



## Habilidades orales y elevator pitch

### Mejora de las competencias emprendedoras y propuesta de rúbrica evaluativa

Sergio Villanueva Baselga<sup>1</sup>, M<sup>a</sup> Ángeles García Asensio<sup>1</sup>, Elena Maestre<sup>2</sup>, Claudio Cruz<sup>3</sup>, Xavier Testar<sup>4</sup>, Cristina Larrea Killinger<sup>5</sup>, Laura Cuffi<sup>2</sup>, Lydia Sánchez<sup>1</sup>, Anna Marqués<sup>1</sup>, Carlos Aguilar<sup>1</sup>, Jorge Franganillo<sup>1</sup>

1 Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals, Universitat de Barcelona

2 Facultat de Medicina i Ciències de la Salut, Universitat de Barcelona

3 Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de Barcelona

4 Facultat de Biologia, Universitat de Barcelona

5 Facultat de Geografia i Història, Universitat de Barcelona

#### 1. RESUMEN:

El impulso del emprendimiento obliga a mejorar la capacitación de los estudiantes para promover actitudes innovadoras. Así, es esencial que los futuros profesionales aprendan a abordar los elevator pitch. El objetivo de la presente innovación docente es implementar talleres de elevator pitch en 5 facultades de la Universitat de Barcelona, así como pilotar una rúbrica transversal que evalúe los aspectos formales de cualquier elevator pitch con independencia de la disciplina o el sector profesional.

#### 2. ABSTRACT:

The impulse of entrepreneurship forces to improve the training of students to promote innovative attitudes. Thus, it is essential that future professionals learn to address elevator pitch. The objective of the present teaching innovation is to implement elevator pitch workshops in 5 faculties of the University of Barcelona, as well as to pilot a transversal rubric that evaluates the formal aspects of any elevator pitch regardless of the discipline or professional sector.



## MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

---

### 3. PALABRAS CLAVE: 4-6

Elevator pitch, comunicación oral, competencia transversal, innovación, emprendimiento

### 4. KEYWORDS: 4-6

Elevator pitch, oral communication, transversal skill, innovation, entrepreneurship

### 5. DESARROLLO:

En un contexto caracterizado por la evolución tecnológica, la globalización y la orientación hacia un trabajo cada vez más interdisciplinar, la salida al mundo profesional del estudiantado universitario plantea nuevos retos en su formación. La competencia emprendedora debe habilitar en el fomento de la curiosidad, la creación de proyectos y la búsqueda de financiación. En este último caso, es fundamental que los futuros profesionales cuenten con las habilidades de comunicación oral necesarias para enfrentarse con éxito a los pitches profesionales (o *elevator pitch*), breves presentaciones orales orientadas a explicar sus proyectos y conseguir financiación para ejecutarlos (Álvarez Marañón, 2010).

Un pitch es una exposición breve y concreta de un proyecto innovador con el fin de obtener la financiación necesaria para llevarlo a cabo y persuadir de su viabilidad comercial. Puede tener lugar en cualquier fase de desarrollo del proyecto, desde la propuesta de valor hasta después de haber constituido formalmente una iniciativa empresarial o asociativa (Fernández y Linares, 2014).

El *elevator pitch* ha convertido en una herramienta cada vez más común en los procesos de selección en ámbitos industriales, de innovación y de emprendimiento para presentar proyectos a potenciales inversores o clientes. En este sentido, el *elevator pitch* es muy común en industrias como el audiovisual, la biotecnológica, la sanitaria y, en general, en ámbitos con otra frecuencia de creación de *start-up* o empresas emergentes. Del mismo modo, también el sector de la innovación social los pitch son cada vez más frecuentes en las rondas de financiación de asociaciones y de ONG. De este modo, se hace evidente la necesidad de ahondar en las competencias de comunicación oral del estudiantado, introduciendo el *elevator pitch* como modalidad discursiva y retórica para, a su vez, incrementar las competencias emprendedoras (Rusko, Härkönen, Liukkonen, 2016).



