

1. Presentaciones efectivas

1.1 Claves de una presentación efectiva

En esta primera unidad vamos a desarrollar 4 puntos primordiales para el armado de cualquier presentación: Objetivos, Tipos de presentación, Estrategia y Prepararse. Van a poder observar que son partes de un mismo sistema; que se interrelacionan, se fusionan y se alimentan entre sí.

1.1.1 Objetivos de la presentación

El entusiasmo por querer empezar a diseñar presentaciones impactantes, a jugar con tipografías, colores, imágenes y los diferentes elementos que nos proponen las herramientas, puede hacer que perdamos el foco en un aspecto esencial en el armado de presentaciones: el para qué de nuestra presentación.

Definir el objetivo de nuestra presentación es como definir nuestro norte, el destino al que queremos ir. Tener bien en claro qué queremos lograr con nuestra presentación es lo que primero que debemos saber. Incluso es la pregunta clave que debemos realizar en el caso de que un jefe nos encargue como tarea el armado de esta.

Algunos de los objetivos de una presentación pueden ser los siguientes:

- “Persuadir para que se tome un curso de acción.
- Transmitir información.
- Lograr compromiso.
- Involucrar en la resolución de un problema.
- Abrir y coordinar un foro de discusión.
- Generar una reacción frente a una idea o situación.”

(Programa de fortalecimiento del Sistema de emprendimiento de Medellín – 2011. (2015))

Este es el momento en el cual, con una hoja en blanco, papel e imaginando que tenemos a nuestro público en frente, nos preguntamos ¿Qué quiero lograr? ¿Para qué hago esta presentación? Aquí lo fundamental no está centrado en cómo redactamos el objetivo porque puede que ni tenga que presentarlo, sino que yo como presentador, tenga bien el claro hacia donde quiero ir.

Según Alvarez Marañón (2012) en su libro El Arte de Presentar, los tres objetivos de toda presentación son:

1. **“Conectar con la audiencia:** Conviene conectar con los objetivos e intereses de tu audiencia a nivel intelectual, emocional y ético.
2. **Dirigir y mantener la atención:** Conviene incluir elementos en tu presentación que capten la atención y guíen a tu audiencia hacia lo más importante.
3. **Fomentar la comprensión y el recuerdo:** Conviene que tu presentación sea fácil de seguir, digerir y recordar.” (Alvarez Marañón, 2012, p.15).

En las empresas se pueden observar muchos casos en los cuales las presentaciones tienen un gran impacto por el diseño o por los efectos especiales. Hasta podríamos decir que son fabulosas, ya sea porque tienen una creatividad pocas veces vista y/o porque se utilizan muchos recursos. Ahora, cuando se termina la presentación y hay que confrontarlo con el objetivo, el mismo no se cumple. Nadie decidió apoyar, aprobar o comprar; ninguno fue motivado o persuadido a realizar alguna acción. En definitiva, todo muy lindo, pero el resultado no es que lo que se buscaba.

Un ejemplo más claro y cotidiano sucede con las publicidades, cuando son muy pegadizas por su canción, graciosas o te hacen emocionar. Pero, nada tienen que ver con el producto o servicio en sí; cuando se le pregunta a la gente que vende la publicidad, nadie lo recuerda.

Mediante el ejercicio y el ensayar mostrar la presentación a otras personas, va a permitir poder hacer correcciones y saber si lo que tenemos planeado

y armado funciona. Pero atención, recibir como respuesta: “que linda presentación” o “que genio que sos con el diseño”, son respuestas que nos harán sentir muy bien y que alimentan nuestro ego, pero que pueden que nada tengan que ver con nuestro objetivo. En cambio, una respuesta del estilo: “yo quiero tu producto”, “quiero ser parte de negocio” o “mañana empiezo a hacer ejercicio”, son aquellas que te demuestran que has provocado algo en el otro, que lo estás llevando a la acción.

1.1.2 Tipos de presentaciones

Continuando con lo expuesto en el punto “Objetivos de la presentación”, ahora es momento de definir qué tipo de presentación vamos a crear. Parece una cuestión de sentido común, pero la experiencia muestra que en la práctica no resulta de esa manera. El orden de los pasos es importante e influye en el resultado.

