



Centro Singular de Investigación  
en Tecnoloxías da  
Información

# Cómo presentar resultados de investigación al mercado

Santiago, 24 mayo 2018



# ÍNDICE

1- CLAVES PARA UNA PRESENTACIÓN ¿QUÉ Y CÓMO?

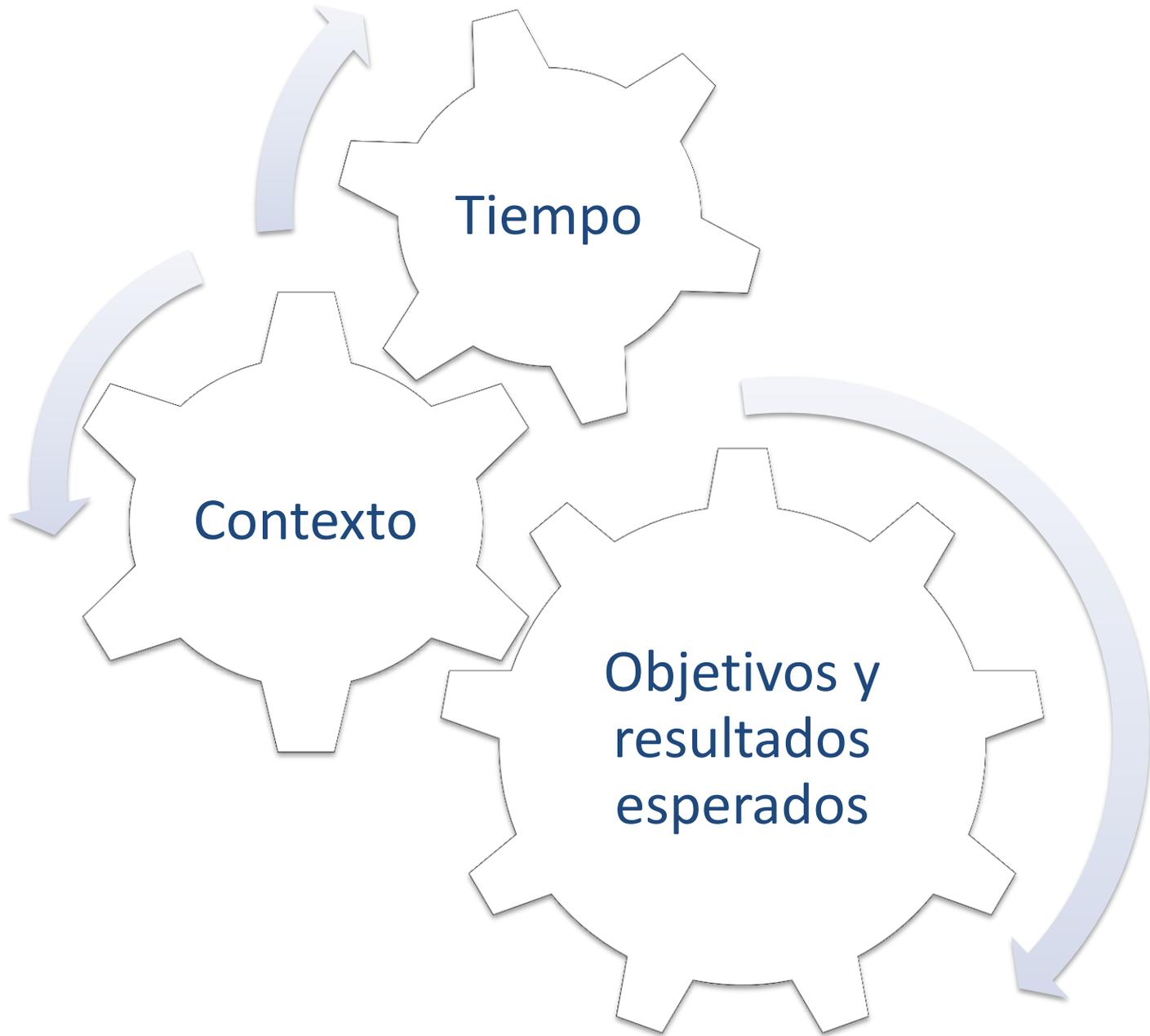
2- PRACTICA TU PRESENTACIÓN

## ***DECÁLOGO:***

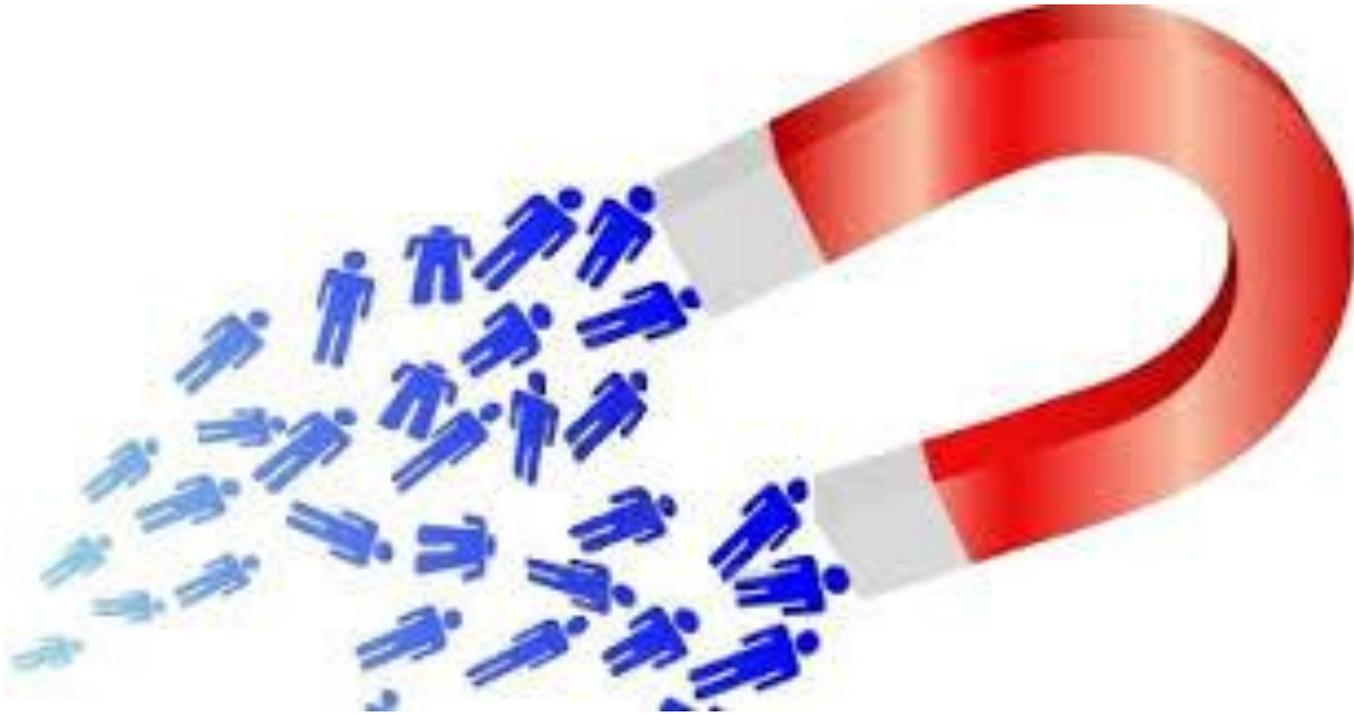
- 1. Conoce a la audiencia, Empatiza**
- 2. Elabora un guión: infoxicación vs relevancia**
- 3. Comunicación verbal: silencio, tono, no tecnicismos**
- 4. Comunicación no verbal: naturalidad, conócete**
- 5. Soportes: visual, cifras**
- 6. Repite conceptos clave**
- 7. Cumple con el tiempo**
- 8. Tiempo de reposo**
- 9. Marca personal**
- 10. Ensayo y repetición**

# ***DECÁLOGO:***

## **1. Conoce a la audiencia, Empatiza**



***Objetivo:***



***CAPTAR LA ATENCIÓN***

## ***Contexto:***

CIENTÍFICO

DIVULGATIVO

EMPRESARIAL

COMERCIAL

***CAPTAR INFORMACIÓN: Audiencia, Competencia, Lugar***

## ***Contexto: Audiencia ¿Quiénes son?***

### **CIENTÍFICO**

- Presentación de la investigación- público experto

### **DIVULGATIVO**

- Charla ante público no experto
- Transferencia: Comercialización

### **EMPRESARIAL**

- Comercialización: Clientes, proveedores, colaboradores
- Búsqueda de socios: Empresarios, Profesionales Sector, Investigadores, Comerciales
- Captación de financiación: entidades públicas y entidades privadas ( rentabilidad y visibilización)

