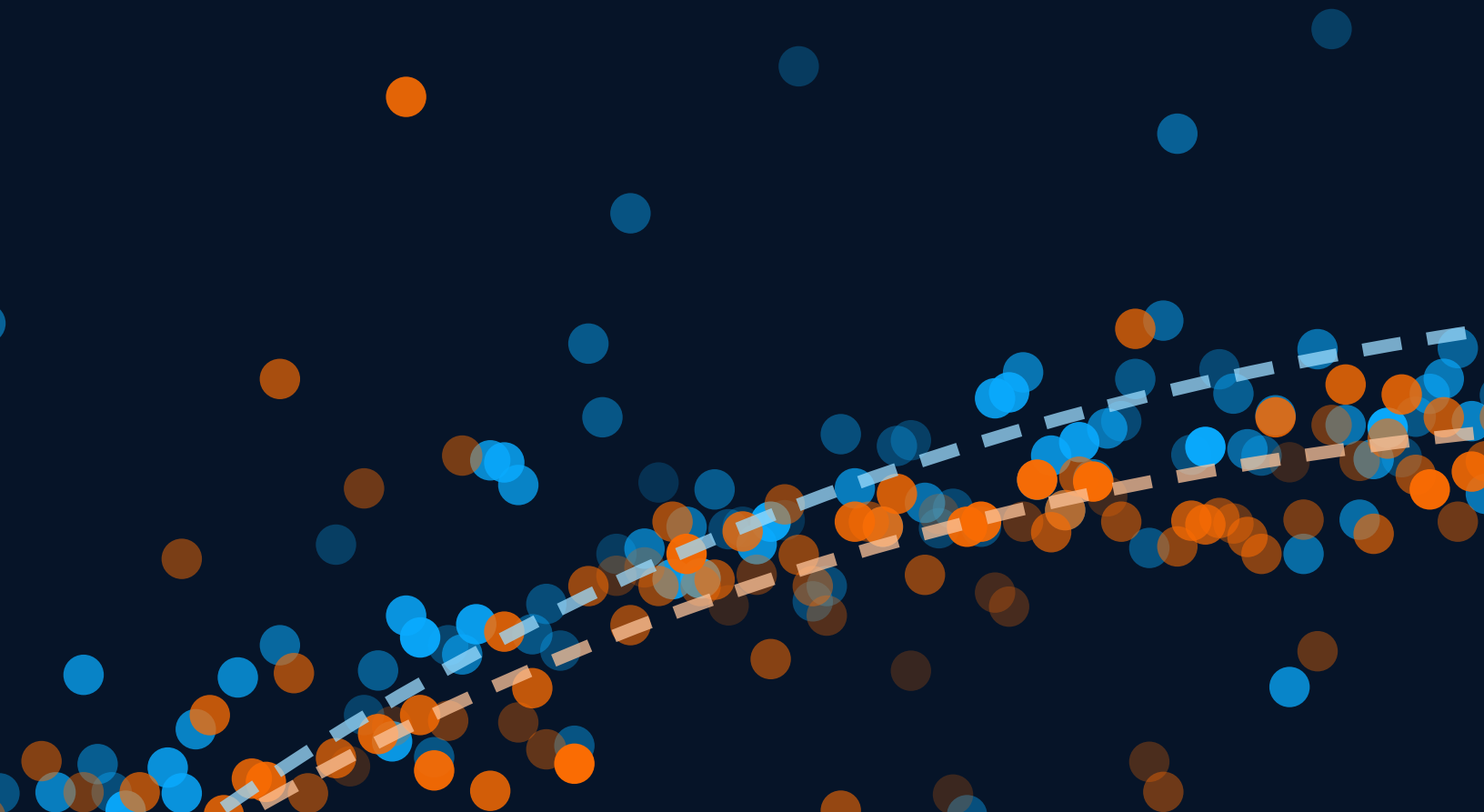




10 prácticas recomendadas para crear dashboards eficaces



Un dashboard bien diseñado promueve con eficacia conversaciones basadas en los datos. Si todos los miembros de su empresa cuentan con la misma información, pueden tomar decisiones más rápido sobre la base de una fuente de veracidad única.

Si un dashboard es eficaz, los mensajes y las métricas son claros, los colores destacan el significado y el público accede a la información más relevante. Entonces, ¿cómo puede diseñar dashboards que cumplan con todas las expectativas de su organización?

La respuesta se reduce a tres elementos: planeamiento sensato, diseño informado y un ojo crítico a la hora de optimizar el dashboard.

Contenido

Planeamiento sensato

- 1. Conozca a su público 3
- 2. Considere el tamaño de la pantalla 4
- 3. Planee tiempos de carga breves 5

Diseño informado

- 4. Saque partido de la zona óptima..... 6
- 5. Limite el número de vistas y de colores 7
- 6. Agregue interactividad para propiciar la exploración..... 9
- 7. Use un formato de mayor a menor 10

Optimización de su dashboard

- 8. Saque partido de las descripciones emergentes: historias dentro de su historia 12
- 9. Elimine el desorden..... 14
- 10. Asegúrese de que el dashboard sea fácil de usar..... 15