Entonces, una vez aclarada la importancia de tener en claro el objetivo es que me concentro en elegir un tipo de presentación que se adapte al mismo. Una vez que elegí el destino, se selecciona cuál es la mejor manera de llegar a él.

A continuación, les presentamos un listado clásico de tipos de presentaciones que podemos encontrar. Se recomienda que a medida que vamos avanzando con las explicaciones, tengan en mente un ejemplo de presentación que hayan hecho o que estén por realizar, así pueden ir aplicándolo de manera general y que resulte más práctico y concreto.

Tipos de presentaciones:

- Presentación de trabajo
- Presentación breve
- Presentaciones online
- Presentación de imagen de marca
- Presentación de producto
- Presentación para inversores
- Presentación de empresa

- Presentación de un plan de negocio
- Presentaciones profesionales
- Presentación proyecto

También en rasgos más generales y vinculado más objetivo, las presentaciones pueden clasificarse en:

- **“Ventas:** Señala los beneficios de un producto o servicio, dan al público una razón de compra.
- **Demostración:** Presenta al público cómo funciona un producto o servicio.
- **Persuasión:** Proporcionan razones para apoyar una idea.
- **Informe de avance:** Detalla el avance de un programa, proyecto o actividad.
- **Plan o estrategia de negocio:** Presentan el plan de acción de una organización o articula metas y logros de un proyecto.”

(Programa de fortalecimiento del Sistema de emprendimiento de Medellín – 2011. (2015))

Existen diferentes variables que influyen al momento de decidir que tipo de presentación voy a realizar: objetivo, contenido, público, tiempo, lugar, quien lo solicita, entre otros. Algunos de estos puntos tienen sus características particulares que las iremos presentando a lo largo de las lecturas. Si es importante saber que hasta este momento es seguir trabajando con la hoja en blanco y el lápiz y no empezar con el diseño en el Power Point.

1.1.3 Estrategia

Un punto que debe tenerse muy en claro es que hay que lograr el objetivo. Y para eso, se necesita tener una estrategia.

¿Qué significa desarrollar una estrategia?

Significa definir un plan, los pasos a seguir y las herramientas que voy a utilizar para lograr el objetivo propuesto.

En los próximos módulos iremos viendo los diferentes puntos a tener en cuenta para desarrollar esta estrategia. Pero lo que debemos saber, es que debemos tener una.

Cada acción, imagen, contenido, video que utilice, debe responder a esa estrategia que tengo desarrollada para lograr mi objetivo.

Muchas veces la palabra “estrategia” se asocia de manera negativa porque implica convencer y la intención de vender. La mala reputación del concepto proviene también de la consideración de que se hace un “lavado de cabeza” y que con “encantos” y “humo” se logran los objetivos. Pero la realidad es que sabiendo que lo que tenemos para brindar es bueno, no debemos dejar de ser estratégicos en nuestras presentaciones.

La ética por supuesto, siempre debe atravesar todo lo que hacemos y acá no es la excepción.

Si mi prejuicio sobre la persuasión hace que deje mi objetivo de lado, que no me concentre en definir las mejores herramientas, en conocer a fondo a mi audiencia y en saber por dónde voy a llegarles; es muy difícil que logremos nuestro objetivo. Porque lo estamos dejando librado a la suerte y no, a la estrategia.

Algunas de las preguntas que me pueden ayudar a clarificar mi estrategia son:

- ¿Quién es mi audiencia?
- ¿Qué pretendo provocar en ellos?
- ¿Cómo quiero que se sientan?
- ¿Qué se emocionen? ¿Se enojen? ¿Se asombren?
- ¿Voy a vincularlo con historias personales?
- ¿Voy a contar historias personales para desde mi emoción conectar con ellos?
- ¿Qué quiero que piensen de mí?
- ¿Sorprenderlos?

- ¿Cómo voy a comenzar?
- ¿Cómo voy a terminar? ¿Con qué emoción los voy a dejar?
- ¿Los voy a dejar participar o no? ¿En qué momento?

