

LOB  
STORY

# Storytelling para Negocios

Miguel Ángel Labarca



Fundación Chile

8 de Enero 2025

# Expectativas

¿Qué esperas de la capacitación?

## Ejercicio

**LOB**  
STORY

Cuéntale de tu trabajo a una audiencia que no sepa nada del tema.

# LOB STORY



Capacitación



Consultoría



Entrenamiento



Cursos Online

[www.theLABstory.com](http://www.theLABstory.com)

LOB  
STORY



Lo único que realmente importa al hablar en público no es la seguridad, la presencia escénica o la facilidad de palabra.

Es tener algo que valga la pena contar.

LOB  
STORY

Todos, en algún momento hemos escuchado algo tan sorprendente, divertido o interesante que no podemos aguantar las ganas de contarlo. Cuando tengamos que hacer una presentación de negocios, debemos encontrar qué es aquello que valga la pena contar. Ese trabajo de investigación y reflexión es –mas que el ensayo, el power point o las habilidades verbales- la verdadera semilla de una buena presentación.

Encontrando qué es eso que vale la pena contar, encontraremos el hilo conductor, sabremos como estructurar la presentación y, al momento de presentar, tendremos la convicción y el entusiasmo necesario para contar una buena historia. No sólo será un placer contar la historia, sino que -lo más importante- será un placer escucharla y provocará el efecto que buscas en tu audiencia.

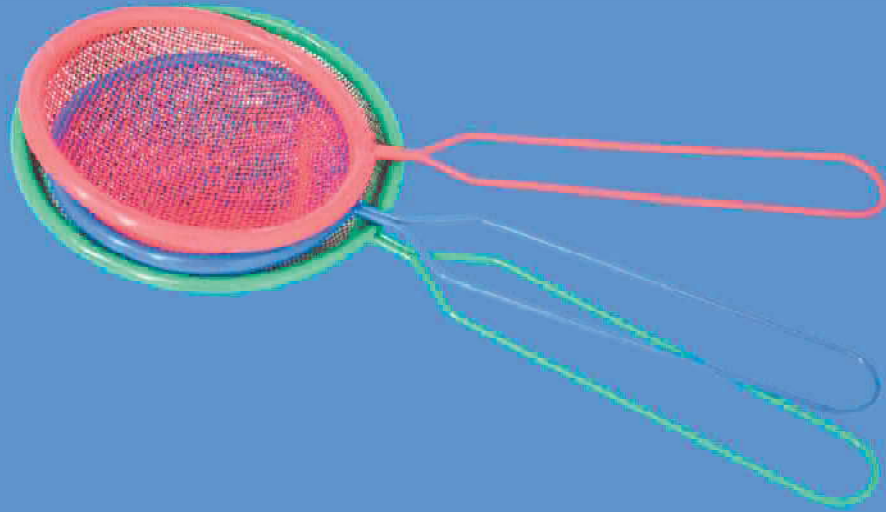
Algo que valga la pena contar.

LOB  
STORY

Encuentra siempre algo que valga la pena contar.

Frente a cualquier presentación dedicar el tiempo que sea necesario a encontrar qué es eso que vale la pena contar.

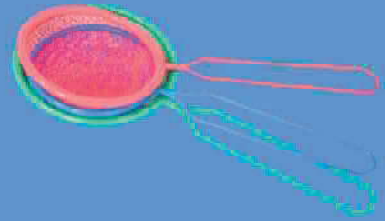
## Los 3 filtros de una buena presentación.



Una buena presentación debería pasar 3 filtros.  
Los tres filtros no garantizan que la presentación sea fantástica, pero son un buen punto de partida.

## Los tres filtros de una buena presentación

1. **NOVEDAD**  
(¿Qué cosa **NO** saben?)
2. **UTILIDAD**  
(¿Qué cosa les **SIRVE**?)
3. **OBJETIVO +**  
(¿Qué quieres que **HAGAN**?)



**LOB**  
STORY

1. El filtro de la novedad se enfoca en la AUDIENCIA. Tenemos que decirles algo que no saben, si no, ¿cuál es el sentido de presentarles?
2. El filtro de la utilidad también se enfoca en la AUDIENCIA. ¿Con que información útil se quedarán después de escuchar tu presentación?
3. El filtro del objetivo se enfoca en ti, la persona que crea la presentación. Si estás haciendo la presentación tienes que tener claro que estás buscando. Es bueno pensar tanto en el objetivo de tu empresa, tu área dentro de la empresa y el objetivo personal que puedes tener junto con estos objetivos más corporativos.

Ahora... ¿cómo definir de manera correcta nuestro objetivo?



¿Cómo definir un buen  
objetivo?

En función de una  
**acción** ejecutada por  
mi **audiencia**.

LOB  
STORY

Si defino mi objetivo en función de acciones mías, como por ejemplo “explicar” es difícil poder juzgar si lo hice bien o no. Lo ideal es definir el objetivo en función de acciones que debe ejecutar mi audiencia.

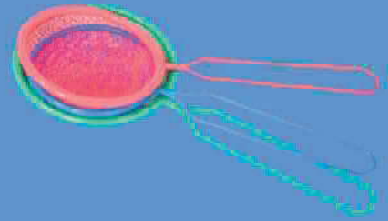
Ejemplo:

“Quiero que después de la presentación, un 20% de los asistentes creen una cuenta en la nueva plataforma.”

“Quiero que después de la presentación, las consultas a la mesa de ayuda del grupo que asistió disminuyan en un 50%”

## Ejercicio: ¿Pasa tu presentación por los 3 filtros?

1. **NOVEDAD**  
(¿Qué cosa **NO** saben?)
2. **UTILIDAD**  
(¿Qué cosa les **SIRVE**?)
3. **OBJETIVO +**  
(¿Qué quieres que **HAGAN**?)



**LOB**  
STORY

1. El filtro de la novedad se enfoca en la AUDIENCIA. Tenemos que decirles algo que no saben, si no, ¿cuál es el sentido de presentarles?
2. El filtro de la utilidad también se enfoca en la AUDIENCIA. ¿Con que información útil se quedarán después de escuchar tu presentación?
3. El filtro del objetivo se enfoca en ti, la persona que crea la presentación. Si estás haciendo la presentación tienes que tener claro que estás buscando. Es bueno pensar tanto en el objetivo de tu empresa, tu área dentro de la empresa y el objetivo personal que puedes tener junto con estos objetivos más corporativos.

Ahora... ¿cómo definir de manera correcta nuestro objetivo?

Registro Asistencia - Módulo 1  
Storytelling 08/01



# LAB STORY



Miguel Ángel Labarca



@LABStoryLAB



@LABstoryLAB



@Lab Story



@LabStoryLab



labarca@thelabstory.com