

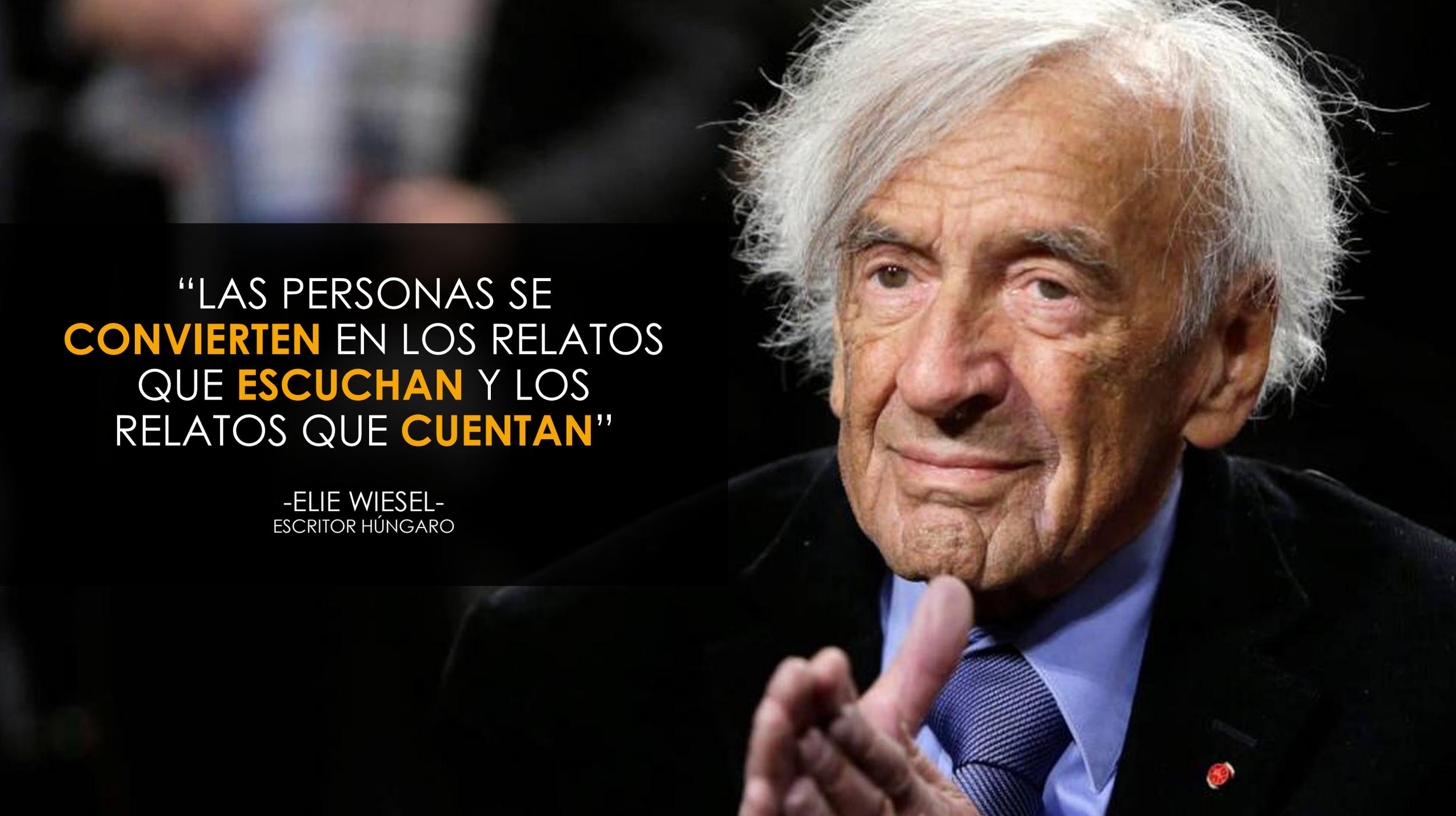


EL PODER DE
LAS **HISTORIAS** Y CÓMO **CONTARLAS**

SPEAKER: LUIS FELIPE BARRIENTOS



CAMACOL
ANTIOQUIA

A close-up portrait of Elie Wiesel, an elderly man with white hair, wearing a dark suit, a light blue shirt, and a blue patterned tie. He is looking slightly to the left with a thoughtful expression, his hands are clasped in front of him. The background is dark and out of focus.

“LAS PERSONAS SE
CONVIERTEN EN LOS RELATOS
QUE **ESCUCHAN** Y LOS
RELATOS QUE **CUENTAN**”

-ELIE WIESEL-
ESCRITOR HÚNGARO

A close-up portrait of Rob Walker, a man with long brown hair, glasses, and a goatee, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a dark, neutral color.

EL EXPERIMENTO DE EBAY
ROB WALKER

120 OBJETOS COMPRADOS
A MENOS DE 1 DÓLAR CADA UNO

SE VENDIERON
A **8.000 DÓLARES**
CON STORYTELLING

BARRY

@barrycrow

3M

¿POR QUÉ LA **VIA**
LÁCTEA SE VE COMO
UNA MANCHA?



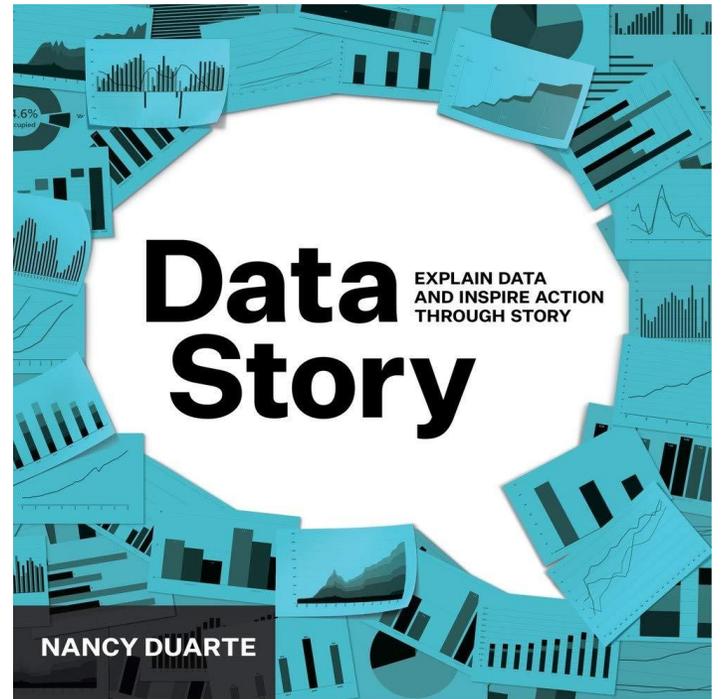
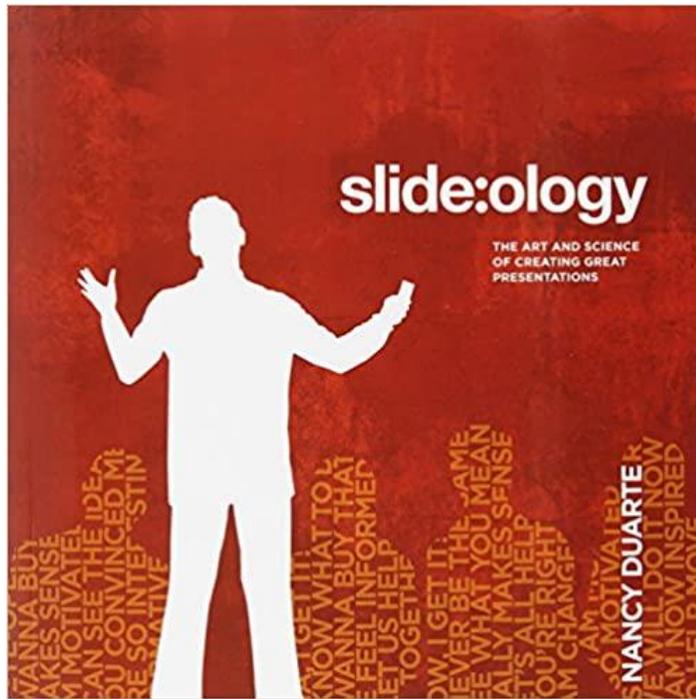
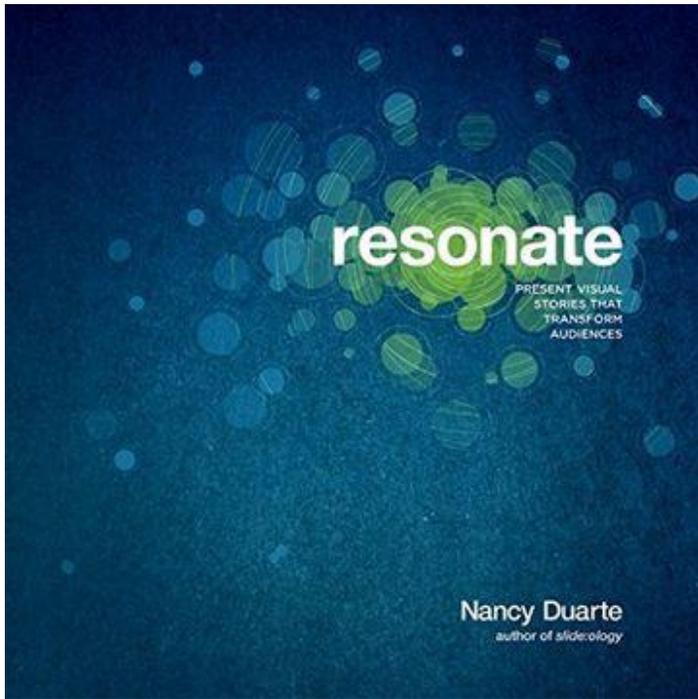
A night sky filled with stars and the Milky Way galaxy. The galaxy's core is visible as a bright, yellowish-white band of light stretching across the upper right portion of the frame. The surrounding sky is a deep blue, densely packed with stars of various colors. In the lower center, the dome of a telescope observatory is visible, silhouetted against the starry background. The overall scene is a breathtaking view of the night sky.

