



ÍNDICE

1. Oferta de cursos

- A. Uso eficiente de la voz
- B. Vocería / Media training
- C. Gestión estratégica de crisis
- D. Comunicación no verbal
- E. Storytelling
- F. Neuro oratoria
- G. Marca personal e imagen pública

2. Características de los cursos

3. Costos

1. OFERTA DE CURSOS

A. Uso eficiente de la voz

La voz no es solo un recurso fisiológico: es una herramienta estratégica de liderazgo, influencia y construcción de reputación. Personas CEO, direcciones generales y vocerías ejecutivas toman decisiones complejas y comunican constantemente frente a equipos, inversionistas, medios, consejos de administración, clientes y actores clave. En ese contexto, la manera en que usan la voz impacta directamente la percepción de autoridad, credibilidad, confianza y capacidad de liderazgo.

Este curso responde a esa necesidad de explorar una perspectiva integral: combina fundamentos fisiológicos, técnica vocal, manejo emocional, proyección escénica y comunicación estratégica para ayudar a líderes de alto nivel a convertir su voz en una herramienta de influencia profesional sostenible.



CONTENIDOS

1. ¿Qué sabemos de la voz?

- Autopercepción y autodiagnóstico de nuestra voz
- Fundamentos fisiológicos de la voz
- Tipos de voces
- Identidad vocal: tonos, timbre, color y autenticidad

3. El entorno y la voz

- Cómo cuidar tu voz y qué la afecta
- Economía del habla
- Intención comunicativa y emoción de la voz
- Uso de la voz en medios amplificados (micrófono y escenario)
- Resistencia vocal y manejo de la fatiga

2. Salir a escena

- Liberación de tensión y preparación vocal
- Proyección, volumen e intensidad
- Ritmo, pausas y manejo del silencio
- Prosodia y entonación
- Dicción y articulación



Después de tomar el curso con PROa comprendí que la forma en la que comunico es tan importante como lo que sé. Aprendí a proyectar mejor mis ideas, mantener la atención de mi audiencia y transmitir confianza en reuniones, presentaciones y conversaciones con clientes”.

Yulie Lozada Gallego

Director of marketing, Intelisis

B. Vocería / Media Training

En entornos de alta exposición pública y constante relacionamientos con grupos de interés, la vocería se ha convertido en una competencia crítica para las organizaciones y sus líderes. Hoy, las y los voceros institucionales destacan por la capacidad de respuesta frente a audiencias cada vez más exigentes por estar expuestas a la inmediatez mediática y digital.

Este curso está diseñado para fortalecer las habilidades de vocería desde una perspectiva práctica y estratégica. Las sesiones combinan técnicas de manejo de medios, construcción de mensajes clave, control escénico y preparación para contextos sensibles o de crisis, con el fin de desarrollar vocerías más sólidas, creíbles y efectivas.



CONTENIDOS

1. El rol estratégico de la vocería

- ¿Qué significa ser vocero o vocera institucional?
- La vocería como herramienta de liderazgo y reputación
- Riesgos y oportunidades de la exposición pública
- Credibilidad, confianza y percepción pública frente a las audiencias

2. Construcción del mensaje clave

- Cómo estructurar mensajes claros y memorables.
- Storytelling aplicado a vocerías ejecutivas
- Síntesis, claridad y economía del lenguaje
- Mensajes clave y líneas discursivas
- Adaptación del discurso según la audiencia

3. Relación con medios de comunicación

- Cómo funcionan los medios y qué buscan las y los periodistas
- Entrevistas presenciales, virtuales y en vivo
- Técnicas para responder preguntas difíciles
- Manejo de mensajes sensibles y control de narrativa
- Errores frecuentes en entrevistas y ruedas de prensa

4. Vocería en la era digital y redes sociales

- El impacto de redes sociales en la reputación ejecutiva
- Declaraciones virales, clips y cultura digital
- Riesgos reputacionales de la hiperexposición
- Comunicación en formatos breves y audiovisuales
- IA, desinformación y nuevos retos para las vocerías



La reputación de una compañía también vive en la voz de quienes la representan. El programa ejecutivo de PRoa escudriña en forma y fondo; en palabra, tono, semblante y postura. Un 360 real que fortalece la presencia y claridad de cada vocero para conectar con confianza en los momentos que más importan”.

