

GPE · CUADERNO DE PROYECTO

# Vuestro proyecto, paso a paso

*Edición · Alumnado*

## EL EQUIPO

Nombre del proyecto:

-----

Integrantes:

-----

Curso y grupo:

-----

# Las fases

1. Fase 0 — Equipo y reto
2. Fase 1 — Idea y oportunidad
3. Fase 2 — Modelo de negocio y arranque
4. Fase 3 — Marketing y prototipo
5. Fase 4 — Viabilidad
6. Fase 5 — Puesta en marcha y pitch

# Equipo y reto: autoconocimiento y desafío local

**Entregable:** DAFO personal de cada miembro, reparto de roles, normas de equipo y ficha del reto local elegido.

MANOS A LA OBRA

Rellenad la **ficha del reto local** de vuestro equipo: qué necesidad de vuestro entorno habéis detectado, a quién afecta, por qué importa y por qué sois el equipo adecuado para abordarla.

| NECESIDAD O PROBLEMA LOCAL | ¿A QUIÉN AFECTA? | ¿POR QUÉ IMPORTA? | ¿POR QUÉ NUESTRO EQUIPO? |
|----------------------------|------------------|-------------------|--------------------------|
|                            |                  |                   |                          |

**REFLEXIÓN DEL EQUIPO** — *¿Vuestro reto es de verdad un problema local que os importa, o lo habéis elegido por comodidad?*

## FASE 1 — IDEA Y OPORTUNIDAD

# Idea y oportunidad

**Entregable:** Idea de negocio validada como oportunidad real, con análisis PESTEL y DAFO del entorno.

### MANOS A LA OBRA

Rellenad la **tabla de validación**: pasad de vuestra idea a comprobar si es de verdad una oportunidad que el entorno está esperando.

| NUESTRA<br>IDEA | ¿QUÉ NECESIDAD<br>CUBRE? | ¿POR QUÉ AHORA?<br>(OPORTUNIDAD) | ¿QUIÉN MÁS LO HACE?<br>(COMPETENCIA) |
|-----------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
|                 |                          |                                  |                                      |

**REFLEXIÓN DEL EQUIPO** — *¿Os habéis enamorado de la idea o habéis comprobado de verdad que alguien la necesita?*

## Modelo de negocio y decisiones de arranque

**Entregable:** Business Model Canvas del proyecto y primeras decisiones de arranque (forma jurídica, localización, trámites).

### MANOS A LA OBRA

Dibujad el **Business Model Canvas** de vuestro proyecto: los nueve bloques que resumen en una página cómo crea y captura valor.

|                      |                    |                       |
|----------------------|--------------------|-----------------------|
| SOCIOS CLAVE         | PROPUESTA DE VALOR | ACTIVIDADES CLAVE     |
| RECURSOS CLAVE       |                    | RELACIÓN CON CLIENTES |
| ESTRUCTURA DE COSTES | FUENTES DE INGRESO | CANALES               |
| SEGMENTOS DE CLIENTE |                    |                       |

**REFLEXIÓN DEL EQUIPO** — ¿Encajan los nueve bloques entre sí o hay alguno que contradice a los demás?

## Marketing y prototipo

**Entregable:** Estudio de mercado básico, plan de marketing mix (4P) y un prototipo de vuestro producto o servicio.

### MANOS A LA OBRA

Completad el **marketing mix** de vuestro proyecto: las cuatro P (producto, precio, plaza y promoción) coherentes con vuestra clientela.

|                 |                  |
|-----------------|------------------|
| <b>PRODUCTO</b> | <b>PRECIO</b>    |
| <b>PLAZA</b>    | <b>PROMOCIÓN</b> |