....VER LAS
ESTRELLAS!!!

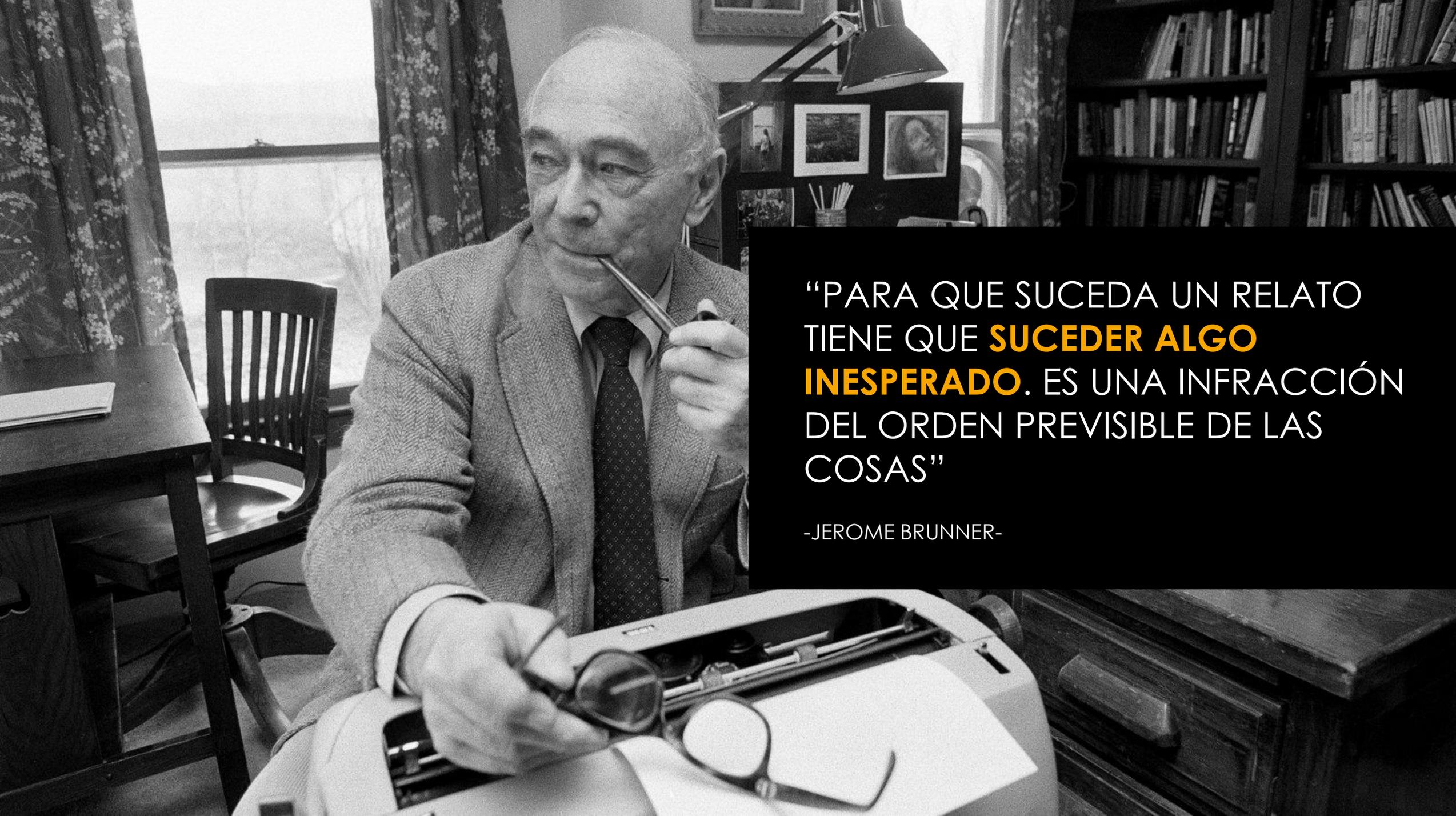


“AL SER HUMANO LE **FASCINAN LOS CUENTOS** PORQUE LA VIDA ESTÁ LLENA DE AVENTURAS Y ESTAMOS CONECTADOS PARA **APRENDER LECCIONES** DE LA OBSERVACIÓN EN EL CAMBIO DE LOS DEMÁS”

-NANCY DUARTE-



NANCY DUARTE



“PARA QUE SUCEDA UN RELATO
TIENE QUE **SUCEDER ALGO
INESPERADO**. ES UNA INFRACCIÓN
DEL ORDEN PREVISIBLE DE LAS
COSAS”

-JEROME BRUNNER-



JEROME BRUNNER



“TODAS LAS HISTORIAS **TRATAN SOBRE LA TRANSFORMACIÓN...** HA LLEGADO EL MOMENTO DE **DESCUBRIR LO QUE TENEMOS DENTRO** Y CONVERTIRNOS EN LO MEJOR QUE PODEMOS LLEGAR A SER”

-BOBETTE BUSTER-

STORYTELLING/

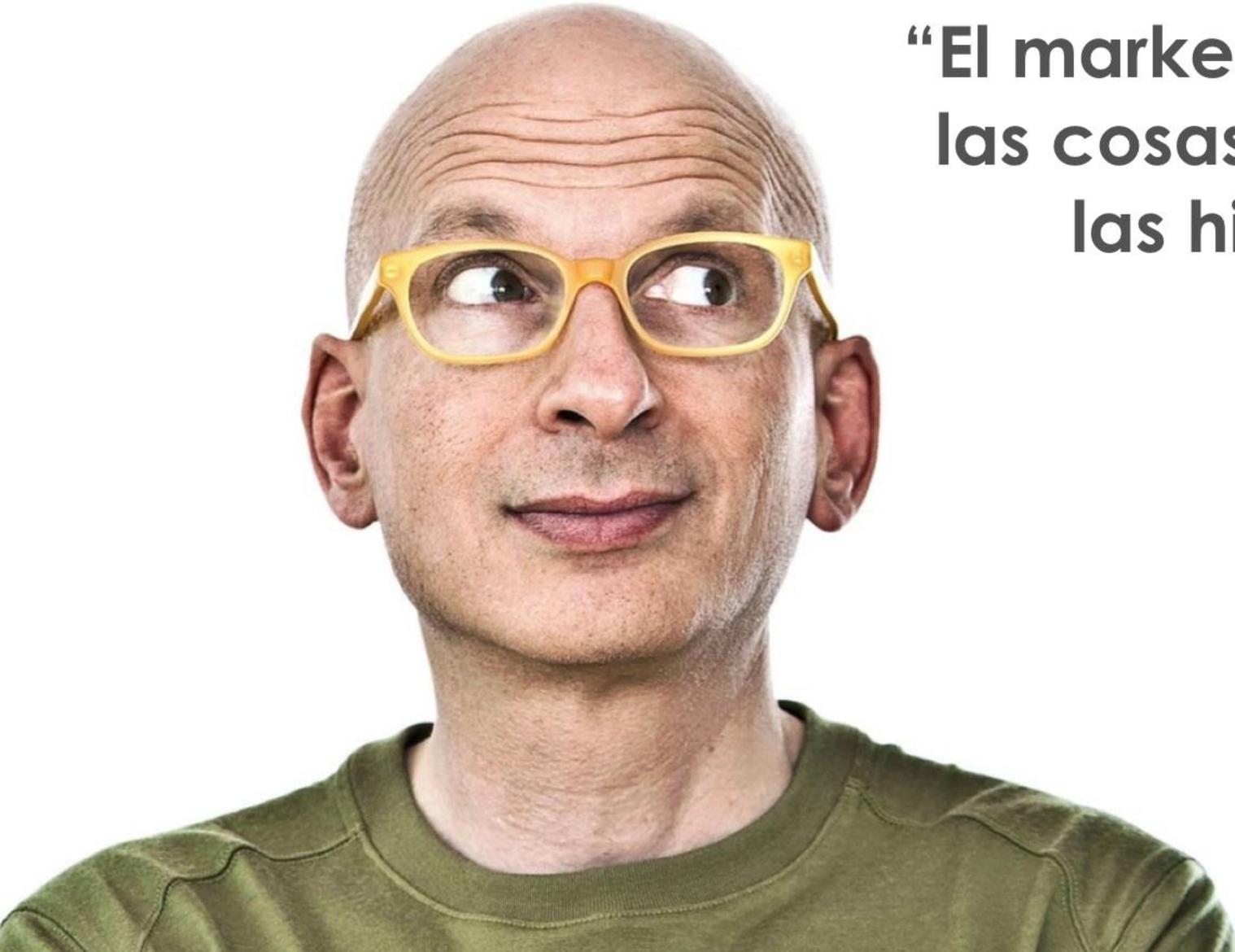
Cómo contar
tu historia para
que el mundo
quiera escucharla.

