

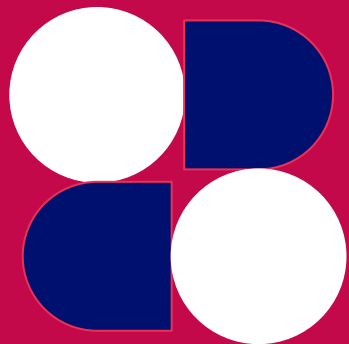


Programa PUCP DATA DRIVEN

Formación tecnológica

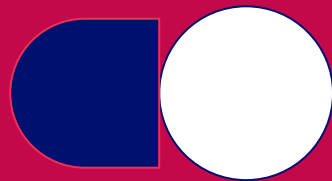
Dirección Académica de Planeamiento y Evaluación
Dirección de Gestión del Talento Humano





SESIÓN 14:

Data storytelling narrativa





Al finalizar la sesión, lograrás:

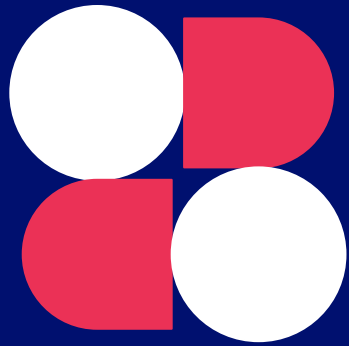
- Identificar y aplicar estructuras narrativas básicas para construir historias con datos.
- Comprender cómo las estructuras ayudan a conectar con la audiencia y guiarla hacia una conclusión o acción.
- Construir una mini narrativa con datos reales o del dataset común.



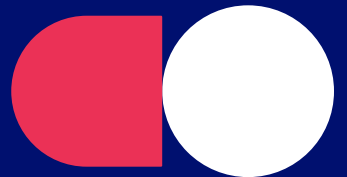
Contenido de la sesión:



- 1 La narrativa
- 2 Storyboard
- 3 Los personajes
- 4 ¿Cómo evaluar la comunicación?



1. Data storytelling: Narrativa





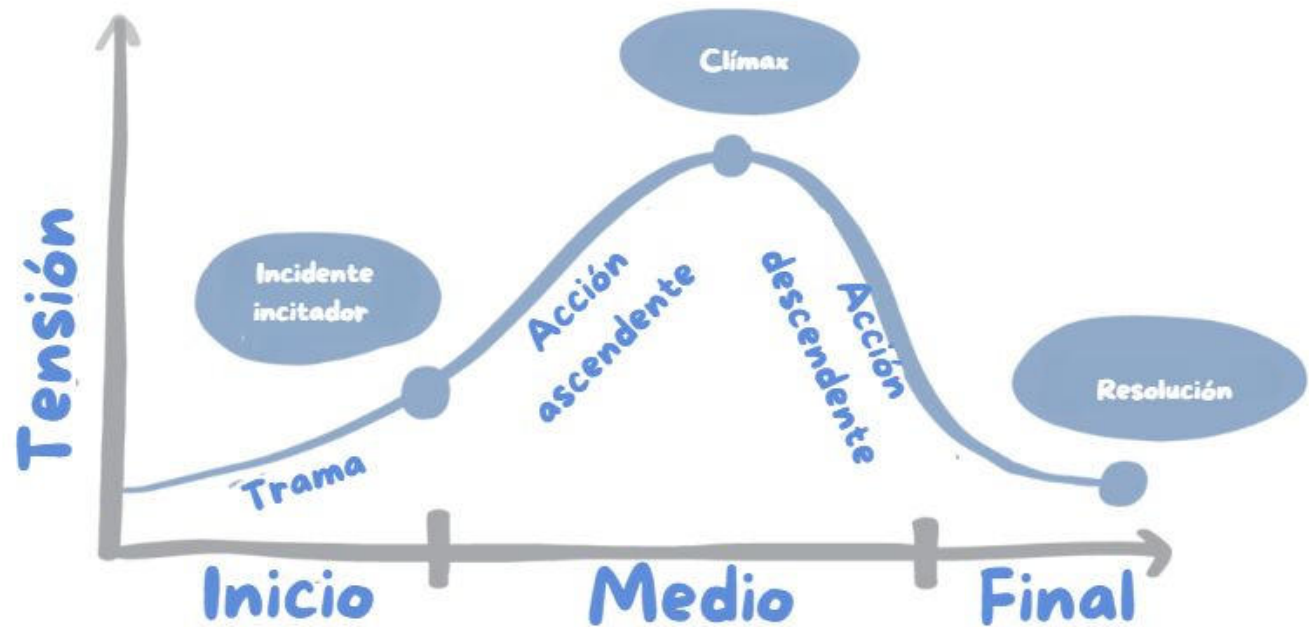
Definición



Narrativa:

