



CURSO/GUÍA PRÁCTICA HABLAR EN PÚBLICO PARA PROFESIONALES INMOBILIARIOS Y DE LA CONSTRUCCIÓN





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	11
PRELIMINAR	12
Hablar en público en 14 preguntas y respuestas.	12
1. ¿Qué es hablar en público?	12
a. Transmitir un mensaje a una audiencia	12
b. El orador es el altavoz de un mensaje empresarial.	13
c. El mensaje empresarial que se quiere transmitir	14
Contenido	14
Estilo	14
Estructura	15
d. La audiencia.	15
e. El canal.	15
f. Retroalimentación	16
g. El ruido.	16
h. El lugar o la situación.	17
2. ¿Por qué es tan importante saber hablar en público?	17
a. La comunicación es la columna vertebral de nuestra sociedad.	17
b. La glosfobia (miedo a hablar en público)	17
c. Una habilidad esencial en los negocios es la persuasión.	18
d. Otra habilidad esencial en los negocios es la motivación.	18
e. La capacidad de informar es uno de los aspectos más importantes de hablar en público.	19
3. ¿Cuáles son los beneficios de hablar en público?	20
a. Promoción profesional	20
b. Aumentar la autoconfianza	20
c. Pensamiento crítico	21
d. Desarrollo personal	21
e. Mejorar las habilidades de comunicación	21
f. Generar nuevas conexiones sociales	22
g. Satisfacción personal	22
h. Desarrollar habilidades de liderazgo	22
i. Desarrolle su vocabulario y fluidez	23
4. ¿Qué se necesita para ser un buen orador?	23
a. Conocimientos sobre el tema que expone	23
b. Pasión y propósito	23
c. Personalidad	23
d. Creatividad	24
e. Hablar con claridad	24
f. No tener miedo de fallar	24
g. Una voz expresiva	24
h. Sentido del humor	24
5. ¿Cuáles son los objetivos principales de hablar en público?	24
a. Informar	25
b. Convencer	25
c. Persuadir	25
6. ¿Cuál es el propósito de la comunicación pública?	25
a. El propósito de la comunicación pública	25
b. ¿Cuáles son los tipos de comunicación pública?	26
c. Relevancia de la comunicación empresarial para las relaciones públicas	26
d. ¿Es imprescindible saber hablar en público para las relaciones públicas?	26
7. ¿Cuáles son los trucos para hablar ante un público profesional?	27



a. Investigar y dominar el tema	27
b. Enfoque	27
c. Organice las ideas de manera lógica	27
d. Emplee hechos y estadística	27
e. Metáforas maestras	27
f. Cuente una historia	28
g. Comience fuerte y cierre más fuerte	28
h. Incorporar el humor	28
i. Varíe el ritmo, el tono y el volumen de la voz	28
j. Puntúe las palabras con gestos	28
k. Utilice el espacio tridimensional	28
l. Complemente las palabras con ayudas visuales	28
m. Analice a su audiencia	29
n. Conéctese con la audiencia	29
ñ. Interactúe con la audiencia	29
8. ¿Cuáles son las diferentes formas de hablar en público?	29
a. Discurso ceremonial	29
b. Discurso demostrativo o científico	29
c. Discurso informativo	30
d. Discurso persuasivo	30
9. ¿Cómo hablar con confianza al público?	30
a. Preparación y organización	30
b. Imágenes mentales positivas	31
c. Controle los nervios	31
d. Hable despacio	32
e. Conéctese con la audiencia desde el principio	33
f. Caras amigables	33
g. Enfoque su mensaje	33
10. ¿Cuáles son las herramientas o elementos de comunicación oral?	33
a. Proceso de comunicación	34
b. Contexto o escenario	34
c. Remitente / fuente	34
d. Codificación del mensaje	35
e. Mensaje / información	35
f. Canal / medio	35
g. Decodificación	36
h. Receptor / Audiencia	36
i. Retroalimentación / respuesta	36
j. Ruido / barrera	37
11. Miedo a hablar en público: ¿cómo puedo superarlo?	37
a. Domine su tema.	37
b. Organizarse.	38
c. Practique y luego practique un poco más.	38
d. Controle sus preocupaciones.	38
e. Visualice su éxito.	38
f. Respire profundamente.	38
g. Concéntrese en su material, no en su audiencia.	39
h. No tema un momento de silencio.	39
12. ¿Por qué es importante la confianza al hablar en público?	39
a. Cuando parece nervioso, su autoridad se va por la ventana.	39
b. Sea claro y conciso	40
c. Ofrezca contenido relevante	40
d. La confianza genera carisma	40
e. Genere confianza	41
f. Ser uno mismo	41
g. No intente ser perfecto. La perfección no existe.	41



