

EXPOSICIÓN DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

Si en el apartado anterior veíamos la importancia de plasmar una idea empresarial en un proyecto bien redactado y presentado, en este capítulo veremos que también es importante saber exponerlo.

En el proceso de creación de una empresa, los promotores pueden tener que explicar su proyecto empresarial al objeto de acceder a una subvención o crédito que haga posible su empresa.

Por tanto, es absolutamente fundamental que el futuro empresario sepa transmitir su conocimiento, la viabilidad de su proyecto y, sobre todo, su capacidad de llevarlo a cabo.

A continuación se facilitan algunos consejos sobre cómo exponer un proyecto de empresa ante un grupo de personas o en una entrevista personal.

1. ACTITUD

La gestión de una empresa supone poner a prueba todas las capacidades personales. Es un compromiso que exige una continua preocupación por mejorar conocimientos y aptitudes. Por ello, a la hora de exponer un proyecto de empresa debe quedar patente la capacidad e interés del promotor, así como su seguridad y conocimiento de la materia.

De la forma de exponer se puede deducir o intuir cómo es la persona en el ámbito profesional. La expresión, la educación, la seguridad en las palabras, el conocimiento no sólo del proyecto que presenta sino de la realidad, serán fundamentales para conectar con la audiencia.

El entusiasmo, la constancia, el sentido de la responsabilidad, el dinamismo, la iniciativa y el tacto son cualidades bien valoradas en un emprendedor

Interés y convicción. Hay que tener en cuenta, en primer lugar, que si la persona que explica el proyecto no se muestra convencida, la persona que está escuchando tampoco lo estará y el discurso perderá interés.

En una entrevista personal no hay que evitar las preguntas, pues éstas son en la mayoría de los casos un síntoma de interés y preocupación por resolver aspectos del proyecto o descubrir nuevas formas de llevarlo a cabo.

Seguridad. En toda exposición se debe mostrar seguridad. Los titubeos y rectificaciones producen mala sensación. Para ello, es fundamental que el discurso sea fluido y ordenado.

Lo ideal es que una persona tenga la capacidad de transmitir a otra/s su discurso de una manera eficaz y sin sentirse incómodo.

Iniciativa y creatividad. Hay que estar preparado para la búsqueda y aplicación de soluciones a los problemas que van surgiendo al llevar a cabo un proyecto empresarial. Esta actitud debe quedar patente de alguna forma en el discurso.

A lo largo de la exposición, sobre todo si se trata de una entrevista personal, hay que saber admitir sugerencias y alternativas. Un proyecto de negocio siempre puede ser perfilado o reorientado ante nuevas informaciones o puntos de vista alternativos.

Dinamismo y flexibilidad. Hay que exponer los contenidos de una forma amena y dinámica. La persona que esté escuchando tiene que interesarse por el tema y hay que tener en cuenta que probablemente no sea la primera exposición que escucha.

Por ello, es conveniente tener una actitud abierta y flexible, permitir a la audiencia que interrumpa y pregunte, ayudarse de ejemplos reales o

inventados para la ocasión, mantener un tono de voz cambiante, hacer un descanso cuando se perciba una bajada de atención en el “público”, etc.

Información general. Es importante que el promotor tenga más información preparada de la que puede exponer en el tiempo previsto. Además, lo ideal es que lea y se informe de aquellas noticias o acontecimientos de actualidad que estén relacionados con su proyecto.

De esta forma, evitará comentarios desacertados y podrá responder con soltura a preguntas de actualidad relacionadas con su idea de negocio (intenciones políticas reflejadas en medios de comunicación, cambios en la normativa vigente, anécdotas, etc.)

Exposiciones en grupo. Cuando el proyecto se presenta en grupo hay que dar la sensación de unidad. La idea de negocio debe estar suficientemente discutida antes de este momento.

Puntualidad. La falta de puntualidad a la hora de asistir a una entrevista o de exponer ante un grupo de personas denota falta de interés y se puede interpretar como falta de respeto hacia el tiempo de las otras personas. Cuando se llega tarde el auditorio se predispone negativamente.

2. LA IMAGEN DEL PROMOTOR

Cuando se valora la viabilidad de un proyecto se tiene muy en cuenta a la persona que lo va a llevar a cabo. Por ello, es fundamental además de demostrar una actitud y capacidad adecuadas para desarrollar un proyecto, dar una *buena* imagen.

