

utdt.edu/educacionejecutiva

ESCUELA DE NEGOCIOS | EDUCACIÓN EJECUTIVA

COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Toma de Decisiones Basadas en Datos

HABILIDADES Y HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA PROFESIONALES

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
ALEJANDRO ROMANISIO

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
6 ENCUENTROS DE 3 HORAS
(2 SEMANAS)

CURSADA
LUNES, MIÉRCOLES Y JUEVES
O VIERNES (SEGÚN
CORRESPONDA A LA
MODALIDAD) DE 9 A 12H

MODALIDADES
100% ONLINE Y BLENDED

En el entorno empresarial actual, es esencial que tanto líderes como colaboradores desarrollen la capacidad de utilizar datos de manera efectiva para tomar decisiones informadas y acertadas. Para ello, no basta con tener *expertise* técnica en sus áreas específicas (UX, Marketing, RR. HH., Producto, Finanzas, Operaciones, etc.), sino que también deben ser capaces de integrar el uso de esos datos.

El presente programa está diseñado para profesionales que, aunque no se especializan en datos, los utilizan en su día a día y buscan mejorar su capacidad para interpretarlos y aplicarlos en la toma de decisiones. Proporciona las habilidades prácticas y las herramientas necesarias para que los participantes puedan manejar datos de manera autónoma y efectiva, fortaleciendo su capacidad para tomar decisiones basadas en evidencia y comunicar sus hallazgos con claridad.

En este programa, los participantes aprenderán a:

- › convertir datos en información valiosa y extraer *insights* a partir de grandes fuentes de datos;
- › analizar las causas de la variación de una métrica;
- › crear tableros de control (*dashboards*) en Google Looker Studio para crear y visualizar KPI (*Key Performance Indicators*);
- › diseñar y ejecutar experimentos *A/B test* para validar y sustentar los resultados de pruebas piloto de iniciativas;
- › crear presentaciones impactantes que cuenten una historia con los datos, logrando la acción deseada en la audiencia.

Finalmente, recibirán una formación integral que los preparará para aplicar estos conocimientos de manera efectiva en su entorno laboral, convirtiéndolos en profesionales con autonomía para tomar decisiones fundamentadas y comunicar hallazgos de manera efectiva a sus equipos y *stakeholders*.

MÓDULO 1 | EXTRAYENDO INSIGHTS A PARTIR DE LOS DATOS

- › **Datos, información y hallazgos** – Importancia del uso de datos para la toma de decisiones. Diferencia entre datos, información y hallazgos (*insights*).
- › **Estrategias para la interpretación de grandes tablas de datos** – Lectura horizontal y lectura vertical. Dimensionamiento. Atributos categóricos y numéricos. Métricas y métricas de éxito. Análisis exploratorio con distribución estadística de las variables. Validación de datos. Principio MECE. *Reality check* y *outliers*.
- › **Análisis de causas de variación de una métrica** – Uso de tablas dinámicas para identificación de patrones. Variables *stock* y flujo. Gráfico de cascada para análisis de componentes de variación.

MÓDULO 2 | CREANDO UN TABLERO DE CONTROL (DASHBOARD)

- › **Exploración de datos** – Presentación del caso de negocio. Uso de técnicas de exploración de datos sobre el *database*.
- › **Conexión de fuentes de datos a dashboard** – Presentación de la herramienta Google Looker Studio. Uso de conectores de fuentes de datos en Google Looker Studio. Conexión del *database* al tablero de control.
- › **Diseño de dashboard** – Introducción a tableros de control (*dashboards*). Lineamientos básicos de diseño de *dashboards* y visualizaciones de datos. Gráficos básicos.
- › **Taller de creación de un dashboard en Google Looker Studio** – Gráficos, controles, campos calculados, combinación de fuentes de datos. Actividad práctica de creación de dashboard de negocio y presentación del *dashboard*.
- › **Devolución con feedback sobre dashboards** – *Feedback* asincrónico con devolución en formato de video a los grupos sobre los *dashboards* creados en el taller.

