



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Una historia bien narrada conecta y humaniza con el espectador

Seminario – Herramientas Creativas para la Innovación

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de ciencias económicas y administrativas

Deyna Roxana Carrillo Diaz
Danna Argenis Cerinza Bernal

Tutor: Natalia Ortiz Luna

Seminario de Grado
2024.

Dedicatoria

Dedicamos con todo nuestro corazón este seminario de grado primeramente a Dios, que nos protege a diario y nos da la sabiduría necesaria para continuar, con nuestros proyectos; a nuestras madres, que con su amor y paciencia han estado presentes en nuestro proceso de formación inculcándonos hábitos y valores para la vida. Sus abundantes bendiciones a lo largo de este proceso nos han llevado por el camino del bien.

Agradecimientos

Primeramente, Dios que nos ha guiado y nos ha dado la fortaleza para seguir adelante.

A nuestras familias por su comprensión y estímulo constante, además su apoyo incondicional en esta trayectoria a lo largo de nuestros estudios.

A nuestra tutora Natalia Ortiz Luna, que sin su ayuda y conocimientos no hubiese sido posible realizar este seminario.

A nuestros compañeros de aula, con los que hemos compartido momentos únicos e inolvidables.

Y a todas aquellas personas que durante esta etapa estuvieron apoyándonos y lograron que este sueño fuera posible.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabra clave.....	5
Pregunta orientadora de la búsqueda	6
Metodología de búsqueda de la información.....	7
Sustentación teórica de la pregunta.....	9
Conclusiones.....	13
Referencias.....	144

Resumen

El presente artículo está enfocado en el *Storytelling* el arte de contar historia. Es un tipo de comunicación que tiene la capacidad de transmitir mensajes, emociones y valores de manera convincente y significativas a través de un relato o anécdota, generando empatía y captando la atención del público.

Esta técnica es una de las herramientas creativas para la innovación, que contando una historia conecta emocionalmente con la audiencia, dando valor, creando sentimiento y un recuerdo memorial en las personas.

Actualmente el *Storytelling* es una de las estrategias de *marketing* más utilizadas e importantes que existes, las empresas recurren a contar una buena historia, buscando siempre diferenciar la marca con la competencia, logrando que el cliente se sienta satisfecho, despertando emociones en ellos, que se sientan familiarizados con la historia y dejando un aprendizaje para así fidelizarlos.

Como táctica de mercadeo, siempre podrás recurrir a una historia bien transmitida sobre un producto o servicio, que sea: adecuada, entretenida, autentica y amena, que capte la atención de la audiencia, con la capacidad de inclinar a los consumidores que empaticen con la marca, y así atraer a los indicados clientes potenciales. La información debe ser lo suficientemente clara, que brinde confianza buscando con ello la lealtad hacia la empresa.

El *storytelling* puede ser de tipo ficción, histórico, de valor, de consumo, o personal, que brinda historias entretenidas, educativas, universales, organizadas y memorables, no se centra en vender un producto si no en captar la atención del espectador, en vender la historia del producto de una forma tan agradable, de tal forma que el mensaje tenga la

capacidad de persuadir al consumidor a preferir y seguir optando por el mismo producto o la misma marca, logrando que éste se identifique con ella.

Las historias que proyecten un impacto positivo humanizan, en el mismo sentido, las marcas, originan vínculos que perduran en el tiempo, pasan de generación en generación logrando ser tendencia no solo en una persona, sino en el núcleo familiar en general.

Palabras clave

Innovación, Estrategias, Historia, Contar, *Marketing*.

Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Cómo implementar un *Storytelling* en una estrategia de *Marketing*?