Aunque se trata de un tema muy subjetivo, existen una serie de patrones que facilitan la aceptación de la imagen personal del promotor. Hay que elegir la vestimenta en función de la ocasión y siempre dentro de el estilo propio.

En cuanto a la vestimenta, se recomienda que sea discreta, que no llame la atención. Hay que procurar que la ropa resulte cómoda ya que esto repercutirá en la movilidad a la hora de exponer.

La persona que nos escuche debe estar pendiente de lo que decimos y de cómo lo decimos, el aspecto debe quedar en un segundo plano.

3. HABILIDADES COMUNICATIVAS.-

Una vez redactado y bien presentado el proyecto será necesario darlo a conocer, esto es, exponerlo para solicitar información, asesoramiento, buscar socios, negociar con entidades financieras, etc. Para “defenderlo” con eficacia no basta con conocerlo a fondo, sino que será importante poner en marcha otro tipo de habilidades: las habilidades comunicativas.

Al comunicar se ponen en marcha muchos componentes que no son propiamente verbales y que, o bien podemos utilizar para dotar de convicción a nuestro mensaje, o bien actúan de forma inconsciente. Lo más importante de todo es que estas habilidades **se pueden aprender**.

Entre las habilidades comunicativas podemos distinguir los componentes paralingüísticos y los componentes no verbales:

Componentes paralingüísticos: Son cualidades fónicas que añaden significado a las palabras.

Volumen de voz. Un volumen alto de voz, sin excederse, puede indicar seguridad y dominio de la materia. También se puede utilizar un tono ligeramente más alto para dar énfasis a ciertos aspectos del proyecto.

Entonación. Sirve para comunicar sentimientos y emociones. Una entonación adecuada puede dar seguridad a la exposición y debe servir para modular el mensaje (un tono que no varía llega a ser aburrido y monótono). Cuando se cambia la entonación se percibe a las personas como más dinámicas y extrovertidas.

Fluidez. Las vacilaciones, falsos comienzos, repeticiones y uso excesivo de muletillas son muy habituales en nuestras conversaciones cotidianas, pero es necesario evitarlos a la hora de hablar en un contexto más formal ya que pueden causar una impresión de inseguridad, incompetencia, poco interés o ansiedad.

Pausas. Son otro elemento que se puede utilizar para dar énfasis al discurso ya que utilizadas correctamente causan expectación. No conviene abusar de este recurso pues puede ser percibido como falta de conocimiento o desconcentración.

Velocidad. Ésta debe ser la adecuada a cada momento del discurso. Si se exponen demasiados datos de carácter técnico, habrá que detenerse más para que el interlocutor los asimile con mayor facilidad, y si se trata de un ejemplo o anécdota, se puede agilizar el ritmo.

Claridad. Se debe utilizar un lenguaje claro, adaptado al interlocutor, evitando emplear excesivos tecnicismos y si se emplean, hay que explicarlos. Hay que evitar expresiones que puedan tener varias interpretaciones, exageraciones o imprecisiones. A la hora de hablar con claridad también será importante vocalizar, no arrastrar las palabras.

Componentes no verbales

La mirada. Es un canal comunicativo paralelo al lenguaje hablado, tanto que la forma de mirar puede afianzar o desmentir aquello que estamos diciendo. Retirar la mirada puede denotar desinterés, timidez, sumisión, vergüenza. Mantener la mirada fija y continua puede molestar o intimidar al interlocutor.

La expresión facial. La cara es un importante emisor de señales. Una comunicación eficaz requiere una expresión facial que denote seguridad. La sonrisa es un componente importante, puede suavizar una objeción, comunicar una actitud amigable, etc.

Los gestos. Un gesto adecuado a la palabra, acentuará el mensaje y le dará mayor énfasis y franqueza. Un gesto inadecuado puede provocar confusión o desconfianza, una gesticulación excesiva puede denotar nerviosismo...

La postura. La forma en que una persona se sienta, anda o se mantiene de pie ante su auditorio, puede reflejar emociones muy específicas. Por ejemplo, unos hombros encogidos pueden indicar indiferencia o desinterés, un acercamiento excesivo puede resultar incómodo.

Se aconseja presentar el proyecto de pie si se está ante un auditorio amplio y sentado si se está en una entrevista. Cuando se está sentado hay que procurar estar cómodo pero no recostado.