Hacer presentaciones efectivas y de alto impacto implica aprender cosas nuevas y desarrollar habilidades que quizás no conocía de mí o que no creía que podía llegar a hacer. Las iremos viendo en cada módulo de las lecturas y cada uno irá analizando con cuáles se siente más identificado para aplicar o no. Ahora, siempre se debe tener como eje nuestro estilo. Todos tenemos flexibilidad para movernos dentro de diferentes papeles y adoptar distintos roles. Lo que se debe cuidar, es no dejar de ser nosotros mismos, porque desde ahí es de donde conectamos con la gente. Lo fingido no funciona. Debo creerlo, debe ser parte de mí; porque desde ahí viene la fuerza de la convicción.

1.1.4 Prepararse

En este apartado vamos a hacer referencia a dos cuestiones claves referidas a él presentador: conocernos y mejorar.

La pregunta que ronda cuando se habla de habilidades y/o talentos siempre es la misma ¿Se nace o se hace? Y ahí es que consideramos que surge otra pregunta: ¿Comparado con quién?

Todos tenemos habilidades diferentes y puntos distintos a mejorar. Esa diferencia es lo que hace que tengamos un estilo único y que contenga un gran valor. Esa debe ser siempre la base, el punto de partida: conocernos.

Presentamos algunas preguntas que nos pueden guiar en esta tarea de conocerse:

- ¿Cómo soy cuando hago una presentación? ¿Serio? ¿Me río mucho?
- ¿Cuál es mi miedo? ¿De dónde viene?
- ¿Qué partes de mi cuerpo se tensionan de manera más fuerte?

- ¿Cómo se siente mi cuerpo el día antes de la presentación? ¿Lo escucho?
- ¿Qué cosas me gustan de mí cuando hago una presentación? ¿Qué aspectos me reconoce la gente?
- ¿En qué soy bueno? ¿Cuál es mi mejor versión?
- ¿Qué cosas no debo hacer porque sé que no me benefician?
- ¿Con qué acciones no me siento a gusto/cómodo cuando hago una presentación?

Una vez que puedo conocerme y saber cuáles son mis herramientas, es que debo practicar. La seguridad y la tranquilidad provienen del saber que puedo hacerlo y de la manera que me gusta.

Proponerme un meta de mejora y lograrlo porque me he esforzado practicando es muy importante. La mayoría de los casos de nervios, provienen de la falta de dedicación de tiempo a la preparación. De no tener la seguridad que lo puedo hacer.

Por supuesto que hay muchos casos en los cuáles puedo haber practicado y dedicado tiempo a prepararme y que el resultado no sea el deseado, totalmente. Es parte del aprendizaje. Porque es seguro también que lo que logré es mucho más que lo que hubiera hecho, si llega a la presentación sin ningún trabajo previo.

Las habilidades de presentación pueden aprenderse y mejorarse a través de la práctica.

En referencia a preparar la presentación, vamos a mencionar puntos a tener en cuenta; los cuales serán desarrollados en profundidad en los siguientes módulos y lecturas.

Planificar mi presentación implica:

- Conocer a la audiencia
- Definir el mensaje a transmitir

- Gestionar el tiempo
- Definir elementos técnicos
- Materiales a entregar a la audiencia
- Conocer el lugar de la presentación
- Tener un backup de la información
- Prever opciones técnicas ante problemas con los principales (Ej. si no funciona el proyector se puede usar un televisor)

Se recomienda crear una lista de comprobación (check list) con todos los elementos a necesitar contemplando posibles complicaciones en especial con la tecnología.

Con cada experiencia que se tenga se puede mejorar el check list, adaptándolo a las diferentes circunstancias.

Mientras más preparado se está, hay un mayor porcentaje de posibilidades de solucionar inconvenientes y lograr una presentación exitosa. En especial, si los errores suceden en presencia de nuestra audiencia; situación en la cual demuestro mi habilidad, compromiso y preparación para manejar con profesionalidad la circunstancia.

