions

- **Variant curta (30 min):** treballar només el full de ruta de la SL i la localització del PAE.
- **Extensió real:** demanar cita informativa (telefònica o web) amb el PAE localitzat i portar una pregunta resolta sobre el projecte.
- **Connexió amb el quadern:** usar este full de ruta com a base de la fitxa de tràmits de la Fase 2, ja amb la forma jurídica decidida en l'activitat del cas.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. En decidir la localització d'un projecte, quina d'estes afirmacions és la més correcta?
 - a) Sempre convé triar el local més barat disponible.
 - b) Cal equilibrar proximitat al públic, costos, accés a proveïdors i normativa; un projecte digital trasllada la localització a la web i la logística.
 - c) La localització només importa per a empreses industrials.
 - d) Una botiga en línia no té cap cost de localització.
2. Començar amb una dimensió xicoteta (producte mínim viable) té l'avantatge de...
 - a) Garantir majors beneficis des del primer dia.
 - b) Reduir el risc, permetre aprendre dels primers clients i poder corregir abans de comprometre molts diners.
 - c) Evitar haver de pagar impostos.
 - d) Impedir que l'empresa cresca en el futur.
3. La diferència més rellevant entre ser autònom i constituir una Societat Limitada és...
 - a) Que l'autònom paga més impostos sempre.
 - b) Que la SL no pot tindre empleats.
 - c) La responsabilitat: l'autònom respon dels deutes amb tot el seu patrimoni personal (il·limitada); en la SL la responsabilitat es limita al capital aportat.
 - d) Que l'autònom necessita un capital mínim de 3.000 €.
4. Des de l'entrada en vigor de la Llei Crea i Creix, el capital social mínim per constituir una Societat Limitada és de...
 - a) 3.000 €
 - b) 60.000 €
 - c) 1 €
 - d) No existix capital mínim en cap forma jurídica.
5. Un equip de quatre persones vol muntar un projecte on tots siguen alhora socis i treballadors, amb decisions democràtiques i vocació d'impacte social. Quina forma jurídica encaixa millor?
 - a) Autònom.
 - b) Societat Limitada Nova Empresa.
 - c) Cooperativa.
 - d) Cap forma jurídica permet això.
6. Davant d'un desacord en l'equip sobre la forma jurídica, quina és la millor manera de decidir?
 - a) Imposar l'opinió de qui té més caràcter.
 - b) Acordar primer els criteris que importen, demanar que cada persona argumente, escoltar la postura contrària i decidir amb un mètode clar.
 - c) Evitar el debat i deixar la decisió per a més avant.
 - d) Votar sense argumentar, perquè les raons no compten.

7. El Punt d'Atenció a l'Emprenedor (PAE) és...

- a) Una empresa privada que cobra per crear societats.
- b) Un punt de la xarxa pública on s'assessora gratuïtament i es poden fer els tràmits d'alta en un sol lloc (finestreta única).
- c) Un impost que paguen les noves empreses.
- d) Un registre obligatori només per a grans empreses.

8. Què és el DUE (Document Únic Electrònic) dins del sistema CIRCE?

- a) Un certificat que acredita haver pagat tots els impostos de l'any.
- b) Un únic formulari electrònic que, en enviar-se, dispara automàticament els tràmits davant Hisenda, la Seguretat Social i el Registre Mercantil.
- c) El contracte laboral del primer empleat.
- d) La llicència municipal d'obertura del local.

9. En la Comunitat Valenciana, a més del PAE, quin organisme de la Generalitat dona suport a la creació i el creixement d'empreses?

- a) El Registre Mercantil Central.
- b) L'Agència Tributària.
- c) L'IVACE (Institut Valencià de Competitivitat Empresarial).
- d) La Seguretat Social.

10. Una persona autònoma respon dels deutes de la seua activitat només amb els diners que haja aportat al negoci, igual que en una Societat Limitada.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Quatre socis decidixen constituir una Societat Limitada amb un capital social de 3.000 € i aporten tots la mateixa quantitat. Quant aporta cada soci? (en euros, sense decimals)

Resposta: _____ €

12. Aparella cada forma jurídica amb un dels seus trets:

- | | |
|--|--|
| 1. Autònom _____ | a) Responsabilitat limitada al capital aportat |
| 2. Societat Limitada _____ | b) Cada soci és alhora treballador, amb gestió democràtica |
| 3. Cooperativa _____ | c) Responsabilitat il·limitada del titular |
| 4. Punt d'Atenció a l'Emprenedor (PAE) _____ | d) Finestreta única que assessora i tramita l'alta |

UNITAT 4

EXERCICI

55 min · 1 sessió · equips de projecte (3-4)

El màrqueting mix del teu projecte: les quatre P en acció

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B3.1.1, B3.1.2, B3.1.3, B3.3.1, B3.3.2, B3.3.3 · Comp. específiques CE3 · Comp. clau CE, CCL, CPSAA, CD

MATERIALS: Plantilla de les quatre P (una casella per P, amb preguntes guia) · Resum de l'estudi de mercat bàsic fet per l'equip (públic objectiu i competència) · Fitxa de control de coherència per creuar les quatre decisions · Accés a internet per consultar preus de referència de la competència

Plantejament

La Unitat 4 ha presentat el màrqueting mix com una ferramenta per dissenyar l'oferta del projecte de manera coherent. Esta activitat ho aplica directament: cada equip treballa **el seu propi projecte**, no un cas alié. L'objectiu no és escriure molt en cada P, sinó prendre quatre decisions que **encaixen entre si** i que responguen a un públic objectiu concret.

L'error més habitual —i el que convé anticipar— és tractar les quatre P com quatre llistes independents: un producte de qualitat amb preu de saldo, o un canal massiu per a un servei de proximitat. El valor de l'exercici està en el control final de coherència, on l'equip comprova que les seues quatre decisions contenen la mateixa història. L'activitat alimenta directament la Fase 3 del quadern de projecte (Màrqueting i prototip) i connecta amb la competència específica CE3 (analitzar i aplicar les àrees de l'empresa al projecte propi amb criteri de sostenibilitat).

Objectius didàctics

- Definir el públic objectiu del projecte a partir de l'estudi de mercat bàsic.
- Aplicar les quatre P —producte, preu, distribució i comunicació— al producte o servei propi.
- Comprovar la coherència entre les quatre decisions i corregir les contradiccions.
- Justificar el preu amb una referència a la competència, no per intuïció (CE3).

Passos

1. **Recuperar el públic objectiu (5 min).** L'equip reprén les conclusions del seu estudi de mercat i escriu en una frase a qui es dirigeix: qui és el client, què necessita i què valora.
2. **Producte (10 min).** L'equip descriu el seu producte o servei amb detall: característiques, qualitat, envàs o presentació, marca i quin servei associat l'acompanya. La pregunta guia: *què oferisc exactament i per què és la resposta a la necessitat del meu client?*
3. **Preu (10 min).** L'equip fixa un preu de venda i el justifica comparant-lo amb almenys un competidor real (consulta en internet o de camp). La pregunta guia: *este preu encaixa amb la qualitat del meu producte i amb allò que el meu client està disposat a pagar?*

4. **Distribució (8 min).** L'equip decidix on i com arribarà el producte al client: venda directa, botiga, en línia, punt de venda concret. La pregunta guia: *este canal és on està realment el meu client?*
5. **Comunicació (10 min).** L'equip decidix com donarà a conèixer el projecte: xarxes socials, cartelleria, boca a boca, esdeveniment. Definix el missatge principal. La pregunta guia: *este missatge és el mateix que la meua proposta de valor?* Ací s'ha de respectar el criteri de publicitat responsable de la unitat.
6. **Control de coherència (12 min).** Amb la fitxa de control, l'equip creua les quatre P i busca contradiccions: el preu casa amb la qualitat?, el canal amb el client?, el missatge amb la proposta de valor? Corregix allò que no encaixe i escriu una frase final que resumisca el màrqueting mix complet.

Lliurament

Plantilla de les quatre P completa (una decisió justificada per casella), amb el preu recolzat per una referència a la competència, i la fitxa de control de coherència amb les contradiccions detectades i corregides. Es tanca amb una frase que resumisca el màrqueting mix del projecte en el seu conjunt.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Públic objectiu	Definix amb claredat a qui es dirigeix el projecte	15 %
Decisions de les quatre P	Cada P conté una decisió concreta i aplicada al projecte	30 %
Justificació del preu	Recolza el preu en una referència real a la competència	15 %
Coherència del conjunt	Les quatre P encaixen entre si i contenen la mateixa història	30 %
Comunicació responsable	El missatge respecta el criteri de publicitat responsable	10 %

Variants i extensions

- **Variant de revisió creuada:** dos equips intercanvien les seues plantilles i busquen contradiccions en el màrqueting mix de l'altre abans del control propi.
- **Variant amb enfocament local:** valorar especialment les decisions (proveïdor, canal, missatge) que reforcen l'impacte en l'economia local, en línia amb l'eix vertebrador de GPE.
- **Connexió amb la Fase 3:** traslladar la plantilla validada directament al quadern de projecte com a part del lliurable de màrqueting.
- **Reforç:** entregar dos de les quatre P ja esbossades perquè l'equip es centre a completar les altres dos i en el control de coherència.

Notes per al docent

- **Coherència, no quantitat.** Insistir en què un màrqueting mix breu però coherent val més que un d'extens i contradictori. El pas 6 és el cor de l'activitat.
- **El preu sense referència és una intuïció.** Exigir la comparació amb la competència evita preus posats a l'atzar i connecta amb l'estudi de mercat.

- **Vigilar la quarta P.** Aprofitar la decisió de comunicació per recordar el criteri de publicitat responsable treballat en la unitat.

