



Una historia...

En tres actos



Contenido

1. ¿Qué son las historias y para qué sirven?
2. Historias con datos y sus estructuras narrativas básicas
3. Visualización de datos



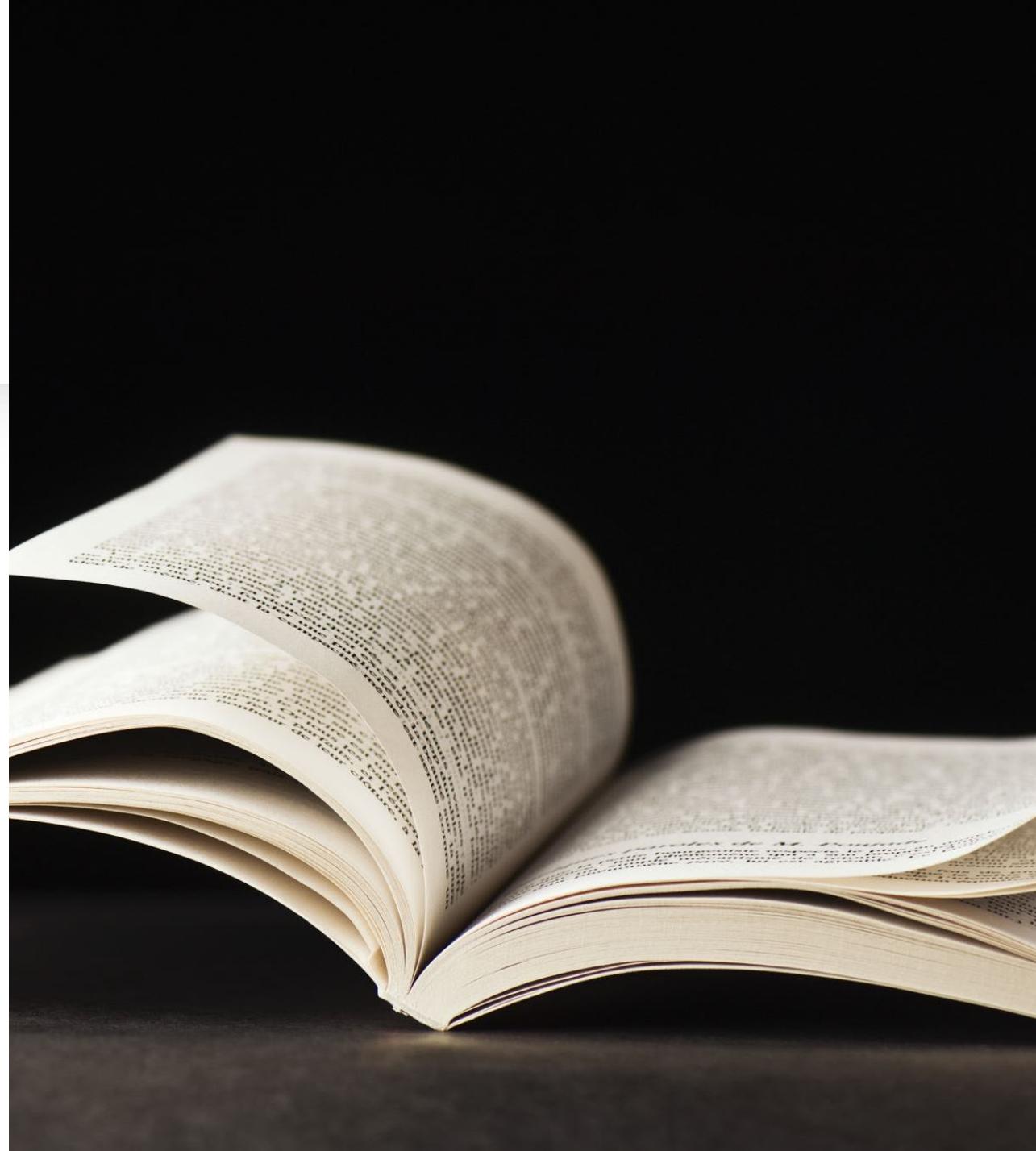


La humanidad y las historias

- En la “Cueva de Chauvet” encontramos algunas historias que datan de más de 30.000 años perfectamente contadas
- No sabemos exactamente lo que decían, pero estaban hechas para ser vistas (leídas o contadas) y apreciadas por alguien
 - Toda imagen esta hecha para ser vista y narrada
 - Toda imagen es una historia de superposiciones anacrónicas

¿Para qué historiar?

