

Presentaciones de ***Alto Impacto***

**END TO INN...**

*Febrero 2025*

# Nuestra Jornada

END TO INN...



## Del estándar a lo inolvidable

El poder de una buena presentación

## Del caos a la claridad

Estructura de una presentación

Antes

Durante

## Del "clic" al impacto

La tecnología a tu servicio

**08:30 - 12:00**

Jornada AM

**01:30 - 05:00**

Jornada PM



**iLunch!**

# Nuestra Jornada

END TO INN...



## Del estándar a lo inolvidable

El poder de una buena presentación

## Del caos a la claridad

Estructura de una presentación

Antes

Durante

## Del "clic" al impacto

La tecnología a tu servicio

**08:30 - 12:00**

Jornada AM

**01:30 - 05:00**

Jornada PM



**iLunch!**

# El poder de una **buenas** presentación

Mantiene la  
atención

Facilita el  
entendimiento

Deja impresión  
duradera

# El poder de una **buen**a presentación

## Mantiene la atención

El promedio de atención de una audiencia es de solo **7 a 10 minutos**

Throughline Media, 2022

## Facilita el entendimiento

## Deja impresión duradera

# El poder de una **buen**a presentación

Mantiene la atención

Facilita el entendimiento

El contenido visual ayuda a que el **60% de la audiencia retenga** el contenido hasta 3 días después

Presentación Training Institute,  
2023

Deja impresión duradera



# El poder de una **buena presentación**

Mantiene la atención

Facilita el entendimiento

Deja impresión duradera

Si los datos se presentan a manera de historia, existe la posibilidad de lograr hasta **22 veces más de recordación**

Forbes, 2024



# Nuestra Jornada

END TO INN...



## Del estándar a lo inolvidable

El poder de una buena presentación

## Del caos a la claridad

Estructura de una presentación

Antes

Durante

## Del "clic" al impacto

La tecnología a tu servicio

**08:30 - 12:00**

Jornada AM

**01:30 - 05:00**

Jornada PM



**¡Lunch!**

# Estructura de una presentación

Antes

**Organiza tus ideas**

**Construye tu material**

**Inicia con impacto**

**Sé memorable**

**Cierra contundente**

**END TO INN...**



Durante

Organiza  
tus ideas

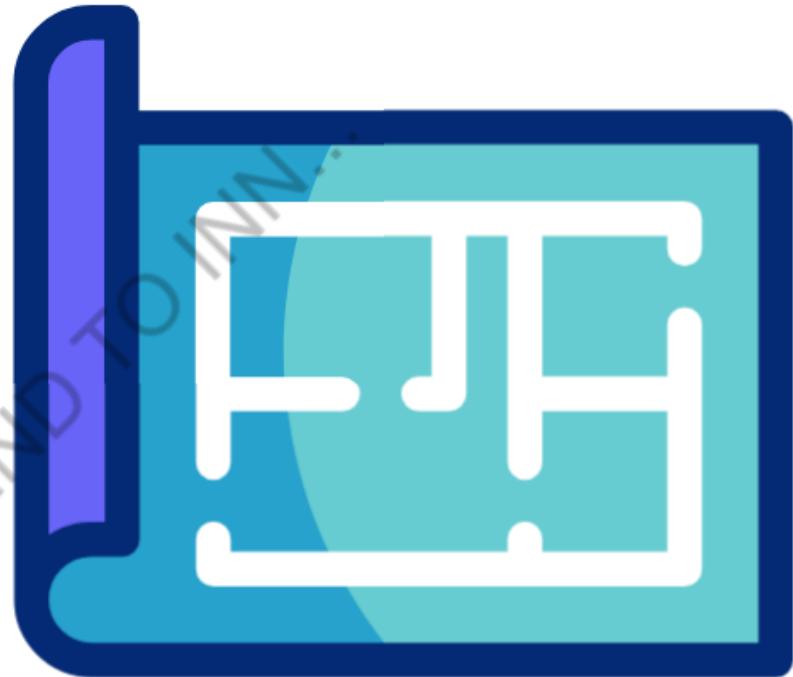
END TO INN...



## Define tu propósito: ¡Sin mapa, no hay camino!

"Tu propósito es la brújula de la presentación. Si no sabes a dónde vas, ¿cómo esperas que tu audiencia te siga?"

Organiza  
tus ideas



END TO INN...



# Todo está en cómo lo organizas

Lo primero es lo primero! ¿Qué quieras lograr? Sin una meta, no hay presentación."

# Organiza tus ideas



END TO INN...



## Conoce a tu audiencia

Si no sabes quién te escucha,  
¿cómo esperas que te sigan?"

Organiza  
tus ideas



END TO INN...



## Simplifica Lo que sobra

"Menos es más. Si agregas demasiado, puedes perder el enfoque y la atención."

# Estructura de una presentación

Antes

END TO INN...



Organiza tus ideas

Construye tu material

Inicia con impacto

Sé memorable

Cierra contundente

Durante

Organiza tus  
ideas

...de lo  
**SIMPLE**



# Los 5 Grandes Poderes

...del  
**LOOK**

...de las  
**IMÁGENES**

END TO INN...



...de los  
**DATOS**

...del  
**MOVIMIENTO**

END TO INN...



# El poder de lo SIMPLE

END TO INN...



# De lo general a lo específico

¡Recuerda que los Slides son gratis!

No muestres todo a la vez, **dirige a tu audiencia** mostrando información punto por punto

*iWow que título!*

1. ¡Un subtítuloazo!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore

2. ¡Que subtítulo!

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

3. ¡EL subtítulo!

Eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore



*iWow que subtítulo!*

*iWow que título!*

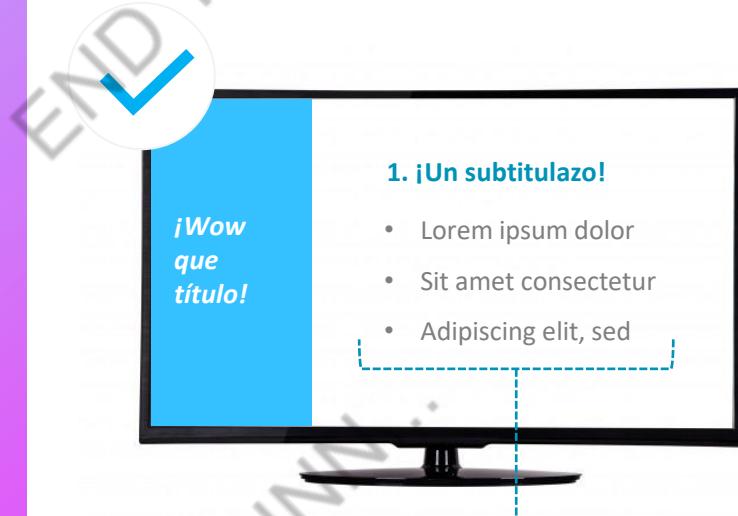
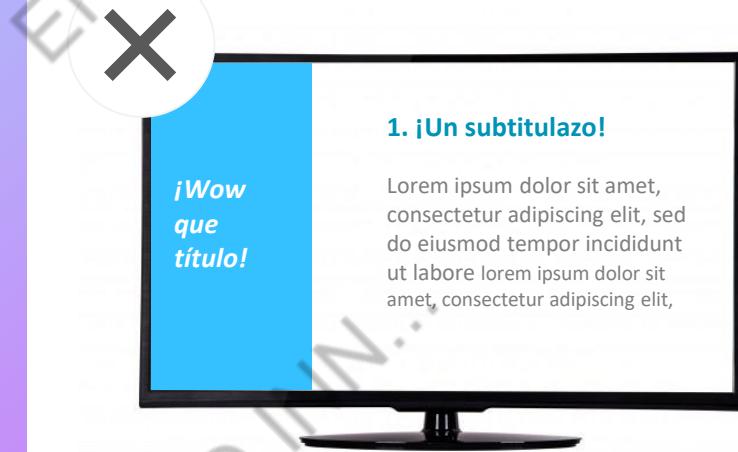
Eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore



Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore



# Sintetiza la información y fragmentala en puntos clave



**¡La clave es que sea re fácil de leer (y entender)!**

**Tip:**  
Procura estandarizar los elementos

END TO INN...



# Limpia tu presentación

**Evita llenar la PPT con información redundante**

Realiza el ejercicio de limpiar la presentación revisando que no se repitan elementos



END TO INN...



# Resalta las palabras clave



**¡No leas!** recuerda que la PPT es  
un apoyo, tú eres la presentación  
**¡Evita utilizar párrafos extensos!**

END TO INN...



# Resalta las palabras clave



**¡No leas!** recuerda que la PPT es un apoyo, tú eres la presentación  
**¡Evita utilizar párrafos extensos!**

END TO INN...



No te salgas  
del **marco**  
**invisible** de  
la PPT

¡El super título!

El subtítulo mejor pensado

- Lorem ipsum dolor
- sit amet, consectetur
- adipiscing elit, sed do

- Lorem ipsum dolor
- sit amet, consectetur
- adipiscing elit, sed do



¡El súper título!

El subtítulo mejor pensado

- Lorem ipsum dolor
- sit amet, consectetur
- adipiscing elit, sed do

- Lorem ipsum dolor
- sit amet, consectetur
- adipiscing elit, sed do



END TO INN...



El poder del

LOOK

END TO INN...



# El uso de colores refleja el tono

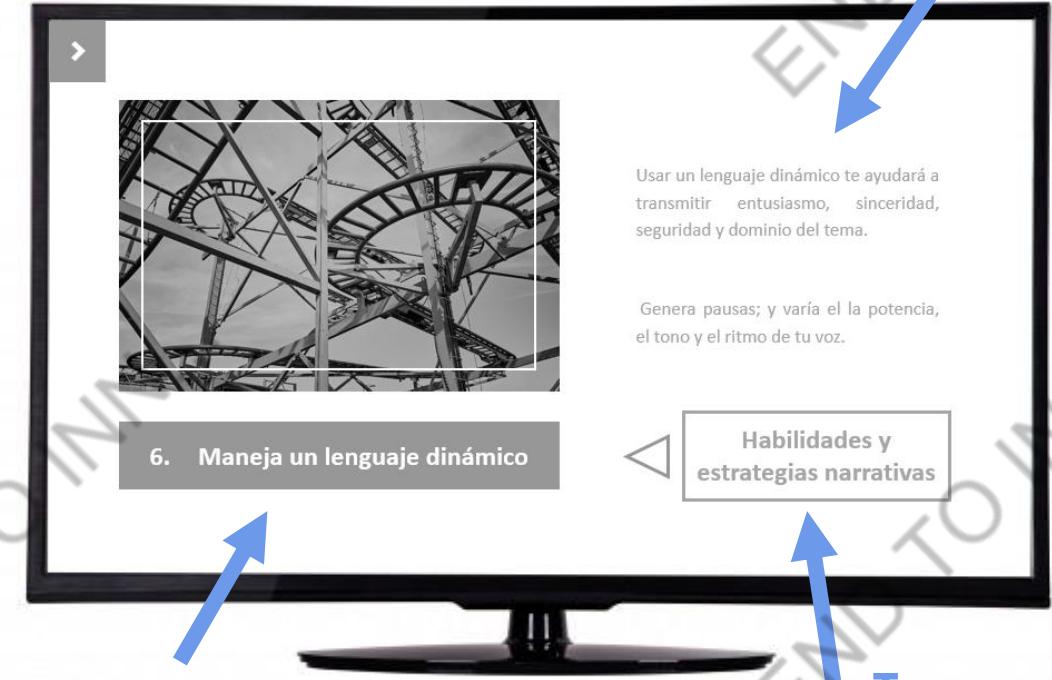


**Usa una paleta de colores limitada (entre 2-3 colores principales) para mantener consistencia**



# Respeta los elementos comunes y la estructura

**Espacio en blanco:** Permite que el contenido “respiré” y evita llenar todo el slide.



**Composición en 3 partes:** Divide la diapositiva en tres zonas (por ejemplo, título, imagen y contenido). Es fácil de seguir visualmente.



