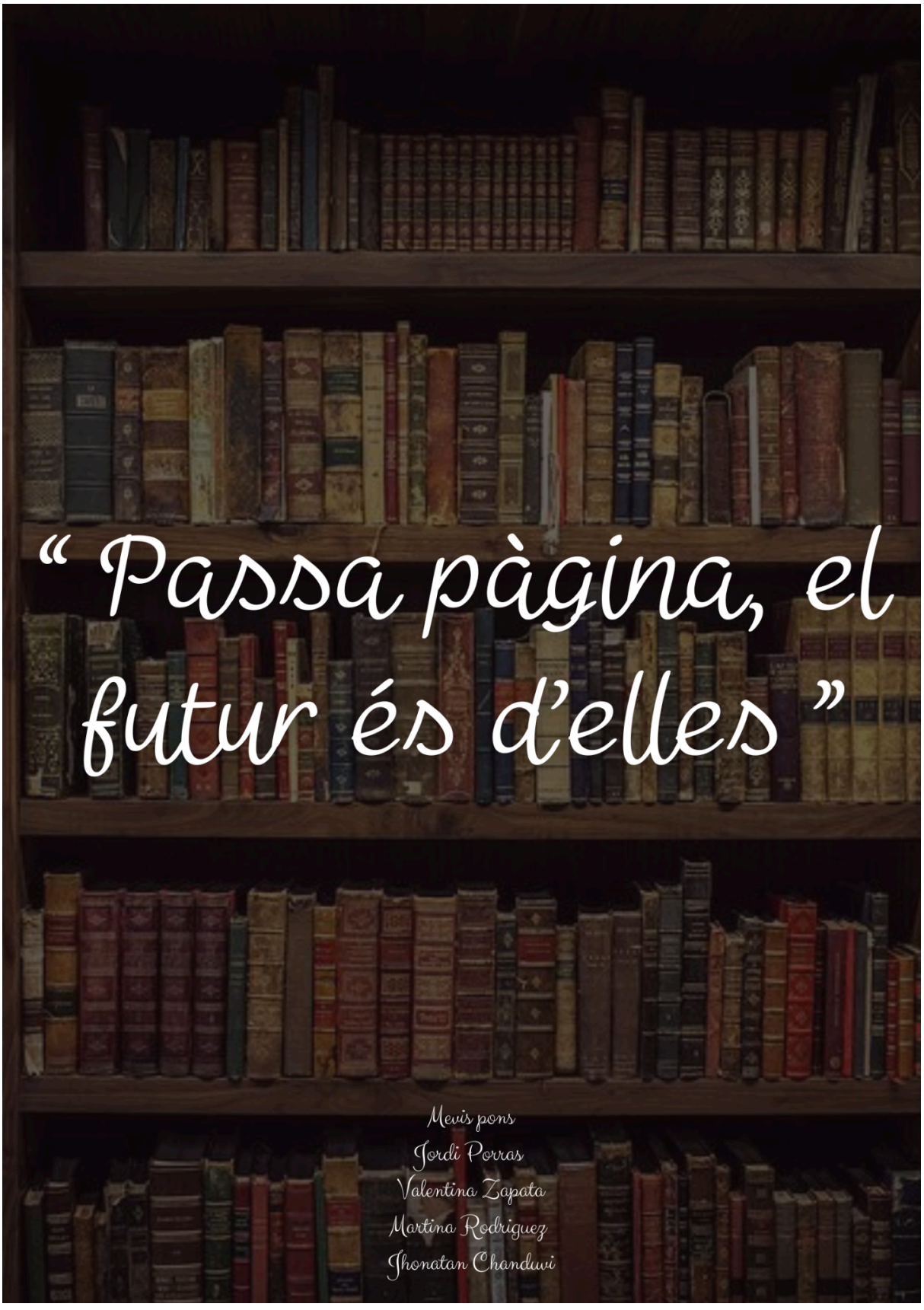

“Passa pàgina, el futur és d’elles”
Mevis pons
Jordi Porras
Valentina Zapata
Martina Rodriguez
Jhonatan Chanduvi

