



# “Cómo presentar tu proyecto eficazmente ante inversores”

Talleres formativos  
2, 3 y 4 de septiembre de 2015



ACTIVIDADE FORMATIVA  
FINANCIADA POR  
UNIÓN EUROPEA  
Fondo Social Europeo



CFR  
OURENSE

centro de  
formación e recursos

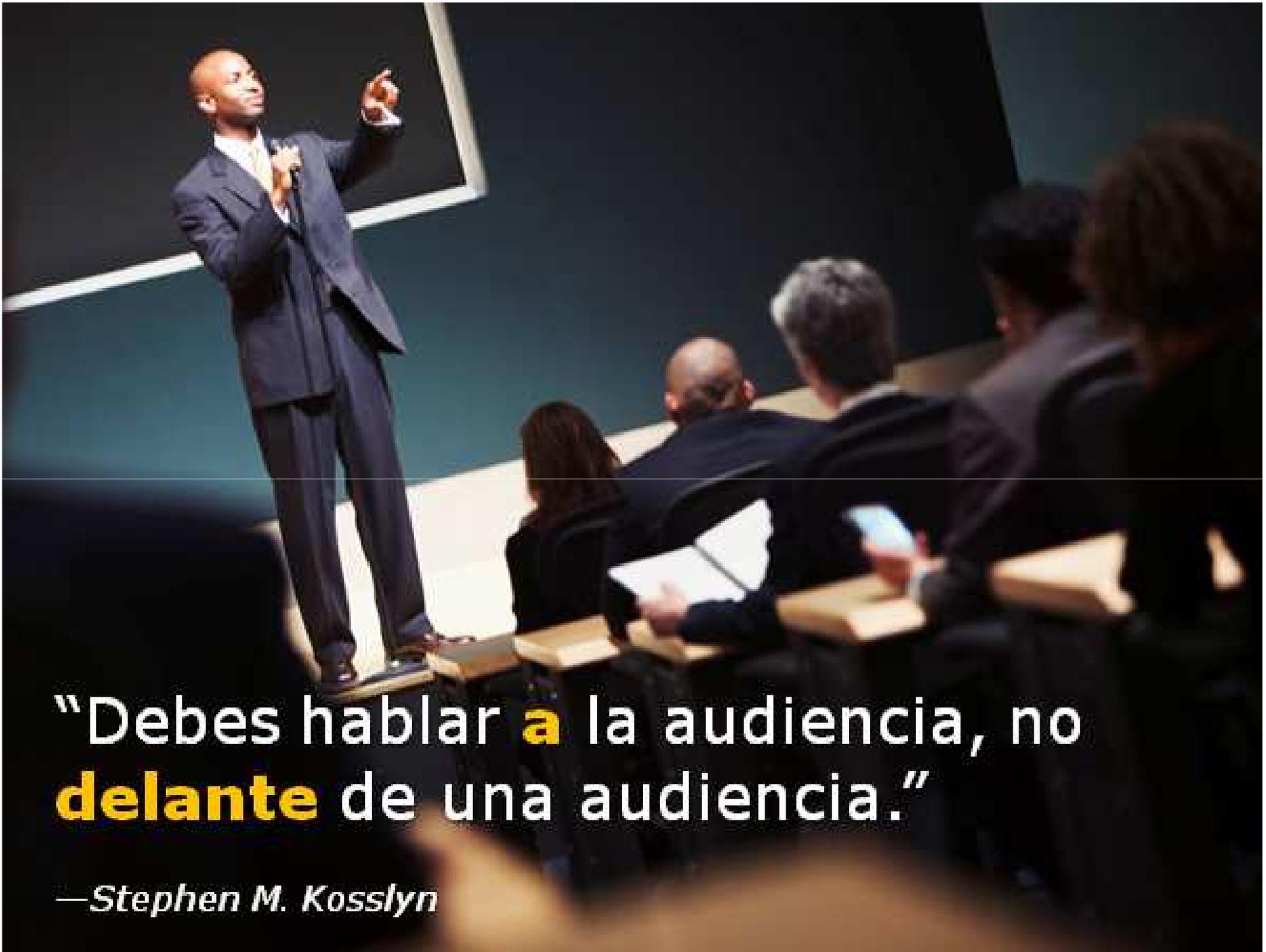
A close-up photograph of a silver, spherical microphone with a black handle, positioned in the center foreground. The background is a large, out-of-focus crowd of people, suggesting a public event or performance. The lighting is dramatic, with some highlights on the microphone's mesh.

**¿Cómo se prepara una  
exposición en público?**

# Pasos a seguir...



- Primero realizar una **labor de investigación:**
  - análisis del receptor al que nos dirigimos
  - establecimiento de objetivos
- Luego **escribir el guión**
- Presentación en power point o utilizando otra herramienta.
- Toque creativo
- Elegir el **método de presentación**
- Elegir los **recursos on line** para presentaciones
- Planificación de **materiales audiovisuales**
- El **ensayo**
- La **inspección de la sala**



“Debes hablar **a** la audiencia, no **delante** de una audiencia.”

—*Stephen M. Kosslyn*

# Análisis del inversor...



# Análisis del inversor...

A la hora de preparar una presentación oral ante un público debemos tener en cuenta el **contexto**: el análisis de la situación concreta y el receptor al que nos dirigimos.



- ¿Con quiénes debemos comunicarnos?
- ¿Cuáles son sus rasgos más relevantes?
- ¿Cuáles son sus intereses? Y, especialmente...
- ¿En qué medida coinciden sus objetivos con los nuestros?

## INVESTIGA:

- TIPO DE INVERSOR
- TIPO DE PROYECTOS EN LOS QUE INVIERTE
- CAPITAL QUE INVIERTE

# Análisis del inversor...



Debemos tener en cuenta, el número de personas a quienes nos dirigimos y el entorno en el cual vamos a hablar:

- A una persona.
- A un grupo reducido.
- A un grupo numeroso.
- En una sala de conferencias.
- En un auditorio.

# Análisis del inversor...



Debemos respetar dos principios fundamentales:

**1. Adaptabilidad.** Antes de comenzar, has de tener en cuenta las características de los participantes que te escucharán, con la finalidad de adaptar la exposición al nivel de la audiencia.

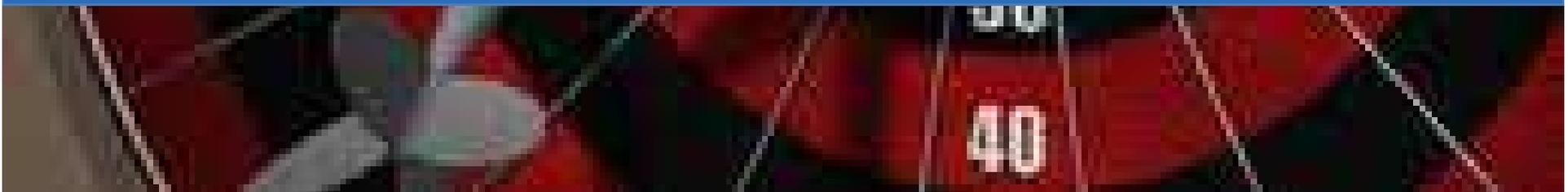
Cuando te diriges a inversores, clientes, partners, etc., debes documentarnos previamente sobre las personas u organizaciones para saber a qué se dedican, qué necesitan y qué es lo que esperan de ti.



**2. Autenticidad.** Lo anterior no significa que debas cambiar tus objetivos ni tu visión. Un orador tiene que ser auténtico, transmitir sinceridad (coherencia), sensibilidad (corazón), honestidad (transparencia), modestia (no subestimar) y entusiasmo.