# Alinea las formas y gráficos

Utiliza un "lenguaje de referencias". Nuestro cerebro reacciona maravillosamente bien a las texturas, los sonidos y en general a todo elemento que permita generar una asociación, esto **ayudará a la audiencia a imaginar mejor las cosas.**

Utiliza fuentes actuales y confiables y conoce las tendencias del mercado para demostrar tu conocimiento

3. Se creíble y alusivo



Diapositiva: 78 de 100

Habilidades y estrategias narrativas

**Ordena todos los elementos** en cada slide, tu audiencia te lo agradecerá. (Trata de mantener la misma escala a lo largo de la ppt)



# ¡Ojo con la fuente y el tipo de letra!

- Usa fuentes de letra que permitan fluidez de lectura, evitar las cursivas o letras muy apeñuscadas.
- Evita utilizar mayúsculas, mantén congruencia en los textos (tamaño de letra, tipo de fuente, etc.)
- No usar más de dos tipos de fuente.



“Me encantó  
el taller de  
Storytelling”



“Me encantó el  
taller de  
Storytelling”

END TO INN...



Uso el  
**contraste**  
para **llamar**  
**la atención**

Color



Tamaño



Orientación



Asegura que el texto y los elementos gráficos tengan **suficiente contraste con el fondo para facilitar la legibilidad**. Los textos en colores claros en fondos oscuros o viceversa son una buena práctica.

END TO INN...



**Tenga en  
cuenta...**

## **Diferencia y contraste**

Nuestro cerebro identifica contraste y patrones



END TO INN...



# El poder de las IMÁGENES

**END TO INN...**



**¡Ojo con  
el uso de  
imágenes!**

**Borrosa**



**Deformada**



**Marca de agua**



**Correcta**



END TO INN...



Aprovecha las  
**imágenes**  
para “guiar”  
**la atención** de  
la audiencia



Punto de  
Interés

X



Punto de  
Interés

END TO INN...



No uses  
imágenes tipo  
**"Cliparts"**



Son ilustraciones  
poco profesionales,  
de baja calidad



Utiliza ilustraciones simples y  
atraídas. Procura que no  
estén cargadas de elementos

END TO INN...



# Aprovecha la IA Generativa

Situación 1



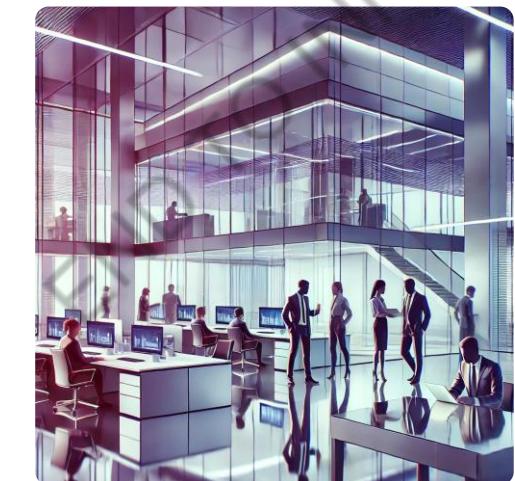
Situación 2



Situación 3



- 1. Descripción general.**
- 2. Estilo visual:** Realista, ilustrativo, etc.
- 3. Paleta de colores:** Cálidos, fríos, etc.
- 4. Encuadre:** Plano medio, primer plano, etc.
- 5. Iluminación:** Luz natural, neón, etc.



Situación 4

= **Prompt Perfecto**

END TO INN...



# El poder del MOVIMIENTO

END TO INN...



# Usa las animaciones con intención “NO es animar por animar”

1

¡El super título!

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,  
sed do eiusmod tempor  
incididunt ut labore et  
dolore

2

¡El mega título!

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,  
sed do eiusmod tempor  
incididunt ut labore et  
dolore

3

¡El hiper título!

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,  
sed do eiusmod tempor  
incididunt ut labore et  
dolore

- Utiliza las **animaciones siempre con un propósito** en mente.
- Las animaciones deben ser usadas como herramienta para **contar, señalar, resaltar o mostrar una secuencia**.
- Usa transiciones sutiles, como “Desvanecer” o “Desplazar,” entre diapositivas para mantener la atención sin distraer.

END TO INN...



**Modelos 3D +**  
**Transformación**



**Logo  
Trasero**



**Logo  
Hombro**



**Logo  
delantero**

**Modelos 3D +  
Transformación**

**END TO INN...**





**Logo  
delantero**

**END TO INN...** 

**Modelos 3D +  
Transformación**



## Logo Hombro

END TO INN... 

**Modelos 3D +  
Transformación**



**Logo Trasero**

**END TO INN...**



**Modelos 3D +  
Transformación**

**END TO INN...**



# **El poder de los DATOS**

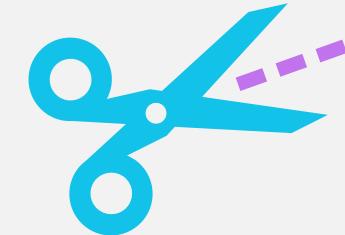
END TO INN...



Escogiendo  
una **visual**  
**efectiva**

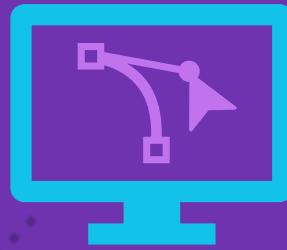


**“Limpia”** tus  
gráficos





Escogiendo  
una **visual**  
**efectiva**



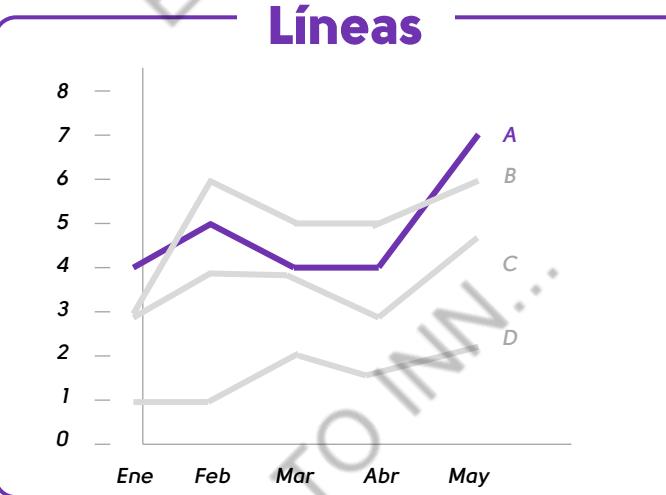
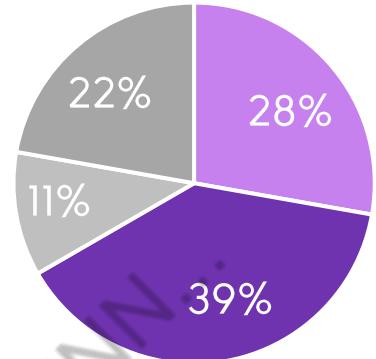
**“Limpia”** tus  
gráficos



# Escogiendo una visual efectiva

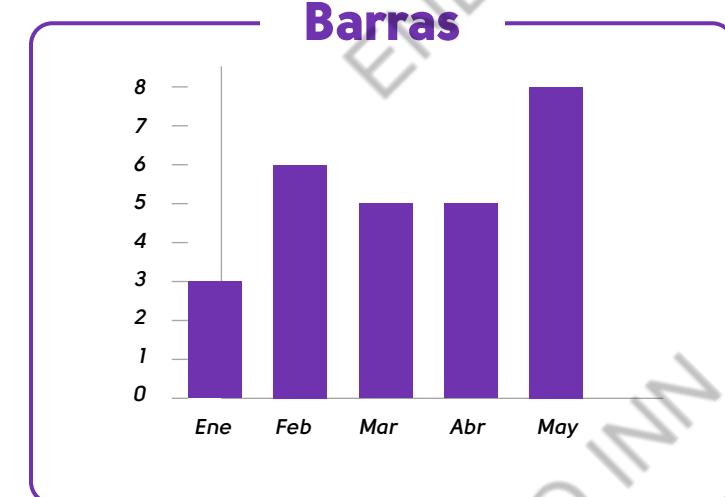
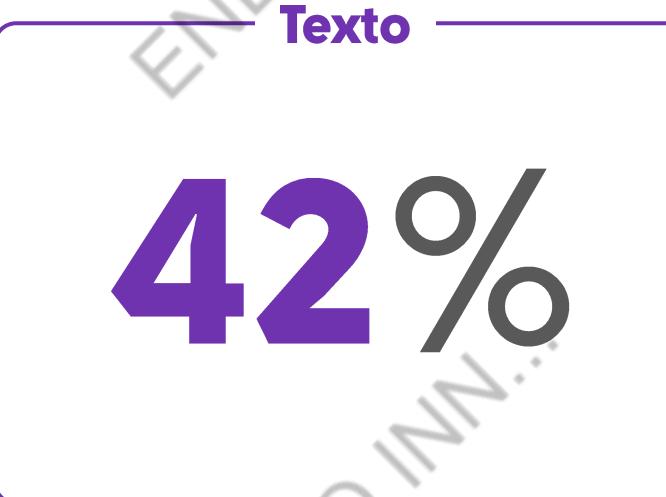
Las visuales más utilizadas:

END TO INN...



### Tablas

Grupo	A	B	C
1	\$X.X	Y%	Z,ZZ
2	\$X.X	Y%	Z,ZZ
3	\$X.X	Y%	Z,ZZ



# Escogiendo una visual efectiva

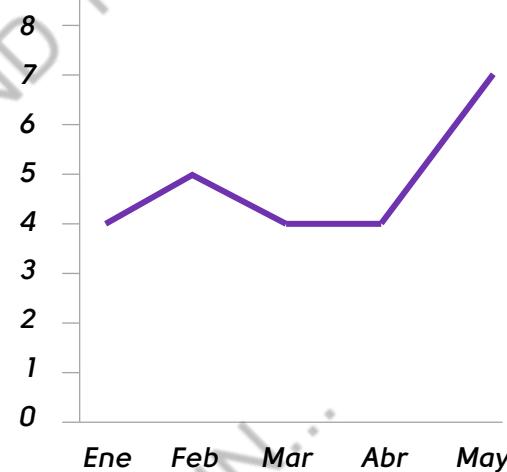
END TO INN...