ÍNDEX

0. Documentació del Procés de Treball **1**
1. INTRO **2**
1.1 MISSIÓ VISIÓ I VALORS 2
1.2 Aprofundir en la tipologia d'esdeveniment. 4
1.3 Investigació d'altres esdeveniments 5
2. IDENTIFICACIÓ DEL PÚBLIC **6**
2.1 Definir els públics objectiu **6**
2.2 Necessitats i motivacions del públic objectiu 7
2.3 Identificar els públics indirectes de l'esdeveniment 7
3. FIL CONDUCTOR I CLAIM **9**
3.1 Desenvolupament del concepte creatiu 9
3.2 Concepte central o fil conductor 10
3.3 Eslògan atractiu i memorable 12
4. DISSENY DEL PROGRAMA **13**
4.1 Planificar les activitats principals (escaleta i programa de l'esdeveniment) 13
5. GESTIÓ DE PROVEÏDORS **14**
5.1 Identificar i contactar amb els proveïdors necessaris (materials, equips, personal tècnic, etc.) 14
5.1.1 Pla de Contingència de proveïdors: "Passa pàgina, el futur és d'elles" 14
5.2 Negociar condicions i pressupostos amb els proveïdors 15
6. ELABORACIÓ DEL PRESSUPOST **18**
6.1 Desglossar les despeses principals en categories (espai, materials, personal, etc.). 18
7. ACCIONS DE PROMOCIÓ **19**
7.1 Gràfiques: Crear dissenys per a cartells, fulletons, i material físic de promoció 19
7.2 Audiovisuals: Produir vídeos i contingut multimèdia per a les xarxes socials i altres mitjans 19
7.3 Digitals: Planificar una estratègia online amb publicacions en xarxes socials i altres canals digitals 20
8. KPIS D'ÈXIT **21**
8.1 Definir els indicadors clau per mesurar l'èxit de l'esdeveniment 21
8.3 Preparar un pla amb possibles mesures correctores a futures desviacions 23
9. PRESENTACIÓ FINAL **24**
10. REFLEXIÓ I AUTOAVALUACIÓ **24**
10.1 Reflexió individual sobre el procés de desenvolupament de l'esdeveniment 24
10.2 Reflexió en equip sobre el procés de desenvolupament de l'esdeveniment 24
10.3 Identificar punts forts i àrees de millora 25

CREACIÓ D'UN ESDEVENIMENT

"Passa pàgina, el futur és d'elles"

0. Documentació del Procés de Treball

0.1 Mantenir un Registre de Reunions

Es va establir un protocol per a documentar la planificació i les decisions preses al llarg del projecte, assegurant la traçabilitat del procés.

- **Format:** Reunions setmanals per saber que portem i que ens falta dels objectius plantejats.
- **Resultat:** Les reunions serveixen com a eina de validació de la coherència del projecte i es va avançant.

0.2 Recopilació d'evidències i reflexions

Per a poder mesurar la contribució individual i col·lectiva, es van anar generant evidències del treball en equip.

- **Evidències del Treball en Equip (Metodologia Híbrida):**
    - **Trello / Asana:** Captures de pantalla o registre de l'ús de l'eina de gestió de tasques (Trello / Asana), que mostra l'assignació de rols (Líder, Logística, Creativitat, Màrqueting) i el compliment dels terminis establerts.
    - **Google Docs:** Historial de revisions del document de projecte (Google Docs) per comprovar la participació i les aportacions de cada membre en la redacció.
- **Reflexions Individuals (Punt 10.1):**
    - Es va crear un apartat final obligatori (Punt 10.1) on cada membre de l'equip detalla la seva experiència, els aprenentatges i les dificultats trobades. Aquestes reflexions són l'evidència del procés d'autoavaluació.

0.3 Crear un Arxiu Organitzat de Materials i Recursos

Tots els recursos generats i investigats es van centralitzar en un arxiu digital per garantir un accés ràpid i eficient a la documentació.

- **Eina d'Arxiu:** Carpeta centralitzada a **Google Drive**.
- **Estructura de l'Arxiu (Carpetes Principals):**
    1. **Investigació Prèvia:** *Benchmarking* d'altres esdeveniments, anàlisi del públic objectiu, missió/visió del centre.
    2. **Documents de Gestió:** Actes de reunió, escaleta operativa, *briefings* de ponents.
    3. **Finances:** Full de càlcul del pressupost (Punt 6) i còpies de sol·licituds de pressupost a proveïdors.
    4. **Comunicació i Disseny:** Arxius font dels dissenys gràfics (cartells, fulletons) i guions dels vídeos promocionals (Punt 7).
    5. **Avaluació:** Plantilles dels qüestionaris de satisfacció (QR, formulari de ponents).

1. INTRO

El Fòrum 'Passa pàgina, el futur és d'elles" té el propòsit estratègic d'activar un espai de *mentoria col·lectiva* on dones referents de sectors clau (Innovació, Transformació Empresarial i Igualtat de Gènere) desvetllin les rutes, les decisions i les palanques d'acció que estan redefinint el mapa professional. L'objectiu és oferir a la nostra comunitat i al públic en general una injecció d'eines pràctiques i una visió clara de l'horitzó laboral, consolidant el Centre d'Estudis Politècnics com el punt de trobada entre el talent femení emergent i el lideratge sectorial d'impacte.

1.1 MISSIÓ VISIÓ I VALORS

- **Missió:** Formar professionals competents mitjançant una educació pràctica, inclusiva i orientada al futur.
- **Visió:** Ser un centre de referència en formació professional, reconegut per la seva innovació educativa i capacitat de preparar els estudiants per als reptes del futur.
- **Valors:**
    - Principis Pedagògics: Flexibilitat, Responsabilitat, Autonomia, Sociabilitat, Evolució (FRASE).
    - Principis Organitzatius: Evidències, Xarxa, Integració, Transparència.

Història del Client: *Centre d'Estudis Politècnics*

El **Centre d'Estudis Politècnics** és una **escola de formació professional** situada a **Barcelona**, Pl. d'Urquinaona, 10, Ciutat Vella, 08010 Barcelona, que fa **més de 40 anys** que forma persones perquè puguin entrar al **món laboral** preparat i amb ganes de menjar-se el món. Va néixer amb la idea de fer una **formació pràctica, útil i enfocada a la realitat de les empreses**.

