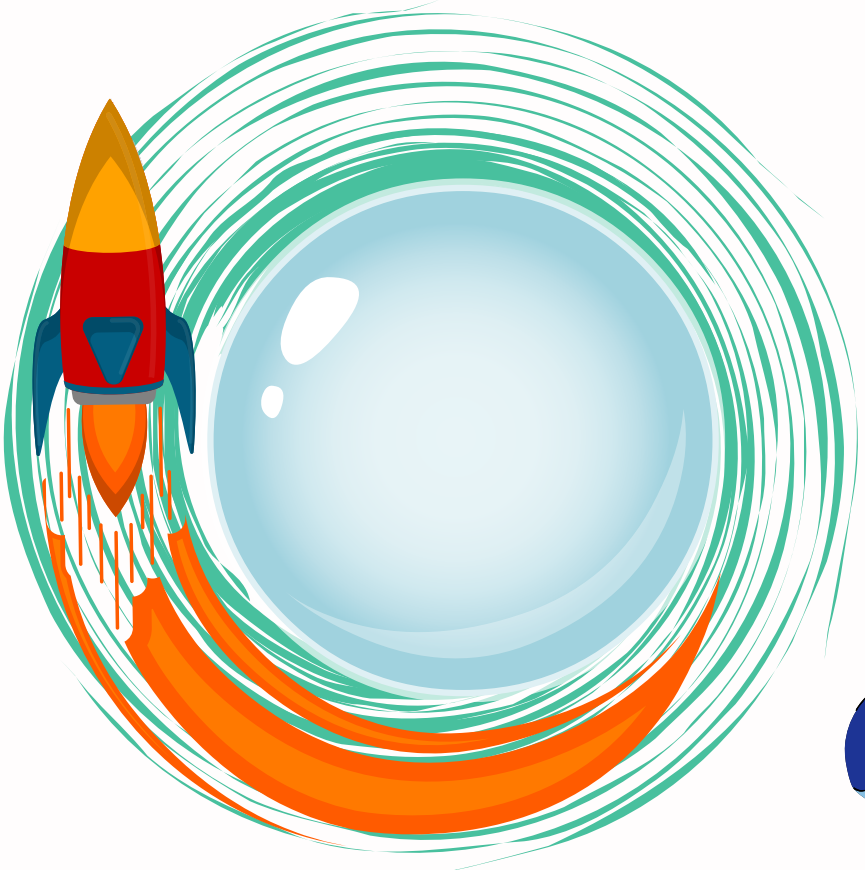
GUÍA PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN JÓVENES

Manual del Estudiante

Jóvem



Guía 3

Educación Emprendedora

Guía Jóvenes Emprendedores no. 3

Manual del Estudiante



Jóvem

Guía para el desarrollo de competencias emprendedoras en jóvenes

Guía 3

Rosa María Solís Gamboa

Contenido

Introducción 05

Presentación Guía 3 06

Objetivos de la Guía 3 08

I Unidad: Mi primera Startup 10

¡Explorando el pensamiento emprendedor! 12

II Unidad: Trabajo en equipo 29

¡Un buen equipo, una gran idea! 31

III Unidad: ¡Generando mi idea! 41

Análisis de necesidades 43

Definición del problema 49

¡Generando soluciones! 54

IV Unidad: ¡Hora de construir la idea! 61

¡Hipótesis! 63

Construir 68

Medir 79

Aprender 85

V Unidad: ¡Presentando mi proyecto! 88

Elevator Pitch 90

VI Unidad: ¡Reto Startup! 101

Reto Startup 103

VII Unidad: Informe del proyecto 107

Informe escrito..... 109

Bibliografía 111

Introducción

La política educativa costarricense coloca al estudiante en el centro del aprendizaje. Esto significa que cada persona asume un rol activo: participa, toma decisiones, reflexiona y construye conocimientos para su vida, su comunidad y el país.

Vivimos en un mundo en constante cambio, con retos nuevos en lo social, lo ambiental y lo económico. Por eso, la educación no se limita a aprender contenidos técnicos. También busca desarrollar habilidades, actitudes y valores que permitan a las y los jóvenes enfrentar el presente y prepararse para el futuro.

En este contexto, la educación emprendedora ayuda a conectar lo que se aprende en el aula con situaciones reales. Emprender no se reduce a "vender" o "crear un negocio"; implica identificar necesidades, proponer soluciones, planificar, mejorar con base en la experiencia y valorar el impacto de nuestras decisiones en el entorno.

Integrar la educación emprendedora en la formación académica enriquece el aprendizaje, fortalece la participación ciudadana y prepara al estudiantado para los ámbitos laboral, económico y social.

La Guía para el desarrollo de competencias emprendedoras en jóvenes, tiene el siguiente objetivo: "Desarrollar en los jóvenes una mirada emprendedora del futuro del país, a través del emprendimiento, con un enfoque ambiental y sustentado en valores cooperativistas".

Los contenidos de esta guía están dirigidos a fomentar la investigación, la reflexión y la aplicación del conocimiento en situaciones reales. Además, impulsa la resolución de problemas y fortalece las competencias emprendedoras del estudiantado.

Presentación Guía 3

La Guía 3 ha sido elaborada para acompañar a los estudiantes en el emocionante camino de transformar ideas en proyectos reales, utilizando la metodología Lean Startup como eje principal.

Este enfoque, ampliamente utilizado por emprendedores de todo el mundo, ha sido adaptado y contextualizado para ajustarse a la edad, intereses y nivel de madurez de los jóvenes, así como a la realidad de desarrollar sus proyectos dentro de una institución educativa.

La guía está diseñada para:

- Promover el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de resolución de problemas.
- Enseñar la importancia de validar ideas antes de invertir grandes recursos.
- Fomentar el trabajo en equipo y la comunicación efectiva.
- Desarrollar un espíritu emprendedor responsable, ético y sostenible.

En este proceso, el docente orienta el trabajo en el aula, mientras el estudiante crea, comparte y desarrolla soluciones.

La guía está organizada por las siguientes unidades:

I : **Mi primera Startup**
II : **Trabajo en Equipo**
III : **¡Generando mi idea!**
IV : **¡Hora de construir la idea!**
V : **¡Presentando mi proyecto!**
VI : **¡Reto Startup!**
VII : **Informe del proyecto**

El resultado esperado es que cada estudiante no solo logre presentar una idea sólida, sino que también aprenda a defenderla, adaptarla y proyectarla como una oportunidad, comprendiendo que emprender es un proceso de aprendizaje constante.

En cada unidad, los estudiantes deben completar los casos, plantillas y ejercicios propuestos.

La metodología aplicada en esta guía se enfoca en:

1. **Exploración del entorno**: Observar y elegir el nicho de mercado.
2. **Análisis de necesidades**: Empatizar con el cliente para detectar problemas.
3. **Definición**: Formular el problema y establecer un enfoque claro.
4. **Idear**: Generar soluciones y seleccionar la más viable.
5. **Construcción**: Desarrollar el Producto Mínimo Viable (PMV).
6. **Medir**: Recoger datos y retroalimentación.
7. **Aprender**: Analizar resultados y mejorar.
8. **Presentación final**: Reto Startup.

Además tiene como elementos de apoyo los siguientes recursos:



Actividad de apoyo



Recursos audiovisuales

Actividad 1 **Actividad en clase**

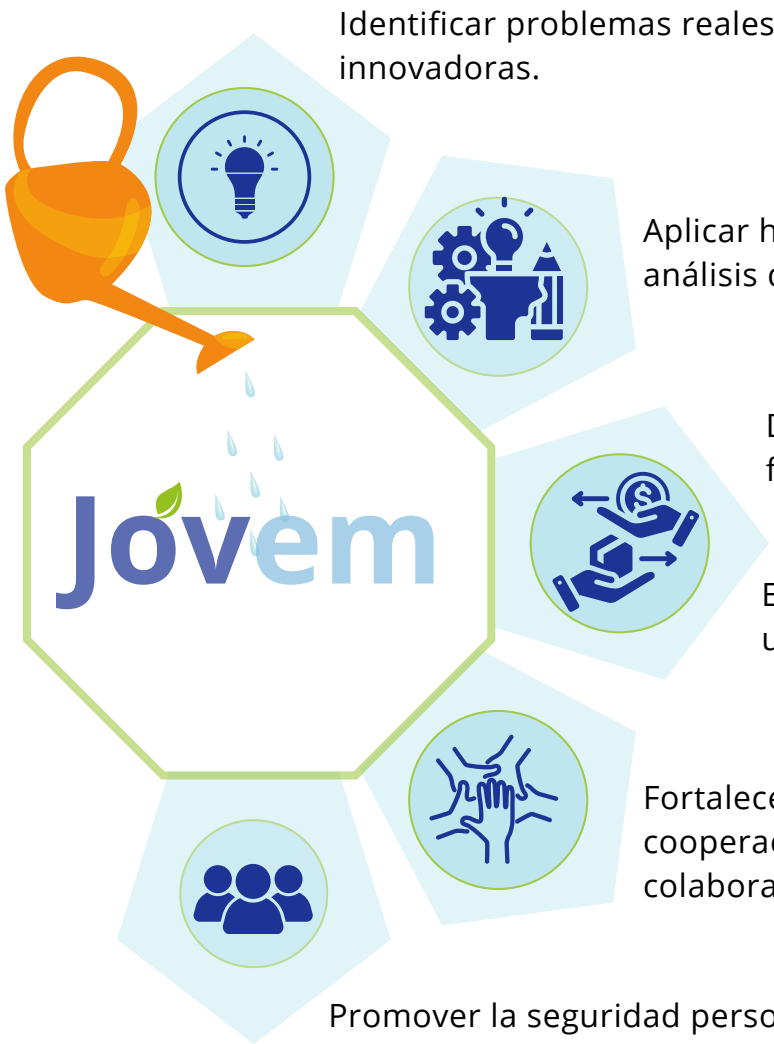


Audiovisuales de reflexión

Para saber más **Cápsulas de conocimiento**

Objetivos de la guía 3

Esta guía tiene como objetivo el desarrollo de un producto o servicio, promoviendo el espíritu emprendedor, la capacidad para resolver problemas reales y el fortalecimiento de habilidades clave para el futuro, tales como la comunicación, el trabajo en equipo, la innovación y la resiliencia.



Identificar problemas reales y proponer soluciones innovadoras.

Aplicar herramientas de validación y análisis de mercado.

Desarrollar un prototipo funcional o demostrativo.

Exponer y defender la idea ante un jurado.

Fortalecer habilidades de cooperación, escucha y aporte colaborativo.

Promover la seguridad personal y la expresión clara, respetuosa y creativa.

Reglas de convivencia JovEm

Estas normas de convivencia tienen como finalidad promover el cumplimiento de las obligaciones, responsabilidades y deberes en JovEm. Su propósito es fomentar una conducta adecuada, mantener una actitud positiva y llevar a cabo las actividades educativas con responsabilidad y respeto.

- Saludar de manera amable a todos.
- Escuchar y respetar las ideas y opiniones de los demás.
- Respetar a los demás como individuos y valorar su conocimiento como miembros y compañeros.
- Ofrecer un trato cordial, respetuoso y amable hacia todas las personas.
- Respetar el tiempo de los demás, evitando interrupciones innecesarias y cumpliendo con las tareas asignadas.
- Ser puntual y constante a lo largo del proceso educativo.
- Mantener el orden al entrar, salir y durante las lecciones.
- Mantener una comunicación respetuosa, evitando el uso de lenguaje inapropiado.
- Promover el uso de expresiones como “por favor” y “gracias“ para reforzar valores de cortesía y sana convivencia.
- Valorar y respetar las diferencias individuales.

I Unidad

Mi primera Startup



Jóvem

“La vida es según la mires”



¡Explorando el pensamiento emprendedor!

¿Qué pasaría si tu idea pudiera cambiar un problema en tu colegio, tu barrio, tu país... o el mundo?

En esta primera unidad descubrirás qué significa **pensar de forma emprendedora**. No se trata solo de crear un negocio, sino de:



Ver oportunidades donde otros solo perciben problemas.

Atreverse a proponer.

Crear cosas nuevas y útiles.

Aprenderás un enfoque conocido como **Lean Startup**, utilizado por emprendedores para transformar ideas en proyectos. Este método se basa en probar, aprender rápido y mejorar paso a paso, con el fin de valorar si la idea tiene potencial en el mercado.



¿Estás listo para despertar tu creatividad?

¡Entonces, comencemos esta nueva aventura JOVEM!

