



STORYTELLING APLICADO AL COMERCIO: CÓMO CONTAR LA HISTORIA DE TU NEGOCIO

Posted on 29 enero, 2026

En un mercado donde muchos comercios venden productos similares, la historia que hay detrás de tu negocio puede marcar la diferencia. El *storytelling* no es solo una técnica de grandes marcas: bien aplicado, es una herramienta muy potente para el comercio local, porque conecta con las personas desde lo cercano y lo auténtico.

Contar tu historia no significa inventar nada, sino saber comunicar quién eres, por qué haces lo que haces y qué te hace diferente.



¿Qué es el storytelling y por qué funciona en el

comercio local?

El storytelling es la capacidad de transmitir un mensaje a través de una historia. Las historias se recuerdan mejor que los datos y generan confianza.

En el comercio de proximidad, además, tienes una gran ventaja: tu historia es real y cercana.

Funciona porque:

- Humaniza tu negocio
- Genera empatía y vínculo emocional
- Te diferencia de grandes cadenas
- Refuerza la confianza y la fidelidad

Qué historia puede contar un comercio (aunque lleve años abierto)

Muchos comerciantes piensan: *“mi tienda no tiene nada especial”*. Pero siempre hay una historia que merece ser contada:

- El origen: por qué abriste el negocio, tradición familiar, una necesidad del barrio
- Las personas: quién atiende, quién está detrás, valores y forma de trabajar
- El propósito: qué te importa de verdad (trato cercano, calidad, servicio, barrio...)
- La evolución: cambios, mejoras, adaptación a los tiempos

□ No hace falta contar todo de golpe. Se puede dividir en pequeñas historias.

Cómo aplicar el storytelling en tu comercio (paso a paso)

1. Define tu mensaje principal

Pregúntate:

¿Qué quiero que recuerden de mi tienda cuando se vayan?

Ejemplo: *“Aquí siempre te asesoran con honestidad”* o *“Somos una tienda de barrio de toda la vida”*.

2. Usa un lenguaje sencillo y real

Habla como hablas en el mostrador. No hace falta sonar “publicitario”.

3. Muestra personas, no solo productos

Fotos del equipo, del día a día, de cómo preparas un pedido o atiendes a un cliente.

4. Cuenta pequeñas historias con frecuencia

Un post, un cartel, una conversación, una publicación en redes... todo suma.

Ejemplos prácticos que puedes aplicar hoy mismo

- ☐ En la tienda:
Un pequeño cartel contando cuándo y por qué abriste el negocio.
- ☐ En redes sociales:
Un post con una foto antigua y el texto:
“Así empezó nuestra tienda hace 15 años...”
- ☐ En la bolsa o ticket:
Una frase corta sobre tus valores o tu historia.
- ☐ En la venta:
Explicar al cliente por qué eliges ciertos productos o proveedores.

Errores comunes que conviene evitar

- Inventar historias poco creíbles
- Usar textos demasiado largos o técnicos
- Hablar solo de uno mismo sin pensar en el cliente
- Contar la historia una vez y olvidarse

El storytelling no es una acción puntual, es una forma de comunicar.

El storytelling permite que tu comercio no sea solo una tienda, sino una experiencia. En un

entorno local como el nuestro, contar bien tu historia es una de las formas más sencillas y efectivas de conectar, diferenciarte y vender sin parecer que vendes.