



Programa de especialización

DATA DRIVEN DECISIONS 2026

Nivel Intermedio

SESIÓN 12

TRANSFORMAR AHORA,
trascender siempre

Sesión 12

Del análisis a la influencia: Data Storytelling y Business Storytelling

Logro de aprendizaje

Al finalizar la sesión, lograrás:

- Transformar hallazgos analíticos en mensajes claros, relevantes y orientados a una decisión.

Contenido:

- | 1. Medidas de dispersión: introducción
- | 2. De Data Storytelling a Business Storytelling
- | 3. Tres técnicas para contar una historia
- | 4. Taller aplicado

¿Dónde estamos?



Esta sesión conecta la visualización con la comunicación y la decisión.

Esta sesión completa el flujo del proyecto

Lo que ya construyeron

Datos preparados, modelo analítico, medidas descriptivas y visualizaciones.

Lo que incorporamos hoy

Hallazgos sustentados, narrativa para una audiencia y claridad en la presentación final.

¿Cuál versión ayuda más a decidir?

Versión A

“Las matrículas del programa X disminuyeron 12 %.”

Versión B

“La matrícula cayó 12 % y la reducción se concentra en dos programas. Conviene analizarlos antes de plantear una acción transversal.”

Un dashboard muestra. Un analista explica.

**La visualización permite ver el comportamiento.
El análisis permite comprender por qué merece atención.**

Mostrar información y comunicar un hallazgo son tareas diferentes

Dato

Visualización

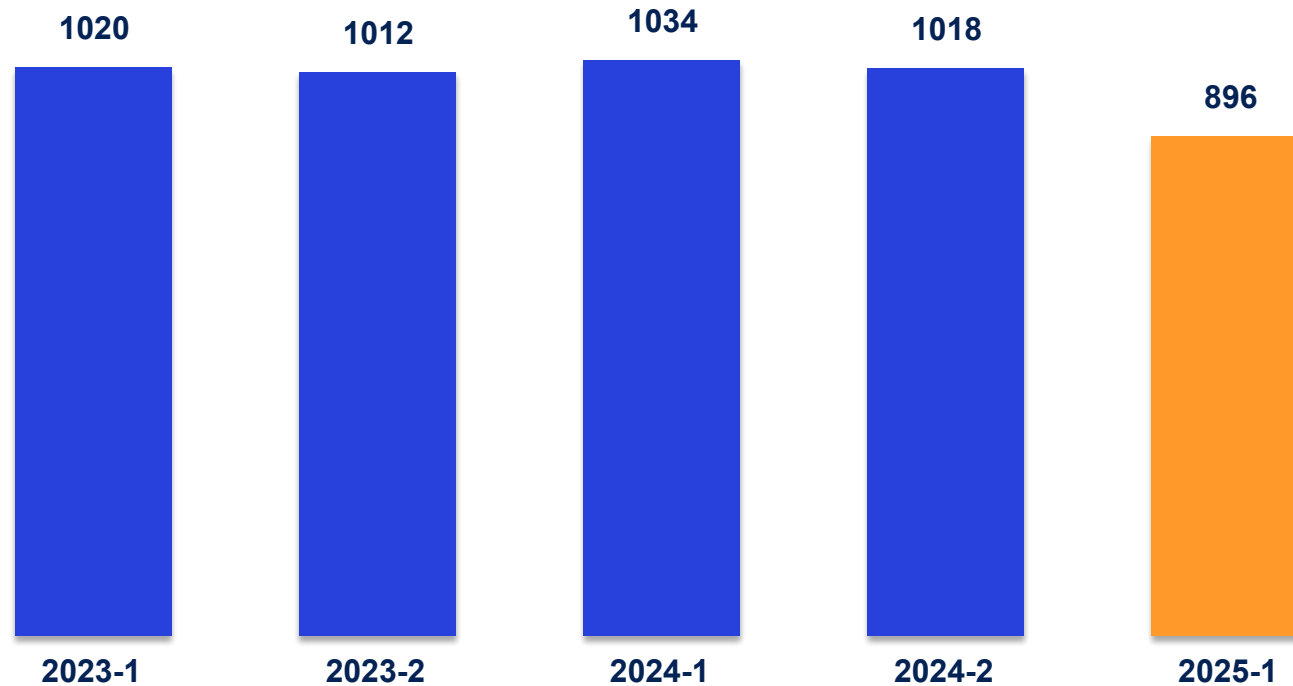
Hallazgo

Interpretación

Implicación

Cada paso agrega contexto, pero también exige más criterio.

