

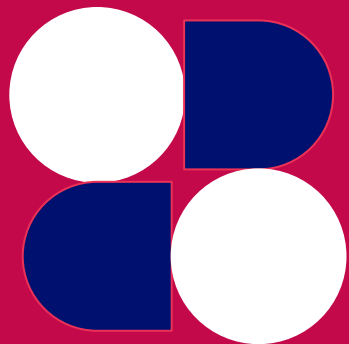


Programa PUCP DATA DRIVEN

Formación tecnológica

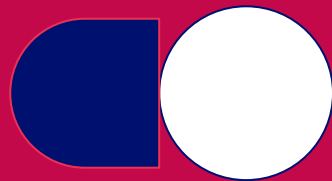
Dirección Académica de Planeamiento y Evaluación
Dirección de Gestión del Talento Humano





SESIÓN 12:

EL ARTE DE CONTAR HISTORIAS CON DATOS





Al finalizar la sesión, lograrás:

- Comprender el concepto de *data storytelling* y su importancia en la toma de decisiones.
- Identificar los componentes clave de una historia basada en datos (datos, narrativas y visualizaciones).
- Reconocer a la audiencia como un componente clave.



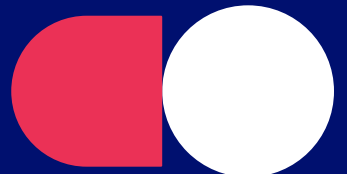
Contenido de la sesión:



- 1 Definición e importancia de Data Storytelling
- 2 Componente: Audiencia
- 3 Cómo te comunicarás con tu audiencia