13. ¿Cuál es el propósito de su presentación de negocios?	42
a. El objetivo principal de una presentación es informar.	42
b. El éxito de su presentación depende de su capacidad como presentador.	42
c. El material de su presentación	43
14. ¿Cuáles son los tres componentes esenciales del diseño de PowerPoint?	44
a. Estructura	44
b. "Menos es más".	45
c. Énfasis	45
PARTE PRIMERA	46
Hablar en público para profesionales inmobiliarios y de la construcción	46
Capítulo 1. La importancia de hablar en público para profesionales inmobiliarios y de la construcción.	46
1. Hablar en público es una habilidad clave para los profesionales inmobiliarios y de la construcción	46
a. Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	46
b. Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	47
2. Preparación del discurso	47
a. Identificación del público objetivo	47
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	47
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	47
b. Elección del tema y estructuración del discurso	48
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	48
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	48
c. Recopilación y organización de la información	48
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	48
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	48
d. Práctica y ensayo del discurso	49
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	49
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	49
3. Técnicas de presentación	49
a. Lenguaje corporal y gestos	49
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	49
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	49
b. Uso efectivo de la voz y tono	49
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	50
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	50
c. Utilización de recursos visuales	50
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	50
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	50
d. Interacción con la audiencia	50
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	50
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	50
e. Manejo de situaciones imprevistas	51
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	51
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	51
4. Estrategias para captar la atención del público	51
a. Introducciones impactantes	51
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	51
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	51
b. Preguntas retóricas y provocadoras	51
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	52
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	52
c. Historias y anécdotas relevantes	52
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	52



Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	52
d. Ejemplos y casos prácticos para amenizar la exposición.	52
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	52
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	53
5. Manejo de situaciones difíciles	53
a. Interrupciones y preguntas incómodas	53
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	53
b. Manejo de objeciones y críticas	53
Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora	53
c. Resolución de conflictos y negociación	54
Ejemplo práctico para un agente inmobiliario	54
6. Consejos adicionales para mejorar la habilidad de hablar en público:	54
a. Participación en grupos de oratoria y presentaciones	54
b. Estudio y análisis de discursos efectivos	54
c. Desarrollo de la confianza y autoestima	55
PARTE SEGUNDA	56
Técnicas para hablar en público.	56
Capítulo 2. El miedo escénico no existe. Confía en ti. Tienes mucho que enseñar.	56
1. Miedo a hablar en público.	56
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	56
b. Ejemplo para el director comercial de una constructora:	57
2. El mejor antídoto contra el miedo escénico: prepararse.	57
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	57
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	58
3. ¿Por qué todos tenemos miedo? Porque el auditorio nos pone a prueba.	58
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	59
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	59
4. Consejos para una presentación oral.	59
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	60
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	60
Capítulo 3. ¿Cómo se cura el miedo a hablar en público? Trucos que funcionan.	61
1. Elección del tema y conocerlo muy bien.	61
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	61
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	62
2. Preparación exhaustiva del discurso.	62
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	62
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	63
3. Defensas mentales.	63
4. Desarrollo de actitudes mentales positivas.	63
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	64
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	64
5. Curar el miedo a hablar en público	65
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	65
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	65
6. Métodos de compensación psicológica.	65
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	66
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	66
7. Minimizar el riesgo.	66