Startup



¿Has escuchado hablar de las “startups”?

Aunque a veces se asocian con tecnología, una startup puede nacer en cualquier lugar: en tu colegio, tu comunidad o tu cantón, cuando alguien detecta un problema y decide crear una solución.

En palabras simples, una startup es un emprendimiento en etapa inicial que busca convertir una idea en algo real: un producto o servicio útil para las personas. No se trata solo de inventar, sino de probar, mejorar y aprender hasta encontrar una solución que funcione.

Por eso, una startup se caracteriza por innovar, aprender con la experiencia y mejorar su idea paso a paso.

Startup significa "puesta en marcha" o "inicio", que busca convertirse en algo real, útil y que soluciona un problema.

Una startup es una empresa naciente, que está en sus primeras etapas de desarrollo, con un alto potencial de crecimiento y con elementos innovadores. Trabaja en condiciones de riesgo e incertidumbre.

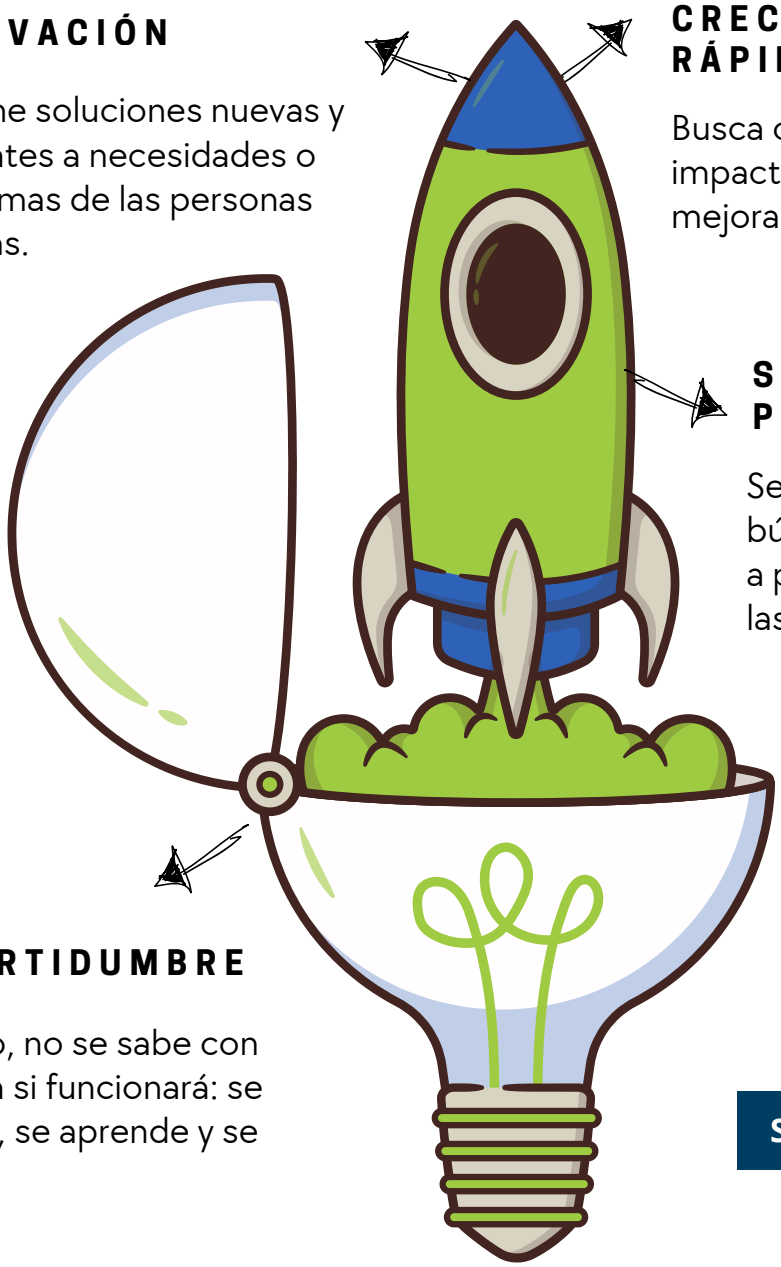
Características de una Startup

INNOVACIÓN

Propone soluciones nuevas y diferentes a necesidades o problemas de las personas usuarias.

CRECIMIENTO RÁPIDO

Busca crecer y generar impacto, aprendiendo y mejorando en el mercado.



SOLUCIÓN A PROBLEMAS

Se enfoca en la búsqueda de soluciones a problemas reales de las personas.

INCERTIDUMBRE

Al inicio, no se sabe con certeza si funcionará: se prueba, se aprende y se ajusta.

Startup

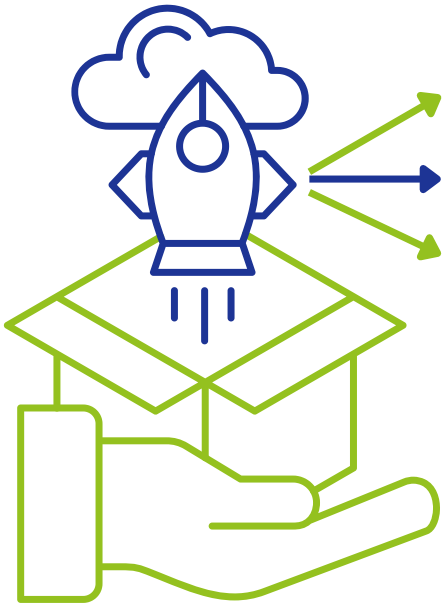
STARTUP

Lean Startup

Lean Startup es una metodología práctica para iniciar un emprendimiento desde cero. Se basa en probar ideas rápidamente, aprender con la experiencia y mejorar a tiempo, usando de forma eficiente el tiempo y los recursos.

Esta metodología fue propuesta por Eric Ries, autor del libro The Lean Startup, publicado en 2011.

Uno de los objetivos de implementar esta metodología es que las empresas, antes de lanzar productos o servicios al mercado y de realizar importantes inversiones, puedan evaluar si realmente tendrán éxito. Lo que se busca es:



Crear un prototipo (Producto Mínimo Viable).

Probarlo con personas usuarias en el mercado.

Medir la aceptación y mejorar con base en la retroalimentación.

Lean Startup

Proceso inicial

1. Se busca experimentar de forma rápida y con costos bajos para crear productos o servicios innovadores.

2. Partiendo de una idea, se formula una hipótesis.

3. Se desarrolla un Producto Mínimo Viable (PMV) y se prueba con personas usuarias reales.



Principios Lean Startup

La metodología Lean Startup se basa en los siguientes principios:

1. Hipótesis: Entender el Problema



Una hipótesis es una idea que se quiere comprobar. En Lean Startup, las hipótesis ayudan a evitar suposiciones y permiten validarlas con información real (observación, preguntas y datos).

La idea puede ser excelente... pero, **¿ya la comprobaste?**

A veces asumimos afirmaciones como estas:

- **“A todos nuestros clientes les va a encantar la idea”**
- **“Todos van a comprar nuestro producto”**
- **“Este precio lo van a pagar”**

Pero, si no se confirma con usuarios reales es una: **Hipótesis**

Continuar con el proyecto sin verificar esas hipótesis puede resultar arriesgado. Se podría gastar tiempo y esfuerzo en algo que, al final, no satisface las necesidades o deseos de las personas.

Actividad 1.1

Los estudiantes se organizarán en equipos de trabajo. Se les presentará una situación que ocurre en el entorno escolar.

Cada equipo deberá leer con atención el caso, analizar el problema y formular una hipótesis que permita comprobar si una posible solución mejora la situación.

Fórmula sencilla para redactar la hipótesis

"Creemos que si hacemos ___, entonces ocurrirá ___, porque ___."

Enunciado

Durante los recreos, es común ver a muchos estudiantes haciendo fila para comprar comida en la soda del colegio. A veces la fila es tan larga que pasan entre 10 y 15 minutos esperando, lo que deja muy poco tiempo para comer tranquilos, conversar con sus amigos o simplemente descansar.

Algunos compañeros comentan que no alcanzan a terminar su comida, otros dicen que se les quita el hambre del estrés o que prefieren no comprar nada para no perder tiempo. Incluso hay quienes llegan tarde a la siguiente clase porque no lograron salir de la fila a tiempo.

Este problema ocurre todos los días y afecta la forma en que los estudiantes aprovechan su recreo. ¿Qué se podría hacer para mejorar esta situación?



Problema que identificaron

HIPÓTESIS

Solución a la Hipótesis

2. Producto Mínimo Viable (PMV)



Imaginemos que se ha desarrollado una idea para la creación de un nuevo producto, pero no se conoce si realmente va ha ser aceptado por los clientes. En lugar de invertir en tiempo y recursos económicos en lanzar el producto al mercado **¿por qué no crear una versión pequeña para probarlo primero?**

Eso es lo que se conoce como un Producto Mínimo Viable (PMV).

Un PMV es la versión más simple de un producto o servicio. Se crea para validar una idea con personas usuarias reales, recibir retroalimentación y mejorar antes de desarrollar una versión más completa.



Actividad 1.2 ¡Creá tu primer PMV!

Este ejercicio tiene como objetivo comprender qué es un Producto Mínimo Viable (PMV) y diseñar uno de forma rápida, creativa y funcional.

Instrucciones:

1. Formen equipos de 3 a 5 estudiantes.
2. Identifiquen problemas que existan en su colegio o en su comunidad.
3. Completen la plantilla que se les solicita a continuación.
4. Diseñen un PMV de su idea.
5. Presenten el PMV al grupo.

Tiempo: 30 minutos.

Materiales sugeridos: Hojas blancas, acceso a algún programa gratuito para diseñar o presentar, cinta adhesiva, tijeras y dispositivos móviles para grabar o mostrar (si se cuenta con ellos). También pueden usar cualquier material que consideren necesario.

¿Cuál es el problema?

¿Qué solución quieren ofrecer?

¿Qué producto o servicio quieren crear?

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Van a crear un PMV de su idea, usando materiales sencillos. Pueden hacer:

- Prototipo de cartón.
- Un cartel publicitario.
- Un boceto en papel o herramienta gratuita de diseño.
- Un video corto simulando el producto o servicio.
- ¡Cualquier otra idea que deseen utilizar!

Presentación

Cada equipo contará con 5 minutos para compartir su trabajo con el grupo. Durante la presentación deben responder, de forma clara y creativa, estas preguntas:

¿Cuál es su idea? Explique brevemente en qué consiste su proyecto.

¿Qué problema busca resolver? Describan la necesidad o situación que identificaron en el colegio o comunidad.

¿Cómo diseñaron su Producto Mínimo Viable (PMV)? Cómo fue el proceso para crear su PMV, ¿qué esperaban aprender al probarlo?

3. Diseño de Producto

Después de desarrollar el Producto Mínimo Viable, hemos llegado a una de las fases más emocionantes: **diseñar el producto final** o una versión más avanzada, incorporando todos los conocimientos adquiridos durante el proceso. Se incorporan características adicionales y mejoras basadas en los comentarios de los usuarios.

Elementos que debe incorporar el diseño

- Funcional
- Útil
- Atractivo
- Que responda a necesidades reales

Diseño del Producto

Qué incluye



- Nombre del producto
- Marca
- Colores
- Forma
- Presentación
- Empaque
- Materiales
- Componentes o características
- Otros detalles que lo hacen único o diferente

4. Prueba y medición



Después de lanzar el Producto Mínimo Viable (PMV) y desarrollar una versión más completa del producto, se procede a probarlo con personas usuarias reales y evaluar sus reacciones.

No se debe asumir que todo va a resultar favorable. Por eso, las personas emprendedoras deben recopilar información real para evaluar si la idea es efectiva y viable, o si necesita ajustes.

Este proceso se conoce como: **VALIDACIÓN**

- Recopilar datos sobre cómo las personas usan el producto.
- Analizar la respuesta de las personas usuarias ante el producto o servicio.

ESTOS DATOS SON FUNDAMENTALES PARA TOMAR DECISIONES INFORMADAS.

¿Qué significa probar?

Probar implica presentar un producto o servicio a personas usuarias reales, observar su uso, escuchar opiniones y evaluar si cumple con lo esperado.

Puede ser tan sencillo como:

- Observar cómo usan el producto.
- Pedir que lo prueben y den su opinión.

¿Qué significa medir?

Medir significa convertir las opiniones y los comportamientos de las personas usuarias en datos que faciliten la toma de decisiones.