Bobette/Buster

vepe

KÖAN

BOBETTE BUSTER



“El marketing ya no se trata de las cosas que vendes, sino de las historias que cuentas.”

Seth Godin



“LEITMOTIV

LA RAZÓN DE SER DE LA HISTORIA, AQUELLO QUE **LA MARCA ESTÁ CONTANDO**. ES EL QUE ENAMORARÁ Y ENGANCHARÁ AL USUARIO, PRECISAMENTE POR LA **IDENTIFICACIÓN CON LA HISTORIA**, LA RELACIÓN AFECTIVA ENTRE MARCA Y CONSUMIDOR, ENTRE CONTENIDO Y NUESTRA PROPIA HISTORIA.”

A photograph of a snowy path at night, illuminated by a street lamp. The path is covered in snow and leads through a forest of trees heavily laden with snow. The scene is bathed in a cool blue light, with the street lamp providing a bright focal point. In the background, a building is partially visible through the trees.

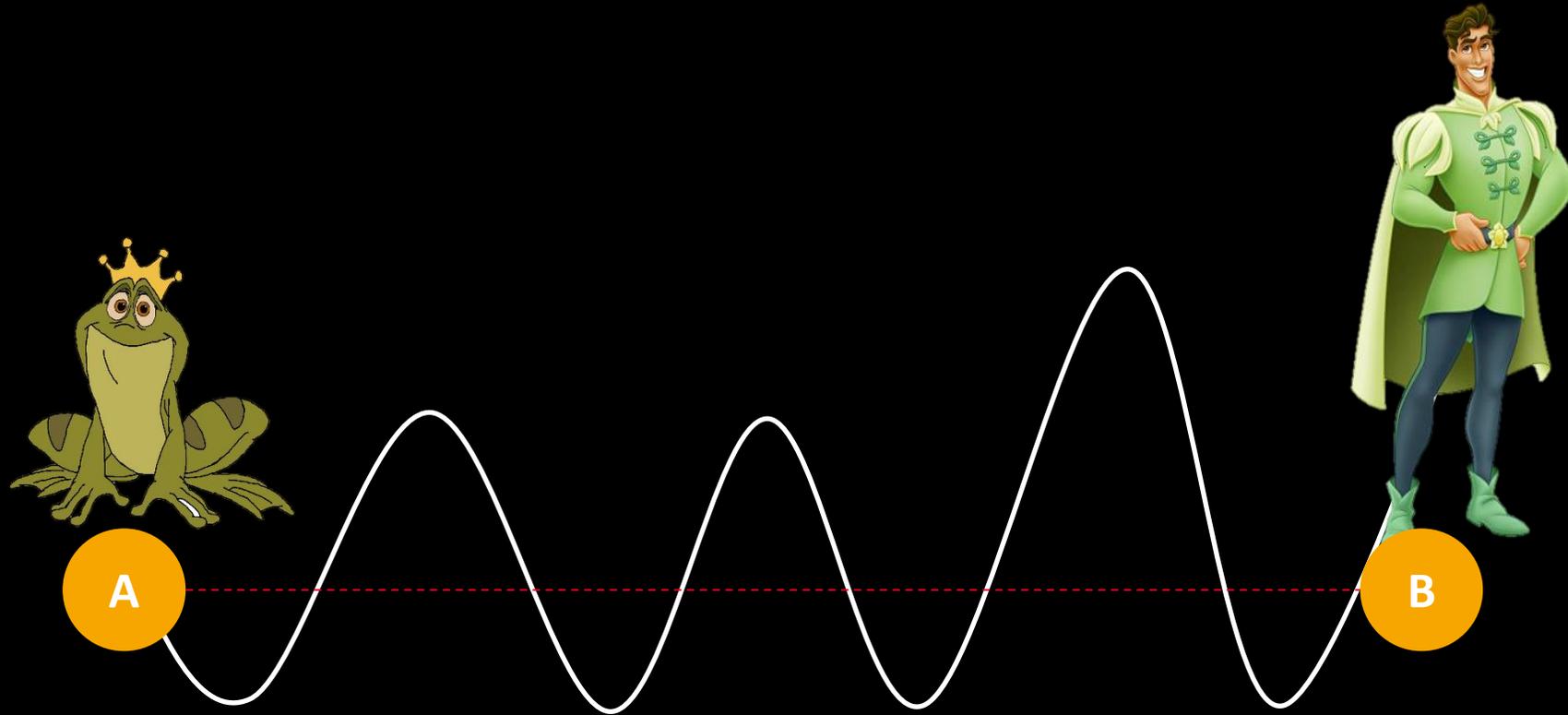
¿QUÉ ES
UNA **HISTORIA**?





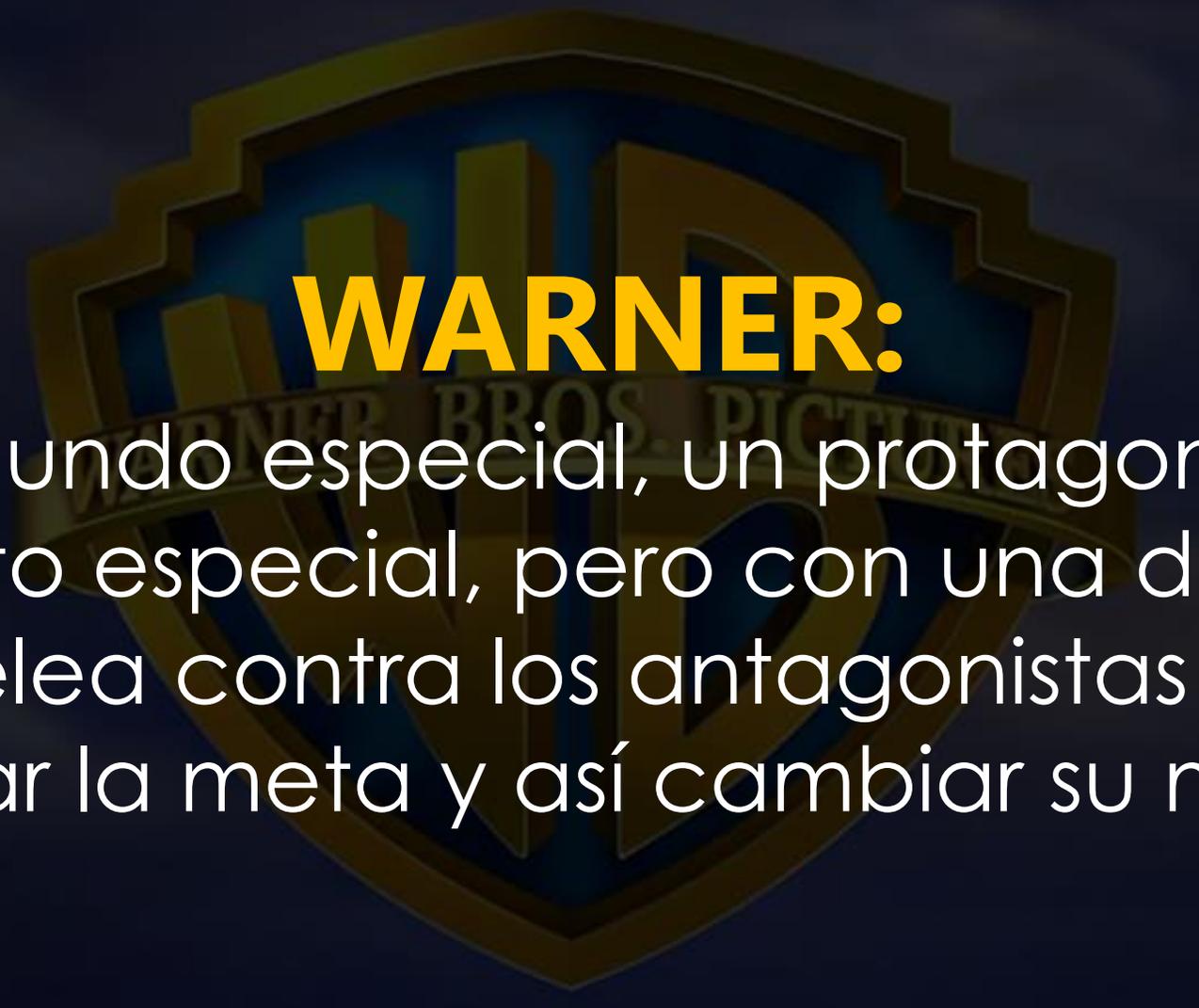
A man is shown from the chest up, standing under a shower of water. He is looking to the left. The water is captured in motion, creating a spray of droplets around him. The lighting is dramatic, with strong highlights on the water droplets and the man's face, and deep shadows elsewhere. The overall color palette is dominated by blues and greys, with the water appearing as bright white and light blue.