1. Data storytelling: ¿Qué es?





Storytelling





400,000

Años desde el descubrimiento del fuego y el inicio de
las historias



Storytelling



Entretener

Aprender

- Conocimiento.
- Valores.
- Cultura.
- Relaciones sociales



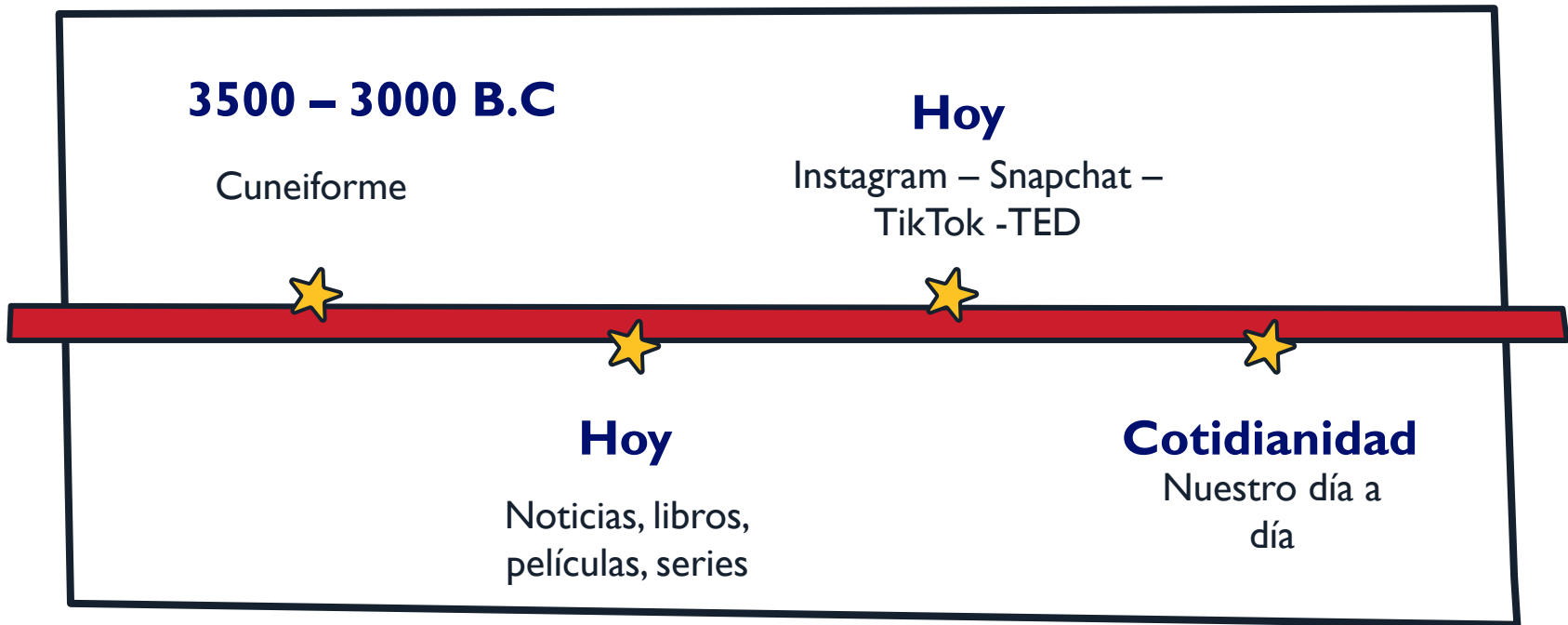
32,000 años A.C



Fuente: <https://www.britannica.com/place/Chauvet-Pont-d'Arc>



Historia continúa







Definición



Habilidad para utilizar las técnicas de la **narración** tradicional para guiar a la **audiencia** a través de los **datos** para encontrar ideas relevantes para ellos, para que comprendan su importancia y **tomen decisiones informadas**

Componentes:

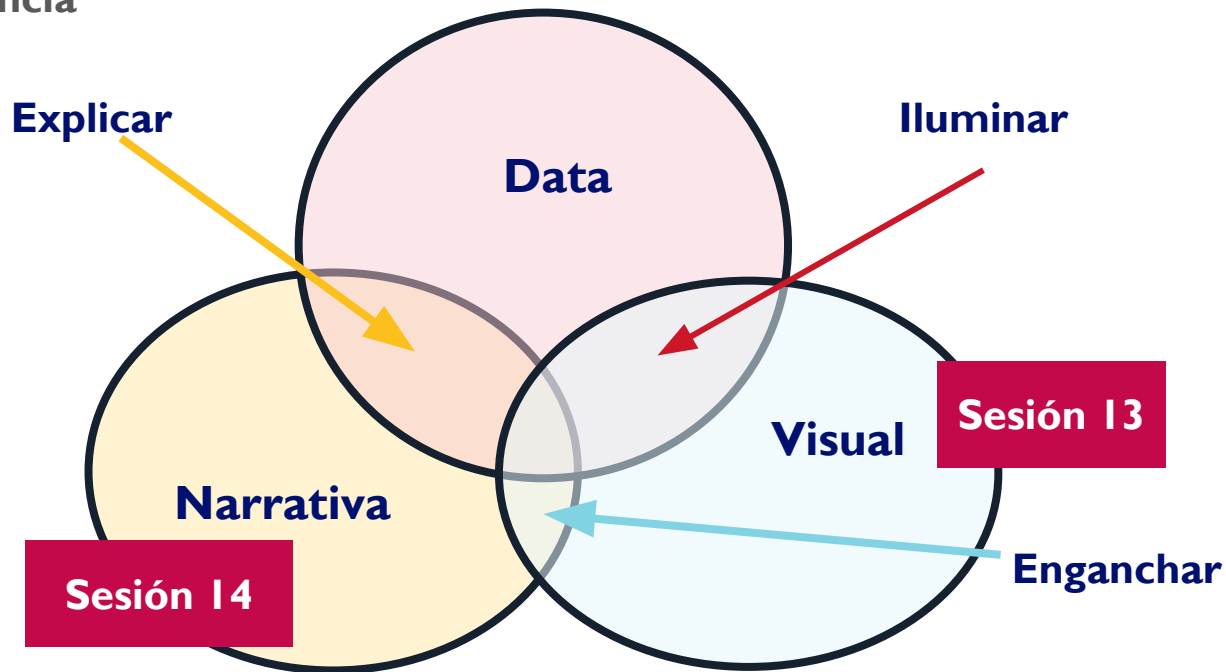
- Audiencia
- Narrativa
- Datos y su presentación