Se pueden utilizar herramientas como:

- **Encuestas digitales**
- **Hoja de observación**
- **Preguntas sencillas,** tales como:

1. ¿Cuántas personas lo utilizaron?
2. ¿Cuántas estarían dispuestas a usarlo nuevamente?
3. ¿Qué aspectos modificarían?
4. Otras preguntas similares.

Ejemplo:

Si tu equipo creó un sistema de pedidos para la soda del colegio:

- ✓ Realizar pruebas durante 2 recreos.
- ✓ Medir cuántas personas lo usaron, cuánto se redujo la fila y qué opinan los estudiantes.
- ✓ Registrar los datos y analizar: ¿funcionó?, ¿qué ajustarían?

5. Aprendizaje Continuo

Cada paso, cada error y cada resultado, ya sea positivo o negativo, nos brinda una valiosa lección. Este proceso se conoce como **aprendizaje continuo.**

¿Qué significa aprender de forma continua?

- Esto tuvo una gran aceptación. ¿Cómo puedo repetirlo o mejorarlo?"
- Esto no funcionó. ¿Cuáles fueron las razones?
- ¿Qué haría de manera diferente la próxima vez?
- Se trata de evaluar lo que has realizado.
- Analiza los resultados y ajusta el proyecto.

¿Cómo se implementa esto en la práctica?

- **Reflexionar después de cada paso:**
  ¿Qué aspectos resultaron exitosos? ¿Cuáles no cumplieron las expectativas? ¿Qué modificarías para la próxima vez?
- **Registrar los aprendizajes:**
  Anótalos en una libreta o cuaderno.
- **Aplicar lo aprendido:**
  Si algo no funcionó, no lo repitas de la misma manera: modifica y mejora.

Características del método Lean Startup

A continuación se presentan características de la metodología Lean Startup:

1

Centrado en el cliente y su problema

Se debe escuchar a las personas usuarias a quienes va dirigido el producto o servicio. El éxito está en resolver problemas reales, no imaginarios.

2



Iteraciones cortas

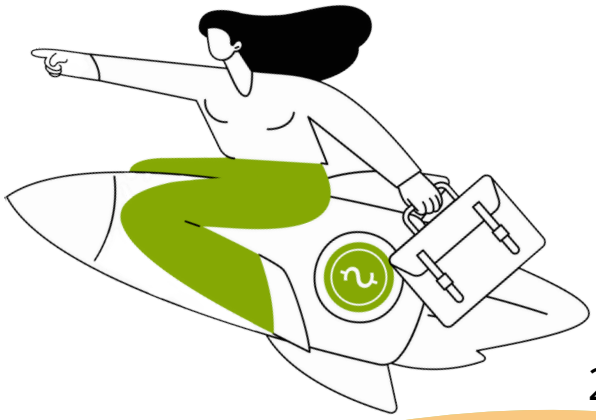
Una iteración es un ciclo que incluye **Construir, Medir y Aprender**. Cada vez que se prueba una versión del PMV y se obtienen conclusiones, se ajusta el proyecto para mejorarlo.

3

Minimización del riesgo

Tomar decisiones basadas en datos y no en suposiciones ayuda a reducir riesgos y evitar errores costosos.

Emprender implica riesgos: ¿qué pasa si el proyecto no atrae al público? ¿Y si no tiene éxito? ¿Qué sucede si se invierte tiempo y recursos sin obtener resultados?



Ciclo del método Lean Startup

Para elaborar la Guía de Emprendimiento N.° 3 se utilizará la metodología Lean Startup, complementada con Design Thinking. Ambas se contextualizan y adaptan a JOVEM para promover el aprendizaje mediante la práctica.



Design Thinking ayuda a comprender a las personas e identificar necesidades reales antes de proponer una solución.



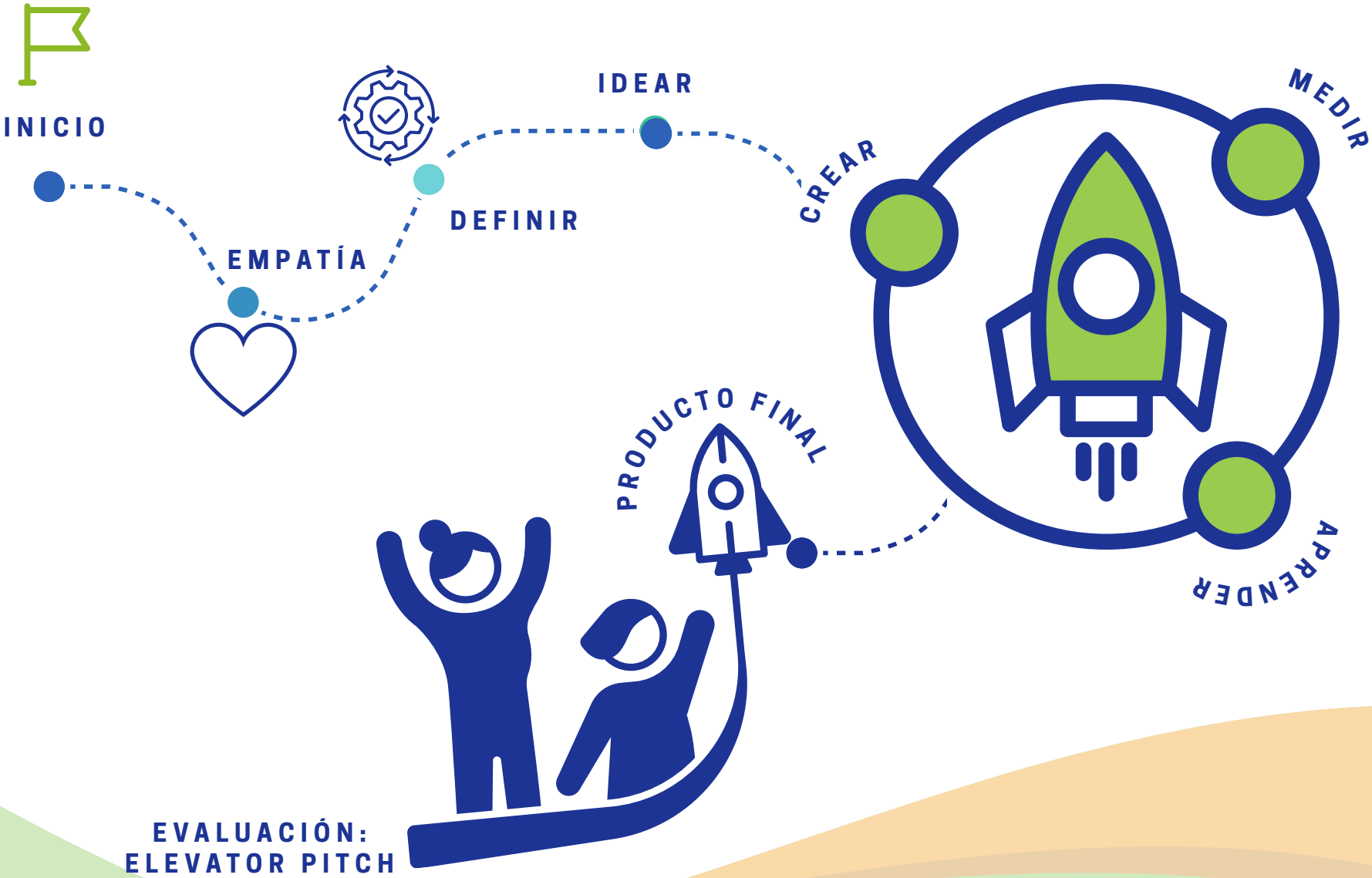
Lean Startup permite experimentar con ideas, aprender rápido y mejorar en cada intento.

Las actividades se adaptan al contexto del centro educativo, considerando a profesores, estudiantes y personal administrativo como "usuarios", y se desarrollan según los recursos del entorno.

En esta guía, el proceso integra Empatía–Definir–Idear y Construir–Medir–Aprender, hasta llegar al Producto final y al Elevator pitch.

Fase de formulación	Fase de implementación y resolución
Empatía **Definir** **Idear** **Construir** **Medir** **Aprender**	**Producto Final** **Elevator Pitch**

Metodología aplicada



II Unidad

Trabajo en Equipo



“En tu camino por la vida, se inolvidable”



¡Un buen equipo, una gran idea!

Detrás de cada proyecto hay un equipo de trabajo que aporta, resuelve problemas y se apoya mutuamente.

En este módulo se abordará la importancia de la colaboración efectiva en equipo. Se promoverá el respeto por las ideas de cada integrante, la distribución adecuada de tareas y el aprovechamiento de las fortalezas de todos.

¿Qué es el Trabajo en Equipo?

Trabajo en equipo

El trabajo en equipo es la colaboración de varias personas que unen esfuerzos para alcanzar un objetivo común, donde cada miembro contribuye con sus habilidades y conocimientos.



Importancia de Trabajar en equipo

1. Se comparten ideas y se colabora para convertirlas en un proyecto real.

2. La diversidad de perspectivas y conocimientos enriquece el trabajo y fortalece el aprendizaje continuo.

3. Permite organizar tareas, cumplir objetivos y aprovechar mejor el tiempo.

4. Desarrolla habilidades como liderazgo, comunicación, empatía y responsabilidad compartida.

Habilidades al trabajar en equipo

- **Escucha activa**
- **Comunicación clara**
- **Empatía**
- **Resolución de conflictos**



Actividad 2

Las actividades propuestas buscan fortalecer el trabajo en equipo y promover una convivencia saludable mediante dinámicas participativas. Al finalizar cada actividad, se realizará una reflexión grupal para compartir experiencias y aprendizajes, fortaleciendo la convivencia en el aula.

Actividad 2.1 ¡Nuestro equipo!

PROPÓSITO:

Fortalecer la unión y la organización del equipo de trabajo, identificando fortalezas individuales, definiendo roles y estableciendo acuerdos de convivencia y colaboración para el avance del proyecto emprendedor.

INSTRUCCIONES:

- Formen equipos de trabajo. *(Sugerencia: 3 equipos por sección, según la cantidad de estudiantes).*
- Cada equipo definirá su identidad utilizando la plantilla proporcionada.
- Es fundamental que participe todo el estudiantado y aporte sus ideas.
- Al final de la actividad, los equipos presentarán su trabajo al grupo.

Nombre del equipo:	*Nombre creativo que los represente.*
Fortalezas de cada integrante:	*Cada estudiante menciona qué fortaleza aportará al equipo, por ejemplo: responsabilidad, creatividad, entre otras.*
Lema:	*Frase motivadora o divertida que los represente.*
Principios de trabajo:	*Tres acuerdos que se comprometen a cumplir como equipo.*

¡Nuestro Equipo!

Nombre del equipo: _____ **Sección:** _____

Fortalezas de cada integrante:

Nombre del integrante	Aporte al equipo

LOGO DEL EQUIPO:

LEMA DEL EQUIPO:

ACUERDO DE TRABAJO

1 _____

2 _____

3 _____

Actividad 2.2 ¡Hackathon!



PROPÓSITO:

Fomentar el pensamiento creativo y la colaboración en equipo para abordar un desafío real dentro de un tiempo limitado.

¿Qué es un hackathon?

Es una competencia breve por equipos, en la que los estudiantes deben desarrollar una propuesta creativa, útil y viable para abordar un desafío o necesidad específica planteada.

INSTRUCCIONES:

- Con los mismos equipos formados en la **Actividad 2.1**, se realizará esta actividad.
- La persona docente presenta el reto a los equipos.
- Los equipos tendrán un tiempo de 30 minutos para realizar el ejercicio

Cada equipo deberá:

- Analizar el problema.
- Proponer una solución creativa y viable.
- Representar la idea en un cartel, dibujo o prototipo en papel.

Presentación final (pitch):

Cada equipo tendrá de 5 a 7 minutos para presentar ante el grupo:

¿Qué problema eligieron?
¿Cuál es la solución?
¿Por qué creen que funcionaría?

¿Estás listo para demostrar todo lo que tu equipo puede crear en poco tiempo?

RETO

"40 minutos no alcanzan... ¿cómo mejoramos las filas en el comedor?"

- Durante la hora del almuerzo, muchos estudiantes se enfrentan a un problema común: largas filas, tiempo limitado y escaso espacio para disfrutar de la comida con tranquilidad.
- Algunos estudiantes pasan más de 15 minutos esperando ser atendidos, lo que les deja poco tiempo para almorzar, descansar o socializar.
- El comedor es reducido, el tiempo es breve y todos desean comer simultáneamente.