Un relato de una serie de acontecimientos, hechos, etc., dados en orden y con establecimiento de conexiones entre ellos

El arco narrativo

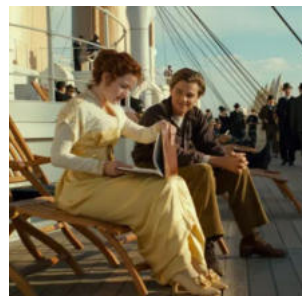




Flujo



Las estructuras narrativas nos ayudan a dar forma al dato y evitar presentaciones caóticas.





Detrás de la narrativa hay una estructura



💡 **SCQA (Situation, Complication, Question, Answer)**

- Situation: contexto conocido (ej. tasa promedio de retención).
- Complication: el problema o tensión (baja en el último año).
- Question: la duda que surge (¿por qué pasa? ¿qué hacer?).
- Answer: lo que proponemos o queremos que actúe la audiencia.

*“Hasta 2022 nuestra retención se mantuvo estable. En 2023, cayó 4 puntos. ¿Qué ocurrió?
Hoy lo exploraremos y veremos cómo revertirlo.”*



Detrás de la narrativa hay una estructura



🌟 3 actos (inicio, nudo, desenlace)

- Inicio: presenta el dato clave o la situación.
- Nudo: muestra el desafío o la tensión que revelan los datos.
- Desenlace: propone la solución, conclusión o llamado a la acción.

“Nuestra tasa de retención se mantuvo estable en un 85% durante los últimos cinco años.”

“Pero en el último año, esta cifra cayó al 80%. Este descenso se concentra especialmente en estudiantes de primer año de ingeniería.”

“Hoy quiero compartir cómo podemos revertir esta tendencia a través de un modelo integrado de acompañamiento estudiantil.”



Detrás de la narrativa hay una estructura



🌟 Mini viaje del héroe aplicado a datos

- El dato como “llamado a la aventura” → *algo requiere atención.*
- La tensión o el reto → *el dato revela el problema.*
- La solución → *la acción es el héroe que cambia la historia.*

“Cada semestre, más de 400 estudiantes inician su proceso de tesis. Este es su gran reto académico.”

“Pero cerca del 30% de esos trabajos se retrasan o requieren múltiples correcciones por no cumplir normas de calidad o formatos institucionales.”

“Implementar un sistema de gestión de tesis nos permitirá acompañar a los estudiantes y sus tutores, asegurando calidad y cumplimiento desde el inicio.”



Cómo podemos apoyar esa estructura en nuestra presentación pptx



- Utilizar números o letras para indicar pasos en una secuencia.
- Utilizar flechas → o punteros  para guiar la atención de su audiencia en el flujo.
- Utilizar texto dinámico para conectar pasos de una sección a la siguiente.
- Describir el flujo de trabajo con texto, explicando lo que vino antes y lo que viene después.



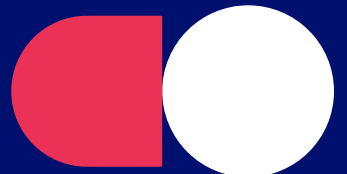
Contexto de los datos



- ¿Cuáles era los datos brutos u originales?
- ¿Cómo se capturaron?
- ¿Se procesaron antes de la transformación que realice?
- ¿Cómo se han procesado?
- ¿Quiénes han procesado los datos?
- ¿Qué análisis he realizado?
- ¿Por qué se han realizado estos análisis?
- ¿Se han encontrado patrones o tendencias?
- ¿Se encontraron anomalías?