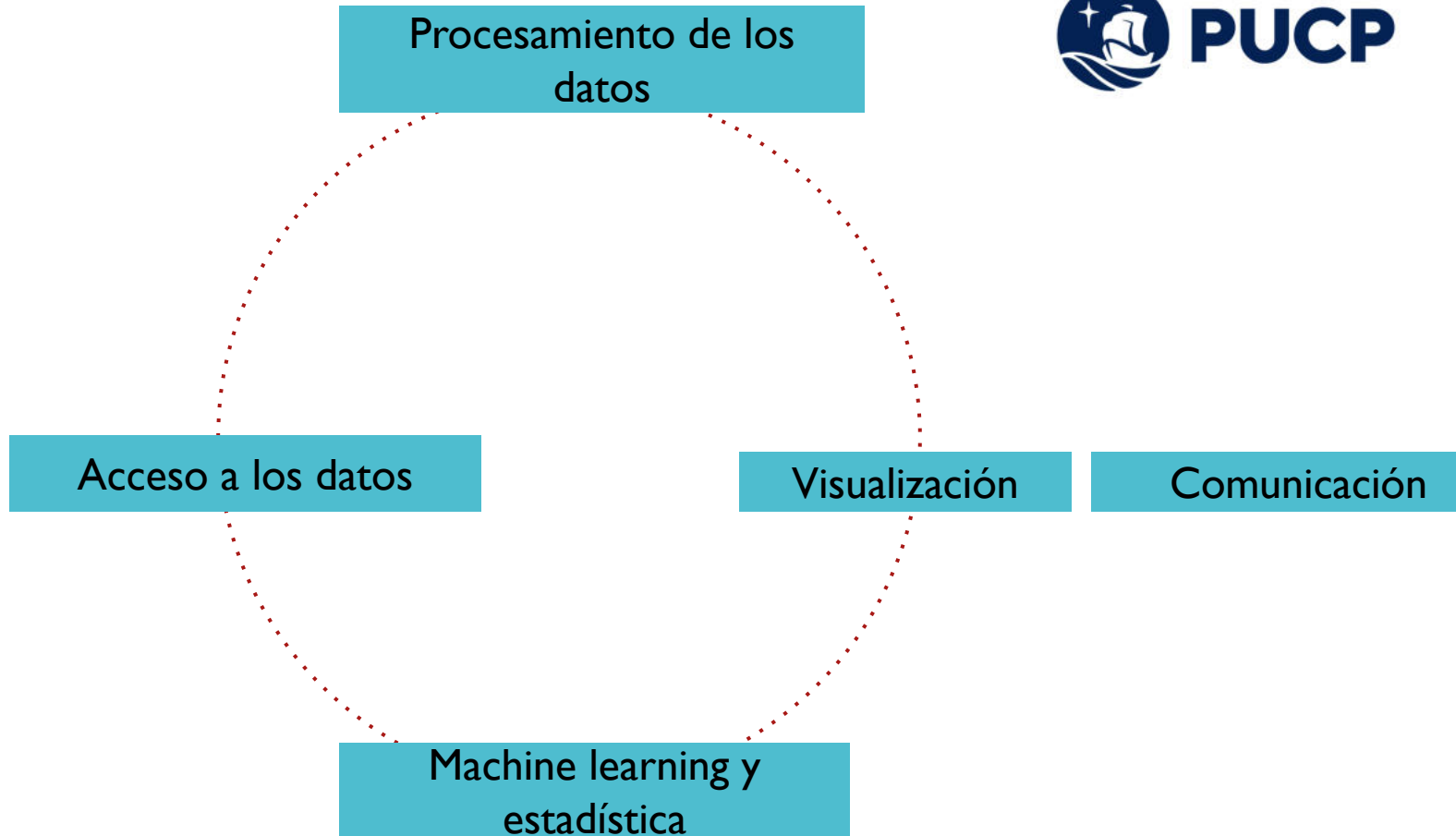
Relaciones

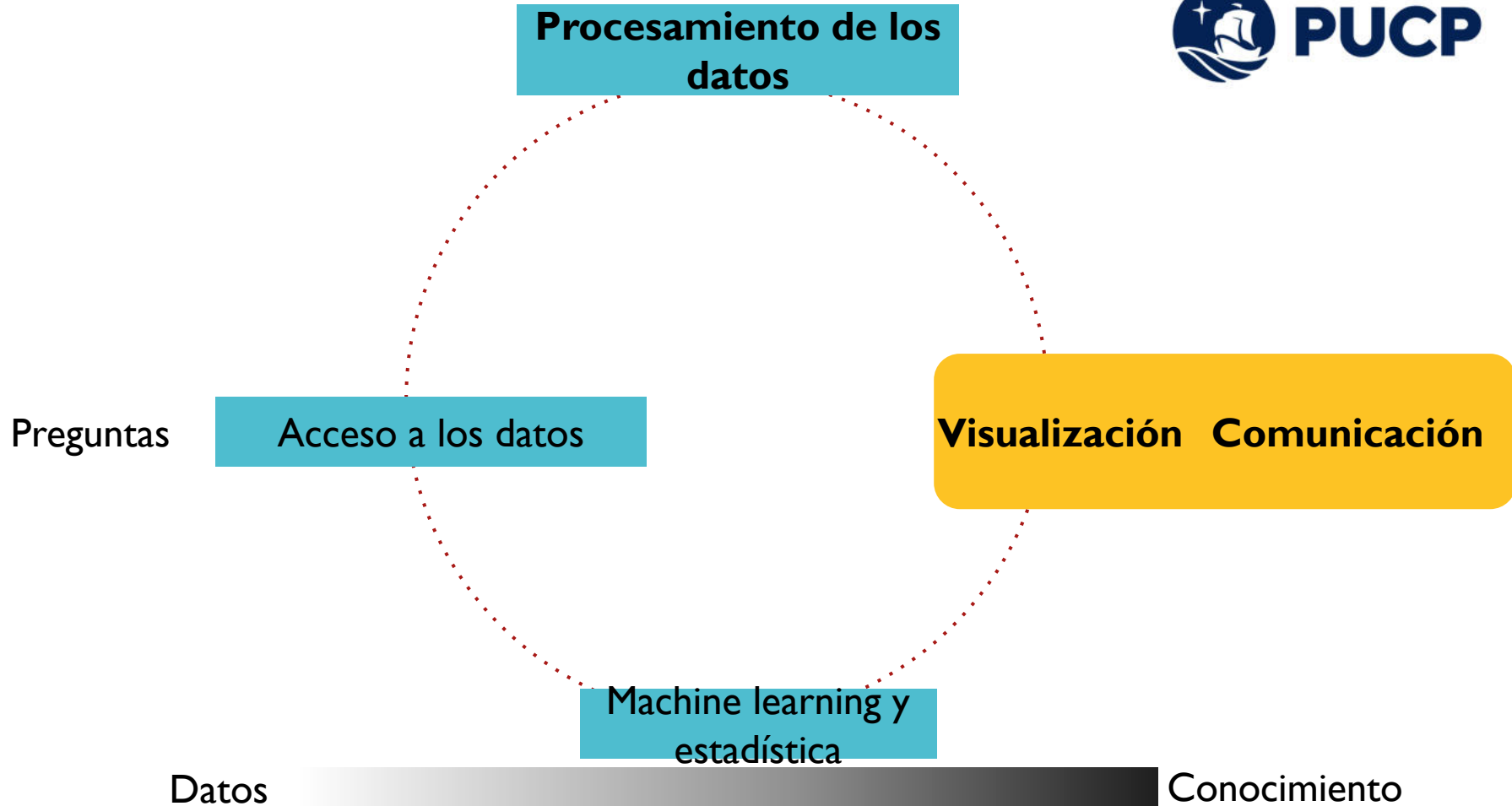
Sesión 12

Audiencia



Preguntas







Ejemplos de data storytelling



- **Chart Appreciation, What's Really Warming the World**
<https://eagereyes.org/blog/2020/eagereyestv-chart-appreciation-whats-really-warming-the-world>
- **How many high school stars make it in the NBA?**
<https://pudding.cool/2019/03/hype/>
- **Atlas of Sustainable Development Goals 2020**
<https://datatopics.worldbank.org/sdgatlas/goal-1-no-poverty/>



¿Por qué se ha vuelto importante?