Luis Carrillo

Gerente Global de Comunicación Externa, Coca-Cola FEMSA

C. Gestión estratégica de crisis

Las crisis corporativas ya no son eventos excepcionales: son escenarios permanentes de riesgo para las organizaciones y sus liderazgos. En un entorno marcado por la hiperconectividad, las redes sociales, la presión pública y la velocidad de circulación de la información, una crisis puede escalar en minutos y afectar simultáneamente la reputación, la operación, la legitimidad y la confianza hacia una empresa o institución.

Este curso busca atender eventos críticos desde una perspectiva interdisciplinaria: uniendo gestión reputacional, comunicación de crisis, análisis de riesgos, manejo de stakeholders, liderazgo bajo presión y entrenamiento práctico para fortalecer la capacidad de respuesta institucional frente a escenarios críticos.



CONTENIDOS

1. Comprender la crisis

- ¿Qué es una crisis y qué la diferencia de un problema operativo?
- Tipologías de crisis: reputacionales, operativas, digitales, regulatorias, sociales y ambientales
- Cómo evolucionan las crisis en entornos digitales.
- El impacto reputacional y emocional de las crisis
- Casos recientes de crisis corporativas y lecciones aprendidas.

2. Prevención y preparación estratégica

- Identificación de riesgos y vulnerabilidades
- Mapeo de *stakeholders* críticos
- Construcción de escenarios de riesgo
- Comités de crisis y definición de roles
- Protocolos de actuación y matrices de decisión.

3. Comunicación de crisis

- Principios de comunicación en contextos críticos
- Rapidez, transparencia, coherencia y empatía. Construcción de mensajes clave bajo presión
- Qué comunicar, cuándo comunicar y quién debe hacerlo

4. Recuperación reputacional y aprendizaje

- Cómo reconstruir confianza después de una crisis.
- Gestión de reputación postcrisis
- Evaluación de daños e indicadores reputacionales
- Aprendizajes organizacionales y mejora continua
- Cultura preventiva y resiliencia institucional



En la industria minera, donde cada decisión puede tener un impacto reputacional importante, estar preparados para una crisis no es opcional. Este curso me brindó herramientas prácticas para anticipar riesgos, tomar decisiones bajo presión y comunicar con claridad a nuestros grupos de interés”.

Karina Rodríguez

Relaciones Estratégicas, Endeavour Silver Corp

D. Comunicación no verbal y presencia ejecutiva

La comunicación no verbal es uno de los componentes más influyentes en la percepción del liderazgo, la credibilidad y la confianza. Mucho antes de que una persona termine de hablar o quizá empiece a hacerlo, su postura, mirada, gestos, expresiones faciales, movimientos y manejo del espacio ya están enviando mensajes sobre seguridad, autoridad, cercanía, control emocional o autenticidad.

Este curso explora características y fundamentos del manejo escénico, inteligencia emocional y presencia ejecutiva para ayudar a líderes y directivos a comunicar con mayor coherencia, seguridad e impacto en entornos presenciales, híbridos y digitales.



CONTENIDOS

1. ¿Qué comunica nuestro cuerpo?

- Principios básicos de la comunicación no verbal
- Cómo construimos percepciones a través del cuerpo
- Coherencia e incongruencia entre lenguaje verbal y no verbal
- Autopercepción y diagnóstico de hábitos corporales
- La comunicación no verbal como herramienta de liderazgo.