EXERCICI

25-35 min · individual · individual

Exercici: productivitat del treball i la seua variació entre dos períodes

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B3.1.1, B3.1.2, B3.1.3, B3.3.1, B3.3.2, B3.3.3 · Comp. específiques CE3 · Comp. clau STEM, CD, CE

Plantejament

Artesanos del Norte S.L. és una xicoteta empresa valenciana que fabrica conserves artesanals. Disposes de les següents dades de l'àrea de producció per als anys 2023 i 2024:

INDICADOR	ANY 2023	ANY 2024
Producció total (unitats)	4 800	5 880
Nombre de treballadors	6	7
Cost total de personal (€)	90 000	112 000

La direcció vol saber si l'ampliació de plantilla ha millorat la productivitat del treball i com ha evolucionat el cost laboral per unitat produïda.

Es demana

1. Calcula la **productivitat del treball** (en unitats per treballador) per a cadascun dels dos anys.
2. Calcula la **variació percentual** de la productivitat entre 2023 i 2024 i indica si ha millorat o empitjorat.
3. Calcula el **cost laboral unitari** (cost de personal per unitat produïda) en cada any. Quina conclusió extraus en comparar-lo amb la millora de productivitat obtinguda en l'apartat anterior?

SOLUCIÓ

1. Pas 1: productivitat any 1 = producció / nre. treballadors = $4\,800 / 6 = **800$ unitats per treballador**
2. Pas 2: productivitat any 2 = $5\,880 / 7 = **840$ unitats per treballador**
3. Pas 3: variació percentual = $((840 - 800) / 800) \times 100 = (40 / 800) \times 100 = **+5\%**$
4. Pas 4: cost laboral unitari any 1 = $90\,000 \text{ €} / 4\,800 \text{ uts} = **18,75 \text{ €}$ per unitat**
5. Pas 5: cost laboral unitari any 2 = $112\,000 \text{ €} / 5\,880 \text{ uts} = **19,05 \text{ €}$ per unitat** (puja 0,30 €)
6. Conclusió: la productivitat física millora un 5 %, però el cost laboral unitari augmenta lleugerament perquè el salari total creix més que la producció. Produir més per treballador no garantix reducció de costos si el cost salarial creix més ràpid.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. En què consisteix l'àrea d'aprovisionament d'un projecte?

- a) A vendre el producte al major nombre possible de clients.
- b) A aconseguir tot el que el projecte necessita per funcionar: materials, matèries primeres i servicis.
- c) A contractar i formar el personal de l'empresa.
- d) A portar la comptabilitat i pagar els impostos.

2. Què és el punt de comanda en el control d'estocs?

- a) El preu màxim que es pot pagar per una matèria primera.
- b) El nivell d'existències a partir del qual cal tornar a comprar per no quedar-se sense material.
- c) El nombre total d'unitats venudes en un mes.
- d) El document que acompanya la mercaderia en arribar.

3. Ordena correctament: quin document certifica el lliurament de la mercaderia però no inclou necessàriament el preu?

- a) La comanda.
- b) L'albarà.
- c) La factura.
- d) El pressupost.

4. Què és un prototip en l'àrea de producció?

- a) El producte definitiu, ja perfecte i llest per vendre's en sèrie.
- b) Un pla de màrqueting per donar a conèixer el producte.
- c) La primera versió real del producte o servici, feta per provar-la i millorar-la.
- d) L'estudi dels preus de la competència.

5. Segons la lògica de GPE, d'on ha de nàixer un bon producte o servici?

- a) De copiar el competidor que més ven.
- b) D'una necessitat real de la comunitat o de l'entorn local.
- c) Del que siga més barat de fabricar.
- d) De la moda del moment, sense més.

6. Per a què servix, sobretot, un estudi de mercat en el teu projecte?

- a) Per omplir un informe que demana el professor.
- b) Per prendre millors decisions sobre el producte, el preu i el client.
- c) Per fixar els impostos que pagarà l'empresa.
- d) Per dissenyar l'organigrama de l'equip.

7. Quines són les quatre P del màrqueting mix?

- a) Producte, preu, personal i publicitat.
- b) Producte, preu, distribució (place) i comunicació (promotion).
- c) Producció, proveïdors, persones i terminis.
- d) Preu, promoció, proveïdor i prototip.

8. Un projecte ven un producte artesà d'alta qualitat però l'anuncia amb preu de saldo i el distribuïx en canals massius. Quin problema té el seu màrqueting mix?

- a) Cap: com més P s'utilitzen, millor.
- b) Que les quatre P no són coherents entre si i donen missatges contradictoris.
- c) Que li falten proveïdors en el pla de compres.
- d) Que no ha fet la declaració d'impostos.

9. Segons la Llei General de Publicitat, quina publicitat es considera il·lícita?

- a) La que compara el producte amb el de la competència.
- b) La que utilitza xarxes socials per arribar als jòvens.
- c) La que atempta contra la dignitat de les persones o usa la imatge de la dona de manera vexatòria o discriminatòria.
- d) La que informa del preu i les característiques del producte.

10. L'albarà és el document amb valor legal i comptable que detalla els preus i l'IVA d'una compra.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Un taller consumix 20 unitats de matèria primera al dia. El proveïdor tarda 5 dies a servir una comanda i es vol mantindre un estoc de seguretat de 30 unitats. En quin nivell d'existències s'ha de fixar el punt de comanda? (en unitats)

Resposta: _____ unidades

12. Aparella cada una de les quatre P del màrqueting mix amb la pregunta que respon:

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| 1. Producte _____ | a) Quant costa? |
| 2. Preu _____ | b) Com el done a conèixer? |
| 3. Distribució (place) _____ | c) Què oferisc? |
| 4. Comunicació (promotion) _____ | d) On i com arriba al client? |

UNITAT 5

CAS

55 min · 1 sessió · equips de 3-4

L'equip que no s'entenia: diagnosticar la comunicació d'una empresa

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B3.2.1, B3.2.2, B3.2.3 · Comp. específiques CE3 · Comp. clau CCL, CPSAA, CC, CD

MATERIALS: Fitxa del cas «Horta Viva» (situació, símptomes i testimonis de l'equip) · Resum de la Unitat 5 sobre comunicació interna i externa · Plantilla de diagnòstic: problema detectat · pla (intern/extern) · proposta de millora · Plantilla d'acord de comunicació del propi equip (canal, reunions, decisions)

Plantejament

La Unitat 5 ha mostrat que molts equips no fracassen per falta d'idees, sinó perquè no s'entenen entre ells (comunicació interna) o no saben explicar-se fora (comunicació externa). Este cas porta eixa idea a una situació concreta: un xicotet projecte real en els seus primers mesos, amb bons productes però amb la comunicació trencada. L'alumnat actua com a assessor extern: diagnostica què falla, en quin pla, i proposa millores realistes.

L'error més habitual en analitzar estos casos és quedar-se en «es porten malament» sense separar els plans. El valor de l'exercici està a distingir si el problema és intern (com circula la informació dins de l'equip) o extern (com es presenta el projecte al client i a la societat), perquè la solució de cadascun és distinta. El cas connecta amb la competència específica CE3 i acaba mirant cap dins: cada equip aplica les conclusions al seu propi acord de comunicació per a la Fase 3 del quadern.

El cas: «Horta Viva»

Horta Viva és un projecte de tres jóvens que venen cistelles de verdura ecològica de productors de l'horta valenciana a clients del barri. El producte agrada i les comandes creixen, però l'equip està a la vora de la ruptura. Estos són els símptomes:

- Cada membre usa un canal distint: una apunta les comandes al seu mòbil, un altre les rep per correu i el tercer per missatges solts. **A vegades una comanda arriba dos vegades; altres, cap.**
- No hi ha reunions fixes. Les decisions es prenen «pel camí» i després ningú recorda què es va acordar ni qui era responsable de què.
- Cap fora, el projecte es presenta de tres maneres: en xarxes parlen de «verdura barata», en el repartiment diuen «ecològica de proximitat» i en el cartell del mercat sols posa «verdures». **El client no sap molt bé què compra.**
- Una clienta es va queixar per una comanda que no va arribar i ningú li va contestar en tres dies, perquè «pensaven que ja li responia un altre».

Objectius didàctics

- Distingir, en un cas real, els problemes de comunicació interna dels de comunicació externa (CE3).
- Diagnosticar les causes concretes de cada problema, més enllà de «es porten malament».
- Proposar millores realistes i aplicables per a cada pla.
- Traslladar les conclusions a l'acord de comunicació del propi equip de projecte.

Passos

1. **Lectura del cas (8 min).** L'equip llig la fitxa de «Horta Viva» i subratlla cada símptoma de mal funcionament.
2. **Classificar els problemes (10 min).** Amb la plantilla de diagnòstic, l'equip classifica cada símptoma segons el pla: és un problema de comunicació **interna** (dins de l'equip) o **externa** (cap al client i la societat)? Alguns poden tindre les dos cares.
3. **Buscar la causa (10 min).** Per a cada problema, l'equip escriu la causa de fons, no sols el símptoma. La pregunta guia: *per què passa això realment?* (per exemple: «no hi ha un canal únic», «ningú és responsable de l'atenció al client», «el missatge no és coherent»).
4. **Proposar millores (12 min).** L'equip proposa una millora concreta i aplicable per a cada problema: un canal comú de comandes, una reunió setmanal breu, un missatge únic de marca, un responsable d'atenció al client. Realistes per a un equip de tres persones.
5. **Mirar cap dins (12 min).** L'equip revisa el seu propi acord de comunicació a la llum del cas: cometem algun dels errors d'Horta Viva? Corregixen o completen la seua plantilla d'acord de comunicació.
6. **Posada en comú (3 min).** Dos equips comparteixen el seu diagnòstic i una millora proposta per a Horta Viva.