Actualmente vivimos un mercado tan acelerado y en constante cambio, que obliga a las empresas a estar a la vanguardia de los avances tecnológicos, así mismo evolucionan la preferencia de los consumidores. Gracias a la competencia, las empresas deben adaptarse y anticiparse a estas variaciones, evaluar constantemente sus condiciones de operación para asegurar su permanencia con el tiempo y seguir siendo rentable. En el momento de mostrar la marca y ofrecer un producto existen varias herramientas innovadoras, que facilitan la publicidad. Una de ellas es El *storytelling*, son narrativas contando una historia que captan la atención y crean conexión emocional con el espectador, como estrategia de *marketing* es una excelente técnica para crear una visión humanizada de la marca y sentimientos que los identifique.

Metodología de búsqueda de la información

Para darle solución a este artículo reflexivo, primero que todo utilizamos los conceptos claves y términos de interés, como “historia del *Storytelling*”, “*marketing*”, “*Storytelling* en contenidos digitales”, “la comunicación oral”, “herramienta de *marketing*”, “*Storytelling* y *marketing*”.

Se procedió a realizar la búsqueda de trabajos escritos, artículos, publicaciones como noticias tomando como referencia las palabras anteriormente mencionadas, utilizando el navegador *Google académico*, *Google Chrome*, se realizó la búsqueda ingresando las palabras claves luego revisamos los resultados, como títulos, fuentes. Se evaluó la relevancia y credibilidad de la información, también se utilizó la biblioteca virtual Uniremington, plataforma para los estudiantes, facilita la búsqueda de la información y accede a contenidos de diversos autores, lo cual permite ver los diferentes puntos de opinión unificar un criterio respecto al tema de búsqueda.

Se tuvo acceso a los recursos de internet, las palabras claves para la búsqueda fueron: - ¿cómo utilizar el *storytelling* en tu herramienta de *marketing*?,-el *Storytelling*, -el arte de contar historia con efectividad, -mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado para mantener su participación, -la importancia del *Storytelling* en contenidos digitales, -el uso del *storytelling* en *marketing* digital
«El *storytelling* surgió como una necesidad de captar la atención de la gente», -¿Qué es el *Storytelling*? La guía completa para dominar el arte de contar historias; A continuación las fuentes consultadas: - Elibro, -Corporación Universitaria Remington, -

47 historias inspiradoras, -La comunicación oral, - ¿Cómo crear un *Storytelling* de marca?

Finalmente se procedió a seleccionar y ordenar la información, sacar las ideas principales, clasificarlas, argumentar y así culminar con éxito el artículo planteado.

Sustentación teórica de la pregunta

Desde los orígenes, la raza humana ha tenido la necesidad de interactuar y comunicarse con los de su misma especie y los demás animales de su entorno, según Escarpanter, J. (2010). Define a la palabra como un “don”, que, al hombre, “le ha ayudado siempre a comprender mejor el mundo que le rodea.” (P.15), basado en el autor, plantea que el ser humano ha perfeccionado poco a poco el lenguaje desde que salió de las cavernas hasta las primeras civilizaciones, partiendo principalmente del lenguaje oral, lo prosigue el escrito mediante signos, gráficos, dibujos o letras grabando mensajes en piedra tallada, bien sea para contar historias de su civilización, o advertir peligros.

Saber transmitir un mensaje de una forma asertiva, no es más que organizar las palabras en un orden lógico y coherente, para que los receptores comprendan con mayor claridad. Cabe resaltar, que Escarpanter, J. (2010). Señala a la comunicación como “el arte saber decir”, el autor plantea el nacimiento de la oratoria como el momento épico en la historia, en que un hombre tras organizar una sintaxis más o menos precisa se paró frente a los demás miembros presentes de su tribu a hablarles.

En una narración completa se puede expresar sentimientos, emociones, relatos, experiencias, historias, que, al ser plantearse de forma llamativa y coherente, puede atraer, convencer o conectar con el público.