Las historias transforman la realidad hipercompleja en un modelo imaginario y coherente que nos permite apropiarnos de un significado que nos hace protagonistas de una narración con sentido de la cual somos parte





Y ... ¿por qué funcionan?

Es decir ... ¿Por qué nos sentimos identificados con las historias?



... porque intuitivamente tenemos una idea historiada de la vida... creemos que ...

- Somos protagonistas únicos(as) de eventos especiales
- Vivimos en un tiempo continuo
- La realidad es causal y coherente
- Forjamos nuestro destino tomando decisiones
- Progresamos venciendo los obstáculos que nos impone la existencia



De esta forma...

Nos sentimos naturalmente identificados(as) y atraídos(as) por relatos que narran cómo los humanos resuelven problemas humanos...

... Cómo otras personas viven una vida, que bien podría ser la nuestra...



Entonces...

Las historias dan sentido y continuidad narrativa a nuestras experiencias fundamentales, permitiendo imaginar el futuro...

Imaginación, memoria y proyección son siempre parte del mismo gesto



Así...

Al conectar emoción y significado... las historias abren nuevas posibilidades de ser...



Después de todo...

... Todos(as) tenemos una historia que contar...

... Una historia transformada constantemente por los acontecimientos y decisiones vitales

... que revela quienes somos y quienes podemos ser...



Podemos decir que...

... Somos una posibilidad narrativa...

...estamos hechos(as) de historias...

... nuestras historias...

... que creamos y transformamos...

... con sus puntos ciegos, umbrales, puertas ya abiertas y puntos de fuga...

Por eso...