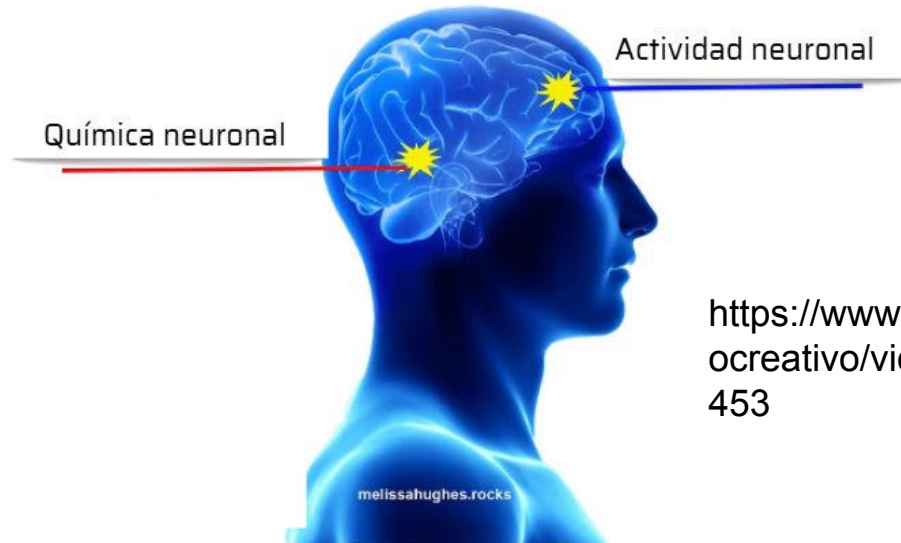


- Traduce información compleja en historias convincentes que no sólo son informativas sino también atractivas.
- Cierra la brecha entre profesionales técnicos y no técnicos.
- Incentiva a las partes interesadas a actuar.

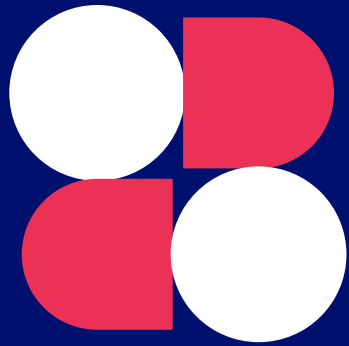




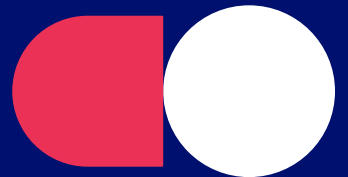
¿Por qué es importante?



<https://www.tiktok.com/@crecimientocreativo/video/7409436736482184453>



2. Data Storytelling: Audiencia





Contexto



Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?





Contexto



Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?





Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
- ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?

R/Nada. entonces no necesitas comunicarte





Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
 - ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
 - ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?
- R/Necesito acción o necesito discusión.





Contexto



Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
- ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?
R/ Necesito acción o necesito discusión.
- ¿Los datos me van a ayudar a lograr mi punto?





Contexto



Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
- ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?
R/ Necesito acción o necesito discusión.
- ¿Los datos me van a ayudar a lograr mi punto?
- ¿Cuánto tiempo tengo?





Contexto



Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
- ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?
R/ Necesito acción o necesito discusión.
- ¿Los datos me van a ayudar a lograr mi punto?
- ¿Cuánto tiempo tengo?
- ¿Cuál mecanismo tengo de presentación?





Contexto



Preguntas que debo hacerme

¿Quién es tu audiencia?

- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
- ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?
R/ Necesito acción o necesito discusión.
- ¿Los datos me van a ayudar a lograr mi punto?
- ¿Cuánto tiempo tengo?
- ¿Cuál mecanismo tengo de presentación?





Audiencia



Individuo

- Edad.
- Nivel educativo.
- Profesión.
- Terminología
- Preferencias (eg detalles o el big picture)



Prioridades

¿Qué es importante ahora para ellos?

Cargo

¿Qué acciones pueden tomar desde su rol?



Punto de partida

¿Qué suposiciones o contexto pueden tener?