Con el fin de dejar claros los mensajes a el público, en la actualidad nace como estudio o concepto el *storytelling*, pero antiguamente ya esa práctica se utilizaba, ahora bien, una historia bien narrada tiene la capacidad de llamar la atención del receptor y dejar en él un aprendizaje. Al contar una buena historia se tiene la certeza que espectador entienda el

mensaje, y que el conocimiento que se desea transmitir sea captado con mayor facilidad, el *Storytelling* es una herramienta de innovación, utilizada para contar historias. Es una narrativa que enseña entreteniéndose, vende y educa, los mensajes en cada historia captan con mayor facilidad la atención del oyente, las empresas utilizan esta excelente técnica para el *marketing* de sus productos o marca, generando emoción en los consumidores, es mostrar algo de la marca que los cautive y los identifique logrando resultados impactantes.

Es fundamental resaltar que no solo se basa en vender un producto si no crear un vínculo con los clientes, despertando sentimientos que los identifiquen, Cabe resaltar que las narraciones deben ser coherentes, el mensaje que se desea transmitir a la audiencia sea perciba con mayor facilidad.

En el *marketing* publicitario es utilizada como táctica comercial, para captar la atención de la audiencia, y llegar a implantar historias llenas de emoción, que subconscientemente sirven para persuadir al cliente de crear un recuerdo memorable y se apropie de la marca como un estilo de vida, En este sentido se busca crear un ambiente en el que el cliente se sienta familiarizado con la compañía logrando con ello la fidelización y sentido de pertenencia, para llegar al objetivo, que es atraer nuevos clientes.

Una visión humanizada de la marca construida desde la perspectiva de los espectadores genera esa relación de empatía y confianza, que permite establecer una conexión emocional aumentando su lealtad, creando preferencia sobre la competencia. hoy en día la clave del éxito de una compañía es retener y va más allá de adquirir público, es

instalarse como referencia dentro de un determinado nicho de personas que vuelvan siempre a utilizar sus servicios.

Para contar buenas historias y llevarlo al *marketing* digital, se debe asegurar que el mensaje, que se desea ofrecer de la marca o producto perdure en la memoria del espectador, logrando esa conexión emocional entre marca y humanidad, para que sea posible, primero que todo se debe conocer la audiencia, saber para quien va dirigida la historia y en que nicho de mercado se encuentra, tener claro el tema principal de lo que se va hablar para así llegar al objetivo planteado, que tipo de historia se va a narrar, como se lleva a la acción, y que medio se usara llevarla a cabo. El *Storytelling* como estrategia de *marketing* actualmente es una de las principales técnicas innovadoras, que sabiéndola usar, no se necesita vender un producto, si no vender la marca, humanizarla, crear esa conexión y los productos se venden por solos.

Conclusiones.

Al realizar este artículo reflexivo se logra concluir que al emplear un *storytelling* se crea un vínculo emocional siendo eficaz a la hora de captar la atención de nuevos clientes y tocar las fibras emocionales de las personas, ya que cuando se crea esta conexión hace que los clientes se sientan parte de la compañía e identificados con la organización, logrando la clave del éxito de la empresa.

Esta herramienta nos brinda muchos beneficios positivos al ser empleada como una estrategia de *marketing* y permite que la empresa se destaque ante la competencia teniendo una ventaja competitiva.

El *storytelling* se ha destacado que puede ser utilizada para cualquier tipo de empresa ya que no hay organización que no logre retener a las personas con las herramientas de innovación adecuadas y con *storytelling* es una forma sencilla pero importante, ya sabemos que el contar una historia es un arte, y que no solo se puede emplear en nuestro ámbito laboral, sino que también en el área personal, familiar y en todas las áreas que se requiera ya que una historia bien contada identifica a las personas con una marca.

El *Storytelling* es una de las mejores herramientas del *marketing*, relatando una historia logramos conexión y fidelizamos los clientes, para que la empresa perdure exitosamente a través del tiempo.

