



Guía: Casos de uso de Storytelling con Datos

En un mundo saturado de información, no gana quien tiene más datos, sino quien sabe contarlos mejor. El Storytelling con Datos es mucho más que un adorno visual: es la habilidad estratégica de transformar números en decisiones, datos en acciones, información en impacto.

K por Keisa Avila

Caso de Uso 1: Aerolínea

Objetivo de la Historia:

Persuadir a la dirección para invertir en la mejora de la experiencia del cliente durante los vuelos.

Datos que se usarían:

- Encuestas de satisfacción de pasajeros.
- Tiempo promedio de abordaje.
- Porcentaje de retrasos.
- Quejas más frecuentes.

Insight Clave:

"Los pasajeros que experimentan retrasos superiores a 30 minutos tienen un 50% más de probabilidad de no volver a elegir nuestra aerolínea."

Visualizaciones sugeridas:

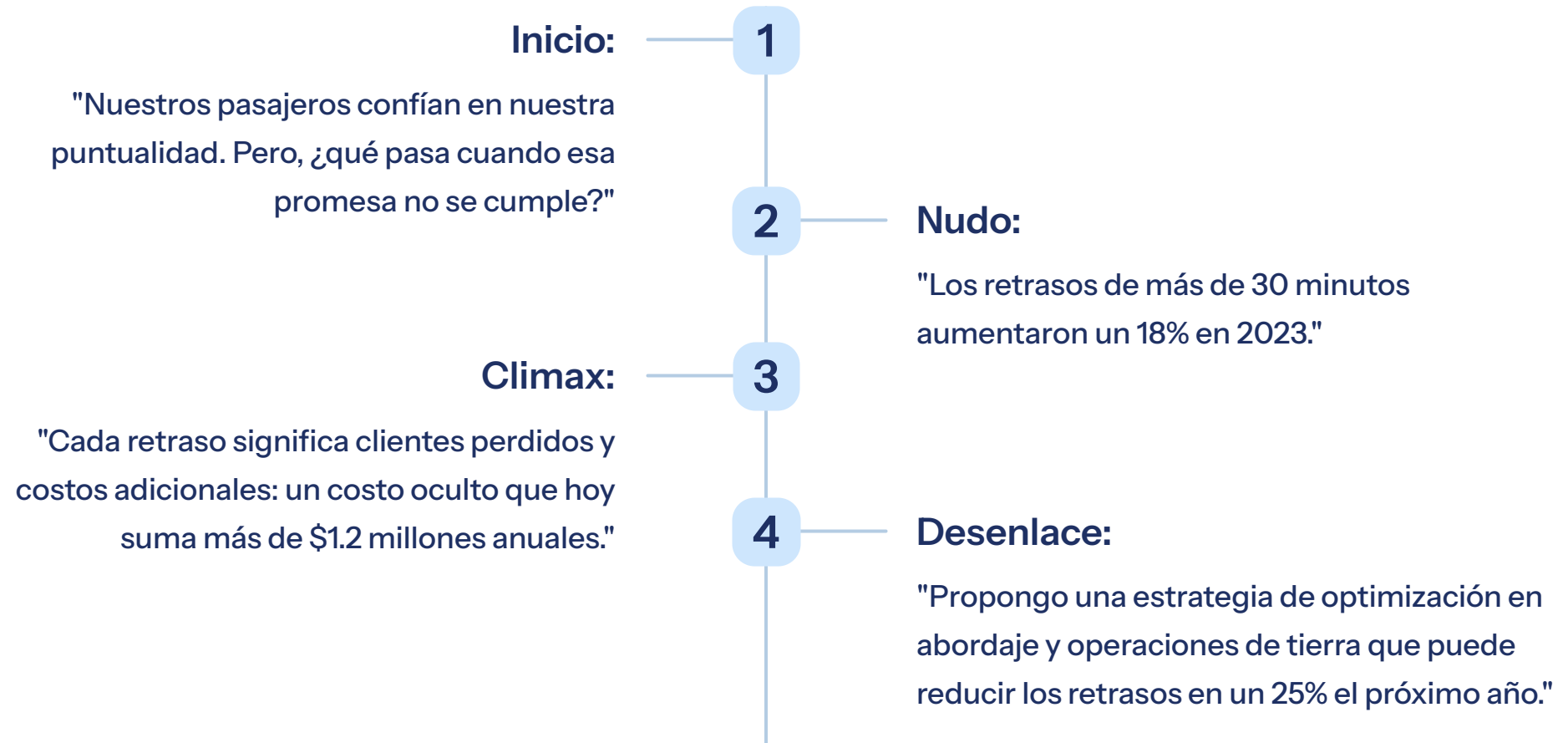
- Gráfico de barras: retrasos promedio por ruta.
- Nube de palabras: quejas frecuentes.
- Línea de tiempo: evolución de la satisfacción.