Desafío para los equipos:

¿Cómo podríamos reducir las filas y mejorar el uso del tiempo en el comedor, sin tener que construir uno nuevo ni extender el recreo?

Completen la plantilla que se les solicita a continuación.

¡Hackathon!



Integrantes

Nombre del equipo: _____

Problema a resolver

Describa cuál es el problema principal que enfrentan los estudiantes durante el almuerzo en su institución.

Solución al problema

Expliquen su propuesta de forma clara y concreta. ¿Qué cambiarían o implementarían?

Recursos necesarios

Materiales, personas involucradas, tecnología, recursos disponibles, etc.

¿Cómo funcionaría?

Describan, paso a paso, cómo se implementaría la idea en la institución.

Desarrollo del producto:

Diseño de la idea o prototipo (se puede realizar un dibujo, esquema o un cartel).

Presentación del producto

Preparación para el pitch (presentación).
En 5-7 minutos deben abordar los siguientes puntos:

¿Qué problema han identificado?	¿Cuál es su propuesta?	¿Cómo funciona la idea?

Actividad 2.3 ¡La Torre de Papel!

PROPÓSITO:

Fomentar el trabajo en equipo, la comunicación y la toma de decisiones compartidas entre los miembros del grupo.

MATERIALES

- *Hojas de papel (tamaño carta o A4)*
- *1 rollo pequeño de cinta adhesiva*
- *1 tijera (opcional)*
- *1 regla o cinta métrica (para medir la torre al final)*

DURACIÓN ESTIMADA:

20 a 25 minutos

INSTRUCCIONES:

Organización de equipos:

Se formarán equipos, cada uno con la misión de construir la torre de papel más alta utilizando únicamente los materiales asignados.

Requisitos de la estructura:

La estructura debe ser capaz de sostenerse por sí sola durante al menos 10 segundos. No se permite fijar la torre al suelo, a las mesas, ni apoyarla en las paredes.

Al finalizar el tiempo estipulado, se medirá la altura de cada torre (desde la base hasta el punto más alto) para determinar cuál es la más alta. Posteriormente, se realizará una breve reflexión grupal sobre la experiencia.

Stand-up de la sesión



Un standup diario es un punto de control para evaluar el progreso.

Los equipos de trabajo comparten de manera concisa sus logros y avances durante el día.

Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy? Jóvem

¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

III Unidad

¡Generando mi idea!

Jóvem



“Es posible que ayudar a una persona no cambie al mundo entero,



pero sí puede cambiar el mundo de una persona”

Análisis de necesidades



Antes de iniciar un proyecto de emprendimiento, es fundamental comprender las necesidades de las personas. Si la idea propuesta no aborda un problema real, es probable que no vaya a ser aceptada en el mercado.

En esta etapa se observará y analizará el entorno para identificar necesidades reales.

Vamos a ponernos en el lugar de las personas, escuchar con atención y detectar aquello que podría mejorarse o resolverse.

Objetivo



Identificar las necesidades de las personas usuarias permite diseñar soluciones centradas en las personas, basadas en evidencias y no en suposiciones. Además, ayuda a proponer mejoras innovadoras y realistas.

Para lograrlo:

Reunir información, observar comportamientos y descubrir qué necesitan realmente las personas.

Con esa evidencia, proponer soluciones útiles, realistas y con impacto.

Actividad 3

Instrucciones generales:

Las actividades propuestas se desarrollarán en equipos de trabajo. Los estudiantes se organizarán de acuerdo con los lineamientos establecidos por el programa JOVEM para la Guía N.° 3, según lo indicado en el documento correspondiente de Ferias Educativas. A partir de las siguientes actividades, **se dará inicio al desarrollo del proyecto emprendedor final.**

Actividad 3.1

Cada equipo, identificará problemas reales o situaciones presentes en el mercado que están causando insatisfacción a un nicho de mercado.

Deben analizar el entorno e identificar un problema para proponer una posible solución.

1. Antes de iniciar el análisis de necesidades, cada equipo debe identificar el público meta o grupo de personas que desea observar y comprender.

2. Este enfoque brindará una dirección clara para realizar entrevistas, fomentar la empatía y descubrir necesidades reales.

- **Paso 1:** Completar la plantilla titulada “Nuestro equipo”.
- **Paso 2:** Completar la plantilla titulada “Comprendiendo mi entorno”.
- **Paso 3:** Completar la plantilla titulada “Análisis de necesidades”.

¡Nuestro equipo!



Integrantes

Super héroes *Anotar en cada cuadro el nombre del estudiante y el superhéroe con el que se identifica. Además puede dibujarse o agregar una imagen.*

Nombre :	*Nombre:*	*Nombre:*
Nombre:	*Nombre:*	*Nombre:*

¡Comprendiendo mi entorno!



¿A qué grupo de personas te gustaría ayudar con una solución?	¿En qué lugar se encuentran estas personas?	¿Qué problema te gustaría investigar en este grupo de personas?

¿Por qué elegiste este grupo de personas y qué razones te llevan a querer ayudarlas?

Análisis de necesidades

Nombre del equipo: _____

Identificación de necesidades

Población objeto de investigación.

Inquietudes y necesidades de la población a estudiar.	¿Cómo influyen esas necesidades en la vida de las personas objeto de la investigación?	¿Existen soluciones para esta situación?

Necesidad real identificada:

Stand-up de la sesión

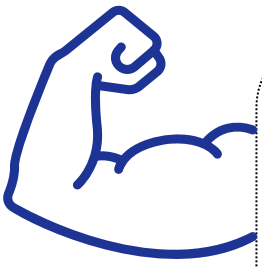


Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy?

¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

Definición del problema

Una vez identificadas las necesidades reales de las personas, es fundamental definir con claridad el problema que queremos resolver.



Definimos el reto o desafío específico que asumiremos como emprendedores.

Durante esta etapa, nos centramos en:

- **Identificar a la persona usuaria (o grupo de personas).**
- **Reconocer sus necesidades.**
- **Formular un enunciado claro y conciso del problema.**

Actividad 3.2

Cada equipo definirá el problema utilizando las siguientes plantillas:

Paso 1: Completar la plantilla titulada “Identificando el problema”.

Paso 2: Completar la plantilla titulada “Definiendo el problema”.

Paso 3: Completar la plantilla titulada “Conociendo a nuestro usuario”.

Identificando el problema

Jóvem Hoja 1

Identificando el problema

¿Cuál es el problema identificado?

¿Qué es lo que origina el problema?

¿Hay soluciones para este problema?

¿Qué consecuencias genera este problema?

Definiendo el problema

Jóvem Hoja 2

Definiendo el problema

¿A quiénes afecta el problema?

¿Qué otras personas están involucradas?

¿Por qué es importante resolver este problema?

¿Cómo podemos expresar el problema en una única frase clara y concreta?

Conociendo a nuestro usuario

Jóvem **Hoja 3**

Elaboren un dibujo que represente las características del cliente potencial.

Problema que tiene el usuario

Necesidades que se buscan satisfacer.

Descripción del cliente o usuario potencial.

Frustaciones

(¿Qué le molesta? ¿Qué le cuesta? ¿Qué le preocupa?)

Stand-up de la sesión



Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy?

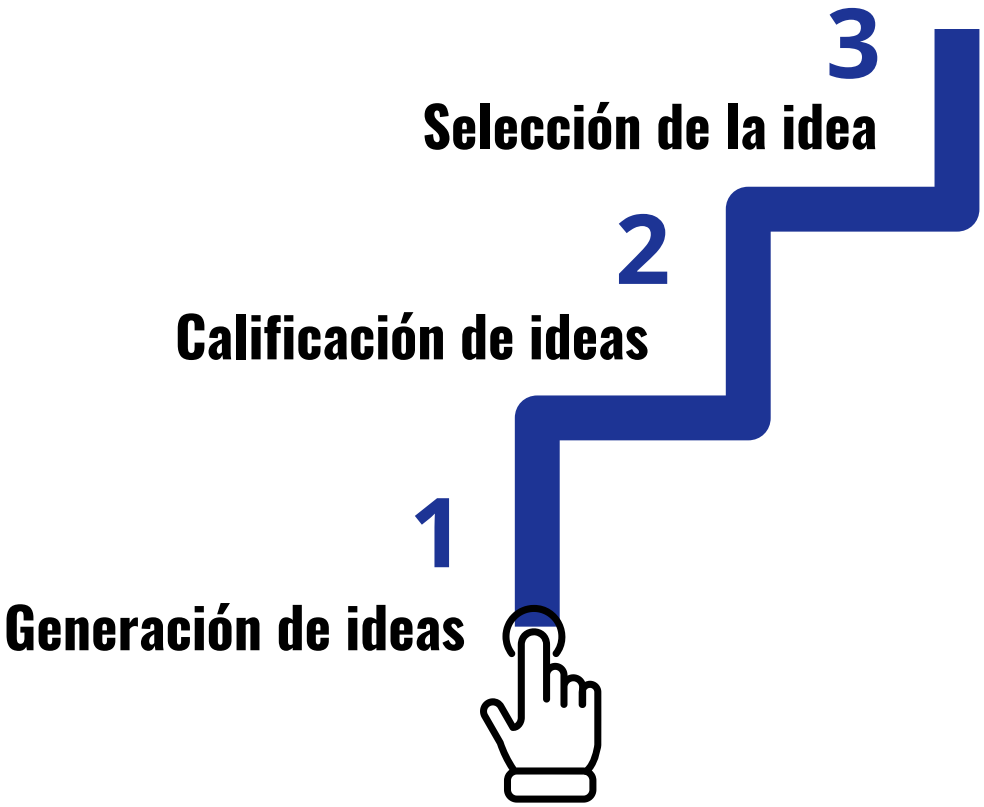
¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

¡Generando soluciones!

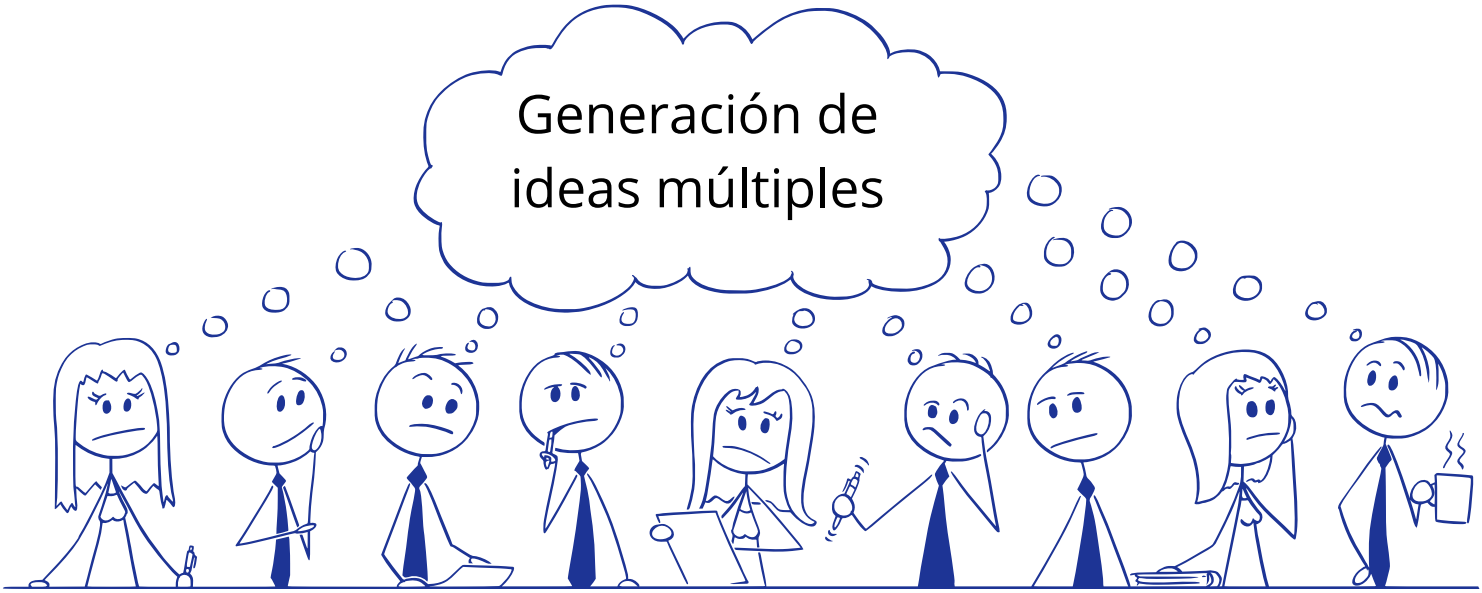
Tenemos un problema claro. Ahora es momento de imaginar cómo podríamos resolverlo.