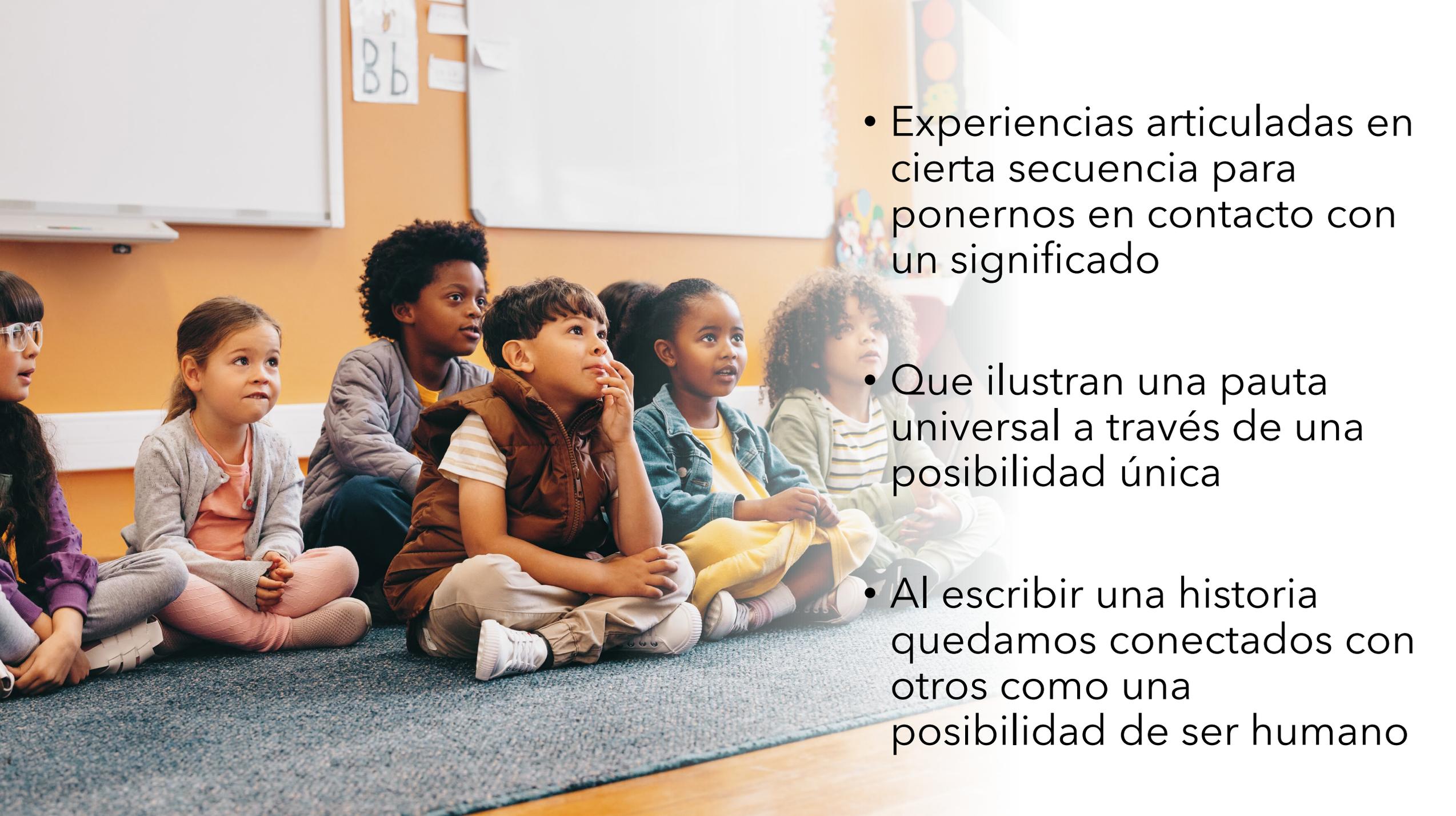
Las historias han sido compartidas en todas las culturas y lugares como un medio de entretenimiento, educación, preservación cultural, transmisión de conocimiento, formación valórica y transformación personal



Entonces... ¿Qué son las historias?

“Artefactos” que usamos para mostrar “algo” a través de una secuencia de “experiencias humanas”





- Experiencias articuladas en cierta secuencia para ponernos en contacto con un significado
- Que ilustran una pauta universal a través de una posibilidad única
- Al escribir una historia quedamos conectados con otros como una posibilidad de ser humano