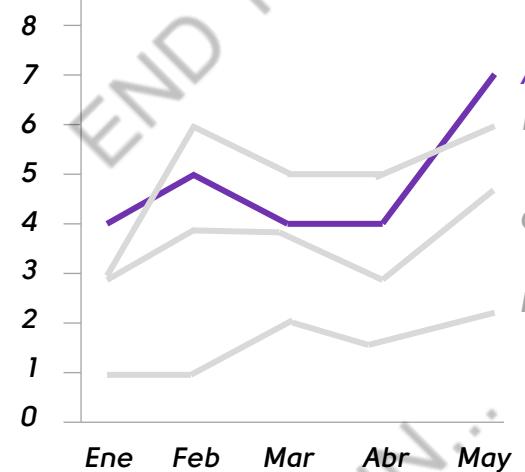
Líneas: ↗

- Ideales para trazar **datos continuos** (normalmente en unidades de tiempo)
- Óptimos para identificar **tendencia** de los datos.

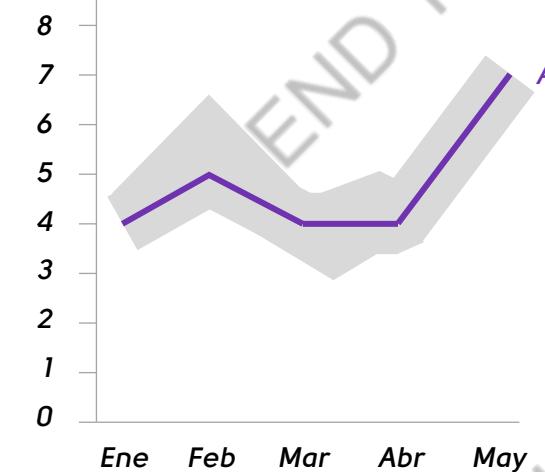
Una serie



Múltiples series



Una serie  
+ Rango de datos



# Escogiendo una visual efectiva

END TO INN...



## Tablas:



- Ideal para **comunicarse con una audiencia mixta** cuyos miembros buscarán cada uno su fila particular de interés.
- Si necesita **comparar o comunicar diferentes unidades de medida**.

Tabla

	A	B	C
Categoría 1	15%	22%	42%
Categoría 2	40%	36%	20%
Categoría 3	35%	17%	34%
Categoría 4	30%	29%	26%
Categoría 5	55%	30%	58%
Categoría 6	11%	25%	49%

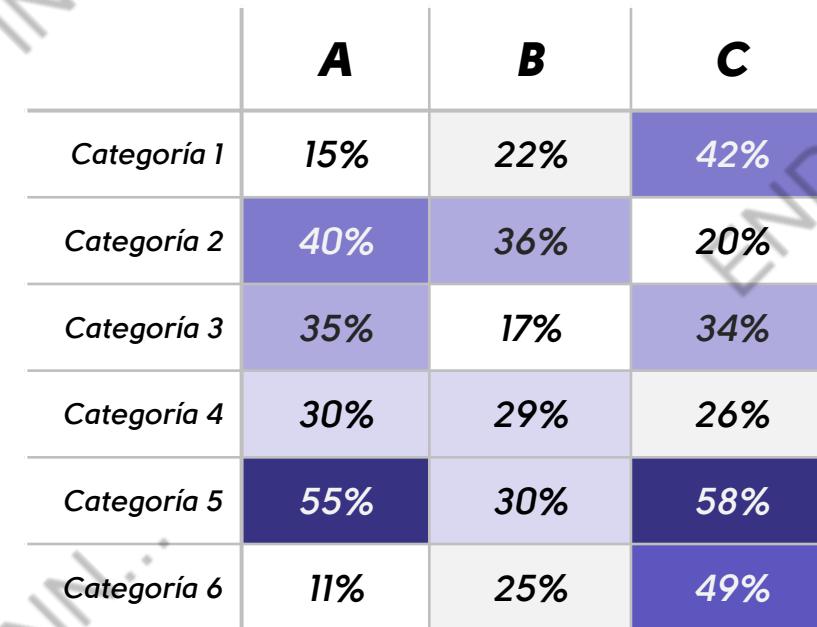


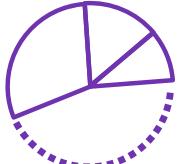
Tabla  
+ Mapa  
de calor

# Escogiendo una visual efectiva

END TO INN...

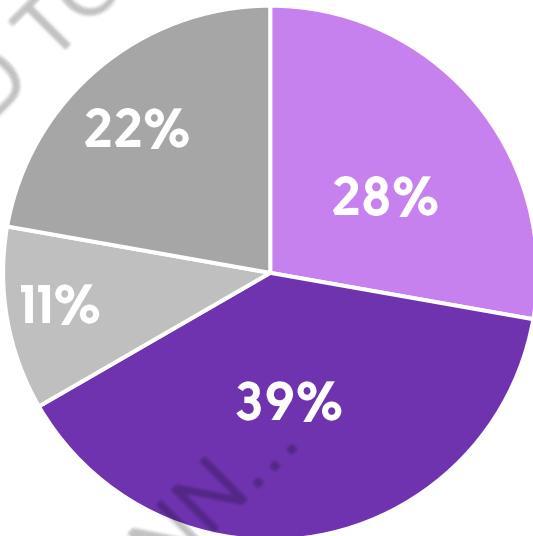


Torta:



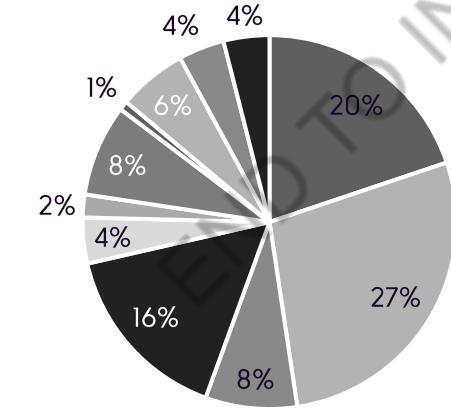
- Es la grafica ideal para mostrar **proporciones** de categorías.

Ejemplo



- Producto A
- Producto B
- Producto C
- Producto D

Es importante que la uses cuando tienes pocos categorías.  
**"Si son muchas, ni lo pienses"**



- Producto A
- Producto B
- Producto C
- Producto D
- Producto E
- Producto F
- Producto G
- Producto H
- Producto I
- Producto J

# Escogiendo una visual efectiva

END TO INN...



Texto:



- Cuando **solo tiene uno o dos números para compartir**, el texto simple puede ser una excelente herramienta para comunicar.

# 20%

de los niños tenían una madre “ama de casa” en 2024, en comparación con el 41% en 1970

Ejemplo

¡Destaca el número lo que más puedas!

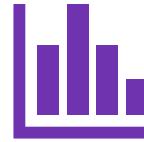
Utiliza algunas palabras de apoyo para expresar claramente el mensaje

# Escogiendo una visual efectiva

END TO INN...



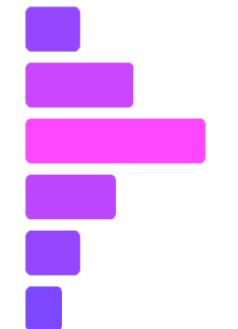
Barras:



- Permiten comparar fácilmente los puntos finales (de las barras), por lo que es fácil ver rápidamente qué categoría es la más grande, cuál es la más pequeña y también la diferencia incremental entre categorías.