1.2 Partes de una presentación

En esta segunda unidad nos encontramos en la instancia en la cual hay que seleccionar y ordenar toda la información que tenemos disponible para colocarla en la presentación.

Como Alvarez Marañón plantea: “En un documento, el lector puede hojear las distintas páginas y formarse una idea global de la organización del texto, de dónde viene y adónde se va. En una presentación, en cambio, la audiencia no tiene otra pista sobre la estructura de la charla y acerca de dónde se está que la que proporcione el presentador.” (Álvarez Marañón, 2012, p. 143)

Es muy importante tener en cuenta que todo el material debe ser presentado de manera tal que cautive a la audiencia y llegue al receptor de manera organizada según nuestro objetivo. Por lo tanto, respetar la estructura que proponemos a continuación es fundamental.

1.2.1 Introducción

“Una audiencia es capaz de “sentir” en unos pocos segundos si tienes confianza o no en ti mismo, si dominas el asunto sobre el que hablas, si te interesas más en ti mismo que en quienes te escuchan, si sientes o no pasión por tu tema, y un sinnúmero de datos cruciales para decidir hasta qué punto prestarte o no atención y crédito” Gonzalo Álvarez Marañón (2012, p.134)

La introducción es el momento clave en el cual la audiencia decide si vale la pena prestar atención a lo que el presentador va a decir. Son solo unos segundos en los cuales se crea una percepción sobre el tema, la calidad de los contenidos y la profesionalidad de quien presenta. Si bien es posible remontar una presentación que no haya comenzado muy bien y cambiar esa percepción que tiene la audiencia, es mucho mejor iniciar de una manera que haga que la gente esté muy expectante por lo que se va a decir y mostrar.

Álvarez Marañón (2012) detalla las siguientes preguntas que se hace la audiencia antes de iniciar una presentación:

1. ¿Quién es esta persona que nos está hablando?
2. ¿De qué trata la presentación?
3. ¿Por qué la presentación es importante?
4. ¿Cómo está organizada la presentación?

Si estas preguntas no son respondidas para la audiencia, es muy probable que durante la exposición sigan resonando en la cabeza y no permitan una concentración plena en lo que se está diciendo. Por supuesto, se puede iniciar la presentación con un video, una historia, una imagen o algún recurso creativo que no sea tradicional y sorprenda a la audiencia; pero debemos saber que en algún momento o en algún lugar esa información debe figurar. Cuando nos referimos a lugar, por ejemplo, en algunos casos se entrega al inicio una hoja con información formal detallada (de manera muy concisa) que responde a esas preguntas y que evita que el presentador deba exponerlas. Esta es una manera muy común para no ocupar el tiempo de presentación y poder trabajar otros puntos.

A continuación, se presentan algunos recursos para preparar el inicio de una presentación:

1. Pregunta dirigida a los miembros de la audiencia
2. Hecho poco conocido o estadística sorprendente
3. Retrospectiva/Prospectiva
4. Anécdota o historia personal
5. Cita de una fuente reconocida
6. Analogía o metáfora
7. Elemento original.

(Álvarez Maraón, 2012, p.135)

El objetivo es claro, se debe cautivar a la audiencia, hacer que tengan ganas de escuchar y de ser parte de la presentación. En este inicio es donde está en juego el éxito de la presentación.

Se debe tener en claro que la emoción, en esta instancia y en las que siguen, es clave para lograr la atención y el interés. En la actualidad resulta bastante más complicado lograr y mantener la atención de la audiencia porque

constantemente las personas están estimuladas por videos, sonidos e imágenes. Por eso, la combinación entre los recursos verbales y no verbales del orador y los elementos técnicos debe estar bien estructurada en pos del objetivo. Es sabido que, si bien una persona puede estar físicamente en un lugar, puede que su mente no lo esté, y que esté pensando en: la lista del supermercado, lo que hará cuando salga de ahí, un próximo viaje o aún peor, en cómo fue que decidió asistir a dicha presentación.

Una de las herramientas que hoy se encuentra en el top de recomendaciones es el storytelling, que significa: “contar con historias”. A este tema se le va a dedicar un capítulo específico en el módulo 3 para profundizar en la técnica.

