

Los datos no hablan solos.

Hay que contarlos.

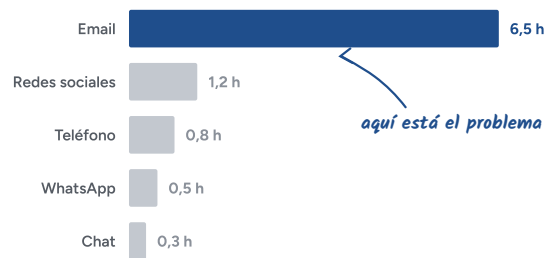
Una formación para que profesionales y equipos conviertan datos complejos en mensajes claros: gráficos que se entienden de un vistazo y presentaciones que impulsan decisiones.

📺 Online en vivo 📍 Presencial 👥 Personas y equipos

el mismo dato, otra historia

El Email tarda 5 veces más que cualquier otro canal

Tiempo promedio de respuesta, en horas



— LA DISCIPLINA

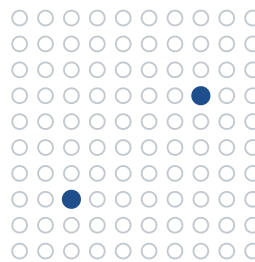
Un buen análisis que nadie entiende no sirve para decidir.

Nunca hubo tantos datos ni tantas herramientas para graficarlos. Aun así, la mayoría de los reportes y dashboards comunican mal: muestran todo, no dicen nada y le dejan a la audiencia el trabajo de interpretar.

El Data Storytelling es la habilidad que falta entre el análisis y la decisión.

Consiste en entender a quién le hablas, saber qué quieres que haga y diseñar cada gráfico para que ese mensaje sea imposible de pasar por alto.

ANÁLISIS EXPLORATORIO



Abrir cien ostras

Es el trabajo del analista: explorar, cruzar variables, descartar. Casi todo lo que encuentras no le importa a tu audiencia.

ANÁLISIS EXPLICATIVO



Mostrar las dos perlas

Es el trabajo del storyteller: elegir lo que importa y contarlo con claridad, en el contexto de quien tiene que decidir.



¿Quién es tu audiencia?

Cada decisión de diseño parte de una persona concreta: qué sabe, qué le preocupa y qué necesita para actuar.



¿Cuál es tu gran idea?

Si tuvieras que resumir todo tu análisis en una sola oración, ¿cuál sería? Esa oración ordena todo lo demás.



¿Qué tiene que pasar después?

Comunicar datos no es informar: es impulsar una acción. Si la audiencia no sabe qué hacer, la historia no terminó.

— QUIÉN ENSEÑA

Experiencia real, llevada al aula.

Ingeniero en Sistemas de Información por la Universidad Tecnológica Nacional (Buenos Aires), con **más de 18 años de experiencia en Data & Analytics**. Lideró proyectos de analítica y equipos técnicos en algunas de las organizaciones más importantes de la región.

Hoy su principal actividad es la formación de profesionales. Es docente de **Data Storytelling, IA Generativa y Data Analytics** en la Universidad de Chile y en la Universidad del CEMA, y ha capacitado a **miles de profesionales** para que transformen datos en decisiones.

Su propuesta combina la práctica profesional con una fuerte vocación pedagógica: no solo el «cómo», también el «por qué» detrás de cada decisión de diseño.



Eduardo Azzola
Director · DataStereo

18+

años en Data & Analytics

Miles

de profesionales formados

3

universidades de la región

35+

organizaciones capacitadas

Universidad de Chile

Universidad del CEMA

Universidad Tecnológica Nacional

ORGANIZACIONES CUYOS EQUIPOS SE FORMARON CON EDUARDO

Falabella Mercado Libre Coca-Cola Apple American Express Carozzi DHL Chilexpress Contraloría General de la República
Axion Energy Banco Ripley Antel UNICEF SC Johnson Bagó LATAM Hoyts FOX ExxonMobil BCIE
Agencia de Calidad de la Educación Itaú Johnson & Johnson NCR BID McDonald's Samsung Nike Viacom ESPN Ford
Telefónica Santander Etermax Siemens

Lo que cambia después de la formación.