## ***Contexto: Lugar, familiarizarse con el entorno***

**CIENTÍFICO**

**DIVULGATIVO**

- PRESENTACIÓN GENERALISTA ( más 5 personas)

**EMPRESARIAL**

- Comercialización, Búsqueda de socios,  
Captación de financiación: FOROS, REUNIONES  
INDIVIDUALES, ENCUENTROS INFORMALES

# ***Resultados esperados: personales y de la institución, organizadores y anfitriones***

## **CIENTÍFICO**

- Notoriedad

## **DIVULGATIVO**

- Notoriedad, contactos y recursos

## **EMPRESARIAL- TRANSFERENCIA**

- Comercialización, Búsqueda de socios, Captación de financiación: Notoriedad, recursos económicos y humanos

***Tiempo:***



***SIEMPRE SOBRENTE***



## ***DECÁLOGO:***

# **2. Elabora un guión: infoxicación vs relevancia**

## Ejemplo guión cinematográfico- GGPRODUCCIONES

EXT. TERRAZA CASA DE RUFO - DÍA ← **ENCABEZADO DE ESCENA**

Diane, sentada en la terraza y vistiendo únicamente una  
camisa de Rufo, mira soñadora el paisaje urbano.

RUFO (OFF) ← **VOZ**  
¡¿Cariño?! ¡El desayuno!

Diane se vuelve. Entra Rufo en la terraza, descalzo, en  
vaqueros y sin camiseta, y con una bandeja con los desayunos.

RUFO  
Los zumos, los cafés, las tostadas... y  
las servilletas.

Diane mira su servilleta de papel, en la que hay escrito:  
"¿TE QUIERES CASAR CONMIGO?"

**DESCRIPCIÓN** ↑  
DIANE ← **PERSONAJE**  
(impactada)  
¿Estás en serio?

RUFO  
(normal, como si nada)  
Muy en serio.

Emocionada, Diane se levanta, le besa y se sienta sobre él.

**ACOTACIÓN** → DIANE  
(casi llorando)  
Me encantaría decirte que sí, pero  
todavía... no puedo. Yo, yo...

***Me he pasado toda la noche  
preparando la improvisación de  
mañana***

Winston Churchill

# ***ÁMBITO DIVULGATIVO***

**PRESENTACIÓN DEL TEMA**

**VINCULACIÓN CON UNA  
REALIDAD**

**ACTORES**

**DESENLACE**

# ***ÁMBITO DIVULGATIVO***

**STORYTELLING:** El arte de contar una historia usando lenguaje sensorial presentado de tal forma que trasmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear significado personal de ello.

