



CURSO ONLINE

► ***Storytelling, de los Números a las Narrativas:
El Arte de Conectar en el mundo Digital***

4 de noviembre al 2 de diciembre de 2026



INFORMACIÓN GENERAL

PRESENTACIÓN

Cuando los Datos no son Suficientes

En el sector financiero actual, estamos inundados de información. Tenemos acceso a un volumen sin precedentes de datos: métricas de rendimiento, análisis de mercado, perfiles de clientes, KPIs y proyecciones. Sin embargo, la abundancia de datos ha creado una nueva brecha: la capacidad de traducir esa información en **valor real**.

En este contexto la brecha no solo se da en la capacidad de “traducir” datos a información de valor, si no también a entender cómo funciona el cerebro humano y en como generar “empatía” en procesos de asesoría y venta, comunicación interna y gestión de datos financieros.

Un dato, por sí solo, es mudo. Una hoja de cálculo no inspira. Un gráfico de barras no genera lealtad. El verdadero desafío no es recopilar información, sino ser capaces de procesarla y comunicarla de una manera que sea persuasiva, memorable y humana.

Aquí es donde el *storytelling* se convierte en el eslabón perdido. Es la disciplina que toma la complejidad del análisis y la convierte en una narrativa clara que impulsa la acción. Es el proceso de encontrar la historia oculta detrás de los números para:

- ***Dar contexto al rendimiento:*** En lugar de solo reportar que "las ventas subieron un 10%", una historia explica por qué subieron, qué oportunidad se aprovechó y qué significa eso para el futuro del equipo y de los clientes.
- ***Revelar las necesidades del cliente:*** Más allá de su perfil de riesgo, los datos financieros de un cliente cuentan una historia sobre sus miedos, metas y sueños. Aprender a leer esa historia nos permite ofrecer soluciones verdaderamente personalizadas.
- ***Justificar decisiones estratégicas:*** Una nueva política o una inversión tecnológica se adoptan con más facilidad cuando se presentan no como una imposición, sino como el siguiente capítulo lógico en la historia de crecimiento de la empresa, respaldada por datos que demuestran el "porqué".

Es por ello por lo que ALIDE organiza el **Curso Online: Storytelling, de los números a las narrativas: El Arte de Conectar en el mundo Digital**, el cual está diseñado para desarrollar una inteligencia narrativa: la competencia estratégica de procesar información compleja y estructurarla en historias convincentes. No se trata de ignorar los datos, sino de darles una voz poderosa.

Este curso no es sobre "habilidades blandas"; es sobre una competencia estratégica fundamental. Aprender a contar historias es aprender a conectar, persuadir e influir de manera auténtica y efectiva. Es la habilidad que transformará la forma en que venden, lideran y comunican el valor que realmente ofrecen.

DURACIÓN DEL CURSO

Se desarrollará en 5 sesiones teniendo un total de 15 horas lectivas, con la atención personalizada del expositor y el acceso al Campus Virtual de ALIDE, www.alidevirtual.org. Se utilizará la plataforma de videoconferencia "Zoom", por lo que podrán acceder a las sesiones desde una computadora personal o de escritorio, celulares y tabletas.

FECHAS Y HORARIOS

El curso se realizará de acuerdo con las fechas y horarios siguientes:

Sesión	Fecha	Horas	Horario	Módulos
1	Miércoles, 04 de noviembre	3	3:00 - 6:00 pm	Módulo 1: Conectar para Confiar Los Fundamentos del <i>Storytelling</i> en la Banca
2	Miércoles, 11 de noviembre	3	3:00 - 6:00 pm	Módulo 2: El Cliente como Héroe <i>Storytelling</i> en la Asesoría y Venta
3	Miércoles, 18 de noviembre	3	3:00 - 6:00 pm	Módulo 3: Liderazgo que Inspira <i>Storytelling</i> para la Comunicación Interna.
4	Miércoles, 25 de noviembre	3	3:00 - 6:00 pm	Módulo 4: Más Allá del Excel Cómo Hacer que los Datos Cuenten una Historia.
5	Miércoles, 02 de diciembre	3	3:00 - 6:00 pm	Módulo 5: Mi Banco de Historias Taller de Aplicación y Práctica Final