Amb el pas dels anys, ha anat **creixent**, adaptant-se als canvis del món i incorporant **nous cicles formatius** segons les **necessitats del mercat**. Avui dia, pots estudiar des de **màrqueting i publicitat** fins a **informàtica, audiovisuals** o **serveis a les persones**. És un lloc on no només aprens **teoria**, sinó que també fas **projectes reals** i treballes com si ja estiguessis dins una empresa. El centre sempre ha apostat per una **formació personalitzada, propera i humana**. Aquí el **tracte és familiar** i ens coneixem entre tots. Els **professors** no només t'ensenyen, també t'acompanyen i t'ajuden a **créixer com a persona**, i això fa que molts estudiants se sentin **com a casa**. Una altra cosa important és que el Politècnic creï molt en **valors com la igualtat, la innovació, el treball en equip i el respecte**. Participa sovint en **projectes relacionats amb la sostenibilitat, la inclusió i la igualtat de gènere**, com ara el repte que ens han proposat aquest curs.

En resum, els Politècnics és una **escola compromesa amb la societat** i amb el futur dels seus **alumnes**, que forma persones preparades per treballar, però també per **canviar el món** una mica.

1.2 Tipologia d'esdeveniment.

Es tracta d'un esdeveniment **no oficial, públic i empresarial,** organitzat en format de fòrum multisectorial. No és oficial perquè neix com un projecte educatiu creat i gestionat per nosaltres, els estudiants. Així i tot, té un enfocament professional i busca oferir una experiència real, sense tenir cap vinculació institucional externa. L'objectiu és posar en pràctica els coneixements adquirits durant la formació i crear un espai que connecti el món acadèmic amb el món laboral.

És un esdeveniment privat tot i que està obert a alumnes d'altres cursos, professorat, famílies i qualsevol persona interessada. Volem que sigui un espai obert, proper i participatiu, on tothom pugui aprendre, inspirar-se i compartir experiències.

També és un acte amb un enfocament clarament empresarial, ja que se centra en els sectors professionals relacionats amb els diferents cicles formatius. Comptarem amb la presència de ponents i professionals del món real que explicaran la seva trajectòria, experiències i consells, ajudant-nos a conèixer millor les sortides laborals i les realitats de cada àmbit.

Finalment, és un fòrum multisectorial perquè hi participaran dones referents de diversos sectors professionals. L'objectiu és donar visibilitat al talent femení, compartir diferents punts de vista i mostrar la importància de la presència de dones en tots els àmbits laborals. En conjunt, aquest esdeveniment vol ser un punt de trobada, aprenentatge i inspiració per a tots els assistents.

Networking	Solució de Problemes
Motivació	Fidelització
Celebració	Comunicació
Vendes	

1.3 Investigació d'altres esdeveniments

En 2025 a Barcelona s'han fet diferents tipus d'esdeveniments de caràcter empresarials organitzats per diferents públics, especialment en màrqueting , emprenedoria i innovació, llocs com ESIC, fa un festival creat per estudiants i joves que promou els negocis digitals, amb ponències d'emprenedors interactives amb participació d'experts, el 5 de juny del 25 va tenir més de 500 assistents es van congregar a Barcelona per debatre sobre l'impacte del màrqueting experiencial, es van presentar empresaris d'empreses com IKEA, Heineken o Gucci que van compartir les seves perspectives sobre l'evolució de les seves marques i el canvi que han hagut de fer al màrqueting de les empreses, amb ítems com la IA i les xarxes. A l'hotel Diagonal SB va dirigir un esdeveniment de PIMP's espanyoles que van ofereix sessions interactives , amb oportunitat de treball en xarxa, eines i perspectives de creixement, per últim el fòrum acadèmic de club màrqueting Barcelona, a *casa Seat* va fer una reunió d'experts per debatre sobre les habilitats, capacitat i característiques dels joves als equips professionals, un esdeveniment que connectava el talent acadèmic amb el món empresarial, per fer arribar el talent a un lloc nou. Aquests fòrums han sigut gestionats per institucions acadèmiques, associades professionalment i agències especialitzades, oferint espais aprenentatge, debat i networking per a joves interessats en l'àmbit empresarial i del màrqueting.



2. IDENTIFICACIÓ DEL PÚBLIC

2.1 Definir els públics objectiu

- **Edat:** 16–25 anys
- **Formació:** FP, Graus universitaris.
- **Motivacions:**
    - Inspiració i dones referents en la indústria.
    - Oportunitats per aprendre innovació aplicada.

- **Necessitats:**
    - Activitats dinàmiques (tallers, xerrades, demos).
    - Aprenentatge pràctic + exemples reals d'empoderament i lideratge femení.

- **Comportament:**
    - Molt actius en xarxes socials (Instagram, TikTok i LinkedIn).
    - Valoren experiències participatives i amb propòsit social.

Perfil psicogràfic

- **Estil de vida digital:** consumeixen contingut en format curt, visual i pràctic.
- **Hàbits de consum:**

- **Instagram/TikTok:** inspiració, tendències, contingut informatiu.

- **YouTube:** tutorials i aprenentatge tècnic.

- **LinkedIn:** construir identitat professional i buscar oportunitats.