Acerca de Tableau..... 16

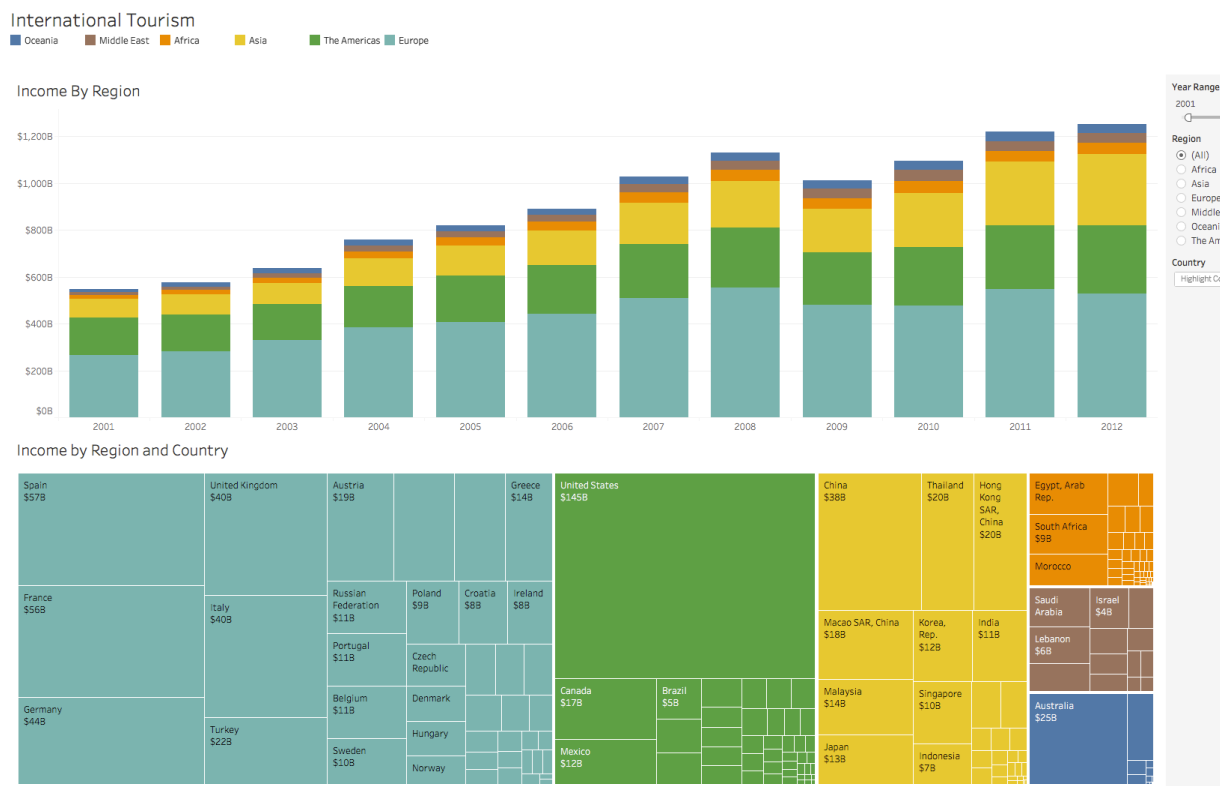
Recursos adicionales..... 16

Planeamiento sensato

1. Conozca a su público

Los mejores dashboards son aquellos que se crean pensando en el público objetivo. Eso no sucede por casualidad. Pregúntese a sí mismo: ¿para quién estoy diseñando esto? ¿Es para un vendedor muy ocupado que no puede dedicar más de 15 segundos a los indicadores de rendimiento clave? ¿O es para un equipo que pasa varias horas evaluando dashboards con datos trimestrales?

También es importante saber qué nivel de conocimientos tiene el público sobre el tema y los datos en cuestión. Por ejemplo, un principiante tal vez necesite más etiquetas prácticas sobre filtros o parámetros que un usuario más avanzado. Si no tiene mucha información sobre el público objetivo, hágase preguntas acerca de sus prioridades y la forma en que consumen los datos a fin de encontrar la mejor manera de presentarlos. Recuerde que puede crear más de un dashboard. Lo mejor es empezar por lo sencillo.

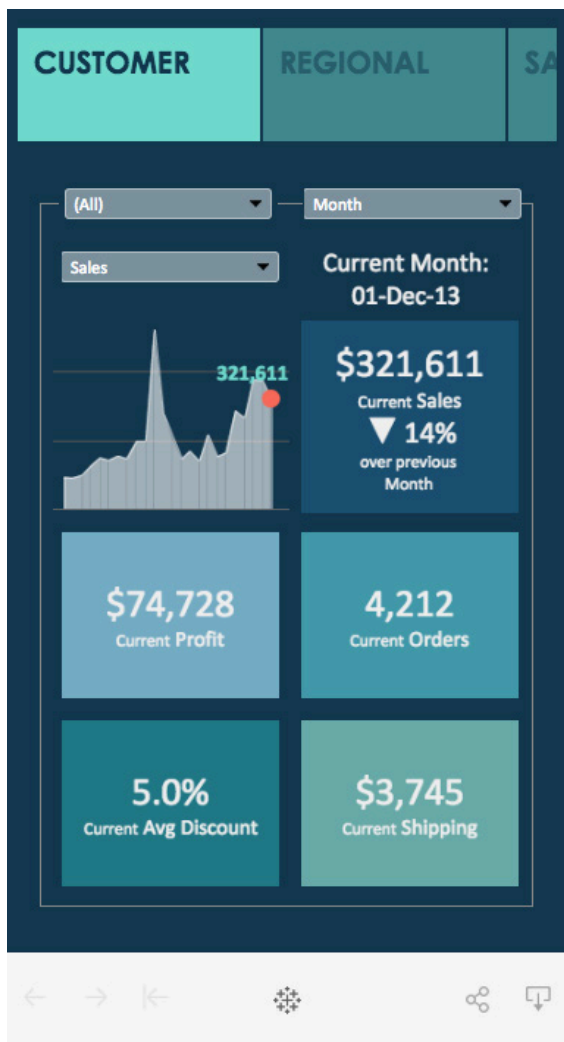


Un equipo financiero responsable de analizar información de alto nivel acerca de los ingresos correspondientes al turismo internacional podría usar perfectamente este dashboard.

2. Considere el tamaño de la pantalla

Si diseña un dashboard exclusivamente para el monitor de un equipo de escritorio, pero los usuarios suelen usar sus teléfonos para acceder a los datos, es probable que no queden muy satisfechos. Antes de diseñar el dashboard, investigue un poco para conocer los hábitos del público.