Actividad grupal





Ejercicio

Mismos grupos de la sesión pasada

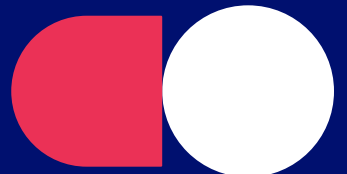
Plantee una frase de inicio siguiendo una

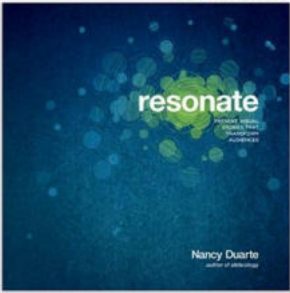
Estructura narrativa

10 minutos



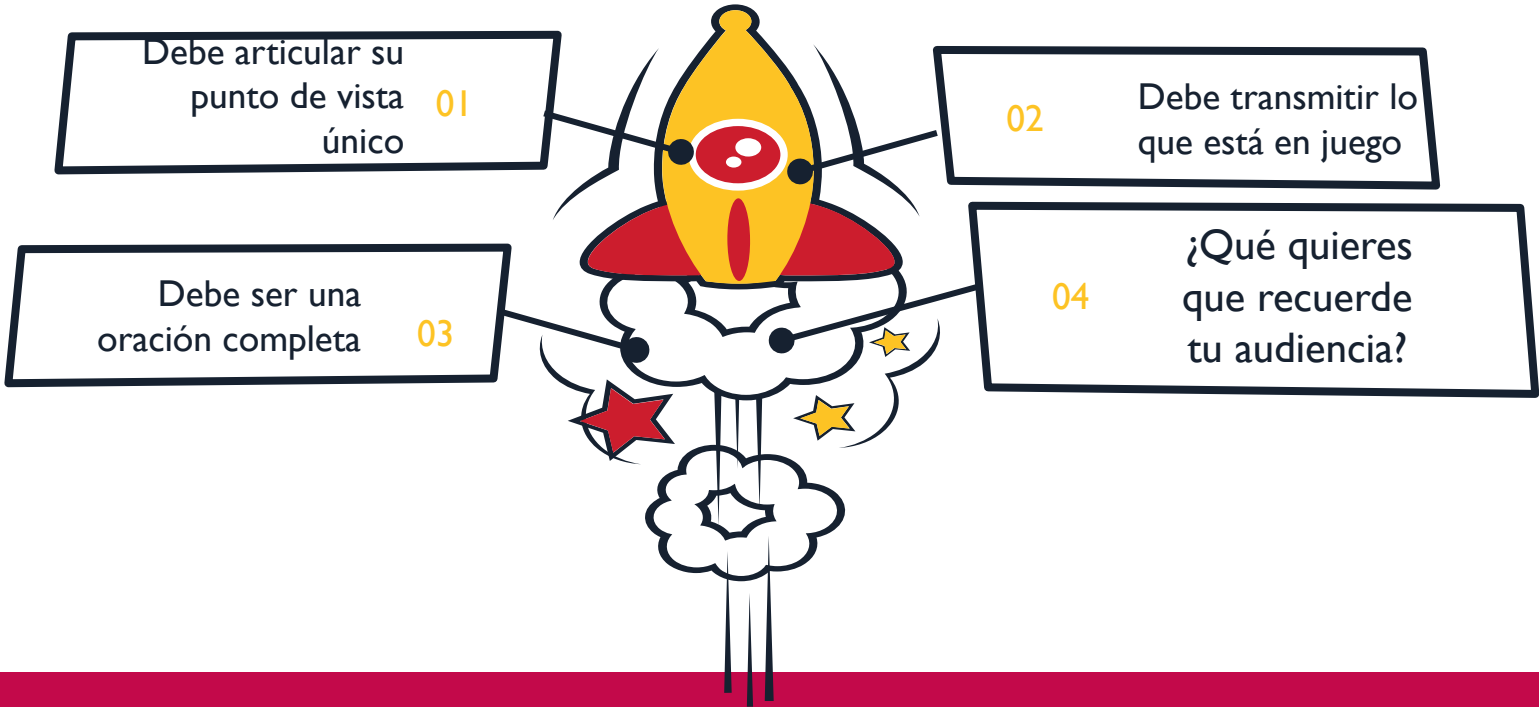
2. La gran idea





La gran idea

Gran Idea reduce aún más el "qué" de su comunicación general a una sola oración.





La gran idea



JFK sabía que nadie podía predecir el resultado de la carrera espacial, pero creía que determinaría quién ganaría la batalla entre la libertad y la tiranía.

ESTAS NO SON GRANDES IDEAS

ESTAS SÍ SON GRANDES IDEAS

Misión Lunar

Los Estados Unidos deberían liderar en los logros espaciales, porque tiene la clave de nuestro futuro en la Tierra.