* Estos horarios son válidos para Perú

Para visualizar su hora local, hacer clic [aquí](#) y digita tu ciudad en el campo "Agregar otra ciudad"

OBJETIVO

Al finalizar este curso, los participantes habrán desarrollado las capacidades para transformar la información en influencia:

1. **Desbloquear la historia en los datos:** Aprender a analizar e interpretar la información financiera y conversacional para el cliente objetivo, identificando su verdadera "trama" — sus desafíos y aspiraciones — y así presentar soluciones bancarias como la resolución lógica y necesaria a su historia personal.
2. **Convertir datos en narrativas persuasivas:** Dominar la habilidad de transformar análisis, métricas y hojas de cálculo complejas en historias claras y convincentes. Serán capaces de estructurar cualquier presentación de resultados con un contexto, un conflicto y una conclusión que guíen a la audiencia hacia la acción deseada.
3. **Fundamentar el liderazgo con datos relevantes:** Utilizar el *storytelling* para comunicar la visión estratégica y gestionar el cambio. Transformar hojas de cálculo, reportes y datos fríos en narrativas persuasivas y claras, capaces de guiar la toma de decisiones estratégicas y comunicar resultados con impacto a cualquier audiencia.

4. **Simplificar lo complejo mediante analogías informadas:** Crear metáforas y analogías potentes, basadas en un entendimiento profundo de los productos, para traducir conceptos financieros áridos en ideas claras y memorables que el cliente pueda entender y valorar. En este punto se brindarán un banco de herramientas clave que permitan mejorar significativamente la forma de relacionarse con el cliente final.
5. **Construir un repertorio de historias de alto impacto:** Desarrollar un repertorio personal de historias de alto impacto —éxitos de clientes cuantificables, lecciones aprendidas de resultados pasados y casos de estudio— listas para ser desplegadas estratégicamente en cualquier canal y situación.

PROGRAMA TEMÁTICO

Módulo 1: Conectar para Confiar - Los Fundamentos del *Storytelling* en la Banca
Duración: 3 horas

Objetivo: Entender por qué las historias son la herramienta más poderosa para generar confianza y diferenciar el servicio bancario, superando la comunicación puramente técnica.

- **Tema 1: El Cerebro del Cliente: Por Qué las Historias Funcionan**
 - Introducción: Más allá de las tasas y los productos. El verdadero diferenciador es la conexión.
 - Neurociencia de la confianza: Cómo las historias activan la empatía y liberan oxitocina, creando un vínculo emocional más fuerte que los datos.
 - Actividad práctica: "Mi historia de superación profesional". Un ejercicio rápido para que los participantes conecten entre sí a través de una micro-historia personal.
- **Tema 2 La Anatomía de una Historia Financiera Efectiva**
 - Los 4 elementos clave:
 - El héroe: Siempre es el cliente, con sus metas y desafíos.
 - El conflicto: El problema financiero o la meta a alcanzar (comprar una casa, asegurar la educación, expandir un negocio).
 - El mentor: El rol del funcionario bancario como guía experto.
 - La resolución: La solución/servicio/producto bancario como el medio para el éxito del héroe.
 - Análisis de caso: Deconstrucción de un anuncio o campaña bancaria exitosa para identificar los 4 elementos.

Taller: Tu Primera Historia de Valor:

1. *Ejercicio práctico: Cada participante identificará un producto o servicio del banco (ej. un crédito hipotecario) y creará una historia simple usando la estructura de los 4 elementos.*
2. *Presentación y feedback: Voluntarios comparten su historia para recibir retroalimentación del grupo.*
3. *Opcional: Mejora tu historia de superación profesional.*

Módulo 2: El Cliente como Héroe - *Storytelling* en la Asesoría y Venta.