Un caso para trabajar durante toda la sesión



Pregunta inicial

¿Qué necesita entender una audiencia a partir de este gráfico?

1. ¿Qué pasó?

La matrícula pasó de 1.018 a 896 estudiantes.

Primero describimos el hecho observable.

2. ¿Dónde y cuándo ocurrió?

La reducción aparece en el periodo 2025-1 y se concentra en dos programas.

La segmentación evita conclusiones generales.

3. ¿Qué tan importante es?

La matrícula disminuyó 12 % frente al periodo anterior.

La magnitud convierte “bajó bastante” en evidencia concreta.

4. ¿Qué podría significar?

La caída parece concentrada y requiere una revisión focalizada.

Interpretamos con prudencia y señalamos el alcance.

5. ¿Qué no sabemos todavía?

- No conocemos la causa de la disminución.
- No sabemos si el patrón continuará.
- No podemos atribuir el cambio a una acción institucional sin más evidencia.

6. ¿Qué pregunta o decisión genera?

¿Qué ocurre en los dos programas que concentran la caída y qué información necesitamos antes de intervenir?

Anatomía de un hallazgo útil



Un hallazgo útil conecta evidencia, contexto y una pregunta que la organización puede abordar.

Observación

“La tasa de aprobación del grupo A es menor que la del grupo B.”

Describe lo que aparece en los datos.

Interpretación

“Existe una diferencia de desempeño entre los dos grupos.”

Da sentido al patrón sin inventar una explicación.

Hipótesis

“Una posible explicación podría relacionarse con las condiciones de ingreso.”

Propone algo que debemos validar con nueva evidencia.

Afirmación no sustentada

“El grupo A aprueba menos por sus condiciones de ingreso.”

Convierte una hipótesis en una causa sin demostrarla.

El lenguaje revela el nivel de certeza

Lenguaje sustentado

- Observamos
- Aumentó o disminuyó
- Se concentra
- Presenta una diferencia
- Existe una asociación

Lenguaje que exige evidencia causal

- Ocurrió porque
- Esto demuestra que
- Esto provoca
- La causa es

Correlación y causalidad responden preguntas distintas

Asociación

Dos variables cambian juntas o presentan un patrón relacionado.

Causalidad

Una variable produce un cambio en otra y contamos con evidencia para demostrarlo.

Una secuencia temporal por sí sola tampoco demuestra causalidad.

De Data Storytelling a Business Storytelling

Data Storytelling integra tres elementos

Datos

Narrativa

Visualización

El propósito consiste en facilitar la comprensión del hallazgo.

Business Storytelling agrega la decisión

Evidencia

Audiencia

Mensaje

Decisión

La pregunta cambia: ¿qué necesita entender esta audiencia para actuar?

Presentamos para una audiencia

La misma evidencia puede necesitar una historia diferente para cada audiencia.

Cinco preguntas antes de construir la narrativa

- ¿Quién es mi audiencia?
- ¿Qué sabe ya sobre el problema?
- ¿Qué le importa y qué riesgo percibe?
- ¿Qué decisión puede tomar?
- ¿Qué idea debe recordar al terminar?



Una misma evidencia, tres mensajes

Evidencia: la matrícula disminuyó 12 % y la caída se concentra en dos programas.

Analista

“La variación se concentra en X y Y. Revisemos segmentos y periodos.”

Responsable académico

“Dos programas requieren una revisión focalizada.”

Directivo

“La caída no es generalizada. Prioricemos el análisis antes de una acción transversal.”

Tres técnicas para contar una historia

Técnica 1: Contexto, tensión y resolución

Contexto
¿Qué era normal?

Tensión
¿Qué cambió?

Resolución
¿Qué sigue?

Funciona cuando aparece una ruptura, un problema o una oportunidad.

Contexto, tensión y resolución: ejemplo

- Contexto: durante cuatro periodos, la matrícula se mantuvo relativamente estable.
- Tensión: en 2025-1 cayó 12 % y la reducción se concentró en dos programas.
- Resolución: conviene revisar esos programas antes de plantear una intervención general.

Técnica 2: What? So what? Now what?

WHAT?
¿Qué pasó?

SO WHAT?
¿Por qué importa?

NOW WHAT?
¿Qué hacemos?

