



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUIA DOCENT DE PROJECTE D'EMPRENEDORIA I 2026-27

DADES GENERALS

Nom:	PROJECTE D' EMPRENEDORIA I
Codi:	801351 (BUSINESSTECH)
Curs:	2026-27
Titulació:	Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia
Nº de crèdits (ECTS):	6
Ubicació en el pla d' estudis:	3r. Curs, 1r. quadrimestre
Departament:	Direcció Estratègica
Responsable departament:	Dra. Cristina Cáliz
Data de l' última revisió:	Juliol 2026
Professorat:	Verónica Torras / Jordi Vinaixa

1. DESCRIPCIÓ GENERAL

Projecte d' Emprenedoria I és la primera assignatura de l' itinerari d' empenedoria de la menció. El seu objectiu és que l'estudiant recorri, per primera vegada i de forma pràctica, el cicle complet de creació d'un nou negoci: des de la identificació d'un problema real fins a la comunicació del projecte per aconseguir recursos.

L'assignatura s'organitza al voltant d'un projecte d'equip que evoluciona al llarg del trimestre. Els estudiants, agrupats en equips de quatre o cinc alumnes, identifiquen una oportunitat, validen el problema mitjançant entrevistes amb clients potencials, dissenyen i posen a prova un model de negoci, construeixen un producte mínim viable i preparen una presentació final davant de públic per aconseguir els recursos necessaris per a la posada en marxa del projecte.

L' enfocament és pràctic i iteratiu. Cada sessió combina contingut conceptual nou amb seguiment i mentoria dels projectes en curs, de manera que la teoria sempre s' aplica immediatament a un projecte real. La metodologia del *customer discovery*, parlar/validar amb clients abans de construir, és el fil conductor de tota l'assignatura, i la intel·ligència artificial generativa s'integra de forma transversal com a eina de treball en cada fase del projecte.

Projecte d'Emprenedoria I és una primera immersió en l'empenedoria, un primer cicle complet i lleuger que senta les bases per a Projecte d'Emprenedoria II, on l'estudiant aprofundirà en la implementació i els aspectes quantitatius del negoci.

2. OBJECTIUS

- Comprendre el procés de creació d' un nou negoci com un recorregut iteratiu i no

lineal que va de la identificació d' un problema a la comunicació del projecte per aconseguir els recursos necessaris.

- Aplicar la metodologia del *customer discovery* i utilitzar el *Mom Test* per validar problemes, i oportunitats de negoci mitjançant entrevistes amb clients reals.
- Dissenyar i validar una proposta de valor i un model de negoci a partir de la informació recollida en les entrevistes.
- Dissenyar, construir i utilitzar productes mínims viables que permetin posar a prova les hipòtesis clau del projecte i ajudar en la presa de decisions sobre l' evolució del projecte.
- Comunicar un projecte emprenedor de forma eficaç davant d' una audiència, amb l' objectiu d' aconseguir recursos.
- Treballar en equip al llarg d'un projecte complet, integrant l'aprenentatge col·lectiu i la iteració contínua.

3. RESULTATS D' APRENTATGE

- Reconèixer el procés i les etapes que implica la creació d' empreses i startups.
- Presentar de manera clara i eficaç el model de negoci i la seva projecció.
- Validar problemes i oportunitats de negoci mitjançant el contacte directe amb clients potencials.
- Dissenyar i posar a prova un model de negoci a partir d' evidència recollida en les entrevistes.
- Construir un producte mínim viable per contrastar les hipòtesis clau d' un projecte emprenedor.

4. CONTINGUTS

TEMA 1. Emprendre des de zero: context, identificació d' un problema i formació d' equips

Resultats específics de l' aprenentatge

L' estudiant, després d' estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Explicar per què la creació d'un nou negoci és un procés iteratiu i no lineal, marcat per la incertesa i el risc.
- Identificar problemes reals de l' entorn com a punt de partida d' una oportunitat de negoci.

- Formular hipòtesis inicials de problema, client i solució per a un projecte empenedor.
- Treballar en equip des de la definició conjunta d' un projecte fins a l' obtenció d' un model de negoci raonablement viable amb el qual acudir als inversors per obtenir finançament.

Contingut

- 1.1. L'emprenedoria com a procés: les etapes que recorre la creació d'un nou negoci.
- 1.2. La creació d'un negoci a la pràctica: de la idea a la sortida de l'emprenedor.
- 1.3. El context de l'emprenedoria: incertesa, risc i decisions irreversibles.
- 1.4. La Piràmide Risc-Validació: comparar, observar, parlar amb clients, prototipar, construir.
- 1.5. El triangle problema-client-solució com a punt de partida.
- 1.6. Identificació de problemes a partir d'interessos i experiències pròpies.
- 1.7. Formulació d'hipòtesis inicials d'un projecte.
- 1.8. Formació d'equips al voltant d'oportunitats de negoci.