Referencias

(S/f). Fastercapital.com. Recuperado el 22 de marzo de 2024, de <https://fastercapital.com/es/contenido/Mantenerse-a-la-vanguardia-de-las-tendencias-del-mercado-para-mantener-su-participacion.html>

(Sistema de Bibliotecas, s/f),(Sistema de Bibliotecas, s/f, p. plantea una navegación desde la estrategia racional de contenidos a través de libros enriquecidos, libros expandidos, imágenes, músicas y videos)

Sistema de Bibliotecas. (s/f). Edu.co. Recuperado el 22 de marzo de 2024, de https://biblioteca.sena.edu.co/paginas/bases_libres.html

Barrios, V. (2022, 30 agosto). *Utilizar el storytelling en tu estrategia de marketing.*

Agencia Reinicia. <https://www.agenciareinicia.com/blog/utilizar-el-storytelling-en-tu-estrategia-de-marketing/>

De Palermo, U. (2023, 7 diciembre). *El storytelling, el arte de contar historias con efectividad.* UP | Universidad de Palermo.

<https://www.palermo.edu/negocios/que-es-el-storytelling.html>

Escarpanter, J. (2010). *La comunicación oral: (ed.)*. Miami, FL, United States of

America: Firms Press. Recuperado de

<https://elibro.net/es/ereader/remington/36451>

Freire Sánchez, A. (2017). *¿Cómo crear un storytelling de marca?: de la teoría a la práctica profesional*: (ed.). Editorial UOC.

<https://elibro.net/es/lc/remington/titulos/116296>

Mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado para mantener su participacion - FasterCapital. (s. f.). FasterCapital.

<https://fastercapital.com/es/contenido/Mantenerse-a-la-vanguardia-de-las-tendencias-del-mercado-para-mantener-su-participacion.html>

Marketing Zone Icesi. (2021, 13 enero). *Marketing: La importancia del Storytelling en contenidos digitales* / Marketing Zone Icesi.

<https://www.icesi.edu.co/marketingzone/marketing-la-importancia-del-storytelling-en-contenidos-digitales/>

Monteagudo, A. (2023, 20 junio). El uso del storytelling en marketing digital. *Armetrics*.

<https://www.armetrics.com/blog/storytelling-en-estrategias-marketing-digital>

Nussbaumer Knaflic, C. (2021). *Storytelling con datos. Ejemplos prácticos*: (1 ed.).

Difusora Larousse - Anaya Multimedia.

<https://elibro.net/es/lc/remington/titulos/217090>

Pontificia Universidad Católica del Perú. (2012, 24 septiembre). *«El storytelling surgió como una necesidad de captar la atención de la gente» - PuntoEdu PUCP*.

PuntoEdu PUCP. <https://puntoedu.pucp.edu.pe/voces-pucp/el-storytelling-surgio-como-una-necesidad-de-captar-la-atencion-de-la-gente/#:~:text=Logotipo%20de%20PuntoEdu->

,%22El%20storytelling%20surgi%20como%20una%20necesidad%20de%20captar%20la%20atenci%C3%B3n,la%20primera%20maravilla%20del%20mundo.

Sordo, A. I. (2023, 20 enero). ¿Qué es storytelling? Significado, tipos y estructura.

Google. <https://blog.hubspot.es/marketing/storytelling>

Trajtman Grossman, B. (2018). 47 historias inspiradoras: storytelling: (ed.). RIL editores.

<https://elibro.net/es/ereader/remington/111821>

Vieira, D. (2021, 16 agosto). *¿Qué es el Storytelling? La guía completa para dominar el arte de contar historias*. Rock Content - ES. [https://rockcontent.com/es/blog/que-](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-storytelling/#:~:text=Storytelling%20es%20una%20expresi%C3%B3n%20de,un%20mensaje%20de%20forma%20inolvidable.)

es-

[storytelling/#:~:text=Storytelling%20es%20una%20expresi%C3%B3n%20de,un%20mensaje%20de%20forma%20inolvidable.](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-storytelling/#:~:text=Storytelling%20es%20una%20expresi%C3%B3n%20de,un%20mensaje%20de%20forma%20inolvidable.)