**Fijación de objetivos...**



# Fijación de objetivos...

No debemos olvidar que el eje central de la presentación: alcanzar el objetivo que nos hemos propuesto.

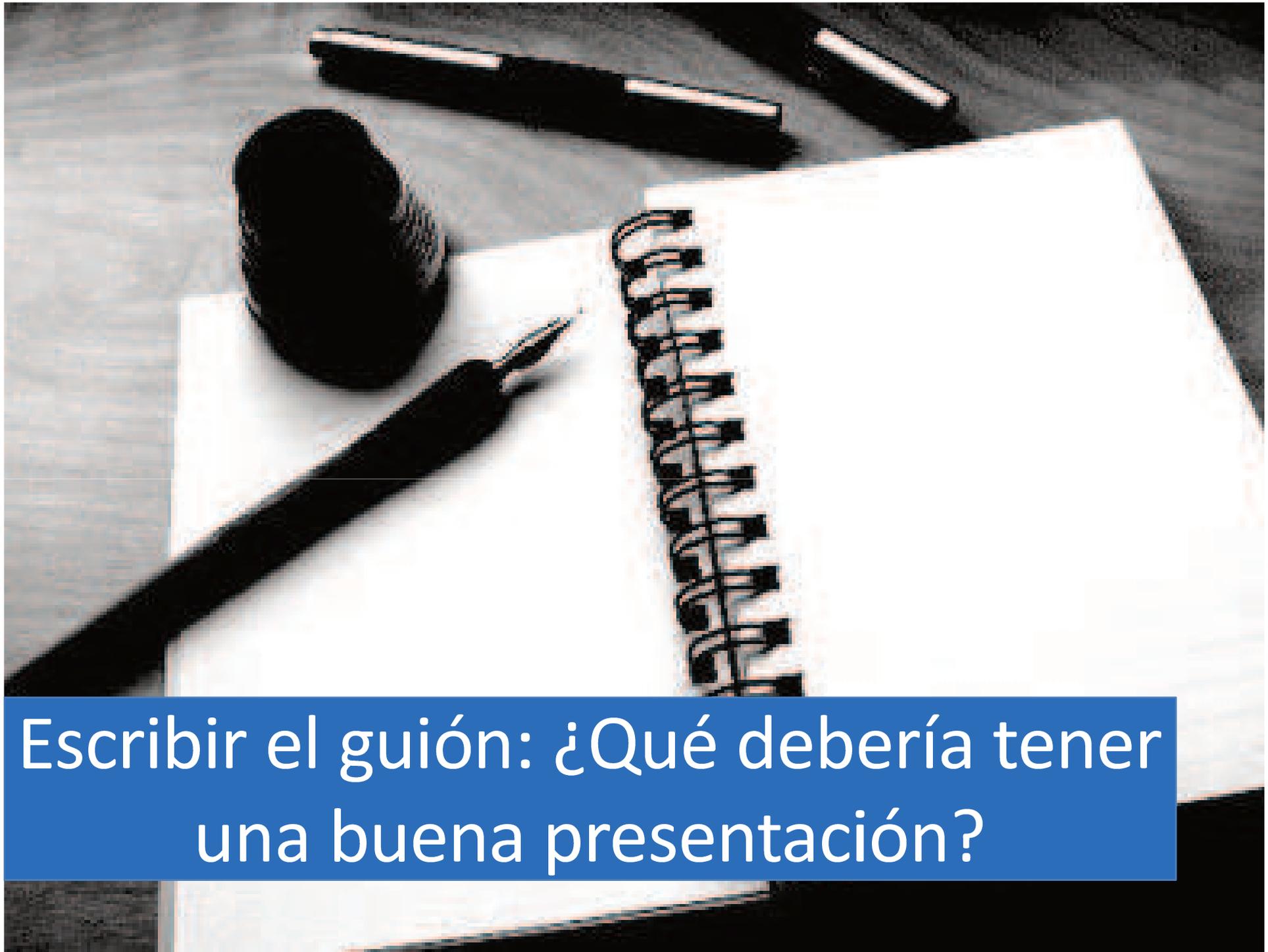
Existen dos tipos de objetivos:

- **Informativos:** exposición de hechos.
- **Persuasivos:** presentación de propuestas.

Recordemos que nuestra presentación pertenece al segundo tipo, presentación de propuestas.

- **¿Para qué vamos a intervenir?**
- **¿Qué esperamos haber conseguido después de la presentación?**
- **¿Qué información (conocimientos, experiencia) debo poner a disposición del auditorio para lograr los objetivos propuestos?**





Escribir el guión: ¿Qué debería tener una buena presentación?

# Cosas a tener en cuenta...

CONTENIDO	PREGUNTA
Presentación del Equipo Promotor	¿Por qué debería confiar mi dinero en él?
Presentación de la idea. Descripción del proyecto.	¿Cuáles son sus singularidades?
Algunas cifras del mercado	¿Es un modelo de negocio escalable?
Detección de necesidades	¿Qué soluciones da mi empresa a los problemas detectados?
Innovación	¿Por qué mi proyecto es innovador?
Experimentación	¿Es un modelo de negocio probado? Es más fácil vender un modelo de negocio probado que una idea nueva.
Modelo Canvas	

# Cosas a tener en cuenta...

CONTENIDO	PREGUNTA
El proyecto en cifras 	<p>¿Cuál es la necesidad de financiación y a que partidas se aplica?</p> <p>¿Gano dinero con las soluciones aportadas? ¿Por qué tendría que invertir en tu proyecto y no en otro?</p> <p>¿Qué has invertido/aportado tú mismo en tu propio proyecto?</p>
Planteamiento del proyecto por fases	Pensamiento concreto: ¿Hasta dónde has llegado con el equipo y con los recursos con los que cuentas?
Alianzas y Estrategias	¿Confía alguien más en tu proyecto?
Conclusión final	
Cuestiones que se pueden plantear en el turno de preguntas	¿Algo más hay que tener claro? Sí, no solo la forma de entrar, también la forma de salir



# Métodos de presentación

# Pitch Deck...



El término *pitch* ('discurso') se refiere a la presentación oral de nuestra idea de negocio, de nuestro proyecto empresarial o del equipo promotor, ante —principal, pero no exclusivamente— potenciales inversores. Se trata de una presentación a la que se generalmente se acompañan recursos audiovisuales, como fotografías, vídeos o PowerPoint.

El *Pitch Deck* nos permite presentar y vender el proyecto, resumiendo las principales ideas de nuestra startup, y busca generar interacción entre el presentador y el destinatario.

[http://www.ted.com/talks/david\\_s\\_rose\\_on\\_pitching\\_to\\_vcs.html](http://www.ted.com/talks/david_s_rose_on_pitching_to_vcs.html)



**David S. Rose sobre cómo convencer a los inversores de capital de riesgo (ICR)**

# Pecha Kucha...



Su modelo tiende a la informalidad, un marcado tono divertido, dirigido pero no limitado a público joven y consiste en el formato 20 x 20. Vale decir, la exposición de veinte diapositivas cuya duración individual es de veinte segundos, para concluir en una presentación que supone seis minutos y cuarenta segundos, todo ello cronométricamente sincronizado con la exposición verbal.

