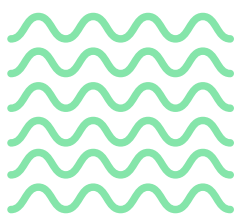


Planeación de contenidos digitales basados en Storytelling

Síntesis: Estrategias de contenido



Este componente ofrece una visión integral del *storytelling* como herramienta estratégica para la creación de contenidos digitales con propósito. A lo largo de sus seis unidades temáticas, se abordan los fundamentos narrativos, su impacto en la comunicación y el *marketing*, así como las conexiones emocionales que fortalecen el vínculo entre marca y audiencia.



Se exploran diversos tipos de narrativas y se analizan casos de éxito como Airbnb, Dove y Spotify, que demuestran cómo las historias bien construidas generan confianza, fidelización y posicionamiento. Además, se presentan técnicas para fortalecer el *engagement*, adaptando los relatos a formatos digitales como blogs, redes sociales, videos y experiencias interactivas.

El resto del componente se enfoca en la planificación y producción de contenidos, incorporando herramientas como mapas narrativos, calendarios editoriales y plataformas digitales como Canva, CapCut y Trello. Se abordan los tipos y características del contenido digital, junto con las etapas clave del proceso de producción, desde la definición de objetivos hasta la edición final. Además, se desarrollan técnicas de redacción persuasiva y narrativa digital que permiten construir mensajes coherentes, emocionales y adaptados a distintos formatos. El componente también incluye criterios para evaluar la calidad técnica y narrativa de los recursos, asegurando que cada pieza cumpla con los estándares comunicacionales.