## Variación entre categorías

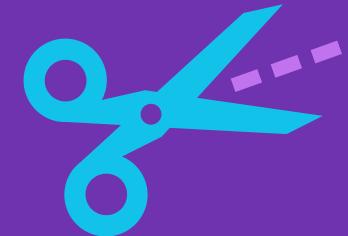




Escogiendo  
una **visual**  
**efectiva**

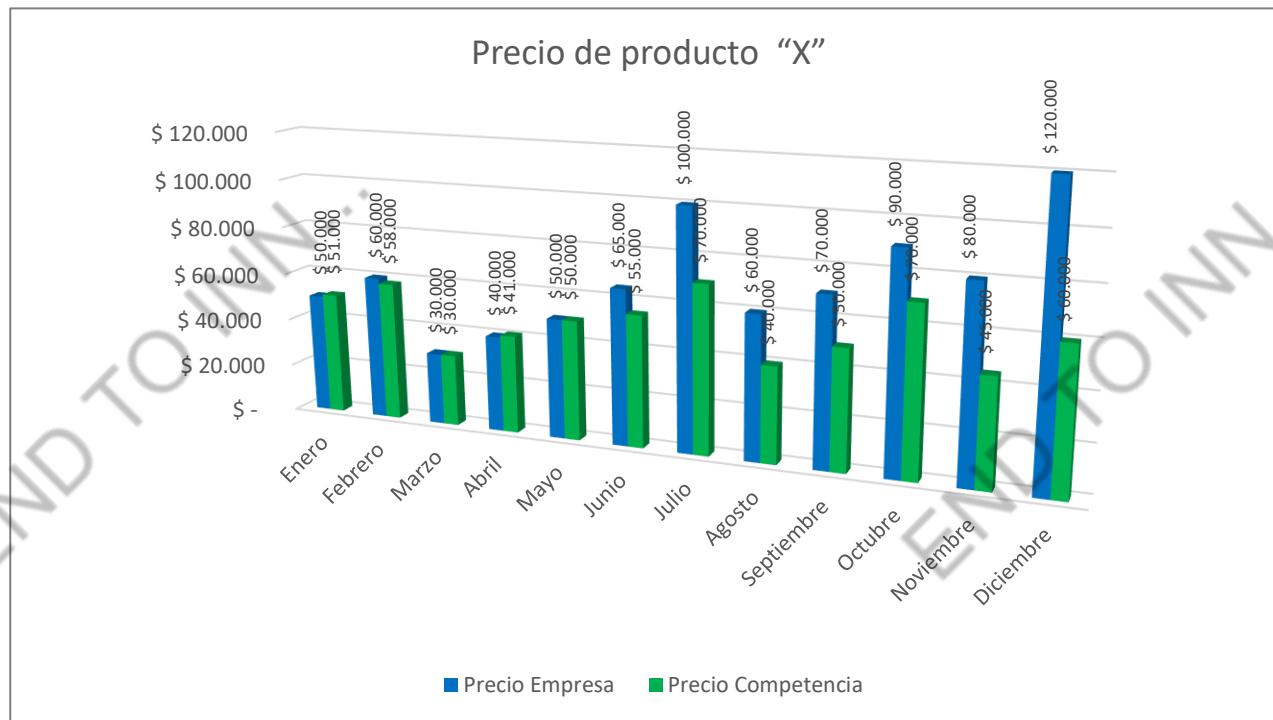


**“Limpia”** tus  
gráficos





## Grafica Inicial

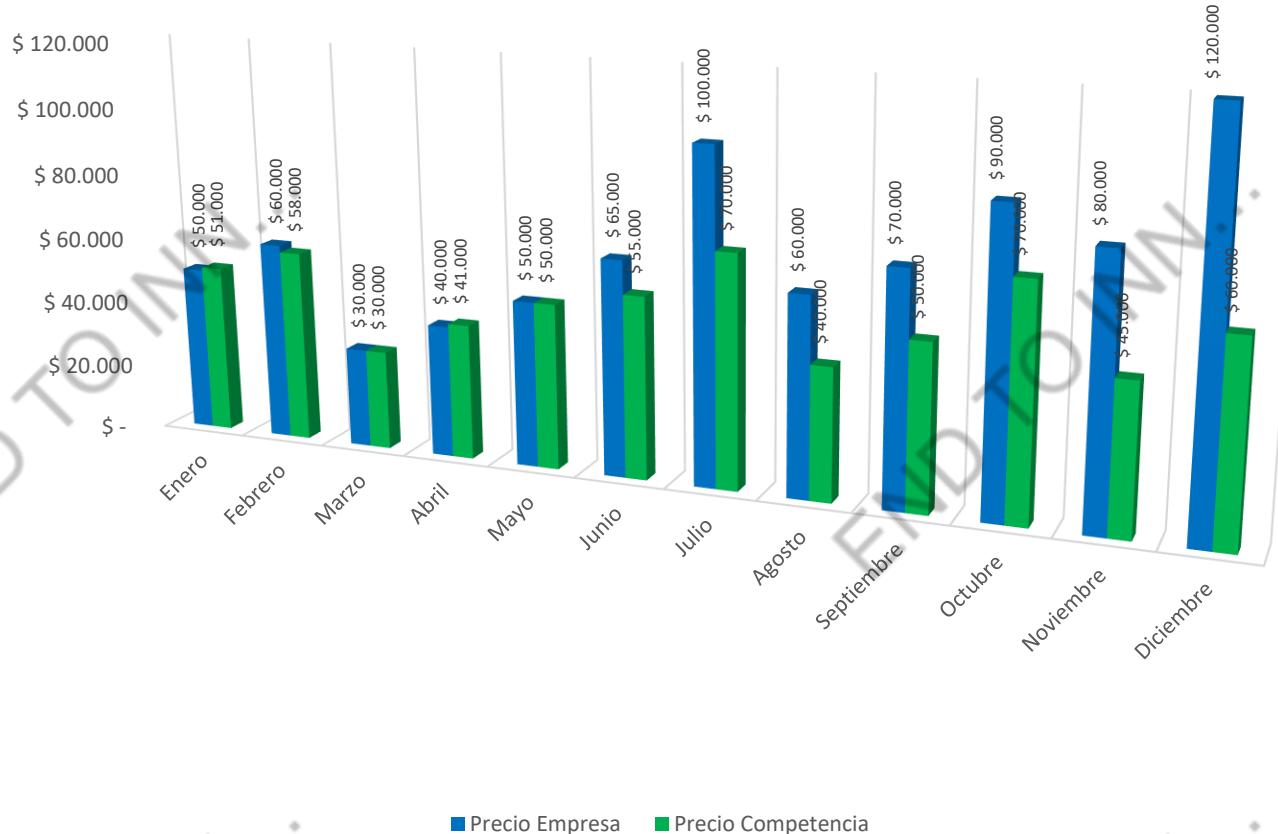


## Reto

Analizar el comportamiento mensual del precio del producto "X" en relación a su competencia.



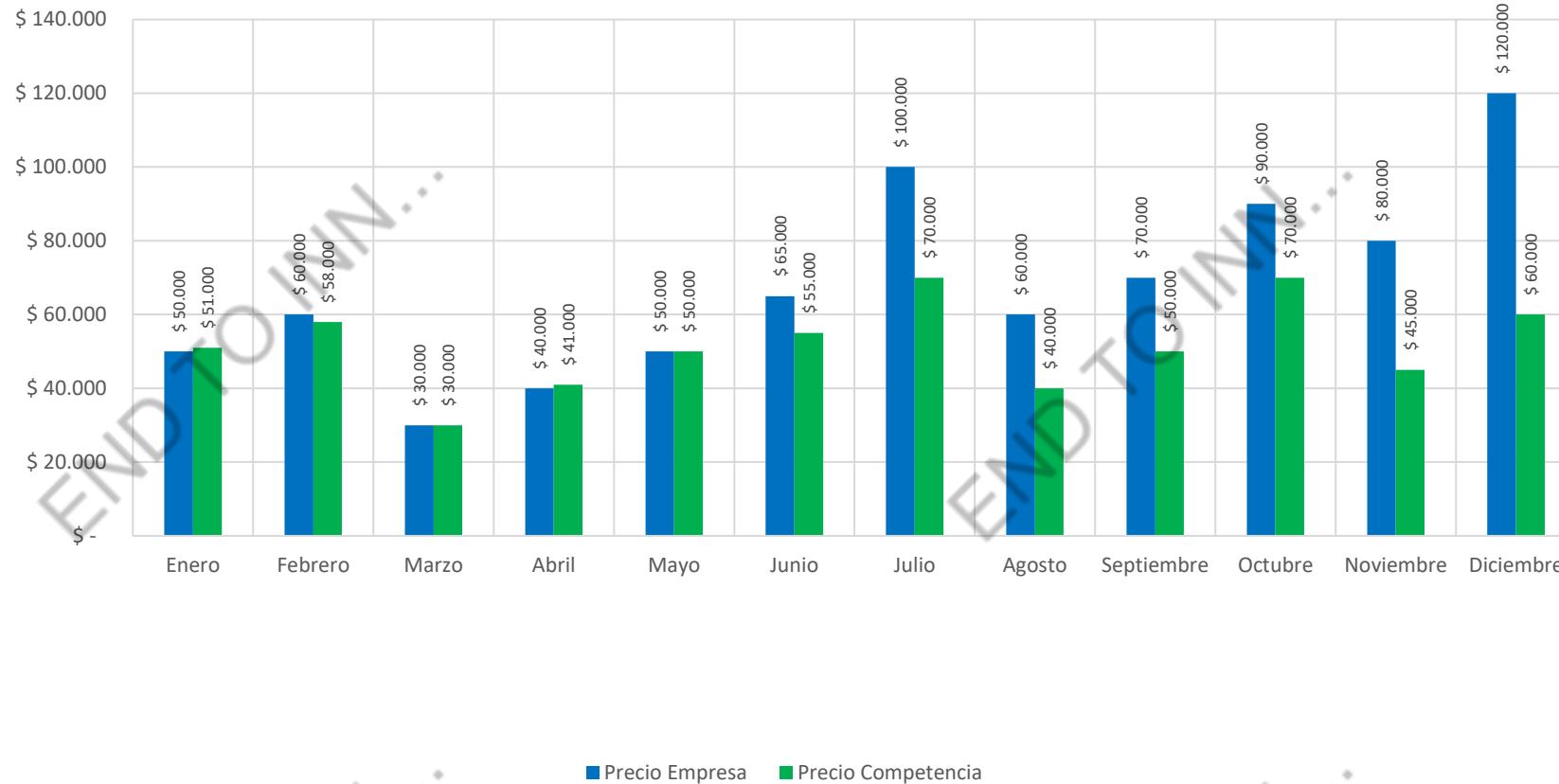
Precio de producto "X"



Teniendo en cuenta el reto planteado,  
**"limpiemos"** esta grafica para dejar una visual efectiva



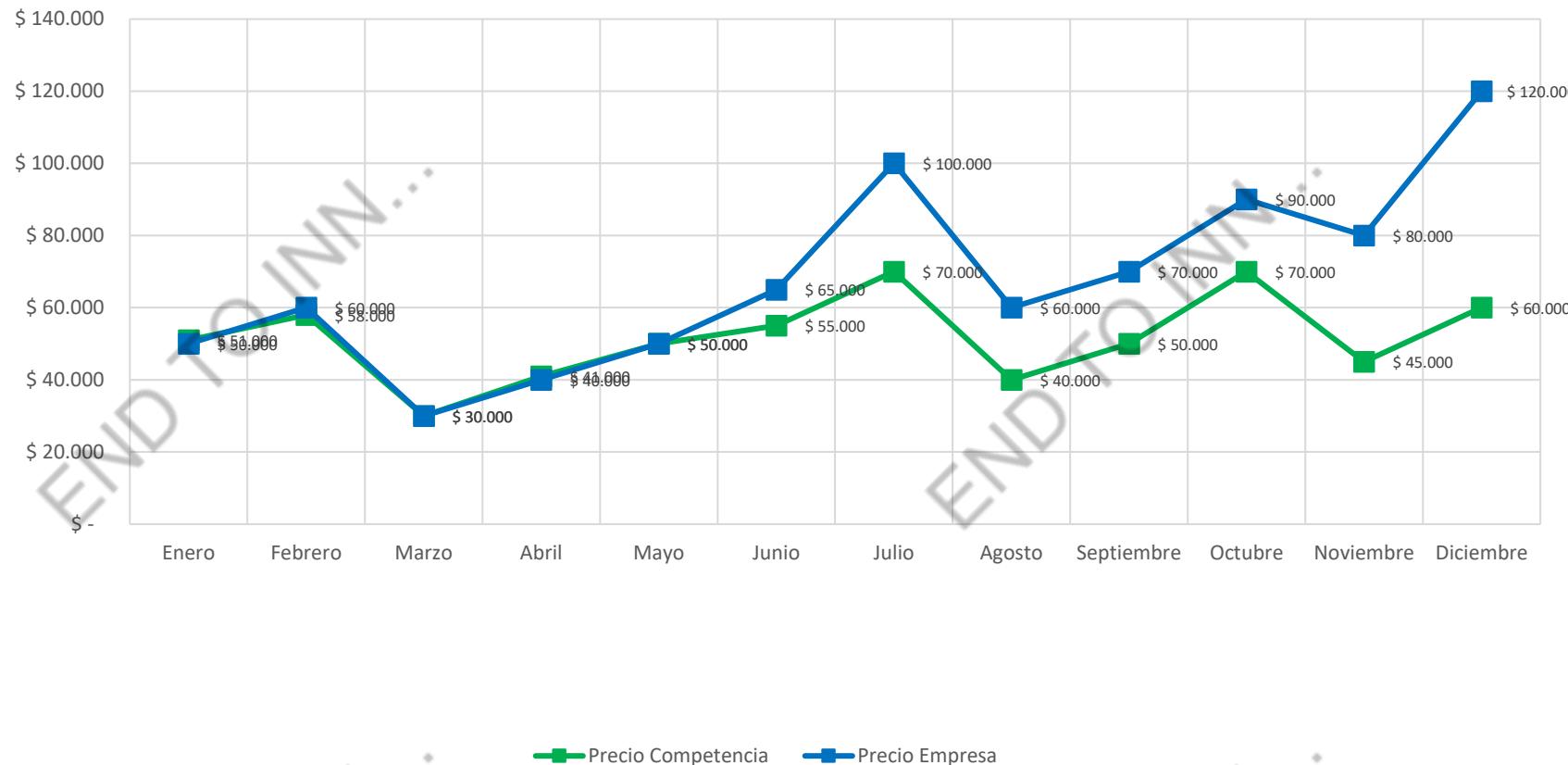
Precio de producto "X"