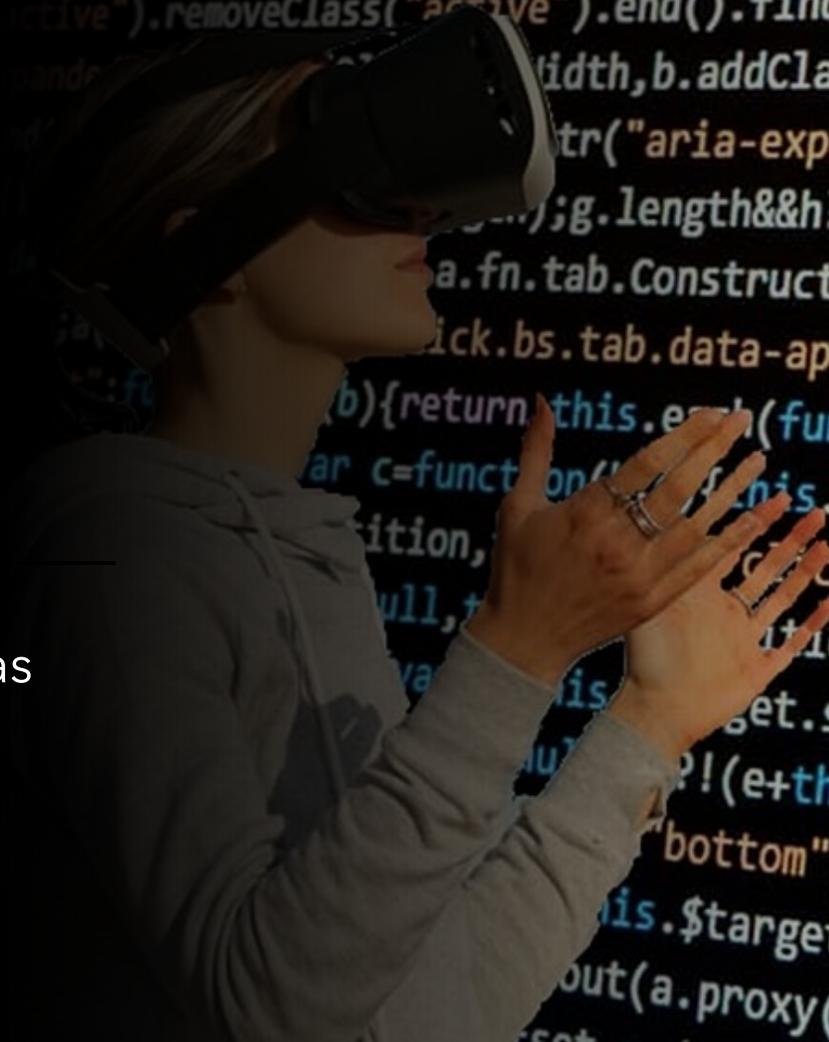
Las historias muestran una transformación

- Un cruce vital
- Un punto de inflexión
- Una bifurcación
- Un detalle que nos hizo mirar en otra dirección



Historias basadas datos

Emocionar con hechos y cifras



Historia de Elena

- En Tregualemu, en la Región del Maule, no hay banco, ni cajero automático, ni señal estable de celular.
- Allí está la señora Elena que atiende su pequeño almacén desde hace más de tres décadas.
- Hace cinco años, aceptó instalar una Caja Vecina. Al principio, pensó que solo haría algunos depósitos o pagos de cuentas. Hoy, recibe a más de 70 personas al día: jubilados que cobran su pensión, mamás que pagan sus cuentas, trabajadores que envían dinero a sus familias
- Elena no solo ofrece un servicio bancario. También da confianza, conversa, explica, ayuda a los vecinos a entender sus trámites.
- Hemos instalado más de 40 mil puntos de conexión humana en todas las comunas de nuestro país, donde cada una de las transacciones, se convierte en una historia de inclusión, cercanía y dignidad.



Antes de comenzar una historia

- Objetivo: ¿para qué?
- Audiencia: ¿para quiénes?
- Mensaje central: ¿Qué deben recordar?



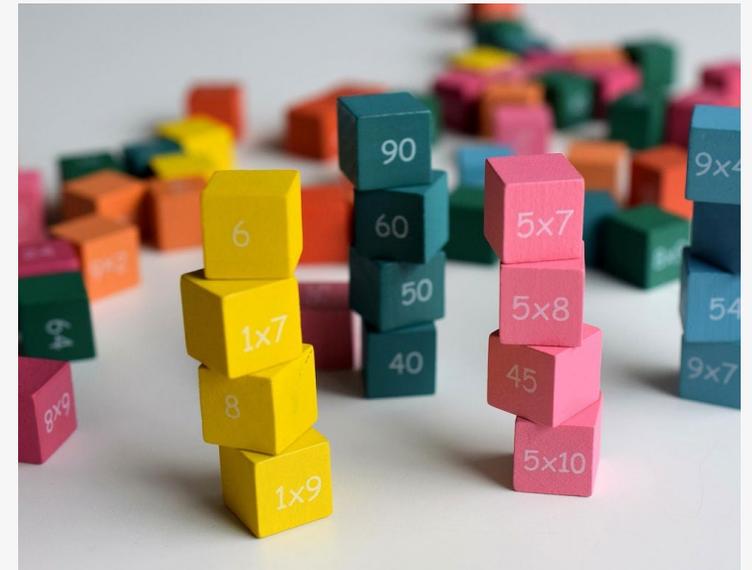
Elementos esenciales de las historias con datos