Juan Pablo Valdés Gramer

Subgerente de Visualización
FALABELLA

Tuve el placer de gestionar un curso de Data Storytelling para nuestro equipo de Insights & Visualización y se notó un antes y un después en la forma de presentar de varios integrantes. Fue tal el impacto que, tomando lo aprendido, una persona de nuestro equipo hizo una charla a más de 200 personas dentro de la organización con un NPS de 92, que a su vez gatilló una serie de charlas adicionales.

«Como docente que soy, puedo destacar que Eduardo tiene una estructura pedagógica muy bien armada, que facilita bastante el aprendizaje de cualquier tipo de audiencia, ya que aborda los conceptos de fondo para luego profundizarlos.»



Ignacio Iratchet Soto
Gerente de Planificación
CAROZZI

«Eduardo es un gran profesional y académico, con una muy buena pedagogía para traspasar sus conocimientos a profesionales. En todas las ocasiones que hemos requerido sus servicios, los resultados han sido sobresalientes.»



Jorge Cancino Becerra
Subdirector de Educación Continua, FCFM
UNIVERSIDAD DE CHILE

«Eduardo ha capacitado a más de 50 personas de nuestra organización. Su sólida formación y sus excepcionales aptitudes personales han hecho de sus cursos un espacio donde el aprendizaje se dio de forma fluida y natural.»



Gabriel M. Crugeiras
Jefe de Inteligencia de Gestión
SUPERINTENDENCIA DE RIESGOS DEL TRABAJO

«Es un placer trabajar con profesionales como Edu. Fue una pieza clave a la hora de formar a mi equipo. Siempre lo voy a recomendar: de lo mejor que vi para transmitir conocimientos y hacer las cosas simples.»



Pablo M. García Casasola
Data & Analytics Sr. Manager
MERCADO LIBRE

«Eduardo is an overachiever, excellent trainer. He mentors to create self driven individuals who understand the concepts developed in each one of his sessions.»



Sofía Negrete Papadakis
PMO Project Manager
APPLE

«Tiene habilidades técnicas avanzadas y puede interactuar con usuarios de negocio para convertir a las organizaciones en "Data Driven". Nos ha hecho quedar muy bien con los programas implementados.»



Fabricio Barahona Amaya
Analista de Inteligencia de Negocios
BCIE

METODOLOGÍA

Seis principios. Un método que se aplica desde la primera clase.

No hay recetas mágicas ni plantillas: hay un proceso claro y repetible que sirve para un gráfico, un dashboard o una presentación completa.



01

Entender el contexto

Audiencia, mensaje y canal antes de abrir cualquier herramienta. La gran idea y el boceto en papel como punto de partida.



02

Elegir el gráfico adecuado

Para cada mensaje existe una forma que lo hace evidente. Aprender a elegirla, y a descartar las que confunden.



03

Eliminar el desorden

Cada elemento que no aporta suma carga cognitiva. Principios de la percepción visual para quitar sin perder.



04

Dirigir la atención

Color, tamaño, posición y forma: atributos preatentivos para decidir adónde mira la audiencia primero.



05

Pensar como diseñador

Jerarquía visual, accesibilidad, teoría del color y la elección entre modo claro y oscuro en dashboards.



06

Contar una historia

Estructura narrativa, tensión y resolución, y un llamado a la acción claro al final de cada pieza.

CÓMO ES CADA SESIÓN

Poca teoría, mucha práctica y devolución en el momento.

Cada encuentro sigue el mismo ritmo: una idea potente, un ejemplo real transformado en vivo y un ejercicio que se resuelve y se discute en la misma clase.

Google Meet

Zoom

Presencial

1

Un concepto, con ejemplos reales

Explicado en pocos minutos y con casos del mundo corporativo.

