

# STORYTELLING

TU MINI GUÍA PARA VENDER MÁS

por Ale Macías

Esta guía rápida te enseñará cómo aplicar la fórmula **Gancho – Problema – Empatizar – Solución** para crear mensajes irresistibles en redes sociales que conviertan seguidores en clientes. Incluye un ejemplo aplicable a cualquier negocio, recursos para aprender más sobre storytelling y tips de edición para mejorar tu contenido.

## LA FÓRMULA GPES

GPES significa Gancho – Problema – Empatizar – Solución.

Es una estructura narrativa simple pero muy poderosa para captar atención, conectar emocionalmente y llevar a la acción. Funciona como una “puerta de entrada” al storytelling más largo. Es simple, pero se apoya en ciencia y se adapta a cualquier nicho.

Funciona en: Instagram, TikTok, anuncios y hasta en email marketing.

- **Gancho:** El punto de entrada. Es lo que atrapa la atención en los primeros 3 segundos. El cerebro humano tiene un "filtro atencional, si en ese tiempo no encuentra algo relevante, lo descarta.  
👉 El gancho no explica, solo abre la puerta a la curiosidad.
- **Problema:** Muestra un reto o necesidad que tu audiencia reconoce. Cuando alguien reconoce un problema que ya siente, se activa un deseo interno de resolverlo. Usa datos concretos.  
👉 Aquí no vendes todavía, solo haces que el lector diga: “Ese soy yo”.
- **Empatizar:** Haz que se sientan entendidos con lenguaje cercano. Ponerte en los zapatos del lector. Mostrar que entiendes no solo el problema, sino lo que significa en su vida.  
👉 Este paso genera conexión y confianza.
- **Solución:** Presenta tu producto o servicio como la respuesta. El puente hacia la transformación. Tu propuesta, producto o contenido que resuelve el dolor. Cuando alguien siente que lo entiendes, está más dispuesto a aceptar tu propuesta.  
👉 Aquí vendes sin sonar a venta, sino como la consecuencia natural de haber entendido el problema.

## ✈ Ejemplo de aplicacion:

Imagina que eres una agencia de viajes



### Objetivo

Vender un paquete de viajes  
todo incluido a Grecia.



### Gancho:

¿Y si este año tus vacaciones fuera,  
literalmente de "película"?



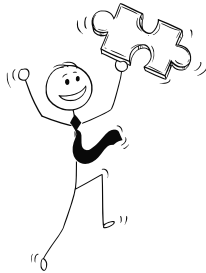
### Problema:

"Cada año pasa lo mismo... dices que viajarás, pero  
entre trabajo y falta de planificación, terminas en el  
mismo lugar de siempre."



### Empatizar:

"Yo también he visto cómo se nos escapa el tiempo, y  
cuando por fin decidimos, los precios se dispararon o  
ya no había cupos."



### Solución:

"Por eso creamos nuestro paquete 'Grecia de Película':  
vuelos, hotel 5 estrellas, tours guiados y tiempo libre  
para perderte en sus calles. Tú solo haces la maleta,  
nosotros hacemos el resto."

# CHECKLIST

## PARA USAR LA FÓRMULA EN TUS REDES



### GANCHO

Una frase que abra una imagen mental ("Imagina que...", "La última vez que...").



### PROBLEMA

La frustración real, en palabras del cliente.



### EMPATIZAR

Una anécdota o experiencia que muestre que tú también has estado ahí.



### SOLUCIÓN

La promesa de transformación, antes de hablar del producto.

# RECURSOS

## RECOMENDADOS DE STORYTELLING (PARA CUALQUIER NEGOCIO)

Apps y Herramientas	
CAPCUT / EDITS	Edita videos narrativos para TikTok e Instagram.
NOTION	Organiza guiones y secuencias de publicaciones.
CANVA	Diseña visuales que refuercen tu historia.
DESCRIPT	Edita video y audio con texto (ideal para entrevistas o clips)
Libros clave	
Donald Miller.	Building a StoryBrand
Matthew Dicks.	Storyworthy
Made to Stick	Chip & Dan Heath.
Tips para Instagram y TikTok	
Empieza con una frase que provoque curiosidad inmediata.	
Alterna planos cercanos (emociones) y lejanos (contexto).	
Usa subtítulos grandes para retener a quienes ven sin audio.	
Cierra con una pregunta que invite a imaginar ("¿Qué pasaría si...?").	

# HACKS

## DE EDICIÓN

### Mantén la emoción en los primeros 3 segundos

1. Corta cualquier introducción larga.
2. Empieza con la parte más emocionante o curiosa de tu historia.

### Cambia de plano cada 2-3 segundos

1. Alterna entre plano detalle (emociones, manos, gestos) y plano general (contexto).
2. Esto mantiene la atención y evita que el espectador se aburra.

### Usa texto como ancla visual

1. Resalta frases clave en pantalla para reforzar el mensaje principal.
2. Limita a 6-7 palabras por frase para que sean fáciles de leer.

### Juega con la música

1. Elige una pista que refuerce la emoción: relajada si es aspiracional, intensa si es acción.
2. Ajusta el ritmo de tus cortes a los beats de la canción.