Proponga los KPI más importantes: Recuerde que el público no siempre puede profundizar en la información en una pantalla pequeña. Por lo tanto, cuando diseñe dashboards para teléfonos móviles o tabletas, debe mostrar solo las métricas más importantes. En la práctica, esto se traduce en la creación de dashboards con elementos fáciles de seleccionar y poca interactividad intencional.



En este dashboard, no hay más de tres interacciones. Esta simplicidad reduce la confusión y optimiza la experiencia del usuario en dispositivos móviles.

Apile el contenido de forma vertical para las pantallas de los teléfonos: La mayoría de las personas usan el teléfono en modo vertical. A menos que deba mostrar una vista de mapa amplia o una escala de tiempo, diseñe el dashboard de forma vertical para los teléfonos.

En Tableau, cuando crea un dashboard nuevo, se genera automáticamente un trazado para teléfonos. Por lo tanto, el contenido se organiza de una manera adecuada para el teléfono mediante algoritmos. También puede elegir la opción “Editar disposición yo mismo”. Esto le permite agregar y organizar los elementos de forma manual para que reflejen los cambios en el dashboard predeterminado. Si desea ver qué aspecto tendrán los dashboards en distintos dispositivos, revise y agregue trazados para dispositivos con la [Vista previa del dispositivo](#).

3. Planee tiempos de carga breves

Ni siquiera los dashboards más atractivos generarán un impacto si tardan demasiado en cargarse. A veces, las demoras en la carga se deben a los datos, el dashboard, o una combinación de ambos elementos.

El creador del dashboard debe tomar una de las decisiones más importantes en la etapa de preparación de los datos, antes de crear la primera vista. Siempre que sea posible, en especial con las vistas de producción, realice cálculos en la base de datos para reducir la carga. Los cálculos agregados son una excelente herramienta para los campos calculados en Tableau. Sin embargo, se aconseja realizar cálculos de nivel de fila en la base de datos siempre que sea posible.

Determine si necesita limitar la cantidad de datos que se presentan en el dashboard. Esto se puede hacer si [crea filtros en una fuente de datos](#) o crea una extracción. Las [extracciones](#) suelen ser mucho más rápidas que una fuente de datos en tiempo real y son excelentes para la creación de prototipos. Tenga en cuenta que las extracciones no siempre son la solución adecuada a largo plazo. Si se realizan consultas sobre datos que se actualizan constantemente, es más conveniente realizar una conexión en tiempo real cuando se utilice la vista.

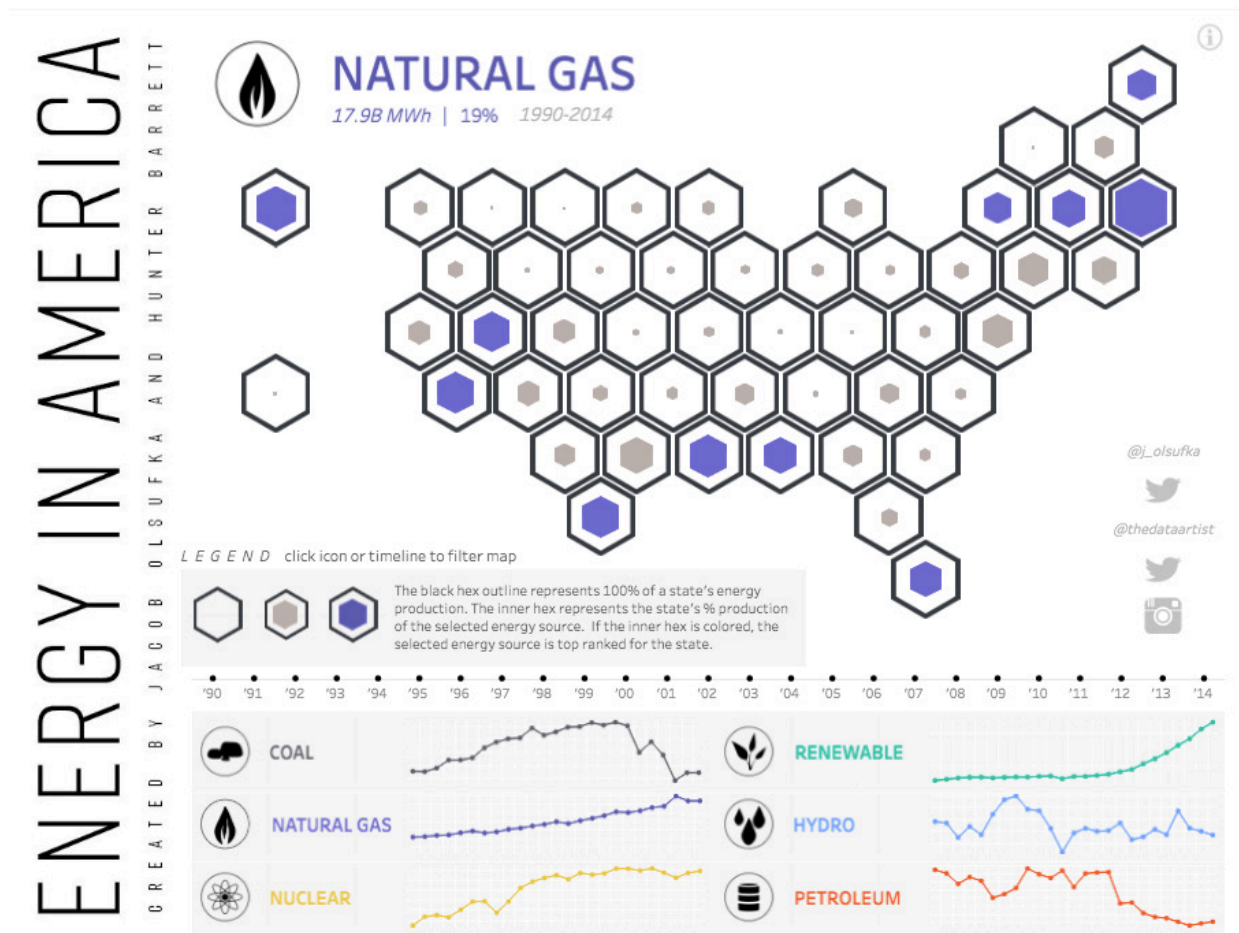
Si desea obtener más consejos sobre optimización, acceda a la Ayuda en línea y aprenda a [Optimizar el rendimiento de los libros de trabajo](#). Conocer el [orden de las operaciones en Tableau](#) también puede ayudarlo a reducir los tiempos de carga.