# Pecha Kucha...

<http://www.pechakucha.org>

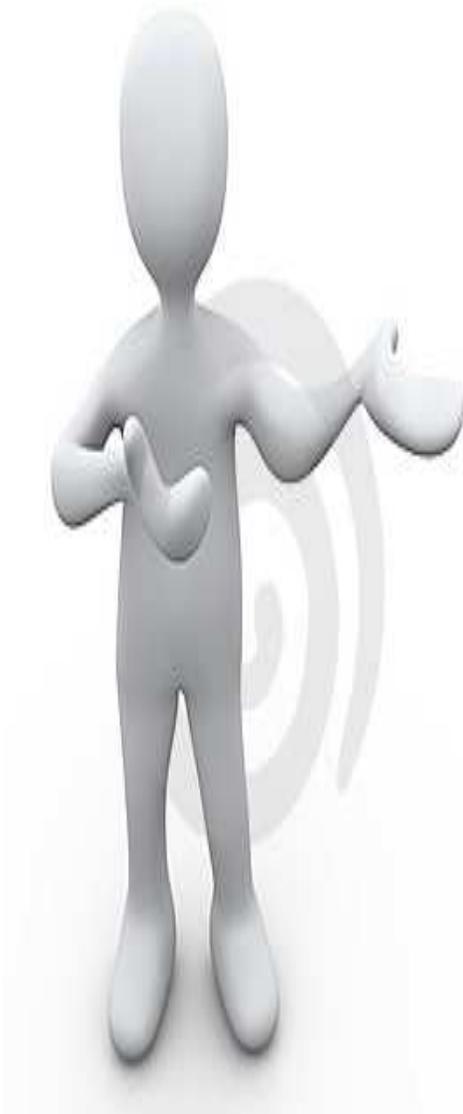
(Hay ejemplos españoles en [www.formatistica.net](http://www.formatistica.net))



[https://www.youtube.com/watch?v=M3F1h\\_BbUx0](https://www.youtube.com/watch?v=M3F1h_BbUx0)

¿Cómo armar un Pecha Kucha?

# Método IGNITE



Originado en la ciudad de Seattle, desarrollado en más de cien ciudades a nivel mundial, es similar en formato al modelo anterior, pero con estas diferencias:

- Veinte transparencias cuya duración individual es de quince segundos para un total de exposición de cinco minutos. Más rapidez aún.
- Es más abierto, ya que no está básicamente dirigido a sectores creativos

# Método IGNITE

<http://igniteshow.com>



Ignite Valencia #4 - Albert Valero: Cómo esconder un cadáver en Google

# Modelo Guy Kawasaki



En su libro *El arte de empezar*, Kawasaki desarrolla el modelo 10-20-30 que consiste en presentar la idea en diez diapositivas, lo cual ayuda a ser conciso y directo; en un lapso de veinte minutos, suficiente para captar la atención del público; y utilizando en las diapositivas una fuente no menor a treinta puntos, evitando que las transparencias sean una mera fuente de lectura.

El autor prosigue en su siguiente obra, *El arte de cautivar*, donde profundiza en las relaciones interpersonales y cómo atrapar las mentes de los oyentes para lograr el mejor efecto posible de una presentación.

# Modelo Guy Kawasaki



Guy Kawasaki 10-20-30 (subtitulado)

[www.youtube.com/watch?v=kVtIMAC5Y-s](http://www.youtube.com/watch?v=kVtIMAC5Y-s)



# Modelo Guy Kawasaki

Diapositiva	Contenido	Comentarios
1. Título	Nombre de la organización y el título e información de contacto.	¿Quién soy? ¿Qué hago? ¿Por qué es importante lo que hago?
2. Problema	Describir el problema (“pain/dolor”) por cuya solución un cliente está dispuesto a pagar.	Considerar la utilización de la técnica del “storytelling”
3. Solución/Producto	Explica cómo la “magia” del producto logra aliviar este problema/dolor y el significado de la propuesta.	El público debe entender claramente lo que se vende y su propuesta de valor.
4. Modelo de Negocio	Explicar cómo tornamos lucrativo el proyecto, qué se venderá, la escalabilidad, el precio y la evolución de esos valores en los próximos años.	No solo vamos a resolver el problema, también ganaremos dinero.
5. La “magia”	Describir la tecnología diferencial, el “secreto” detrás del producto.	No abundar en detalles de tecnología. Ser práctico y explícito.

# Modelo Guy Kawasaki

Diapositiva	Contenido	Comentarios
6. Marketing y ventas	Tamaño y tendencia de mercado. Perfil del cliente. ¿Cómo llegamos al cliente? Estrategia y posicionamiento.	Sinceridad y realismo.
7. Competencia	Proporcionar un completo escenario competitivo con sus debilidades y fortalezas. Demasiado es mejor que demasiado poco.	¿Qué hago que no hace la competencia? ¿Qué hace la competencia que no hago yo? Nunca desestimar a la competencia. Y si no hay competencia, quizás no haya mercado.
8. Equipo de Gestión	Describir los jugadores clave en su equipo directivo, consejo de administración y comité de consejeros, así como sus principales inversores.	Aporte diferencial que agrega cada integrante del equipo promotor.
9. Proyecciones y aspectos financieros	Proporcionar un pronóstico de Estado de Resultados a tres años. Estimar número de compradores y cómo las oportunidades se convierten en clientes.	Incluir los ciclos de venta largos y estacionalidad.
10. Estado actual, logros hasta la fecha, la línea de tiempo y Uso de los fondos	Explicar la financiación actual del negocio. Situación actual de producto, el futuro cercano. Cómo se utilizará el dinero que se está tratando de recaudar.	Compartir los detalles de su impulso positivo y tracción.

# Formato TED

Esta modalidad de comunicación se origina en 1984, y se consolidó en los años noventa. Anualmente se desarrolla en California la TED Conference así como la alternativa TED Global en distintos lugares del mundo.

También existen TED locales, denominadas TEDx, que tienden a la difusión de ideas y se desarrollan con mayor frecuencia siendo accesibles sus contenidos a través de su sitio web.

Esta organización sin ánimo de lucro se autodefine del siguiente modo: “Creemos apasionadamente en el poder de las ideas para cambiar actitudes, vidas y, en última instancia, el mundo. Nuestra misión: dar a conocer ideas.”

Su formato consiste en una presentación de aproximadamente 18 minutos durante los cuales el expositor transmite sus ideas de una manera muy personal, implicada y con dosis de pasión e ilusión.



# Formato TED

TED (Tecnología, Entretenimiento, Diseño) [www.ted.com](http://www.ted.com)



**TED**  
Ideas worth spreading

EJEMPLO



CLICK



**Jamie Oliver: Revolución en la alimentación 2010 Premio TED Ganador)**

[http://www.ted.com/talks/jamie\\_oliver?language=es](http://www.ted.com/talks/jamie_oliver?language=es)

# Formato TED



<https://www.youtube.com/watch?v=yWFulHL5ELU>

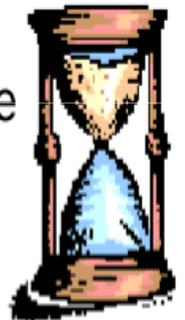


# Elevator Pitch

La expresión “elevator pitch” (discurso del ascensor) asocia la idea de la brevedad de un supuesto viaje en ascensor con un potencial inversor, lapso en el cual se debe presentar el negocio. Su finalidad es aprovechar la ocasión, llamar la atención y generar el suficiente interés para lograr una entrevista posterior.

Parece que la oportunidad puede suceder en cualquier momento e instancia... Como sea, está claro que debemos tener lista una presentación concisa, explicativa y atractiva con imprescindibles aditamentos de ilusión y pasión.

La primera impresión suele condicionar el éxito de una presentación, en este caso particular considerando la brevedad de tiempo disponible, cobra aún mayor importancia el impacto favorable que generemos en los primeros instantes. Asimismo, se apreciará la claridad al exponer las ventajas competitivas y la manera concreta de formular nuestra petición y el rendimiento esperado de nuestro producto.