Lliurament

Plantilla de diagnòstic completa (cada símptoma classificat com a intern o extern, amb la seua causa de fons i una proposta de millora concreta) i la plantilla d'acord de comunicació del propi equip, revisada a partir de les conclusions del cas.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Classificació intern/extern	Distingix correctament els dos plans de la comunicació	25 %
Causas, no símptomes	Identifica la causa de fons de cada problema	25 %
Millores realistes	Proposa solucions concretes i aplicables a un equip xicotet	30 %
Aplicació al propi equip	Revisa i millora l'acord de comunicació propi	20 %

Variants i extensions

- **Variante de rol:** un membre de cada equip actua com a portaveu de «Horta Viva» i defén per què feien les coses així, abans d'acceptar les millores.

- **Variant creativa:** redactar el missatge de marca únic que Horta Viva hauria d'usar en xarxes, repartiment i cartell per ser coherent.
- **Connexió amb la Fase 3:** incorporar l'acord de comunicació revisat directament al quadern de projecte.
- **Variant curta (30 min):** lectura, classificació de problemes i una sola millora per pla, sense el pas de mirar cap dins.

Notes per al docent

- **Separar els plans és allò clau.** Insistir a classificar cada símptoma com a intern o extern: és el que permet proposar la solució adequada. El pas 2 ordena tota l'anàlisi.
- **Causa, no símptoma.** Reconduir les respostes que es queden en «es porten malament» cap a la causa concreta (canal, responsable, missatge).
- **El cas és un espill.** Allò important no és resoldre Horta Viva, sinó que cada equip reconega en ell els seus propis riscos i millore el seu acord de comunicació per a la resta del curs.

EXERCICI

55 min · 1 sessió · equips de projecte (3-4)

Els perfils del teu equip: qui fa què en el projecte

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B3.2.1, B3.2.2, B3.2.3 · Comp. específiques CE3 · Comp. clau CE, CPSAA, CCL, CD

MATERIALS: Plantilla de funcions del projecte (funció, què fa, perfil que encaixa, responsable) · Fitxa individual d'autodiagnòstic de capacitats (què se'm dóna bé, què vull aprendre) · Resum del projecte de l'equip (idea, producte/servei, fase actual) · Plantilla d'acord de comunicació de l'equip (canal, reunions, decisions)

Plantejament

La Unitat 5 ha presentat l'àrea de recursos humans com la que sosté totes les altres: sense persones organitzades, cap àrea del projecte funciona. Esta activitat ho aplica directament a l'**equip real de l'alumnat**: no es treballa un cas alié, sinó la pròpia organització del projecte. L'objectiu és que cada equip decidisca, per escrit, quines funcions necessita el seu projecte i qui assumix cadascuna, segons les capacitats reals dels seus membres i no per atzar o per amistat.

L'error més habitual —i el que convé anticipar— és repartir tasques a parts iguals o per simpatia, sense mirar què se li dóna millor a cadascun. El valor de l'exercici està a creuar les funcions que el projecte necessita amb allò que cada membre sap fer o vol aprendre. L'activitat alimenta directament la Fase 3 del quadern de projecte (en la seua part d'organització de l'equip) i connecta amb la competència específica CE3 (analitzar i aplicar les àrees de l'empresa al projecte propi amb criteri de sostenibilitat).

Objectius didàctics

- Identificar les funcions que necessita el projecte i definir el perfil de cadascuna.
- Fer un autodiagnòstic honest de les capacitats de cada membre de l'equip.
- Repartir els rols segons les capacitats reals, assegurant que tota funció tinga responsable (CE3).
- Acordar per escrit com es comunicarà l'equip durant la resta del curs.

Passos

1. **Autodiagnòstic individual (8 min).** Cada membre completa la seua fitxa: què se li dóna bé (organitzar, dissenyar, comunicar, portar números...) i què li agradaria aprendre. Sense modèstia ni exageració: honestat.
2. **Funcions del projecte (10 min).** L'equip llista les funcions que el seu projecte necessita cobrir (coordinació, producte/prototip, comercial i comunicació, comptes o altres pròpies de la seua idea) i descriu en una frase què fa cadascuna.
3. **Perfil de cada funció (8 min).** Per a cada funció, l'equip escriu quin perfil encaixa: quins coneixements, habilitats i actituds calen. La pregunta guia: *què cal saber fer per portar bé esta funció?*
4. **Repartiment de rols (12 min).** L'equip creua les funcions amb els autodiagnòstics i assigna un responsable a cadascuna. La regla: tota funció ha de tindre amo i ningú s'ha de quedar sense paper. Si una funció no encaixa amb ningú, decidixen qui l'aprén.
5. **Acord de comunicació (10 min).** L'equip òmpli la plantilla de comunicació interna: on s'escriuen (un únic canal), cada quant es reunixen i com prenen les decisions (consens, majoria, responsable d'àrea).
6. **Tancament i revisió (7 min).** L'equip revisa que totes les funcions tinguen responsable, que el repartiment es justifique en capacitats i que l'acord de comunicació siga realista. Ho signen tots els membres.

Lliurament

Plantilla de funcions completa (funció, què fa, perfil que encaixa i responsable assignat), les fitxes d'autodiagnòstic individuals i la plantilla d'acord de comunicació de l'equip, signada per tots els membres. Tota funció del projecte ha de tindre un responsable i el repartiment s'ha de justificar en les capacitats de cadascun.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Autodiagnòstic	Cada membre identifica amb honestat les seues capacitats i allò que vol aprendre	15 %
Funcions i perfils	L'equip definix les funcions del projecte i el perfil de cadascuna	25 %
Repartiment justificat	Totes les funcions tenen responsable i el repartiment es basa en capacitats	35 %
Acord de comunicació	Definix canal, reunions i forma de decidir de manera realista	25 %

Variants i extensions

- **Variant de revisió creuada:** dos equips intercanvien els seus repartiments i comproven si el perfil descrit encaixa amb la persona assignada.
- **Variant amb rotació:** preveure un segon responsable per a cada funció, de manera que l'equip no depenga d'una sola persona (reforça el treball cooperatiu).

- **Connexió amb la Fase 3:** traslladar el repartiment de rols i l'acord de comunicació validats directament al quadern de projecte.
- **Reforç:** entregar la llista de funcions ja redactada perquè l'equip es centre només en el repartiment i en l'acord de comunicació.

Notes per al docent

- **Capacitat, no amistat.** Insistir en què el repartiment es justifica en allò que cadascun fa millor, no en qui es porta bé amb qui. El pas 4 és el cor de l'activitat.
- **Tota funció amb amo.** Vigilar que no quedi cap funció òrfena ni cap membre sense paper; tots dos casos generen conflictes més avant.
- **L'acord de comunicació s'usa.** Recordar que la plantilla de comunicació no és paper banyat: l'equip l'aplicarà durant la resta del curs, així que convé que siga breu i realista.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. De què s'ocupa l'àrea de recursos humans d'una empresa o projecte?

- a) D'aconseguir les matèries primeres i controlar l'estoc.
- b) De les persones: definir què fa falta, incorporar qui ho cobrix, organitzar el treball i comunicar-se.
- c) De fixar el preu del producte i dissenyar la publicitat.
- d) De portar la comptabilitat i pagar els impostos.

2. En repartir les tasques dins de l'equip del teu projecte, quin és el criteri més adequat?

- a) Repartir segons l'amistat o la simpatia entre membres.
- b) Que tothom faci exactament el mateix a parts iguals.
- c) Que cada funció tinga amo i es repartisca segons les capacitats reals de cadascú.
- d) Que decidisca només la persona que coordina, sense contar amb la resta.

3. Ordena el procés de selecció de personal. Quin és el primer pas?

- a) Fer les entrevistes a les persones candidates.
- b) Definir el perfil: tasques, coneixements i actituds que necessita el lloc.
- c) Firmar el contracte de treball.
- d) Publicar l'oferta en els portals d'ocupació.

4. Què és i per a què servix un contracte de treball?

- a) Un document publicitari per donar a conèixer l'empresa.
- b) L'acord que regula la relació laboral i deixa per escrit les regles, protegint les dues parts.
- c) El rebut mensual del que cobra la persona treballadora.
- d) La factura que l'empresa entrega als seus clients.

5. En una nòmina, quina relació hi ha entre salari brut i salari net?

- a) Són sempre la mateixa quantitat.
- b) El net és major que el brut perquè inclou les pagues extra.
- c) El net és el que queda del brut després de restar les deduccions (Seguretat Social i IRPF).
- d) El brut és el que arriba al banc i el net el que paga l'empresa.

6. Què financen, entre altres coses, les cotitzacions a la Seguretat Social que es dedueixen de la nòmina?

- a) La publicitat de les empreses privades.
- b) Les pensions, la sanitat i les prestacions per desocupació.
- c) El preu de venda dels productes.
- d) El lloguer del local de l'empresa.

7. Quina relació hi ha entre el currículum i el videocurrículum?

- a) El videocurrículum substitueix per complet el currículum en paper.
- b) Són el mateix amb distint nom.
- c) El videocurrículum complementa el currículum: mostra com s'expressa la persona, la seua desimboltura i la seua energia.
- d) El currículum és per a empreses grans i el videocurrículum només per a autònoms.

8. Segons els informes recents sobre ocupació, per què valoren tant les empreses les habilitats blanques (soft skills)?

- a) Perquè són més fàcils de demostrar amb un títol.
- b) Perquè allò tècnic es pot ensenyar dins de l'empresa, però l'actitud i la manera de treballar són molt més difícils de canviar.
- c) Perquè permeten pagar salaris més baixos.
- d) Perquè substitueixen per complet els coneixements tècnics.

9. Quina és la diferència entre comunicació interna i comunicació externa?

- a) La interna és la publicitat i l'externa són les reunions d'equip.
- b) La interna circula dins de l'organització (l'equip) i l'externa es dirigeix cap a fora (clients, proveïdors, societat).
- c) La interna és per escrit i l'externa sempre oral.
- d) No hi ha diferència: són dos noms per al mateix.

