

4T D'ESO · EM4 · UNITAT 12

Provar, comunicar i millorar

Validar, usuari i consumidor, comunicar, mètriques, cost enfonsat i memòria final

12

PER COMENÇAR

En aquesta unitat aprendràs a...

- Validar una idea amb una prova acotada i comparar el que s'esperava amb el que s'ha observat.
- Pensar en l'usuari com a destinatari i consumidor amb dret a una informació prèvia clara.
- Comunicar una activitat amb un missatge accessible i honest, sense manipular.
- Distingir les mètriques de vanitat dels indicadors que mesuren el resultat.
- Decidir si cal canviar o mantenir separant el cost enfonsat del que ve.
- Avaluar el procés i escriure una memòria amb evidències de millora.
- Fer la prova del projecte en equip, comunicar el canvi i escriure la teva memòria individual (E12), que tanca la iniciativa.

SITUACIÓ DE PARTIDA · CAS FICTICI

Una situació de partida



És dilluns 31 de maig de 2027 a 4t B de l'Institut Ribera Nord. Divendres 28, l'equip de «Sala Oberta» va fer el seu primer concert de prova al Centre Cívic Les Eres. Havien calculat els comptes amb cura, però va venir menys gent de la prevista. En Dani arriba content perquè el cartell va tenir «1.240 visualitzacions»; la Lucía mira un altre número, i els comptes donen pèrdua. Ha sortit malament la prova o acaba de donar-los una dada que no tenien?

❓ L'equip tenia patrocini i intèrpret i tot i així va venir poca gent. La culpa és del pla o faltava una dada?

❓ Què diu més d'un concert: quantes persones van veure el cartell o quantes es van asseure en una cadira?

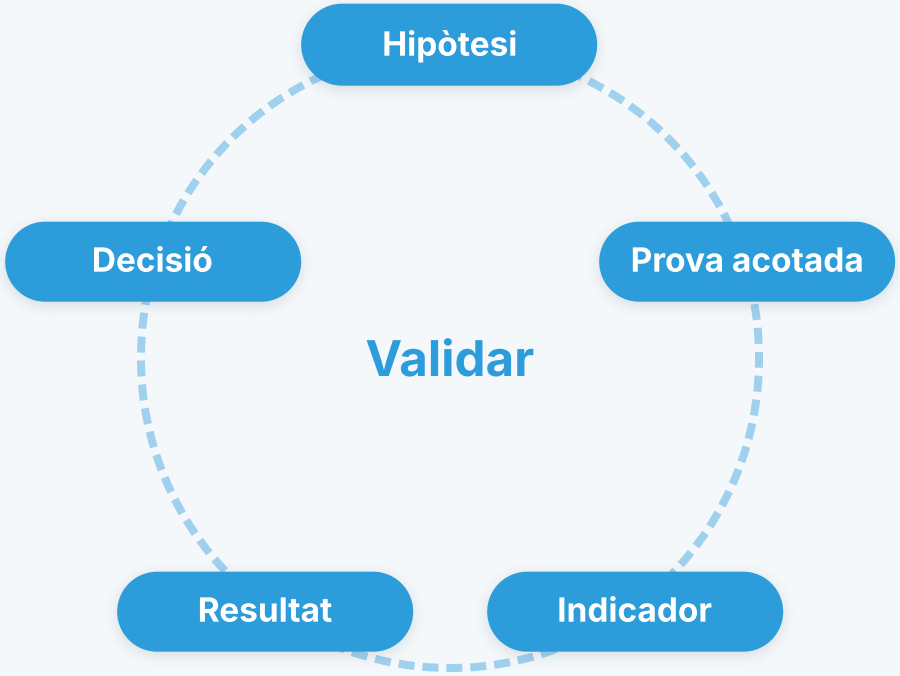
❓ Has imprès 100 cartells amb una data i veus que una altra seria millor. Què perds si canvies i què si no?

MAPA DE LA UNITAT

Què veurem

- **12.1** Validar: provar abans de decidir
- **12.2** L'usuari: destinatari i consumidor
- **12.3** Comunicar i difondre
- **12.4** Mètriques: el que mesuren i el que no
- **12.5** Canviar o mantenir: pèrdues i costos enfonsats
- **12.6** Avaluar el procés i escriure la memòria

El cicle de validació



🧩 **Hipòtesi:** «vindran unes 45 persones si és accessible i costa 3 €».

🔄 **Indicador:** assistents, no visualitzacions; es fixa abans de provar.

🌱 **Decisió:** mantenir, ajustar o canviar, i tornar a començar.

CLAU

Una prova senzilla respon **una pregunta principal** cada vegada.

El que s'esperava i el que s'ha observat



Divendres 28 de maig, 20.00, sala de 60 places

Amb intèrpret, patrocini de 50 € i entrada a 3 €. Hipòtesi: 45 assistents. Van pagar i venir-hi 22 persones.

1. **Resultat esperat.** 45 × 3 − 45 × 1 − 110 + 50 = +30 €.
2. **Resultat observat.** 66 − 22 − 110 + 50 = −16 € (sense patrocini, −66 €).
3. **Distància.** (22 − 45) ÷ 45 ≈ −51 %: va venir el 49 % de la gent prevista.

✔️ **La sessió va donar pèrdues, però la prova no va fracassar: va revelar una cosa que cap compte no mostrava.**

Assistents esperats i observats

Persones a la sessió pilot de Sala Oberta (xifres fictícies).



