

UNIDAD 10 · BLOC D

Validación, comunicación y pitch del proyecto

Nueve unidades preparando el terreno y una para salir a la pizarra a defenderlo. Si la idea sobrevive a diez usuarios reales y se puede contar en treinta segundos, está lista para subir al escenario.

Objetivos de la unidad

- Formular tres o cuatro hipótesis verificables sobre la idea de proyecto.
- Diseñar un test sencillo para validar al menos una hipótesis con diez usuarios reales.
- Distinguir métricas vanidad de métricas accionables y elegir dos métricas clave del proyecto.
- Construir un plan de comunicación básico con target, mensaje, canales y presupuesto.
- Aplicar storytelling al pitch y estructurar tres formatos (elevator 30 s, pitch deck 5 min, presentación 15 min).
- Defender el proyecto ante un público externo simulado (jurado, padres, ₂alumnado de otras clases) en una demo day.

Conceptos clave

- **validación**
- **hipótesis verificable**
- **métricas accionables**
- **métricas vanidad**
- **A/B test**
- **pivot**
- **propuesta de valor**
- **target**
- **storytelling**
- **elevator pitch**
- **pitch deck**

Validar la idea: hipótesis, no convicciones

Cuando un equipo defiende su proyecto en clase, casi siempre aparece la misma frase: «*los jóvenes querrán esto*», «*a la gente le va a encantar*», «*seguro que se vende*». En metodología Lean Startup todas esas frases tienen nombre: **hipótesis**. No son verdades.

Métricas: vanidad frente a acción

Una vez la idea está en contacto con el mundo, empiezan a aparecer números. No todos los números valen lo mismo. La distinción crítica, popularizada por Eric Ries en *The Lean Startup*, separa las **métricas vanidad** de las **métricas accionables**.

Plan de comunicación y marketing básico

Validada la idea, hay que decidir cómo se cuenta al mundo. Un plan de comunicación de 4º de ESO no necesita ser largo: necesita cuatro respuestas claras.

Storytelling: las personas recuerdan historias, no datos

<Figure src={tedStage} alt="Ponente en un escenario TED con el icónico círculo rojo del logo iluminado al fondo." caption="Escenario TED: el formato charla corta —dieciocho minutos como máximo, una sola idea defendida con una historia— se ha convertido en el referente global de cómo se cuenta en público algo que ...

El pitch en tres formatos

El mismo proyecto se cuenta de forma muy distinta en treinta segundos, en cinco minutos o en un cuarto de hora. La unidad pide a cada equipo preparar **los tres formatos**, porque cada uno tiene un propósito diferente.

La demo day: defender el proyecto delante de gente real

El curso se cierra con una **demo day**: una jornada en la que cada equipo presenta su proyecto en cinco minutos delante de un público externo simulado.

Cierre del curso

Llegamos al final del libro y del curso. Si miramos hacia atrás, este año ha cubierto tres territorios: el **perfil emprendedor** (Bloque A), el **entorno** del que salen las oportunidades y los derechos del consumidor (Bloque B), los **recursos** —humanos, financieros, personales, jurídicos— necesarios para mover un p...

· profedeeconomia.es