# Elevator Pitch

<http://www.myelevatorpitch>



**Ejemplo Elevator Pitch: PemaGroup**

<https://www.youtube.com/watch?v=Bel2unT1RsA>

# Recursos online



# Herramientas para vídeo



# Slideshare



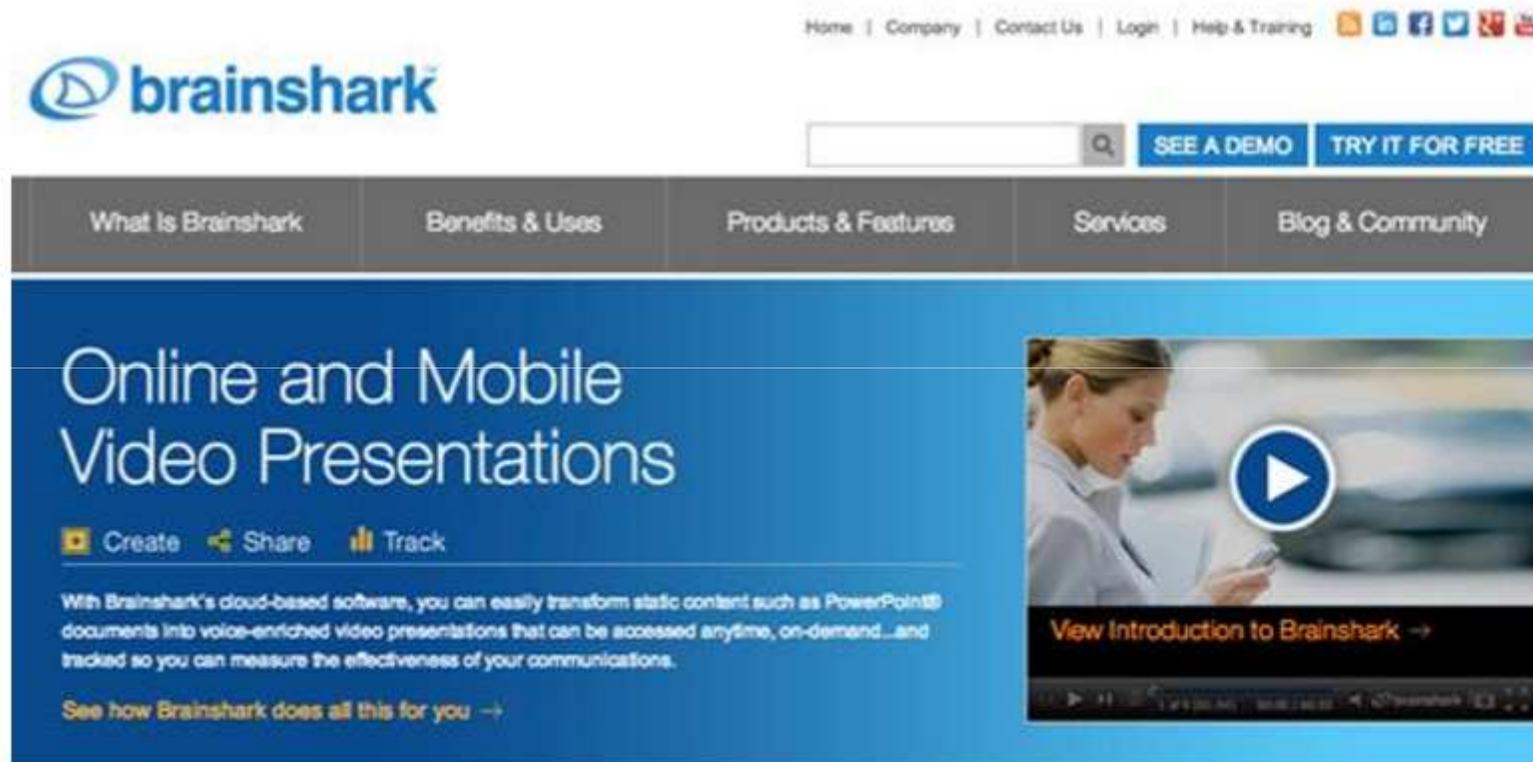
slideshare  
Present Yourself

Además de ser una comunidad para compartir presentaciones en Power Point, documentos, PDFs, trabajos, etc, SlideShare puede servirnos como fuente de inspiración a la hora de elaborar nuestra presentación.

# Google Docs-Drive

Todos los usuarios con una cuenta en Google pueden hacer uso de esta herramienta. Google Docs tiene una gran cantidad de ejemplos de plantillas que puedes tomar como base para tu siguiente exposición. Este servicio es gratuito y se puede integrar a Drive.

# Brainshark



The screenshot shows the Brainshark website homepage. At the top right, there is a navigation menu with links for Home, Company, Contact Us, Login, and Help & Training, along with social media icons for YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter, and Instagram. The Brainshark logo is on the left. Below the logo is a search bar and two buttons: "SEE A DEMO" and "TRY IT FOR FREE". A horizontal menu below the search bar contains links for "What Is Brainshark", "Benefits & Uses", "Products & Features", "Services", and "Blog & Community". The main content area features a large blue banner with the text "Online and Mobile Video Presentations". Below this text are icons for "Create", "Share", and "Track". A paragraph of text explains that Brainshark's cloud-based software can transform static content like PowerPoint documents into voice-enriched video presentations. A call-to-action link "View Introduction to Brainshark" is positioned above a video player showing a woman looking at a smartphone. The video player has a play button and a progress bar.

Es similar a PowerPoint, pero tiene la facilidad de agregar las diapositivas en forma de videos. Es gratuita, pero existen planes para obtener más funciones.

# Bunkr

Una de las más recientes. Bunkr permite seleccionar aquello que queremos presentar mediante un bookmarklet, añadiendo todo el contenido (textos, vídeos, fotos, audio, etc.) dentro de nuestra cuenta. Cuando hayamos acabado de recopilar la información, se pueden empezar a crear las dispositivas.

# Prezi

Presentaciones en movimiento. Se trata de una herramienta online muy útil para crear presentaciones no lineales muy conseguidas, y sin la menor dificultad.



# PowToon

Otra herramienta que te ayudará a crear presentaciones llamativas. Esta vez, con **videos animados**. Debido a su parecido con PowerPoint, PowToon es bastante sencilla de utilizar. Entre sus opciones, podrás cambiar textos, añadir imágenes, objetos, animaciones...