TEMA 2. Descobriment de client: com parlar amb els teus clients i validar els seus problemes

Resultats específics de l' aprenentatge

L' estudiant, després d' estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Aplicar la metodologia del *customer discovery* per validar problemes amb clients reals.
- Realitzar entrevistes seguint les regles del Mom Test, evitant els falsos positius.
- Distingir entre informació vàlida i opinions complaents en una conversa amb un client.
- Identificar l' Early Evangelist a partir dels cinc criteris que el defineixen.
- Construir un buyer persona basat en dades reals obtingudes en les entrevistes.

Contingut

- 2.1. El *customer discovery*: per què parlar amb clients abans de construir.
- 2.2. Els errors habituals en parlar amb clients: els falsos positius.
- 2.3. El *Mom Test*: les tres regles per obtenir informació vàlida.

- 2.4. La guia d'entrevista: com preguntar per fets del passat i no per opinions del futur.
- 2.5. Bones i males preguntes en una entrevista de validació.
- 2.6. La tècnica de la bola de neu per trobar persones a qui entrevistar.
- 2.7. Quantes entrevistes fer: la saturació del discurs.
- 2.8. L '*Early Evangelist*: els cinc criteris de Steve Blank.
- 2.9. El *buyer persona* com a representació del client basada en evidència.

TEMA 3. Del problema a l'oportunitat: com definir la teva proposta de valor i diferenciar-te

Resultats específics de l'aprenentatge

L'estudiant, després d'estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Definir el propòsit d'un projecte emprenedor utilitzant el marc del Cercle d'Or.
- Construir una proposta de valor utilitzant el *Value Proposition Canvas*.
- Identificar les hipòtesis i els riscos associats a una proposta de valor.
- Aplicar eines de diferenciació i creació de valor per posicionar un projecte davant la competència.

Contingut

- 3.1. El propòsit del projecte: *why, how, what*.
- 3.2. El *Value Proposition Canvas*: perfil del client (treballs/*jobs*, frustracions/*pains*, alegries/*gains*) i mapa de valor (productes i serveis, alleujadors de frustracions, creadors d'alegries).
- 3.3. L'encaix entre el que vol el client i el que ofereix el projecte.
- 3.4. Les hipòtesis i els riscos de la proposta de valor.
- 3.5. L'estratègia de l'Oceà Blau: competir en mercats existents enfront de crear espais nous.
- 3.6. La Matriu RICE: reduir, incrementar, crear i eliminar per diferenciar la proposta de valor.

TEMA 4. De l'oportunitat al negoci: com dissenyar el teu model de negoci i ser competitiu

Resultats específics de l'aprenentatge

L'estudiant, després d'estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Dissenyar un model de negoci complet utilitzant el *Business Model Canvas*.
- Identificar les hipòtesis i els riscos crítics d'un model de negoci.
- Iterar un model de negoci a partir de l'evidència recollida en les entrevistes.
- Dissenyar una sèrie de productes mínims viables adequats a les hipòtesis de negoci que es volen validar.
- Construir una landing page i un pla bàsic per dirigir trànsit cap a ella.

Contingut

- 4.1. *El Business Model Canvas*: els nou blocs del model de negoci.
- 4.2. Les hipòtesis i els riscos del model de negoci: com identificar els més crítics.
- 4.3. La iteració del model: el pivot com a part natural del procés emprenedor.
- 4.4. El producte mínim viable (MVP): què és i per a què serveix.
- 4.5. El *Fast Prototyping*: nivells de prototipat segons els recursos i el temps disponibles (prototip en paper, landing page, *conciierge*).
- 4.6. El marc de decisió ràpida: quina eina usar segons la hipòtesi que es vol validar.
- 4.7. La construcció d'una pàgina *web* senzilla utilitzant eines *no-code*.
- 4.8. El mini pla de trànsit: com portar a l'audiència objectiu cap a la pàgina *web*.

TEMA 5. Comunica el teu projecte: com fer un pitch i presentar-lo per aconseguir recursos

Resultats específics de l'aprenentatge

L'estudiant, després d'estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Estructurar un pitch deck seguint un índex de slides eficaç.
- Aplicar tècniques de storytelling i persuasió per comunicar un projecte emprenedor.
- Presentar un projecte de forma clara i convincent davant d'una audiència, amb l'objectiu d'aconseguir recursos (ja siguin equip, partners, clients, finançament o altres).

Contingut

- 5.1. El *pitch deck*: estructura i índex de *slides* d'una presentació eficaç.
- 5.2. L'*storytelling* aplicat a la comunicació d'un projecte emprenedor.
- 5.3. Els recursos necessaris per posar en marxa un projecte i la viabilitat bàsica.
- 5.4. L'elaboració del pitch.

5.5. La presentació pública del projecte: comunicació davant d'una audiència i resposta a preguntes.

5. METODOLOGIA D' ENSENYAMENT I APRENENTATGE

Grup Presencial

Modalitat: aquesta assignatura s' imparteix únicament en modalitat presencial.

Projecte d'Emprenedoria I és una assignatura eminentment pràctica, organitzada al voltant d'un projecte d'equip que evoluciona al llarg del trimestre. La metodologia es basa en l'aprenentatge fent: els estudiants apliquen cada concepte al seu propi projecte de forma immediata.