Caso de Uso 1: Aerolínea

Ejemplo de Storytelling:



Caso de Uso 2: Telecomunicaciones

Objetivo de la Historia: Informar a marketing sobre las zonas críticas de pérdida de clientes para priorizar retención.

Datos clave:

- Tasa de cancelación por región.
- Reclamos de calidad de servicio.
- Tiempo de resolución de fallas.

Insight Clave:

"El 60% de las cancelaciones proviene de solo 3 zonas específicas donde la velocidad de internet es inferior al estándar."

Visualizaciones sugeridas:

- Mapa de calor: zonas de mayor cancelación.
- Línea de tendencia: tasa de retención vs velocidad de servicio.
- Tabla: top de reclamos más comunes.



Caso de Uso 2: Telecomunicaciones

Ejemplo de Storytelling:

1

Inicio

Inicio: "En un mercado tan competitivo, cada cliente que se va nos cuesta más de lo que pensamos."

2

Nudo

Nudo: "Tres zonas concentran el 60% de nuestras pérdidas de clientes."

3

Climax

Climax: "Mejorando la velocidad en esas áreas, podríamos recuperar hasta 25% de los clientes en riesgo."

4

Desenlace

Desenlace: "Necesitamos priorizar actualizaciones de infraestructura en estas zonas antes del próximo trimestre."



Caso de Uso 3: Salud

Objetivo de la Historia: Persuadir para invertir en telemedicina en zonas rurales.

1

Datos que se usarían

- Accesibilidad de servicios médicos en zonas rurales.
- Tiempos de espera en hospitales locales.
- Costos de transporte de pacientes.

2

Insight Clave

"El 70% de los pacientes en zonas rurales debe viajar más de 2 horas para recibir atención básica."

3

Visualizaciones sugeridas

- Mapa de distancias a centros de salud.
- Comparativa: tiempos de atención presencial vs teleconsulta.
- Gráfico de barras: costos de transporte anual.

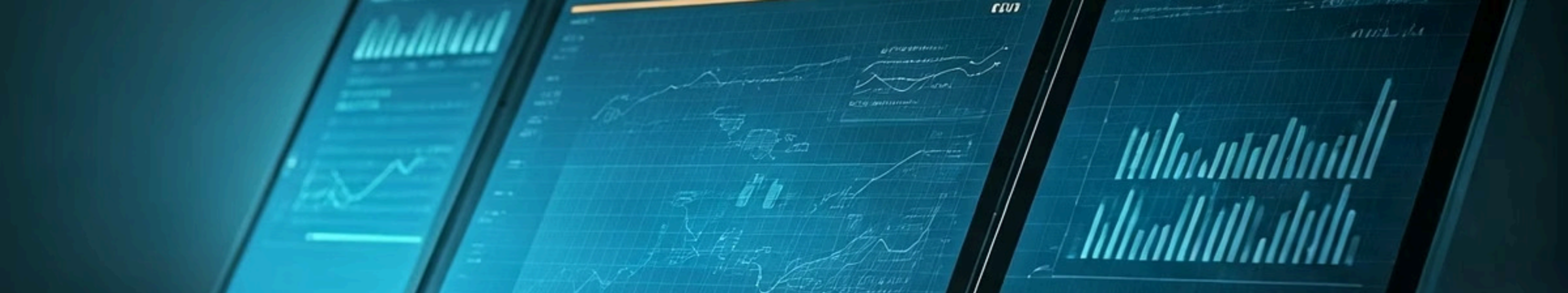
Ejemplo de Storytelling:

Inicio: "Para muchos, acceder a un médico no es cuestión de minutos, es cuestión de horas... y oportunidades perdidas."

Nudo: "El 70% de nuestros pacientes rurales enfrenta tiempos de espera y traslado inaceptables."

Climax: "Implementar telemedicina podría reducir esos tiempos en un 65% y aumentar la cobertura en un 40%."

Desenlace: "Proponemos una inversión inicial en infraestructura de teleconsulta para cambiar vidas a partir de este año."



Caso de Uso 4: Seguros

Objetivo de la Historia: Persuadir para lanzar un seguro personalizado para jóvenes de 20-30 años.

Datos que se usarían

- Perfil de asegurados actuales.
- Penetración de seguros en el segmento joven.
- Factores de riesgo reportados por edad.

Insight Clave

"Solo el 12% de los jóvenes de 20-30 años posee un seguro, a pesar de ser el segmento que más busca protección financiera moderna."

Ejemplo de Storytelling:

1

Inicio

"El futuro de los seguros no está donde hemos estado mirando siempre."

2

Nudo

"Los jóvenes de 20 a 30 años son los menos asegurados... y los más preocupados por su estabilidad financiera."