Diseño informado

4. Saque partido de la zona óptima

Considere siempre la manera en la que el público va a “leer” el dashboard. Este debe “fluir” y presentar la información de manera lógica.

Cuando diseñe un dashboard, considere las partes que forman grupos lógicos y utilice el diseño para agruparlas. El sombreado, las líneas, los espacios y los colores son herramientas útiles para formar estas conexiones.



Jacob Olsufka agrupó los hexágonos de manera tal que podamos percibir fácilmente el mapa de los Estados Unidos. Además, incluyó un fondo en la leyenda y el texto complementario, y agrupó los iconos de redes sociales mediante la proximidad.

La mayoría de los usuarios miran el contenido web desde la parte superior izquierda de la página. Una vez que tenga claro el propósito principal del dashboard, asegúrese de colocar la vista más importante de manera que ocupe la esquina superior izquierda del dashboard o se extienda por ella. En el dashboard que aparece con anterioridad, el autor decidió que el encabezado y la vista de mapa debían contener los mensajes clave.

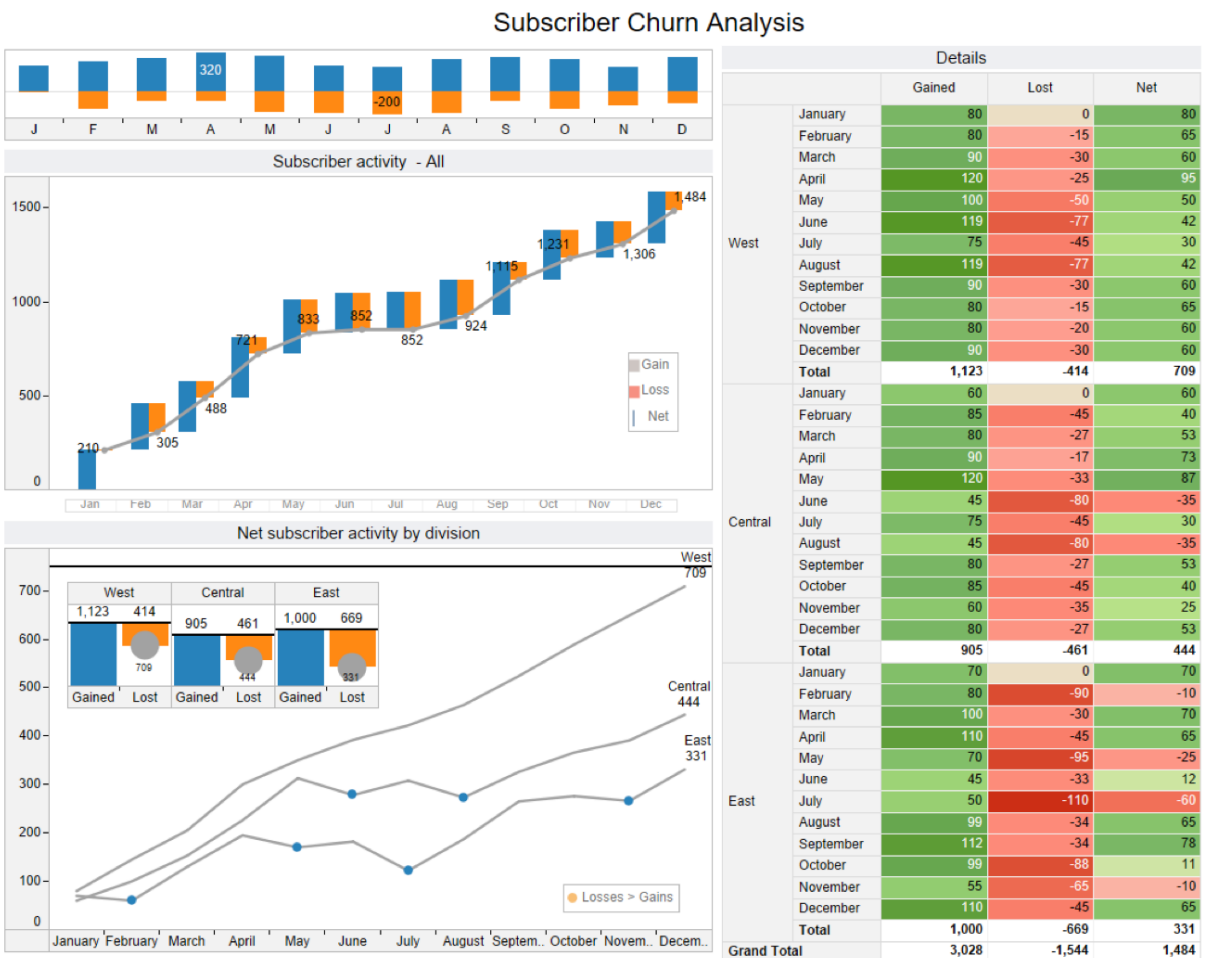
5. Limite el número de vistas y de colores

Es muy fácil entusiasmarse y querer incluir todas las vistas relevantes en un mismo dashboard. Pero, si agrega demasiadas, no permitirá que se aprecie el panorama completo. En general, incluya dos o tres vistas. Si determina que necesita más, cree más dashboards o use una [historia](#). Las historias son secuencias de visualizaciones que se combinan para guiar al usuario por la información.