a. Ejemplo para un agente inmobiliario	67
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	67
8. Enfrentar el riesgo.	67
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	67
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	68
Capítulo 4. Lo de hablar ante el espejo funciona. Que se lo digan a Churchill.	70
1. Tener confianza en uno mismo.	70
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	70
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	71
2. Practicar, practicar y practicar.	71
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	72
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	72
3. ¿Leer o no leer el discurso? Pues depende.	72
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	73
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	73
Capítulo 5. Los seis trucos para hablar en público y hacerlo bien	74
1. Tu miedo es normal, no sólo te pasa a ti	74
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	74
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	75
2. Los errores nos hacen humanos y nos ayudan a conectarnos con el público.	75
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	75
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	75
3. Postura abierta y tono audible.	75
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	75
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	76
4. Vestimenta para la presentación.	76
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	76
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	76
PARTE TERCERA	77
El orador.	77
Capítulo 6. Los requisitos para hablar en público. Todo lo que necesita un buen orador.	77
1. Los requisitos y cualidades para hablar en público.	77
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	78
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	78
2. La naturalidad del buen orador.	78
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	79
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	79
3. Los micromensajes, macromensajes y paramensajes.	80
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	81
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	81
4. El lenguaje del cuerpo.	82
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	82
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	83
5. Manos inquietas.	83
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	84
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora	84
6. Métodos para practicar la oratoria.	85
a. Ejemplo para un agente inmobiliario	86



b. Ejemplo para un director comercial de una constructora _____	86
PARTE CUARTA _____	87
El contenido del discurso. _____	87
Capítulo 7. ¿De qué queremos hablar al público? Claridad en el mensaje. _____	87
1. Claridad en el mensaje que se quiere transmitir. _____	87
a. Ejemplo práctico de profesional inmobiliario _____	87
b. Ejemplo práctico de profesional la construcción _____	88
2. A veces se sabe mucho de un tema, pero cuesta hablar y contar todo lo que se sabe. _____	88
a. Ejemplos para un agente inmobiliario _____	88
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora _____	89
Capítulo 8. Los puntos de los que vamos a hablar: la estructura "esqueleto" del mensaje. _____	90
1. Las partes de la exposición (discurso) _____	90
a. Ejemplo práctico de un profesional inmobiliario _____	91
b. Ejemplo práctico de un profesional de la construcción _____	91
2. Dar cuerpo a un discurso o conferencia. _____	91
a. Ejemplo práctico de un profesional inmobiliario _____	92
b. Ejemplo práctico de un director comercial de una constructora _____	92
3. No a la improvisación. _____	93
a. Dar forma: sin estructura no hay mensaje. No se puede comprender. _____	93
b. Estructura del mensaje. ¿Cuáles son los principios clave para estructurar una comunicación oral? _____	94
c. Caso práctico para un agente inmobiliario _____	94
Presentación de una propiedad _____	94
Negociación de un contrato _____	95
d. Caso práctico para un director comercial de una constructora _____	95
Presentación de un proyecto de construcción _____	95
Reunión con el equipo de construcción _____	95
4. Reglas de oro para que el mensaje llegue con claridad. _____	96
a. Esquematizar claramente lo que se quiere comunicar. _____	96
Ejemplo para un profesional inmobiliario _____	96
Ejemplo para un profesional de la construcción _____	96
b. Evitar el lenguaje rebuscado y complicado _____	96
Ejemplo para un profesional inmobiliario _____	96
Ejemplo para un profesional de la construcción _____	96
c. Administrar el tiempo sabiamente. _____	97
Ejemplo para un profesional inmobiliario _____	97
Ejemplo para un profesional de la construcción _____	97
d. No utilizar más tiempo que el asignado. _____	97
Ejemplo para un profesional inmobiliario _____	97
Ejemplo para un profesional de la construcción _____	97
e. Evitar la improvisación. _____	97
Ejemplo para un profesional inmobiliario _____	97
Ejemplo para un profesional de la construcción _____	97
5. La necesidad de argumentar _____	98
a. Ejemplo para un agente inmobiliario: _____	99
b. Ejemplo para un director comercial de una constructora _____	99
PARTE QUINTA _____	101
Procedimientos para hablar en público. _____	101
Capítulo 9. Fase de preparación del discurso _____	101