**Paso 01**  
Cambia el formato 3D a una visual más clara



Precio de producto "X"



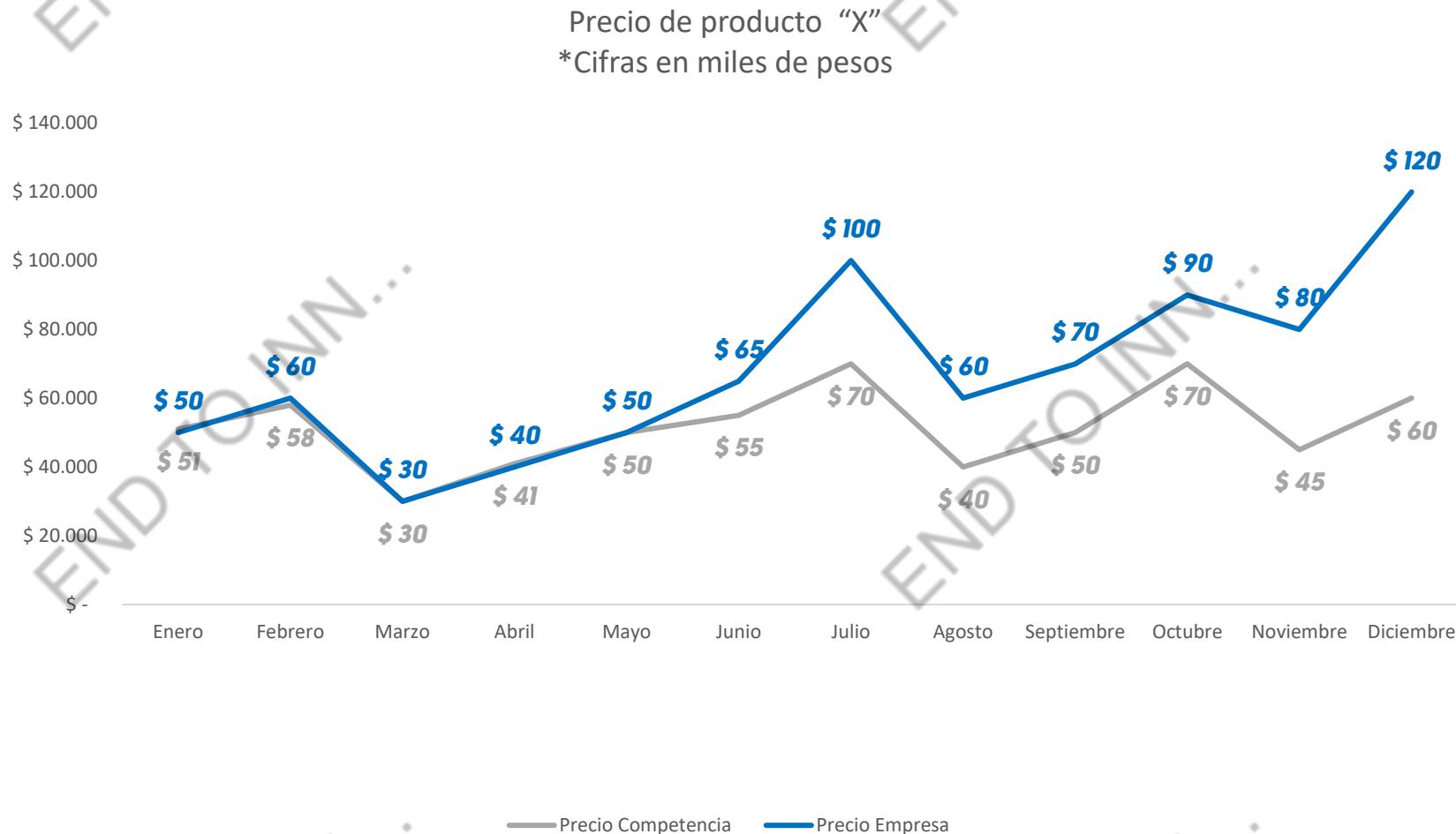
## Paso 02

Elige un tipo de grafico que permita ver con mayor simpleza el comportamiento mensual



## Paso 03

Elimina bordes,  
marcadores y  
líneas guía para  
“alivianar” la grafica  
visualmente



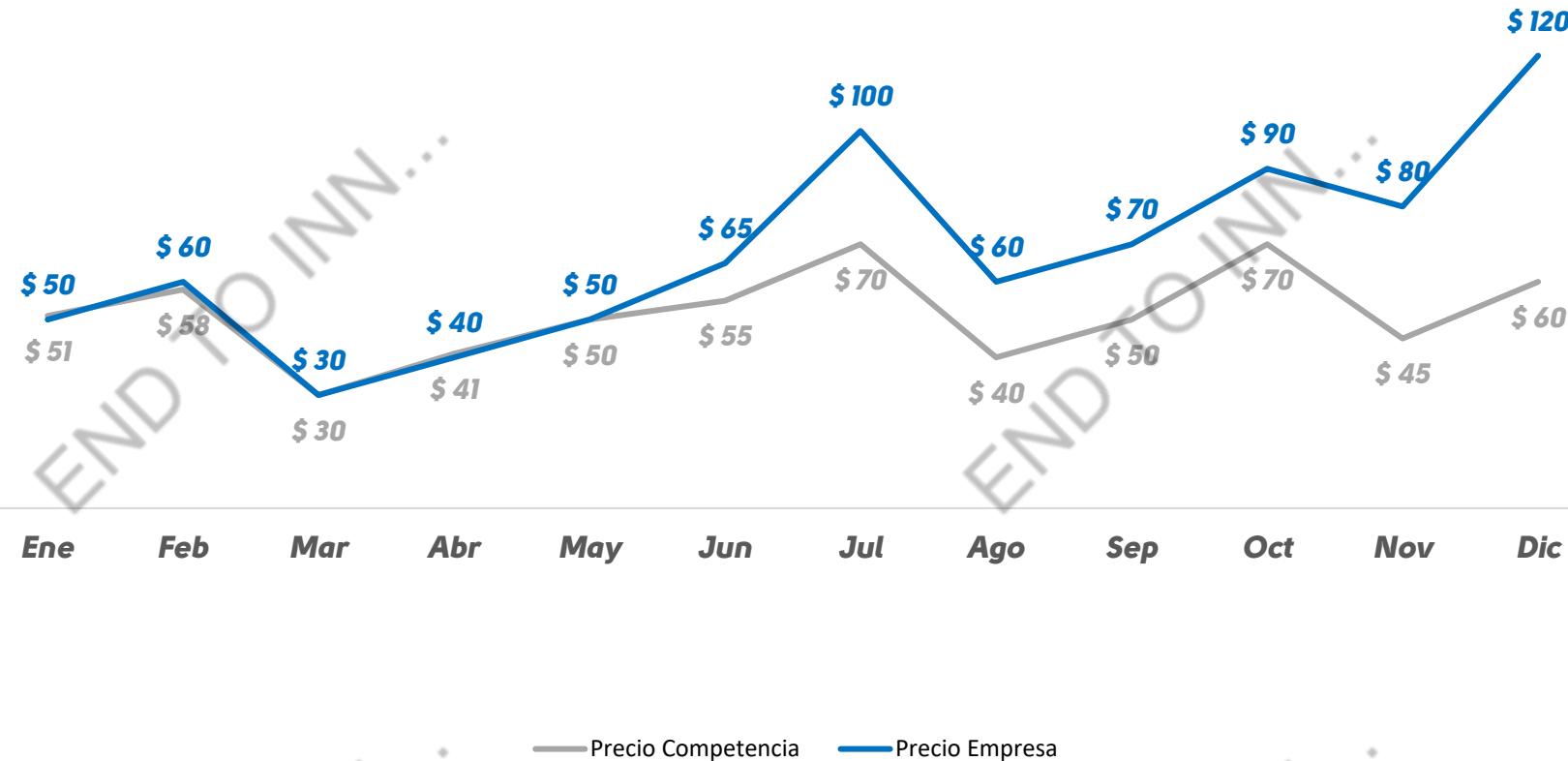
## Paso 04

Deja las cifras expresadas en "miles" o "millones" y ajusta el tamaño de la fuente



## Comportamiento del producto "x"

Cifras en miles de pesos



## Paso 05

Dale relevancia al título, y estandariza y limpia las etiquetas de los ejes



## Comportamiento del producto "x"

Cifras en miles de pesos



## Paso 06

Suaviza las líneas  
y simplifica los  
nombres de las  
series



## Comportamiento del producto "x"

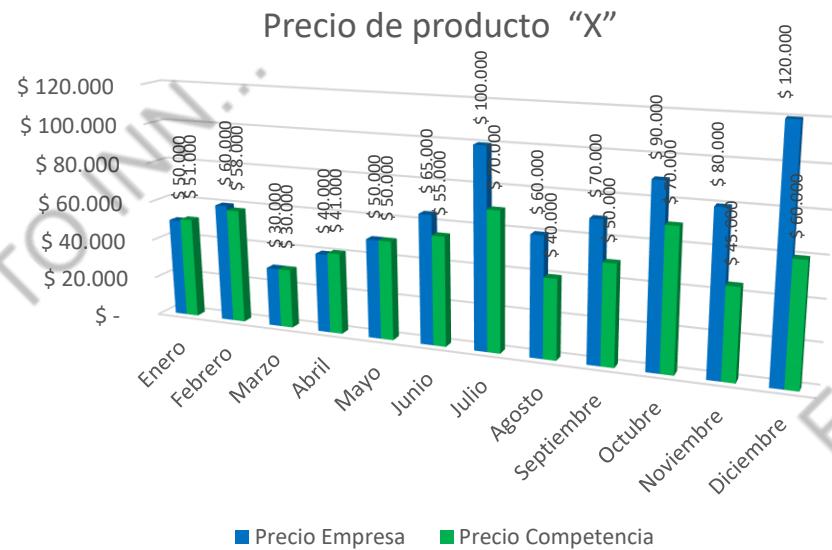
Cifras en miles de pesos



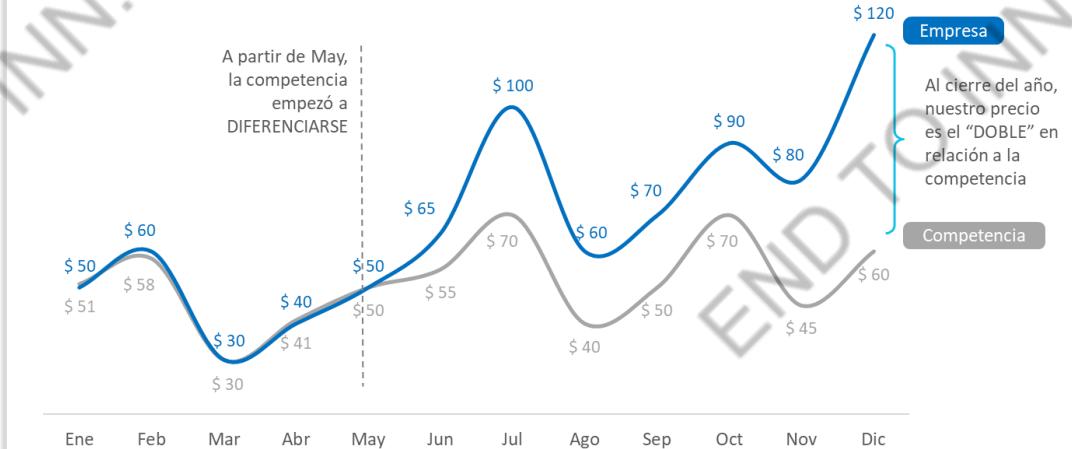
## Paso 07

Resalta mensajes relevantes que queremos que las audiencia recuerde

# ¿Cuál te gusta más?



Comportamiento del producto "x"  
Cifras en miles de pesos



END TO INN...