Al igual que sucede con las vistas, pueden incluirse demasiados colores. Si el color se usa correctamente, contribuye al análisis. No obstante, el exceso de colores genera una sobrecarga visual para el público, lo que ralentiza o impide el análisis.

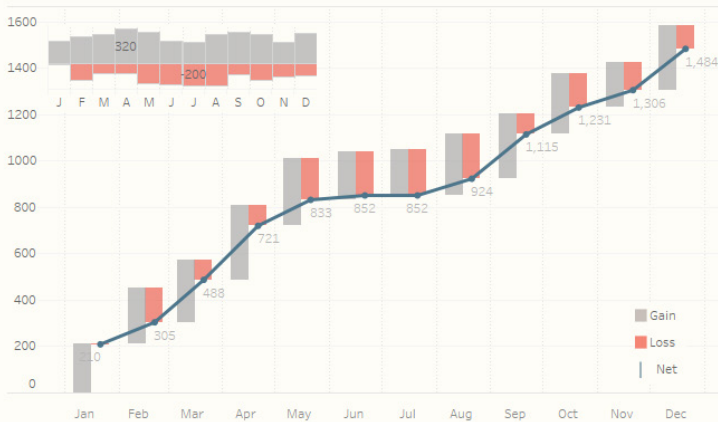
A continuación, puede ver el antes y el después de un dashboard sobre deserción de suscriptores.

En la versión “antes”, se usan colores más saturados y fuertes, además de un sombreado que no es uniforme. Como resultado, resulta más difícil para el usuario ver la relación entre los gráficos.

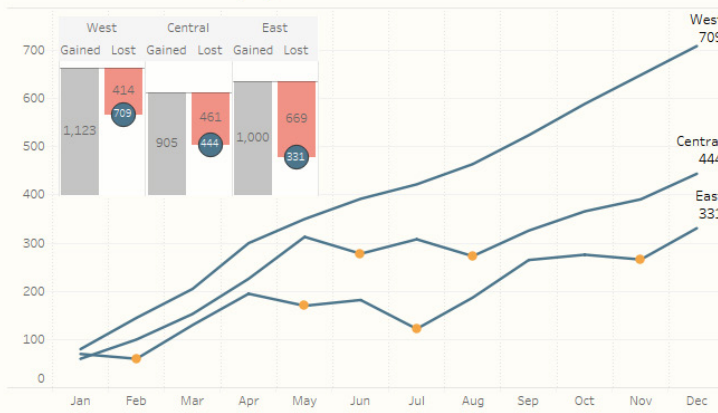


Subscriber Churn Analysis

Subscriber activity - All



Net subscriber activity by division



Details

		Gained	Lost	Net	Run
West	January	80	0	80	
	February	80	-15	65	
	March	90	-30	60	
	April	120	-25	95	
	May	100	-50	50	
	June	119	-77	42	
	July	75	-45	30	
	August	119	-77	42	
	September	90	-30	60	
	October	80	-15	65	
	November	80	-20	60	
	December	90	-30	60	
Total		1,123	-414	709	
Central	January	60	0	60	
	February	85	-45	40	
	March	80	-27	53	
	April	90	-17	73	
	May	120	-33	87	
	June	45	-80	-35	
	July	75	-45	30	
	August	45	-80	-35	
	September	80	-27	53	
	October	85	-45	40	
	November	60	-35	25	
	December	80	-27	53	
Total		905	-461	444	
East	January	70	0	70	
	February	80	-90	-10	
	March	100	-30	70	
	April	110	-45	65	
	May	70	-95	-25	
	June	45	-33	12	
	July	50	-110	-60	
	August	99	-34	65	
	September	112	-34	78	
	October	99	-88	11	
	November	55	-65	-10	
	December	110	-45	65	
Total		1,000	-669	331	
Grand Total		3,028	-1,544	1,484	

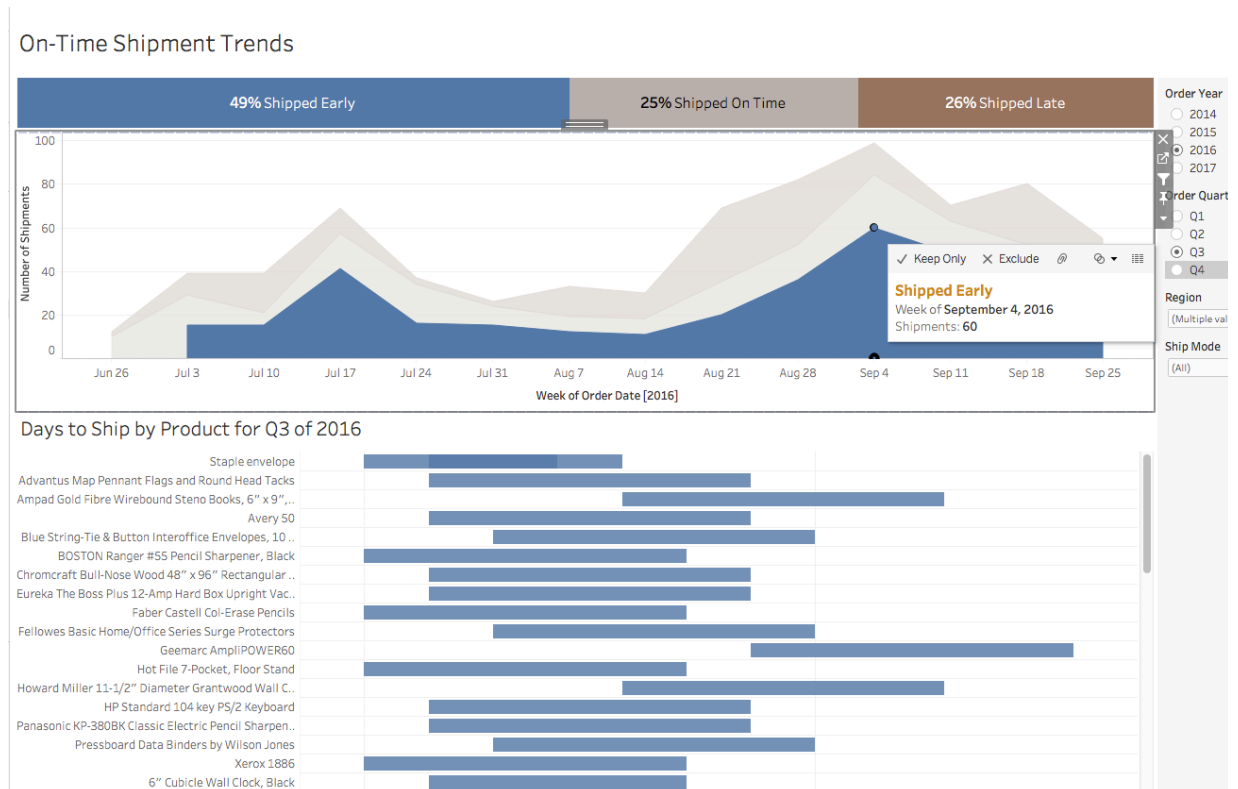
La versión mejorada del mismo dashboard tiene un diseño moderno con colores más sutiles. Por tanto, el formato es más adecuado y agradable.