- **Interessos principals:** tecnologia, innovació, disseny, IA, projectes STEM, lideratge femení, creativitat i experiències interactives.

2.2 Necessitats i motivacions del públic objectiu

Les necessitats principals del públic objectiu del fòrum sectorial, és disposar d'un espai on **aprendre** coses útils per al seu futur professional, poder escoltar dones que ja treballen en el sector i **conèixer la seva experiència real**, així com trobar **inspiració** i **referents** que els ajudin a veure que ells també poden arribar lluny. També necessiten poder interactuar, fer preguntes i sentir-se part de l'esdeveniment, i que tot sigui clar, ben organitzat i fàcil d'entendre.

Pel que fa a les motivacions, el públic es mou per la voluntat d'aprendre a partir d'històries reals i consells pràctics, formar part d'un esdeveniment que dona valor a les dones i a la igualtat de gènere, i connectar amb el món professional des del centre d'estudis politècnics i també sentir que l'esdeveniment té impacte i sentit, i que estan contribuint a una causa positiva, a part la il·lusió de participar en un projecte que representa el centre i els seus cicles formatius, i que alhora és important i rellevant per a tothom.

2.3 Identificar els públics indirectes de l'esdeveniment

El públic indirecte del nostre esdeveniment seria el següent:

- Famílies i tutors dels estudiants del centre.
- Empreses o institucions que no hi participen directament.
- Futurs estudiants del centre.
- Comunitat educativa i altres centres formatius.
- Administracions públiques i entitats del sector educatiu.
- Mitjans de comunicació locals o especialitzats.
- Antics alumnes.

El públic indirecte del nostre esdeveniment són aquelles persones o entitats que no participen directament, però que en reben informació o es veuen influenciades. Per exemple, les famílies i tutors poden conèixer com és la vida al centre i transmetre la informació; els futurs alumnes poden formar-se una opinió sobre l'oferta educativa; altres centres i la comunitat educativa poden

aprendre bones pràctiques o establir col·laboracions; empreses, administracions i entitats del sector poden valorar l'esdeveniment per possibles acords o suport; els mitjans de comunicació difonen la informació a més gent; i els antics alumnes poden seguir l'evolució del centre i ajudar a la seva reputació. Tots ells reben impacte sense participar-hi activament, per això són públic indirecte.

3. FIL CONDUCTOR I CLAIM

3.1 Desenvolupament del concepte creatiu

Concepte creatiu: la història de les dones a la literatura

Idea central: Biblioteca.

Crear un fòrum sectorial on dones referents comparteixin la seva experiència en innovació, transformació empresarial i igualtat de gènere, fent referència a la informació que es pot trobar a les biblioteques sobre les dones referents.

Objectius

Potenciar i visibilitzar el lideratge femení en els sectors professionals vinculats al centre, creant un espai innovador d'interacció i aprenentatge actiu entre ponents, alumnat i audiència. A través de testimoniatges inspiradors i experiències reals, fomentarem el desenvolupament de competències clau com a comunicació efectiva, lideratge autèntic, treball col·laboratiu i pensament crític.

Aquesta iniciativa situarà al centre com un actor protagonista en la promoció de la igualtat, la innovació i la transformació empresarial, consolidant la seva reputació com a referent dinàmic i compromès amb la formació integral i l'apoderament de les noves generacions.

Ítems a incloure

Networking i coffee break

- Espai per prendre cafè i parlar amb els altres.
- Permet **parlar amb ponents i exalumnes**, fer preguntes i compartir idees.

Clausura inspiradora

- Al final, **resumirem les conclusions** de les ponències i les activitats.
- El centre donarà un **missatge final** sobre la igualtat de gènere i la innovació.
- L'objectiu és que els assistents **marxin motivats i amb idees clares** per aplicar en el seu futur.

Aprenentatge i coneixements

- L'esdeveniment és **didàctic**, perquè els assistents puguin aprendre coses útils.
- Coneixeran exemples reals d'innovació**, transformació empresarial i igualtat de gènere**.

Obsequis o materials de l'esdeveniment

- Llapis i bolígrafs.
- Horari del fòrum.
- Quadernets petits per escriure idees durant les ponències.
- Targetes amb contactes dels ponents.
- Carpeta del fòrum per guardar tots els materials.

3.2 Concepte central o fil conductor

"Passa pàgina, el futur és d'elles"

L'esdeveniment "Passa pàgina el futur és d'elles" gira entorn de l'apoderament femení i l'evolució dels drets i la presència de les dones en la societat durant els últims 30 anys. L'objectiu és generar un espai de reflexió sobre els avanços aconseguits, visibilitzar les oportunitats actuals i inspirar els assistents a projectar un futur en què les dones continuïn redibuixant el seu camí i contribuint de manera significativa en diversos àmbits professionals, des de l'educació i el màrqueting fins a la ciència, la tecnologia i la cultura. L'esdeveniment està pensat per alumnes de diferents branques del centre, amb l'objectiu de combinar perspectives diverses i generar un diàleg ric i enriquidor. Què té de diferent el nostre esdeveniment? Doncs la nostra Host, la Valentina , estudiant de segon curs del Grau d'FP en Màrqueting i Publicitat al Centre d'Estudis Politècnics de Barcelona, es presenta com a candidata a host del pròxim esdeveniment sectorial sobre feminisme i l'evolució del paper de la dona a la societat. Té experiència presentant projectes en públic i destaca per la capacitat de parlar de manera clara, propera i dinàmica, mantenint l'atenció i l'interès de l'audiència. La seva motivació pel tema li permet transmetre els missatges amb autenticitat, conscienciant sobre els avenços aconseguits, els reptes pendents i la importància de continuar redibuixant el futur. Així mateix, el seu compromís i les seves habilitats de dinamització garanteixen que l'esdeveniment sigui enriquidor tant per als participants com per als ponents.