Llamada de ventas a clientes

Nuestro software le da a sus clientes acceso a sus registros, lo que ahorra tiempo a sus empleados e incrementa sus márgenes en un dos por ciento.

Actualización del Tercer Trimestre

Los números del tercer trimestre están abajo; para seguir en el juego, todos los departamentos necesitan apoyar la iniciativa de ventas.

Fuente:
<https://www.duarte.com/presentation-ideas/>



La gran idea



Beneficios

Si actúan qué sucede

Riesgos

Si no actúan qué sucede

SINTETIZA



Hoja de trabajo: La Gran Idea

Identifica un proyecto en el que estés trabajando y necesites comunicarte de manera basada en datos.

Proyecto **Oportunidad de vuelta al cole**

¿QUIÉN ES TU AUDIENCIA?

1. Haz una lista de los principales grupos o personas con los que te comunicarás

El equipo ejecutivo

2. Si tuvieras que reducirlo a una sola persona, ¿quién sería?

El jefe de ventas al por menor

¿Qué le importa a tu audiencia?

- Tener una temporada de regreso a la escuela altamente rentable.
- Hacer felices a los clientes porque los clientes más felices gastan más
- Vencer a la competencia.

¿Qué acción necesita tomar tu audiencia?

- Aceptar que la capacitación es la forma correcta de abordar los niveles de servicio inconsistentes y aprobar los recursos que se necesitarán para lograrlo (costo, tiempo, personas).

Fuente: nussbaumer
(2020)



¿QUÉ ESTÁ EN JUEGO?

¿Cuáles son los beneficios si tu audiencia actúa de la manera que tú quieres?

- **Mejor servicio (niveles) = clientes más felices.**
- **Clientes más felices gastan más, vuelven más a menudo y recomiendan su experiencia positiva a sus amigos.**

¿Cuáles son los riesgos si no lo hacen?

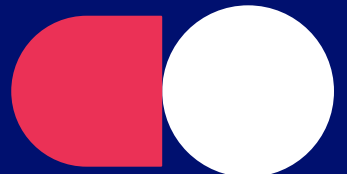
- **La falta de acción podría llevar a malas recomendaciones.**
- **La gente podría comprar a los competidores.**
- **Riesgo para la reputación.**
- **Pérdida de ingresos.**

Fuente: nussbaumer
(2020)

Formula tu gran idea	Ejemplo
1. Articular tu punto de vista. 2. Transmitir lo que está en juego. 3 Ser una oración completa (y única).	Invertir en capacitación para nuestros asociados de ventas mejorará la experiencia de compra en la tienda y hará que la próxima temporada de regreso a clases sea la más rentable hasta ahora.



Actividad grupal





Ejercicio

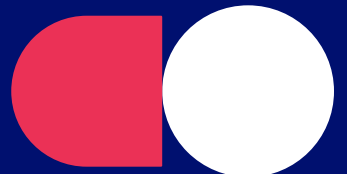
Mismos grupos de la sesión pasada

¿Cuál puede ser la gran idea?