3

Climax

"Podemos capturar este mercado emergente creando un producto flexible, digital y personalizado."

4

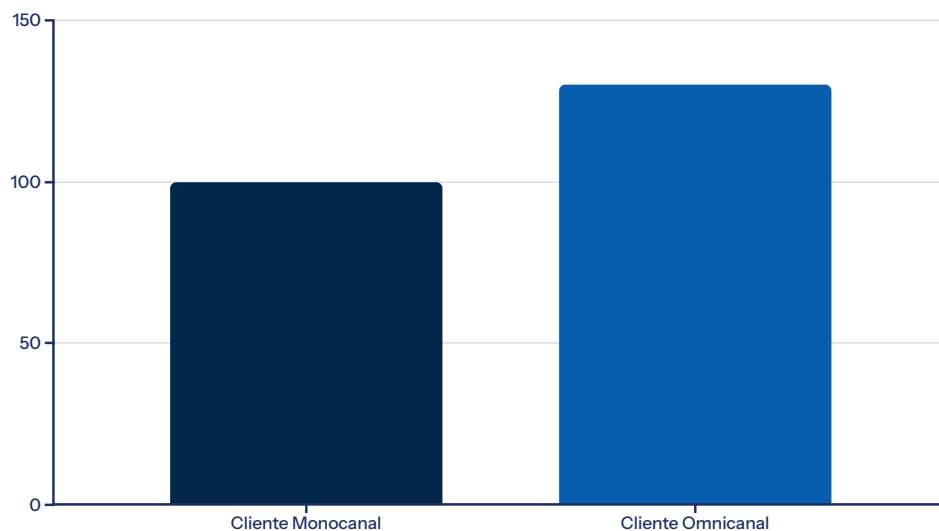
Desenlace

"Proponemos el diseño y lanzamiento de un seguro joven digital para el primer semestre de 2025."



Caso de Uso 5: Retail

Objetivo de la Historia: Informar y persuadir sobre la importancia de mejorar la experiencia omnicanal.



Datos que se usarían:

- Tasa de conversión online vs tienda física.
- Abandono de carrito de compras.
- Tiempo promedio de compra en tienda.

"Los clientes que usan dos o más canales gastan un 30% más que los que usan solo uno."

Visualizaciones sugeridas:



Gráfico de barras

gasto promedio por tipo de cliente (mono vs omnicanal).



Línea de abandono

de carritos online.



Mapa de experiencia

de usuario (Customer Journey Map).

Ejemplo de Storytelling:

1

Inicio:

"La forma en que compramos ha cambiado. ¿Y nosotros?"

2

Nudo:

"Los clientes omnicanal gastan un 30% más, pero solo el 40% de nuestra base de clientes lo es actualmente."

3

Climax:

"Mejorar la experiencia entre tienda y online puede aumentar nuestras ventas totales en un 18%."

4

Desenlace:

"Recomendamos implementar una estrategia omnicanal integrada antes de fin de año."





El Poder del Storytelling con Datos

El **storytelling con datos** se trata de **transformar los datos en una historia convincente**, que impulse decisiones estratégicas y genere un **impacto real**. Esta pirámide ilustra el proceso clave:





Cada sector —ya sean aerolíneas, telecomunicaciones, salud, seguros o retail— enfrenta desafíos únicos. Sin embargo, en todos ellos, una historia bien contada basada en datos tiene el poder de movilizar equipos, persuadir a líderes, inspirar a clientes y generar cambios tangibles.

Recuerda:

No estás presentando gráficos.

No estás mostrando reportes.

Estás guiando una transformación a través de una narrativa poderosa.

La próxima vez que tengas datos en tus manos, pregúntate: **"¿Qué historia puedo contar para cambiar el futuro que queremos construir?"**

Porque los datos te ofrecen respuestas. Pero las historias que creas con ellos son las que abrirán las puertas hacia nuevas oportunidades.

Gracias por ser parte de esta transformación

Hoy más que nunca, el mundo necesita más que datos: necesita **historias que inspiren, que movilicen, que construyan futuros diferentes.**

Conecta con Personas y Oportunidades

Gracias por abrir tu mente a ver los datos como **puentes para conectar con personas, ideas y oportunidades.**

Genera Impacto Real

Cada visualización que crees, cada narrativa que construyas a partir de hoy, puede ser **una chispa de cambio** en tu organización.

Recuerda siempre: "No basta con tener información. El verdadero poder está en cómo la compartimos."

Te invito a que sigas perfeccionando tu arte de contar historias con datos, a que enseñes a otros, y sobre todo, a que utilices este poder para generar **impacto real** donde más importa.

🚀 **El futuro no se predice con datos. El futuro se construye con las historias que contamos a partir de ellos.**

📢 **Nos vemos en la próxima historia que construyas.**