Duración: 3 horas

Objetivo: Aprender a escuchar y construir narrativas centradas en las necesidades del cliente para explicar productos complejos y presentar soluciones de manera memorable.

- **Tema 1: Escucha Activa para Encontrar la Historia**
 - Técnica: Cómo hacer preguntas que revelen las motivaciones, miedos y sueños del cliente, en lugar de solo sus datos financieros.
 - El "Golden Circle" en la banca: No vendas qué tienes (un fondo de inversión), vende por qué es importante para el cliente (la tranquilidad de su futuro).
- **Tema 2: Simplificando lo Complejo: El Poder de las Analogías y Metáforas**
 - Técnicas de traducción: Cómo explicar un seguro de vida como un "paracaídas financiero" o un portafolio diversificado como una "dieta de inversiones balanceada".
 - Actividad en grupos: Crear 3 analogías potentes para los productos más complejos o malentendidos de su portafolio.

Taller de Role-Playing: La Conversación que Conecta

- Escenarios prácticos: Los participantes simularán conversaciones con distintos perfiles de clientes (ej. un joven emprendedor, una pareja a punto de retirarse).
- Objetivo: Practicar la escucha activa para identificar la historia del cliente y presentar la solución del banco como el siguiente capítulo lógico en su vida.

Módulo 3: Liderazgo que Inspira - *Storytelling* para la Comunicación Interna.

Duración: 3 horas

Objetivo: Equipar a los líderes y miembros de equipos con herramientas narrativas para motivar, gestionar el cambio y alinear a los colaboradores con la visión del banco.

- **Tema 1: La Historia del Líder: Visión, Misión y Valores**
 - Más allá de los KPIs: Cómo comunicar metas trimestrales y cambios estratégicos a través de una narrativa que inspire propósito y compromiso.
 - La Historia de origen: Utilizar la historia del banco o del propio equipo para reforzar la cultura y el sentido de pertenencia.
- **Tema 2: *Storytelling* para la Gestión del Cambio y el *Feedback***
 - Navegando la resistencia: Usar historias para explicar el "porqué" de un nuevo software, proceso o política, enfocándose en los beneficios futuros.
 - *Feedback* que construye: Cómo enmarcar una retroalimentación constructiva dentro de una narrativa de crecimiento y desarrollo profesional.

Taller: El Discurso del Equipo

- Ejercicio Práctico: Cada participante preparará un micro-discurso (3 minutos) para una situación interna común:
 - Anunciar una meta ambiciosa para el próximo mes.
 - Reconocer el éxito de un colega.
 - Levantar la moral del equipo después de una semana difícil.
 - Presentación y Co-evaluación.

Módulo 4: Más Allá del Excel - Cómo Hacer que los Datos Cuenten una Historia.

Duración: 3 horas

Objetivo: Transformar datos fríos y hojas de cálculo en narrativas persuasivas para presentaciones a directivos, clientes corporativos o el propio equipo.

- **Tema 1: Encontrando la Trama en los Números**
 - Contexto, conflicto, conclusión: La estructura narrativa básica para presentar datos.
 - Contexto: ¿Cuál era la situación o expectativa?
 - Conflicto: ¿Qué revelaron los datos? (una sorpresa, una caída, una oportunidad).
 - Conclusión: ¿Qué acción debemos tomar ahora?
 - Visualización Narrativa: Cómo usar gráficos simples para reforzar el punto clave de tu historia, no para abrumar.
- **Tema 2: El Arte de Presentar Resultados**
 - Técnicas de énfasis: Cómo guiar la atención de la audiencia hacia el dato más importante de tu presentación.
 - El "Factor Humano": Conectar los datos con su impacto en los clientes o en el equipo. "Este aumento del 10% significa que ayudamos a 50 familias más a obtener su hogar".