# Estructura de una presentación

Antes

**Organiza tus ideas**

**Construye tu material**

**Inicia con impacto**

**Sé memorable**

**Cierra contundente**

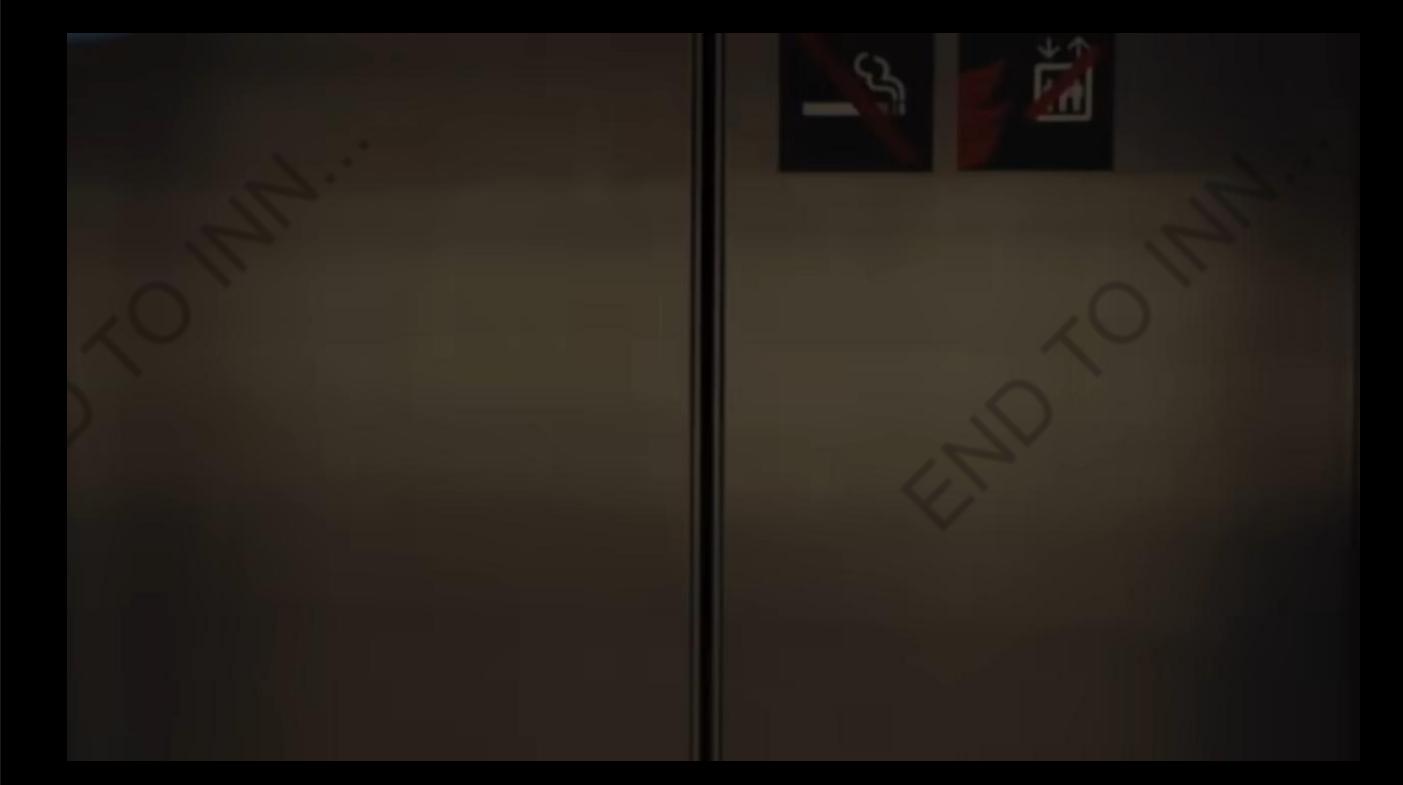
**END TO INN...**



Durante

# Estadística impactante

---



Elevator pitch. Tienes 20 segundos - eduCaixa

## Ejemplo...

¿Sabías que el 90% de las empresas fracasan en los primeros años? Hoy, exploraremos cómo estar en el 10% exitoso."

END TO INN...



# Pregunta provocadora



Simón Sinek: Cómo los grandes líderes inspiran la acción

## Ejemplo...

"¿Qué pasaría si te dijera que una decisión puede aumentar tu productividad en un 40%? Vamos a descubrir cuál es esa decisión."

END TO INN...



# Cita poderosa

It always  
seems impossible



until it's done.

- Nelson Mandela -

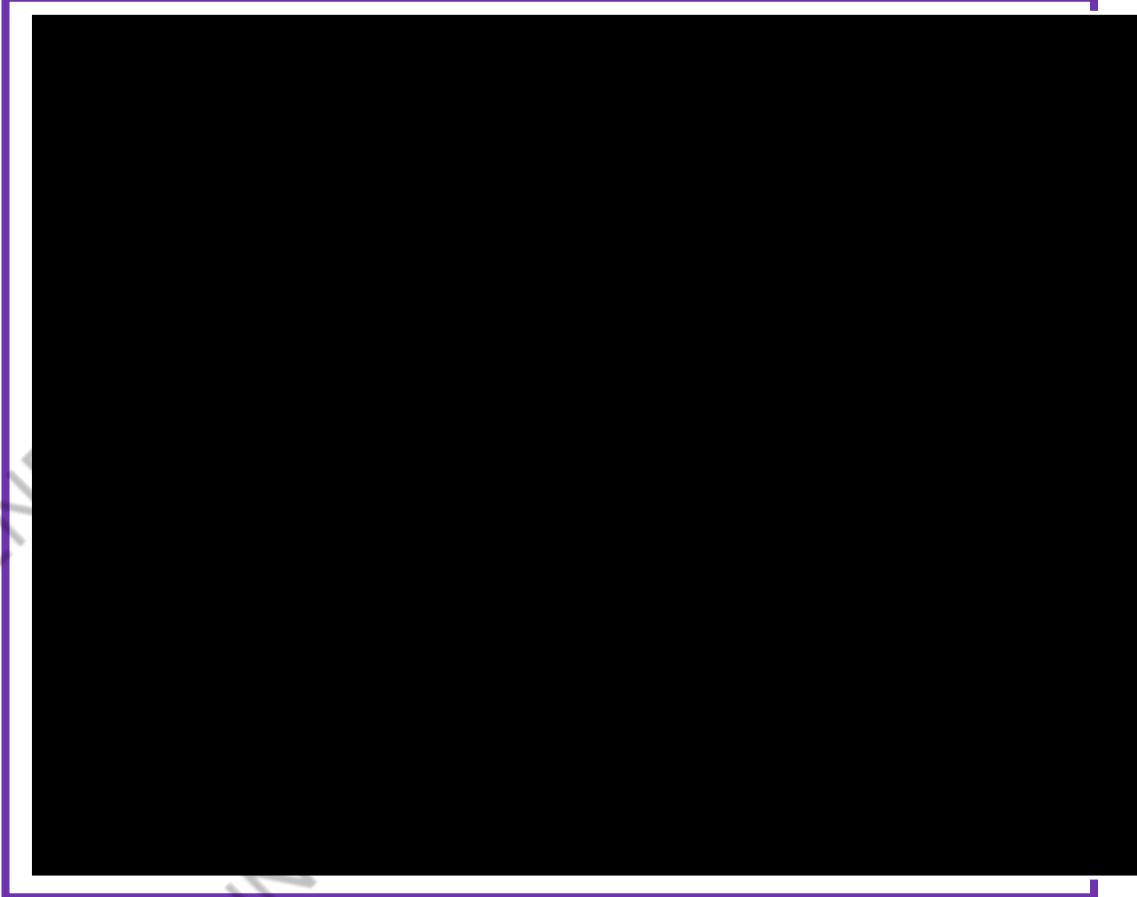
## Ejemplo...

"Maya Angelou dijo una vez: 'La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará cómo los hiciste sentir.' Hagamos que nuestros clientes nunca nos olviden."

END TO INN...



# **Historia cautivadora**



Steve Jobs: Universidad de stanford

## **Ejemplo...**

"Hace tres años,  
estaba al borde de la  
bancarrota. Ahora,  
dirijo un negocio  
multimillonario. Esta  
es la historia de esa  
transformación."

**END TO INN...**



# Promesa audaz

---

## Ejemplo...

"Al final de esta presentación, sabrás exactamente cómo triplicar tus ventas. ¡Comencemos!"

Jane McGonigal: la vida como un videojuego

END TO INN...



# Estructura de una presentación

Antes

**Organiza tus ideas**

**Construye tu material**

**Inicia con impacto**

**Sé memorable**

**Cierra contundente**

**END TO INN...**



Durante

Sé  
memorable

## 2 Grandes Poderes

...de las

**HISTORIAS**

...de las

**HABILIDADES**

END TO INN...



END TO INN...



# El poder de las **HISTORIAS**



# Las personas aman las historias

Contexto

Inicio  
apoteósico

Problema

Consecuencias

Solución

Final  
memorable



Contexto



**Inicio**

**Nudo**

**Desenlace**



# Las personas

## aman las h

Inicio  
apoteósico

Problema



Inicio

Nudo

Desenlace

## Arranca con fuerza

Si no enganchas (Hook) desde el principio, nadie se ve el segundo capítulo...

Usa el "elemento sorpresa".  
Puede ser una frase fuerte, una  
imagen inusual o una estadística  
que nadie se espera...



Tu presentación  
es como una  
serie de **NETFLIX**





# Las personas

## aman las historias

¿y cuál  
es el lío?

Toda buena serie  
presenta un  
**conflicto potente**

Presenta el obstáculo, la traba... eso que  
les haga pensar, **"esto es importante"**



Usa una analogía que  
haga el **problema visual** y  
dale un **toque dramático**,  
como cuando el héroe se  
enfrenta al villano.