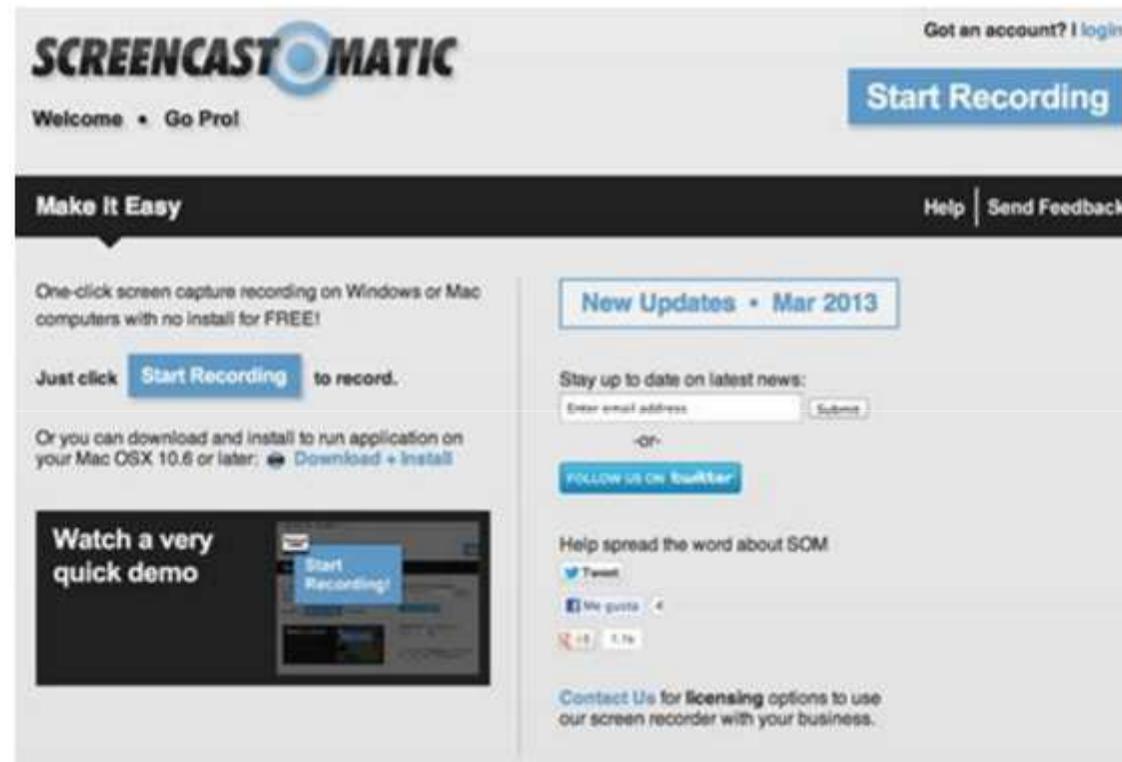


# Vuvox



Para crear presentaciones multimedia y collages por medio de imágenes, texto, vídeo y audios. Todo se puede compartir en las redes sociales.

# Screencast-O-Matic



The screenshot shows the homepage of Screencast-O-Matic. At the top left is the logo "SCREENCAST-O-MATIC" with a play button icon. To the right of the logo is a link "Got an account? | login". Below the logo is a navigation bar with "Welcome" and "Go Pro!". A large blue button labeled "Start Recording" is positioned in the top right. A dark banner below the navigation bar contains the text "Make It Easy" on the left and "Help | Send Feedback" on the right. The main content area is split into two columns. The left column features the text "One-click screen capture recording on Windows or Mac computers with no install for FREE!" followed by "Just click **Start Recording** to record." and "Or you can download and install to run application on your Mac OSX 10.6 or later: [Download + Install](#)". Below this is a section titled "Watch a very quick demo" with a video player thumbnail showing the "Start Recording!" button. The right column has a "New Updates • Mar 2013" box, a "Stay up to date on latest news:" section with an email input field and a "Submit" button, a "FOLLOW US ON Twitter" button, and social media links for "Help spread the word about SOM" including "Tweet", "Like us on Facebook", and "Like us on LinkedIn". At the bottom right, there is a link "Contact Us for licensing options to use our screen recorder with your business."

Con esta herramienta puedes elaborar una exposición en video desde tu escritorio de Window. Asimismo, puedes grabar la secuencia de las diapositivas en Power Point para compartir a YouTube o embeber a otras webs.

# Storify

Storify es un sitio web para crear y almacenar historias, crónicas, relatos y cronologías utilizando el contenido de medios sociales como Twitter, YouTube, Flickr o Facebook, entre otros.



# Flair

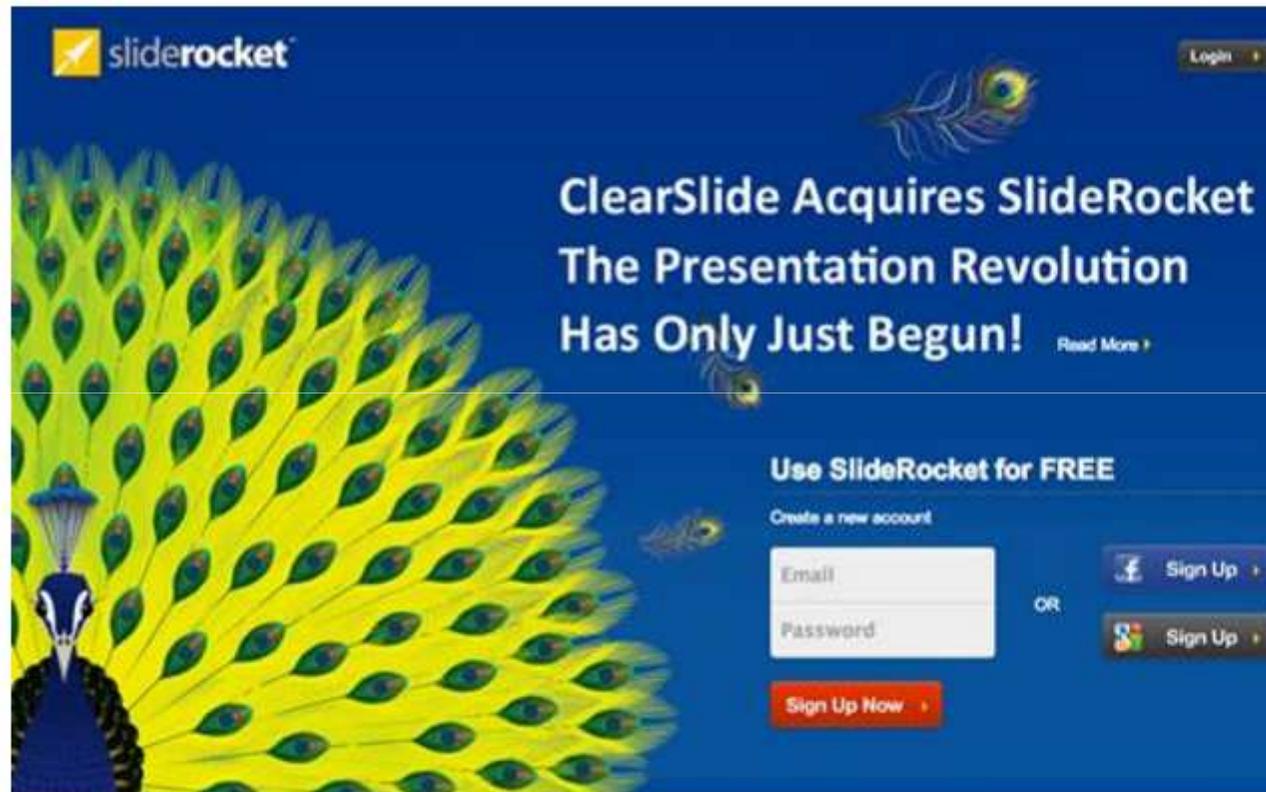


The screenshot shows the Wildform website header with the logo and navigation links: PRODUCTS | STORE | DEMOS | SUPPORT | COMPANY. Below the header is a newsletter sign-up form with a 'Subscribe' button and a 'Learn More' link. The main content area features a promotional banner for the 'FLAIR DELUXE BUNDLE'. On the left, there are three software boxes: 'PowerFlair', 'Custom FX', and 'Flair'. The text describes the bundle as containing everything needed for multimedia presentations and e-learning, including the Flair software, a Custom FX pack (over 600 effects), and Power Players (135 players). The price is listed as \$74.99 with an 'add to cart' button. A note indicates a 17% discount. At the bottom of the banner, it says 'Visit our online store for more discounts on multiple licenses.'

El programa apoya al usuario en la creación de presentaciones en Flash. No es necesario que se conozca mucho sobre este lenguaje de programación.

Facilita la combinación de audios, video, y efectos de texto. Esta herramienta está valorizada

# Sliderocket



Tiene opciones similares a las que se pueden ver en PowerPoint, pero la plataforma y las características que se pueden añadir a las diapositivas tienen mejores diseños. Es una herramienta web gratuita y te puedes registrar desde Facebook o Google.