MÓDULO 3 | TÉCNICA DE EXPERIMENTACIÓN

- › **El valor de experimentar** – Causalidad vs. correlación. Correlación espuria. Causalidad indefinida.
- › **Estructura de un experimento** – A/B *testing*. Formulación de pregunta e hipótesis. Métrica y criterio de éxito. Variable dependiente e independiente. Grupo experimental y de control. Condición *ceteris paribus*.
- › **Captura de datos para experimentar** – Muestra vs. población. Tamaño y variabilidad de la muestra. Nivel de confianza. Intervalos de confianza. Formato de captura de datos. Cálculo de resultados de un experimento.
- › **Extracción de conclusiones** – Uso de planilla de experimentación. Lectura, interpretación y validez de resultados. Experimentos como prueba piloto y su amplificación al negocio.
- › **Elaboración de experimento para storytelling** – Captura de datos y realización de un experimento en la vida real.

MÓDULO 4 | STORYTELLING CON DATOS

- › **Planificación de la comunicación** – Preparación de una presentación: audiencia, contexto, la historia de 3 minutos, el arco narrativo.
- › **Storyboarding** – La tensión en el arco narrativo, *storyboarding* para preparar la narrativa de una presentación.
- › **Armado de una presentación** – Creación de títulos de impacto. Lógica horizontal y vertical de una presentación. Estructura de una diapositiva.
- › **Elementos visuales** – Principales elementos visuales para comunicar con datos. Mejores prácticas de utilización de visualizaciones de datos. Cómo reducir la carga cognitiva.
- › **Estrategias para enfocar la atención** – Uso estratégico de atributos de atención preliminar: color, tamaño, posición, etiquetas, texto, líneas.
- › **Sesgos al comunicar datos** – Gráficos engañosos. Interpretación incorrecta de datos. Promedio vs. distribución. *Cherry picking* de datos. Omisión de línea de base. Otros sesgos.
- › **Taller de creación de una presentación usando los principios del storytelling con datos** – Creación de una presentación mostrando los resultados del experimento. Presentación grupal.

METODOLOGÍA

- › **Clases virtuales de abordaje teórico** de los conceptos enseñados acompañado con casos de ejemplo del contexto organizacional actual.
- › **Talleres presenciales y virtuales -según la modalidad- de implementación** en los que, de forma grupal e individual, se pondrá en práctica el contenido teórico aprendido para que los participantes finalicen el programa con práctica real idéntica al día a día dentro de sus organizaciones. También recibirán *feedback* constructivo sobre el trabajo realizado durante los talleres.
- › **Actividades asincrónicas** que constan de videos explicativos y consignas para realizar actividades fuera del horario de las clases.

AUDIENCIA

- › **Líderes y gerentes** que buscan optimizar el uso de datos para el seguimiento de objetivos de sus áreas, priorizar iniciativas con criterios cuantitativos y crear presentaciones basadas en datos para comunicar *insights* de forma asertiva y profesional a diversos *stakeholders*.
- › **Analistas y especialistas no expertos en datos** que buscan adquirir estrategias y *frameworks* para analizar grandes volúmenes de datos, detectar *insights* clave, y tomar decisiones informadas y acertadas.
- › **Emprendedores** que buscan formalizar el uso de datos en la gestión de su emprendimiento, estableciendo objetivos claros y utilizando tableros de control para el seguimiento y optimización del rendimiento de su negocio.

Se requiere conocimientos básicos sobre el uso de Microsoft Excel o Google Sheets y Microsoft PowerPoint o Google Presentations para realizar las actividades prácticas en los talleres.

CUERPO DE PROFESORES

Alejandro Romanisio. Licenciado en Economía Empresarial y Máster en Management + Analytics por la Universidad Torcuato Di Tella. Dirige Learn2Work, una consultora especializada en ayudar a los miembros de las organizaciones a mejorar sus formas de trabajar a través de capacitaciones que combinan temas de liderazgo, comunicación de impacto, análisis y visualización de datos. Tiene más de 12 años de experiencia liderando áreas en *startups* y grandes empresas como Mercado Libre, Naranja X y Kimberly-Clark. Lideró pequeños y grandes equipos en áreas como Operaciones, Atención al Cliente, Marketing y Customer Experience. Es también Instructor de Udemy y coautor de 2 *papers* sobre la aplicación de técnicas de Machine Learning para la predicción de la satisfacción de los usuarios a partir de sus conversaciones vía WhatsApp con atención al cliente.

Informes

☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342

✉ admisiones_negocios@utdt.edu