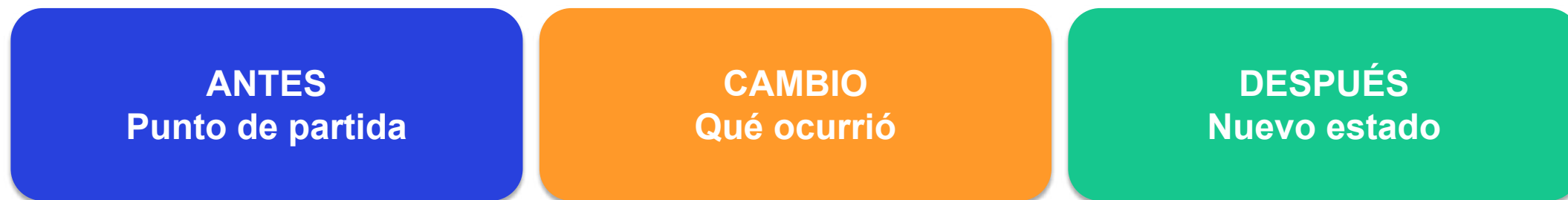
Funciona muy bien para presentar hallazgos a responsables de decisión.

What? So what? Now what?: ejemplo

- What?: la matrícula disminuyó 12 %.
- So what?: dos programas explican buena parte de la variación total.
- Now what?: profundizar en esos programas antes de diseñar acciones para toda la facultad.



Técnica 3: Antes, cambio y después



Resulta útil para mostrar evolución, intervención o transformación.

Después del cambio no significa debido al cambio

Lo que muestra el gráfico

El tiempo promedio pasó de 5 a 3,2 días después de modificar el proceso.

Lo que aún debemos demostrar

Que la modificación del proceso causó la reducción observada.

Tres formas de enganchar a la audiencia

- Pregunta: “¿La caída ocurre en toda la universidad o solo en algunos programas?”
- Anomalía: “El promedio parece estable, pero al segmentar aparece otra historia.”
- Comparación: “Dos programas explican casi la mitad de la reducción total.”

La audiencia necesita una razón para mirar el dashboard

Empieza por el problema o la decisión que merece atención.

La explicación de filtros, páginas y controles viene después.

Una historia exige seleccionar

Lo que suele sobrar

- Todas las tablas
- Todos los gráficos
- Cada paso técnico
- Cada métrica disponible

Lo que debe permanecer

La evidencia indispensable para entender el mensaje y tomar una decisión.

Pregunta de control: si solo pudieras mostrar tres visualizaciones, ¿cuáles elegirías?

Taller aplicado

Actividad: una visualización, tres audiencias

- Seleccionen una visualización de su dashboard.
- Identifiquen el hallazgo.
- Adapten el mensaje para un analista, un responsable de área y un directivo.
- Elijan una técnica narrativa.
- Preparen una intervención de 90 segundos.

Ficha de narrativa analítica

Evidencia

- ¿Qué muestra literalmente?
- ¿Qué número o comparación sustenta el hallazgo?
- ¿Qué no puedo concluir?

Audiencia y mensaje

- ¿Qué le importa?
- ¿Qué necesita saber?
- ¿Qué acción o pregunta quiero provocar?

Mensaje final: máximo tres frases.

Revisión colectiva

¿Qué dice el gráfico?

¿Qué afirmó el equipo?

¿Qué puede decidir la audiencia?

Revisaremos dos o tres ejemplos

¿Dónde usarías Gemini?

- Cuestionar si una conclusión está sustentada.
- Resumir un hallazgo para una audiencia ejecutiva.
- Adaptar el lenguaje para otra audiencia.
- Proponer formas de iniciar la presentación.
- Detectar afirmaciones demasiado fuertes.

Gemini puede apoyar la comunicación

El criterio del analista define cuál historia es correcta y qué evidencia la sustenta.

Lista de verificación para el proyecto final

- El hallazgo responde una pregunta relevante.
- La evidencia aparece y está cuantificada.
- La narrativa reconoce los límites del análisis.
- El mensaje se adapta a la audiencia.
- La presentación conduce hacia una pregunta, decisión o acción.

Evaluación de la Sesión



<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefDWVWtRfqMuFD1mJMU3xsePBLH3zG-sga1nLQpqBigGBwyA/viewform?usp=dialog>

Fin Sesión 12



La *transformación digital*
es parte de nuestro

Plan
Estratégico
Institucional

23
27



Conoce más ↗