- Un caso humano o un evento impactante que represente el problema para capturar la atención
 - Mostrar las personas que viven el problema
 - Mostrar de qué se trata el asunto en términos concretos



Elementos esenciales de las historias con datos

- Mostrar lo que sucede en otras partes
 - ¿Cómo se vive el problema en otros lugares?
 - ¿Es diferente?
- Mostrar las soluciones intentadas sin evidencia
 - ¿Funcionan?
 - ¿Por qué?
- Mostrar soluciones basadas en evidencia
- Argumento final
 - Argumentación plena de significado
 - Algo claro y memorable



Uso de datos

- Seleccionar datos relevantes que aporten valor y claridad a la historia
 - Adaptar los datos a la audiencia
 - Utilizar visualizaciones claras: destacar lo esencial para la audiencia
 - Pocos datos pero significativos
 - Sencillez



Uso de datos

- Humanizar los datos: detrás de cada cifra hay personas reales
 - Contrastar lo que se dice y lo que realmente pasa
 - Lo que ha funcionado y lo que ha fallado
 - Buscar un equilibrio (razón - emoción): combinar historias humanas con datos verificables



Uso de datos

- Contextualizar los datos:
 - Comparar con algo conocido
 - Contrastar lo que se dice y lo que realmente pasa
 - Lo que ha funcionado y lo que ha fallado
- Precisión y credibilidad
- Mostrar contrastes o tendencias en los datos para generar impacto
- Explicar por qué las cifras importan con una conclusión accionable





Algunas estructuras narrativas

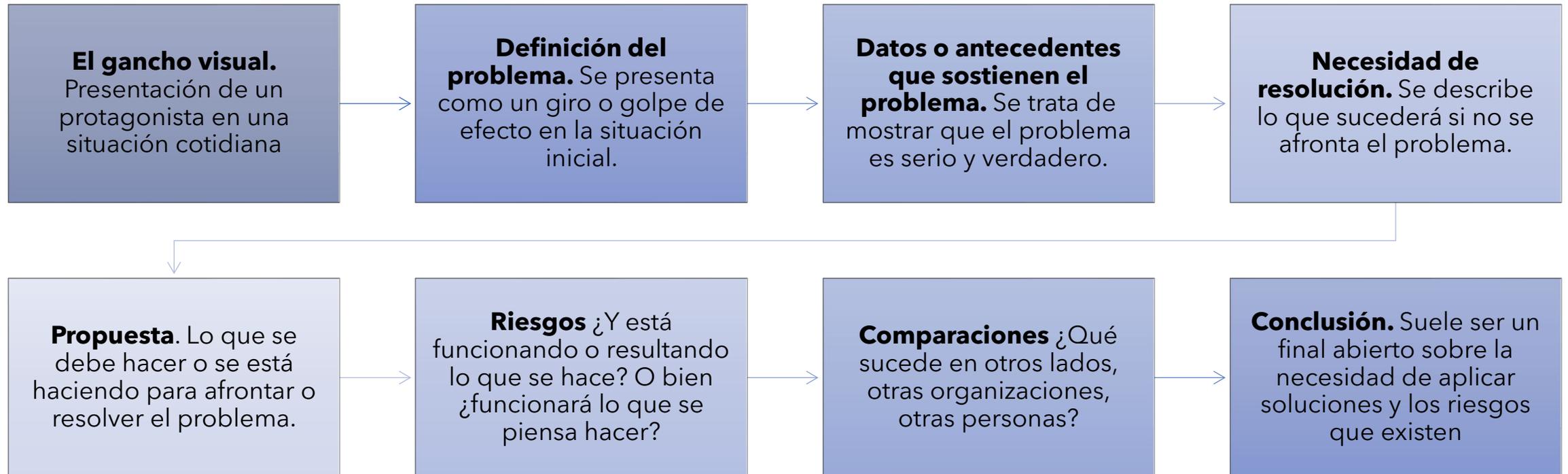
La más común

Etapas	Elemento narrativo	Tipo de recurso
1	Gancho emocional	Imagen humana y territorial
2	Problema y extensión	Desigualdad territorial + datos
3	Necesidad de solución	Rol público y contra cíclico
4	Solución	Cifras + ejemplos humanos
5	Lo que funciona / no funciona	Aprendizaje y compromiso institucional
6	Cierre significativo	Propósito y orgullo de pertenencia