4. COMO EXPONER UN PROYECTO EN PÚBLICO.

A continuación se facilitan una serie de consejos básicos sobre cómo exponer en público. A estas orientaciones hay que añadir todos los aspectos antes mencionados, como son, la actitud, la imagen personal y las habilidades directivas.

Planificación. Antes de preparar el discurso en sí, hay que informarse sobre una serie de aspectos que permitirán afrontar la exposición desde una postura más ventajosa.

En primer lugar, es importante conocer ante quién se va a exponer el proyecto: tipo de auditorio, número de personas, cargo, entidad a la que pertenecen, etc. Esta información servirá para adaptar el discurso al receptor.

Para planificar la exposición hay que intentar determinar el tiempo del que se dispone, pero también estar preparados por si el tiempo disponible no coincide con el previsto (interrupciones, aplazamiento, etc.). A falta de experiencia, siempre es bueno ensayar cuanto más mejor.

Documentación. Debe estar ordenada de manera que sea fácil encontrar cualquier dato durante la exposición. Hay que llevar suficiente información, no sólo la imprescindible, por si surge alguna duda.

Si hay que citar muchos datos numéricos puede ser útil llevar copias para entregar en mano, o bien llevar gráficas para poder exponerlo con más facilidad.

Comenzar por los datos positivos. Si hay que presentar un dato negativo, es mejor hacerlo con naturalidad, pero estando preparado para responder a objeciones.

Siempre resultará útil prever posibles preguntas y estar preparados para responderlas sin titubear.

Estructuración del discurso. Al igual que en la presentación de un proyecto escrito, el guión es fundamental. Hay que esbozar un índice provisional sobre todos los temas que se van a tratar para luego organizar las ideas y el tiempo.

Conviene ir de lo general a lo particular, es decir, hacer una introducción de lo que se va a tratar y en qué orden. Cuando la exposición se alargue demasiado en el tiempo es conveniente volver atrás y recapitular antes de seguir.

Para evitar que durante la exposición queden sin tratar aspectos fundamentales, es conveniente tener marcado en el guión los puntos clave. Así si el tiempo del que se dispone se acorta, se puede eliminar lo accesorio y pasar a lo imprescindible.

Puede ser muy útil ensayar previamente la exposición ante alguien.

El discurso. Para que una exposición o discurso sea fluido es imprescindible conocer la materia de la que se habla. Partiendo de esta base, cuanto mayor habilidad comunicativa se utilice, mejor.

Hay que controlar la velocidad y claridad del discurso. Se recomienda no recitar de memoria el proyecto, pero tampoco leerlo literalmente. Hay que entender lo que se dice y contarlo en el tono adecuado.

Durante la exposición es conveniente observar al interlocutor para conocer sus reacciones. Esto es importante pues puede ocurrir que durante el transcurso de la exposición la atención decaiga. En este caso será oportuno utilizar estrategias para recuperar su interés, como son, la inclusión de ejemplos, comentarios o anécdotas que relajen el discurso.

Cuando se habla en público, mover los pies nerviosamente, jugar con las manos, lápices o papeles o mantener la mirada fija en las notas se pueden interpretar como falta de confianza y de competencia.

Es aconsejable dirigir la atención a toda la sala. Para ello, se aconseja elegir a unas cuantas personas distribuidas, aproximadamente, a la misma distancia en la sala y mirarlas de forma pausada y sin rodeos mientras se habla. Durante la intervención puede haber interrupciones y éstas no deben percibirse con

ansiedad ni deben obstaculizar la comunicación. Si se trata de una pregunta y no se conoce la respuesta, se aconseja no facilitar nunca información falsa o inexacta, es mejor consultar el dato.

Al finalizar la presentación, es conveniente hacer una recapitulación de las ideas expuestas. Hay que intentar finalizar dentro del tiempo convenido, de lo contrario el auditorio se puede ver incomodado.

La preparación de la presentación debe ser aún más exhaustiva cuando se trata de proyectos innovadores, ya que pueden generar mayor desconfianza. En este tipo de exposiciones se valorará aún más la seguridad y el dinamismo. Si el proyecto es percibido como arriesgado debido a su novedad, puede ser útil hablar de proyectos similares igualmente innovadores que sí han tenido éxito.