# Slidesnack



The screenshot shows the Slidesnack website interface. At the top left is the Slidesnack logo. To its right are navigation links: "Examples", "Make a presentation", and "Sign in". Further right are social media icons for Facebook ("Me gusta"), Google+, and a user count of "1.5k". The main content area features a cartoon character with a large blue brain on its head, wearing a black hat and glasses, pointing at a whiteboard with a line graph. A green speech bubble above the character says "IT'S FREE". To the right of the character, the text "ONLINE PRESENTATION SHARING" is displayed in large, bold, black letters. Below this text is a list of three features, each preceded by a star icon: "★ Upload your presentation as PDF", "★ Embed and share your presentation", and "★ Record and share a slidecast (presentation+voice)". A prominent orange button with the word "upload" in white is positioned below the list. At the bottom right, there is a small text link: "Highlighted feature: Share on YouTube".

Puedes incluir a esta red un archivo PDF con toda tu información. El resultado será una secuencia audiovisual que se podrá compartir en la red de videos de la compañía de búsquedas. Ofrece opciones básicas y para tener más recursos debemos pagar.

# Recursos Audiovisuales



# Empleo recursos audiovisuales

Los recursos audiovisuales sólo deben emplearse para mejorar la comunicación y no para reemplazarla. Son solamente una ayuda para comunicarse. Los recursos audiovisuales no reemplazan una buena disertación.

La finalidad de las fotografías, diapositivas / presentaciones en PowerPoint, etc., es ayudar a comunicar con el público, no hacer el trabajo por ti.

Tendemos a emplear recursos audiovisuales porque pensamos que son automáticamente mejores que las palabras, aunque no digan nada y las palabras sí. Tenemos la creencia de que sólo por el mero hecho de emplear recursos audiovisuales, la exposición se volverá automáticamente más efectiva y profesional. Sin embargo debemos plantearnos dos aspectos básicos: Qué aportan a la exposición y si constituyen un factor de distracción.

# Empleo recursos audiovisuales

PREGUNTA	RESPUESTA	DECISIÓN
¿Está relacionada con el contenido?	NO	<ul style="list-style-type: none"><li>DESCARTAR, aunque tenga un diseño atractivo.</li></ul>
¿Refuerza o clarifica temas, ideas o conceptos?	NO	<ul style="list-style-type: none"><li>DESCARTAR, aunque tenga un diseño atractivo.</li></ul>
¿Abarca más de un punto?	SÍ	<ul style="list-style-type: none"><li>REFORZAR Y CLARIFICAR UN SÓLO CONCEPTO. NO ES EFECTIVA si en lugar de reforzar un punto en concreto, ABARCA MÁS DE UN PUNTO.</li></ul>
¿Contiene demasiada información, demasiados datos, que los oyentes olvidan rápidamente?	SÍ	<ul style="list-style-type: none"><li>ORGANIZAR LA EXPOSICIÓN EN TORNOS A IDEAS PRINCIPALES</li></ul>
¿Lo que dice ya se ha dicho antes?	SÍ	<ul style="list-style-type: none"><li>ELIMINAR</li></ul>
¿Lo que dice es obvio?	SÍ	<ul style="list-style-type: none"><li>ELIMINAR</li></ul>
¿Lo que dice es ya sabido por todos?	SÍ	<ul style="list-style-type: none"><li>ELIMINAR</li></ul>

# Empleo recursos audiovisuales

PREGUNTA	RESPUESTA	DECISIÓN
¿La idea o el concepto que transmite se puede resumir en una frase?	NO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demasiadas diapositivas, demasiados detalles. Utilizar las realmente efectivas y eliminar las que no realzan la exposición.</li></ul>
¿Convierte ideas, palabras, cifras... En una imagen?	NO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los recursos audiovisuales no deben repetir las palabras que se están pronunciando. "Una imagen vale más que mil palabras pero la imagen de mil palabras no vale gran cosa".</li></ul>
¿Son sencillas las imágenes?	NO	<p style="text-align: center;">SENCILLEZ = EFICACIA</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuanto más sencilla sea la imagen mejor se grabará en la memoria. Un error básico consiste en creer que la sofisticación de las diapositivas confiere mayor peso a la información.</li></ul>
¿Son necesarias las diapositivas?	NO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuando son innecesarias provocan incomunicación con el público y pérdida del objetivo.</li></ul> <p>No utilizar las diapositivas para llenar el tiempo. Cuando se los agrega a último momento o se los usa exclusivamente para hacer tiempo o acicalar la presentación, sólo sirven para distraer la atención del público. Como relleno, no contribuyen al logro del objetivo.</p>



# Empleo recursos audiovisuales

PREGUNTA	RESPUESTA	DECISIÓN
¿Se ha olvidado el ponente de mantenerse en contacto con el público?	Sí	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigir la atención de los oyentes de la pantalla hacia el ponente y viceversa: "lo que voy a decir ahora es importante. Por favor, prestadme atención." Y seguidamente, dirigir la atención a las diapositivas.</li><li>• No permanecer inmóvil, alejado (en la mesa, en tu posición...) Aproximarse al público, hablando, respondiendo a sus preguntas.</li><li>• No importa ponerse delante de la pantalla para llamar la atención sobre un determinado punto de la exposición.</li></ul>
¿El ponente se convierte en una voz invisible y anónima en una sala oscura mientras la acción se desarrolla en la pantalla?	Sí	<ul style="list-style-type: none"><li>• Permanecer visible para el auditorio.</li><li>• El color y la integridad visual de la imagen no son más importantes que el contacto visual con el público. La interacción ponente-oyente y la calidad visual deben ser compatibles.</li><li>• Las luces apagadas producen somnolencia en los oyentes.</li></ul>
¿Podría el ponente ser reemplazado por un grabador? ¿los medios empleados reducen o incluso eliminan la interacción entre el ponente y el público?	Sí	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dar prioridad a la interacción con el público.</li><li>• La presentación se elabora profesionalmente y, en caso de no dar prioridad a la interacción con el público, la exposición puede resultar artificiosa.</li><li>• Al hablar el ponente debe dirigirse al público y no al medio audiovisual.</li></ul>

# Empleo recursos audiovisuales

## **MATERIAL IMPRESO: FOLLETOS, GLOSARIOS, DOCUMENTACIÓN**

### **CLAROS – SENCILLOS - DETALLADOS**

RECOMENDACIÓN: DISTRIBUIR AL FINAL DE LA EXPOSICIÓN. NO CREAR INTERFERENCIAS ENTRE EL EXPOSITOR Y LOS OYENTES. Se recomienda entregar el material impreso al concluir la exposición para que los oyentes lo tomen como referencia futura. De lo contrario, si se entrega antes o durante la exposición, los oyentes comenzarán a leer y desplazarán su atención de la intervención del expositor al material impreso.



Ensayo

# Ensayo

1.

**PRIMER PASO: SABER  
LO QUE SE VA A DECIR**

# Ensayo

**2.**

**SEGUNDO PASO:  
ESTRUCTURAR Y  
DIVIDIR EL TEXTO EN  
PÁRRAFOS SEPARADOS**

# Estructurar y dividir el texto

- Mecanografiar el texto exactamente como va a ser utilizado (con la misma disposición de párrafos y espacios).
- Dividir la exposición en párrafos cortos. Cada párrafo debe contener una idea distinta. Dejar una línea en blanco entre párrafo y párrafo. La primera frase del párrafo debe ser clave, que se recuerde por parte del oyente y sirva para introducir lo que sigue.
- La conclusión es uno de los elementos más importantes:
  - Consolida y resume en una o dos frases lo que se ha dicho, la idea principal.
  - Contiene una propuesta o resolución
  - Plantea solicitud de apoyo a la propuesta
  - Expresa agradecimiento
  - Reafirma lo que quieres que el público recuerde
- Aprender de memoria el último párrafo o conclusión, de ese modo se tiene la posibilidad de terminar la exposición en cualquier momento que se considere oportuno, limitándose a utilizar el párrafo final.