Otra estructura posible

Diapositiva	Pregunta Narrativa Guía	Objetivo Ejecutivo
Inicio/Problema	¿Por qué deberíamos preocuparnos por esto ahora?	Crear urgencia
Datos/Evidencia	¿Qué están tratando de decirnos estos números?	Demostrar impacto
Análisis/Insight	¿Qué historia revelan que aún no hemos visto?	Generar comprensión
Propuesta/Solución	¿Qué podríamos lograr si actuamos?	Motivar decisión
Cierre	¿Qué pasará si no hacemos nada?	Impulsar acción

Estructura "The Economist"



Estructura en tres actos

Acto I: Situación

¿Dónde estamos ahora? Establecer contexto actual con datos de referencia.

Acto II: Análisis

¿Por qué estamos aquí? Revelar causas y patrones en los datos.

Acto III: Acción

¿Qué debemos hacer? Presentar recomendaciones basadas en evidencia.

Vincular experiencia humana y lógica sistémica

De lo micro a lo macro

Metáfora estructural

Personaje guía

Giro inesperado

Paralelismo narrativo

De la emoción a la comprensión

El dato como evidencia emocional



Visualización

La clave



Filosofía del Data Storytelling

- Los datos son la base para construir historias que transforman decisiones y movilizan organizaciones
- La capacidad de comunicar insights de manera efectiva determina el éxito de las iniciativas estratégicas

Los Tres Pilares del Data Storytelling



1. Simplicidad Visual

Una sola idea por diapositiva, eliminando elementos decorativos innecesarios.



2. Jerarquía Estratégica

El dato más importante debe ser el más visible utilizando tamaño, color y posición



3. Gráficos Inteligentes

Seleccionar el tipo correcto: barras horizontales para comparaciones, líneas para tendencias, evitando gráficos 3D o de pastel

Tipos de Gráficos por Propósito



Gráficos Recomendados

Barras horizontales para comparaciones, líneas para tendencias temporales, y dispersion para mostrar relaciones entre variables



Evitar Siempre

Gráficos de pastel, 3D y gauges que dificultan interpretación rápida y pueden distorsionar información crítica para decisiones.

Visualización

Eliminación de Ruido

- Colocar cifras clave directamente en el gráfico eliminando leyendas innecesarias.
- Maximizar ratio tinta-información minimizando elementos gráficos decorativos.
- Incluir siempre fecha, fuente y contexto comparativo en cada visualización.

Color

- Usar un solo color de acento sobre escala de grises para máximo impacto.
- Aplicar color únicamente para resaltar desviaciones, riesgos u oportunidades clave.
- Evitar la regla del semáforo excepto cuando sea estrictamente necesario para interpretación.



Humanización de Datos Bancarios



Rostro Humano en Datos

- Transformar estadísticas en historias reales de clientes.
- Usar nombres y situaciones específicas para generar empatía.
- Conectar métricas abstractas con experiencias tangibles del día a día.



Ancla Emocional

- Resaltar datos con gran peso simbólico usando espacios en blanco.
- Utilizar analogías para hacer tangibles conceptos financieros complejos.
- Crear conexión emocional que impulse decisiones estratégicas inmediatas.

Tener presente

-7

Filas por Tabla

1

**Mensaje por
diapositiva**

100%

Datos en contexto

0

Datos sin Insight

Errores Críticos en Presentaciones Ejecutivas

Errores de diseño

El diseño debe facilitar comprensión inmediata, no crear confusión o distracción en audiencias ejecutivas.