**“LA HISTORIA
DE UN PERSONAJE
QUE CAMBIA”**



BARRY

@barrycrow

The Warner Bros. Pictures logo is a shield-shaped emblem with a blue background and gold border. It features a large, stylized 'WB' monogram in the center. The words 'WARNER BROS. PICTURES' are written in a smaller font across the middle of the shield.

WARNER:

"En un mundo especial, un protagonista con un talento especial, pero con una debilidad, se pelea contra los antagonistas para alcanzar la meta y así cambiar su mundo."

A TimeWarner Company

BARRY

@barrycrow



¿QUIÉN ES **NUESTRO**
PÚBLICO?





LA **RETÓRICA**
DE ARISTÓTELES

ETHOS = CREDIBILIDAD Y CONFIANZA

PATHOS = EMOCIONES Y VALORES

LOGOS = LA LÓGICA, LA RAZÓN
Y LOS DATOS





“ELEGIMOS **IR A LA LUNA**
EN ESTA **DÉCADA...**
NO PORQUE SEA FÁCIL
SINO **PORQUE ES DIFÍCIL**”

-JFK-

A photograph of an astronaut in a white spacesuit standing on the lunar surface. The astronaut is positioned to the right of the frame, facing left. To their left, an American flag is planted in the ground on a thin pole. The lunar surface is dark and dusty, with visible tracks from the lunar module. The background is a dark, featureless horizon under a black sky.

“UN **PEQUEÑO PASO**
PARA EL HOMBRE Y UN
GRAN SALTO PARA LA
HUMANIDAD ”

-NEIL ARMSTRONG-



Y LA HISTORIA
CONTINUA...



“SI LA **HUMANIDAD**
NO ATERRIZA EN
MARTE EN MI VIDA,
YO **ESTARÍA MUY**
DECEPCIONADO”

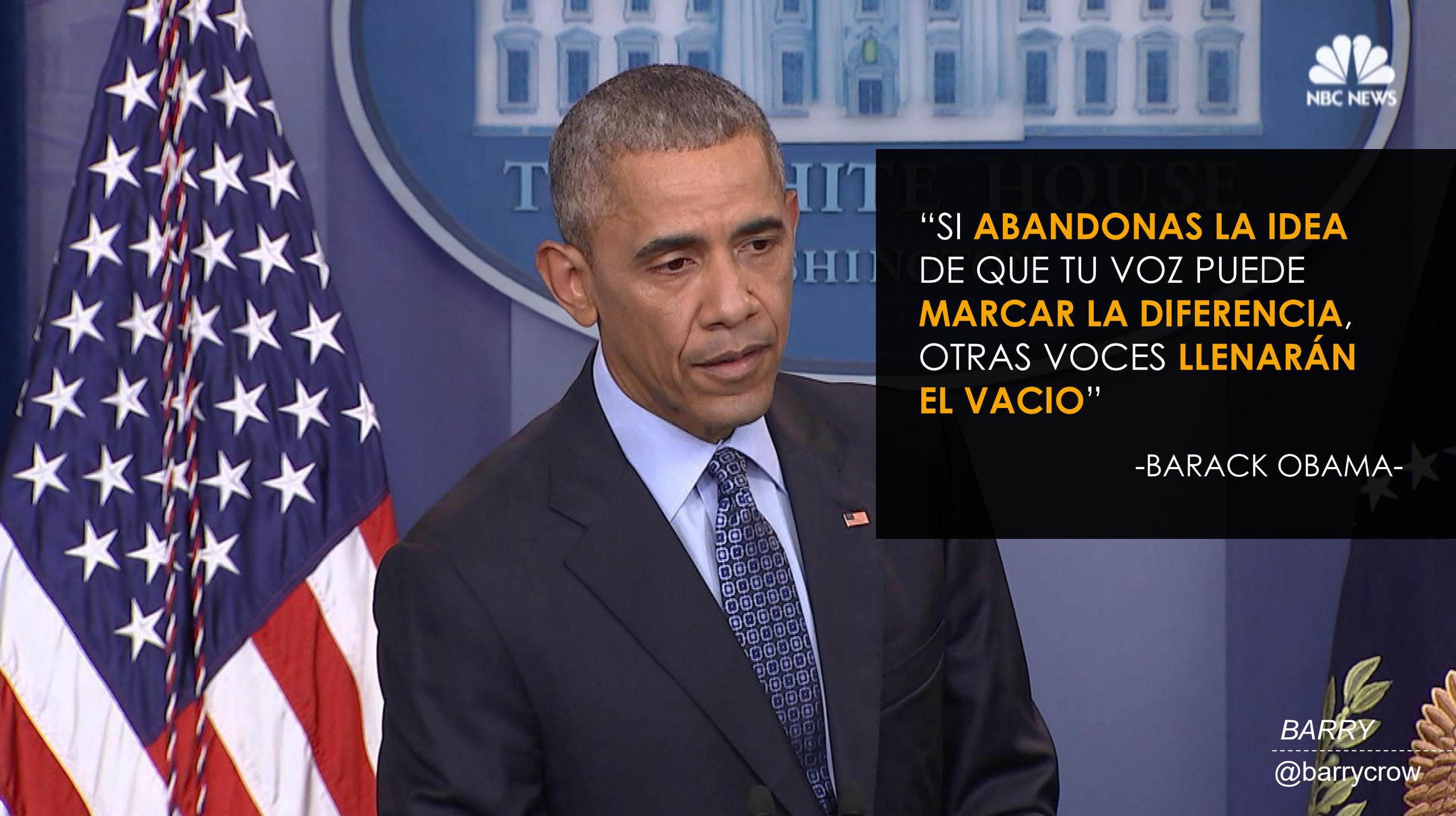
-ELON MUSK-



“I HAVE A **DREAM**”
-MARTIN LUTHER KING JR-



Siempre le preguntaba a mi madre: mamá,
¿por qué todo es siempre blanco?



“SI **ABANDONAS LA IDEA**
DE QUE TU VOZ PUEDE
MARCAR LA DIFERENCIA,
OTRAS VOCES **LLENARÁN**
EL VACIO”

-BARACK OBAMA-

BARRY

@barrycrow

MUCHÍSIMOS CAMINOS Y
ORILLAS PARA **CONTAR**
UNA HISTORIA



P



X

A

R



Había una vez...