# Ensayo

**3.**

**TERCER PASO: LEER EL  
TEXTO REPETIDAS  
VECES**

# Leer el texto repetidas veces

- Leer en voz alta el texto en su totalidad una, dos, tres....muchas veces para grabarlo en la memoria, familiarizarse con el texto y adquirir soltura.
- Leer el texto por párrafos, de uno en uno. No abarcar en principio todo el texto entero. Tómalo como un polvorón, poco a poco, sin atragantarte.
- Memorizar palabras claves de cada párrafo. Una vez asimilado el primer párrafo, pasar al segundo y así sucesivamente, dedicando la misma atención a todo el texto.
- Al leer el texto por párrafos muchas veces, el cerebro hará una fotografía mental de la estructura del texto sobre el papel. Por este motivo el texto ensayado tiene que estar separado por párrafos de la forma exacta en la que se va a leer. Esto hará posible, apartar los ojos del texto y ver mentalmente una fotografía de lo que figura en el papel, para poder establecer contacto visual con el público. Se recomienda no hacer modificaciones en el guión, si no son relevantes, el día o momentos antes, ya que al cambiar la disposición, la fotografía puede resultar borrosa y me puedo quedar en blanco.

# Ensayo

4.

**CUARTO PASO:  
SITUARSE FRENTE A  
UN ESPEJO**

# Situarse frente al espejo

- La técnica de la mirada se aprende practicando.
- En el espejo del cuarto de baño pega como mínimo el dibujo de tres siluetas colocadas en un ángulo de  $180^\circ$ , que representarán distintos miembros del público en distintas posiciones.
- Practica tu exposición mirando alternativamente a cada una de las siluetas.
- Al principio, podrás observar que tu mirada se fija en la silueta central.
- Después, con la práctica observarás que distribuyes tu mirada por igual, entre todas ellas.

# Ensayo

**5.**

**QUINTO PASO: LEER  
MIENTRAS SE  
DESARROLLA EL  
CONTACTO VISUAL  
CON EL PÚBLICO**

# Leer y contacto visual

- Desarrollar el contacto visual es esencial. Para poder hacerlo con soltura sólo hay dos soluciones: preparación y práctica. La preparación no puede sustituirse por nada.
- Frente al espejo distribuir la mirada entre todas las siluetas por igual. Volver lentamente la cabeza hacia los lados. Pasar fácilmente de una persona a otra, sin ninguna brusquedad.
- Leer el texto. Esta vez, iniciar el ritmo de bajar los ojos mientras se pronuncia la primera frase, abarcando con la mirada las palabras siguientes o la frase siguiente, completa. A continuación, levantar los ojos y mirarse en el espejo mientras se pronuncia las palabras o la frase inmediata.
- Volver a bajar los ojos al pronunciarlas. Acto seguido, repetir la misma operación: dejar que los ojos lean la siguiente frase y, después, levantar la vista y mirar al público.
- En próximas sesiones de práctica, aumentar el tiempo de contacto visual con el público y disminuir el tiempo de lectura. Repetir una y otra vez.
- Por último, podrás apreciar, que aumenta tiempo de contacto visual con el público y disminuye el tiempo que la mirada está fija en el guión.

# Ensayo

## 6. **SEXTO PASO: SONIDO Y ENTONACIÓN**

# Sonido y entonación

PRINCIPALES ERRORES / PROBLEMAS	MONOTONÍA	SOLUCIÓN	<p>MANTENER EL RITMO Y SEÑALAR EL TEXTO CON:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- CURSIVAS</li><li>- MAYÚSCULAS</li><li>- ¡EXCLAMACIONES!</li><li>- ○ CÍRCULO SOBRE PALABRAS</li><li>- GUIONES (—) PARA EXPRESAR PAUSAS BREVES, QUE CONFIEREN MÁS FUERZA A LAS PALABRAS PRONUNCIADAS A CONTINUACIÓN. FRASES DICHAS DE SEGUIDO PIERDEN INTENSIDAD Y PUEDEN PASAR DESAPERCIBIDAS, INCLUSO SIENDO CLAVES. TENER PRESENTES LAS PAUSAS: EN LOS MOMENTOS MÁS IMPORTANTES O CUANDO SE QUIERE SUBRAYAR UN HECHO CONCLUYENTE O CAUSAR UNA ESPECIAL IMPRESIÓN EN EL PÚBLICO... UNA PAUSA.</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- SUBRAYADO. LAS FRASES CLAVES SE SUBRAYAN Y SE ENUNCIAN DEL MODO QUE EL PÚBLICO LAS OIGA Y LAS COMPRENDA.</li></ul>
---------------------------------------	-----------	----------	---

# Ensayo

**7.**

**SÉPTIMO PASO:  
ANÁLISIS DE LA  
DURACIÓN TOTAL**

# Análisis duración total

- Un cálculo aproximado determina que una holandesa mecanografiada a doble espacio contiene unos dos minutos de exposición oral. Por consiguiente, se puede calcular que 5 holandesas ocuparán unos diez minutos.
- La duración mínima será de 10 minutos y máxima de 15 minutos.
- Control de la duración. Cronometrar el tiempo y medir la duración de la exposición. Corregir el texto para ampliarla o reducirla.



**Repasa las transparencias  
hasta memorizar los puntos  
importantes**



# Errores / Solución

**8.**

## **PRINCIPALES ERRORES / PROBLEMAS Y SOLUCIONES**

# Errores / Solución

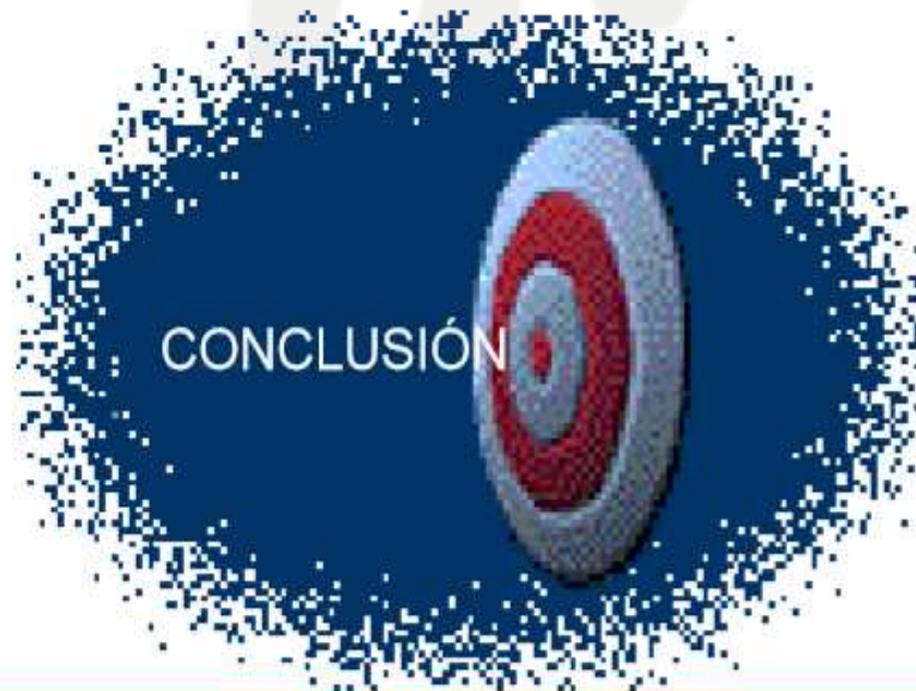
<p><b>Principales errores / problemas</b></p> <p>Miedo a escena / inseguridad Falta de preparación Olvido de lo esencial Incapacidad de familiarizarse con lo que se va a decir Uso de palabras difíciles de pronunciar</p> <p>Oraciones subordinadas interminables</p>	<p><b>Solución</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Buen conocimiento del tema</li><li>- Preparación total, textual y rigurosa</li><li>- Práctica y ensayo: repetir la exposición en el coche, en el transporte público, en el baño... En lugar de tener la mente ocupada en otros pensamientos o problemas.</li></ul> <p>Efectuar correcciones hasta que todos los términos de la exposición resulten fáciles. Si hay alguna dificultad de pronunciación de una palabra en concreto, eliminar y sustituir por un sinónimo. Una palabra mal pronunciada pone en peligro el resto de la exposición.</p> <p>Frases cortas y gráficas. Decir las cosas con la mayor sencillez posible. Si se compone una frase larga, procurar que la siguiente lo sea menos. A menos de que se sepa respirar correctamente, si se pronuncian demasiadas frases extensas, lo más probable es quedarse sin resuello y tener que boquear para llenarse los pulmones de aire.</p>
---	--