2

Antes y después

Un gráfico real se rediseña en vivo, paso a paso, aplicando el concepto.

3

Práctica en la plataforma

Cada participante resuelve el ejercicio desde su computadora, con datos reales.

4

Devolución en pantalla

Las respuestas del grupo se proyectan y se analizan juntos, con el fundamento de cada opción.

5

Aplicación a tu trabajo

Ejercicios integradores para rediseñar dashboards y presentaciones propias.

— ANTES Y DESPUÉS

Comunicar efectivamente el resultado de un análisis.

El análisis ya está hecho. Lo que falta es que alguien lo entienda en cinco segundos y actúe. Este es el cambio que buscamos en cada pieza que trabajamos en clase.

1 De la tabla al insight

Un título que dice la conclusión y un gráfico que la demuestra.

2 De la torta al ranking

La forma correcta para el mensaje correcto.

3 Del espagueti al foco

Gris para el contexto, color para lo que importa.

4 Del informe a la acción

Un número, una idea y una decisión concreta.

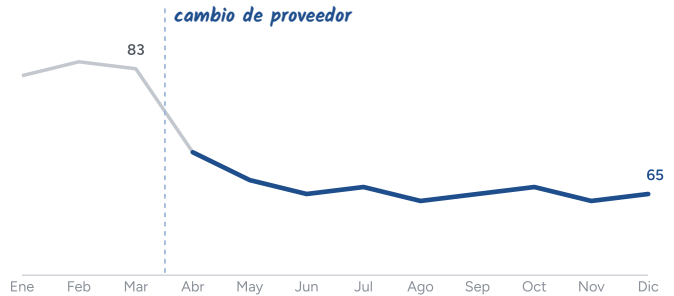
ANTES

DESPUÉS

se transforma solo

La satisfacción cayó 18 puntos después del cambio de proveedor en abril

Satisfacción de clientes, 2026 (escala 0–100)



✓ Título = conclusión

✓ Tabla → línea

✓ Anotación en el momento clave

— FORMATOS

Para personas y para equipos.

El mismo método y la misma plataforma, en el formato que mejor se ajusta a tu objetivo.



PARA PROFESIONALES

Formación individual

Para analistas, consultores y líderes que quieren dejar de mostrar datos y empezar a contar historias que la audiencia entiende, recuerda y usa para decidir.

- ✓ **Tu propio criterio.** Aprendes a decidir qué mostrar, a quién y por qué, más allá de la herramienta que uses.
- ✓ **Práctica sobre casos reales** en nuestra plataforma de ejercicios, con devolución en cada paso.
- ✓ **Aprender con otros.** Talleres en vivo con profesionales de distintas industrias, donde las respuestas del grupo también enseñan.
- ✓ **Tu trabajo como material.** En las mentorías uno a uno rediseñamos tus propios reportes y presentaciones.



PARA ORGANIZACIONES

Formación para equipos

No partimos de un curso cerrado: partimos de tu organización. Primero entendemos qué necesitan lograr y después diseñamos la formación para conseguirlo.

- ✓ **Relevamiento inicial.** Conversamos con el equipo y sus líderes para entender qué quieren comunicar, a quién, con qué datos y dónde se traba hoy.
- ✓ **Diseño a medida.** Adaptamos contenidos, ejemplos y ejercicios al nivel del equipo y a los desafíos reales de su industria.
- ✓ **Un lenguaje común.** Todo el equipo aprende el mismo método, y los reportes y presentaciones empiezan a hablar el mismo idioma.
- ✓ **Impacto visible.** El objetivo no es terminar un curso, es que sus piezas cambien y generen mejores decisiones.

No se aprende mirando. Se aprende haciendo.

Nuestros alumnos acceden a una plataforma de ejercicios propia. El instructor activa cada actividad durante la clase, cada participante la resuelve desde su computadora y las respuestas del grupo se proyectan en vivo para analizarlas juntos.



Actividades en vivo

Se activan en el momento justo de la clase.



Datasets reales

Casos de negocio para descargar y explorar.



