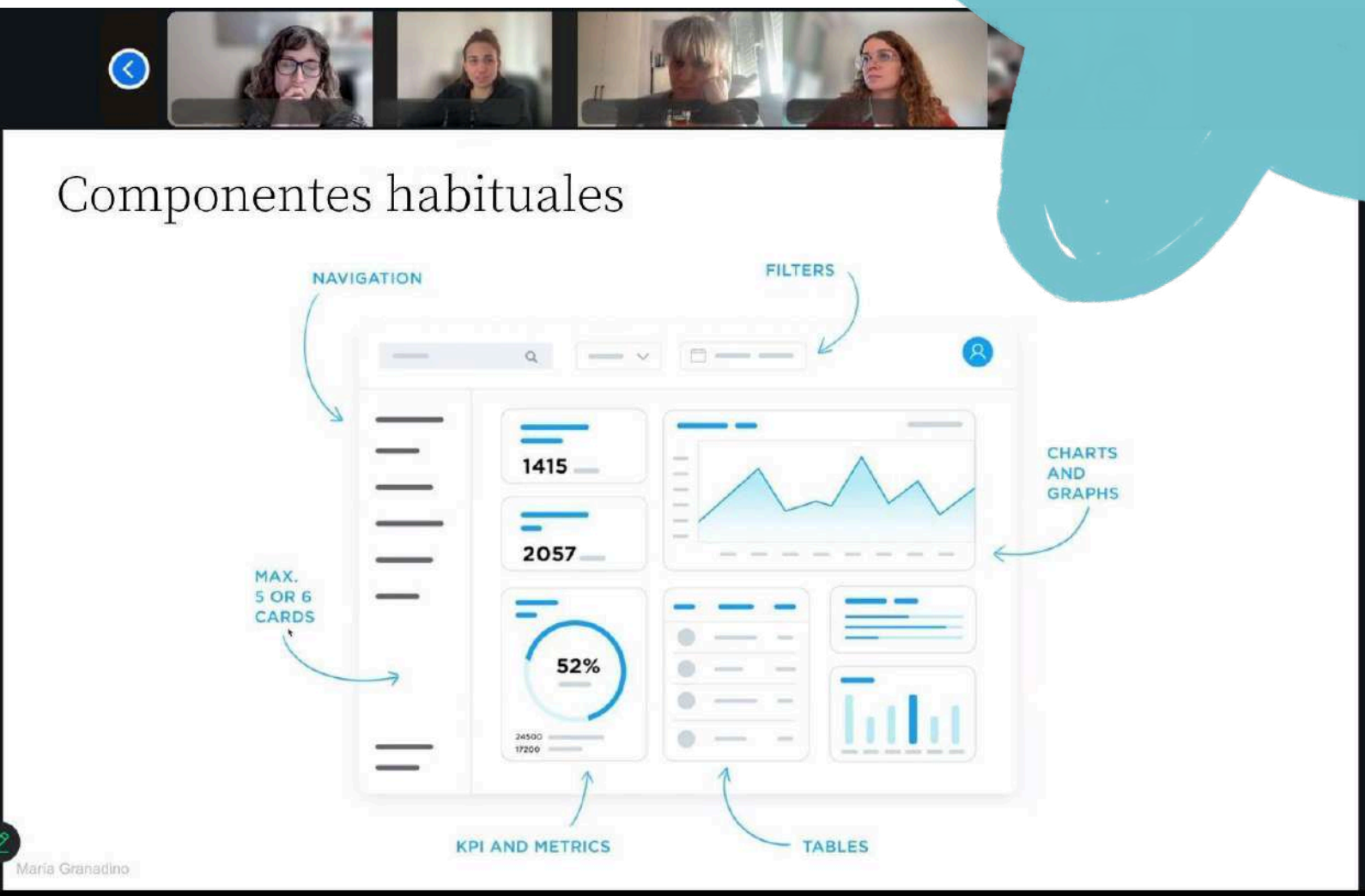
La Nave Nodriza

REMOTO

Product Decision Making

Del 16 al 25 de febrero de 2027



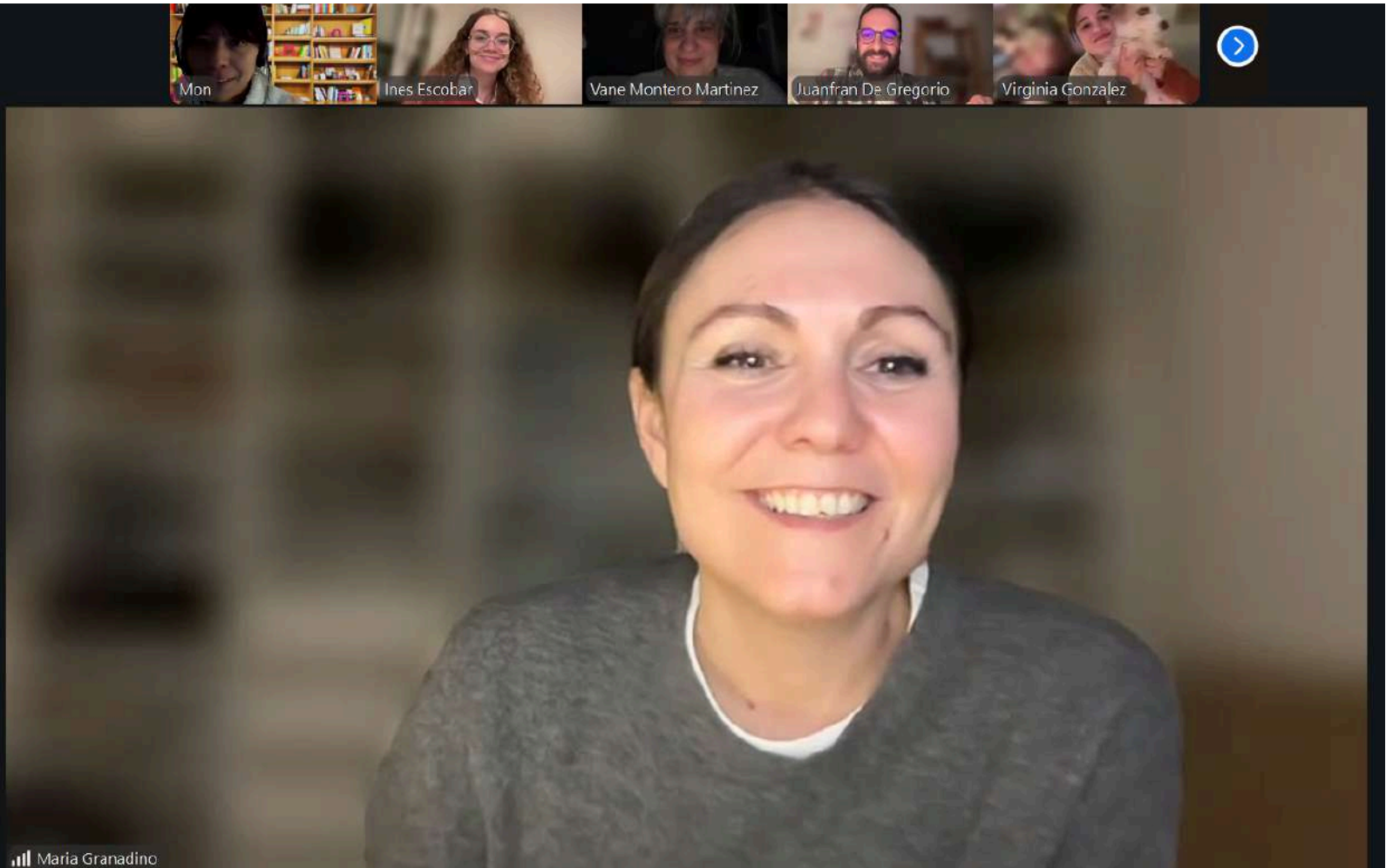
¡Hola! En este documento encontrarás...

Programa	5
¿Es para ti?	6
Metodología	7
¿Quién te acompaña?	7
Datos clave	8
Contacto	9

Product Decision Making

En producto tomamos decisiones constantemente: qué priorizar, qué cambiar, qué mantener y dónde merece la pena invertir tiempo y recursos.

En este taller aprenderás a utilizar objetivos, métricas y experimentos para reducir incertidumbre, entender mejor lo que está ocurriendo y sostener tus decisiones con evidencia sin convertir los datos en una verdad absoluta.



¿Qué vas a aprender?

Tomar decisiones de producto exige algo más que disponer de métricas. Hay que saber qué pregunta estamos intentando responder, qué evidencia necesitamos y cómo interpretar lo que encontramos.

En los productos digitales tenemos acceso a cantidades cada vez mayores de información. El reto ya no está únicamente en conseguir datos, sino en distinguir cuáles nos ayudan realmente a entender el comportamiento de un producto y cuáles solo añaden ruido.