Taller de Data Storytelling

- *Caso Práctico: Se entrega a los grupos una hoja de datos simple (ej. resultados de una campaña, rendimiento de una sucursal).*
- *Misión: Deben encontrar la historia principal, definir una conclusión clave y preparar una presentación de 2 diapositivas para comunicarla de forma efectiva y persuasiva.*

Módulo 5: Mi Banco de Historias - Taller de Aplicación y Práctica Final.

Duración: 3 horas

Objetivo: Consolidar todo lo aprendido, crear un "repertorio" de historias listas para usar y adaptar las técnicas a los canales de comunicación modernos.

- **Tema 1: Creando tu "Banco de Historias" Personal**
 - Estructura y organización: Cómo catalogar historias de éxito de clientes, anécdotas personales, metáforas de productos y logros del equipo para tenerlas siempre a mano.
 - Ejercicio guiado: Cada participante comenzará a construir su propio banco, escribiendo el borrador de 3 historias clave que puede empezar a usar inmediatamente.
- **Tema 2: Storytelling en el Mundo Digital**
 - Adaptación al Canal: Cómo contar una historia efectiva en un email, un mensaje de WhatsApp o una presentación por videoconferencia.
 - El Poder de la brevedad: Técnicas para el "elevator pitch" y cómo captar la atención en los primeros 15 segundos.

Presentación Final: "Mi Historia de Impacto"

- *Capstone Project: Cada participante presentará una historia de 3-5 minutos frente al grupo, aplicando todas las técnicas aprendidas. El escenario será a su elección (una venta, una reunión de equipo, una presentación de resultados).*

- *Feedback Final y Plan de Acción: Retroalimentación constructiva y definición de compromisos personales para aplicar el storytelling en su día a día.*

ENFOQUE METODOLÓGICO

Nuestro modelo de formación se basa en una acción tutorial constante, en donde el participante estudiará de acuerdo con un plan de trabajo que se definirá en cada una de las sesiones. Habrá sesiones prácticas a través del uso de casos de estudio que se mencionan en el programa temático.

Las tareas programadas solo serán los **trabajos prácticos**, que se realizarán por medio de talleres en grupo dentro de las mismas sesiones de clase y serán propuestos por el expositor, estando directamente vinculados al tema de clase y tendrán por objetivo promover la discusión y escuchar diversos puntos de vista sobre el tema en base a las experiencias de los participantes. Éstos serán revisados y calificados por el expositor. Por lo tanto, al término de dichos trabajos se deberán colocar en el campus virtual de ALIDE.

Cabe resaltar que en el Campus Virtual de ALIDE se colocará el enlace para las videoconferencias que se tendrán en cada una de las sesiones, a través de la plataforma “Zoom”, por lo que podrán acceder a las sesiones desde una computadora personal o de escritorio, celulares y tabletas. Cabe mencionar que, si el participante no pudiese de participar en alguna sesión, le brindaremos la grabación de esta la cual será publicada en el campus virtual de ALIDE.

Los participantes contarán con el acompañamiento permanente del expositor, a quien se le puede formular las preguntas y dudas que se tenga para recibir las orientaciones y respuestas a las consultas individual o grupalmente. Ello puede ser así en el desarrollo de las sesiones o a través de la opción de comunicación con el expositor que tiene el campus virtual de ALIDE.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido para:

- ✓ **Profesionales del sector financiero y de desarrollo:** Directivos, analistas, consultores y gestores que trabajan en o con instituciones de banca de desarrollo, interesados en potenciar la comunicación de sus hallazgos.
- ✓ **Especialistas en análisis de datos y comunicación:** Profesionales de áreas de análisis, comunicación, marketing y relaciones públicas que buscan incorporar técnicas narrativas a la presentación de datos.
- ✓ **Responsables de políticas públicas y gestores de proyectos:** Quienes desean mejorar la interpretación y divulgación de información para impulsar iniciativas que generen cambios positivos en la región.

No se requiere experiencia previa en herramientas avanzadas de visualización.