10. El salari net és els diners que de veritat arriben al compte de la persona treballadora, una vegada restades del brut les deduccions de Seguretat Social i IRPF.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Una nòmina té un salari brut de 1.500 €. Se li dedueixen 95 € de Seguretat Social i 130 € de retenció d'IRPF. Quin és el salari net? (en euros)

Resposta: _____ €

12. Ordena el procés de selecció de personal aparellant cada fase amb el seu ordre:

- | | |
|---|---------------|
| 1. Definir el perfil del lloc _____ | a) Tercer pas |
| 2. Publicar l'oferta i rebre candidatures _____ | b) Primer pas |
| 3. Entrevistar les persones candidates _____ | c) Quart pas |
| 4. Firmar el contracte de treball _____ | d) Segon pas |

UNITAT 6

EXERCICI

55 min · 1 sessió · equips de projecte (3-4)

Ix a compte? Punt mort i compte de resultats previsional del projecte

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B3.4.1, B3.4.2, B3.4.3, B3.5.1, B3.5.2, B3.5.3 · Comp. específiques CE4 · Comp. clau CE, CMCT, CPSAA, CD

MATERIALS: Plantilla de pressupost amb dos blocs (inversió inicial i despeses corrents) · Plantilla de càlcul del punt mort (costos fixos, preu, cost variable unitari) · Plantilla de compte de resultats previsional · Dades del projecte: preu de venda estimat, costos de matèria primera, despeses fixes previstes · Calculadora o full de càlcul

Plantejament

La Unitat 6 ha presentat el punt mort i el compte de resultats com les dos ferramentes que responen a la pregunta més important d'un projecte: **ix a compte?** Esta activitat les aplica directament sobre **el projecte propi de l'equip**, no sobre un cas alié. L'objectiu no és manejar fórmules en abstracte, sinó que cada equip descobreixca **quantes unitats necessita vendre per no perdre** i si la seua idea, amb números reals, és viable.

L'error més habitual —i el que convé anticipar— és estimar els ingressos amb optimisme i els costos a la baixa, fins que «quadre». L'activitat obliga a separar bé costos fixos i variables, a justificar el preu i a ser prudent amb les vendes previstes. Connecta amb la competència específica CE4 (aplicar les normes bàsiques de comptabilitat al projecte, valorant l'equilibri financer) i alimenta directament la Fase 4 del quadern de projecte (Viabilitat: comptabilitat, fiscalitat i impacte).

Objectius didàctics

- Distingir, en el pressupost del projecte, la inversió inicial de les despeses corrents.
- Separar correctament els costos fixos dels costos variables.
- Calcular el punt mort del projecte i interpretar-lo com a objectiu mínim de vendes (CE4).
- Elaborar un compte de resultats previsional senzill i decidir, amb números, si el projecte és viable.

Passos

1. **Arreplegar les dades del projecte (8 min).** L'equip reuneix les xifres del seu propi projecte: preu de venda previst per unitat, cost variable per unitat (matèria primera i envàs) i costos fixos del període (lloguer, assegurances, web...). Si falta alguna dada, l'estima de manera raonada.
2. **Muntar el pressupost (10 min).** Amb la plantilla, l'equip separa la **inversió inicial** (allò que es compra una vegada per arrancar) de les **despeses corrents** (allò que es repeteix cada període). La pregunta guia: *què necessitem una sola vegada i què necessitem cada mes?*

3. **Calcular el punt mort (12 min).** L'equip aplica la fórmula $\text{Punt mort} = \text{Costos fixos} \div (\text{Preu} - \text{Cost variable unitari})$ i obté quantes unitats ha de vendre per no perdre. La pregunta guia: *és realista vendre eixa quantitat?*
4. **Compte de resultats previsional (12 min).** Amb una previsió prudent de vendes, l'equip calcula $\text{Ingressos} - \text{Costos variables} - \text{Costos fixos}$ i obté el resultat previst (benefici o pèrdua). La pregunta guia: *el projecte guanya diners amb una previsió realista?*
5. **Decisió de viabilitat (13 min).** A la vista dels números, l'equip escriu una conclusió: si el projecte és viable tal com està, o què hauria de canviar (pujar preu, baixar costos, vendre més) per ser-ho. Si les vendes previstes queden per davall del punt mort, ha de replantejar alguna cosa abans de continuar.

Lliurament

Pressupost del projecte amb inversió inicial i despeses corrents separades, càlcul del punt mort amb la fórmula desenvolupada, compte de resultats previsional complet i una conclusió de viabilitat de cinc línies que indique si el projecte ix a compte i, si no, què caldria ajustar.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Pressupost correcte	Separa bé inversió inicial i despeses corrents	20 %
Classificació de costos	Distingix correctament costos fixos i variables	20 %
Càlcul del punt mort	Aplica bé la fórmula i interpreta el resultat	25 %
Compte de resultats	Calcula el resultat previst sense errors i amb prudència	20 %
Conclusió de viabilitat	Decidix amb criteri i proposa ajustos si cal	15 %

Variants i extensions

- **Variant d'escenaris:** l'equip recalcula el compte de resultats amb un escenari optimista i un de pessimista de vendes per vore quant marge té.
- **Variant amb full de càlcul:** muntar el càlcul en un full de càlcul perquè el punt mort s'actualitze sol en canviar preu o costos.
- **Connexió amb la Fase 4:** traslladar el pressupost i el compte previsional validats directament al quadern de projecte com a part del lliurable de viabilitat.
- **Reforç:** entregar els costos ja classificats (fixos i variables) perquè l'equip es centre en el càlcul del punt mort i el compte de resultats.

Notes per al docent

- **Prudència en les vendes.** Insistir en què la previsió de vendes es faci a la baixa: l'error clàssic és inflar ingressos fins que el projecte «quadre».
- **El punt mort és el número clau.** Més que el benefici previst, allò útil és que cada equip isca sabent quantes unitats necessita vendre per no perdre.
- **Connectar amb la responsabilitat fiscal.** Aprofitar per recordar que un compte de resultats honest també suposa declarar tots els ingressos: la viabilitat real compta amb els impostos, no els esquivia.

Exercici: punt mort i lllindar de rendibilitat

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B3.4.1, B3.4.2, B3.4.3, B3.5.1, B3.5.2, B3.5.3 · Comp. específiques CE4 · Comp. clau STEM, CD, CE

Plantejament

Sabores de Casa és un projecte de càtering de menús casolans per a empreses que un equip de batxillerat vol posar en marxa. Després d'analitzar la seua àrea de producció i la seua estructura de costos, disposa de les següents dades mensuals:

- **Costos fixos mensuals:** 2 640 € (lloguer de cuina compartida 800 €, assegurança 120 €, web i màrqueting 140 €, amortització d'equips 380 €, quota d'autònom 1 200 €)
- **Cost variable per menú:** 7 € (ingredients i envàs)
- **Preu de venda per menú:** 18 €
- **Previsió de vendes en el primer mes:** 200 menús

Es demana

1. Calcula el **punt mort** (llindar de rendibilitat) del projecte en nombre de menús al mes. Mostra la fórmula i desenvolupa el càlcul pas a pas.
2. Comprova el resultat verificant que els ingressos i els costos totals s'igualen exactament a eixa quantitat de menús.
3. Amb la previsió de venda de 200 menús, calcula el **resultat econòmic** del primer mes (benefici o pèrdua). Supera el projecte el llindar? Quants menús li falten o li sobren?

SOLUCIÓ

1. Pas 1: marge de contribució unitari = preu - cost variable unitari = $18 - 7 = 11$ € per menú
2. Pas 2: punt mort = costos fixos / marge de contribució unitari = $2\,640 / 11 = 240$ menús al mes
3. Pas 3: comprovació — ingressos a 240 menús = $240 \times 18 = 4\,320$ €; costos totals = $2\,640 + 240 \times 7 = 2\,640 + 1\,680 = 4\,320$ €. Resultat = 0 €. Verificat.
4. Pas 4: amb nou preu de 20 €, marge de contribució = $20 - 7 = 13$ €; nou punt mort = $2\,640 / 13 = 203,08 \rightarrow 204$ menús al mes (arredonint a l'alça)
5. Pas 5: benefici/pèrdua amb 200 menús i preu 18 € = $200 \times 11 - 2\,640 = 2\,200 - 2\,640 = -440$ € (pèrdua)
6. Conclusió: amb 200 menús al mes el projecte no cobrix els costos fixos (falten 40 menús per al llindar). Pujar el preu a 20 € reduïx el punt mort a 204 menús, la qual cosa no resol el problema amb eixa demanda. La direcció hauria de revisar els costos fixos o augmentar el volum de vendes.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. Què financen principalment els impostos en un Estat del benestar?

- a) Només les despeses de funcionament del Govern.
- b) Els servicis públics com la sanitat, l'educació i les pensions.
- c) Exclusivament les ajudes a les empreses.
- d) Les inversions privades dels ciutadans.

2. Què és la fiscalitat verda?

- a) Un impost que només paguen les empreses agrícoles.
- b) El conjunt de tributs que desincentiven les activitats que danyen el medi ambient i premien les sostenibles.
- c) L'obligació de pintar de verd les fàbriques.
- d) Una exempció de tots els impostos per als autònoms.

3. Per què l'economia submergida és un problema per a la ciutadania?

- a) Perquè fa pujar els preus de tots els productes.
- b) Perquè cada euro no declarat és un euro menys per als servicis públics i carrega més qui sí complix.
- c) Perquè obliga les empreses a emetre massa factures.
- d) Perquè només afecta les grans empreses.

4. Què representa el balanç d'una empresa?

- a) Els ingressos i despeses de tot un any.
- b) Una fotografia del patrimoni en un moment concret: el que té i d'on ix.
- c) El nombre d'unitats que cal vendre per no perdre.
- d) La llista d'impostos que paga l'empresa.