1. ¿Cómo conseguir un buen discurso?	101
a. Por conceptos claves	101
Ejemplo para un agente inmobiliario	101
b. Redactando un manuscrito completo	101
Ejemplo para un director comercial de una constructora	102
2. Ejemplo práctico para un director comercial de una constructora.	102
Capítulo 10. ¿Cómo organizar una presentación?	104
1. Comprobaciones del salón de conferencias antes de empezar.	104
2. Cortesía y agradecimiento a los asistentes.	104
3. Presentación. Anticipar los temas a desarrollar.	105
4. Cuerpo de la presentación. El manejo de los tiempos	106
a. Preparar un cronograma	106
b. Practicar	106
c. Mirar el reloj	106
d. Ajustar el ritmo	106
e. Ser flexible	106
5. La presentación digital. Power point y vídeos.	107
a. Caso práctico de presentación Power Point por un Agente Inmobiliario	107
b. Caso práctico de presentación Power Point por el Director Comercial de una Constructora	108
6. Fase de conclusión.	109
a. Resaltar los puntos clave	109
b. Usar un cierre poderoso	109
c. Agradecer	109
d. Ofrecer preguntas o respuestas	109
e. Ser positivo	109
7. ¿Cómo contestar las preguntas?	110
8. ¿Cómo evaluarnos? La opinión de la audiencia.	110
a. Preparar un cuestionario breve y claro	110
b. Proporcionar tiempo suficiente	110
c. Pedir una evaluación objetiva	111
d. Analizar los resultados	111
e. Agradecer la retroalimentación	111
Capítulo 11. El lugar marca las diferencias de exponer.	112
1. Lugar de la intervención	112
2. Caso práctico sobre la elección de los mejores lugares para realizar la presentación, la obra, el piso piloto, la oficina de ventas, un auditorio, etc. para un agente inmobiliario	113
3. Caso práctico sobre la elección de los mejores lugares para realizar la presentación, la obra, el piso piloto, la oficina de ventas, un auditorio, etc. para un director comercial de una constructora	113
Capítulo 12. Sólo importa una cosa: que no pierdan el interés en escucharle.	114
1. Introducción	114
2. Desarrollo	114
3. Idea clave	115
4. Público	115
5. Duración de la intervención	116
6. Discurso	116



a. Caso práctico de un discurso de un agente inmobiliario	116
Introducción	116
Desarrollo	116
Conclusión	117
b. Caso práctico del discurso del director de una constructora	118
Introducción	118
Desarrollo	118
Conclusión	118

Capítulo 13. Todo depende de quien nos escuche y qué va a escuchar. 120

1. Precauciones antes de dar un discurso.	120
a. Público asistente	120
b. Objeto de la intervención.	120
c. Tema a tratar	121
d. Lugar de la intervención.	121
e. Tiempo de la intervención	121
2. Estilo de la ponencia.	122
a. Ejemplo de agente inmobiliario	122
b. Ejemplo de director comercial de una constructora	123