### Objetivos

El objetivo de este trabajo es presentar una experiencia de innovación docente realizada de manera transversal en seis facultades de la Universitat de Barcelona y guiada por la necesidad de mejorar la formación de los estudiantes en técnicas de comunicación oral persuasiva y especializada que les permitan defender sus propuestas innovadoras en contextos competitivos. Este objetivo se lleva a cabo a través de cuatro objetivos secundarios:

- 1.- Detectar las necesidades particulares de los 6 enseñanzas que participan en el proyecto en cuanto a las particularidades de la comunicación oral a sus campos profesionales para implementar acciones transversales (talleres) de *elevator pitch* a diferentes asignaturas de grupo pequeño.
- 2.- Generar una rúbrica para que pueda utilizarse como instrumento de evaluación de *elevator pitch* en cualquier campo de conocimiento vinculado a las facultades implicadas en el proyecto, con foco en la defensa de proyectos de innovación y de emprendimiento por parte de los estudiantes.
- 3.- Pilotar la rúbrica diseñada para evaluar su utilidad como herramienta universal y transversal de evaluación de competencias orales para *elevator pitch* en los campos de innovación y emprendimiento.
- 4.- Desarrollar y entrenar un equipo docente interdisciplinar y interfacultativo, que trabaje de manera transversal las competencias orales para *elevator pitch* en seis grados y master diferentes de la Universitat de Barcelona.

Este proyecto incide, como consecuencia, sobre las siguientes competencias transversales: capacidad de trabajo en equipo, capacidad creativa y emprendedora, capacidad comunicativa y capacidad de utilizar las tecnologías de la comunicación y de la información necesarias para el ejercicio de la profesión. Además, permite abordar competencias generales como la capacidad de aplicar los conocimientos al trabajo de manera profesional, la capacidad de elaboración y defensa de argumentos, y la capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público.

De esta manera, es posible hacer énfasis en conocimientos especialmente relevantes para afrontar situaciones concretas y, al mismo tiempo, abordar los retos que la sociedad plantea a las instituciones educativas (Perrenoud, 2004). En este sentido, es importante, por ejemplo, que sepan adaptar su discurso a las diferentes situaciones, motivar a la



audiencia y captar su atención, así como seleccionar el material adecuado para completar sus presentaciones (Álvarez Marañón, 2010). Por eso, la finalidad de este proyecto es mejorar la formación de los estudiantes en técnicas de comunicación persuasiva y especializada, de manera que puedan posteriormente aplicarlas para la puesta en marcha y/o promoción de sus proyectos.

### **Metodología y resultados**

Cinco grados y un máster de cinco facultades diferentes de la Universitat de Barcelona son las partícipes de este proyecto de innovación docente. En concreto son:

1. Grado de Comunicación Audiovisual (Facultat d'Informació i Mitjans),
2. Grado de Enfermería (Facultat de Medicina i Ciències de la Salut)
3. Grado de Podología (Facultat de Medicina i Ciències de la Salut)
4. Grau de Ciencias Biomédicas (Facultat de Biologia),
5. Máster en Creación de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológica (Facultat d'Economia i Empresa)
6. Máster en Antropología y Etnografía (Facultat de Geografia i Història)

Un conjunto de 10 profesores forman el equipo docente del proyecto. De ellos, dos profesores actúan como formadores, componentes del grupo de innovación docente In-COMAV y expertos en comunicación oral e innovación y emprendimiento. Durante el curso 2019-2020, se han llevado a cabo las siguientes fases del proyecto:

- Fase 1: Detección de necesidades por parte del equipo docente. Mediante diversas reuniones de evaluación de necesidades, se identificaron qué carencias concretas tienen los grupos de estudiantes que asisten a cada una de las asignaturas que participan, así como qué características tienen las respectivas industrias o campos de innovación. (Objetivos 1, 2 y 4)
- Fase 2: Formación de formadores. Al realizar el diagnóstico de la fase anterior, dos de los profesores (que forman parte del grupo de innovación docente In-COMAV) diseñó una formación de formadores que implementará en el resto del equipo docente. (Objetivos 1 y 4)



## MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

---

- Fase 3: Talleres de *elevator pitch*. Implementación de talleres de *elevator pitch* a las asignaturas que participan en el proyecto. En el curso 2019-2020, este talleres se llevan a cabo por los profesores de las asignaturas y un apoyo de los formadores del grupo In-COMAV y serán evaluadas a través del método expuesto en Mertler (2001). (Objetivo 1)
- Fase 4: Evaluación con rúbrica. En las mismas asignaturas se hará una práctica de *elevator pitch* y se evaluará con la rúbrica resultado de la fase 1. (Objetivo 3)

Las intervenciones en el aula, los talleres de *elevator pitch*, se llevarán a cabo en sesiones de 3 a 4 horas, es decir, durante una o dos sesiones dependiendo de la enseñanza. Estas sesiones tendrán como objetivo de aprendizaje principal adquirir los conocimientos y habilidades de expresión oral necesarias para realizar *elevator pitch* eficaces en los diferentes contextos de innovación. Estos talleres tendrán un carácter práctico basado en metodologías de aprendizaje activo y en el que los conocimientos teóricos se deducirán mediante ejemplos prácticos y debates. Los talleres se dividirán en cinco fases:

1. Breve ejercicio práctico: presentación corta personal de ámbito profesional y evaluación por pares para entender porque ha sido o no eficaz.
2. Introducción a los elementos de la expresión oral: a través del debate, se introducen cuáles son los elementos fundamentales de la retórica (*ethos, pathos y logos*) en comunicación oral y como tenerlos en cuenta para comunicaciones en contextos de innovación e inversión.
3. Preparación y ejecución de *elevator pitch*: elaboración y presentación individual de *elevator pitch*, y debate posterior.
4. Evaluación por rúbrica: evaluación por pares con la rúbrica del proyecto.
5. Evaluación de la rúbrica: debate sobre la rúbrica usada y propuestas de mejora.

### Conclusiones

El trabajo compartido del grupo de profesores ha permitido generar una rúbrica transversal para evaluar los aspectos formales de todo *elevator pitch* independiente de la disciplina o campo innovador.



## MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

---

Para ello, se usó como punto de partida la rúbrica generada en el proyecto *Innovant en la millora de les capacitats persuasives de l'estudiant de Comunicació Audiovisual i en la construcció de la seva imatge i projecció professionals* (2016PID-UB/026). Esta rúbrica ha sido implementada en los talleres de elevator pitch y evaluada por el alumnado participante, demostrando su utilidad y facilidad de uso. Asimismo, los mismos talleres han recibido una valoración muy positiva tanto por parte del alumnado como del profesorado, lo que se ha visto reflejado durante el presente curso y que podrá ser cotejado en los cursos venideros.

### 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (según normativa APA)

Álvarez Marañón, G. (2010). El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones. Madrid: Gestión.

Fernández, E. P. y Linares, R. (2014). ¡Échale el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia. Barcelona: Edicions UPC.

Martínez Rojas, J. G. (2008). Las rúbricas en la evaluación escolar: su construcción y uso. Avances en medición, 6, 129-138.

Mertler, C. (2001). Designing scoring rubrics for your classroom. Practical Assessment, Research and Evaluation, 7 (215), 3-8.

Perrenoud, P. (2004). Diez nuevas competencias para enseñar. Barcelona: Graó.

Rusko, R, Härkönen, K, Liukkonen, S (2016) Coopetition at Elevator Pitch Events? A Case Study of Micro-activities at a Business Innovation Event, Journal of Innovation Management, 4(3):79-100