Inicio  
apoteósico

Problema



Inicio

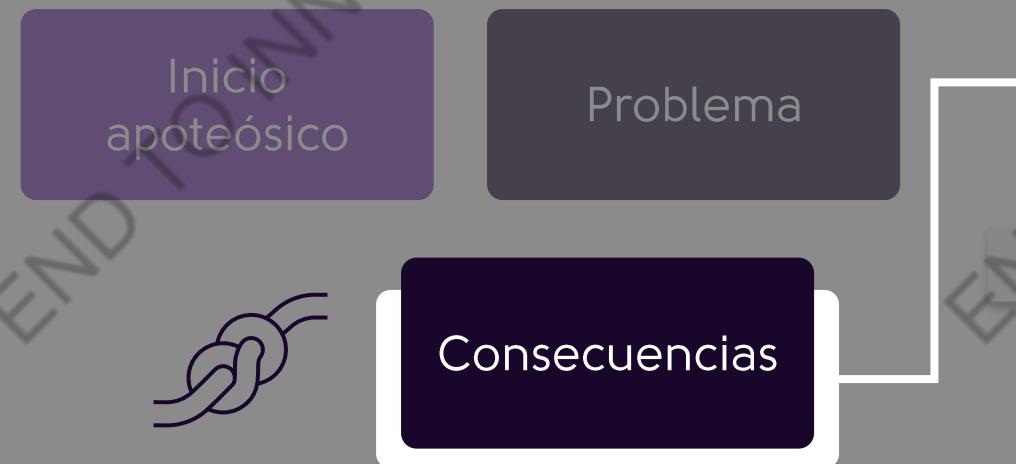
Nudo

Desenlace



# Las personas

## aman las historias



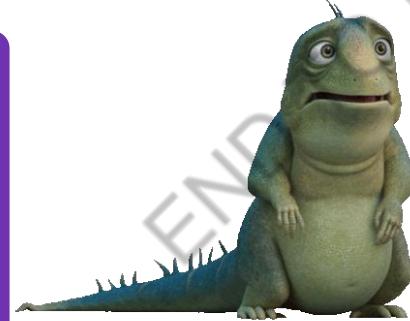
¿y si no lo  
resolvemos?

} Como en una serie  
sube la tensión

Haz que sientan las consecuencias de  
no actuar. **Dale peso al problema.**



**DA UN CONTEXTO**, usa  
**datos llamativos o  
visuales** que muestren lo  
serio o el efecto negativo  
del problema, como  
**infografías o videos**.



Inicio

Nudo

Desenlace



# Las personas

**¡A darle con toda al lío!**

Haz que tu solución sea la **heroína de la historia**

No es solo una idea; es el paso a paso para salir del embrollo



Muéstrales algo fácil de entender y aún más fácil de recordar.



Solución

Final memorable

Inicio

Nudo

Desenlace



# Las personas

**¡Hazlos recordar  
siempre!**

Hazlo tan impactante que quieran ver “la próxima temporada”

Nadie quiere un final flojo;  
**escena final inolvidable**



**Cierra** con una **pregunta** o una acción,  
una **frase inspiradora**, un **desafío** o  
incluso **algo que los invite a actuar**.

Final  
memorable

**Inicio**

**Nudo**

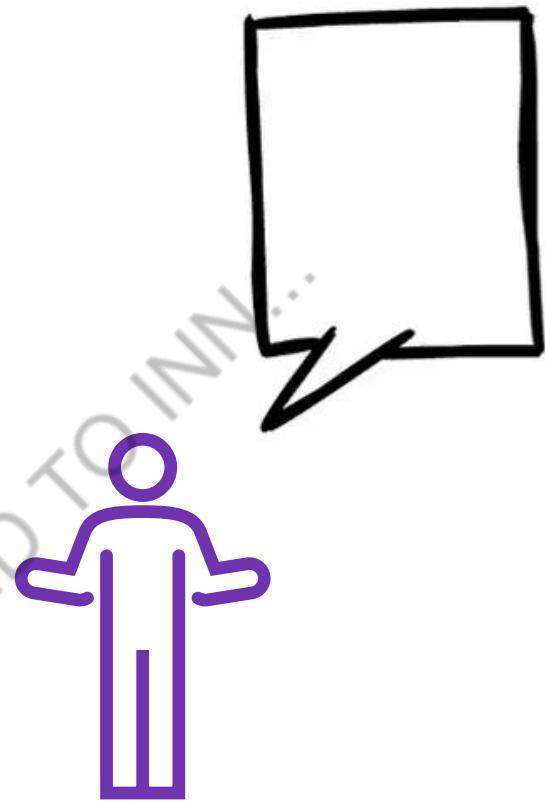
**Desenlace**

END TO INN...



El poder de tus  
**HABILIDADES**

END TO INN...



# Sé un Orador Extraordinario



## 1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"

Sé simple  
y concreto

**Sé claro y directo** para **guiar a tu audiencia** y mantener su **atención**, generando **impacto inmediato** al evitar redundancias y usando un **lenguaje simple** que cualquiera, incluso un niño de 10 años, pueda entender



Video



Ejemplos

"Implementamos estrategias sinérgicas basadas en inteligencia de datos de última generación."



"Usamos datos para tomar mejores decisiones."





## 1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"

Sé simple  
y concreto

**Sé claro y directo** para **guiar a tu audiencia** y mantener su **atención**, generando **impacto inmediato** al evitar redundancias y usando un **lenguaje simple** que cualquiera, incluso un niño de 10 años, pueda entender



Video



Ejemplos

"Implementamos estrategias sinérgicas basadas en inteligencia de datos de última generación."



"Usamos datos para tomar mejores decisiones."

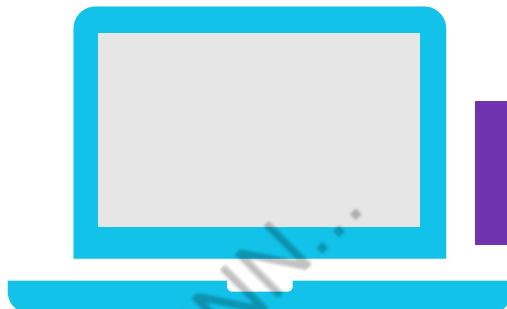




## 1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"

Sé simple  
y concreto

**Sé claro y directo** para **guiar a tu audiencia** y mantener su **atención**, generando **impacto inmediato** al evitar redundancias y usando un **lenguaje simple** que cualquiera, incluso un niño de 10 años, pueda entender



Video



Ejemplos

"Implementamos estrategias sinérgicas basadas en inteligencia de datos de última generación."



"Usamos datos para tomar mejores decisiones."





## 1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"

Sé simple  
y concreto

**Sé claro y directo** para **guiar a tu audiencia** y mantener su **atención**, generando **impacto inmediato** al evitar redundancias y usando un **lenguaje simple** que cualquiera, incluso un niño de 10 años, pueda entender



Video



Ejemplos

"Implementamos estrategias sinérgicas basadas en inteligencia de datos de última generación."



"Usamos datos para tomar mejores decisiones."



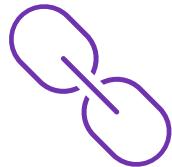


## 1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"

Sé empático  
y simpático

### Conexión genuina:

Usa frases que demuestren que comprendes sus retos o aspiraciones.



### Lenguaje corporal:

Sonríe de manera natural y usa un tono de voz cálido para generar confianza.

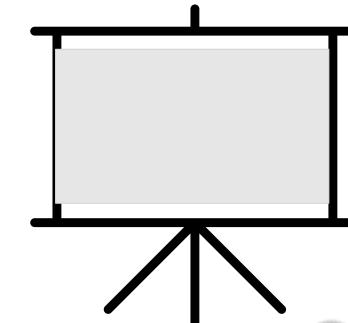


### Haz que se sientan valorados:

Reconoce su experiencia y conocimiento, fomentando la participación



Video - YouTube

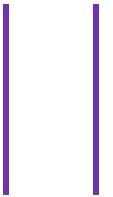


# 1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"

Lenguaje dinámico; el poder del ritmo

## La pausa genera impacto:

Si todo se dice al mismo ritmo, nada se destaca. Usa pausas estratégicas antes de una idea clave.



## Juega con la velocidad:

Ralentiza cuando explicas algo complejo y acelera cuando refuerzas un mensaje con energía.



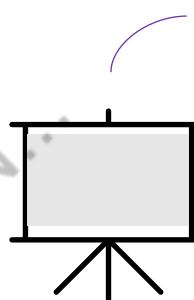
## Crea un ritmo memorable:

Usa frases cortas y repetitivas que resuenen en la mente del público.



Ejemplo

**El Efecto Presidente:** Pausar antes de la idea clave y reforzarla con un tono que de énfasis.



Video -

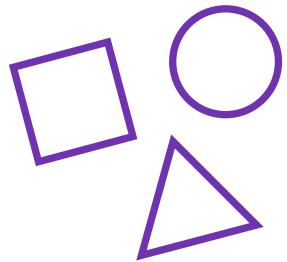
END TO INN...



## **1. Capta la Atención: "El Arte de Atrapar Miradas"**

El correcto uso de la palabra

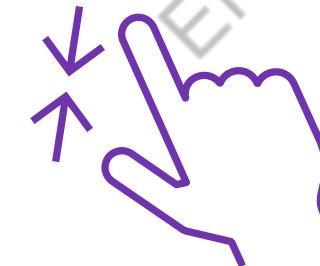
**Menos palabras,  
más impacto:** No  
digas en 15 palabras  
lo que puedes decir  
en 5.