L' assignatura s' estructura en dotze sessions de quatre hores. Les sessions s' alternen entre dos formats. Les sessions de contingut introdueixen nous conceptes, marcs i eines, sempre vinculats al que l' equip necessita aplicar en aquell moment del projecte. Les sessions de mentoria es dediquen al seguiment dels projectes en curs: cada equip exposa els seus avenços a la resta de la classe, rep feedback i aprèn del treball dels altres equips.

Cada sessió combina, en diferent proporció segons el moment del trimestre, quatre tipus d' activitat: la posada en comú del treball realitzat entre sessions, el seguiment i mentoria dels projectes per equips, la introducció de contingut conceptual nou i la presentació d' avenços davant el grup.

El treball de cada tasca segueix un mateix patró. Les eines del projecte (la guia d'entrevistes, el perfil del client, la proposta de valor, el model de negoci, el producte mínim viable) s'introdueixen i es comencen a treballar a classe, en la part pràctica de cada sessió. Però cap d'aquestes eines pot completar-se només amb la feina d'aula: l'estudiant les acaba fora de classe, incorporant l'evidència obtinguda en les entrevistes amb clients potencials. Cada lliurament és, per tant, el resultat de combinar l' iniciat en la sessió amb el descobert en el treball de camp. Les tasques són acumulatives i iteratives: a mesura que avancen les entrevistes, l' estudiant revisa i ajusta les eines ja lliurades, de manera que el projecte es construeix i es corregeix de forma contínua al llarg del trimestre.

La intel·ligència artificial generativa s'integra de forma transversal com a eina de treball en les diferents fases del projecte: síntesi d'entrevistes, investigació de mercat, disseny de la proposta de valor, construcció del producte mínim viable i preparació del *pitch*.

Les principals activitats formatives són:

- Exposició de continguts conceptuals per part del professorat.
- Resolució de casos pràctics, participació en debats i dinàmiques de grup.
- Treball en equip cooperatiu amb presència del professorat (mentoria de projectes). Presentacions d'avenços i presentació final del projecte davant d'una audiència.
- Treball autònom dels equips entre sessions: entrevistes, desenvolupament del projecte, elaboració i iteració de les tasques.

6. AVALUACIÓ

L'avaluació del Projecte d'Emprenedoria I combina l'avaluació contínua del treball desenvolupat al llarg del projecte amb una avaluació final individual. L'avaluació contínua recau sobre les tasques del projecte en les quals està inclosa la presentació oral, i representa el 70% de la nota final. L'avaluació final consisteix en un examen individual de resposta múltiple sobre els continguts del curs i representa el 30% restant.

La nota final (NF) es calcula a partir de la següent fórmula:

- $NF = \text{Tasques del projecte} \times 70\% + \text{Examen final} \times 30\%$
- L'assignatura queda aprovada amb una NF igual o superior a 50 punts sobre 100

Grup Presencial

Tipus d' activitat	Descripció	% Avaluació
Tasques del projecte		70%
	T1 — Problema: hipòtesi (problema-client-solució) + Early Evangelist + Buyer Persona	12%
	T2 — Proposta de valor: WHY + Value Proposition Canvas + Ad-Lib	12%

	T3 — Model de negoci: Business Model Canvas amb hipòtesis i riscos	12%
	T4 — MVP: disseny del producte mínim viable + pàgina web + pla de trànsit	12%
	T5 — Pitch deck (inclou la presentació final a S12)	22%
Examen final individual	Examen de resposta múltiple sobre els continguts del curs (S13)	30%

Les tasques del projecte són acumulatives i iteratives. S'inicien a classe i es completen fora de l'aula amb l'evidència obtinguda en les entrevistes amb clients potencials. La seva avaluació té en compte tant el lliurament com la seva evolució al llarg del trimestre.

L'examen final (S13) és individual i consisteix en preguntes de resposta múltiple sobre els continguts treballats durant el curs. Permet valorar de forma individual l'assimilació dels conceptes per part de cada estudiant. La S13 cobreix també l'avaluació extraordinària per als estudiants que necessitin recuperar.

7. BIBLIOGRAFIA

7.1. BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- Blank, S. (2005). *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*.
- Fitzpatrick, R. (2013). *The Mom Test: How to Talk to Customers and Learn if Your Business is a Good Idea When Everyone is Lying to You*. (Edició en espanyol: El test de la mare, traducció de Verónica Torras).
- Kim, W. C. i Mauborgne, R. (2015). *L'estratègia de l'oceà blau*. Profit Editorial.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. i Smith, A. (2014). *Dissenyant la proposta de valor*. Deusto.
- Osterwalder, A. i Pigneur, Y. (2011). *Generació de models de negoci*. Deusto.
- Ries, E. (2012). *El mètode Lean Startup*. Deusto.

7.2. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- Blank, S. i Dorf, B. (2013). *El manual de l'emprenedor: la guia pas a pas per crear una gran empresa*. Gestió 2000.
- Cialdini, R. (2014). *Influència: la psicologia de la persuasió*. HarperCollins.

- Gallagher, L. (2017). *The Airbnb Story*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Maurya, A. (2014). *Running Lean*. UNIR Editorial.
- Thiel, P. (2015). *De zero a un: com inventar el futur*. Gestió 2000.