PER A MÉS INFO DEL TEMA

Fil conductor/storytelling

L'esdeveniment segueix un fil narratiu que acompanya els assistents:

- **Orígens i avanços**
  La jornada comença amb una mirada retrospectiva a la situació de la dona fa 30 anys. Es presenten els desafiaments socials i professionals als quals s'enfrontaven, les barreres existents i els primers assoliments que van marcar el camí cap a la igualtat. Aquesta primera fase busca generar consciència sobre la importància del passat i els fonaments dels quals partim avui.

- **Present i assoliments actuals**
  A continuació, es mostren exemples de com les dones han transformat diversos sectors, amb històries inspiradores i dades d'impacte. Es destaca el paper de les dones en l'educació, el màrqueting, la tecnologia, l'art i la ciència, entre altres àmbits, mostrant que el canvi és tangible i que l'apoderament femení és una força que continua generant transformació social.

- **Projecció cap al futur**
  Aquesta part convida els assistents a reflexionar sobre com podem continuar redibuixant el futur des de l'acció, l'educació, la creativitat i la col·laboració. Es tracta de pensar més enllà del que ja s'ha aconseguit i identificar oportunitats per continuar avançant cap a la igualtat i l'apoderament en tots els sectors.

- **Inspiració i acció**
  Finalment, el fil conductor busca motivar el públic a participar activament en el seu desenvolupament personal i professional, recordant que cadascú té un paper en la construcció d'un futur més igualitari. Aquesta fase pot incloure crides a l'acció, dinàmiques participatives o activitats creatives que permetin als assistents expressar com ells mateixos redibuixaran el seu futur.

Format i estructura de l'esdeveniment

- **Públic:** Alumnes d'un centre amb diferents branques d'estudi, com màrqueting, educació infantil, art i tecnologia.

- **Ponències:** 4 xerrades centrades en diferents aspectes de l'apoderament i l'evolució femenina, amb contingut inspirador i casos reals.

- **Entrada/benvinguda:** Presentació del concepte i objectiu de l'esdeveniment, contextualitzant la jornada i generant expectació.

- **Coffee break / networking:** Espai per a compartir impressions, establir connexions i reflexionar sobre les ponències.

3.3 Eslògan atractiu i memorable



4. DISSENY DEL PROGRAMA

4.1 Planificar les activitats principals (escaleta i programa de l'esdeveniment)

Aquesta escaleta està dissenyada de manera que l'esdeveniment s'organitza d'una manera clara, ordenada i amb una progressió lògica que mantingui l'interès del públic al llarg de les quatre hores en el nostre Fòrum de Lideratge Femení i transformació professional, que es realitzarà el 12 de març de 2026 de 16 h a 20 h al SAT! Sant Andreu Teatre.
L'esdeveniment començarà amb la recepció i acreditacions del públic, perquè així podem organitzada l'entrada del públic d'una manera fluida i assegurar que tothom estigui ubicat i informat.
Seguidament, es donarà una benvinguda inicial i una breu explicació del funcionament de les dinàmiques i les ponències, necessària perquè el públic tingui una petita idea del que es farà.
Durant la tarda es presenten quatre ponències d'uns 20/30 minuts cadascuna, intercalades amb *speeches* que reforçaran el fil conductor del fòrum.
A la meitat de la jornada aproximadament hi haurà un descans, per poder descansar i veure les diferents opinions del públic, si està anant bé o no.
I finalment, l'esdeveniment tancarà amb un resum general dels continguts treballats.

ESCALETA

Necessitats logístiques i de l'espai segons activitats

- **Recepció i acreditacions**: personal per registrar assistents, taula amb materials, senyalització clara.
- **Escenari principal**: projector, pantalla, microfonia, cadires orientades al centre, host amb guió.
- **Ponències**: temps cronometrat per cada intervenció (20–25 min), projector i suport visual, host que introdueix i tanca cada ponència.
- **Debats / preguntes**: micro de sala, host modera; espai per intervenció de l'audiència.
- **Coffee break i networking**: zona oberta amb taules, begudes i aperitius; targetes de contactes; materials de suport (quadernets, bolígrafs).
- **Dinàmica participativa**: espai flexible dins la sala; host facilita; materials per escriure idees.
- **Cloenda i resum**: projector amb resum visual; host fa crida a l'acció; entregar missatge final inspirador.