5. Quina igualtat s'ha de complir sempre en un balanç?

- a) Ingressos = Despeses.
- b) Actiu = Patrimoni net + Passiu.
- c) Benefici = Preu - Cost.
- d) Costos fixos = Costos variables.

6. Un projecte té 3.000 € d'ingressos per vendes i 1.800 € de despeses totals. Segons el compte de resultats, quin és el seu resultat?

- a) Pèrdua de 1.800 €.
- b) Benefici de 1.200 €.
- c) Benefici de 4.800 €.
- d) No es pot saber sense el balanç.

7. Un projecte té 800 € de costos fixos, ven cada unitat a 6 € i el seu cost variable per unitat és 2 €. Quin és el seu punt mort?

- a) 100 unitats.
- b) 133 unitats.
- c) 200 unitats.
- d) 400 unitats.

8. En el pressupost del projecte, quina diferència hi ha entre inversió inicial i despeses corrents?

- a) La inversió inicial es paga una vegada en arrancar; les despeses corrents es repetixen cada període.
- b) La inversió inicial és sempre més barata que les despeses corrents.
- c) Les despeses corrents només existixen si hi ha préstec bancari.
- d) No hi ha diferència, són el mateix.

9. Quina d'estes és una font de finançament aliena adequada per a un projecte emprenedor innovador sense avals?

- a) Les aportacions de capital del mateix equip.
- b) Els beneficis reinvertits del projecte.
- c) Un préstec participatiu d'ENISA.
- d) Els diners estalviats pels socis abans de començar.

10. Per davall del punt mort, com que encara es ven alguna cosa, el projecte ja obté benefici.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Un projecte té 1.200 € de costos fixos, ven cada unitat a 10 € i el seu cost variable per unitat és 4 €. Quin és el seu punt mort? (en unitats)

Resposta: _____ unidades

12. Classifica cada font segons siga finançament propi o aliè:

- | | |
|---|----------------------|
| 1. Aportacions de capital de l'equip _____ | a) Finançament aliè |
| 2. Préstec participatiu d'ENISA _____ | b) Finançament propi |
| 3. Beneficis reinvertits en el projecte _____ | c) Finançament aliè |
| 4. Préstec bancari amb aval _____ | d) Finançament propi |

UNITAT 7

PROJECTE

110 min · 2 sessions · equips de projecte (3-4)

L'anàlisi d'impacte local del teu projecte: què deixes al teu territori?

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B4.1.1, B4.1.2, B4.2.1, B4.2.2, B4.2.3 · **Comp. específiques** CE5
 · **Comp. clau** CC, CPSAA, CCL, CE

MATERIALS: Fitxa de retorn local (mapa de despesa del projecte: proveïdors, ocupació, servicis, amb columna «local o de fora?») · Plantilla de petjada ecològica del projecte (materials, energia, residus, transport) · Taula de mesures circulars (residu o consum → mesura circular aplicable) · Fitxa d'ancoratge en ODS (un o dos ODS + prova concreta de compliment) · Resum de la Unitat 7 i dades econòmiques del projecte de la Fase 4 (pressupost i compres previstes)

Plantejament

La Unitat 7 ha presentat l'impacte d'un projecte en dos plans —el social-local i l'ambiental— i els ha unit en la idea de valor compartit. Esta activitat porta tot això al **projecte propi de l'equip**, no a un cas alié: cada equip sotmet el seu projecte a una anàlisi d'impacte honesta i ix amb mesures concretes per millorar-lo.

L'error que convé anticipar és el postureig: omplir la fitxa amb bones paraules —«som sostenibles», «creem ocupació»— sense dades ni decisions reals. El valor de l'activitat està justament en el contrari: estimar de veritat quant valor es queda al territori, assenyalar on el projecte més aprieta el medi ambient i proposar canvis verificables. L'activitat és l'assaig directe del lliurable d'**anàlisi d'impacte de la Fase 4** del quadern (Viabilitat) i connecta amb la competència específica CE5 (analitzar l'impacte social i ambiental i proposar millores), amb l'eix vertebrador de GPE —el desenvolupament econòmic local— al centre.

Objectius didàctics

- Estimar el retorn local del projecte a partir del seu mapa de despesa i proposar mesures per augmentar-lo (CE5).
- Identificar la petjada ecològica del projecte en els seus punts crítics i aplicar-li mesures circulars concretes.
- Justificar el valor compartit del projecte: com la seua forma de guanyar diners beneficia també la comunitat i el medi ambient.
- Ancorar el projecte en un o dos ODS reals amb una prova de compliment, evitant el postureig.

Passos

Sessió 1 — Impacte social i local

1. **Mapa de despesa del projecte (20 min).** L'equip recupera el pressupost i les compres previstes de la Fase 4 i bolca cada partida en la fitxa de retorn local: proveïdors, ocupació i servicis, marcant en cadascun «local o de fora?». No cal exactitud comptable; basta una estimació raonada.

2. **Estimació del retorn local (15 min).** Amb el mapa, l'equip estima de manera senzilla quina proporció de la despesa es quedaria en l'economia de proximitat. La pregunta guia: *de cada 10 euros que gastarà el projecte, quants es queden a prop?*

3. **Mesures per augmentar el retorn local (20 min).** L'equip identifica almenys **dos decisions** que podria canviar perquè es quede més valor al territori (canviar un proveïdor llunyà per un de la comarca, contractar o formar en l'entorn, contractar un servei local, sumar-se a un recurs col·laboratiu compartit). Cada mesura ha de ser realista per al seu projecte.

Sessió 2 — Impacte ambiental i valor compartit

4. **Petjada ecològica del projecte (15 min).** Amb la plantilla, l'equip identifica on aprieta més el seu projecte entre materials, energia, residus i transport. La pregunta guia: *quin és el nostre punt crític ambiental?*

5. **Mesures circulars (20 min).** Per al punt crític i, si poden, per a un més, l'equip aplica la taula de mesures circulars: usar menys, usar més temps, reincorporar materials o tancar el cicle amb el client. Almenys **dos mesures** concretes i aplicables.

6. **Ancoratge en ODS i valor compartit (20 min).** L'equip tria **un o dos ODS** amb els quals el seu projecte contribuïska de veritat i escriu, per a cadascun, una **prova de compliment** (una decisió real del projecte, no una intenció). Tanca amb una frase que expliqui el valor compartit: com, guanyant diners, el projecte aporta a la comunitat i al medi ambient.

Lliurament

Dossier d'anàlisi d'impacte del projecte amb quatre parts: (1) fitxa de retorn local amb l'estimació i dos mesures per augmentar-lo; (2) plantilla de petjada ecològica amb el punt crític assenyalat; (3) dos mesures circulars concretes; (4) fitxa d'ancoratge en un o dos ODS amb la seua prova de compliment i la frase de valor compartit. Este dossier s'incorpora directament al lliurable d'impacte de la Fase 4 del quadern.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Estimació del retorn local	Mapeja la despesa i estima de manera raonada quant valor es queda al territori	20 %
Mesures per al desenvolupament local	Proposa mesures realistes que augmenten el retorn local del projecte	20 %
Identificació de la petjada	Assenjala el punt crític ambiental del projecte amb criteri	15 %
Mesures circulars	Aplica mesures circulars concretes i viables al projecte	20 %
Ancoratge en ODS i valor compartit	Tria ODS reals amb prova de compliment i argumenta el valor compartit sense postureig	25 %

Variants i extensions

- **Variant de revisió creuada:** dos equips intercanvien dossiers i busquen postureig en el de l'altre (mesures sense prova, ODS sense justificar) abans del lliurament final.

- **Variant local reforçada:** convidar a valorar especialment les mesures que apunten l'economia de proximitat (proveïdor de comarca, ocupació local, recurs col·laboratiu compartit), en línia amb l'eix vertebrador de GPE.
- **Connexió amb la Fase 4:** traslladar el dossier validat tal qual al quadern de projecte com a part del lliurable de viabilitat i impacte.
- **Connexió amb la Fase 5:** preparar, a partir del dossier, una diapositiva d'impacte per al pitch final.

Notes per al docent

- **Proves, no bones paraules.** El criteri que més val és el d'evitar el postureig: exigir que cada ODS i cada mesura vagen acompanyats d'una decisió real del projecte.
- **Estimar està bé, inventar no.** El retorn local no necessita comptabilitat exacta, però sí basar-se en les compres reals previstes en la Fase 4.
- **Local i ambiental es toquen.** Aprofitar per mostrar que comprar de proximitat reduïx alhora la petjada de transport i augmenta el retorn local: una sola decisió, dos millores.
- **És l'assaig de la Fase 4.** Recordar que este dossier no és un exercici solt: alimenta directament el lliurable d'impacte del quadern.

CAS

55 min · 1 sessió · equips de projecte (3-4)

Cas: del residu al recurs, economia circular que es queda al territori

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B4.1.1, B4.1.2, B4.2.1, B4.2.2, B4.2.3 · **Comp. específiques** CE5 · **Comp. clau** CC, CPSAA, CCL

MATERIALS: Fitxa del cas amb dades de l'exemple valencià (activitat, localitat, què fa amb els seus residus, % d'aprofitament, productes derivats) · Plantilla d'anàlisi: retorn local · mesures circulars · ODS · valor compartit · Resum de la Unitat 7 (conceptes de retorn local, petjada, circular i valor compartit) · Accés a internet per contrastar una dada del cas amb una font

Plantejament

La Unitat 7 ha presentat els conceptes de retorn local, petjada ecològica, economia circular i valor compartit. Abans d'aplicar-los al projecte propi (activitat de projecte d'esta unitat), convé vore'ls funcionar sobre un **cas real i pròxim**: una empresa valenciana que convertix els seus residus en recursos i manté el valor d'un cultiu de la zona a la zona.