Presentación del protagonista y contexto

Todos los días... Como es su cotidianidad

Hasta que un día... Punto de giro y conflicto

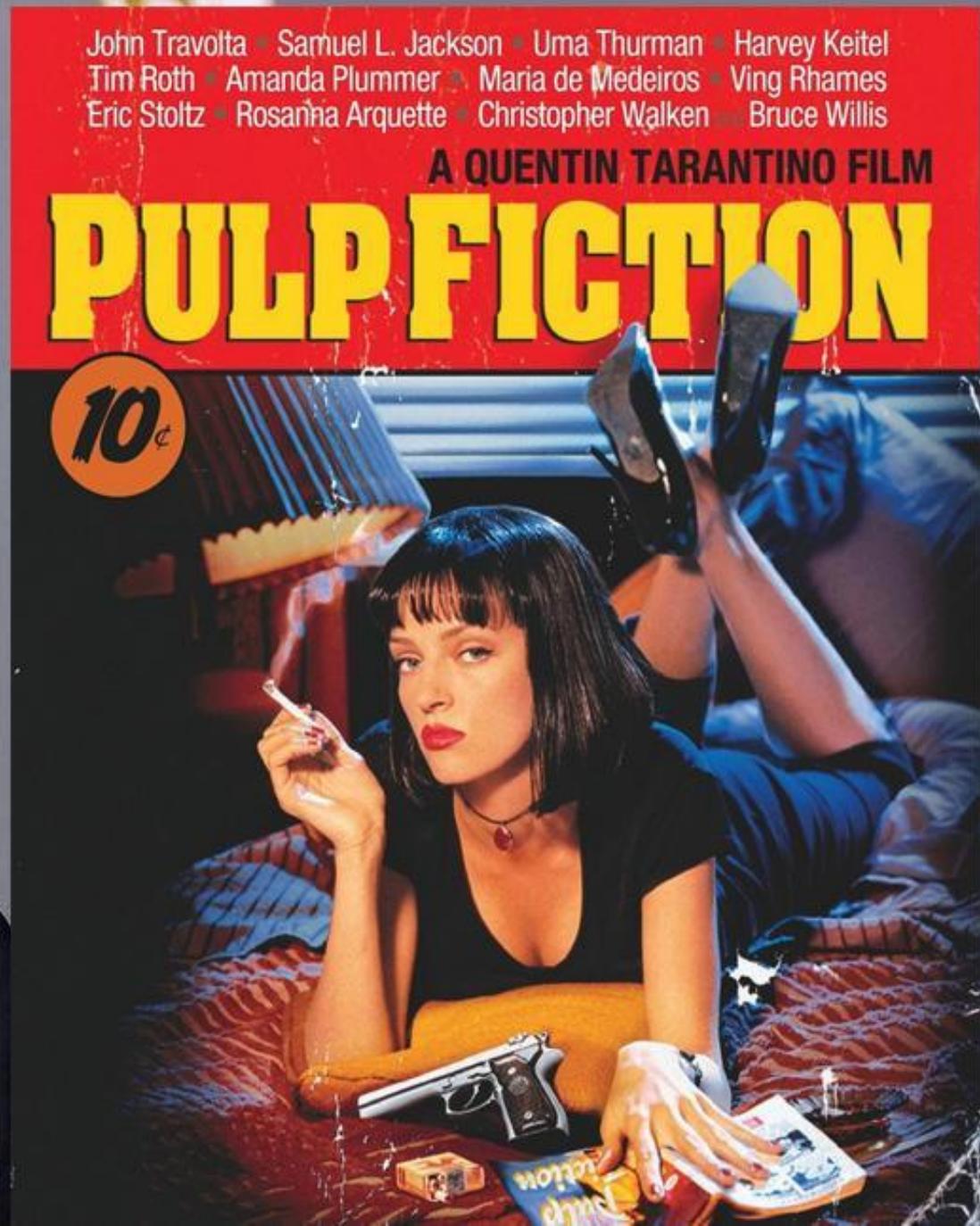
Por eso... ¿Cómo lo afronta y qué hace?

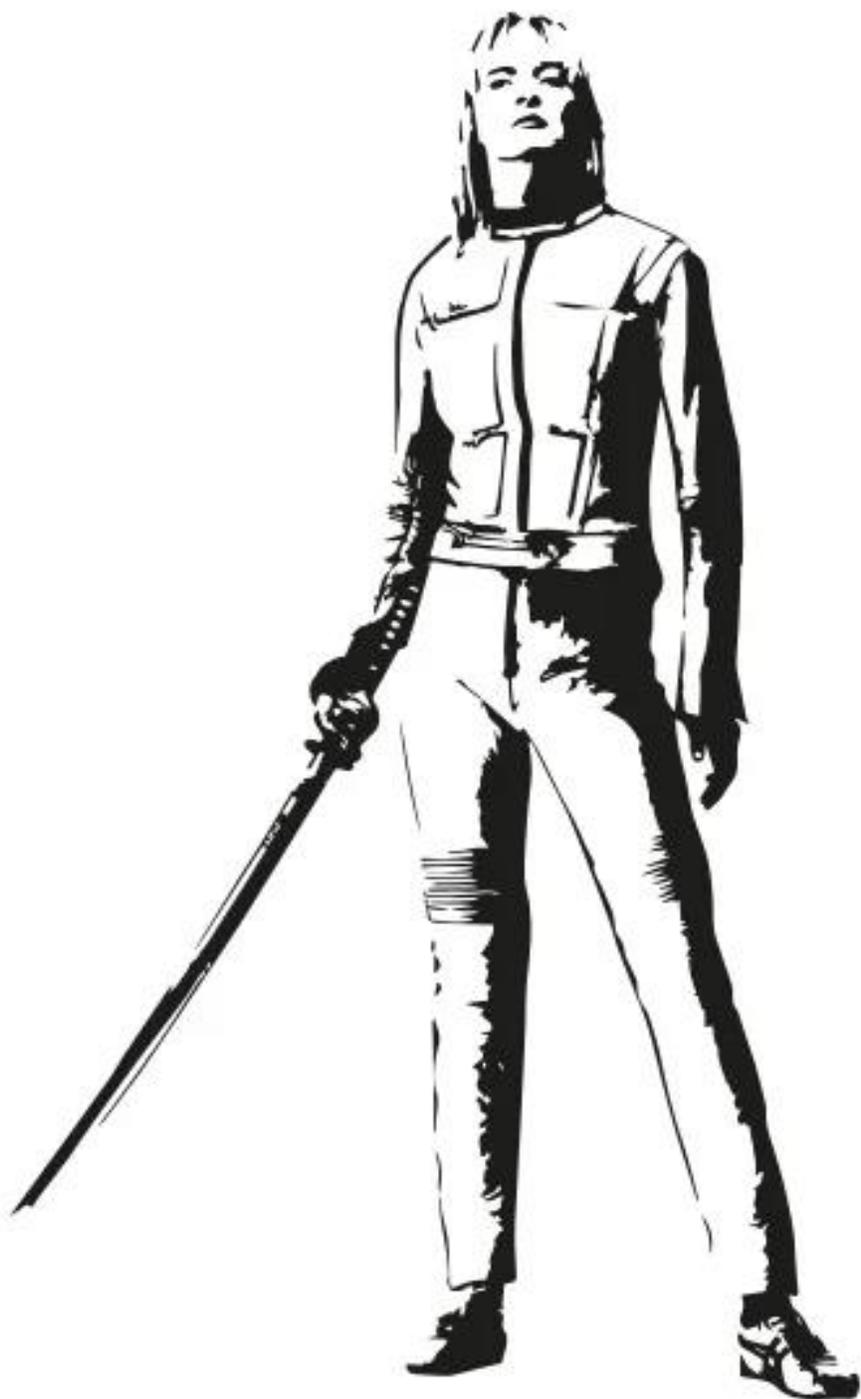
Finalmente... ¿Cuál es el resultado?

BARRY

@barrycrow







“in media res”.

Empezar por el final y regresar...

Es un recurso que **despierta la curiosidad del espectador** que necesita saber qué ha pasado para llegar a ese desenlace.