Devolución fundamentada

Cada opción, correcta o no, tiene su explicación.



Resultados en pantalla

El grupo aprende de las respuestas de todos.

DATASTEREO · EJERCICIO DE CLASE

Big Idea: campaña «La vuelta al cole»

1. ¿A qué audiencia está dirigido?

Si tuvieras que limitarlo a una sola persona, ¿quién sería?

El director de comercio minorista

¿Qué acción debe realizar la audiencia?

Aprobar recursos para capacitar a los vendedores

2. ¿Qué está en juego?

¿Qué se gana si la audiencia actúa como quieres?

Subir la satisfacción general. (hoy 6.6/10)

¿Qué se arriesga si no lo hace?

Seguir perdiendo clientes frente a la competencia

3. Da forma a tu Gran Idea

✓ Articuló la parte de vista ✓ Transmite lo que está en juego ✓ Usa una oración completa

Capacitar a los vendedores, el factor peor evaluado (5.1/10), es la forma más directa de recuperar la satisfacción de nuestros clientes antes de la próxima campaña.

100/100

Enviado ✓ ✓ Ya se ve en la pantalla de la clase

Gran Idea. Big Idea: antes de abrir cualquier herramienta, cada participante define audiencia, lo que está en juego y su mensaje en una sola oración. Caso real: campaña «La vuelta al cole».

DATASTEREO · EJERCICIO DE CLASE

Gráfico correcto: ranking de canales

MENSAJE PARA EL DIRECTOR DE CANAL DIGITAL

Instagram debe ganar el 40% de las vistas del contenido, más el triple que Google Ads (10%). Recomendamos redirigir un 20% del presupuesto de Email y Facebook hacia Instagram Ad.

Elige uno o más gráficos

Barres horizontales ordenadas

Tarjetas (participación por canal)

Columnas sin ordenar

Lineas: todas todas por mes

Dispersión: leads vs. presupuesto

¿Por qué elegiste ese gráfico?

Es un ranking. Las barras ordenadas muestran entregado cuando le saca Instagram al segundo canal.

Enviado ✓ El profesor revela las respuestas

Gráfico correcto. Elección de gráfico: frente a un mensaje real, el participante elige la forma que lo comunica mejor y justifica su decisión. Al revelar, cada opción muestra por qué funciona o no.

DATASTEREO · EJERCICIO DE CLASE

Lupa de accesibilidad

CONCEPCIÓN

Arrastra la lupa sobre cada gráfico y describe cómo lo percibe una persona con daltonismo.

GRÁFICO 1 GRÁFICO 2 GRÁFICO 3 GRÁFICO 4 GRÁFICO 5

Protagonista **Deletrante** Terfanteja

Cumplimiento de la meta por región (%)

52% 64% 70% 65% 67%

North Centro Sur Este Oeste Litoral

¿Cuál es el problema de accesibilidad?

Tiene demasiados regiones para un solo gráfico.

Rige y verde son la única diferencia entre categorías: con daltonismo, las barras se ven iguales.

Las etiquetas de valor están muy cerca de las barras.

El título no incluye la unidad de medida.

Siguiente →

Lupa de accesibilidad. Accesibilidad: con una lupa arrastrable, el participante ve el gráfico tal como lo percibe una persona con daltonismo y detecta el problema de diseño.

DATASTEREO · EJERCICIO DE CLASE

C.R.A.F.T.: completa el prompt

Arrastra cada frase a su posición para pedir a una IA un buen insight. Si alguna frase no corresponde a ninguna.

CONTEXTO Tengo ventas por sucursal, canal y margen, y necesito el hallazgo clave para generar.

ROL Actúa como analista de datos senior para audiencias ejecutivas.

ACCIÓN Identifica un único insight, específico y cuantificado.

FORMATO Entrégalo en una sola oración, sin tablas.

TONO Tono ejecutivo y directo, sin tecnicismos.

FICHAS DISPONIBLES

Actúa como un asistente útil que responde preguntas.