En esta etapa, utilizaremos toda nuestra creatividad para proponer ideas innovadoras, útiles y viables.





Se utilizará la técnica **lluvia de ideas (brainstorming).**



Actividad 3.3

Cada equipo propone soluciones para resolver el problema identificado.

Paso 1: Cada integrante propone al menos una idea.
Entre más ideas, ¡mejor!

Paso 2: Anoten las ideas en la plantilla “Lluvia de ideas”.
No se juzga ni se descarta ninguna idea en esta etapa.

Paso 3: En equipo, seleccionen tres ideas que consideren más interesantes y viables.
Mejoren o combinen ideas

Lluvia de ideas



Jóvem

Problema definido	**Idea 1**	**Idea 2**	**Idea 3**
Idea 4	**Idea 5**	**Idea 6**	**Idea 7**

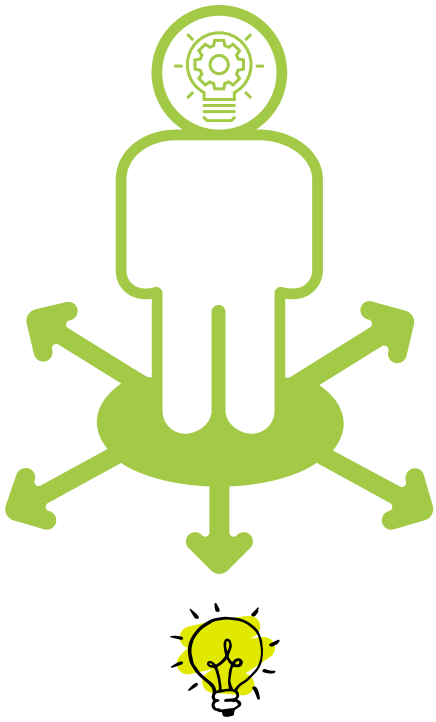
Actividad 3.4

Se evaluarán las tres ideas que mejor respondan al problema planteado.

Paso 1: Anoten en la plantilla “Evaluación de ideas” las tres ideas seleccionadas en la Actividad 3.3.

Paso 2: Califiquen cada idea en una escala del 1 al 5.

Paso 3: Reflexiona sobre las siguientes preguntas para evaluar el potencial de la idea:



¿Qué solución propone la idea y qué problema resuelve?

¿Qué tan rápida y económica sería de implementar?

¿Por qué consideran que esta idea podría funcionar?

¿La idea es innovadora o aporta algo diferente?

¿Cuentan con las habilidades y recursos para desarrollarla?

Evaluación de ideas

Jóvem

Integrantes _____

_____

Problema _____

_____

Nota: **Califiquen cada criterio del 1 al 5 (5 = más alto, 1 = más bajo). Escriban la idea en la primera columna y luego asignen puntajes por criterio. Sumen para obtener la "Puntuación total".**

	IDEA	Da respuesta al problema	Recursos disponibles	Innovación	Facilidad de implementación-Viabilidad	Puntuación Total
1						
2						
3						

Decisión final: Además del puntaje, elijan la idea que tenga mayor impacto y sea realista en su contexto.

Elección de la idea

Integrantes

Problema

Idea seleccionada

Justificación de la idea seleccionada

Por qué esta idea es la mejor? -¿Qué impacto tendrá? - ¿Qué recursos ya tienen para hacerla posible?

Boceto - esquema de la idea

Stand-up de la sesión



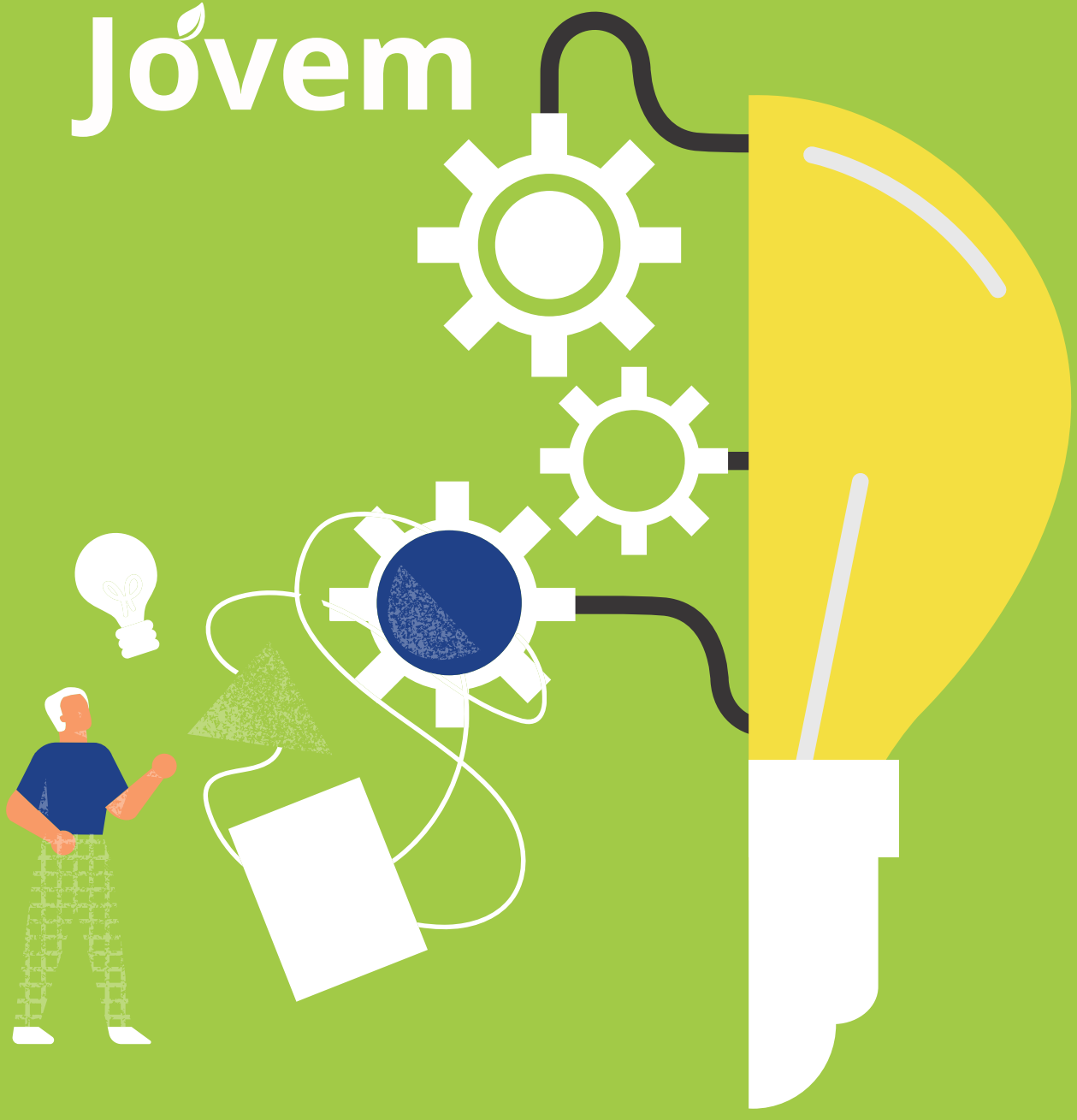
Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy?

¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

IV Unidad

¡Hora de construir la idea!

Jóvem



“Cultiva pensamientos que te hagan avanzar”



Hipótesis

Antes de construir el Producto Mínimo Viable (PMV), es fundamental formular hipótesis.

Una hipótesis es
una idea que se desea comprobar

Hipótesis de creación de valor

¿Esto es útil para las personas?

Una hipótesis de valor busca comprobar si el producto o servicio realmente aporta valor al usuario.

Es decir, si ayuda a resolver un problema real o a satisfacer una necesidad.

Hipótesis de crecimiento

¿Cómo lograremos que más personas la usen?

Una hipótesis de crecimiento permite desarrolllar estrategias para atraer a un mayor número de usuarios.

Actividad 4.1 Hipótesis de creación de valor

Paso 1:
En equipos, desarrollen la propuesta de valor.
Completen la plantilla titulada **Propuesta de valor**.



Propuesta de valor

Jóvem

Proyecto _____

_____



¿Qué se ofrece?

Describe el producto o servicio

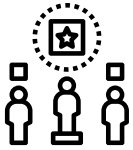


¿Quién es el cliente o usuario?



¿Qué valor se entrega?

Necesidades a satisfacer o beneficios ofrecidos



¿Qué nos hace diferente?

¿Por qué los clientes elegirán el producto o servicio sobre la competencia?

Propuesta de valor:

La propuesta de valor es una declaración que describe lo que se ofrece y explica por qué es valioso para el cliente.

Paso 2: Formulación de la hipótesis

A continuación, se presenta un **ejemplo** de cómo redactar la hipótesis de valor.

Paso	Pregunta guía	Completar
1. PROBLEMA	¿Cuál es el problema que queremos resolver?	Las personas a menudo pierden una cantidad considerable de tiempo buscando un espacio de estacionamiento disponible.
2. USUARIO – CLIENTE	¿A quién afecta este problema (usuario)?	Conductores que se dirigen al centro de la ciudad durante las horas de congestión vial.
3. SOLUCIÓN – PROPUESTA	¿Qué vamos a ofrecer para resolverlo?	Una app que muestra espacios libres en tiempo real y reserva el lugar de estacionamiento.
4. RESULTADO ESPERADO	¿Qué cambio positivo tendrá el usuario?	Reducir el tiempo de búsqueda de parqueo y disminuir el estrés al conducir.
5. MÉTRICA (CÓMO LO MEDIMOS)	¿Cómo sabemos si les sirvió?	Que al menos 7 de cada 10 usuarios muestren un ahorro de 5 min en la búsqueda de estacionamiento durante la primera semana de uso.



Hipótesis de valor: **Fórmula sugerida**

Completen la frase usando lo que escribieron en el espacio COMPLETAR:

Creemos que si _____ entonces
solución

_____ logrará _____.
usuario-cliente resultado esperado

Lo sabremos porque _____.
métrica de éxito

"Creemos que si lanzamos una app que muestra y reserva espacios de estacionamiento en tiempo real, entonces los conductores que van al centro en hora pico reducirán su tiempo de búsqueda en al menos 5 minutos y se sentirán menos estresados. Lo sabremos porque 7 de cada 10 usuarios reportará ese ahorro durante la primera semana."

Guía para hipótesis de valor

Jóvem

Con base en el problema y la idea seleccionada, completen la tabla y redacten su hipótesis de valor.

Paso	Pregunta guía	Completar
1. PROBLEMA	¿Cuál es el problema que queremos resolver?	
2. USUARIO – CLIENTE	¿A quién afecta este problema (personas usuarias/clientes)?	
3. SOLUCIÓN – PROPUESTA	¿Qué vamos a ofrecer para resolverlo?	
4. RESULTADO ESPERADO	¿Qué cambio positivo tendrá el usuario?	
5. MÉTRICA (CÓMO LO MEDIMOS)	¿Cómo sabemos si les sirvió? ¿Cómo lo medimos?	

Hipótesis de valor:



(Creemos que si ___, entonces ___ logrará ___. Lo sabremos porque ___)

Stand-up de la sesión



Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy?

¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

CONSTRUIR

Esta etapa consiste en desarrollar un **Producto Mínimo Viable (PMV)**, enfocado en la hipótesis que se desea validar.



Un PMV es la versión más simple del producto o servicio. Incluye solo lo necesario para probar la idea, recibir retroalimentación y mejorar.

La construcción del PMV la realizaremos en dos etapas:

1 Primera etapa (PMV de papel o boceto):

El equipo diseña y presenta un prototipo sencillo (en papel, cartel, esquema o demo simple). Esto permite validar la idea rápidamente, escuchar opiniones y aprender sin invertir demasiado tiempo o recursos.

2 Segunda etapa (PMV de producto casi final):

Con la retroalimentación recibida, el equipo ajusta la propuesta y construye una versión más completa y cercana a la realidad. Esta será la versión mejorada que presentarán.

1 Primera etapa: PMV de papel (boceto)

Una vez seleccionada la idea, el equipo desarrolla la primera versión del producto o servicio.

Seleccionen la técnica de prototipado más adecuada. Algunas opciones son:

IMÁGENES

MAQUETAS

STORYBOARDS

DIBUJOS SIMPLES

En esta primera etapa se utilizará la **técnica de dibujos simples.**

Prototipo en dibujo Es transformar una idea en una representación visual.