Una métrica aislada difícilmente explica qué está ocurriendo. Para convertir la información en una herramienta útil necesitamos relacionarla con los objetivos del negocio, el comportamiento de las personas y las hipótesis que estamos poniendo a prueba.

A lo largo del taller aprenderás a moverte desde la estrategia hasta una decisión concreta de producto, utilizando datos cuantitativos y cualitativos para reducir incertidumbre, detectar oportunidades y valorar el impacto de lo que hacemos.

A lo largo del taller:

- Aprenderás a concretar qué queremos conseguir con un producto y a diferenciar objetivos, outcomes, métricas y KPIs.
- Traducirás objetivos estratégicos de negocio en señales observables que puedan orientar decisiones sobre producto y funcionalidades.
- Trabajarás con frameworks como **AARRR y HEART** para relacionar métricas de negocio, experiencia y comportamiento.
- Formularás hipótesis y plantearás experimentos que permitan aprender antes de dedicar más recursos a construir una solución.
- Aprenderás a interpretar resultados, valorar el impacto conseguido y explicar por qué una evidencia nos lleva a mantener, modificar o descartar una decisión.

Programa

Estos son los contenidos que trabajaremos durante el taller. Cada sesión combina conceptos y marcos de trabajo con ejercicios prácticos para trasladarlos rápidamente a situaciones de producto.

Día 1. Fundamentos para tomar decisiones con evidencia

- Realizaremos un primer acercamiento a los datos y al vocabulario asociado: data, métricas, objetivos y KPIs

Día 2. De la estrategia a las señales de producto

- Entenderemos cuáles son las métricas de negocio o estratégicas (AARRR).
- Identificaremos métricas de producto y funcionalidad (HEART) que impacten en las métricas de negocio.

Día 3: De las métricas a las hipótesis y los experimentos

- Aprenderemos a plantear Test A/B y tests con usuarios y a interpretar sus resultados de manera que nos sean útiles para mejorar nuestros productos digitales.
- Veremos algunos ejemplos de proyectos reales en los que los datos han sido cruciales para tomar decisiones de diseño, entendiendo su alcance y utilidad.
- Practicaremos con Google Sheets cómo extraer información a partir de grandes conjuntos de datos.

Día 4: Medir impacto y decidir qué hacer después

- Entenderemos cómo realizar un seguimiento de las métricas definidas nos puede ayudar a entender el rendimiento de cada funcionalidad y tomar decisiones basadas en datos.
- Practicaremos todo lo aprendido en un ejercicio global por grupos.

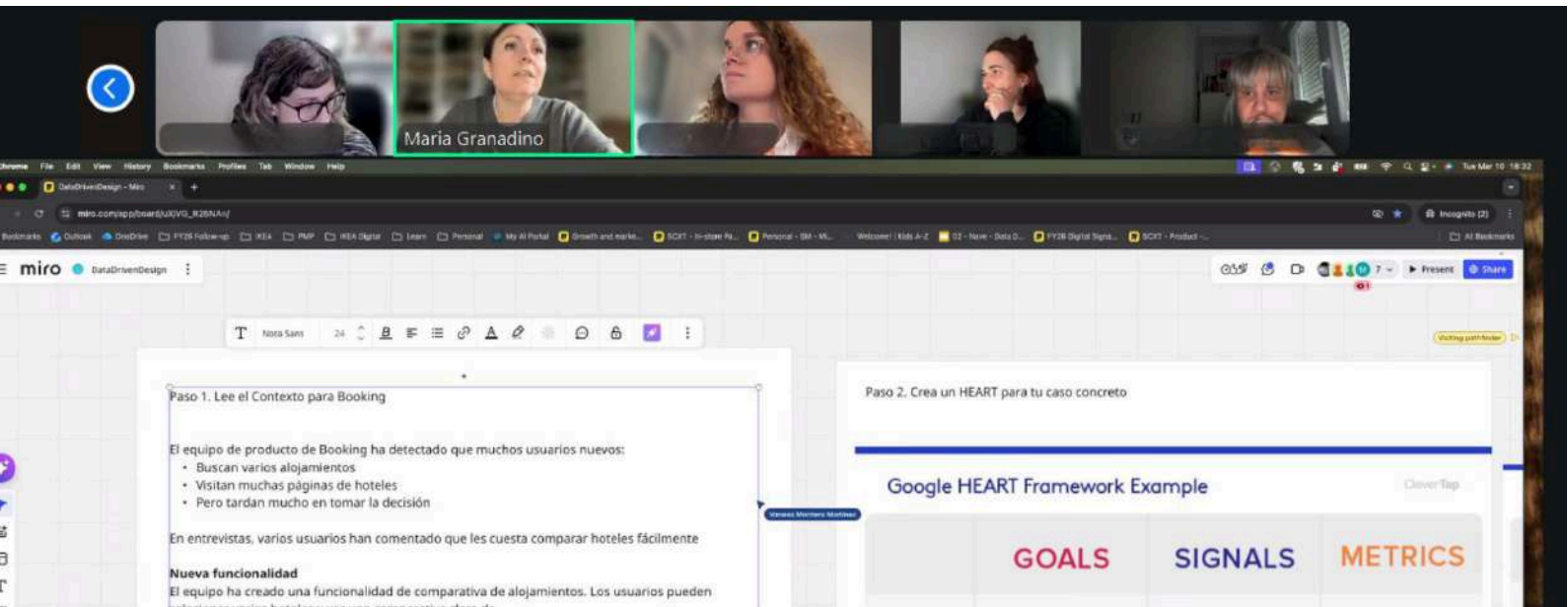
¿Es para ti?