Mira los datos y dime qué te parece interesante.

El clima estuvo agradable todo el verano.

Enviado ✓ ✓ ¡Las cinco son correctas!

Prompt C.R.A.F.T.. IA aplicada a los datos: el participante arrastra cada frase a su lugar para construir un prompt que le pida a una IA un insight útil. Algunas fichas son trampas.

Cuatro programas. Un mismo objetivo: decidir mejor con datos.

El Data Storytelling es el corazón de todo lo que enseñamos. Estos programas lo completan con las herramientas para analizar, automatizar y construir.



PROGRAMA INSIGNIA

ONLINE O PRESENCIAL · 12 HORAS

Data Storytelling

Narrativas visuales que generan decisiones: del insight al mensaje, del gráfico al llamado a la acción.

- El insight, el mensaje y el contexto
- Atributos preatentivos y carga cognitiva
- Selección del gráfico adecuado para cada mensaje
- Diseño de dashboards, accesibilidad y teoría del color



NUEVO

ON DEMAND · VIBE CODING CON CLAUDE CODE

Data Analytics con IA

Analiza datos con IA y crea dashboards con vibe coding, de la base de datos a producción, sin licencias.

- Bases de datos relacionales y modelado de datos
- Dashboards interactivos alimentados por base de datos, Sheets o Excel
- Publicación, dominio y hosting del proyecto
- Autenticación, roles y seguridad básica



ON DEMAND · SINCRÓNICO

IA Generativa: Aplicaciones Reales

De los fundamentos del prompting a la automatización de procesos, con herramientas que se usan hoy en las empresas.

- Prompt engineering, GPTs personalizados, Gems y NotebookLM
- Copilot en Word, Excel y PowerPoint, y agentes de programación
- Conexión a sistemas privados con MCP y uso de APIs
- Automatización con Make, n8n y Google Workspace



ONLINE O PRESENCIAL · NIVELES 1, 2 Y 3

Data Analytics con Tableau

Del primer dashboard a las técnicas avanzadas, con un instructor certificado que guió la implementación de Tableau en numerosas compañías de la región.

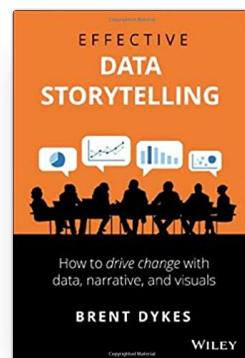
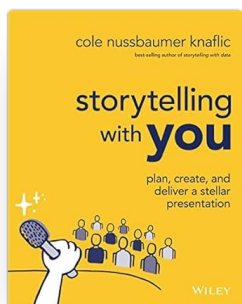
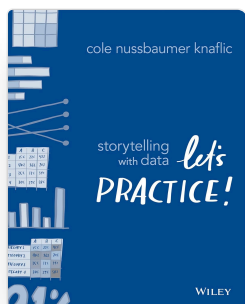
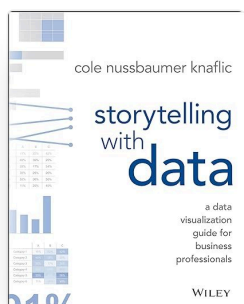
- **Nivel 1:** fundamentos de datos, SQL y primeros análisis en Tableau Desktop
- **Nivel 2:** joins y relaciones, parámetros, cálculos de tabla y fechas
- **Nivel 3:** expresiones LOD, dashboards dinámicos y Tableau Server
- Disponible para equipos in-company y en formato individual

— DE DÓNDE VIENE ESTE ENFOQUE

Esta línea de trabajo proviene de mi formación con **los referentes número uno del mundo** en comunicación de datos.

— Eduardo Azzola

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA



— CONVERSEMOS

¿Listo para que tus datos cuenten una historia?

Cuéntanos quiénes participarían y qué necesitan comunicar mejor. Preparamos una propuesta a medida y te respondemos en menos de 24 horas hábiles.

info@datastereo.com
www.datastereo.com
linkedin.com/in/eduardoazzola