# ***ÁMBITO EMPRESARIAL***

**OPORTUNIDAD**

**VALOR DIFERENCIAL**

**EQUIPO PROMOTOR**

**MERCADO**

**NECESIDAD**

## *Oportunidad de negocio:*



**¿Por qué ahora?**

## *Valor diferencial :*



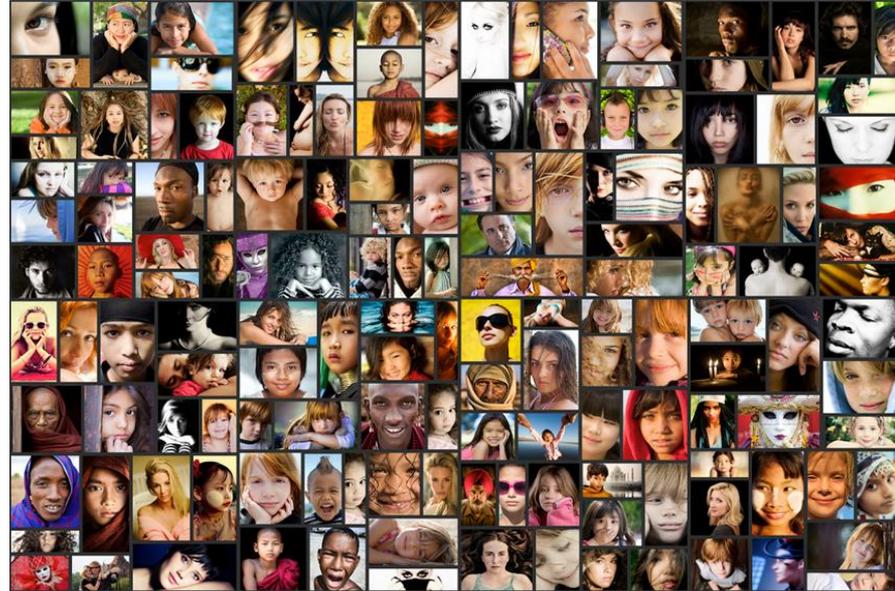
**Ventaja competitiva**

## ***Equipo promotor:***



**¿Qué te lleva a levantarte todos los días?**

## ***Mercado:***

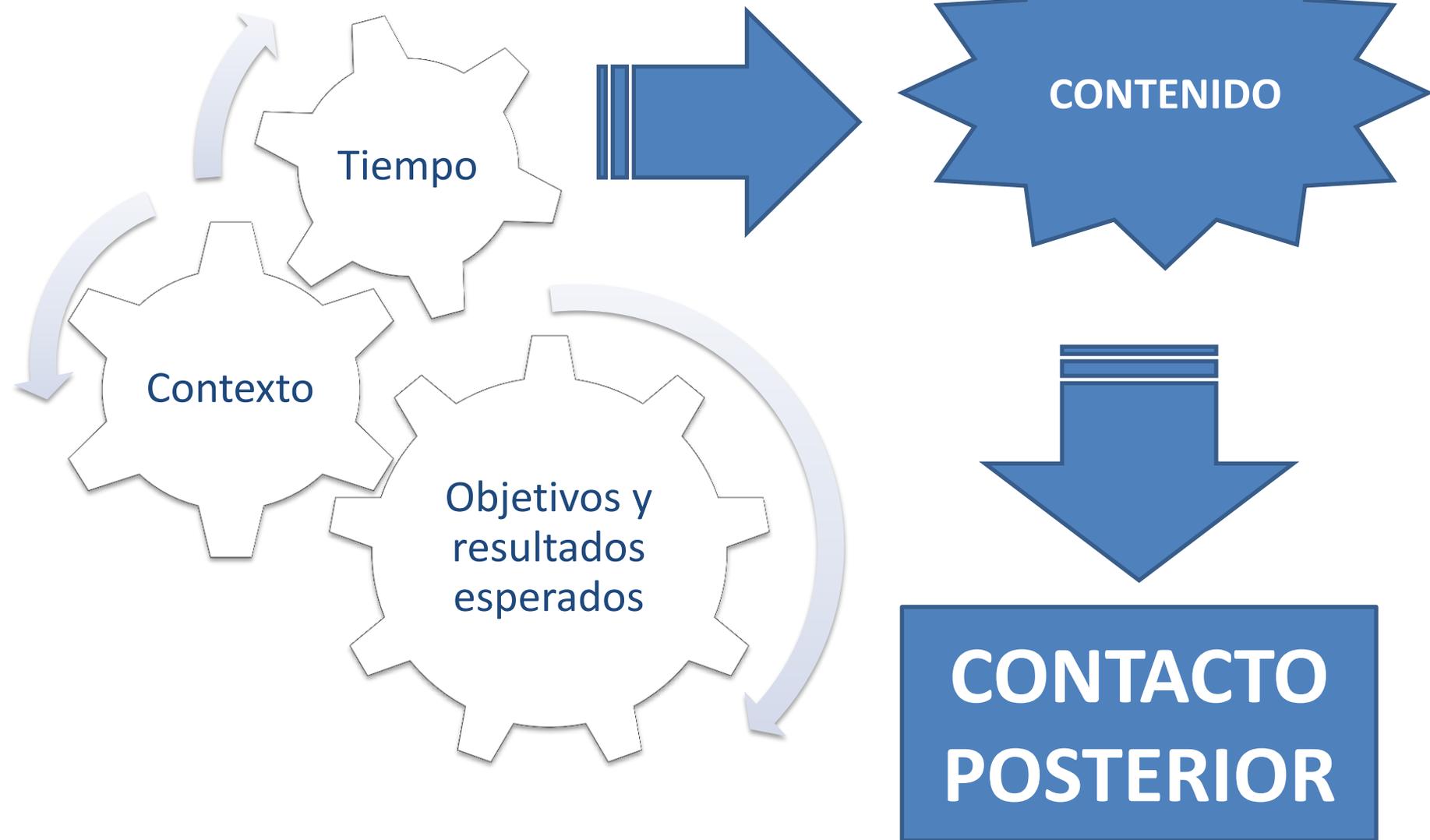


**Identificar potenciales clientes, ponles nombre.  
Tener competencia es bueno: aprende.**

# ***Necesidad: ¿Qué le demandamos al interlocutor?***



**Colaboración**  
**Dinero**  
**Contactos y clientes.**



## ***DECÁLOGO:***

**3. Comunicación verbal: silencio, tono, no tecnicismos**

# El ponente transmite:

## DINAMISMO

- Constancia
- Ambición

## PERSUASIÓN

- Empatía
- Flexibilidad
- Fluidez verbal

## AUTOIMAGEN

- Madurez
- Equilibrio
- Sinceridad

Los estudios demuestran que algunas palabras tienen más impacto:

**Actualizado**

**Ahorro**

**Bajo coste**

**Calidad**

**Innovación**

Vale

entonces

eeeh

digamos

OK

un poco

mmm...

¿entiendes?

básicamente

o sea

¿está claro?

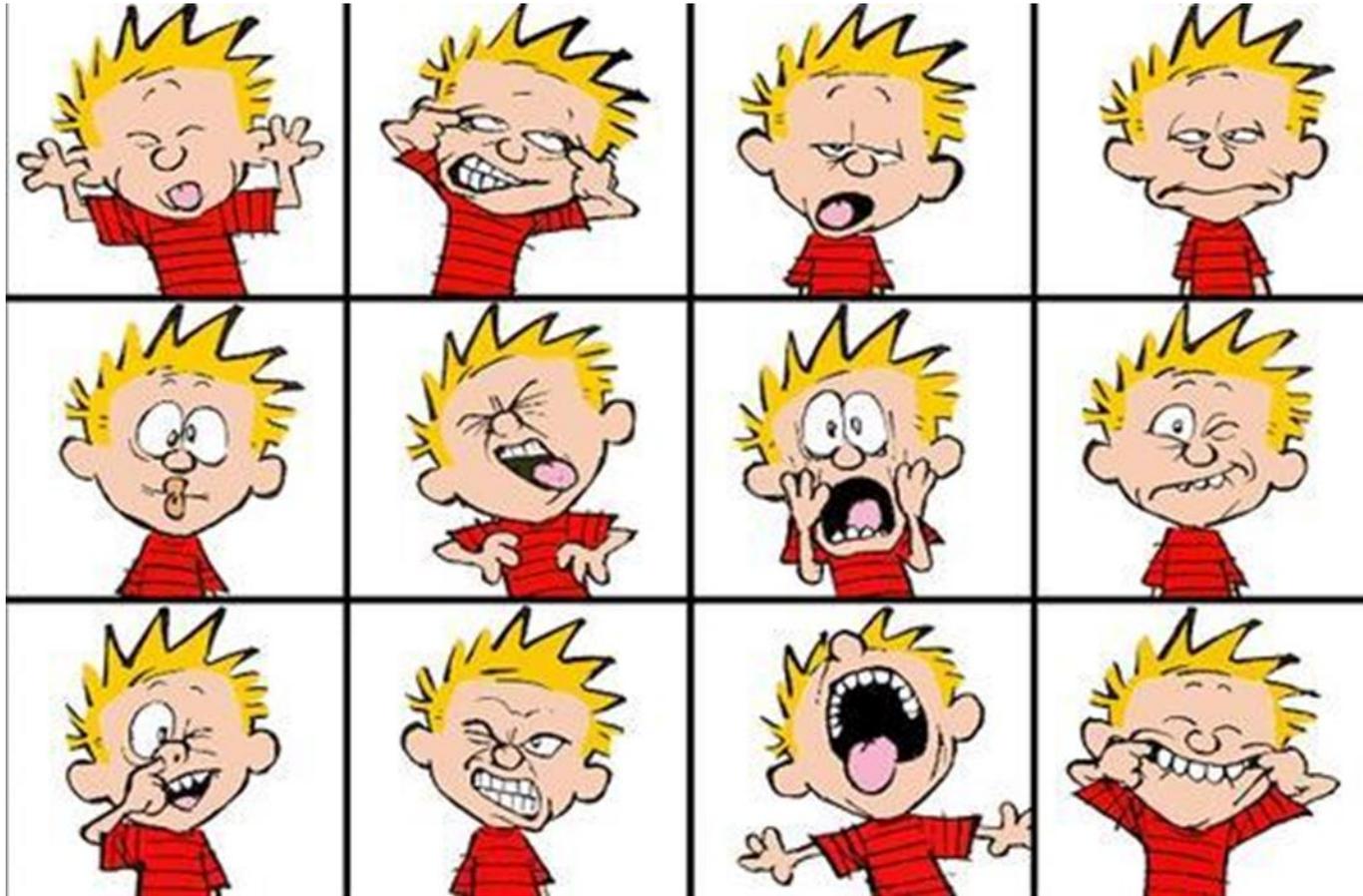
es decir

¿no?