BARRY

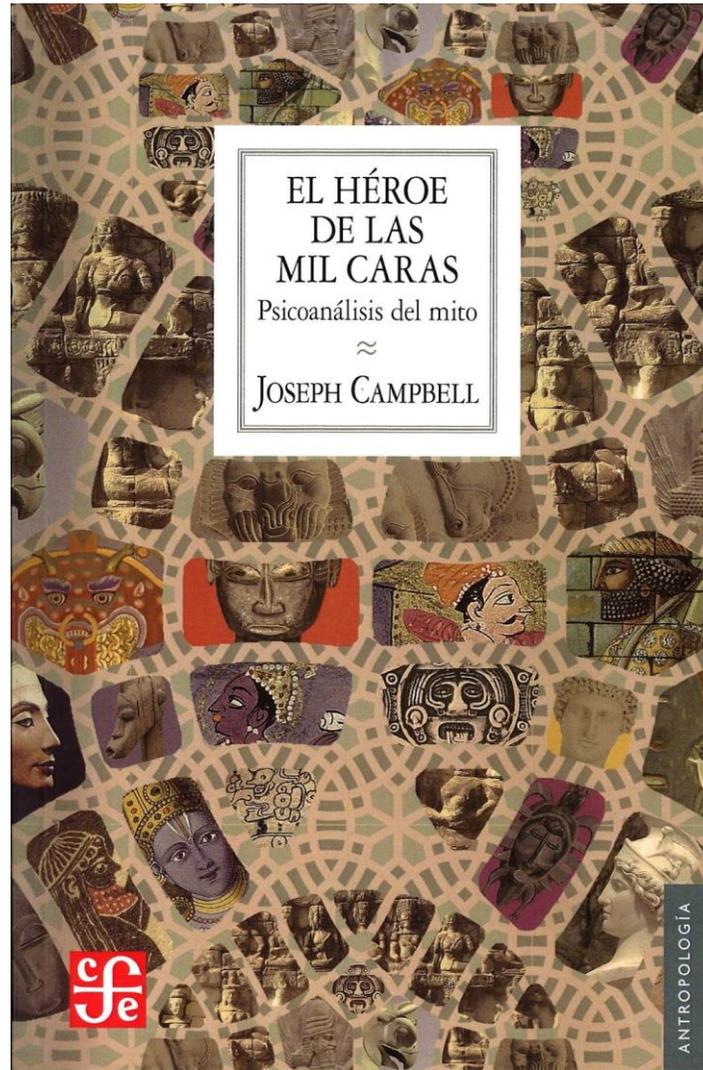
@barrycrow



JOSEPH CAMPBELL Y
EL VIAJE DEL HÉROE

BARRY

@barrycrow



JOSEPH CAMPBELL

BARRY

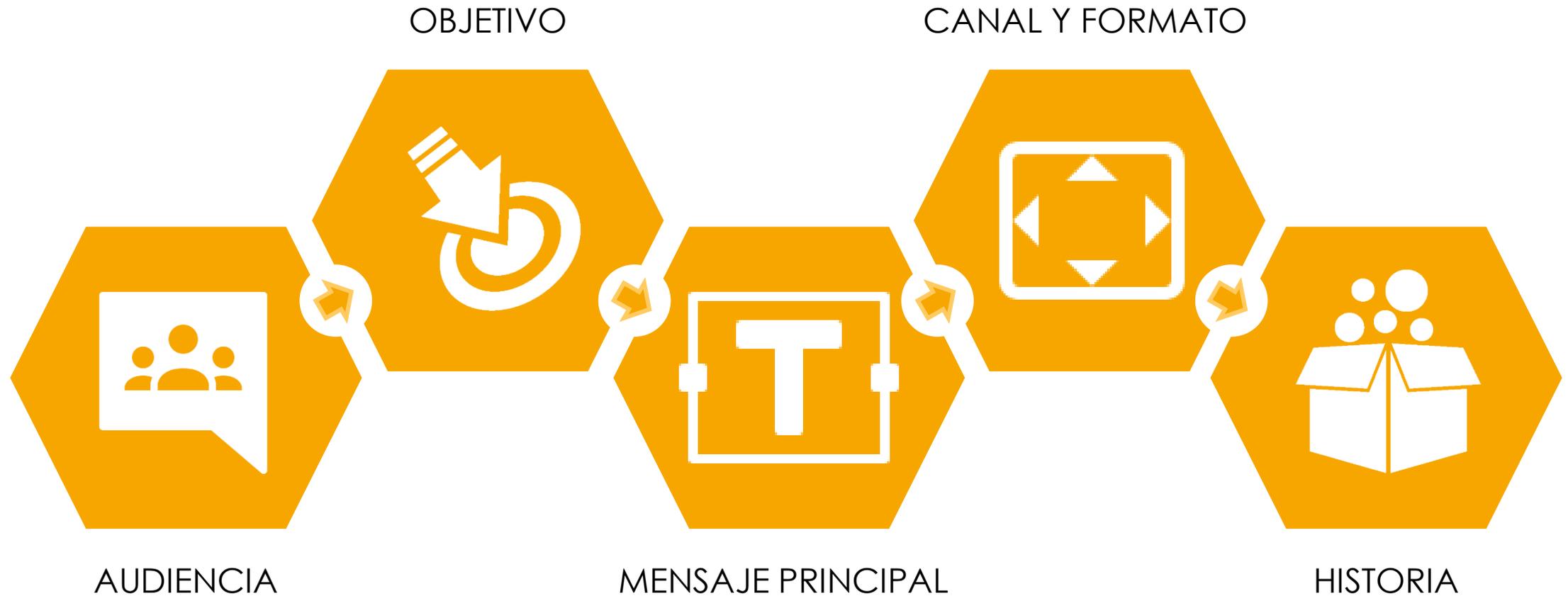
@barrycrow



Fuente: El Viaje del Escritor. Christopher Vogler.
Ediciones Robin Book.



LA ESTRUCTURA DE **PLANEAR** UNA HISTORIA



TED

un producto de:



📞 +57 314 484 5195

✉️ negocios@socialcolectivo.co

BARRY

@barrycrow

«Fundamentado en los últimos avances científicos sobre el cerebro, este libro explica de forma práctica y cautivadora qué es lo que funciona realmente, qué conquista a una audiencia y qué no.» **Fortune**

HABLE

Nueve secretos para comunicar

COMO EN

utilizados por los mejores

TED

CARMINE GALLO

conecta

CHRIS ANDERSON

Director de TED

CHARLAS TED

La guía oficial de TED para
hablar en público

Todos los secretos
de las charlas TED para
comunicar tus ideas
y generar impacto

Bestseller del *The New York Times*

MÉTODO TED PARA HABLAR EN PÚBLICO



Ariel

JEREMEY DONOVAN

BARRY

@barrycrow

Primer Momento



Define la idea que quieres contar

Construye tu idea en pocos pasos

1. Haz una Lista de ideas.

2. Escribe aquí la idea más

3. ¿Qué es lo que enamora de esta idea?

“una idea
evoluciona
de **IMPACTANTE**
a **SORPRENDENTE**
cuando otros
la asumen,
como *propia*”

4. ¿Qué hace creíble esta idea?

5. Esta idea es sorprendente porque es:

Marca las características

- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Consciente | <input type="checkbox"/> Simple | <input type="checkbox"/> Concreta |
| <input type="checkbox"/> Creíble | <input type="checkbox"/> Interesante | <input type="checkbox"/> Clara |
| <input type="checkbox"/> Replicable | <input type="checkbox"/> Emotiva | <input type="checkbox"/> Inesperada |
| <input type="checkbox"/> Innovadora | <input type="checkbox"/> Creativa | |

un producto de:

**SOCIAL
COLECTIVO**

📞 +57 314 484 5195

✉ negocios@socialcolectivo.co

¿Está lista mi idea?

Redacta tu idea en una o dos frases. Plántate tres preguntas:

1. ¿Es nueva mi idea?
2. ¿Sabes con seguridad que lo que le estás contando a tu público es algo que no ha oído antes?
3. ¿Es interesante?

Piensa en qué efecto puede tener tu idea en una sala llena de personas de lo más dispares.

1. ¿A quién le puede interesar?
2. ¿Es objetiva y realista?

un producto de:



📞 +57 314 484 5195

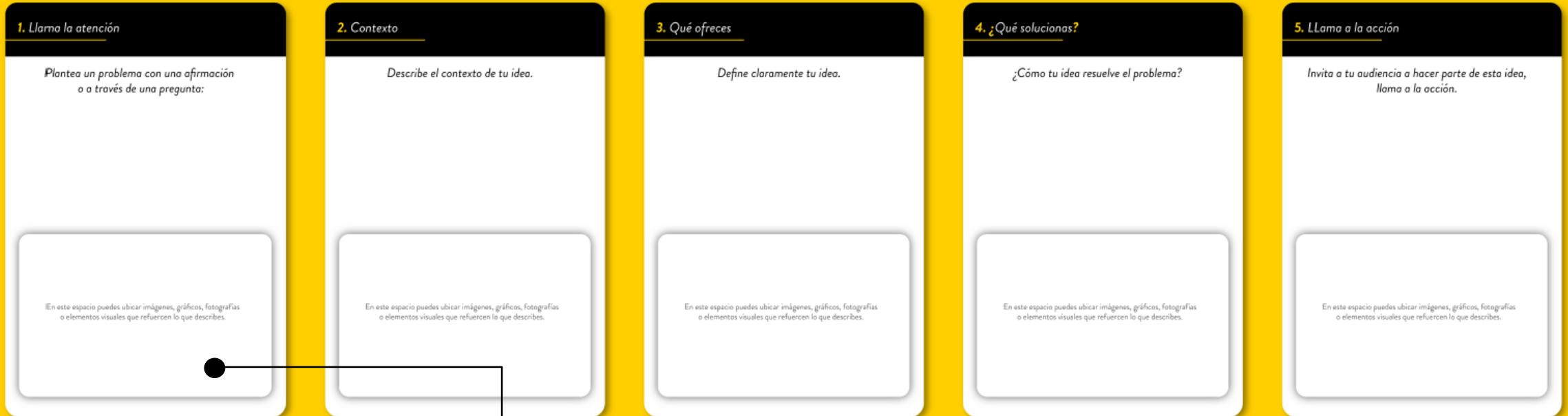
✉ negocios@socialcolectivo.co

Segundo Momento

TED

Estructura la presentación de tu idea o proyecto en 5 pasos

A través de este ejercicio podrás dar a conocer a tu idea o proyecto de modo que despiertes el interés y la curiosidad de tus interlocutores.



un producto de:

**SOCIAL
COLECTIVO**

+57 314 484 5195

negocios@socialcolectivo.co

En este espacio puedes ubicar imágenes, gráficos, fotografías o elementos visuales que refuercen lo que describes.