2. Presencia ejecutiva y manejo escénico

- Postura, desplazamiento y ocupación del espacio
- Seguridad corporal y control de movimientos
- Manejo de manos y gestualidad estratégica
- Contacto visual y construcción de confianza
- Cómo proyectar autoridad sin rigidez

3. Expresión facial y emocionalidad

- Microexpresiones y lectura emocional
- Expresividad facial y autenticidad
- Manejo emocional en situaciones de presión
- Cómo transmitir empatía, apertura y control
- Regulación emocional y autocontrol corporal

4. Comunicación no verbal en contextos públicos o entornos digitales

- Presencia en escenarios, paneles y conferencias
- Manejo de nerviosismo y tensión física
- Relación entre voz, cuerpo y mensaje
- Técnicas de preparación corporal para exposición pública
- Lenguaje corporal en videollamadas y formatos híbridos
- Encuadre, mirada y expresividad en cámara



Gracias siempre PROa. Este curso me hizo darme cuenta de todo lo que transmitimos sin hablar. Ahora me siento mucho más cómodo cuando presento mis ideas. Hoy entro a una reunión con más confianza y eso se nota en la forma en que me escuchan y responden”.

Miguel Bulnes

Co-Founder & CEO, Caranty

E. Storytelling

En un entorno saturado de información, datos y estímulos digitales, las organizaciones y sus líderes enfrentan un desafío central: lograr que sus mensajes sean comprendidos, recordados y emocionalmente relevantes. Hoy, comunicar ya no consiste únicamente en informar; implica construir narrativas capaces de conectar con audiencias, movilizar decisiones, fortalecer reputación y generar confianza.

Este curso se adentra en elementos como: narrativa, comunicación ejecutiva, persuasión y análisis de audiencias para ayudar a líderes y organizaciones a diseñar historias con propósito, impacto y capacidad de influencia.

1. Qué es el *storytelling* y por qué importa?

- El poder de las historias en la comunicación humana
- Diferencia entre informar, argumentar y narrar
- *Storytelling* como herramienta de liderazgo y reputación
- Cómo funcionan las narrativas en la mente y la emoción
- Casos de *storytelling* corporativo, político y social

2. Construcción de narrativas estratégicas

- Elementos esenciales para una historia efectiva
- Personajes, conflicto, tensión y resolución.
- Cómo estructurar relatos claros y memorables
- Conectar emocionalmente con diferentes audiencias
- Discursos de alto impacto y construcción de confianza.

3. *Storytelling* en escenarios sensibles y de crisis

- Cómo construir relatos en contextos de incertidumbre
- Narrativa, reputación y control de conversación pública
- Empatía, transparencia y legitimidad narrativa
- *Storytelling* en manejo de crisis reputacional
- Riesgos narrativos y pérdida de credibilidad

4. *Storytelling* digital y nuevas audiencias

- Narrativas en redes sociales y plataformas digitales
- *Storytelling* audiovisual y formatos breves
- Atención, emoción y viralidad
- IA, algoritmos y transformación de las narrativas
- Adaptación del mensaje según canales y audiencias



Ahora sé cómo transformar ideas complejas en historias claras, memorables y emocionalmente poderosas”.

Larissa Vieira

Strategy Director and Human Resources, Sintec

F. Neuro oratoria

Hablar en público ya no depende únicamente de tener información o dominar un tema. En entornos de alta exigencia, las personas líderes necesitan comprender cómo funciona la atención, la emoción, la memoria y la toma de decisiones de las audiencias para comunicar de manera realmente efectiva. La neuro oratoria integra principios de neurociencia, comunicación estratégica y técnicas de oratoria para ayudar a generar conexión emocional, aumentar recordación y fortalecer la capacidad de influencia.

Este curso atiende a técnicas avanzadas de exposición pública a partir del entendimiento del cerebro y sus funciones en relación con el lenguaje y el relacionamiento con los demás.



CONTENIDOS

1. Neurociencia y comunicación

- ¿Cómo procesa el cerebro los mensajes?
- Atención, emoción y memoria en la comunicación
- Cómo influyen las emociones en la toma de decisiones
- Sesgos cognitivos y percepción de credibilidad
- Sobre los neurotransmisores y el lenguaje

2. La construcción de mensajes memorables

- Cómo captar atención desde los primeros segundos
- Estructuras narrativas que favorecen recordación
- Lenguaje claro, síntesis y procesamiento cognitivo
- Uso estratégico de metáforas, imágenes y ejemplos
- El arrastre neural y otros descubrimientos.

