



Profundiza más

Recurso de Profundización

Elevator pitch en ferias de emprendimiento universitario en Ecuador

Descripción del recurso:

Este recurso analiza cómo estudiantes ecuatorianos de carreras administrativas y de comunicación utilizan el Elevator Pitch en ferias académicas para presentar sus ideas de negocio, destacando las estrategias de síntesis, lenguaje persuasivo y diferenciación.

Desarrollo:

En universidades como la ESPE, la PUCE y la UISEK, las ferias de emprendimiento son espacios donde los estudiantes tienen que presentar sus proyectos ante jurados, empresarios e inversionistas. Para ello, se entrenan en la elaboración de Elevator Pitches que duren entre 45 y 60 segundos, enfocados en captar la atención rápidamente y comunicar el valor de su propuesta.

Un caso representativo es el de un grupo de estudiantes que desarrolló una app de reciclaje y medioambiente. En su pitch, comenzaron identificando un problema social ("¿Sabías que el 60% de residuos urbanos no se reciclan en Ecuador?"), luego presentaron su solución tecnológica y cerraron con una propuesta de colaboración: "Buscamos aliados estratégicos que nos ayuden a escalar este impacto". El uso de cifras, lenguaje claro y una estructura lógica les permitió ganar financiamiento semilla.

Además de practicar la estructura problema–propuesta–diferenciación, los estudiantes trabajaron en el tono de voz, postura corporal y expresividad para proyectar seguridad. Estas prácticas no solo mejoraron su pitch, sino también sus habilidades de comunicación profesional.



Profundiza más

Conclusión práctica:

El Elevator Pitch no solo es útil en entrevistas o ventas, sino también en contextos formativos que simulan el mundo real. Su aplicación en ferias universitarias fortalece competencias clave como la síntesis, la claridad y la persuasión.

Título del recurso:

Uso del Elevator Pitch en procesos de selección laboral en Ecuador

Descripción del recurso:

Este caso muestra cómo el Elevator Pitch se ha incorporado en entrevistas laborales en empresas ecuatorianas, especialmente en dinámicas grupales y videoentrevistas, como una herramienta para evaluar habilidades de comunicación, claridad de objetivos y diferenciación profesional.

Desarrollo:

Empresas nacionales y multinacionales con presencia en Ecuador, como Diners Club, Telefónica o Nestlé, han integrado el Elevator Pitch como parte de su proceso de selección de jóvenes profesionales. En la primera fase, se les solicita a los candidatos grabar un video de 60 segundos explicando quiénes son, qué pueden aportar y qué los hace distintos.

Un caso real involucró a un aspirante a un cargo en marketing digital. Su pitch comenzó con una frase impactante: “Creo contenido que convierte datos en historias visuales”, luego describió su experiencia liderando campañas en redes sociales para ONG locales, y cerró con una afirmación clara: “Busco un equipo donde la creatividad sea el motor de cada proyecto”.

Los reclutadores valoraron su capacidad de sintetizar información, su lenguaje persuasivo y su diferenciación sin arrogancia. Además, el dominio técnico de su



Profundiza más

presentación (iluminación, entonación, estructura) fue decisivo en su avance dentro del proceso.

Conclusión práctica:

El Elevator Pitch se ha convertido en una herramienta evaluativa en contextos de selección laboral. Quienes logran estructurar un mensaje potente, claro y adaptado al perfil del empleador tienen más oportunidades de destacar.