10 minutos



2. Storyboard





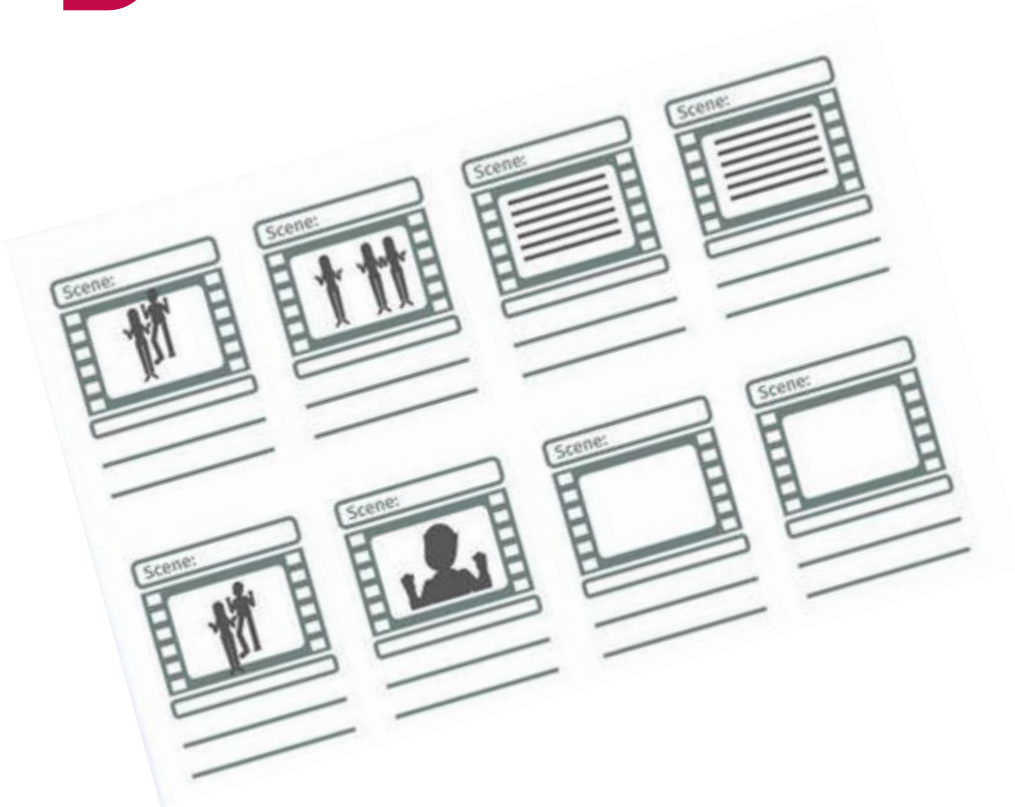
El paso previo más importante para garantizar una comunicación correcta y exitosa es elaborar un

STORYBOARD

(Presentación visual del guión)



¿Qué es un Storyboard?



Es un esquema visual del contenido que planeas elaborar.

Es un método que te permitirá establecer una estructura para tu comunicación.



¿Qué es un Storyboard?



¡No empieces con el software de presentaciones!



Terminarás con una presentación muy extensa que no dice nada de manera efectiva

Mejor utiliza notas adhesivas, lápiz y papel, o miro para organizar tus ideas.



Consejos para elaborar Storyboard



Consejos para elaborar un Storyboard



Siempre ten en mente cuál es tu objetivo

¿por qué estás haciendo esta presentación?



Reúne el contenido en un solo lugar

Anota toda información, las ideas que tienes en mente y tus observaciones.



Ten en cuenta que tus ideas para que estén alineadas al contexto

(quién, qué, cómo)



Utiliza alguna herramienta como plantilla para tu guión

Puede ser a mano con hojas de papel y lápiz o con post it o utilizar, Excel, miro, etc.



Organiza el contenido en fragmentos



Reorganizar, agregar y eliminar las piezas las veces que sean necesarias



Caso de estudio



La universidad ha decidido implementar un nuevo modelo de aprendizaje híbrido, que combina clases presenciales y virtuales para ofrecer mayor flexibilidad a los estudiantes y optimizar el tiempo de los docentes. Esto responde a las demandas de alumnos que buscan formas más adaptables de educación y a los docentes que enfrentan sobrecargas administrativas con el formato presencial. Se busca que este modelo mejore la experiencia educativa y aumente la retención estudiantil. El objetivo es presentar a los docentes los beneficios del modelo y cómo su implementación facilitará tanto su labor docente como el aprendizaje de los estudiantes.

Audiencia:

Docentes universitarios: Ellos serán los más impactados por el cambio y deben entender cómo este nuevo modelo reducirá su carga administrativa y mejorará la enseñanza.

Quiénes somos:

Director de Innovación Educativa de la universidad y nuestro rol es exponer este nuevo modelo, mostrar sus beneficios y cómo afectará positivamente a los docentes y estudiantes. Mi objetivo es obtener su apoyo y colaboración en la implementación del modelo híbrido.



Storyboard

Ilustrado con un ejemplo



Puedes anotar todas las ideas, partes de la historia y mensajes de los que te gustaría hablar

Introducción

La universidad implementará un nuevo modelo híbrido para mejorar la flexibilidad educativa.

Situación actual Actual

El formato presencial limita el acceso de estudiantes a los docentes.

Venta a través del tiempo

La participación subió un 25% con clases virtuales durante la pandemia.

La razón

Gráfica que muestra que el 70% de los estudiantes prefieren opciones de aprendizaje flexible y digital.

Problema

La educación presencial ya no satisface las demandas de flexibilidad ni la eficiencia docente.