Como se irá observando en los próximos módulos, no es sólo importante el contenido o material de la presentación sino también (y en altos porcentajes) la actitud del presentador. La comunicación verbal y no verbal es clave para conectar con el público. Sobre este tema ahondaremos en el módulo 2.

Por último, un punto importante para aclarar es: Cuidado con el humor. Son muchas las recomendaciones que mencionan: para romper el hielo utilice el humor. Y acá el consejo es: sea honesto con usted mismo. Si el humor no es una de sus mejores habilidades, no lo utilice. Aquí es donde se hace referencia a lo mencionado en páginas anteriores. Es muy importante conocer las habilidades y los puntos a trabajar que se tiene como presentador. Una intención de humor y que en la realidad en el inicio de una presentación no termina siendo graciosa, puede ser un terrible comienzo.

Por eso es importante diseñar muy bien cada parte de la presentación, los recursos a utilizar, que estén acorde al objetivo y en especial a su estilo.

Recomendación final: una vez arma la introducción, hay que practicar y mucho mejor si se puede presentar a alguien. Una vez finalizada la muestra la pregunta que debe hacerse a quien escucha es: ¿Sobre qué tema se va a tratar la presentación? Y si su respuesta es la que se esperaba: ¡Adelante! Una vez que se va ganando experiencia en las presentaciones ya no será necesario practicar de manera tan exhaustiva, salvo en situaciones de mayor exigencia e inseguridad.

1.2.2 Desarrollo

El desarrollo es la parte más larga de la presentación y, por lo tanto, es también muy importante diseñarlo de manera ordenada y atractiva. Es el cuerpo en el cual se van a exponer los detalles que son la base de la presentación, las ideas principales y aquello que la audiencia quiere escuchar.

Entonces, aquí en este módulo los puntos claves son: la estructura del contenido y la forma. Ambas muy importantes. Como todo, contenido sólo, no atrae, y forma sin contenido, es solo humo.

Si el tema a tratar es muy complejo, hay que separar el contenido en módulos. Pero cuidado, que no sean muchos porque si es muy extenso la audiencia no prestara atención. Hay que recordar que la atención es limitada. Entonces, si son mucha cantidad de módulos será difícil mantener la atención. Algunos autores recomiendan no más de 3 a 4 partes.

Se recomienda agarrar papel y lápiz y armar un cuadro sinóptico que permita ver la idea general y los diferentes conceptos a desarrollar. Esto permitirá tener una visión global de los temas, del orden y la forma de presentarlos. Es común participar de presentaciones en las cuales se denota que no hubo una completa preparación porque en la introducción se presentan temas y subtemas que luego en el desarrollo fueron pasados por alto. Y eso siempre la audiencia lo recuerda porque hay algo que esperaba y no se cumplió.

El desarrollo es la parte en la cual se pueden aportar evidencias para ganar credibilidad y conquistar la confianza de la audiencia:

- **Muestras:** Enseña el artículo del que estás hablando.
- **Ejemplos:** Acerca el concepto a una experiencia vivida.
- **Estadísticas:** Siempre imparciales y de fuentes fiables.
- **Demostraciones:** Captan la atención e ilustran el concepto con total realismo, ya sean software o de otro tipo.
- **Ilustraciones:** A partir de medios de comunicación escritos, como libros, periódicos, revistas, etc.

- **Incidentes personales:** Hechos acaecidos a uno mismo.
- **Testimonios de expertos:** Avalan la información proporcionada.
- **Analogías:** Comparaciones que facilitan la comprensión.
- **Datos:** Son la base de toda evidencia, pero deben suministrarse con mesura.

(Alvarez Marañón, 2012, p.91)

Como también explica Alvarez Marañón (2012, p.85) “Ninguna presentación puede proporcionar toda la información sobre un tema. Se debe tener muy claro cuál es el mensaje fundamental de la presentación para poder dejarlo claro. Hay que evitar proporcionar información irrelevante o detalles secundarios. Todo aquello que no contribuya a comunicar el mensaje, debe ser eliminado. Una pregunta importante de la audiencia que se debe responder es: ¿Por qué debería importarme?” Aquí es donde aparece nuevamente la empatía.