PARTE SEXTA 124

Errores de estilo al hablar en público	124
--	-----

Capítulo 14. Errores de estilo al hablar en público. 124

2. Los errores de estilo al hablar en público.	124
2. No a las muletillas: "bueno", "bien", "verdad".	124
3. El lenguaje corporal: postura erguida y nada de gesticulaciones ridículas.	125
4. Mirar al auditorio. Crear contacto visual.	126
5. Nuevas técnicas de presentación visual en el sector inmobiliario y de la construcción.	127
a. Realidad virtual	127
Caso práctico: Utilización de realidad virtual en la presentación de una propiedad inmobiliaria	127
Caso práctico: Utilización de realidad virtual en la presentación de un proyecto de construcción	127
b. Realidad aumentada	128
Caso práctico: Utilización de realidad aumentada en la presentación de una propiedad inmobiliaria	128
Caso práctico: Utilización de realidad aumentada en la presentación de un proyecto de construcción	128
c. Infografías animadas	128
Caso práctico: Utilización de infografías animadas en la presentación de una propiedad inmobiliaria	128
Caso práctico: Utilización de infografías animadas en la presentación de un proyecto de construcción	128
d. Animaciones	129
Caso práctico: Utilización de animaciones 3D en la presentación de una propiedad inmobiliaria	129
Caso práctico: Utilización de animaciones 3D en la presentación de un proyecto de construcción	129
e. Videos	129
Caso práctico: Utilización de vídeos en la presentación de una propiedad inmobiliaria	129
Caso práctico: Utilización de vídeos en la presentación de un proyecto de construcción	129
f. Presentaciones interactivas	129
Caso práctico: Utilización de presentaciones interactivas de una propiedad inmobiliaria	130
Caso práctico: Utilización de presentaciones interactivas en la presentación de un proyecto de	



construcción	130
g. Herramientas de colaboración en tiempo real	130
Caso práctico: Utilización de Google Docs o Microsoft Teams en la presentación de una propiedad inmobiliaria	131
Reunión virtual con un cliente	131
Trabajo en equipo para una presentación de ventas	131
Caso práctico: Utilización de Google Docs o Microsoft Teams en la presentación de un proyecto de construcción	131
Una presentación colaborativa para el diseño de un edificio.	131
Revisión de planos de construcción	132
Presentación de propuestas a inversores	132

¿QUÉ APRENDERÁ?

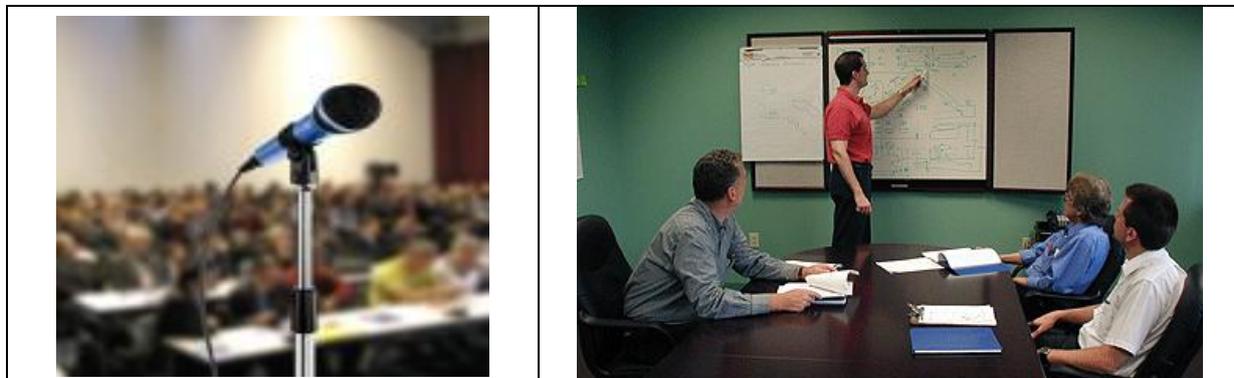


- **Técnicas para hablar en público con confianza y seguridad.**
- **Identificación del público objetivo**
- **Elección del tema y estructuración del discurso**
- **Recopilación y organización de la información**
- **Práctica y ensayo del discurso**
- **Lenguaje corporal y gestos efectivos**
- **Manejo de situaciones difíciles, como interrupciones, preguntas incómodas, objeciones y críticas, resolución de conflictos y negociación.**



PRELIMINAR

Hablar en público en 14 preguntas y respuestas.



1. ¿Qué es hablar en público?

a. Transmitir un mensaje a una audiencia