Solución

Un modelo híbrido combinará clases presenciales y virtuales para mayor flexibilidad.

Necesidad del consumidor

Gráfica que muestre resultados de estudiantes necesitan flexibilidad; docentes, menor carga administrativa.

Características de la solución

Clases virtuales y presenciales sincronizadas con recursos accesibles en cualquier momento.

Análisis de la competencia

No cambiar y perder estudiantes

Ventajas del producto

Mayor flexibilidad, mejor eficiencia docente y acceso continuo a recursos educativos.

Proyección

Se espera un aumento del 20% en participación y del 15% en retención estudiantil.

Llamado a la acción

Invitación final para que docentes participen en clases piloto y se unan a la transformación educativa.



Storyboard Ilustrado con un ejemplo



Reconstruye tu Storyboard cuantas veces sea necesario, cambia el orden, o eliminar las partes que no consideres relevantes

Introducción

La universidad implementará un nuevo modelo híbrido para mejorar la flexibilidad educativa.

Situación actual Actual

El formato presencial limita el acceso de estudiantes y sobrecarga a los docentes.

La razón

Gráfica que muestra que el 70% de los estudiantes prefieren opciones de aprendizaje flexible y digital.

Problema

La educación presencial ya no satisface las demandas de flexibilidad ni la eficiencia docente.

Necesidad del consumidor

Gráfica que muestre de resultados de estudiantes necesitan flexibilidad; docentes, menor carga administrativa.

Solución

Un modelo híbrido combinará clases presenciales y virtuales para mayor flexibilidad.

Venta a través del tiempo

La participación subió un 25% con clases virtuales durante la pandemia.

Proyección

Se espera un aumento del 20% en participación y del 15% en retención estudiantil.

Características de la solución

Clases virtuales y presenciales sincronizadas con recursos accesibles en cualquier momento.

Ventajas del producto

Mayor flexibilidad, mejor eficiencia docente y acceso continuo a recursos educativos.

Análisis de la competencia

No cambiar y perder estudiantes

Llamado a la acción

Invitación final para que docentes participen en clases piloto y se unan a la transformación educativa.



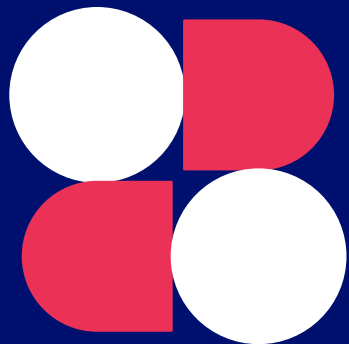
Storyboard

Ilustrado con un ejemplo

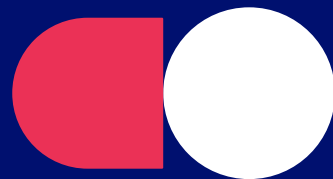


Conserva las ideas más importantes para que tu historia sea breve y el mensaje directo





3. Los personajes



Los personajes en un data storytelling son las métricas



Fuente: <https://explore.myjuicebox.io/>

Menos es más



© marketoonist.com

Dedica tiempo a definir qué es el éxito y a comprender los factores que impulsan el indicador elegido.

Métricas accionables



- Las medidas que miden los resultados finales, como los ingresos o el total de estudiantes, no dan mucho tiempo para reaccionar ni orientación sobre qué hacer a continuación.
- Intenta que las métricas tengan metas o un marco de referencia.

Métricas que se puedan entender



The four separate calculations can be expressed in the following equations:

$$a = \left(\frac{\text{COMP}}{\text{ATT}} - .3 \right) \times 5$$

$$b = \left(\frac{\text{YDS}}{\text{ATT}} - 3 \right) \times .25$$

$$c = \left(\frac{\text{TD}}{\text{ATT}} \right) \times 20$$

$$d = 2.375 - \left(\frac{\text{INT}}{\text{ATT}} \times 25 \right)$$

where

ATT = Number of passing attempts

COMP = Number of completions

YDS = Passing yards

TD = Touchdown passes

INT = Interceptions

If the result of any calculation is greater than 2.375, it is set to 2.375. If the result is a negative number, it is set to zero.