Una vez que todo el contenido fue seleccionado y ordenado, es momento de dar forma para que llegue a la audiencia de manera atractiva y cautivando su atención. Aquí implica elegir recursos tecnológicos, dinámicas, preguntas a la audiencia, ejercicios, videos, entre otros.

Teniendo en claro que la atención es limitada y que debo apelar a todos los sentidos posibles del oyente es que debo dedicar un tiempo a elegir muy bien los recursos.

La Escuela de Ingeniería y Telecomunicaciones, en un documento publicado sobre Presentaciones Efectivas expone: “Para lograr una comunicación efectiva se requiere utilizar de manera conjunta cuatro canales: Tono de Voz, Palabras, Lenguaje Corporal y Ritmo de la Presentación. Cada persona es distinta, recibe la información de manera diferentes; por lo cual ir combinando estos cuatro canales es un ejercicio que se debe aplicar en toda presentación.” En el módulo 4 se hace referencia a las herramientas de PNL - Programación neurolingüística - lo cual permitirá profundizar en las distinciones.

“A veces va a necesitar un ritmo más acelerado, otras más lento. En ocasiones será necesario gesticular mucho, otras veces será más apropiado un menor movimiento corporal. Hay que escoger bien las palabras que se van a utilizar. No todas las palabras son igualmente "estimulantes" o "persuasivas" para las distintas personas. También, utilizar distintos tonos de voz. No hay nada más aburrido que una presentación que mantiene un tono de voz parejo

durante toda su duración.” (Escuela de Ingeniería y Telecomunicaciones, (s.f.) <http://apuntesduoc.pbworks.com/f/Presentaciones%20Efectivas.pdf>)

Durante la presentación hay que promover la comprensión y la memoria. Sabemos que existe un límite a la cantidad de datos que pueden asimilarse en un tiempo dado, incluso algunos autores mencionan que de toda una presentación la audiencia solo incorpora y retiene el 40%. Ahora, conociendo esta información es que es importante orientar la técnica a trabajar en la memoria y a delimitar qué queremos que la gente recuerde. Incluso desde las teorías del aprendizaje se menciona que el ser humano aprende por observación y repetición. Aquí es donde la estructura Introducción, desarrollo y cierre cobra más sentido porque lo que se debe hacer es hablar de lo mismo, de diferentes maneras y con distinta profundidad.

Marañón (2012) explica que poseemos tres tipos de memorias:

- **“Memoria sensorial:** corresponde a la parte de los procesos de memoria en los que la gente almacena brevemente las impresiones iniciales recibidas a través de los sentidos, principalmente estímulos visuales y auditivos mientras ve y escucha tu presentación. La memoria sensorial posee una capacidad potencialmente ilimitada de explorar el entorno, aunque las imágenes y los sonidos no persistirán en ella más de un segundo.
- **Memoria de trabajo:** llamada a veces también memoria a corto plazo corresponde al lugar en el que la información se almacena temporalmente para ser manipulada por la atención consciente. Nuestra capacidad de atender a la información a través de nuestra memoria de trabajo está severamente limitada. Se estima que la audiencia sólo puede conservar alrededor de tres o cuatro ideas en la memoria de trabajo.
- **Memoria a largo plazo:** corresponde a la parte de los procesos de memoria en los que las personas almacenan información durante periodos de tiempo más extensos, desde treinta segundos hasta toda una vida. Posee una capacidad de almacenamiento de información potencialmente ilimitada. Ésta es la memoria de los asistentes en la que te interesa que permanezca la información de tu presentación para fomentar el

recuerdo. Además, no solo te interesa que la recuerden, sino que sepan aplicarla; es decir, que la hayan asimilado, para lo que debes fomentar su comprensión.” (Alvarez Marañón, 2012, p.22)

En conclusión, el desarrollo es la parte de mayor desafío porque contiene la información más importante, en un periodo más extenso de tiempo; requiriendo además la utilización de múltiples recursos para lograr su comprensión y retención. Aquí deben aparecer también los primeros vestigios de motivación para lograr una acción en el receptor, acorde con el objetivo planteado en un inicio.