5. GESTIÓ DE PROVEÏDORS

5.1 Identificar i contactar amb els proveïdors necessaris (materials, equips, personal tècnic, etc.)

És fonamental per garantir la qualitat i la viabilitat del Fòrum "*Passa pàgina, el futur és d'elles*". A continuació, es detalla la gestió de proveïdors, la negociació de condicions i l'estructura de la sol·licitud:
La selecció pels nostres proveïdors s'ha realitzat prioritzant sempre empreses especialitzades, fiables i locals, amb experiència en esdeveniments corporatius.
Hem escollit professionals de so, llum i audiovisuals, d'aquesta manera podem garantir una producció tècnica de qualitat al SAT, així com empreses pel càtering que segueixen els criteris de sostenibilitat i bona presentació, altres empreses pel mobiliari i escenografia capaços d'adaptar l'espai a la temàtica del fòrum, serveis de disseny, d'impressió i tecnologia QR que ens permeten poder proporcionar una imatge cuidada de cara al nostre públic i que puguin tenir una participació interactiva durant l'esdeveniment. Finalment, hem acabat escollit dues empreses per la fotografia i el vídeo, per assegurar un registre professional de l'esdeveniment.
Tots aquests proveïdors en conjunt asseguren un gran resultat professional, coherent i viable.
Proveïdors Esdeveniment

5.1.1 Pla de Contingència de proveïdors: "Passa pàgina, el futur és d'elles"

Garantir la correcta execució de l'esdeveniment, minimitzant riscos que puguin afectar el desenvolupament, la seguretat, la qualitat i l'experiència dels assistents. Inclou mesures preventives i plans d'acció segons el nivell de risc.

Pla de Contingència "Passa pàgina el futur és d'elles"

5.2 Negociar condicions i pressupostos amb els proveïdors

1. Introducció

L'esdeveniment **"Passa pàgina, el futur és d'elles"** gira entorn de l'apoderament femení i l'evolució dels drets i la presència de les dones en la societat durant els últims 30 anys. L'objectiu és generar un espai de reflexió sobre els avanços aconseguits, visibilitzar les oportunitats actuals i inspirar els assistents a projectar un futur en què les dones continuïn redibuixant el seu camí en diferents àmbits professionals.

L'esdeveniment està destinat a alumnes de diverses branques del centre, amb la finalitat de combinar perspectives i generar un diàleg enriquidor. La **Valentina**, estudiant del Grau d'FP en Màrqueting i Publicitat, actuarà com a Host, aportant dinamisme, autenticitat i capacitat de transmissió dels missatges principals.

2. Objectius de la negociació amb proveïdors

- Garantir la disponibilitat dels serveis necessaris: so, il·luminació, audiovisual, càtering, escenografia, fotografia i tecnologia interactiva.

- Optimitzar pressupostos i obtenir condicions favorables sense comprometre la qualitat.

- Establir relacions de col·laboració que permetin contingències i suport proactiu durant l'esdeveniment.

- Garantir que els proveïdors comprenguin el missatge i els valors de l'esdeveniment per poder adaptar els serveis a la temàtica i experiència dels assistents.

3. Procediment seguit

Fase	Accions realitzades	Resultats esperats
Preliminar	Definir serveis i pressupost per categoria. Preparar informació sobre objectius i valors de l'esdeveniment.	Claredat sobre necessitats i marge de negociació.
Inicial	Contacte amb proveïdors seleccionats. Presentació de l'esdeveniment i primera oferta.	Detectar la disposició i disponibilitat dels proveïdors.
Desenvolupament i diagnòstic	Debat sobre tarifes, serveis, terminis i condicions. Proposta d'alternatives i col·laboració activa (ex: Visual13 per fotografia, Octo Event Productions per audiovisual).	Acostament a un acord satisfactori i ajust de serveis a les necessitats de l'esdeveniment.
Tancament	Confirmació d'acords per escrit, incloent-hi preus, serveis i plans de contingència.	Formalització de contractes i seguretat per a l'execució.
Seguiment	Supervisió del compliment abans i durant l'esdeveniment, registrant incidències i millores.	Garantir la qualitat del servei i aprendre per futurs esdeveniments.

4. Resultats de la negociació

- Selecció de proveïdors clau amb experiència en esdeveniments corporatius i capacitat per adaptar-se a la temàtica feminista.

- Acords aconseguits amb condicions econòmiques favorables i opcions de col·laboració activa (ex: reportatges fotogràfics, streaming).

- Preparació de plans de contingència amb substituts i equip addicional.

5. Contribució de la Host, Valentina

La Valentina, com a presentadora, actua com a **punt central de dinamització**, establint connexió amb l'audiència i reforçant els missatges dels proveïdors que aporten valor a l'esdeveniment:

- Facilita la integració dels serveis audiovisuals i tecnològics.

- Permet una presentació atractiva dels continguts per als participants i públic extern.

- Assegura que les necessitats dels assistents i les expectatives de qualitat dels proveïdors estiguin alineades.

6. Conclusions i recomanacions

- La negociació ha de prioritzar **qualitat i col·laboració activa** per reforçar els missatges de l'esdeveniment.

- Els proveïdors seleccionats han de participar de manera **proactiva**, més enllà de subministrar serveis, aportant contingut visual i experiència interactiva.