Then, the above calculations are used to complete the passer rating:

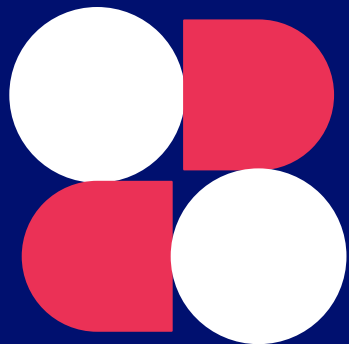
$$\text{Passer Rating} = \left(\frac{a + b + c + d}{6} \right) \times 100$$

A perfect passer rating (158.3) requires at least: ^[1]	A minimum rating (0.0) requires at best:
77.5% completion percentage	30.0% completion percentage
12.5 yards per attempt	3.0 yards per attempt
11.875% TD/ATT (1 TD/8.421ATT)	0.0% TD/ATT
No interceptions	9.5% INT/ATT (1INT/10.526ATT)

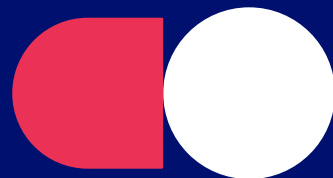
Indicadores cuyas fórmulas son sencillas de entender e interpretar.

Esto reduce el tiempo que se le dedica a su contextualización.

NFL Passer Rating Formula

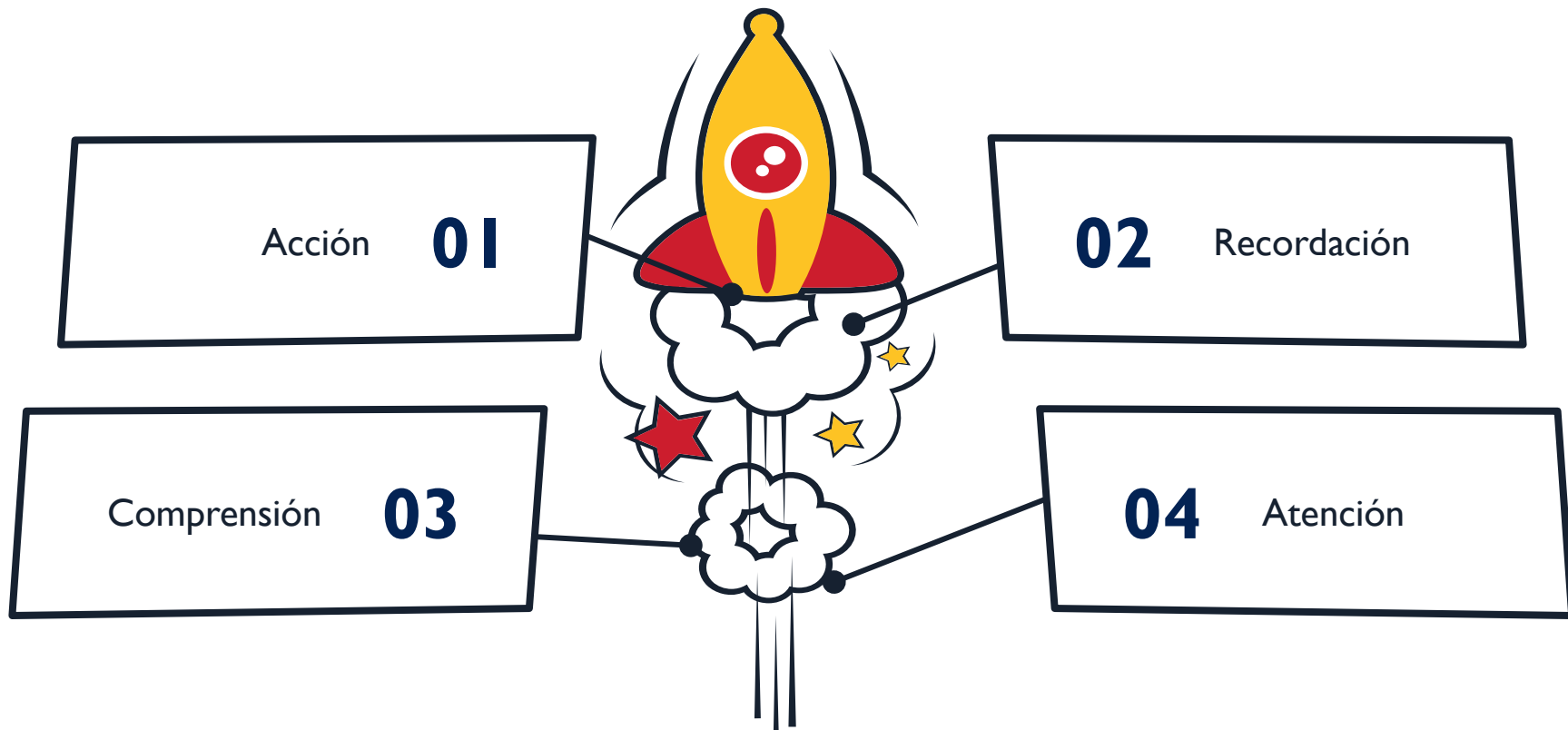


4. ¿Cómo evaluar la comunicación?