como que

## ***DECÁLOGO:***

- 4. Comunicación no verbal:  
naturalidad, conócete, acércate a  
tu interlocutor**



# ***DECÁLOGO:***

## **5. Soportes: visual, cifras**

Facilita la lectura

Facilita la lectura

Facilita la lectura

Facilita la lectura

# Facilita la memoria visual

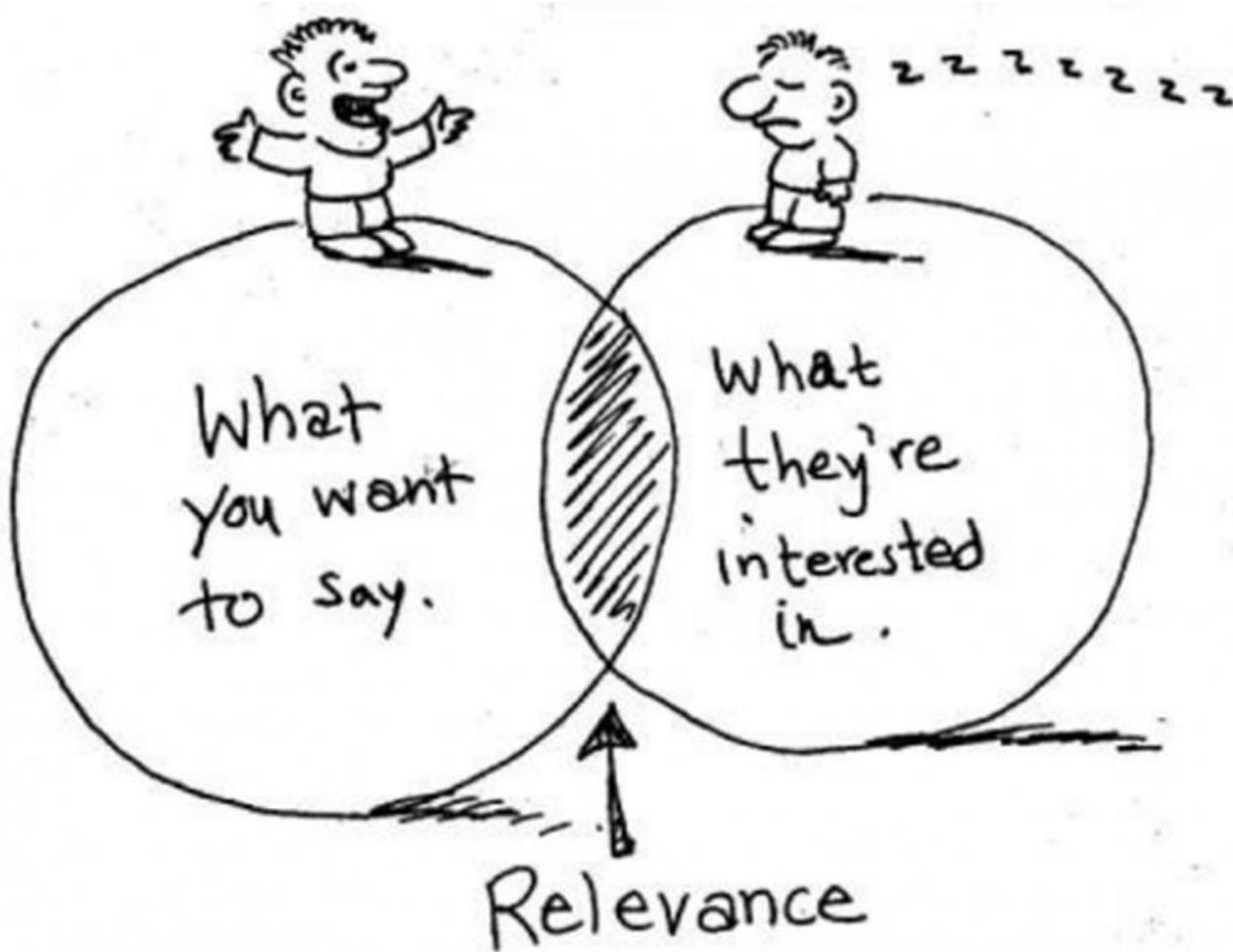
## 20-20» Pechakucha

Slides: 20,  
20 segundos/slide  
total 6,40 min  
una diapositiva-una idea  
Imágenes