- Recomanant mantenir un **seguiment estricte i plans de contingència** per assegurar l'èxit de l'esdeveniment i la satisfacció de tots els participants

6. ELABORACIÓ DEL PRESSUPOST

6.1 Desglossar les despeses principals en categories (espai, materials, personal, etc.).

Full de càlcul amb els costos i les partides pressupostàries;

- Presupuesto Passa pàgina, el futur és d'elles"

7. ACCIONS DE PROMOCIÓ

7.1 Gràfiques: Crear dissenys per a cartells, fulletons, i material físic de promoció




PROGRAMARI
HORA
ACTIVITAT
HORA
ACTIVIDAD
16:00h
Recepción, organización y acrditación
16:30h
Benvinguda
16:45h
Activitat introductòria / Presentació de ponents
17:00h
Passat
17:25h
Ponència 1
17:40h
Present
18:00h
Ponència 2
18:20h
Coffee break
19:00h
Futur
SAT - 16h / 20h

7.2 Audiovisuals: Produir vídeos i contingut multimèdia per a les xarxes socials i altres mitjans

https://www.canva.com/design/DAG50pb_J6E/_ne6UwC0-SebeGhPHlh-Ow/edit?utm_content=DAG50pb_J6E&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

1.



2. REEL

3. REEL

7.3 Digitals: Planificar una estratègia online amb publicacions en xarxes socials i altres canals digitals

L'esdeveniment **"Passa pàgina el futur és d'elles"** té com a objectiu crear un espai de reflexió sobre l'apoderament femení i l'evolució del paper de les dones en la societat durant els últims 30 anys. Pretén visibilitzar els avanços aconseguits, mostrar les oportunitats actuals i inspirar els alumnes a projectar un futur més igualitari dins de diversos àmbits professionals: educació, màrqueting, tecnologia, ciència, art i cultura. El públic destinatari són els estudiants del Centre d'Estudis Politècnics de diferents branques formatives, fomentant així la diversitat de perspectives i un diàleg enriquidor.

Un element diferenciador de l'esdeveniment és la figura de **la Valentina**, estudiant de segon curs de Màrqueting i Publicitat, que actuarà com a host. La seva experiència presentant projectes, el seu tracte proper i la seva motivació pel tema garanteixen una dinamització clara, dinàmica i inspiradora. Gràcies al seu compromís i a la seva autenticitat, pot connectar fàcilment amb el públic i reforçar els missatges clau sobre l'evolució, els reptes i el futur del paper de la dona a la societat.

8. KPIS D'ÈXIT

8.1 Definir els indicadors clau per mesurar l'èxit de l'esdeveniment

Per valorar l'impacte i el funcionament del fòrum es defineixen els següents KPIs:

KPIs de participació:

- *Nombre total d'assistents*: mínim un 80% d'assistència.

KPIs de satisfacció:

- *Satisfacció general de l'esdeveniment*: objectiu >7
- *Valoració de les ponències*: objectiu >8

KPIs d'interacció

- *Nombre d'interaccions totals*: mínim unes 150 sumant totes les activitats del dia (preguntes, votacions, comentaris...)
- *Participació en el mural:* mínim unes 70 aportacions.

KPIs de comunicació

- *Visites al QR de satisfacció*: mínim unes 150 visites (un 50% del públic aproximadament).
- *Interacció a Xarxes*: Mínim 1000 interaccions acumulades (likes, comentaris, compartits...)

El KPIs seleccionats serveixen per mesurar si l'esdeveniment ha funcionat bé tant en participació, com en satisfacció, interacció i impacte comunicatiu. S'ha definit perquè permeten saber si el públic ha respost, si les ponències han agradat, si l'organització ha estat eficient... Aquests indicadors són necessaris per tenir una visió completa del funcionament del fòrum i per poder comparar els resultats amb els objectius marcats.

La valoració es farà combinant dades quantitatives i qualitatives. Per una banda, l'entrada d'assistents, les interaccions, el temps d'acreditació i les analítiques de xarxes socials permeten obtenir dades numèriques exacte que indiquen si s'han complert els objectius. Per altra banda, els formularis QR i el feedback oral de les ponents proporcionen informació sobre com s'ha percebut l'esdeveniment i què es pot millorar.

Un cop recollides totes les dades, es comparen amb els objectius definits per determinar si cada KPI s'ha assolit i, si no és així, quines accions caldria corregir en futures edicions.

8.2 Crear les eines per a mesurar els KPIs detallats al punt anterior (avaluació de la satisfacció dels assistents, dels ponents i de la campanya)

Per poder mesurar l'èxit del nostre esdeveniment de manera fiable, utilitzarem diferents eines orientades al públic, les ponents i la campanya de comunicació.

Per mesurar el públic assistent

- **Formulari d'avaluació via QR** al final de l'acte (Sobre satisfacció, organització, ponències i suggeriments)
- **Control d'aforament** gràcies a un registre d'acreditacions.
- **Control intern** del flux (Acreditacions, transicions entre ponents, descansos,...)

Per mesurar la satisfacció de les ponents

- **Feedback verbal** recollit a l'esdeveniment
- A través d'un **formulari post esdeveniment**, amb preguntes sobre
    - Tracte rebut
    - Organització
    - Condicions tècniques

Per mesurar la campanya de comunicació

- **Estadístiques d'Instagram i TikTok** (Reproduccions, likes, guardats, visualitzacions al perfil).
- **Google Forms** per valorar de manera interna amb el personal.
- **Recompte de visites al codi QR** (Nº d'assistents que hi han entrat).