Subscriber Churn (Deserción de suscriptores), [The Big Book of Dashboards](#) (El gran libro de los dashboards)

Personalizar los dashboards puede resultar adictivo. Sin embargo, es importante procurar no agregar objetos innecesarios que impidan que el dashboard cumpla con su objetivo de informar al público rápidamente.

6. Agregue interactividad para propiciar la exploración

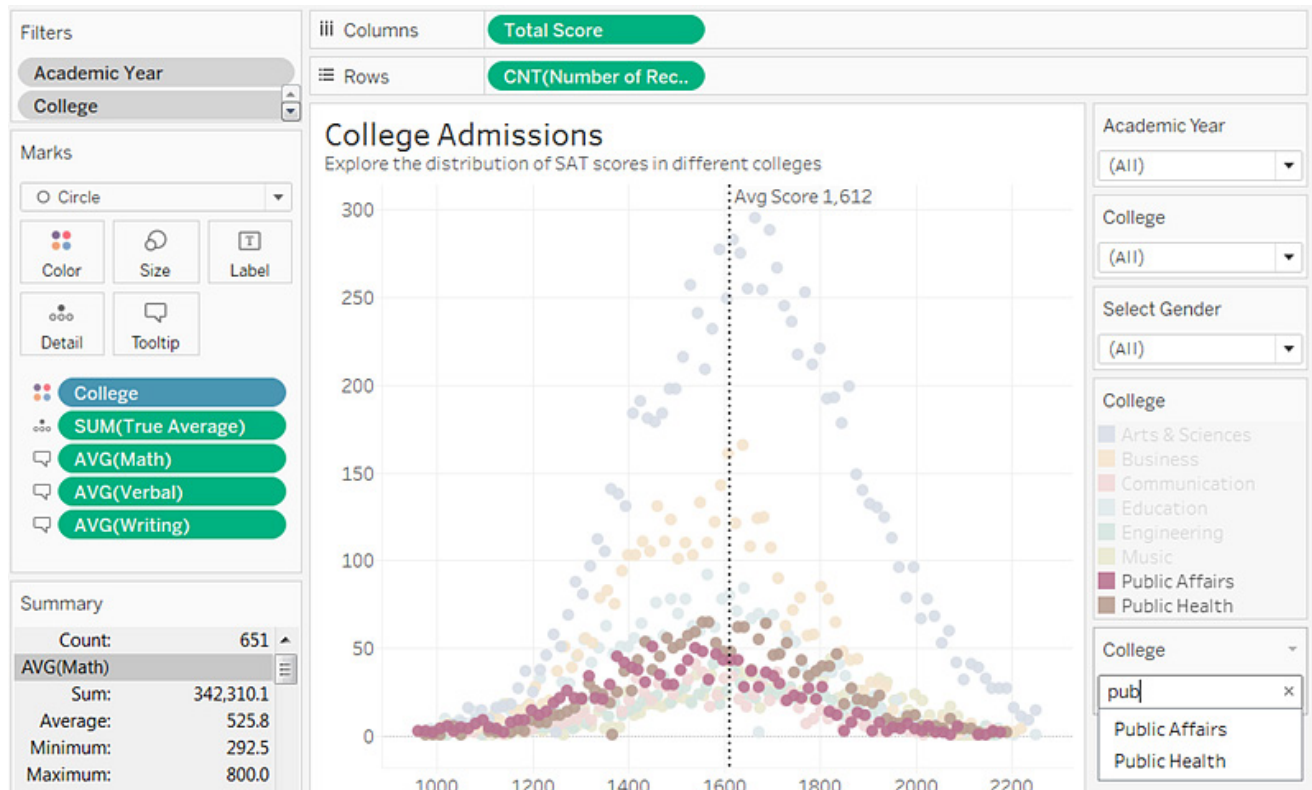
La utilidad de un dashboard reside en la capacidad de su creador de alinear vistas específicas para su análisis conjunto. Los filtros permiten hacer análisis más eficaces y promueven la participación del público. Por ejemplo, puede hacer que una vista (la más importante) actúe como filtro de las demás incluidas en el dashboard. Para ello, seleccione Usar como filtro en el menú contextual de la vista.



En este dashboard, se utiliza el gráfico de área como filtro. Cuando hacemos clic en el gráfico de área, el gráfico de barras de abajo aplica un filtro. Como resultado, solo se muestran los datos clasificados como "Shipped Early" (enviados anticipadamente). Así los usuarios pueden profundizar en los datos que más les interesan.

También es posible incluir tarjetas de filtros para distintos tipos de datos. Por ejemplo, puede mostrar los filtros como casillas de verificación de selección múltiple, botones de selección individual, listas desplegadas, etc. Puede incluir un cuadro de búsqueda y editar el título del filtro a fin de proporcionar a los usuarios instrucciones claras para interactuar con los datos.