TEDx



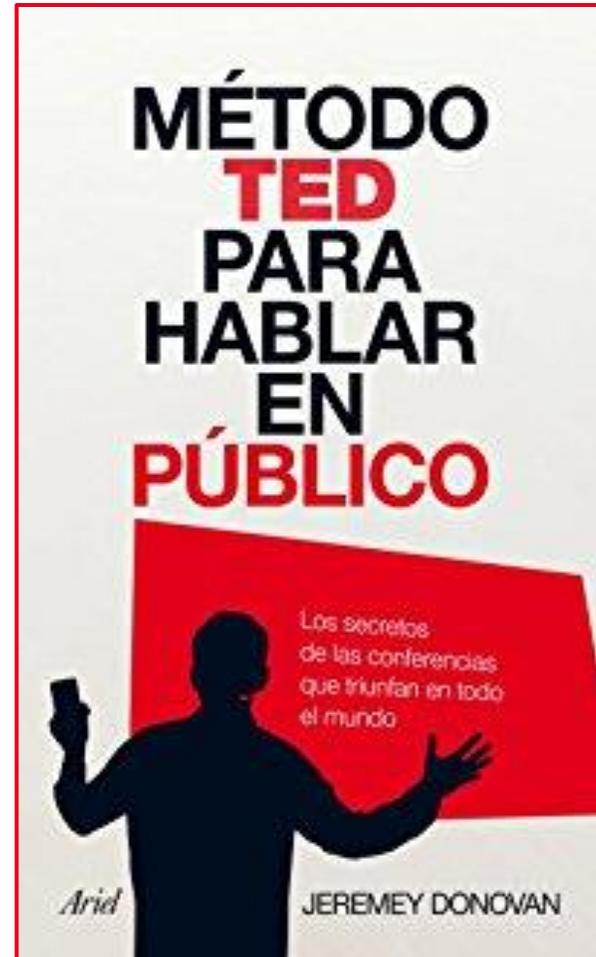
El viaje de la curiosidad,
un camino a la creatividad
por nuestro CEO, Luis Felipe Barrientos

BARRY

@barrycrow

TRES FORMAS DE CONTAR UNA HISTORIA:

1. CRONOLOGÍA
2. SITUACIÓN – PROBLEMA – SOLUCIÓN
3. CONCEPTOS





1. CRONOLOGÍA



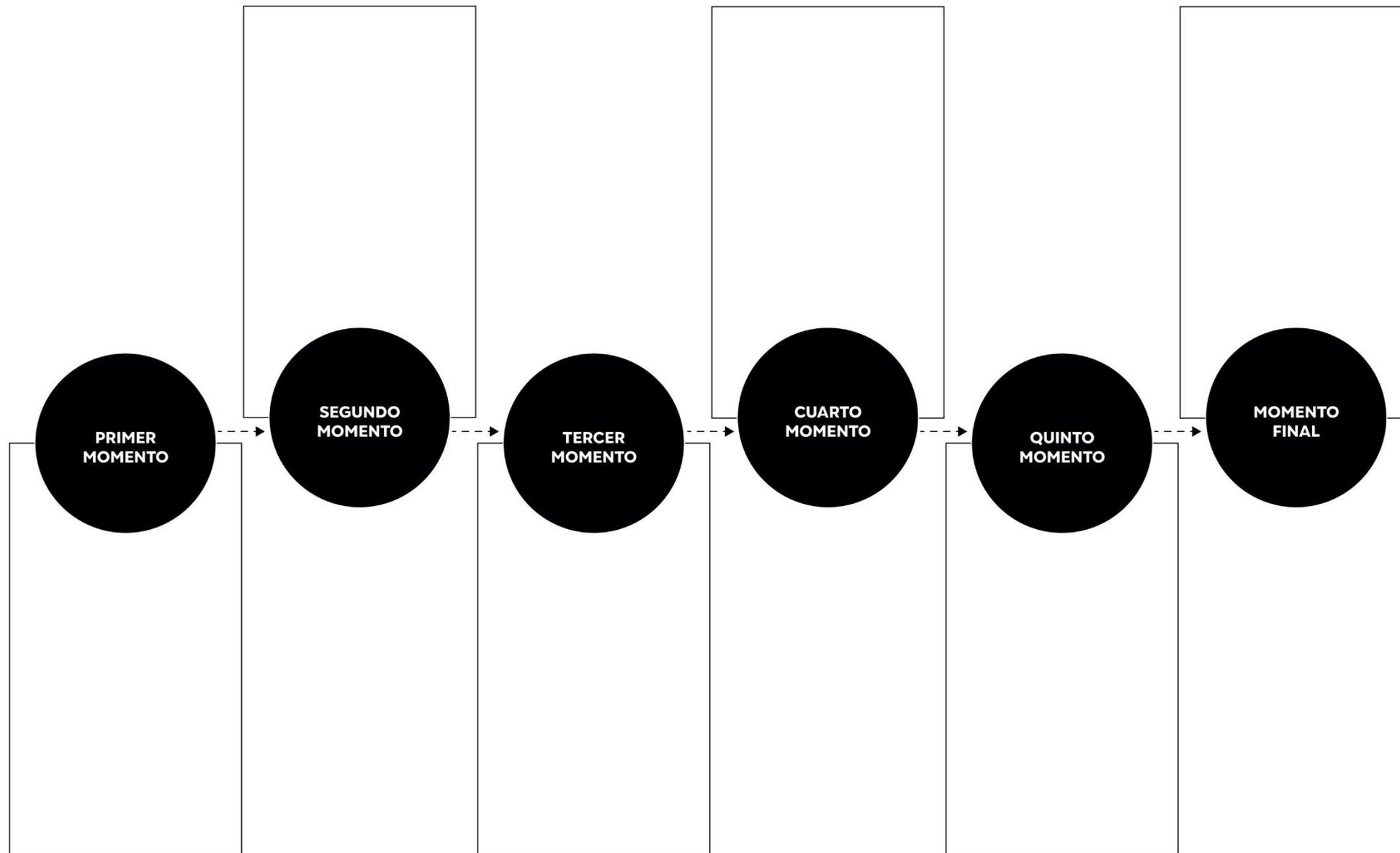
Global 



UNA HISTORIA EN EL TIEMPO

INTEGRANTES
O GRUPO

FECHA:



NOMBRE DEL PROYECTO:

Basado en: "Metodo TED para hablar en publicoStorytelling para el exito"
Jeremy Donovan



A person is shown from the chest up, holding a lit sparkler in their hands. The sparkler is bright and glowing, with many sparks flying out. The background is dark, suggesting a night setting. In the top right corner, there is a pink cross symbol. At the bottom of the image, there is a large red circle. On the left side, there is a red-bordered box containing text.

2. SITUACIÓN,
PROBLEMA,
SOLUCIÓN





MOMENTOS DE LA HISTORIA

INTEGRANTES
O GRUPO

FECHA:

RETO (SITUACIÓN)

Primero... capte la atención de sus oyentes con un reto o una pregunta inesperada

LUCHA (PROBLEMA)

Luego... ofrezca a sus oyentes una experiencia emocional al narrar la lucha para superar aquel desafío, o para encontrar la respuesta a la pregunta introductoria

RESOLUCIÓN (PROYECTO Y/O SOLUCIÓN)

Por último... dispere la respuesta de sus oyentes con una resolución reveladora, que los llame a actuar

NOMBRE DEL PROYECTO:

Basado en: "Storytelling para el éxito"
Peter Guber



3. CONCEPTOS

MAGIC
MUSHROOMS

**STARTER**





	2017	2018	2019	3TM	1H19	1H18
Reported EBITDA	190,500.0	195,750.0	293,625.0	440,437.5	225,865.4	372,677.7
Normalization adjustments						
Sales cutoff	200.0	5,500.0	8,250.0	12,375.0	6,346.2	10,471.1
Bad debt provision	(250.0)	(600.0)	(300.0)	(100.0)	(230.8)	(315.0)
Warranty claim	(300.0)	(150.0)	(225.0)	(337.5)	(175.1)	(285.0)
Unaccrued bonus	(500.0)	-	-	-	-	-
Unaccrued rebates	-	-	(400.0)	(400.0)	-	-
Reclass to unusual	(550.0)	-	(825.0)	(825.0)	-	-
	(1,200.0)	4,750.0	6,500.0	10,712.5	5,942.3	10,156.1
Normalized EBITDA	129,300.0	200,500.0	300,125.0	451,150.0	231,807.6	382,832.6
Forma adjustments						
Restructuring costs	7,500.0	-	-	-	-	-
Listed company costs	-	-	-	450.0	-	450.0
Other non-recurring expenses	-	-	50.0	-	-	-
	7,500.0	-	50.0	450.0	-	450.0
Forma EBITDA	136,800.0	200,500.0	300,175.0	451,600.0	231,807.6	383,282.6
Rate adjustments						
New development	1,000.0	-	3,000.0	4,500.0	2,507.7	3,807.7
Operational efficiencies	1,500.0	-	-	-	-	-
Procurement savings	1,000.0	2,500.0	3,500.0	4,500.0	2,507.7	3,807.7
	3,500.0	2,500.0	6,500.0	9,000.0	5,015.4	7,615.4
Rate EBITDA	140,300.0	203,000.0	306,675.0	460,600.0	236,823.0	390,898.0
EBITDA margin	9.1%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
Normalized EBITDA	9.0%	10.2%	10.2%	10.2%	10.3%	10.3%
Forma EBITDA	9.5%	10.4%	10.3%	10.4%	10.4%	10.4%
Rate EBITDA	9.6%	10.4%	10.3%	10.4%	10.4%	10.4%