# Errores / Solución

<b>Principales errores / problemas</b>	Leer el texto sin establecer contacto visual con el público (el texto es una guía, no el único apoyo)	<b>Solución</b>	No leer. Practicar para conseguir cada vez aumentar el tiempo de contacto visual con el público y disminuir el tiempo de lectura.
	Monotonía y aridez		Ritmo y fluidez
	Duración imprevista y descontrolada		Control de la duración. Conometrar el tiempo y medir la duración de la exposición
	No tener en cuenta para calcular la duración las preguntas del público, etc.		Calcular el tiempo de forma realista, teniendo en cuenta la duración de las intervenciones del público y de los tiempos de respuesta.
	Hablar sobre temas distintos del contenido, como por ejemplo, los relacionados con la preparación, duración, factores internos, imprevistos, problemas, estados de ánimo		Nunca diremos: “mi tiempo se está acabando”, “no quiero aburrirles por más tiempo” “veo que están cansados” “como no funciona... He tenido que improvisar” “estoy muy nervioso...”

# Errores / Solución

**Una vez que te has aprendido el guión,  
no lo leas, cuéntalo.**



CONCLUSIÓN

# Inspección de la sala



# Inspección de la sala

Aunque prepares la exposición para un público conocido, debes hacerte las mismas preguntas, no hay que dar nada por supuesto. Hay que evitar presunciones o estereotipos, aunque creas conocer muy bien a tus interlocutores.

# Inspección de la sala

Controlar el entorno físico de la sala y los factores humanos, ya que pueden afectar a la capacidad de comunicación.	Las preguntas más simples son las más fáciles de descuidar.	La exposición no debe depender demasiado de los medios audiovisuales empleados.
<b>EXAMINAR CUIDADOSAMENTE</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>IMPREVISTOS / FALLOS</b>
EL PÚBLICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Por qué han venido?</li> <li>- Intereses</li> <li>- Motivaciones</li> <li>- Estado de ánimo</li> <li>- Asisten voluntariamente o por obligación</li> <li>- Grupo homogéneo / heterogéneo</li> <li>- Situaciones especiales</li> <li>- Composición del grupo: Nivel educativo, categoría profesional, etc.</li> <li>- ¿El público tiene alguna idea preconcebida sobre el expositor? ¿Te conocen, desconfían de ti...?</li> </ul>	
ORDEN DE INTERVENCIÓN	<p>Averiguar el Orden del Programa y si se puede elegir el turno de intervención.</p> <p>¿Cuándo apareces en el programa: al comienzo, en el medio, al final? ¿Eres el único expositor? ¿Es el más importante, es clave o es uno entre varios?</p>	
CURVA DE ATENCIÓN	¿Los oyentes acaban de comer, están por hacerlo o se preparan para partir? ¿Han trabajado durante todo el día? ¿Qué otros factores pueden afectar el nivel de atención?	Dejar a la improvisación, si puedo elegir. Después de una comida, elegiré hablar el primero.

# Inspección de la sala

EXAMINAR CUIDADOSAMENTE COORDINACIÓN	PREGUNTA	IMPREVISTOS / FALLOS
COORDINACIÓN		<p>Falta de coordinación con el co-expositor. Los dos ponentes no están en plano de igualdad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Situación espacial (me pongo delante del otro ponente, le ignoro, ocupo plano de superioridad)</li> <li>- Distribución: menor o mayor duración de un ponente sobre otro; mayor o menor importancia de los temas tratados por uno y otro; orden de aparición, por ejemplo, el mismo ponente en la apertura, cierre y desarrollo.</li> <li>- Interrumpo, corrijo al otro ponente</li> <li>- Forma de concatenar, de dar paso.</li> <li>- Forma dialogada (un ponente apoya al otro en su intervención, con ejemplos, etc.) / Forma monologada (dos exposiciones, una tras otra)</li> </ul>
FACTORES HUMANOS	<p>¿He comprobado los documentos / archivos antes de la presentación?</p> <p>¿Es la última versión o la más actualizada?</p> <p>¿Las diapositivas están en orden?</p>	<p>Falta de coordinación con el moderador</p> <p>Equivocación o cambio de documentos o archivos.</p>
	<p>¿Llevo todos los elementos necesarios; puntero, etc.?</p>	<p>La versión de la presentación no es la última o la más actualizada.</p> <p>Diapositivas desordenadas.</p> <p>Puede producirse una caída, desorden involuntario, cambio de orden en la reproducción. Se recomienda numerar las páginas de la exposición.</p> <p>Olvidar el puntero...</p>

# Inspección de la sala

EXAMINAR CUIDADOSAMENTE	PREGUNTA	IMPREVISTOS / FALLOS
ENTORNO FÍSICO DE LA SALA	¿Dónde se va a llevar a cabo? ¿Es grande o pequeña la sala? ¿Cuál es el ancho de los pasillos? ¿Afecta a mi movilidad? ¿Cómo están dispuestos los asientos?	No tener en cuenta obstáculos que dificultan la movilidad.
	¿Está la pantalla ubicada a la altura necesaria para que las personas que se ubiquen en el centro y en la parte de atrás vean?	No asegurarse de que la presentación pueda ser vista con claridad por todo el público.
INSTALACIÓN ELÉCTRICA	¿Dónde se encuentran los interruptores eléctricos? ¿Alcanzan los cables o son demasiado cortos?	Ubicación de tomas de corrientes, cables demasiado cortos.
ILUMINACIÓN	¿Es la adecuada? ¿Hay algún elemento que dificulte la visibilidad?	Imprevistos mecánicos, eléctricos. Averías.
TEMPERATURA	¿Hace calor? ¿Hace frío?	Hay que tener en cuenta la comodidad de los asistentes. Las altas temperaturas favorecen los conflictos. Hablar con los responsables para intentar solucionar el problema. Si no lo logramos, no pasa nada. El público sabrá que nos preocupamos por su bienestar.
EQUIPO DE SONIDO	¿Es el adecuado?	Imprevistos mecánicos, eléctricos. Averías.
RUIDO	¿El ruido dificulta la atención y el entendimiento?	Si hay ruido debemos interrumpir nuestra intervención hasta que cese. Seguir hablando demuestra la inexperiencia del emisor.

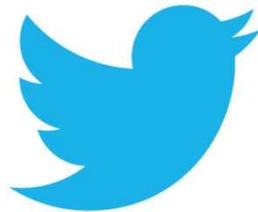
# Rosa Mary Cardeso Trillo



646 181 638



[rosacardetri27@gmail.com](mailto:rosacardetri27@gmail.com)



@ Rosacardeso

*Gracias*

*por tu interés*