Las **acciones de resaltado** son otra herramienta eficaz. Cuando se selecciona un elemento en una vista, se resaltan los datos relacionados en las otras. Para casos más avanzados, puede usar **acciones sobre conjuntos** o **acciones de parámetros** a fin de incorporar un mayor nivel de interactividad.



En esta visualización, se utilizan **acciones de resaltado** para aumentar la interactividad. Si buscamos “public” (público) en el filtro de comodín, se resaltan categorías de universidades; en este caso, asuntos públicos y salud pública.

7. Use un formato de mayor a menor

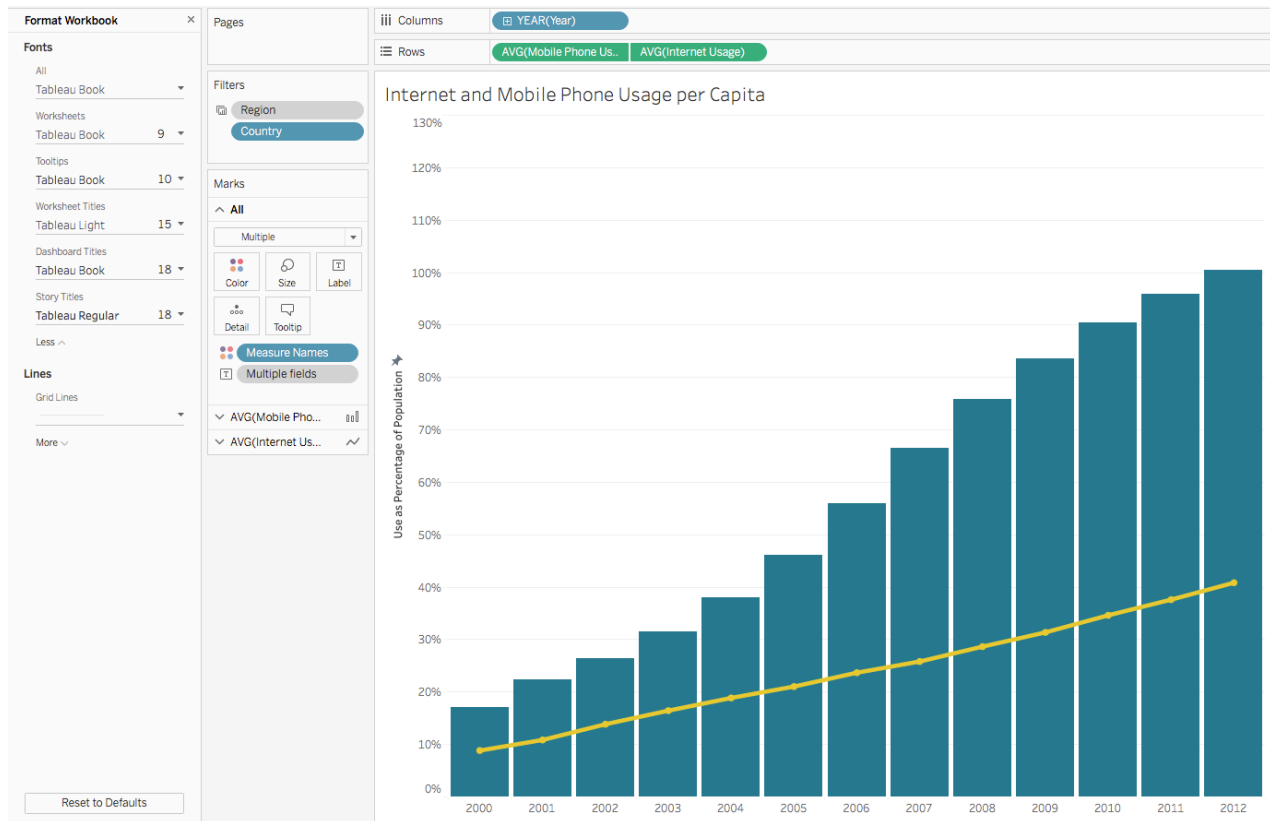
Al modificar la apariencia de su representación, use un flujo de trabajo “de mayor a menor”. De ese modo, podrá trabajar rápido y no sobrescribirá sus cambios por error.

Con respecto al formato, la jerarquía de un dashboard es la siguiente:

1. Tema
2. Libro de trabajo
3. Hoja de trabajo

Para comenzar, compruebe que está usando el tema adecuado (el más reciente y eficaz de Tableau siempre se llama Predeterminado). Seleccione uno en Formato > Tema del libro de trabajo.

El siguiente paso es darle formato al **libro de trabajo**. Aquí puede cambiar fuentes, títulos y líneas en todo el libro de trabajo.



Crear coherencia mediante el formato. Seleccione Formato > Libro de trabajo en Tableau para ajustar el formato de todo el libro de trabajo.

Por último, pase al **nivel de la hoja de trabajo**. Por ejemplo, puede eliminar todos los bordes de una tabla de texto o agregar sombreado a las columnas de la vista de forma alternada. Deje este paso para el final, ya que cuando se aplican cambios de formato en este punto, se implementan solo en la vista actual.

Para obtener consejos sobre cómo dar una nueva apariencia a su dashboard con rapidez y cómo usar fuentes y colores personalizados, consulte [Renovar un dashboard](#) en el sistema de ayuda en línea.