1.2.3 Cierre

El cierre o conclusión de una presentación es el momento culminante en el cual el objetivo es dejar un gran recordatorio del tema tratado.

Aquí tenemos que resumir todo lo visto en el desarrollo y es donde establecemos la conexión con lo expuesto en la introducción.

Continuando con la teoría de la repetición, ahora se puede decir que en la introducción decimos de qué tema vamos a hablar, en el desarrollo hablamos de los que dijimos que íbamos a hablar y en el cierre contamos de qué hablamos.

Son comunes los casos de presentaciones donde el cierre no es planificado y termina siendo un momento importante no aprovechado; porque desilusiona, deja un vacío o un silencio que no termina de completar y dar el golpe final en la presentación. El contenido y los recursos deben ser acompañados por una fuerte actitud de seguridad del presentador.

Si en la introducción se generó una alta expectativa en la audiencia y se pudo mantener en el desarrollo; del final se va a esperar mucho más y debemos tener la estrategia correcta para lograrlo. Porque en definitiva es lo que más va a recordar, lo que se lleva el oyente. Si se compara esta estructura con el relato de un chiste sería: según cómo sea el inicio del cuento ya te imaginas si va a ser bueno o no, cómo continúa el desarrollo te mantiene atento o te aburre; ahora si todo fue excelente y cautivante y el cierre del

chiste se lo olvida o equivoca, todo lo anterior se perdió por ese minuto de últimas palabras. De igual manera funciona en una presentación.

El final debe ser bien claro y para eso el consejo es: di “muchas gracias” y nada más. Generalmente el silencio del final incomoda al orador que no tiene seguridad sobre la calidad de su presentación, entonces continúa repitiendo oraciones o se desvía del tema, porque no puede dejar de hablar. Es un grave error. Hay que definir cuándo terminar, decir gracias y hacer silencio. Luego vendrá el aplauso de la audiencia.

Prepara una conclusión en una única frase concisa, firme y decisiva:

- Resumen
- Reafirmación del beneficio
- Lanzamiento de un reto
- Cita inspirativa
- Afirmación motivadora
- Apelación a motivos nobles

(Alvarez Maraño, 2012, p.172)

El cierre es también el momento para dar o mencionar que se van a entregar materiales al final de la presentación. La elección de cuándo entregar el material es muy importante y debe ser analizado porque puede hacer que las personas lo vean mientras el presentador habla y no presten atención. Salvo que sea algún contenido en el cual se va a hacer referencia en la presentación.

Pon todo el trabajo en perspectiva, termina siempre a tiempo porque es una cuestión de respeto hacia tu audiencia y con palabras resonantes y positivas.

1.2.4 Duración

Para cada persona el paso del tiempo es diferente y por eso es importante conocerlo. ¿Cómo? A través de la experiencia: mide tu tiempo. Hay personas que sienten que hablaron y el tiempo no pasó porque se sintieron tranquilas

y cómodas, pero el tiempo si paso y al no registrarlo puede ser mucho. O para otras personas el tiempo es eterno y las palabras no salen con facilidad por lo cual se quedan cortas de tiempo.

El mayor pecado es pasarse del tiempo. Por más de que se considere que el público está entretenido, que por cuestiones ajenas al presentador y a la audiencia se inició más tarde del horario pactado, es responsabilidad de quien habla de culminar a tiempo. O sino una opción es hacer un nuevo acuerdo con el auditorio sobre el horario de finalización, pero en general esto se puede hacer si no son mucha cantidad de personas.

Cuando se arma y planifica la presentación, lo recomendado es dimensionar que el tiempo a utilizar sea de un 80%. Esto permite un espacio para imprevistos y por si la participación de la audiencia es más extensa de lo prevista. A veces pueden tocar grupos más abiertos a conversar y ser parte, u otros más callados o concisos en sus aportes.