EXPOSITOR



Ms. Ing. Sistemas Roger Huapaya Chamochumbi

Peruano. Ingeniero de Computación y Sistemas, con estudios de Maestría en Gerencia de TI, se desempeña como Gerente de Innovación Estratégica en Caja Piura. Su principal función es liderar el proceso de transformación digital, aplicando modelos de trabajo ágiles, nuevas tecnologías, y modelos de negocio centrados en el cliente, en este proceso aplicó la experiencia que tengo en diferentes líneas de la empresa como gestión riesgos, ciberseguridad, gestión por procesos e innovación. Cuenta con diferentes certificaciones que usa como marco de referencia para la aplicación de las mejores prácticas y estándares internacionales.

En experiencia corporativa, trabajo más de 20 años con la Fundación Microfinanzas BBVA con interacción con las 5 entidades que son parte del grupo en América Latina. De igual manera, interactúa con los gremios de banca en Perú (FEPCMAC, ASBANC y ASOMIF, como miembro de los comités asociados a Innovación, Tecnología, Ciberseguridad y Medios de Pago) y los reguladores del gremio como SBS y BCR, entre los principales.

INVERSIÓN Y FORMA DE PAGO

- US\$580 por participante (Institución miembro de ALIDE)
- US\$795 por participante (Institución no miembro de ALIDE)

DESCUENTO CORPORATIVO POR GRUPOS

3% de la cuota correspondiente de 3 hasta 5 participantes
5% de la cuota correspondiente de 6 a más participantes

El importe de las inscripciones es neto sin afectar deducciones, impuestos y retenciones propios del país de procedencia del participante. Por lo tanto, si se va a aplicar deducciones o impuestos al importe neto de la inscripción, debe comunicarse el porcentaje a aplicar, con el fin de emitir la factura por un monto tal que permita cobrar la cuota de inscripción estipulada. No se aplican los descuentos corporativos por grupos en caso se cargue algún impuesto local.

Para efectuar el pago, se debe realizar por intermedio de:

- **Para instituciones en el Perú:**
Depósito bancario a Cta. Cte. N° 193-1132251188 del Banco de Crédito del Perú
- **Para instituciones de otros países:**
Transferencia bancaria a la cuenta corriente de ALIDE N° 75022011-3 del Banco do Brasil S.A. (New York). Dirección: 535 Madison Avenue – 33th floor, New York NY 10022, U.S.A., Teléfono: (1-646) 845-3700 / 845-3752. ABA: 026003557. SWIFT: BRASUS33

Nota: Para todos los países, inclusive Perú, los pagos pueden realizarse mediante tarjeta de crédito (Visa/MC/AMEX/Diners), coordinando previamente con ALIDE.

CERTIFICACIÓN

Se otorgará una Certificación Internacional otorgado por ALIDE, que es un organismo internacional, a las personas que completen satisfactoriamente el curso, es decir, que cumplan con un mínimo de asistencia del 80% de las clases (4 de 5 sesiones), que presenten lo requerido por el expositor, de modo tal de obtener un puntaje superior a 7.4 sobre 10 puntos.

Cabe indicar que la participación en el curso es calificada, por lo que se solicita la activa participación en cada una de las sesiones. En el certificado se indicará el desempeño obtenido por el participante. Éste será enviado por correo electrónico.

INSCRIPCIONES

El proceso de inscripción se realiza a través del Campus Virtual de ALIDE, www.alidevirtual.org, en el cual existe la opción correspondiente de [REGISTRARSE](#), donde completará un formulario en línea, luego de lo cual se le facilita la confirmación y los pasos para el ingreso al Campus Virtual de ALIDE. **El cierre de inscripción y matrícula del curso vence el miércoles, 28 de octubre de 2026.**

INFORMES Y CONSULTAS

Sr. Sandro Suito

Especialista E-learning

Programa de Fortalecimiento de Capacidades

Sra. Milagros Angulo

Asistente

Programa de Fortalecimiento de Capacidades

E-mail: mangulo@alide.org

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO (ALIDE)

Paseo de la República 3211, San Isidro, Lima 15047, Perú

Web: www.alide.org