

GPE · QUADERN DE PROJECTE

El vostre projecte, pas a pas

Edició · Professorat

L'EQUIP

Nom del projecte:

Integrants:

Curs i grup:

Les fases

1. Fase 0 — Equip i repte
2. Fase 1 — Idea i oportunitat
3. Fase 2 — Model de negoci i arrancada
4. Fase 3 — Màrqueting i prototip
5. Fase 4 — Viabilitat
6. Fase 5 — Posada en marxa i pitch

Equip i repte: autoconeixement i desafiament local

Lliurable: DAFO personal de cada membre, repartiment de rols, normes d'equip i fitxa del repte local triat.

MANS A L'OBRA

Ompliu la **fitxa del repte local** del vostre equip: quina necessitat del vostre entorn heu detectat, a qui afecta, per què importa i per què sou l'equip adequat per a abordar-la.

NECESSITAT O PROBLEMA LOCAL	A QUI AFECTA?	PER QUÈ IMPORTA?	PER QUÈ EL NOSTRE EQUIP?

REFLEXIÓ DE L'EQUIP — *El vostre repte és de veritat un problema local que vos importa, o l'heu triat per comoditat?*

ORIENTACIÓ DOCENT

Forceu que el repte siga verificable de primera mà (barri, poble, institut). Rebutgeu reptes genèrics tipus «el canvi climàtic»: demaneu que l'aterren a una manifestació local concreta. Un bon senyal: l'equip pot nomenar persones reals afectades.

Idea i oportunitat

Lliurable: Idea de negoci validada com a oportunitat real, amb anàlisi PESTEL i DAFO de l'entorn.

MANS A L'OBRA

Ompliu la **taula de validació**: passeu de la vostra idea a comprovar si és de veritat una oportunitat que l'entorn està esperant.

LA NOSTRA IDEA	QUINA NECESSITAT COBRIX?	PER QUÈ ARA? (OPORTUNITAT)	QUI MÉS HO FA? (COMPETÈNCIA)

REFLEXIÓ DE L'EQUIP — Vos heu enamorat de la idea o heu comprovat de veritat que algú la necessita?

ORIENTACIÓ DOCENT

L'error clàssic ací és validar amb la família. Empenyeu-los a eixir a preguntar a clients potencials reals. Una idea sense ningú disposat a pagar no és una oportunitat.

Model de negoci i decisions d'arrancada

Lliurable: Business Model Canvas del projecte i primeres decisions d'arrancada (forma jurídica, localització, tràmits).

MANS A L'OBRA

Dibuixeu el **Business Model Canvas** del vostre projecte: els nou blocs que resumixen en una pàgina com crea i captura valor.

SOCIS CLAU	PROPOSTA DE VALOR	ACTIVITATS CLAU
RECURSOS CLAU		RELACIÓ AMB ELS CLIENTS
ESTRUCTURA DE COSTOS	FONTS D'INGRESSOS	CANALS
SEGMENTS DE CLIENTS		

REFLEXIÓ DE L'EQUIP — Encaixen els nou blocs entre si o n'hi ha algun que contradiu la resta?

ORIENTACIÓ DOCENT

Demaneu coherència entre blocs: si la proposta de valor és «producte premium artesà», els canals i l'estructura de costos han d'acompanyar. Sobre forma jurídica, remeteu-los al PAE (Punt d'Atenció a l'Emprenedor) en compte de donar vosaltres la resposta.

Màrqueting i prototip

Lliurable: Estudi de mercat bàsic, pla de màrqueting mix (4P) i un prototip del vostre producte o servei.

MANS A L'OBRA

Completeu el **màrqueting mix** del vostre projecte: les quatre P (producte, preu, plaça i promoció) coherents amb la vostra clientela.

PRODUCTE	PREU
PLAÇA	PROMOCIÓ

REFLEXIÓ DE L'EQUIP — Les vostres quatre P apunten totes al mateix client, o cadascuna va pel seu costat?