Gonzalo Álvarez Marañón (2012) recomienda seguir tres estrategias para gestionar el tiempo:

1. Dimensiona adecuadamente la presentación.
2. Ensaya.
3. Utiliza recordatorios de tiempo durante la presentación.

Existen diferentes estudios que muestran cuánto debe durar una presentación y que se basan en la capacidad de concentración y aprendizaje de las personas. En general, se habla de un periodo de concentración plena que varía entre los 15 y 20 minutos como máximos. Por este motivo es que nació el formato de charlas TED que implica una presentación de 18 minutos.

Hay otros autores que mencionan que el momento fuerte de concentración son los primeros 5 minutos y que por eso es tan determinante cómo inicias una presentación. Porque después de a poco empieza a bajar y es ahí donde hay que implementar diferentes técnicas para poder mantener la atención.

La realidad es que muchas veces el presentador no tiene la posibilidad de elegir cuánto tiempo quiere destinar a su presentación porque en algunas situaciones son los jefes lo que indican su disponibilidad o porque quizás es

lo que conseguimos para mostrar el proyecto o también porque el tipo de contenido exige una presentación más extensa.

Por lo cual a continuación se presentan 6 maneras para generar pausas de atención cuando las presentaciones deben ser muy largas:

- **Realizando pausas reales de 5 minutos**

Esta opción puede ser válida en ciertos lugares, pero generalmente, al menos en este país, la gente no suele respetar el tiempo asignado para las pausas. Así que yo no la aconsejo.

Otra cosa es hacer una pausa de 15 minutos en medio de una sesión de formación de 3 horas. Aunque en ese caso, la pausa no sirve tanto para recuperar la atención sino para descansar un poco y reducir la fatiga (y atender ciertas necesidades fisiológicas).

- **Muévete**

Rompe la monotonía cambiando de lugar. Baja del escenario, muévete entre la audiencia, levántate si estabas sentado... la cuestión es que la audiencia perciba algo distinto y le preste atención.

- **Cambia de tema**

Aprovecha un cambio de tema para hacer esa pausa. Anuncia el cambio en voz alta para que todos se den cuenta de que algo nuevo se avecina y presten atención.

- **Pregunta**

Cuando se acerque el minuto 20 de tu presentación, lanza una pregunta al público. El tiempo en que se tarde en responder va a actuar de pausa. En públicos numerosos, podemos hacer preguntas a mano alzada o incluso servirnos de las nuevas tecnologías y las redes sociales para recoger las respuestas.

- **Haz algo interactivo**

Sin duda alguna, tener que participar activamente en algo nos hace prestarle atención. Por eso, si en algún momento de la presentación pedimos a nuestro

público que haga algo, vamos a recuperar su atención. Una opción puede ser la pregunta del apartado anterior. Pero existen muchas más posibilidades y los límites sólo los pone nuestra creatividad.

- **Cuenta una historia**

Una forma de recuperar la atención es contar una historia. Pero debemos tener en cuenta dos premisas: la historia tiene que ser corta para que ella entera no consuma todo el depósito, y tiene que ser relevante para el tema, ya que de esa manera la atención se mantiene una vez la historia ha terminado. (Prat Roger, 2013. ¿Cuánto debe durar una presentación? Recuperado de <http://www.presentable.es>)

En resumen, cuidado con que cumplir con el tiempo esté por encima del interés y la atención de tu audiencia. Mantener un feedback constante con tu audiencia y tener empatía son las claves para diseñar y adaptar la presentación.

Referencias

Alvarez Marañón, G. (2012). *El Arte de Presentar*. España: Gestión 2000.

Escuela de Ingeniería y Telecomunicaciones. *Las Claves para realizar Presentaciones Efectivas.* (s.f.). Recuperado de: <http://apuntesduoc.pbworks.com>

Prat Roger. (2013). ¿Cuánto debe durar una presentación? Recuperado de <http://www.presentable.es>

Programa de fortalecimiento del Sistema de emprendimiento de Medellín – 2011. (2015). *Presentaciones Efectivas*. Recuperado de: www.slideshare.net