L'objectiu del cas no és admirar una empresa gran, sinó **extraure patrons imitables** per a un projecte d'aula: la pregunta «què tire que algú podria aprofitar?» i la pregunta «de qui compre i on està?» valen igual per a una citrícola que per a un projecte xicotet. El cas connecta amb la competència específica CE5 (analitzar l'impacte i proposar millores) i prepara directament l'activitat de projecte i la Fase 4 del quadern.

El cas

Zuvamesa (Sagunt, València). Elabora suc de taronja i mandarina espresmut (NFC, no procedent de concentrat) a partir de cítrics de la pròpia Comunitat Valenciana. Aprofita més del 90 % dels seus residus en lloc d'enviar-los a l'abocador: convertix les corfes en pèl·lets, extrau olis essencials de la pell i genera biogàs en una planta pròpia. Compta amb instal·lacions fotovoltaïques que cobrixen part de la seua demanda

energètica i amb la certificació «Residu Zero» d'AENOR. La Conselleria d'Agricultura l'ha destacada com a exemple d'economia circular citrícola a la regió.

Font: Zuvamesa (àrea de sostenibilitat i certificació «Residu Zero» d'AENOR); nota de la Conselleria d'Agricultura de la Generalitat Valenciana. L'equip haurà de contrastar almenys una dada amb una font accessible.

Objectius didàctics

- Identificar sobre un cas real el retorn local i les mesures d'economia circular aplicades (CE5).
- Reconèixer com un residu es convertix en recurs i per què això és alhora estalvi i valor compartit.
- Connectar el cas amb un o dos ODS justificant amb dades del propi cas.
- Extraure patrons imitables i traslladar-los a la realitat d'un projecte d'aula.

Passos

1. **Lectura i comprensió del cas (8 min).** L'equip llig la fitxa i subratlla: què produïx l'empresa, d'on trau la matèria primera i què fa amb allò que sobra.
2. **Retorn local (8 min).** L'equip identifica en què es veu el retorn local del cas: per què es diu que manté el valor al territori? A qui beneficia que compre cítrics valencians?
3. **Mesures circulars (10 min).** L'equip llista les mesures circulars concretes del cas (residu → recurs) i les classifica segons la lògica de la unitat: usar menys, usar més temps, reincorporar materials, energia pròpia.
4. **Ancoratge en ODS (7 min).** L'equip tria un o dos ODS amb els quals el cas contribuïska de veritat i assenyala la dada del cas que ho prova.
5. **Contrast d'una font (7 min).** L'equip verifica en internet almenys una dada del cas (per exemple, el percentatge d'aprofitament de residus o la certificació) i anota la font. És un exercici de rigor: no donar per bona una xifra sense comprovar-la.
6. **De Zuvamesa al teu projecte (15 min).** L'equip escriu **dos patrons imitables** del cas per al seu propi projecte: un de retorn local («què podríem comprar de proximitat?») i un de circular («quin residu o consum nostre podríem aprofitar o reduir?»).

Lliurament

Plantilla d'anàlisi del cas completa (retorn local, mesures circulars, ODS amb la seua prova) amb la font contrastada anotada, més dos patrons imitables —un de local i un de circular— traslladats al projecte de l'equip.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Comprensió del cas	Identifica amb claredat què fa l'empresa amb la seua matèria primera i els seus residus	20 %
Retorn local i mesures circulars	Reconeix i classifica correctament el retorn local i les mesures circulars del cas	25 %

Ancoratge en ODS	Tria ODS reals i els justifica amb una dada del propi cas	15 %
Contrast de font	Verifica una dada i anota la font de manera honesta	15 %
Transferència al projecte	Extrau dos patrons imitables aplicables al seu propi projecte	25 %

Variants i extensions

- **Variant amb cas alternatiu:** substituir Zuvamesa per una altra empresa valenciana d'economia circular (consultant la plataforma de l'IVACE) i repetir l'anàlisi, per no dependre d'un únic exemple.
- **Variant d'investigació local:** cada equip busca una empresa o cooperativa de la seua pròpia comarca que mantinga valor al territori i l'analitza amb la mateixa plantilla.
- **Connexió amb l'activitat de projecte:** portar els dos patrons imitables directament a l'anàlisi d'impacte del projecte propi.
- **Variant curta (30 min):** anàlisi del cas (passos 1-4) sense contrast de font ni transferència escrita, tancant amb una posada en comú oral.

Notes per al docent

- **Patró, no admiració.** Allò important no és que l'empresa siga gran, sinó que l'alumnat extraiga preguntes imitables per al seu projecte xicotet.
- **Residu igual a oportunitat.** Insistir en la idea clau de la unitat: on hi ha un residu mal aprofitat hi ha, sovint, un recurs o un negoci esperant.
- **Contrastar és part de l'aprenentatge.** Aprofitar el pas 5 per recordar que una dada sense font no val; verificar és una competència, no un tràmit.
- **Local i circular es reforcen.** Mostrar que comprar cítrics de la zona i aprofitar els seus residus no són dos coses distintes: són la mateixa decisió de mantindre el valor a prop.

TEST D'AUTOAVALUACIÓ · 12 PREGUNTES

1. Segons la lògica de GPE, des d'on es justifica la proposta de valor d'un projecte emprenedor?

- a) Des de la moda del moment en el mercat global.
- b) Des d'una necessitat real de l'entorn local que el projecte resol millor que una solució de fora.
- c) Des del producte que siga més barat de fabricar.
- d) Des de la imitació del competidor que més ven.

2. Què és el retorn local d'un projecte?

- a) El benefici que el projecte reinvertix en publicitat.
- b) La part de la despesa del projecte que es queda en l'economia de proximitat i torna a circular en ella.
- c) El nombre de clients que repetixen compra.
- d) L'impost que el projecte paga a l'ajuntament.

3. Dos projectes facturen exactament el mateix. El projecte A compra a proveïdors de la seua comarca i contracta persones del poble; el projecte B compra tot a una plataforma de fora i no contracta ningú local. Què es pot afirmar?

- a) Tenen el mateix impacte local perquè facturen igual.
- b) El projecte A té major retorn local i per tant major impacte en el desenvolupament del seu territori.
- c) El projecte B és més sostenible per definició.
- d) L'impacte local no depén de les decisions de compra.

4. En què consistix l'economia col·laborativa aplicada a un projecte que arranca?

- a) A regalar part del benefici a una ONG.
- b) A compartir recursos —local, maquinària, espai de coworking— en lloc de posseir-los tots.
- c) A vendre només a través de grans plataformes en línia.
- d) A contractar el major nombre possible de treballadors.

5. Què és la petjada ecològica d'un projecte?

- a) El logotip verd que el projecte posa en els seus envasos.
- b) El conjunt de recursos que consumix i de residus i emissions que genera la seua activitat.
- c) La quantitat de clients sensibles al medi ambient.
- d) El nombre d'ODS que apareixen en la seua presentació.

6. Quina d'estes decisions aplica la lògica de l'economia circular a un projecte?

- a) Dissenyar el producte perquè s'espante prompte i calga tornar a comprar-lo.
- b) Convertir un residu de l'activitat en un recurs aprofitable en lloc de tirar-lo.
- c) Usar el màxim d'embalatge possible per protegir el producte.
- d) Comprar sempre el més llunyà per diversificar proveïdors.

7. El cas de Zuvamesa (Sagunt) il·lustra alhora dues idees de la unitat. Quines?

- a) Greenwashing i publicitat il·lícita.
- b) Retorn local (compra cítrics valencians) i economia circular aplicada (aprofita més del 90 % dels seus residus).
- c) Planificació central i mà invisible.
- d) Cost d'oportunitat i frontera de possibilitats de producció.

8. Què significa que un projecte crea valor compartit?

- a) Que repartix una part del seu benefici entre els seus treballadors al final de l'any.
- b) Que la seua manera de guanyar diners produeix, alhora, un benefici per a la comunitat i el medi ambient.
- c) Que compartix les seues xarxes socials amb altres empreses.
- d) Que posa els 17 logos dels ODS en la seua presentació final.

9. En connectar el projecte amb els ODS, quina és la forma correcta de fer-ho?

- a) Estampar els 17 logos per demostrar màxim compromís.
- b) Triar un o dos ODS als quals el projecte contribuísca de manera real i poder explicar com.
- c) Triar l'ODS que tinga el color que millor combine amb la marca.
- d) Evitar esmentar els ODS per no comprometre's.

10. Si dos projectes facturen el mateix, el seu impacte sobre el desenvolupament del territori és necessàriament idèntic.

Vertader ☐ Fals ☐

11. Crear valor compartit significa repartir una part del benefici entre els treballadors al final de l'any.

Vertader ☐ Fals ☐

12. Aparella cada concepte de la unitat amb la seua definició:

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. Retorn local _____ | a) Recursos que consumix i residus i emissions que genera l'activitat |
| 2. Economia circular _____ | b) Part de la despesa que es queda en l'economia propera i torna a circular |
| 3. Petjada ecològica _____ | c) Compartir recursos en lloc de posseir-los tots |
| 4. Economia col·laborativa _____ | d) Convertir un residu en recurs en compte de tirar-lo |

Solucionari

Respostes correctes dels tests d'autoavaluació, amb comentari. Edició per al professorat.