3. Comunicación en escenarios de alta presión

- Hablar bajo estrés o incertidumbre
- Comunicación de crisis y manejo emocional colectivo
- Cómo responder preguntas difíciles con claridad y control. Gestión cognitiva de audiencias hostiles o críticas
- Técnicas de recuperación y control mental durante exposiciones

4. Neuro comunicación en entornos digitales

- Atención fragmentada y fatiga digital
- Cómo comunicar efectivamente en videollamadas
- Neurociencia de la comunicación audiovisual
- Impacto emocional de redes sociales y formatos breves
- IA, sobreinformación y nuevos desafíos comunicativos



Estoy feliz con el curso de Neuro oratoria de PRoa. Gracias a este hoy entiendo mejor cómo el cerebro procesa la información verbal y no verbal. He aprendido a aplicar técnicas de comunicación como el tono, la respiración y el lenguaje corporal para generar muchísima más confianza al hablar”

Carla Lara

Representante de Comunicación en México, RIU Hotels & Resorts

G. Marca personal e imagen pública

La imagen pública y la marca personal se han convertido en activos estratégicos capaces de fortalecer la reputación, la credibilidad y la confianza de una persona o institución. La manera en que se proyecta la identidad comunica los valores e influye directamente en la capacidad de liderazgo, influencia y posicionamiento.

Este curso combina comunicación, reputación, liderazgo, imagen pública y posicionamiento personal para ayudar a líderes y perfiles de alta exposición a construir una marca auténtica, coherente y alineada con sus objetivos profesionales e institucionales.



CONTENIDOS

1. ¿Qué es la marca personal?

- Conceptos fundamentales de marca personal e imagen pública
- Diferencia entre identidad, percepción y reputación
- La marca personal como activo estratégico
- Autodiagnóstico de posicionamiento e imagen.
- Autenticidad, coherencia y credibilidad

2. Construcción de posicionamiento personal

- Cómo definir atributos y propuesta de valor personal
- Liderazgo, diferenciación y narrativa profesional
- Cómo construir autoridad y confianza pública
- Valores, propósito y consistencia comunicativa
- Identidad profesional en entornos de alta exposición

3. Marca personal en medios y redes sociales

- Construcción de presencia digital estratégica
- Redes sociales y reputación pública
- Qué comunicar y cómo construir contenido relevante.
- Riesgos reputacionales en entornos digitales.
- IA, hiperexposición y cultura de la cancelación

4. Imagen pública y manejo reputacional

- Gestión de percepción frente a *stakeholders*
- Construcción de confianza y legitimidad pública
- Cómo enfrentar críticas, ataques o crisis reputacionales
- Comunicación en contextos sensibles
- Reputación personal y reputación corporativa



El curso de Marca personal me ayudó a alinear mi imagen, mi comunicación y la percepción que quiero construir profesionalmente. Hoy tengo mucho más claro cómo quiero que me vean los demás y cómo proyectar esa versión de mí con autenticidad y confianza.”

Sandra García

Jefa Gestión de Riesgos y Vocería, FEMSA

2. CARACTERÍSTICAS DE LOS CURSOS

Modalidad: presencial y/o virtual

Capacidad: 1 a 20 personas

Método: cada curso considera una sesión teórica, práctica y de retroalimentación

Materiales: cada curso cuenta con el diseño de materiales individualizados entre los que se encuentran el certificado y diploma por participante, así como resúmenes lúdicos sobre los contenidos

3. COSTOS

Todos los cursos antes descritos tienen un costo base que oscila entre los 25,000 MXN + IVA y los 96,000 MXN + IVA. La variación de dicho costo estaría dada en función de aspectos como:

Modalidad: presencial o virtual

Locación: CDMX, nacional o internacional (los cargos extra por locación serán considerados a razón del número de pernoctas y no se incluyen costos por viáticos de traslado y hospedaje)

Número de participantes: 1 a 20 (o más en función de las necesidades del cliente)

Número de cursos: el costo final para paquetes se define en función de los acuerdos con el cliente



proacomunicacion.mx

Av. Miguel Ángel de Quevedo 8 Desp. 701

Col. Hacienda de Guadalupe Chimalistac

Alc. Álvaro Obregón,

Ciudad de México 01050

 (+52) 55 5442 4948

proa@proacomunicacion.mx