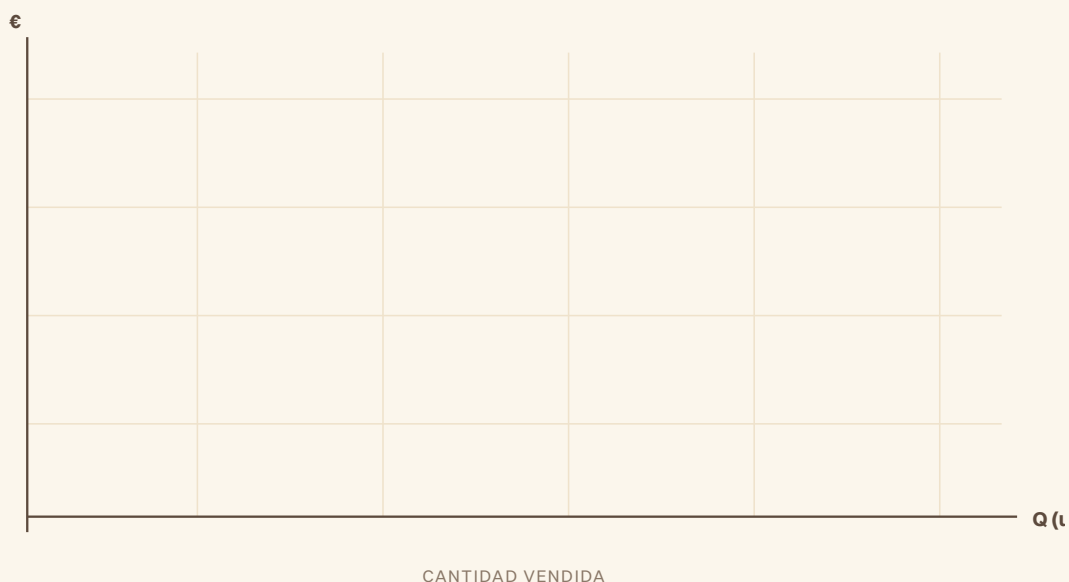
**REFLEXIÓN DEL EQUIPO** — ¿Vuestras cuatro P apuntan todas al mismo cliente, o cada una va por su lado?

## Viabilidad: contabilidad, fiscalidad e impacto

**Entregable:** Presupuesto, cuenta de resultados previsional, punto muerto y análisis de impacto (económico, social y ambiental).

### MANOS A LA OBRA

Calculad el **punto muerto** de vuestro proyecto: cuántas unidades tenéis que vender para no perder dinero. Rellenad la plantilla con vuestros costes fijos, precio y coste variable unitario.



Punto muerto (uds) = **Costes fijos ÷ (Precio - Coste variable unitario)**

| COSTES FIJOS<br>(€) | COSTE VARIABLE POR UNIDAD<br>(€) | PRECIO DE VENTA<br>(€) | PUNTO MUERTO<br>(UDS) |
|---------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|
|                     |                                  |                        |                       |

**REFLEXIÓN DEL EQUIPO** — ¿El punto muerto que os sale es alcanzable de verdad con vuestra clientela, o necesitáis vender una cantidad imposible?

## Puesta en marcha y pitch

**Entregable:** Plan de puesta en marcha y la comunicación del proyecto: presentación digital y pitch oral ante un auditorio.

### MANOS A LA OBRA

Preparad el **guion de vuestro pitch**: las diapositivas clave que cuentan, en pocos minutos, qué problema local resolvéis, cómo, para quién y por qué es viable.

#### 1. PROBLEMA

---

---

#### 2. SOLUCIÓN

---

---

#### 3. MERCADO

---

---

#### 4. PRODUCTO

---

---

#### 5. MODELO DE NEGOCIO

---

---

#### 6. COMPETENCIA

---

---

#### 7. EQUIPO

---

---

#### 8. NÚMEROS

---

---

### 9. PETICIÓN

---

---

**REFLEXIÓN DEL EQUIPO** — *¿Vuestro pitch empieza por el problema (lo que importa) o por el producto (lo que os gusta a vosotros)?*