**Haz que cada  
palabra cuente:** Usa  
términos que  
despierten emoción  
y evoca imágenes  
mentales.



**Evita el ruido verbal:**  
Palabras como  
"ehh", "bueno",  
"este" reducen la  
fuerza del mensaje.



**END TO INN...**

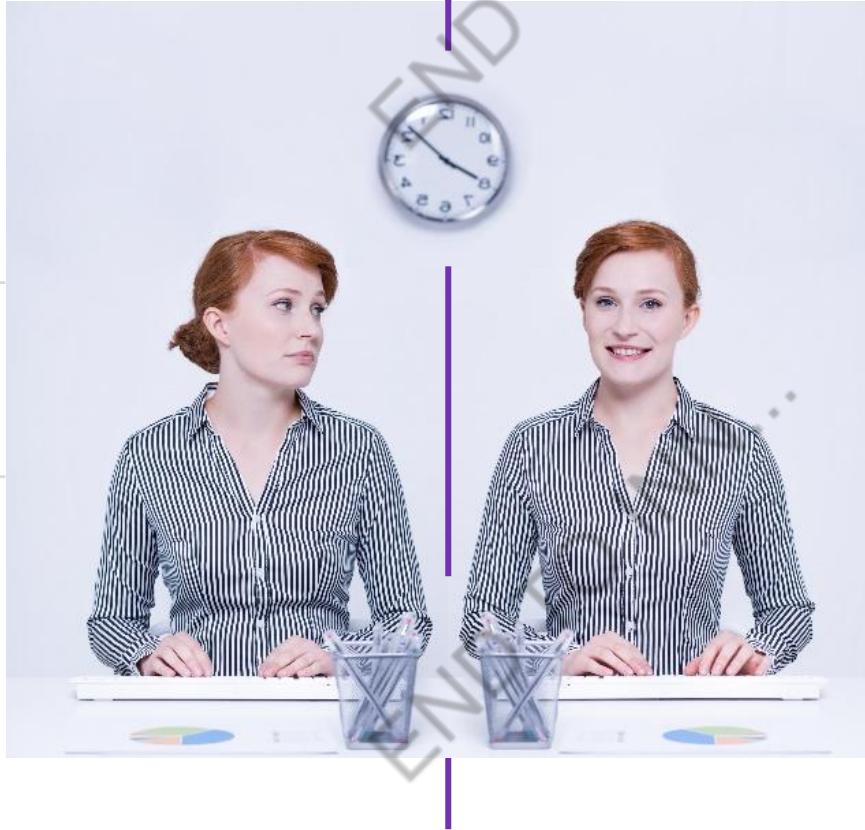


**"Copiamos y mejoramos una solución existente"**

**"Canibalizamos nuestro anterior negocio"**

**"Hicimos un descubrimiento por suerte"**

**Capta la Atención:**  
"El Arte de Atrapar Miradas"



**"Hicimos las cosas diferente, vimos una oportunidad que los demás pasaron por alto."**

**"Nos reinventamos para el mundo cambiante"**

**"Fuimos lo suficientemente astutos para ver las oportunidades cuando se presentaron"**

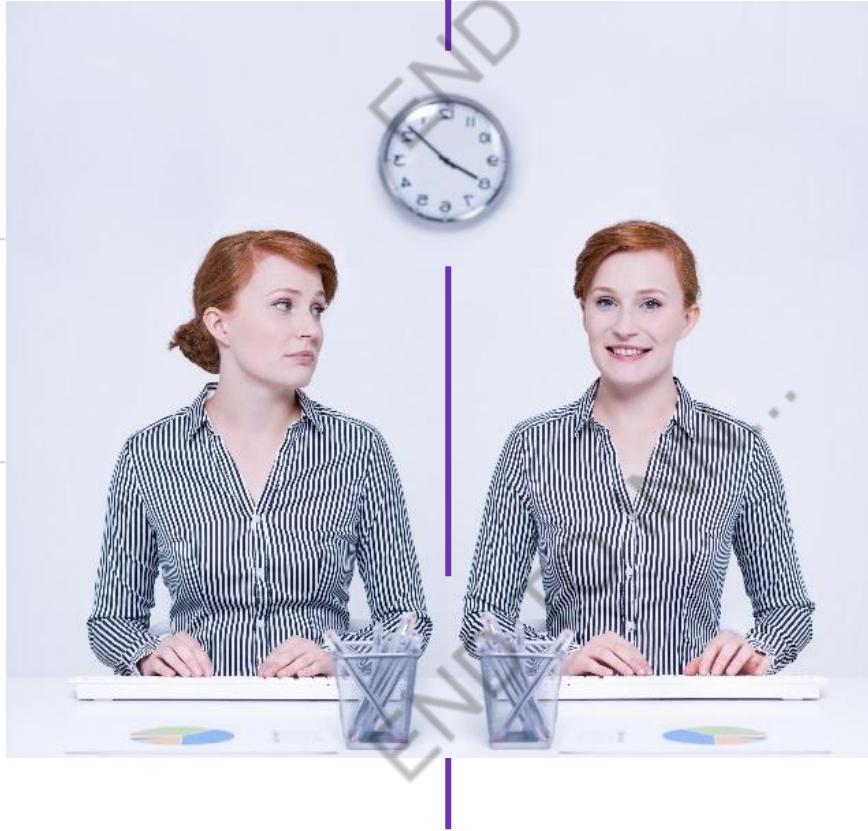
**El correcto uso de la palabra**

"Cometimos muchos errores"

"Él/Ella era increíblemente terco"

"Tuvimos suerte, estábamos en el lugar correcto en el momento indicado"

**Capta la Atención:**  
"El Arte de Atrapar Miradas"



"Emprendimos un proceso de descubrimiento, hicimos pilotos inteligentemente"

"Él o ella tuvo una visión y se ganó a los demás mediante la perseverancia."

"Vimos la solidez de las tendencias; nos posicionamos en consecuencia"

**El correcto uso de la palabra**

## 2. Aprende de tu audiencia

- El público es tu guía }

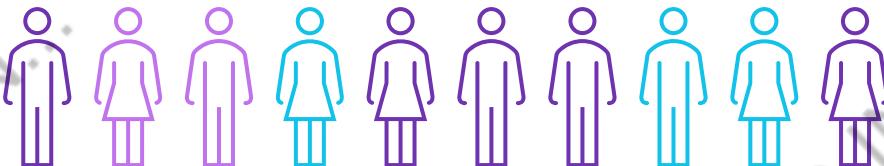


Sé observador

END TO INN...



**Lee el lenguaje corporal** de tu audiencia como un termómetro, ajustando tu ritmo en tiempo real; **fomenta la interacción** haciendo pausas y preguntas si ves desconexión, y no ignores señales de desinterés como bostezos o miradas al celular, cambiando el ritmo o involucrando al público.



### 3. No te quedes en blanco

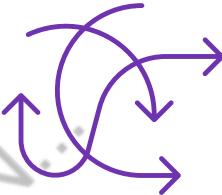
No todo esta planeado



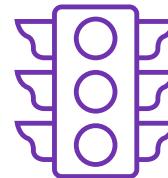
END TO INN...



**El arte de improvisar:** No es hablar sin pensar, es saber manejar cualquier situación sin perder control.



**Método "Pausa-Piensa-Habla":** Si te bloqueas, respira, reformula en tu mente y habla con calma.



**Desvíá la presión:** Si te quedas sin respuesta, convierte la pregunta en una conversación con el público.



## 4. Tu cuerpo habla más que las palabras



Movimiento



END TO INN...



## 4. Tu cuerpo habla más que las palabras



Movimiento

END TO INN...



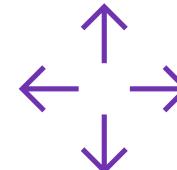
**Las manos refuerzan, no distraen:** No cruces los brazos ni las escondas, úsalas para enfatizar puntos clave.



**Postura de poder:** Mantén los pies alineados con los hombros y el torso erguido para proyectar autoridad.



**Haz contacto visual dinámico:** No fijes la mirada en un solo punto, involucra a toda la audiencia.



## 5. El miedo a hablar en público

Haz de tus nervios, tu mejor aliado



END TO INN...



**Respiración controlada:** Realiza respiraciones profundas antes de hablar. Esto calma el sistema nervioso y aumenta la oxigenación.



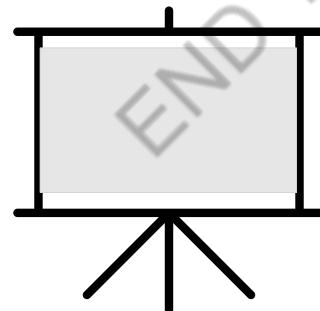
**Postura de poder:** Aumenta tu confianza adoptando una postura firme antes de subir al escenario. Levanta los hombros y mantén el pecho abierto.



**Imágenes mentales:** Visualiza que tu presentación es un éxito antes de empezar. Este ejercicio prepara tu mente para el triunfo.

Video

"Tu tienes el poder, en la audiencia tu eres quien mas conoce"



# Estructura de una presentación

Antes

**Organiza tus ideas**

**Construye tu material**

**Inicia con impacto**

**Sé memorable**

**Cierra contundente**

**END TO INN...**



Durante

# Cierre contundente

END TO INN...



**Lo primero,  
evita terminar con...**

"Eso era todo",  
"Gracias por su tiempo"  
"Hasta acá logramos avanzar hoy"  
"Preguntas"

# Cierre contundente

END TO INN...



## Busca reafirmar tu mensaje central



"Si hay algo que deben llevarse hoy, es que presentar no es solo hacer "diapositivas bonitas", se requiere: Preparación, estructura, conocimiento y habilidades. La buena noticia es que cualquiera de los que estamos acá, ¡lo podemos lograr!

# Cierre contundente

END TO INN...



## Invita a la Acción

**Define qué quieres que haga tu audiencia después de la presentación**

- Tomar una decisión?
- ¿Cambiar un hábito?
- ¿Ejecutar una tarea, actividad o proyecto?
- Haz una invitación, exhortarlos a que lo hagan.

"A partir de hoy, los invito cautivar a sus audiencias a través del "Arte de presentar" En tu próxima presentación asegúrate de poner en práctica todo lo aprendido"

# Nuestra Jornada

END TO INN...



## Del estándar a lo inolvidable

El poder de una buena presentación

## Del caos a la claridad

Estructura de una presentación

Antes

Durante

## Del "clic" al impacto

La tecnología a tu servicio

**08:30 - 12:00**

Jornada AM

**01:30 - 05:00**

Jornada PM



**¡Lunch!**

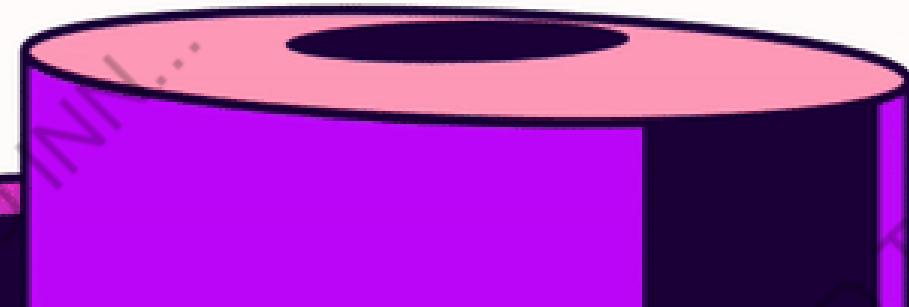
END TO INN...



La Inteligencia  
Artificial (IA)

Ya hace  
mucho  
por ti

# Gamma



**¿Cuál será el primer  
cambio que aplicarás en  
tu próxima presentación?**

# End To Inn... como aliado

>>>

## ¿Por qué End To Inn...?

Nos apasiona el logro de los resultados de nuestros clientes, es por esto que en cada "momento de contacto" damos todo de nosotros

## Creamos nuestras propias metodologías formativas y de co-creación

Hasta hoy, hemos logrado una satisfacción de...



### Trayectoria



+ 10 años

apostándole a la innovación, como proceso fundamental para garantizar la sostenibilidad de las empresas y un medio para alcanzar su visión

### Experticia en áreas clave para el negocio



Estrategia y cultura de innovación



Diseño de servicios y modelos de negocio



Metodologías de co-creación



Investigación, vigilancia y scouting



Emprendimiento corporativo



Proyectos ágiles y marco SCRUM

### Experiencia ganada en la práctica...



+30

Proyectos ejecutados en innovación y marcos de trabajo ágil

### Hemos trabajado y aprendido con...



W wayra

10X Thinking®

END TO INN...



Presentaciones de **Alto Impacto**

**CIERRE...**

Febrero 2025