TOMA MOMENTOS DE UNA PELÍCULA QUE TE INSPIRE Y
APLÍCALOS A TU HISTORIA

UNA PELÍCULA QUE INSPIRA

--	--	--	--	--	--



--	--	--	--	--	--

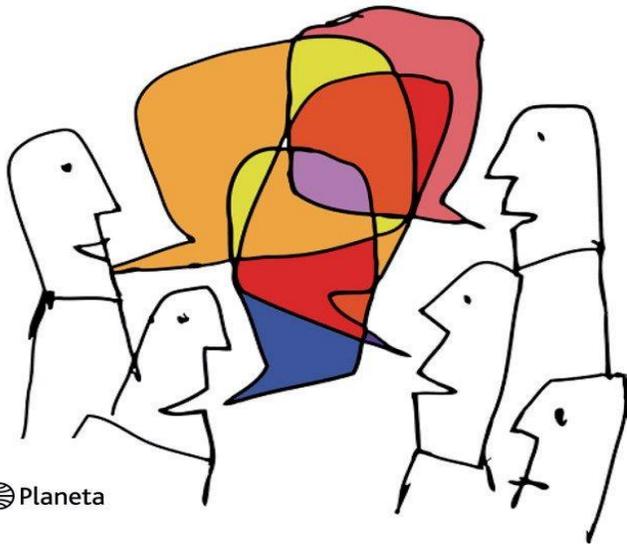
MI HISTORIA



RICHARD MAXWELL
ROBERT DICKMAN

Convencer a la gente contando historias

EL NUEVO ARTE DE LA PERSUASIÓN



Planeta



BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow



1. LA PASIÓN

BARRY

@barrycrow



¿POR QUÉ ES **INTERESANTE MI HISTORIA?**
¿QUÉ HACE QUE ME **IMPORTE?**
¿LE IMPORTA A MI **AUDIENCIA?**

BARRY

@barrycrow

"An indispensable must-read. If you're preparing your pitch—and who isn't nowadays?—this book is for you."
—Adam Benayoun, Venture Partner, 500 STARTUPS

ONE PERFECT PITCH

HOW TO SELL YOUR IDEA,
YOUR PRODUCT, YOUR
BUSINESS—OR YOURSELF

MARIE PERRUCHET
FOUNDER OF ONE PERFECT PITCH

¿Cómo empezar una historia?





2. EL HÉROE



BARRY

@barrycrow





BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow

¿CUÁL ES EL PROTAGONISTA
DE **ESTA HISTORIA?**
¿POR QUÉ **NOS IMPORTA?**
¿QUÉ **PIENSA Y SIENTE?**

BARRY

@barrycrow

A dramatic scene of a white van stuck in a river of mud and debris. The van is partially submerged in the thick, brown slurry. In the background, large waves are crashing against several tall pine trees, creating a massive splash of white water and mist. The sky is dark and overcast, adding to the sense of danger and chaos.

3. EL ANTAGONISTA



BARRY

@barrycrow





BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow

¿CUÁL ES EL PROBLEMA, **EL ENEMIGO**
O LA SITUACIÓN A ENFRENTAR?
¿CÓMO **NOS HA HECHO SENTIR**
A MI Y A MI OYENTE?
¿**POR QUÉ?**

BARRY

@barrycrow



4. LA INSPIRACIÓN

思意



BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow

EL ARMA SECRETA “**LA INSPIRACIÓN**”:
¿QUÉ VOY A HACER PARA RESOLVER ESTO?
¿CÓMO **LO VOY A LOGRAR**?

BARRY

@barrycrow

A night sky scene featuring a large, bright full moon in the upper right quadrant. A bright shooting star streaks diagonally across the center of the frame. The sky is dark blue with several small, distant stars. Silhouettes of bare tree branches are visible in the foreground, framing the sky.

5. EL CIERRE TRIUNFAL



BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow



BARRY

@barrycrow

TRANSFORMACIÓN:
¿QUÉ PASA SI EL HÉROE SALE VICTORIOSO?
¿CÓMO LO LOGRÓ?
¿QUÉ APRENDIÓ?

BARRY

@barrycrow

PROCESO STORYTELLING

PLANTEAMIENTO

DESARROLLO

DESENLACE

MORALEJA

1

Determinar
la búsqueda

2

Caracterizar
personajes

3

Definir
antagonista

4

Crear
acontecimientos

5

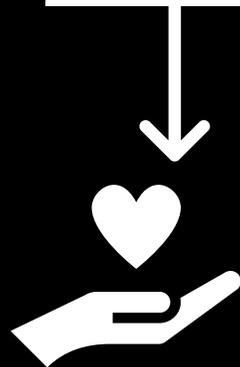
Resolver la
crisis

6

Reactivar
historia

7

Parecerse a
la realidad



PASIÓN



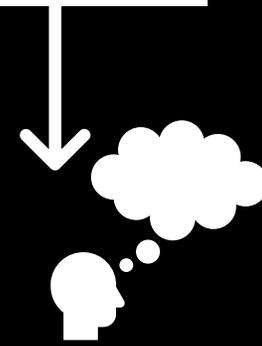
HÉROE



VILLANO



ARMA
SECRETA



CIERRE
TRIUNFAL

<https://www.marianocabrera.com/el-storytelling/>

BARRY

@barrycrow



“UNA BUENA HISTORIA
INICIA EN PUNTA Y **TERMINA**
EN PUNTA”

-BARRY-

BARRY

@barrycrow



STORYTELLING CANVAS

INTEGRANTES
O GRUPO

FECHA:

1 PÚBLICO OBJETIVO

3 EMOCIONES A GENERAR

5 HÉROE DE LA HISTORIA

8 HERRAMIENTAS DE APOYO

2 MENSAJE PRINCIPAL

4 TIPO DE HISTORIA A CONTAR

(ANÉCDOTA, RELATO VISIÓN DE FUTURO, RELATO PARA QUÉ ESTOY AQUÍ,
RELATO DE ALGO QUE PASÓ)

6 ANTAGONISTA O EL RETO

9 LLAMADO A LA ACCIÓN

7 ARMA SECRETA DEL HÉROE

NOMBRE DEL PROYECTO:

Fuente propia





ESTRUCTURA DE LA HISTORIA

INTEGRANTES
O GRUPO

FECHA:

CREAR ESCENARIOS CON LOS QUE EL PÚBLICO SE SIENTA IDENTIFICADO - LA HISTORIA DEBE TENER DETALLES

INICIO:
APERTURA DE IMPACTO

INTRODUCCIÓN

Preséntate y presenta tu objetivo (NARRADOR DE HISTORIAS)

CONFLICTO

Presenta lo que te impide llegar a tu objetivo (VILLANO)

ACCIÓN EN AUMENTO

¿Qué obstáculos tenemos que superar, paso a paso, para lograr resolver el problema fundamental (AVENTURA)

CLÍMAX

Revela la existencia de una solución (EPIFANÍA)

FINAL:
CIERRE DE IMPACTO

ACCIÓN EN DECLIVE

Explica la solución (REVELACIÓN)

DESENLACE

El problema fundamental se resuelve (RESOLUCIÓN)

NOMBRE DEL PROYECTO:

Basado en: Libro - "Presentaciones Memorables"
Kenny Nguyen, Gus Murillo, Robert Killeen, Luke Jones





EN RESUMEN

Estructura de un pitch:

1. Introducción con impacto
2. Problema con información reveladora
3. Solución sorprendente
4. Tamaño de mercado: Utiliza TAM, SAM y SOM. Habla del crecimiento anual.
5. Diferenciación de los competidores evidenciando atributos
6. Modelo de negocio y victorias tempranas
7. Explica quiénes son las personas que están impulsando el proyecto.
8. Road map de lo que viene y datos financieros.
9. Llamado a la acción y la fuerza del propósito

A photograph of a person standing on a railway track in a mountainous town. The track runs through the center of the frame, flanked by buildings and a stone wall. The word "MOVE" is overlaid in large white letters across the center of the image. The background shows mountains under a cloudy sky.

MOVE



¡AL AGUA!



NETFLIX

1



BRENÉ BROWN

the Call to Courage

2



3

"LA GENTE OLVIDARÁ LO QUE
DIJISTE, LA GENTE OLVIDARÁ
LO QUE HICISTE, PERO LA
GENTE NUNCA OLVIDARÁ
CÓMO LA HICISTE SENTIR."

— MAYA ANGELOU —

BARRY

@barrycrow

A night sky with the Milky Way galaxy visible. In the foreground, a white pickup truck is parked on a road, with a person standing on its bed. The scene is illuminated by the truck's headlights and some ambient light. A red rounded rectangle is overlaid on the bottom of the image.

CONFIRMACIONES Y DESCUBRIMIENTOS

MUCHAS GRACIAS!

LUIS FELIPE BARRIENTOS

barrycrow@gmail.com

b@corvusclan.com.co

<https://www.linkedin.com/in/luis-felipe-barrientos-moreno>

+57 320 281 42 82