Actividad 4.2

Paso 1: Completen la plantilla "**Prototipo en dibujo**" que se presenta a continuación.

Paso 2: Con la plantilla completa, realicen una presentación utilizando un cartel, papel periódico u otro medio para dar a conocer el producto. La presentación debe incluir los elementos solicitados en la plantilla.

Tiempo máximo de la presentación: 7 minutos.

Prototipo dibujo

Nombre del proyecto: _____

¿Qué queremos comprobar con este prototipo? (Hipótesis a validar)

Materiales o herramientas a usar

Dibuje el producto o servicio a desarrollar

Descripción del producto o servicio

¿Qué problema resuelve?

¿A quién está dirigido?

Actividad 4.3 Presentación



Paso 3: Los elementos que deben considerarse para la presentación del prototipo en formato papel o dibujo son los siguientes:

Elementos a exponer:

Nombre del proyecto

Descripción

Problema

Cliente o usuario final

Solución

Innovación

Hipótesis (qué queremos comprobar)

Otros aspectos (opcional)

Tiempo: 7 minutos

Prototipo: Dibujo

Lugar: Salón de clases

Público: Compañeros de clase, docente a cargo, otros (opcional).

Actividad 4.4

Paso 4: Cada equipo deberá completar la plantilla **"Plantilla del Feedback".** Esta herramienta tiene como objetivo recopilar las observaciones, recomendaciones y aprendizaje derivados de la presentación del prototipo realizada.

Plantilla del Feedback

Nombre del proyecto: _____

¿Quiénes formaron parte del público durante la presentación?

Observaciones y recomendaciones del público

Decisión del equipo:

□ Mantener idea □ Ajustar □ Cambiar

Discusión en grupo

¿Qué aprendimos del usuario-cliente y del problema?

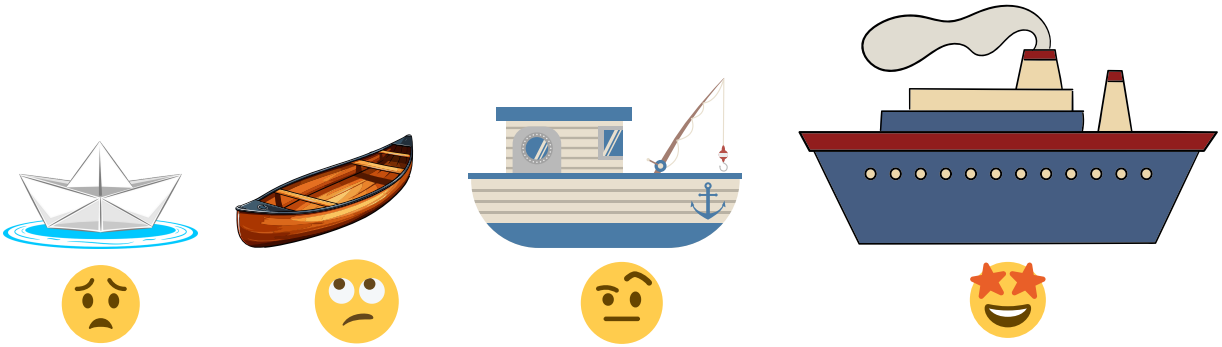
¿Qué SI funcionó?	
¿Qué NO funcionó?	
¿Hubo imprevistos?	

¿Qué cambios se realizarán?

Otros datos importantes

2 Segunda etapa (PMV de producto casi final):

En esta etapa, el equipo mejora su primer prototipo (boceto o dibujo) usando la retroalimentación recibida.



Con base en lo que sí funcionó y lo que debe ajustarse, construirán una versión más completa y funcional del Producto Mínimo Viable (PMV).

Actividad 4.5

Paso 5: Construye el Producto Mínimo Viable (PMV) teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la Plantilla del Feedback.

Actividad 4.6

Paso 6: Una vez que se define el Producto Mínimo Viable (PMV), se procederá a desarrollar la identidad de marca del producto o servicio. Es importante validar la marca, ya que esta influye en la percepción que las personas tienen sobre la propuesta.

Para lo anterior se completará la plantilla: **“Prototipo de MARCA” .**

Prototipo de MARCA

Nombre del proyecto: _____

Nombre de la MARCA	**Eslogan**	**Colores corporativos**
LOGOTIPO	**Presentación / Empaque** (según el producto o servicio)	**Tipografía (tipo de letra)**
		Otros elementos

Costos del PMV ¢

El objetivo de esta actividad es calcular y justificar un precio para el Producto Mínimo Viable (PMV). Para ello, el equipo identificará costos, analizará el valor percibido por el público meta y propondrá un precio coherente con el mercado.

Actividad 4.7

Se utilizará la plantilla "**Cálculo de precio para PMV**"

Paso 1:
Anoten los costos necesarios para producir o brindar el PMV (directos, indirectos y mano de obra, si aplica).

Paso 2:
La plantilla incluye espacios para que el equipo registre cálculos y argumente su propuesta con base en los aprendizajes desarrollados a lo largo de la experiencia JOVEM.

Paso 3:
Investiguen precios del mercado (competencia o productos similares) y definan el valor que su cliente percibe.

Paso 4:
Propongan un precio final, justificándolo con: costos - comparación de mercado - valor para el cliente.

Importante: El precio no se determina únicamente por los costos, sino también por el valor que el cliente percibe.

Cálculo de precio para PMV

Nombre del proyecto: _____

1 Investigación y definición de costos

En esta sección, se deben identificar, clasificar y calcular todos los costos necesarios para determinar el precio. Realizar los cálculos en este espacio.

Calculen costos directos e indirectos, mano de obra y otros. Todos los requeridos en el desarrollo del producto o servicio.

Cálculo de precio para PMV

Nombre del proyecto: _____

2 Análisis de valor y mercado

En esta sección, se realiza un análisis del mercado y se evalúa el valor percibido por el cliente

Preguntas guía:

¿Cuál es la competencia?

¿Cuál es el precio de la competencia?

¿Cuánto cobran productos similares en el mercado?

3 Propuesta de precio y justificación

Con la información anterior se define el precio final del producto o servicio.

Justificación:

Definir el precio final.
Mostrar cálculos y resultados finales.
¿Por qué es más bajo o más alto que la competencia?

Costo total unitario.....¢ _____

Margen de ganancia.....¢ _____ _____ %

Precio total .....¢ _____

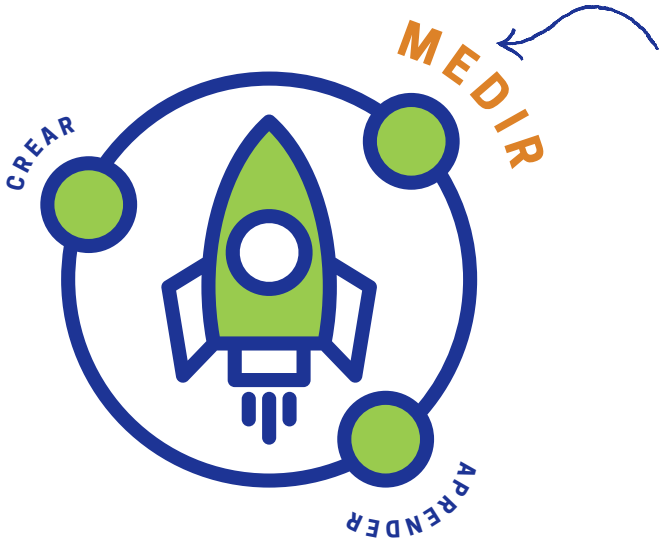
Stand-up de la sesión



Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy?

¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

MEDIR



Esta fase tiene como propósito, **MEDIR** la respuesta de los consumidores através de datos reales.

Debemos probar el Producto Mínimo Viable (PMV) y validar si nuestra hipótesis principal se cumple, a través de la retroalimentación y observación de los usuarios.

Una vez probado el Producto Mínimo Viable (PMV) con clientes potenciales, se deben recopilar datos y métricas.

El objetivo es evaluar si los clientes actúan como se esperaba y recopilar datos reales.

Dado que este es un ejercicio educativo y formativo, es fundamental adaptarlo al entorno en el que se lleva a cabo, teniendo en cuenta los recursos disponibles.

Clientes o usuarios:

- Profesores del taller
- Docente tutor
- Estudiantes
- Otros

Actividad 4.8 Pasos para la fase MEDIR

1 Panel de clientes

Se establece el panel de clientes por salón de clase, lo que significa que el panel evaluará todos los proyectos. Recordar, que los participantes serán simulados por miembros del mismo centro educativo o aula. Además, se coordinará el día y la hora para la presentación del Producto Mínimo Viable (PMV).

2 Presentación del PMV

Los estudiantes expondrán su PMV para que el panel de clientes, procedan a opinar y realizar la retroalimentación con observaciones y recomendaciones.

Se pide a los usuarios o evaluadores del producto que den sus comentarios sobre la propuesta.

3 Plantilla “Medición del PMV”. Recolección de datos

Cada equipo debe de completar la plantilla **“Medición del PMV”** . Los equipos deben de definir las preguntas guías que les permitirán interactuar eficazmente con el panel de clientes.

Es fundamental documentar las opiniones y comentarios de las personas, así como sus reacciones, designando a una persona responsable de tomar notas.

4 Análisis de datos

Una vez concluida la presentación del Producto Mínimo Viable (PMV), es esencial llevar a cabo un análisis de la información recopilada.

Medición del PMV

Jóvem **Hoja 1**

Nombre del proyecto: .....

1 FASE DE PLANIFICACIÓN

Día de la presentación: _____

Panel de usuarios _____

_____

_____

_____

_____

Lugar: _____

Otros aspectos _____

_____

PMV a presentar (descripción breve)

Medición del PMV

Jóvem Hoja 2

2 **FASE DE IMPLEMENTACIÓN**

Nombre del proyecto: .....

Guión para la presentación del PMV

Estudiantes expositores

Recursos requeridos

Presupuesto del PMV

Medición del PMV

Jóvem **Hoja 3**

Nombre del proyecto: .....

2 FASE DE IMPLEMENTACIÓN

Preguntas guías para interactuar con el panel de clientes

Imagen

- ¿Le gustan los colores del proyecto?
- ¿Le gustan los colores de la marca?
- ¿Qué opina de la presentación del producto?

Beneficios del producto

- ¿Qué opina sobre la solución que ofrece el PMV?
- ¿Cuáles son las fortalezas que identifica en el PMV?
- ¿Qué aspectos considera que podrían mejorarse, modificarse o eliminarse? ¿Por qué?
- El problema que deseamos abordar es el siguiente: _____ _____ _____
- Agradecemos su opinión sobre si el producto o servicio que hemos presentado podría ser útil para resolver este problema.

Recolección de datos

Medición del PMV

Jóvem **Hoja 4**

Nombre del proyecto: .....

3 FASE DE CONCLUSIONES

Análisis de datos

¿Se cumplió la hipótesis propuesta?

¿Qué aspectos agradaron al panel y cuáles no? ¿Por qué?

Resultados obtenidos

¿Qué aspectos vamos a modificar? ¿Cómo podríamos mejorar el PMV?.

APRENDER



APRENDER de los datos recolectados nos permite tomar decisiones para mejorar el PMV.

El objetivo es identificar aprendizajes sobre el producto, el mercado y los usuarios.

En esta fase, el equipo analiza toda la información recopilada durante la etapa de MEDIR con el fin de abordar una pregunta fundamental:

¿Lo que hicimos funcionó o necesitamos cambiar algo?

El objetivo es aprender de la experiencia directa con los usuarios para tomar decisiones:

- Continuar con el proyecto en su estado actual.
- Es necesario mejorar o ajustar ciertos aspectos.
- Cambiar el enfoque (modificar la propuesta).

Actividad 4.9

Cada equipo debe de completar la plantilla **"Lecciones Aprendidas"**. Complete esta tabla con la información obtenida después de la fase Medir. Analice los comentarios, datos y observaciones de los usuarios para identificar qué aspectos funcionaron, cuáles requieren mejora y las decisiones que se deben tomar.

Lecciones aprendidas

Nombre del proyecto: .....

Jóvem

Lo que funcionó bien ¿Qué aspectos mantendrían sin cambios?

Lo que no funcionó. ¿Qué generó problemas o confusión?