- Ejes truncados que distorsionan la realidad de datos críticos.
- Gráficos 3D, de pastel o gauges que confunden interpretación.
- Exceso de colores o elementos decorativos sin propósito funcional.

De la descripción a la acción

Título Descriptivo (Evitar)

Ventas Q3 2025

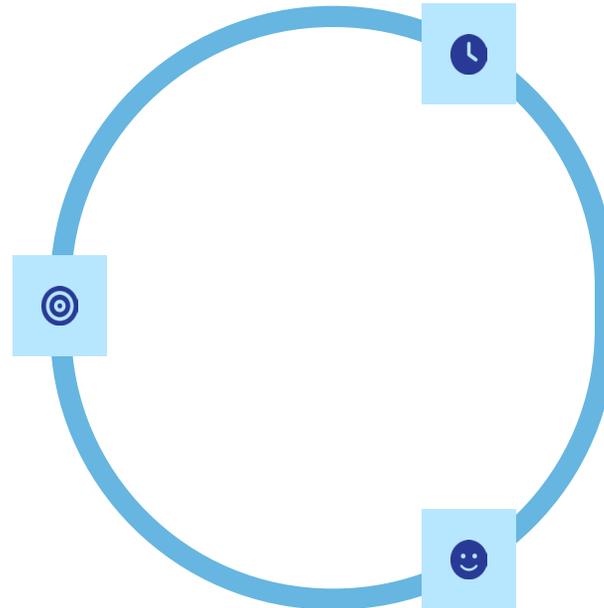
Título de acción (Usar)

Las ventas cayeron 15% en Q3 por creciente competencias de empresas no bancarias

Diapositiva 1: Resumen Ejecutivo

Conclusiones Primero

Comenzar con el 'so what' para audiencias ejecutivas. Presentar inmediatamente las 3-4 conclusiones más importantes antes de mostrar el análisis detallado, optimizando el tiempo de decisión.



Regla de 30 Segundos

La diapositiva cero debe comunicar el mensaje completo en 30 segundos. Si la reunión se interrumpe, la audiencia debe tener claridad total sobre recomendaciones y próximos pasos críticos.

Llamado a la acción

Incluir específicamente qué decisión se necesita, quién debe actuar, cuándo y con qué recursos. Transformar insights en acciones concretas con responsables y fechas definidas.

Dar significado a los números

Comparaciones Obligatorias

Siempre incluir benchmarks relevantes: Un dato aislado no genera insights para gerentes que necesitan tomar decisiones estratégicas informadas (ventas vs competencia)

Análisis de Causas

No basta con mostrar qué pasó; explicar por qué sucedió. Identificar factores internos.
Conectar datos con decisiones previas para crear aprendizaje organizacional y mejorar futuras estrategias de gestión.

The background features a soft-focus view of autumn leaves in shades of yellow, orange, and brown, set against a pale, clear sky. The leaves are scattered across the frame, with some in sharp focus in the foreground and others blurred in the background.

¡Muchas Gracias!

Espero que haya sido de útil



Visualización de datos

Más allá del número, lo que se retiene es la imagen (ejemplos con migración irregular y otros)



Anexo: Visualización de datos

Política	Reducción de flujos	Riesgo asociado
Desarrollo en origen	Medio-Alto	Bajo (inversión sostenida)
Visas y canales legales	Alto	Bajo
Muros y fronteras duras	Muy bajo	Alto (violaciones y diversiones)
Deportaciones	(80 % retorna)	Alto (costo humano/ético)