# ***DECÁLOGO:***

**6. Repite los mensajes clave**



# ***DECÁLOGO:***

## **7. Cumple con el tiempo**

# Paradigma escuchar-hablar



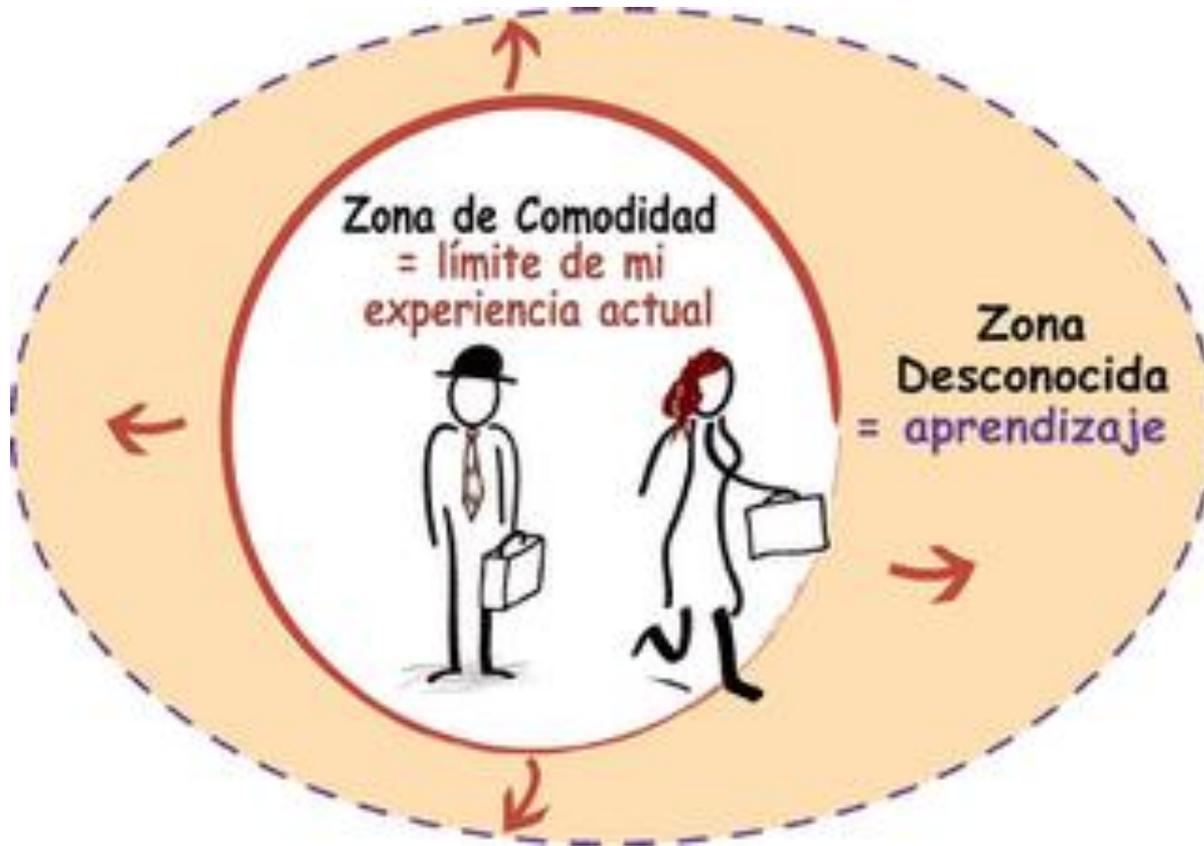
# ***DECÁLOGO:***

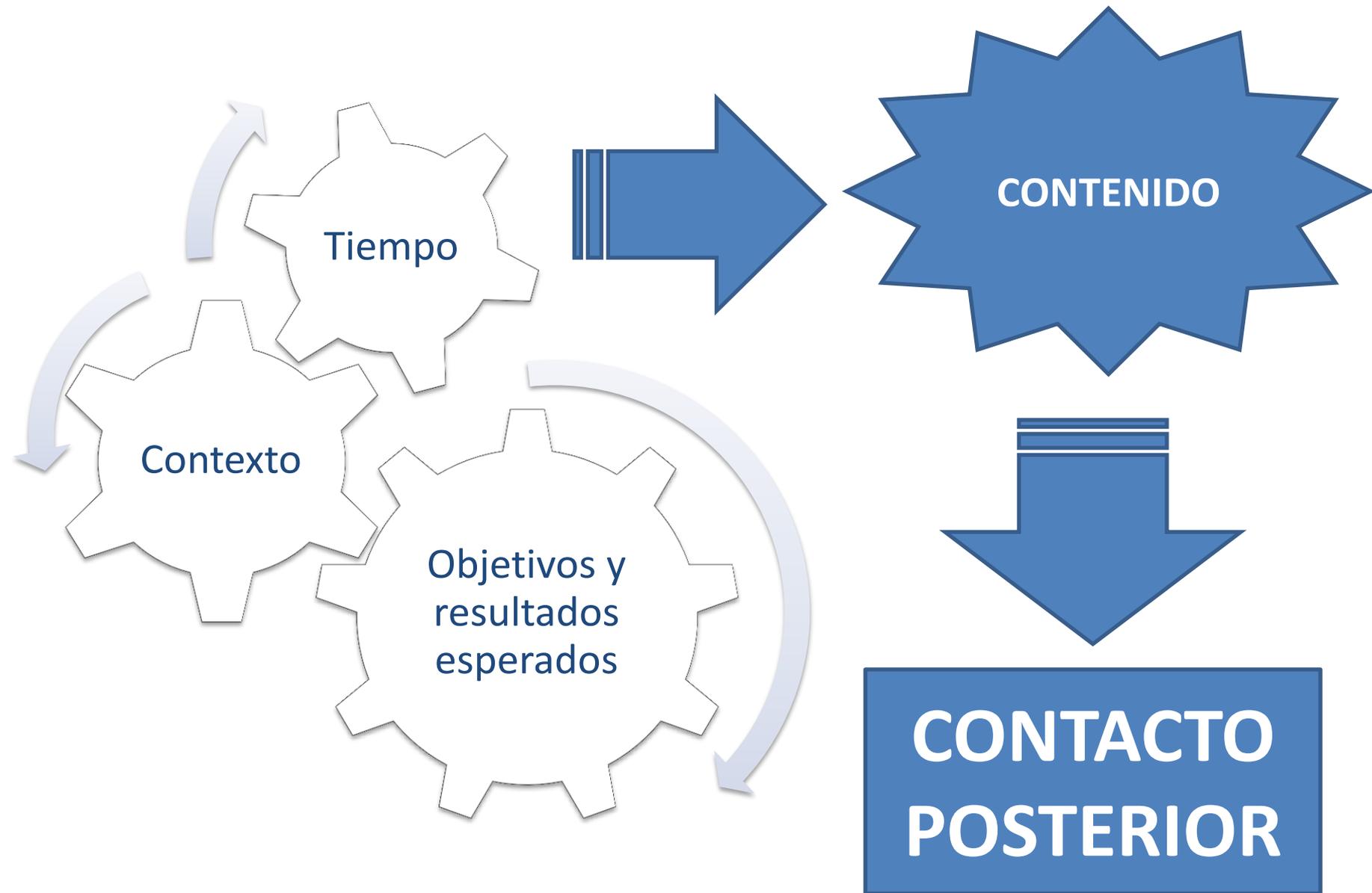
## **8. Tiempo de reposo**

# Ciclo Kolb



# Zona mágica





# ***DECÁLOGO:***

## **9. Marca personal**



JESÚS NORIEGA



# ***DECÁLOGO:***

## **10. Ensayo y repetición**

# **Regla del 15 × 15.**

15 días durante 15 minutos  
practica tu pitch

# ¿PROBAMOS?



## ***DECÁLOGO:***

- 1. Conoce a la audiencia, Empatiza**
- 2. Elabora un guión: infoxicación vs relevancia**
- 3. Comunicación verbal: silencio, tono, no tecnicismos**
- 4. Comunicación no verbal: naturalidad, conócete**
- 5. Soportes: visual, cifras**
- 6. Repite conceptos clave**
- 7. Cumple con el tiempo**
- 8. Tiempo de reposo**
- 9. Marca personal**
- 10. Ensayo y repetición**

# Gracias por vuestra atención!!

## Datos de contacto:

[info@un-em.com](mailto:info@un-em.com)

@UNEM\_Consultora

*Emprendible*