UNITAT 1 · 12 PREGUNTES

- 1. b)** Inventar és crear alguna cosa que abans no existia; innovar és posar una novetat en ús de manera que genere valor real. Una idea tancada en un calaix no és innovació fins que algú l'aplica i produïx un efecte.
- 2. c)** La innovació de procés és una forma nova o millor de produir o distribuir. Canviar com es fabrica (automatitzar el pastat) és procés, no producte: el pa continua sent el mateix.
- 3. b)** Schumpeter va anomenar destrucció creativa el procés pel qual les novetats substituïxen allò anterior i, en fer-ho, impulsen el desenvolupament econòmic. És una de les raons per les quals la innovació genera creixement i ocupació.
- 4. b)** Existixen quatre tipus d'innovació. Molts projectes viables innoven en el procés (fer-ho més barat o sostenible), en el màrqueting (arribar a qui ningú atén) o en l'organització, sense necessitat d'un producte inèdit.
- 5. b)** La iniciativa posa en marxa el projecte; la perseverança manté el rumb davant les dificultats; la flexibilitat permet corregir sense abandonar. Les tres s'entrenen al llarg del procés emprenedor.
- 6. b)** La persona emprenedora detecta una oportunitat o necessitat i hi actua organitzant recursos i assumint risc. No és un do innat: el perfil es construeix amb actituds que s'entrenen.
- 7. b)** L'emprenedoria social crea projectes econòmicament viables la finalitat principal dels quals és l'impacte social o ambiental positiu. El benefici és un mitjà per sostindre la missió, no el fi; es diferencia així d'una ONG que viu de donacions.
- 8. b)** En La Fageda la finalitat social va primer —donar treball digne a persones amb discapacitat o trastorns mentals— i la producció de iogurts és el mitjà econòmic per sostindre-la en el temps. És el model d'empresa social: viable i amb impacte alhora.
- 9. b)** L'autodiagnòstic no diu si algú «val» —les actituds s'entrenen—, sinó que ofereix una foto honesta del punt de partida de cada membre. És el primer pas de la Fase 0 del quadern i permet repartir tasques amb criteri.
- 10. Fals** No: inventar és crear alguna cosa que abans no existia, però només es converteix en innovació quan eixa novetat arriba al mercat o la societat i genera valor real. Una invenció que es queda en un calaix no és innovació.
- 11. Fals** El perfil emprenedor no és un do innat: la unitat insisteix que les actituds s'entrenen al llarg del procés emprenedor. Per això l'autodiagnòstic servix com a punt de partida, no com a sentència.
- 12. 1 → b, 2 → c, 3 → d, 4 → a** Producte: una novetat que s'ofereix (iogurt sense lactosa). Procés: una forma nova de produir (automatitzar el pastat). Màrqueting: una forma nova d'arribar al client (subscripció a un públic desatès). Organització: un canvi en com s'organitza el treball (reorganitzar tornos).

UNITAT 2 · 12 PREGUNTES

- 1. b)** Una idea és qualsevol ocurrència; una oportunitat complix tres condicions: respon a una necessitat real, hi ha algú disposat a pagar-la o valorar-la i és realitzable amb els recursos al teu abast.
- 2. b)** El segell de GPE és el desenvolupament econòmic local: una oportunitat ancorada en una necessitat de la teua comunitat sol tindre menys competència i un impacte més clar, enfront de copiar una startup global.
- 3. b)** La fase divergent genera moltes idees sense jutjar-les; la convergent les avalua i tria. L'error més comú és criticar mentre es generen idees: el primer «això no funcionaria» mata la fluïdesa. Per això durant la divergent està prohibit criticar.
- 4. b)** SCAMPER és una tècnica de creativitat: aplica els verbs Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Posar altres usos, Eliminar i Reordenar a un producte o servei existent per generar variacions que no sorgirien de manera espontània.
- 5. b)** PESTEL examina sis grups de factors externs de l'entorn general que l'empresa no controla, només té en compte: Polític, Econòmic, Sociocultural, Tecnològic, Ecològic i Legal.
- 6. b)** El DAFO creua intern/extern amb positiu/negatiu. Debilitats (intern-negatiu) i Fortaleses (intern-positiu) depenen de l'equip i de la idea. Oportunitats i Amenaces són externes, vénen de l'entorn.
- 7. c)** El que ve de fora de l'equip i pot perjudicar el projecte és una amenaça (extern-negatiu). L'error típic és confondre les caselles: si depén de l'entorn és extern (A/O); si depén de vosaltres és intern (D/F).
- 8. b)** Una externalitat és un efecte que recau sobre tercers aliens a l'activitat sense reflectir-se en el preu. Pot ser negativa (contaminació, precarització) o positiva (ocupació local, formació). Les negatives sovint generen o agreugen desigualtats.
- 9. c)** Quasi tota activitat genera alguna externalitat, així que no es tracta de renunciar per qualsevol efecte, sinó de conèixer-les, minimitzar les negatives —en especial les que creen desigualtat sense necessitat— i afavorir les positives, coherent amb l'emprenedoria sostenible.
- 10. Fals** En la fase divergent està prohibit criticar: l'objectiu és generar moltes idees sense jutjar-les. El primer «això no funcionaria» frena la fluïdesa i tanca el grup. L'avaluació i el descart arriben després, en la fase convergent.
- 11. Vertader** Correcte. El DAFO creua intern/extern amb positiu/negatiu: oportunitats (extern-positiu) i amenaces (extern-negatiu) vénen de l'entorn. Les fortaleses i debilitats són internes i depenen de l'equip.
- 12. 1 → b, 2 → d, 3 → c, 4 → a** Dominar les xarxes és intern-positiu (fortalesa); la falta de pressupost és intern-negatiu (debilitat); una nova subvenció és extern-positiu (oportunitat); que un competidor abaixe preus és extern-negatiu (amença).

UNITAT 3 · 12 PREGUNTES

- 1. b)** La localització equilibra diversos factors que tiren en direccions oposades. Un projecte digital no elimina els costos, els canvia de lloc (web, allotjament, publicitat, repartiment).
- 2. b)** Arrancar xicotet no determina el sostre del projecte; és una estratègia per aprendre i corregir amb poc risc. La dimensió inicial pot créixer si el model funciona.
- 3. c)** La responsabilitat és el que més pesa en triar. L'autònom té responsabilitat il·limitada; la SL i la cooperativa, limitada al capital aportat.
- 4. c)** La Llei 18/2022 de creació i creixement d'empreses va rebaixar el capital mínim de la SL dels 3.000 € tradicionals a 1 €, per facilitar la creació d'empreses.
- 5. c)** La cooperativa està pensada perquè cada soci siga alhora treballador, amb gestió democràtica i, sovint, vocació d'impacte social. La Comunitat Valenciana té una forta tradició cooperativa.
- 6. b)** Discrepar és normal en qualsevol empresa. El que distingeix un bon equip és discrepar bé: criteris abans que opinions, arguments, escolta activa i un mètode de decisió clar.
- 7. b)** El PAE combina assessorament gratuït i tramitació en un únic punt. És la concreció del principi de finestra única i estalvia diners i errors a qui emprén.
- 8. b)** El DUE recull en un sol formulari totes les dades de l'empresa i repartix la informació a cada organisme, evitant fer cada tràmit per separat. És l'eina clau del sistema CIRCE.
- 9. c)** L'IVACE (hui IVACE+i) és l'agència de la Generalitat que dona suport a les empreses amb assessorament, formació i ajudes. Les cambres de comerç i les agències de desenvolupament local completen la xarxa a la CV.
- 10. Fals** Fals. L'autònom té responsabilitat il·limitada: respon dels deutes amb tot el seu patrimoni personal. La responsabilitat limitada al capital aportat és pròpia de la Societat Limitada i de la cooperativa, no de l'autònom.
- 11. 750 €** Capital per soci = capital total ÷ nombre de socis = 3.000 ÷ 4 = 750 €. Recorda que després de la Llei Crea i Creix el mínim legal de la SL és d'1 €, però ací l'equip ha decidit aportar 3.000 € entre els quatre.
- 12. 1 → c, 2 → a, 3 → b, 4 → d** L'autònom respon amb tot el seu patrimoni (responsabilitat il·limitada); la SL limita la responsabilitat al capital aportat; la cooperativa unix soci i treballador amb gestió democràtica; el PAE no és una forma jurídica, sinó la finestra única que assessora i tramita.

UNITAT 4 · 12 PREGUNTES

- 1. b)** Aprovisionar-se és aconseguir el que el projecte necessita per funcionar (matèries primeres, materials, productes, servicis externs). La pregunta clau és què necessita, quant, quan i a qui li ho compra.
- 2. b)** El punt de comanda és el nivell d'existències que activa una nova compra, calculat per no quedar-se sense material mentre arriba la nova comanda. Va associat a fixar un mínim de seguretat per davall del qual no es vol baixar.
- 3. b)** L'albarà (o nota de lliurament) acompanya la mercaderia i servix per comprovar que el que s'ha rebut coincideix amb el que s'ha demanat; la seua funció és certificar el lliurament, no detallar el preu. La factura és la que té valor legal i comptable i inclou preus i IVA.
- 4. c)** El prototip és la primera versió real del producte o servici, feta per provar-la, mostrar-la i millorar-la. No ha de ser perfecte: el seu valor està en el que s'aprén en construir-lo i mostrar-lo abans d'invertir en producció.
- 5. b)** En GPE, el producte o servici és la resposta a una necessitat real de la comunitat. Si es perd de vista a qui ajuda i per a què, s'acaba fabricant alguna cosa que funciona tècnicament però que ningú necessita.
- 6. b)** L'estudi de mercat investiga el client, la competència i l'entorn amb un objectiu pràctic: prendre millors decisions. Les seues tècniques bàsiques accessibles són l'enquesta, l'observació i l'anàlisi de la competència.
- 7. b)** Les quatre P són producte (què oferisc), preu (quant costa), distribució o place (on i com arriba al client) i comunicació o promotion (com el done a conèixer). El seu valor està que siguen coherents entre si.
- 8. b)** El valor del màrqueting mix està en la coherència: les quatre decisions han de contar la mateixa història. Un producte artesà de qualitat no casa amb un preu de saldo ni amb un canal de venda massiu; el missatge es torna contradictori.
- 9. c)** La Llei General de Publicitat considera il·lícita la publicitat que atempta contra la dignitat de les persones o que usa la imatge de la dona de manera vexatòria o discriminatòria. Per això una comunicació responsable evita la cosificació i els estereotips.
- 10. Fals** Fals. L'albarà acompanya la mercaderia i servix per comprovar que el que s'ha rebut coincideix amb el que s'ha demanat; no detalla necessàriament el preu. El document amb valor legal i comptable, que inclou preus i IVA, és la factura.
- 11. 130 unidades** Punt de comanda = (consum diari × termini de lliurament) + estoc de seguretat = (20 × 5) + 30 = 100 + 30 = 130 unitats. En arribar a eixe nivell es llança la comanda per no quedar-se sense material mentre arriba la nova.
- 12. 1 → c, 2 → a, 3 → d, 4 → b** Producte respon a què oferisc; preu, a quant costa; distribució, a on i com arriba al client; comunicació, a com el done a conèixer. El valor del màrqueting mix està que les quatre decisions siguen coherents entre si.