Conocimiento

¿Cuáles habilidades tiene para leer y entender datos?



¿Quién es la audiencia?



1

Lista de los individuos
que recibirán la
comunicación

2

Si solo pudieras escoger
a una, quién sería

3

Qué le interesa a tu
audiencia

4

Qué necesitas que haga
tu audiencia



Tu audiencia



	Pensar	Sentir	Hacer
Audiencia 1			
Audiencia 2			
Audiencia 3			

¿Qué mensajes clave necesita nuestra audiencia recibir, comprender y creer para poder para realizar las acciones que queremos impulsar?

Fuente: Feigenbaum
& Alamlhodaei
(2020)



Tu audiencia



Situación:

- El equipo administrativo y de soporte de una facultad de la PUCP debe presentar ante las autoridades académicas (vicerrectores, decanos, coordinadores) un informe sobre la **tasa de retención y deserción estudiantil**.
- El objetivo no es solo mostrar números, sino **movilizar a la audiencia para que actúe**, logrando que entiendan la problemática, conecten emocionalmente y tomen decisiones alineadas con los datos.



Tu audiencia



Escenario de presentación:

- **Audiencia:** Mixta — vicerrectores, decanos, coordinadores académicos, algunos profesores líderes y personal administrativo clave.

- **Momento:** Reunión de balance académico semestral o comité estratégico.

- Reto del presentador:

- Que los números no se queden en un informe técnico.
- Que el público entienda qué está en juego (impacto institucional, impacto en los estudiantes).
- Que cada actor vea cuál es su rol en la solución.



Tu audiencia



Audiencia	Qué piensan	Qué sienten	Qué deben hacer	Mensaje clave
Vicerrectores / Decanos	La retención estudiantil es un indicador clave para la sostenibilidad de la universidad.	Preocupación por el impacto institucional.	Tomar decisiones estratégicas basadas en los datos.	La retención no es solo un indicador: es el reflejo de nuestra capacidad de acompañar al estudiante.



Tu audiencia



Audiencia	Qué piensan	Qué sienten	Qué deben hacer	Mensaje clave
Vicerrectores / Decanos	La retención estudiantil es un indicador clave para la sostenibilidad de la universidad.	Preocupación por el impacto institucional.	Tomar decisiones estratégicas basadas en los datos.	La retención no es solo un indicador: es el reflejo de nuestra capacidad de acompañar al estudiante.
Coordinadores académicos	La deserción ocurre por múltiples factores.	Sentido de responsabilidad.	Implementar acciones de acompañamiento.	Los datos nos ayudan a entender el problema y priorizar acciones.



Tu audiencia



Audiencia	Qué piensan	Qué sienten	Qué deben hacer	Mensaje clave
Vicerrectores / Decanos	La retención estudiantil es un indicador clave para la sostenibilidad de la universidad.	Preocupación por el impacto institucional.	Tomar decisiones estratégicas basadas en los datos.	La retención no es solo un indicador: es el reflejo de nuestra capacidad de acompañar al estudiante.
Coordinadores académicos	La deserción ocurre por múltiples factores.	Sentido de responsabilidad.	Implementar acciones de acompañamiento.	Los datos nos ayudan a entender el problema y priorizar acciones.
Profesores	El bajo rendimiento suele anteceder a la deserción.	Compromiso de apoyo.	Usar los datos para identificar y apoyar a estudiantes en riesgo.	Tú puedes ser el primer eslabón de apoyo: los datos te muestran a quién tender la mano.



Tu audiencia



Audiencia	Qué piensan	Qué sienten	Qué deben hacer	Mensaje clave
Vicerrectores / Decanos	La retención estudiantil es un indicador clave para la sostenibilidad de la universidad.	Preocupación por el impacto institucional.	Tomar decisiones estratégicas basadas en los datos.	La retención no es solo un indicador: es el reflejo de nuestra capacidad de acompañar al estudiante.
Coordinadores académicos	La deserción ocurre por múltiples factores.	Sentido de responsabilidad.	Implementar acciones de acompañamiento.	Los datos nos ayudan a entender el problema y priorizar acciones.
Profesores	El bajo rendimiento suele anteceder a la deserción.	Compromiso de apoyo.	Usar los datos para identificar y apoyar a estudiantes en riesgo.	Tú puedes ser el primer eslabón de apoyo: los datos te muestran a quién tender la mano.
Personal administrativo	La deserción genera sobrecarga administrativa.	Deseo de contribuir.	Apoyar el seguimiento de casos críticos.	Tu gestión es clave para que las acciones lleguen a tiempo al estudiante que lo necesita.