8.3 Preparar un pla amb possibles mesures correctores a futures desviacions

Els plans de mesures correctores són una eina molt utilitzada per empreses que creen esdeveniments, per poder corregir errors a futures edicions.

Si l'assistència és baixa

- Reforçar la promoció al centre (Tutories, cartells, díptic/tríptic,...)
- Promocionar abans a la ponent amb vídeos breus per crear interès.
- Reenviar recordatoris un parell de dies abans de l'esdeveniment-

Si la satisfacció del públic és inferior a 8

- Revisió de la durada de l'esdeveniment (Massa llarg, poc dinàmic,...)
- Millorar la claredat de les presentacions i del fil conductor de l'esdeveniment
- Formació bàsica del presentador en dinamització i control de temps
- Limitar el temps dels descansos, canvis de ponents, i d'aquesta mantenir dinamisme

Si la campanya no té impacte

- Canviar el format, més vídeos que imatges o al contrari
- Col·laboració amb exalumnes o petits influencers accessibles
- Incrementar la freqüència de publicacions els dies previs

Si hi ha problemes organitzatius

- Assignació de rols més específics (Temps, escenari, ponents, públic,...)
- Repetir l'assaig general amb tots els membres de l'equip
- Comptar amb un pla B tècnic i logístic per qualsevol imprevist

9. PRESENTACIÓ FINAL

10. REFLEXIÓ I AUTOAVALUACIÓ

10.1 Reflexió individual sobre el procés de desenvolupament de l'esdeveniment

★ Mevis: Durant el projecte he descobert la importància de repartir-nos bé la feina i mantenir una comunicació clara perquè tot avanci de manera fluida. Personalment, ha millorat la meva capacitat per organitzar documents i per donar forma a les idees del grup. Com a punt de millora, crec que he de gestionar millor les setmanes de molta feina per evitar anar a última hora.

★ Jhonatan: Treballar en aquest projecte m'ha permès desenvolupar més la meva capacitat de treballar conjuntament i assumir responsabilitats concretes. He aportat idees i he ajudat en la part operativa, i crec que he millorat comunicant-me amb el grup. Tot i això, reconec que podria implicar-me més en la coordinació general i anticipar-me més als imprevistos.

★ Valentina: Aquest projecte ha estat una experiència útil per aprendre a organitzar un esdeveniment des de zero. He après a dividir bé la feina, a col·laborar i a respectar els temps del grup. Em quedo amb tot el que he après sobre dinamització i estructura d'un fòrum. Com a millora personal, m'agradaria planificar-me millor per tenir més marge en les entregues.

★ Martina: Participar en aquest projecte m'ha permès sentir-me més segura treballant en equip i buscant solucions ràpides quan apareixen imprevistos. He contribuït sobretot en la part creativa i de planificació, i he vist com és d'important escoltar les idees de tothom. Voldria millorar la meva constància i participar encara més en les fases inicials.

★ Jordi: Aquest projecte m'ha ajudat a treballar millor en equip, organitzar-me i adaptar-me als imprevistos. Hem col·laborat bé i hem complert els objectius, però també he vist que cal millorar la gestió del

temps i utilitzar millor les eines digitals per coordinar-nos. En general, ha estat una experiència útil i de molt aprenentatge.

10.2 Reflexió en equip sobre el procés de desenvolupament de l'esdeveniment

El treball en equip ha estat una part essencial del projecte i ha requerit coordinació, comunicació i responsabilitat compartida. Hem après que la clau perquè tot funcioni és repartir bé les tasques, escoltar les idees de tothom i mantenir una actitud flexible per adaptar-nos quan alguna cosa no funcionava com esperàvem.

També hem vist la importància de tenir documents compartits, reunions regulars i una escaleta clara per assegurar que cada membre sabia què havia de fer i en quin moment. El fet de treballar amb un objectiu comú ha reforçat la cohesió del grup i ens ha ajudat a entendre millor les nostres fortaleses i com complementar-nos.

10.3 Identificar punts forts i àrees de millora

Durant el desenvolupament del projecte hem identificat diversos punts forts que han contribuït al bon funcionament de l'equip. La comunicació interna ha estat fluida, el repartiment de tasques equilibrat i tots els membres han mostrat implicació i compromís. Hem treballat amb creativitat, capacitat d'adaptació i suport mutu, fet que ha facilitat superar imprevistos i mantenir un ritme constant. A més, hem sabut connectar el projecte amb els valors del centre, especialment pel que fa a la igualtat, la innovació i la participació.

Tot i això, també hem detectat algunes àrees de millora. En alguns moments hem necessitat una millor gestió del temps per evitar acumulacions d'última hora, i hauria estat útil realitzar més assajos previs per reduir dubtes durant l'organització. També podem millorar en l'ús d'eines digitals per fer un seguiment més eficient, així com reforçar la planificació inicial per evitar canvis repetits. Finalment, cal ser més estrictes amb els terminis individuals per facilitar el treball global del grup i evitar desajustos en el ritme.