Anexo: Visualización de datos

Inversión en origen

✓ Prevención a raíz

Visas de trabajo /
regularización

✓ Disminuyen la
irregularidad

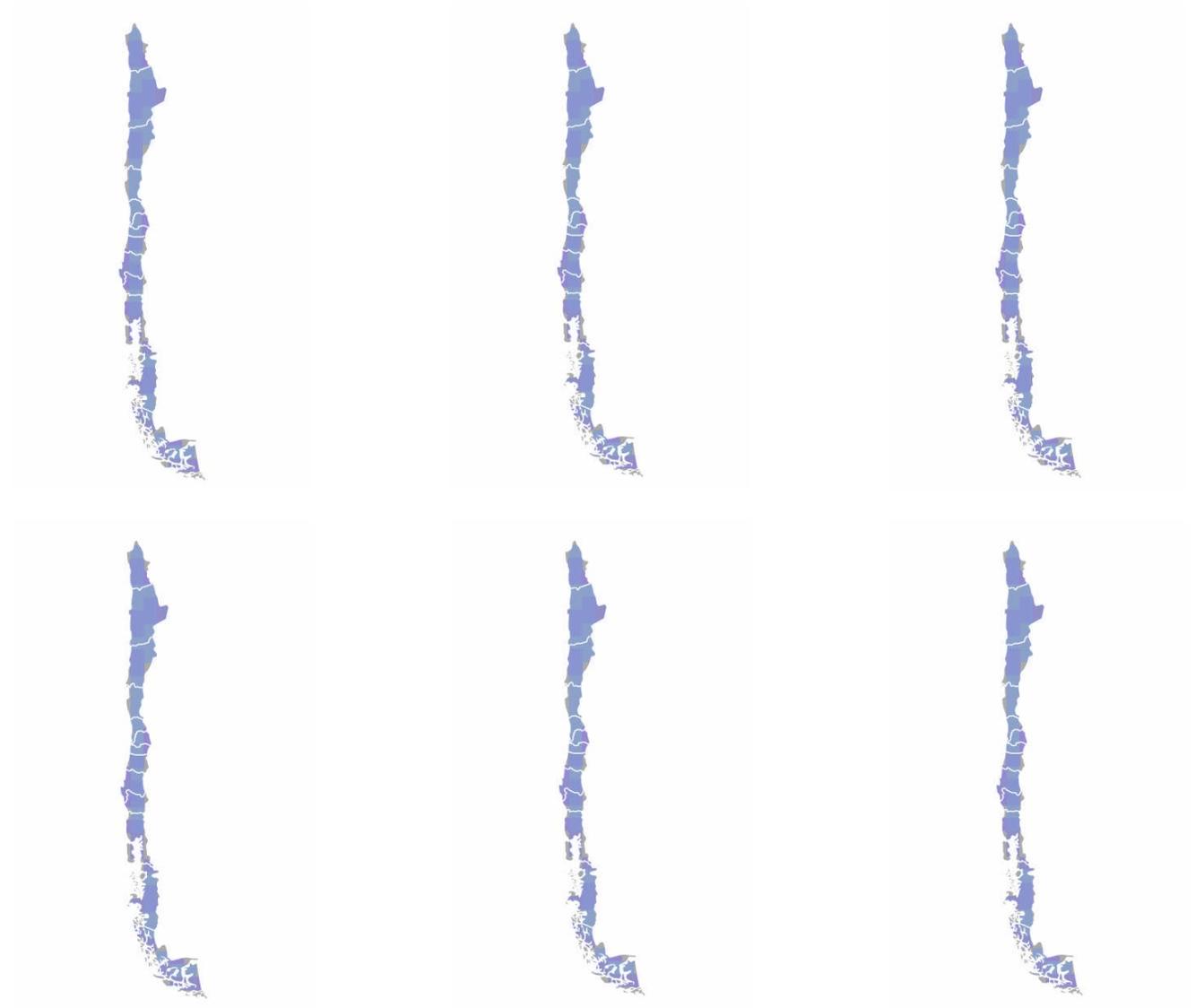
Muros y presencia policial

⊘ No reducen los
cruces

Deportaciones masivas

⊘ Sin impacto real

Anexo: Visualización de datos



6 veces nuestro país

Visualización de datos

80%

De los de los clientes ...

Chile and L.A. Average GDP per Capita (PPP)

Chile Latin America average