Comunicación ¿cómo se evalúa?



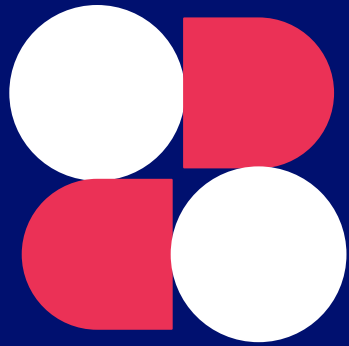


La calidad de nuestra comunicación no se determina por cuán bien decimos las cosas, **sino por cuán bien somos entendidos.**

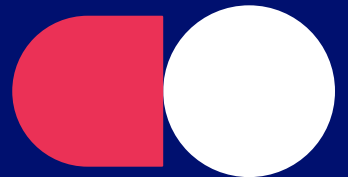
Andrew Grove

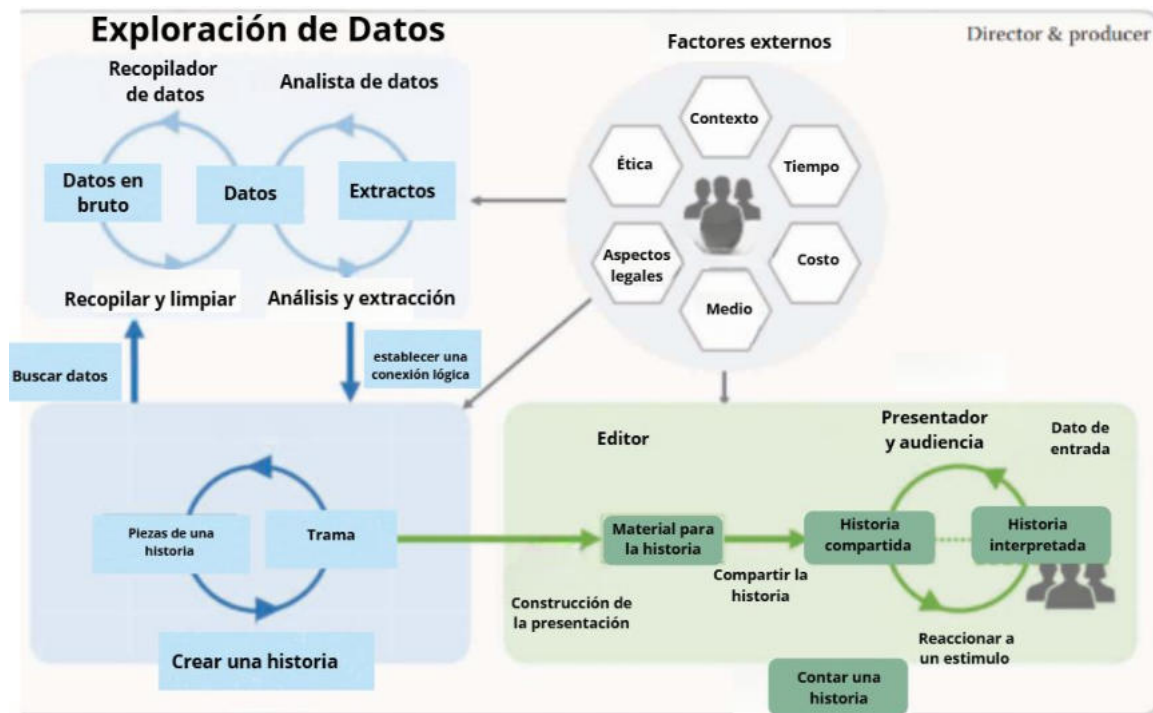
¡Recordar!

La comunicación es de doble vía, además de mejorar nuestra capacidad para hacernos entender, debemos mejorar nuestra capacidad para **escuchar**.



6. Conclusiones







Gracias