Aforament: 60. 31 inscripcions, de les quals 22 van pagar i assistir-hi.

CLAU

Quan previsió i dada no coincideixen, la prova **ensenya el que la previsió no sabia**.

Informació prèvia al cartell

💶

Preu total

Sense càrrecs que apareguin al final.

📍

Hora i lloc

Exactes, perquè es pugui arribar.

♿

Accessibilitat

Si hi ha intèrpret o rampa, s'anuncia.

🌧️

Si se suspèn

On consultar què passa.

CLAU

«Preu total: 4 € (entrada 3 € + despeses de gestió 1 €)» informa; «Entrada 3 €» **amaga** part del cost.

Urgència falsa o missatge honest

🚨

Urgència falsa

- «Places gairebé exhaurides!»
- Només hi ha 15 inscrits de 60 places
- Fa pressa, però qui se sent enganyat no torna

VS

✅

Missatge honest

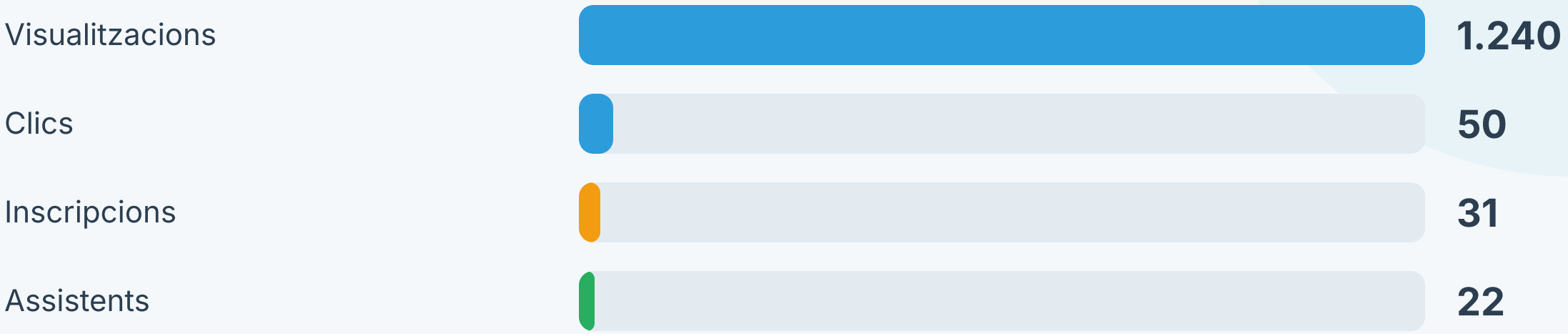
- «Entrada 3 €, dissabte 12 de juny a les 12.00»
- «Sala accessible amb intèrpret»
- Informa i ven alhora

CLAU

En un projecte de barri, l'honestedat és el que **més ven a la llarga**.

L'embut del cartell

Publicació de l'associació (visualitzacions i clics) i total del concert (inscripcions i assistents).



50 ÷ 1.240 ≈ 4,0 %; 22 ÷ 31 ≈ 71 %. No són les mateixes persones. Enquesta de sortida: 9 de 14 (64 %) prefereixen el dissabte a migdia.

CLAU

La mètrica més alta és la que **menys diu del resultat**: l'únic número que paga els comptes és l'últim.

Cost enfonsat i cost futur



Cost enfonsat

- Els 100 cartells ja impresos
- El so ja pagat del divendres
- No ha d'influir en la decisió

VS



Cost futur

- El so de la propera sessió
- L'intèrpret de la propera sessió
- El que costa canviar: avisar i tornar a difondre

CLAU

Pregunta clau: **«Si comencés avui de zero, què triaria?»**

🙋 PREGUNTA PER A LA CLASSE

Una memòria redactada per un assistent d'IA diu: «Sala Oberta ha estat un èxit rotund gràcies a una estratègia impecable». Què demostra?

A Que l'equip ha après molt

B Res d'aprenentatge: sona bé, però no explica cap decisió ni cap dada del pilot

C Que la sessió va funcionar

✔️ Un text fluid no prova que entenguis. L'aprenentatge es demostra amb decisions explicades: què creieu, quina dada ho va canviar i què vau fer diferent.

REPÀS

Idees clau

- **Validar abans de decidir.** Prova pilot acotada, hipòtesi, indicador, resultat, esperat davant d'observat.
- **L'usuari i la comunicació.** Destinatari i consumidor, cadena: assabentar-se, interessar, poder venir, dret a informació prèvia, comunicar accessible i honest.
- **Mètriques.** Mètriques de vanitat i de resultat, embut de difusió, la satisfacció també compta.
- **Canviar o mantenir.** El cost enfonsat no decideix, aversió a la pèrdua, «si comencés avui de zero...».
- **Avaluar i la memòria.** Registre de versions, evidències de millora, registre de l'ús de la ia.

PER ACABAR

Per pensar

1 La sessió va donar −16 € i va venir el 49 % de la gent prevista. Era un fracàs de la prova? Què en vas aprendre?

2 Hi havia 1.240 visualitzacions i 22 assistents. Quin dels dos números miraries per decidir la propera sessió, i per què?

3 Els 100 cartells ja estan impresos amb el divendres. Com decidiries si canvies al dissabte sense que el cost enfonsat t'influeixi?



Ara et toca a tu!

Repassa, practica i comprova el que has après.

📝 **Resum**

✅ **Test**

👆 **Interactius**

Llibre, presentacions, resums i tests gratis a **josesande.com**