Cambios y mejoras que se deben implementar

Decisión final del equipo

( ) Seguir igual
( ) Mejorar
( ) Replantear la idea

¿Por qué tomamos esta decisión? (Breve explicación del equipo)

.....

.....

.....

.....

¿Qué valores pusieron en práctica?

Stand-up de la sesión



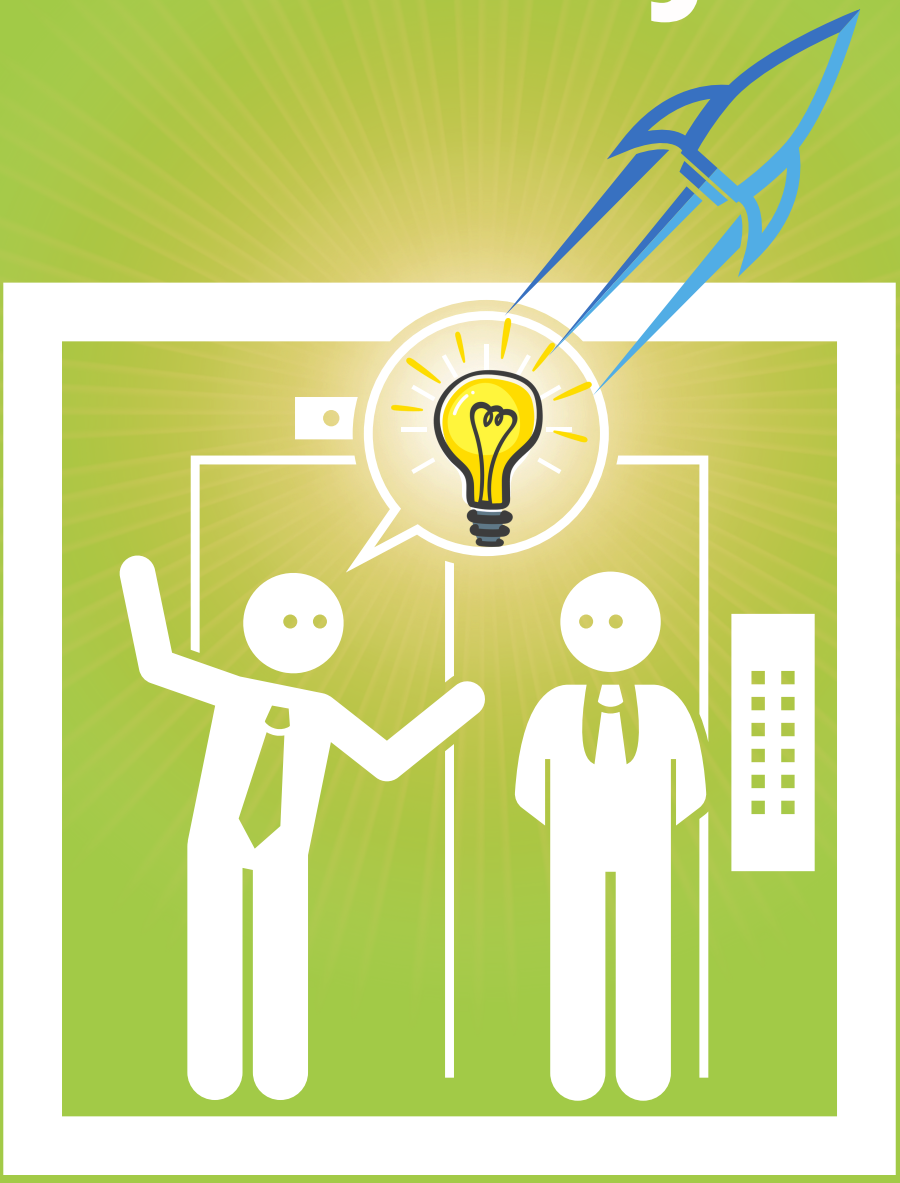
Fecha _____ ¿Qué hicimos hoy?

¿Qué obstáculos tuvimos hoy? ¿Cómo lo resolvimos?

V Unidad

¡Presentando mi proyecto!

Jóvem



Por si nadie te lo ha dicho el día de hoy:



Elevator Pitch

En esta etapa final, los equipos tienen un Producto Mínimo Viable (PMV) desarrollado y se completaron las fases de Construir, Medir y Aprender.

Es el momento de
contar la historia y convencer
que la propuesta merece ser escuchada.

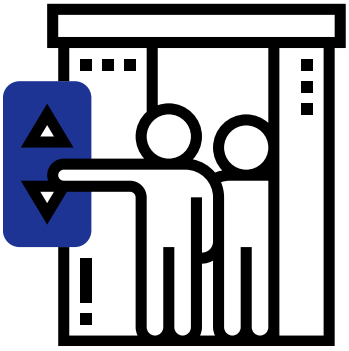
Elevator Pitch



Un elevator pitch o también llamado “discurso de ascensor” es una presentación breve y clara que resume una idea de negocio o proyecto de forma atractiva, con el objetivo de captar el interés de la otra persona y motivarla a querer saber más.

Este discurso te ayuda a captar la atención de posibles clientes, aliados o inversionistas.

Un buen emprendedor no solo desarrolla un producto o servicio, también debe comunicarlo de forma clara, breve y atractiva para inspirar a posibles clientes, aliados o inversionistas.



Pasos para la presentación de un ELEVATOR PITCH

Fase : PLANIFICACIÓN

PASO 1 Preparación

Es fundamental considerar el tipo de audiencia a la cual va dirigido la presentación. Dependiendo del perfil de este público, nuestra estrategia de comunicación deberá adaptarse. Si nos dirigimos a clientes, inversores o, en función de la naturaleza de la actividad que llevemos a cabo, será necesario ajustar nuestro discurso para lograr un impacto efectivo.

PASO 2 Contenido

Se debe planificar y estructurar previamente, el mensaje que deseamos comunicar, ya que contamos con un tiempo limitado para convencer al público, al panel de jurados o a la audiencia.

El objetivo:

CAPTAR LA ATENCIÓN

y crear interés por el proyecto



PASO 3 Diseño de esquema

Se debe elaborar un esquema que permita presentar la idea o el proyecto de manera ordenada.

A continuación, se presenta una guía con los elementos fundamentales de un elevator pitch.

Cada equipo puede adaptarla según su proyecto y el mensaje que desea comunicar a su audiencia.

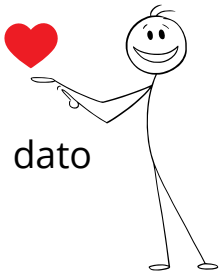
Guión propuesto



- Cautiva a la audiencia (presentación).
- Presenta el problema.
- Muestra la solución.
- Propuesta de valor y descripción del producto o servicio.
- Cierra con un llamado a la acción.

Fase : PUESTA EN MARCA

PASO 4 Cautiva a la audiencia



Inicie su presentación con una pregunta generadora, un dato impactante o una breve historia que capte la atención.

Antes de comenzar a explicar el proyecto, es fundamental que la audiencia preste atención. La primera frase debe atraer la atención del público de manera efectiva.

Puedes iniciar con:

- **Una pregunta curiosa:** *"¿Sabías que, en promedio, los estudiantes de nuestro colegio dedican 15 minutos haciendo fila para el almuerzo?"*
- **Un dato impactante:** "Cada año se pierden miles de hectáreas de bosque por incendios provocados o por malas prácticas humanas."
- **Una historia breve:** *Hace un año, yo también me frustraba por no encontrar dónde dejar mi bicicleta en el colegio. Así nació nuestra idea.*

No comiences directamente con un "Hola, mi nombre es...". Primero, capta la atención de tu audiencia y, posteriormente, procede a presentarte.

PASO 5 Presentación

A continuación, realice una presentación concisa de cada miembro del equipo, incluyendo su nombre y rol.



Es importante considerar el tipo de audiencia al planificar nuestra estrategia de comunicación. Dependiendo del perfil del público, ya sean clientes o inversores, se debe ajustar el discurso de presentación según la naturaleza de la actividad.

PASO 6 Presenta el problema

¿Qué problema solucionas?

Es importante abordar la necesidad de forma clara y sencilla. Todas las soluciones surgen a partir de un problema

Describe la necesidad de forma clara y sencilla. Toda solución nace de un problema real.

Explica el problema de manera que incluso quienes nunca han vivido esa situación puedan entenderlo. En este paso no expliques la solución todavía, solo el problema y por qué es importante.

Ejemplo:

“En nuestro colegio, el tiempo de recreo es muy corto y muchos estudiantes no alcanzan a comprar su comida.”

“Las personas mayores del barrio no tienen acceso fácil a medicamentos a domicilio.”



Consejo:

Es recomendable utilizar datos o ejemplos concretos recopilados durante la fase de análisis de necesidades, ya que esto servirá para justificar de manera efectiva el problema presentado.

PASO 7 Muestra la solución

Aquí se explica de manera clara qué es el producto o servicio, qué lo diferencia de otras soluciones disponibles en el mercado y como viene a resolver el problema detectado.

Ejemplo:

“Creamos una app que permite reservar el almuerzo antes del recreo y solo pasar a retirarlo.”

“Diseñamos un sistema de entrega de medicamentos en bicicleta para llegar más rápido y sin contaminar.”

PASO 7 Propuesta de valor y definición del producto o servicio.

En este paso se explica por qué la solución es valiosa para el cliente o usuario. No se trata únicamente de describir lo que hace el producto o servicio, sino cómo ayuda, qué mejora y qué beneficio principal aporta.

Ejemplos:

- "Con nuestra app, los estudiantes aprovechan todo su recreo para descansar o socializar, sin hacer filas."
- "Nuestro servicio ayuda a que las personas mayores reciban sus medicamentos sin salir de casa, mejorando su salud y comodidad."

Consejo:

Enfócate en el beneficio más importante. Evita hacer una lista extensa; lo fundamental es comunicar impacto de forma clara.



PASO 8 Llamado a la acción

Este es el momento de dejar una impresión positiva en la mente de la audiencia. La frase final debe invitar a la acción y ser fácil de recordar.

Ejemplos:

- **Usar una frase inspiradora:** *"Creemos que el tiempo de recreo es para disfrutar, no para hacer fila. ¿Te unirías a nuestro cambio?"*
- **Invitar a saber más:** *"Si querés conocer cómo funciona nuestra app, te invitamos a probarla hoy mismo."*
- **Terminar con una imagen mental:** *"Imagina un colegio donde todos almuerzan tranquilos y a tiempo. Nosotros queremos hacerlo realidad."*

Actividad 5.1

A continuación, complete la plantilla de **"Planificación de su Elevator Pitch"**.

El objetivo de esta actividad es organizar las ideas de manera clara y breve para poder presentar el proyecto de forma convincente. Se debe de completar cada sección de la plantilla siguiendo las indicaciones:

- Captar atención con una pregunta, historia o dato impactante.
- Presentar el equipo de forma breve y clara.
- Explicar el problema y la solución propuesta.
- Resumir la propuesta de valor y beneficios del producto o servicio.
- Incluir datos financieros básicos que respalden la idea.
- Finalizar con un llamado a la acción para motivar apoyo al proyecto.



Recuerde:

Esta plantilla es una guía para estructurar su pitch. Complete cada espacio con frases cortas, simples y directas. Una vez finalizada, le servirá como base para ensayar su presentación en equipo.

Elevator Pitch

Nombre del proyecto: .....

AUDIENCIA

Cautiva la audiencia Pregunta, dato impactante o una historia breve que atraiga la atención.

Presentación Presentación concisa de cada miembro del equipo, incluyendo su nombre y rol.

Diseño de esquema
(guía rápida)

El problema **(¿Qué problema resuelve)**

La solución **(¿Cuál es la solución)**

Datos financieros

Propuesta de valor y definición del producto o servicio.

Llamado a la acción

Técnicas para mejorar las destrezas comunicativas

Hablar en público puede generar nervios, pero con práctica y estrategias sencillas, se logra comunicar ideas de forma clara, segura y cautivadora.



Establece una conexión visual con la audiencia.

Mirar a las personas durante la presentación fomenta la conexión y la confianza. No se trata de fijar la mirada en una sola persona, sino de alternarla para incluir a todo el grupo.



Lenguaje claro

Evita hablar muy rápido o muy lento. Usa un tono firme, pronuncia con claridad y haz pausas para que el público siga la presentación.



Utiliza gestos y lenguaje corporal para reforzar sus ideas.

Use las manos de forma natural, sin exagerar. Si el espacio lo permite, puede moverse ligeramente, pero sin distraer.