Contexto



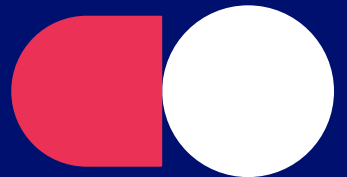
Preguntas que debo hacerme

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Te consideran un experto o debes establecer tu credibilidad?
- ¿Qué necesitas que ellos sepan o hagan?
R/ Necesito acción o necesito discusión.
- ¿Los datos me van a ayudar a lograr mi punto?
- ¿Cuánto tiempo tengo?
- ¿Cuál mecanismo tengo de presentación?



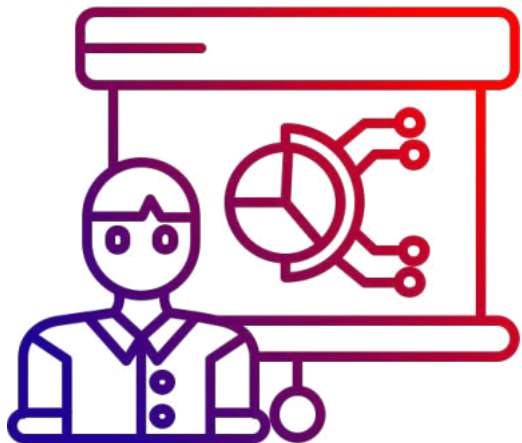


**3.¿Cómo te comunicarás
con tu audiencia?**





Identificar el vehículo de comunicación principal que vamos a utilizar



- Presentación en vivo



- Documento Escrito



Identificar el vehículo de comunicación principal que vamos a utilizar



- **Cantidad de Control**

Sobre cómo la audiencia consume la información



- **Nivel de Detalle**

Que será necesario para la comunicación



Identificar el vehículo de comunicación principal que vamos a utilizar



Mecanismos de comunicación



Factores que afectan la comunicación



	Presentación en vivo	Documento Escrito
Cantidad de Control	 Alto	 Bajo
Nivel de Detalle	 Bajo	 Alto



Identificar el vehículo de comunicación principal que vamos a utilizar



Mecanismos de comunicación



Factores que afectan la comunicación



• Cantidad de Control

• Nivel de Detalle

• Presentación en vivo

- Diapositivas necesarias
- Ser breve
- Mostrar resultados de valor
- Ganar el interés de la audiencia

• Documento Escrito

- Documento más denso
- Ofrecer información detallada
- Brindar información sobre el contexto



Identificar el vehículo de comunicación principal que vamos a utilizar

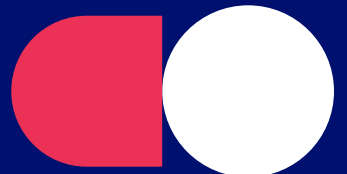


Recomendaciones para tus Diapositivas

- ✓ Comienza con un título de impacto.
- ✓ Historia coherente y ordenada.
- ✓ No sobrecargar tu presentación.
- ✓ Simplifica la información.
- ✓ Lenguaje accesible.
- ✓ Colores con buen contraste.
- ✓ Fuentes legibles.
- ✓ Visualizaciones efectivas.
- ✓ Utiliza el espacio en blanco.
- ✓ Utiliza todos los elementos de forma estratégica.



Actividad grupal





Actividad



Ejercicio No. I

5 grupos

1. Lee el caso
2. Diligencia la matriz

20 minutos





Actividad: Tu audiencia



	Pensar		Sentir		Hacer	
	Actual	Deseado	Actual	Deseado	Actual	Deseado
Audiencia 1						
Audiencia 2						
Audiencia 3						

Fuente: Feigenbaum
& Alamalhodaiei
(2020)



Gracias