ORIENTACIÓ DOCENT

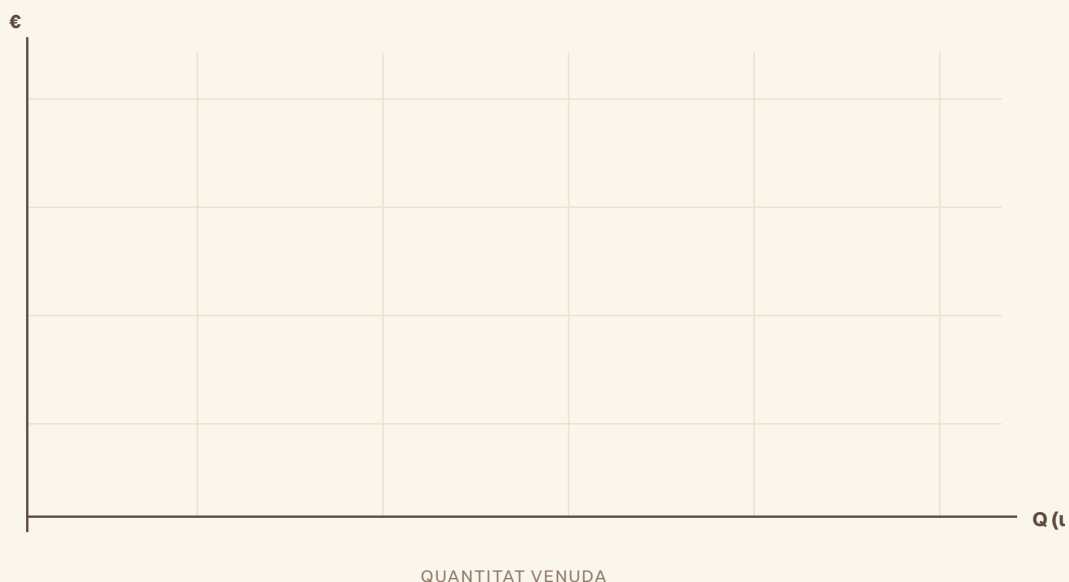
Vigileu la coherència entre les 4P i el segment triat en el canvas. Empenyeu que el prototip siga barat i ràpid: cartó, una web d'una pàgina, una maqueta. L'objectiu és que un client real el prove i diga què falla, no que quede bonic.

Viabilitat: comptabilitat, fiscalitat i impacte

Lliurable: Pressupost, compte de resultats previsional, punt mort i anàlisi d'impacte (econòmic, social i ambiental).

MANS A L'OBRA

Calculeu el **punt mort** del vostre projecte: quantes unitats heu de vendre per a no perdre diners. Ompliu la plantilla amb els vostres costos fixos, preu i cost variable unitari.



Punt mort (uts) = **Costos fixos ÷ (Preu – Cost variable unitari)**

COSTOS FIXOS (€)	COST VARIABLE PER UNITAT (€)	PREU DE VENDA (€)	PUNT MORT (UTS)

REFLEXIÓ DE L'EQUIP — El punt mort que vos ix és assolible de veritat amb la vostra clientela, o necessiteu vendre una quantitat impossible?

L'error més comú és comptar només la viabilitat econòmica. Exigiu les tres viabilitats: econòmica, social i ambiental. I separeu benefici de caixa: es pot tindre benefici en el compte de resultats i quedar-se sense diners per a pagar a fi de mes.

Posada en marxa i pitch

Lliurable: Pla de posada en marxa i la comunicació del projecte: presentació digital i pitch oral davant d'un auditori.

MANS A L'OBRA

Prepareu el **guió del vostre pitch**: les diapositives clau que contenen, en pocs minuts, quin problema local resoleu, com, per a qui i per què és viable.

1. PROBLEMA

2. SOLUCIÓ

3. MERCAT

4. PRODUCTE

5. MODEL DE NEGOCI

6. COMPETÈNCIA

7. EQUIP

8. XIFRES

9. PETICIÓ

REFLEXIÓ DE L'EQUIP — *El vostre pitch comença pel problema (el que importa) o pel producte (el que vos agrada a vosaltres)?*

ORIENTACIÓ DOCENT

Cronometreu els assajos. Un pitch que es passa de temps o que llig les diapositives perd l'auditori. Insistiu a obrir pel problema local i tancar per la viabilitat; el producte va al mig, no al principi.