UNITAT 5 · 12 PREGUNTES

1. b) L'àrea de recursos humans s'ocupa de les persones: definir quins perfils fan falta, incorporar-les, organitzar el treball, cuidar l'ambient i comunicar-se. En el teu projecte és, sobretot, organitzar i comunicar el teu propi equip.

2. c) La pregunta clau no és qui vol fer què, sinó qui fa millor què. L'important és que totes les funcions tinguin amo i que el repartiment es faci segons les capacitats reals de cada membre.

3. b) El procés comença per definir el perfil. Sense un perfil clar del que es necessita, tota la resta (buscar, seleccionar i incorporar) falla, perquè no hi ha un criteri per comparar candidatures.

4. b) El contracte de treball és l'acord pel qual una persona treballa per a una empresa a canvi d'un salari i sota la seua direcció. Fixa allò essencial (què, on, quant de temps, per quants diners) i protegeix les dues parts.

5. c) El salari brut és el total que l'empresa reconeix; d'ací es resten les deduccions (aportació a la Seguretat Social i retenció d'IRPF). El que queda és el salari net, els diners que de veritat arriben al compte.

6. b) La part que la persona aporta a la Seguretat Social finança el sistema comú: pensions, sanitat i desocupació, entre altres. Per això cotitzar i pagar impostos s'entén en GPE com una contribució al sosteniment d'allò comú.

7. c) El videocurrículum no substituïx el currículum, el complementa. És una presentació breu en vídeo que mostra el que un paper no pot: com s'expressa la persona. És habitual en perfils comercials, creatius o d'atenció al públic.

8. b) Comunicació, treball en equip, adaptació o resolució de problemes es valoren cada vegada més perquè allò tècnic es pot ensenyar en l'empresa, mentre que l'actitud i la manera de treballar són difícils de canviar. I s'entrenen treballant en equip.

9. b) La comunicació interna circula dins de l'organització (entre els membres de l'equip i la coordinació); l'externa es dirigeix cap a fora (clients, proveïdors, administració, societat). Ambdues han de ser coherents entre si.

10. Vertader Correcte. El salari brut és el total que l'empresa reconeix; d'ell es resten l'aportació a la Seguretat Social i la retenció d'IRPF. El que queda és el salari net, els diners que arriben al compte.

11. 1275 € Salari net = salari brut – deduccions = 1.500 – 95 – 130 = 1.275 €. Les deduccions (Seguretat Social i IRPF) són la diferència entre el que l'empresa reconeix i el que rep la persona treballadora.

12. 1 → b, 2 → d, 3 → a, 4 → c El procés comença per definir el perfil (primer pas); després es publica l'oferta i es reben candidatures (segon); a continuació s'entrevista (tercer) i, per últim, es firma el contracte (quart). Sense un perfil clar a l'inici, la resta falla.

UNITAT 6 · 12 PREGUNTES

1. b) Els impostos financen els servicis públics que sostenen l'Estat del benestar: sanitat, educació, pensions, dependència i prestacions. Qui usa un hospital públic o una beca gaudix d'alguna cosa finançada amb els impostos de tots.

2. b) La fiscalitat verda són els tributs dissenyats amb la lògica de «qui contamina, paga»: graven el que danya el medi ambient (gasos fluorats, plàstics no reutilitzables) i premien allò sostenible (bonificacions a vehicles elèctrics).

3. b) L'economia submergida oculta ingressos a Hisenda, per la qual cosa resta recursos a la sanitat, l'educació o les pensions i obliga qui complix a suportar una càrrega major. A Espanya s'estima entorn del 20-25 % del PIB segons GESTHA.

4. b) El balanç és una foto del patrimoni en un instant. Té dos costats que sempre sumen el mateix: l'actiu (el que l'empresa té) i el patrimoni net més el passiu (d'on ha eixit).

5. b) Tot el que l'empresa té (actiu) s'ha finançat amb diners propis (patrimoni net) o amb diners d'altres que caldrà tornar (passiu). Per això ambdós costats del balanç sumen sempre el mateix.

6. b) El resultat és Ingressos – Despeses = 3.000 – 1.800 = 1.200 € de benefici. El compte de resultats recull ingressos i despeses d'un període i diu si hi ha benefici (ingressos majors) o pèrdua (despeses majors).

7. c) Punt mort = Costos fixos ÷ (Preu – Cost variable unitari) = 800 ÷ (6 – 2) = 800 ÷ 4 = 200 unitats. És el nombre que cal vendre per no perdre ni guanyar; a partir de la unitat 201 comença el benefici.

8. a) La inversió inicial és el que es compra una sola vegada per arrancar i dura en el temps (maquinària, primer estoc, web). Les despeses corrents es repetixen cada període perquè el projecte funcione (matèries primeres, lloguer, subministraments).

9. c) ENISA concedix préstecs participatius públics a emprenedors sense exigir avals ni garanties personals, apostant per la viabilitat del projecte. És finançament aliè (cal tornar-lo); les aportacions de l'equip i els beneficis reinvertits són finançament propi.

10. Fals Fals. El punt mort és la quantitat que cal vendre per no perdre ni guanyar. Per davall d'ell els ingressos no cobrixen els costos totals: hi ha pèrdues. El benefici només apareix en superar eixa quantitat.

11. 200 unidades Punt mort $Q^* = \text{Costos fixos} \div (\text{Preu} - \text{Cost variable unitari}) = 1.200 \div (10 - 4) = 1.200 \div 6 = 200$ unitats. A partir de la unitat 201 el projecte comença a obtenir benefici.

12. 1 → b, 2 → a, 3 → d, 4 → c Les aportacions de l'equip i els beneficis reinvertits són finançament propi (no cal tornar-los). El préstec d'ENISA i el préstec bancari són finançament aliè: cal tornar-los, normalment amb interessos.

UNITAT 7 · 12 PREGUNTES

- 1. b)** En GPE, la proposta de valor es valida quan respon a una necessitat real de la comunitat i el projecte, per la seua proximitat, la resol millor que una solució llunyana. La pregunta no és només «això es pot vendre?», sinó «quina necessitat del meu entorn resol i per què jo, ací, ho faig millor?».
- 2. b)** El retorn local és la part de la despesa del projecte (proveïdors, ocupació, servicis) que es queda en l'economia propera i torna a circular en ella. A major retorn local, major impacte sobre el desenvolupament del territori, encara que la facturació siga la mateixa.
- 3. b)** Encara que facturen el mateix, el retorn local és molt distint: els diners del projecte A tornen a circular en l'entorn (el proveïdor i el treballador gasten prop), mentre que els del projecte B s'evaporen cap a fora. L'impacte local depén de les decisions, no només de la facturació.
- 4. b)** L'economia col·laborativa consistix a compartir recursos en compte de posseir-los tots: compartir local o taller, usar coworking, llogar maquinària. Per a un projecte que arranca abarateix l'inici, reduïx recursos ociosos i teixix xarxa amb altres projectes de l'entorn.
- 5. b)** La petjada ecològica és el conjunt de recursos que consumix (energia, aigua, materials) i de residus i emissions que genera l'activitat del projecte. Per emprendre amb propòsit no cal mesurar-la amb exactitud: n'hi ha prou d'identificar-ne els punts crítics —materials, energia, residus, transport— per reduir-los.
- 6. b)** L'economia circular pregunta, en cada decisió: puc usar-ne menys?, usar-lo més temps?, pot això tornar a entrar en un cicle? Convertir un residu en recurs és un exemple clar, enfront del model lineal d'extraure-produir-tirar.
- 7. b)** Zuvamesa compra la matèria primera a la citricultura valenciana —retorn local: manté el valor d'un cultiu de la zona en la zona— i aprofita més del 90 % dels seus residus transformant-los en pèl·lets, olis essencials i biogàs —economia circular aplicada—.
- 8. b)** El valor compartit es dona quan la mateixa manera de guanyar diners del projecte genera, alhora, benefici social i ambiental. No és filantropia (repartir benefici després) ni rentat d'imatge: és dissenyar el negoci perquè crear valor econòmic i crear valor per a l'entorn siguen la mateixa cosa.
- 9. b)** La regla és l'honestedat: es trien un o dos ODS que el projecte toca de manera real i demostrable, i s'explica com. Estampar els 17 logos és el contrari del propòsit i s'acosta a la postura o al greenwashing.
- 10. Fals** Fals. L'impacte local depén de les decisions de compra i contractació, no només de la facturació. Un projecte que compra a proveïdors de la seua comarca i contracta persones del poble té major retorn local que un altre que ho compra tot fora, encara que facturen igual.
- 11. Fals** Fals. El valor compartit no és filantropia ni repartiment posterior de benefici: es dona quan la mateixa manera de guanyar diners del projecte genera, alhora, benefici per a la comunitat i el medi ambient. És dissenyar el negoci perquè crear valor econòmic i crear valor per a l'entorn siguen la mateixa cosa.
- 12. 1 → b, 2 → d, 3 → a, 4 → c** Retorn local: despesa que es queda i recircula en l'entorn. Economia circular: convertir un residu en recurs. Petjada ecològica: recursos consumits i residus i emissions generats. Economia col·laborativa: compartir recursos en lloc de posseir-los tots.