Ensaya varias veces antes de la presentación.

Practique frente al espejo, con amigos, familiares o su equipo. Así podrá recordar el contenido, ajustar el tiempo y aumentar la confianza.



Narración de historias (Storytelling)

Contar historias crea conexión emocional y ayuda a comprender mejor la idea. Una narrativa breve y bien estructurada mantiene el interés del público de principio a fin.

Herramientas en la elaboración y exposición del proyecto

Cuando se presenta un proyecto, no solo es esencial el contenido verbal, sino también la forma en que se comunica. La incorporación de herramientas visuales y recursos de apoyo enriquece la presentación, facilitando que el mensaje sea más claro, dinámico y comprensible.

Presentaciones digitales

Existen numerosas herramientas que simplifican la creación de contenido atractivo y dinámico.

Imágenes y videos

Un video corto o una serie de fotografías efectivas pueden ilustrar el producto o servicio en acción, lo que permite una comprensión más ágil por parte del público y genera un mayor interés.

Prototipo físico o maqueta del PMV

La presentación de un prototipo mínimo viable permite a las personas verlo, tocarlo y probarlo, lo cual fomenta una mayor confianza en la idea. Esta interacción es fundamental para validar conceptos y recibir retroalimentación valiosa.

Gráficos e infografías

Cuando se tienen datos, se pueden mostrar de forma visual con gráficos o infografías. Esto hace que sea más fácil entender el impacto de la propuesta.

VI Unidad

¡Reto Startup!

Jóvem



“Eres tu proyecto más importante".



¡Reto Startup!

El reto Startup es una actividad que se convertirá en un espacio de presentación y negociación de proyectos.

En esta actividad, los estudiantes tendrán la oportunidad de presentar y defender su propuesta de negocio ante un panel de personas evaluadoras (inversionistas o jueces). Estos evaluarán la propuesta, formularán preguntas y proporcionarán retroalimentación.

Propósito del "Reto Startup"

- Identificar necesidades y crear soluciones innovadoras.
- Desarrollar un Producto Mínimo Viable y presentarlo.
- Desarrollar habilidades como la comunicación, el trabajo en equipo y el pensamiento crítico.

Instrucciones generales para organizar la competencia del "Reto Startup"

Objetivo de la actividad:

Desarrollar en los estudiantes la capacidad de comunicar de manera clara y estructurada sus ideas de emprendimiento, fortaleciendo así sus habilidades para presentar y defender proyectos ante un panel evaluador.

1 PARTICIPANTES

Esta actividad está organizada en dos grupos principales:

Los emprendedores



- Formados por equipos de estudiantes. Presentan su idea o proyecto.
- Explican el problema o necesidad que identificaron.
- Describen cómo funciona su solución y qué la hace diferente.
- Mencionan los beneficios y por qué su propuesta merece apoyo o inversión.

Los inversionistas



- Escuchan la presentación y realizan preguntas clave.
- Analizan si el proyecto es viable, útil y atractivo.
- Brindan retroalimentación constructiva para mejorar la propuesta.
- Pueden ser docentes o invitados que asuman el rol de evaluadores.

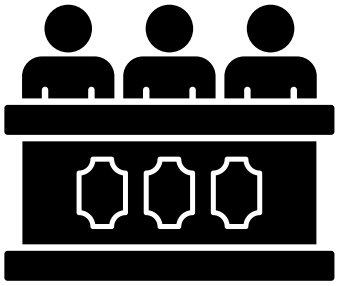
2 TIEMPO:

5 minutos de Elevator Pitch **+** 5 minutos de preguntas

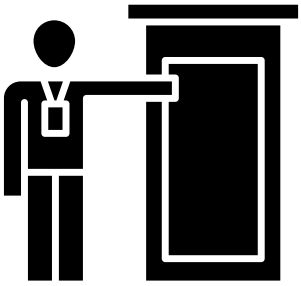
3 MATERIALES

- Producto Mínimo Viable
- Recursos audiovisuales

4 ESTRUCTURA



Panel de jueces o inversionistas



Expositor o expositores



Público, compañeros

5 PANEL DE INVERSIONISTAS

El panel puede estar conformado por docentes o invitados especiales. Su función es escuchar la presentación y brindar retroalimentación con base en criterios como claridad, viabilidad, innovación e impacto.

6 PRESENTACIÓN DE PROYECTOS (10 minutos)

PITCH (3-5 MIN):

- Problema.
- Solución.
- Clientes.
- Beneficios - Propuesta de valor.
- Evidencia (PMV).
- Precio.
- Viabilidad.
- Cierre.

PMV (1-2 MIN): Demostrar el funcionamiento del PMV.

PREGUNTAS DEL PANEL (2-3 MIN):

Después de la exposición, los "inversionistas" dispondrán de 2 a 3 minutos para formular preguntas. El equipo debe responder con argumentos claros y justificables.

Se permitirá una pregunta por jurado, con un tiempo máximo de 30 segundos para formularla y 45 segundos para responder.

RETROALIMENTACIÓN (1 MIN):

Cada juez comparte sus observaciones y sugerencias para mejorar la propuesta. Se fomenta la crítica constructiva y el respeto en todas las intervenciones.

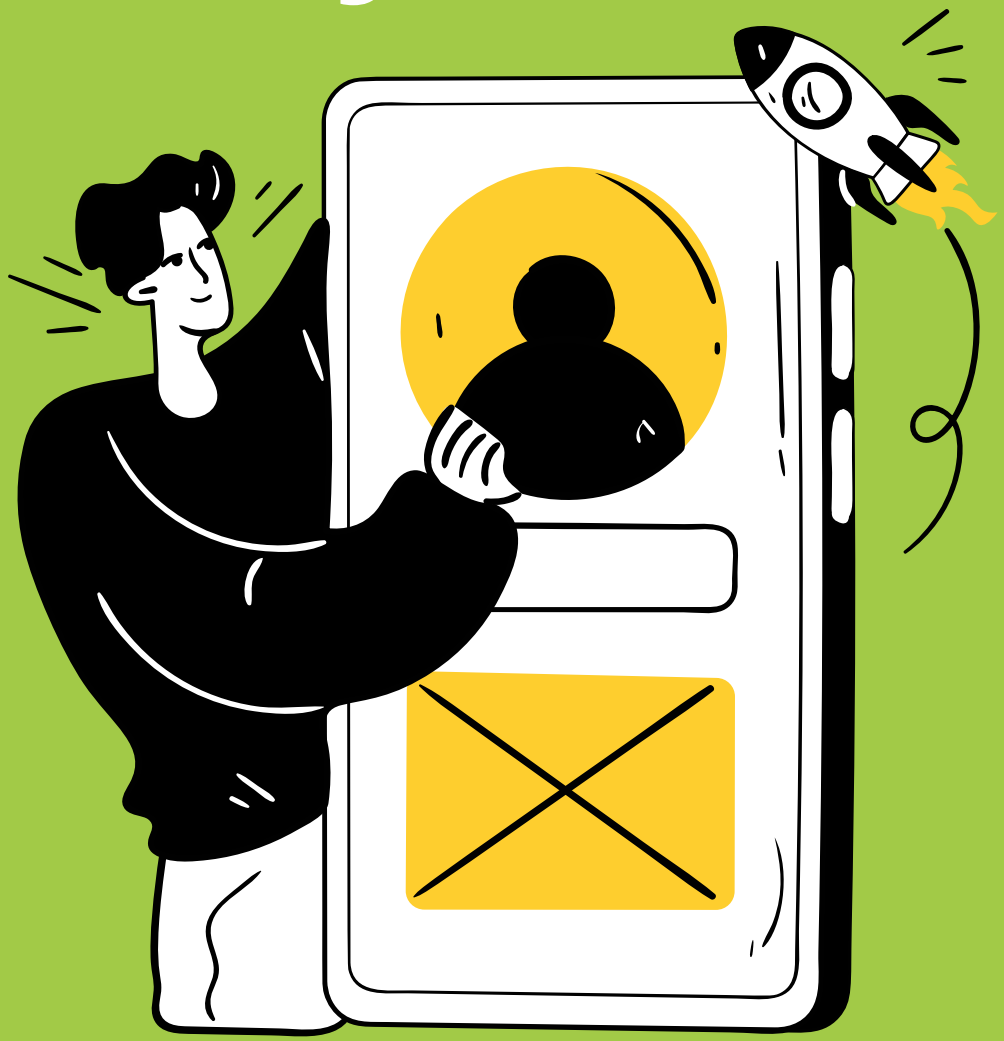
PUNTUACIÓN PANEL (2 MIN):

El panel registra sus calificaciones, observaciones y recomendaciones para la mejora de la propuesta.

VII Unidad

Informe del proyecto

Jóvem



“El proceso no es para rendirse es para crecer".

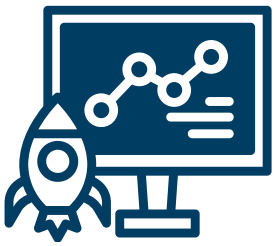


Informe escrito

Formato presentación

1 Portada

2 Índice



3 Introducción

Breve presentación del proyecto.
Objetivo principal del proyecto.
Contextualización: por qué surge la idea.

4 Problema a resolver

En esta sección, se realiza una descripción del problema identificado, así como de las personas involucradas. Se debe incluir datos de investigaciones que respalden la existencia del problema, así como resultados de entrevistas y encuestas relacionadas con la situación que están abordando.

5 Descripción de la solución

El equipo presenta de manera clara la solución propuesta (producto o servicio) y explica cómo responde al problema identificado. Se describe su funcionamiento general, las características principales y la forma en que el usuario o cliente la utilizará. Además, se deben destacar los beneficios que aporta, a quién va dirigida y los elementos que la diferencian de otras alternativas, de manera coherente con la investigación y la evidencia recopilada durante el proyecto.

Informe escrito

6 Presentación del nuevo producto

- Características y formas de utilización.
- Beneficios para el cliente.
- Innovación.
- Mercado meta - clientes potenciales.
- Características diferenciadoras: ¿Qué distingue a este producto o servicio de otros? ¿Por qué un cliente lo elegiría en lugar de la competencia?
- Precio.
- Marca.
- Fotos - evidencia.

7 Estrategias de comercialización

8 Datos financieros



BIBLIOGRAFÍA

Amidi, & Amidi. (2023, 5 julio). El Design Thinking como metodología de enseñanza. AMIDI - AMIDI. https://www.amidi.org/design-thinking-metodologia-ensenanza/

BBVA Innovation Center. (s. f.). Design Thinking. https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2017/10/ebook-cibbva-design-thinking_es_1.pdf

Centro i. (2017). Mi primer Startup: Manual para el desarrollo de tu primera ... [PDF]. https://centroi.org/wp-content/uploads/2023/04/2017MiPrimerStartup.pdf

Design Thinking en Español. (s.f.). Recuperado de https://designthinking.es/

Design thinking. (s. f.). Ept. https://ept.pe/index.php/component/sppagebuilder/?view=page&id=65

Escala. (s. f.). Método Lean Startup: Cómo aplicarlo. https://escala.com/metodo-lean-startup-como-aplicarlo/

Fundación Acción contra el Hambre. (2019). GUÍA PARA PROTOTIPAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO. Fundación Acción contra el Hambre con la financiación de Fondo Social Europeo, Iniciativa de Empleo Juvenil y Fundación INCYDE.

Irene Issa El Khoury, Carolina Artavia Madrigal. (2019). Guía de Desigh Thinking. SINIRUBE.

Lean-Inn. (s. f.). Lean Startup: Cómo aplicar el ciclo Construir-Medir-Aprender para acelerar el crecimiento de tu startup. https://www.lean-inn.com/blogs/news/lean-startup-como-aplicar-el-ciclo-construir-medir-aprender-para-acelerar-el-crecimiento-de-tu-startup

MEP. (2008). El Centro Educativo de Calidad como eje de la Educación Costarricense. San José, Costa Rica: Consejo Superior de Educación.

MEP. (2016). Política Educativa. San José, Costa Rica: Consejo Superior de Educación.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2019). Manual para las personas emprendedoras en Costa Rica. San Jose, Costa Rica: MEIC.

Moreno Chaux, A., Navarro Corona, C., Fernandez Hermosilla, M., & Rayman Silva, D. (2022). Design Thinking para liderar la innovación educativa. Centro de Innovación en Liderazgo Educativo (CILED).

Ries, E. (2011). The Lean Startup: Cómo los emprendedores actuales utilizan la innovación continua para crear empresas exitosas. Crown Business.


Jovem