No necesitas venir del mundo del dato ni haber trabajado previamente con herramientas avanzadas de analítica. Aprenderemos los conceptos necesarios para poder incorporarlos a tu práctica profesional.

Resultará especialmente útil si cuentas con cierta experiencia en producto digital, ya sea desde producto, diseño, research, marketing, negocio u otros perfiles que participen en su evolución.

Este taller es para ti si...

- Eres **Product Manager, Product Owner o Product Lead** y quieres ganar seguridad a la hora de priorizar, medir resultados y argumentar por qué tomar una dirección y no otra.
- Trabajas como **Product Designer, UX Designer o Researcher** y quieres ampliar tu mirada más allá de la solución para participar con mayor peso en conversaciones sobre producto, negocio e impacto.
- Tienes acceso a mucha información pero te cuesta identificar qué métricas son realmente relevantes para la pregunta que estás intentando resolver.
- Necesitas presentar recomendaciones a stakeholders o equipos directivos y quieres sostenerlas mejor combinando datos, contexto, experimentación y criterio.



Metodología

El taller consta de cuatro sesiones remotas y síncronas. En todas ellas combinaremos conceptos, ejemplos y práctica para que puedas trasladar lo aprendido a decisiones de producto reales.

Las clases se distribuyen en sesiones de cuatro horas a lo largo de dos semanas. Así tendrás tiempo entre encuentros para asimilar los marcos de trabajo, revisar ejemplos y observar cómo podrían aplicarse a los productos y decisiones con los que trabajas habitualmente.

Cada sesión está planteada para aprender haciendo. Alternaremos explicaciones con ejercicios individuales y colectivos, análisis de casos y momentos de conversación en los que compararemos distintas formas de abordar un mismo problema, porque frente a una decisión de producto rara vez existe una única lectura posible. Contrastar interpretaciones, explicar qué evidencia hemos utilizado y escuchar cómo otras personas han razonado su decisión forma parte del aprendizaje.

A lo largo de las cuatro sesiones iremos construyendo un caso de manera progresiva hasta recorrer el proceso completo: partir de un objetivo, decidir qué observar, interpretar las señales, formular una hipótesis, ponerla a prueba y convertir lo aprendido en una decisión.

¿Quién te acompaña?

María Granadino
Global Head of Product - Physical customer meeting points - IKEA

María es Global Head of Product en IKEA. Con más de 15 años de experiencia en producto digital, ha trabajado en diferentes compañías: agencias, consultoras, startups o enterprise, gestionando productos, equipos de ingeniería y de producto.

Hoy lidera el equipo global de producto encargado de la experiencia digital en las tiendas de IKEA para 30 mercados.

El LinkedIn de María

Datos clave

Fechas
16, 18, 23 y 25 de febrero

Horario
Martes y jueves de 16:30 a 20:30 [Madrid GMT +2]

Precio
695€
Early bird -20% hasta el 4 de enero de 2027
Bonificable por FUNDAE
Si ya has realizado una formación con nosotras, pregúntanos por tus descuentos.

Contacto

Marisa / Salva

cuentame@lanavenodriza.com

91 622 67 91

Whatsapp +34 683 549 914

Web lanavenodriza.com

LinkedIn La Nave Nodriza

Instagram @nodrizismo

Newsletter el Fax y el Telegrama

La Nave Nodriza
MATADERO MADRID
Casa del Lector - Mad Tech Campus
Paseo de la Chopera 14
28045 Madrid