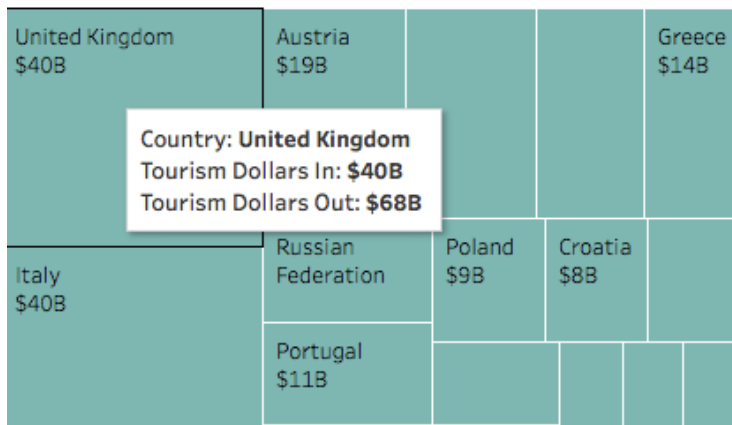
Optimización de su dashboard

8. Saque partido de las descripciones emergentes: historias dentro de su historia

Cuando termine con el diseño principal, preste atención a las descripciones emergentes. Son una magnífica oportunidad para realzar la historia que intenta contar con su dashboard. Además, incorporan contexto útil a la vista. Tableau completa las descripciones emergentes de una vista de manera automática. Sin embargo, usted puede personalizarlas fácilmente. Para ello, haga clic en Hoja de trabajo > Descripción emergente.

Antes mencionamos que es conveniente colocar la vista más importante en la esquina superior izquierda de un dashboard. De manera análoga, los elementos más relevantes de una descripción emergente deben ir en la parte superior.

Por ejemplo, supongamos que estamos viendo una visualización donde se muestran datos de turismo internacional por región y país.

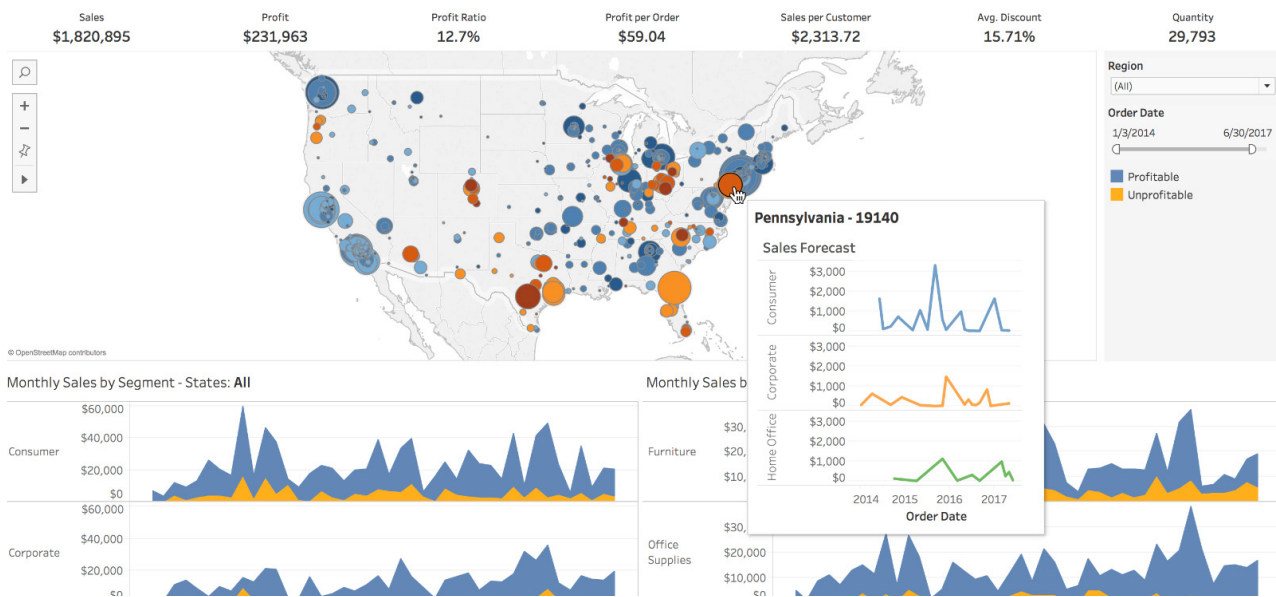


A primera vista, la descripción emergente de la izquierda no me brinda la información que necesito: ¿cuáles son los ingresos por turismo internacional de cada país en relación con el PIB total?



Una vez corregida, esta descripción emergente destaca los elementos más importantes: el país, el dinero que entra y sale como resultado del turismo, y el PIB del país.

También puede usar la **funcionalidad Visualización en descripción emergente** para optimizar los dashboards y las historias con datos relevantes sin agregar más desorden. Con la visualización en descripción emergente, puede insertar visualizaciones de diseño propio en las descripciones emergentes, que se verán cuando el usuario sitúe el puntero del mouse sobre marcas individuales o cuando las seleccione. Los datos de la visualización se filtran automáticamente por la marca que se selecciona o sobre la que se sitúa el mouse. Así, se obtienen vistas precisas de los datos pertinentes. Como siempre, asegúrese de que la visualización mejore el contenido del dashboard en lugar de distraer al usuario. Si tiene dudas, mantenga la simplicidad en el resto del dashboard y haga saber al usuario que podrá encontrar más contexto en la descripción emergente.



En este dashboard, se utiliza la funcionalidad de visualización en descripción emergente. Cuando el usuario sitúa el cursor del mouse sobre una marca del mapa, la descripción emergente muestra los pronósticos de ventas en cada segmento de ese estado en particular. De esta forma, se agrega contexto sin sobrecargar el dashboard.

9. Elimine el desorden

Haga una pausa y evalúe su dashboard desde la perspectiva de una persona que lo ve por primera vez. Cada elemento debe cumplir una función. Si un título, una leyenda o una etiqueta de eje no son necesarios, deshágase de ellos.

Si su dashboard necesita más espacio en blanco, considere un trazado flotante. En caso de optar por este tipo de trazado, dé a su dashboard un tamaño fijo y específico, para que el elemento flotante pueda permanecer inmóvil si cambia el tamaño de la ventana.

Complaints Dashboard

Total Complaints:

Closed **288** Open **39** Total **327**

Date Received
1/1/2015

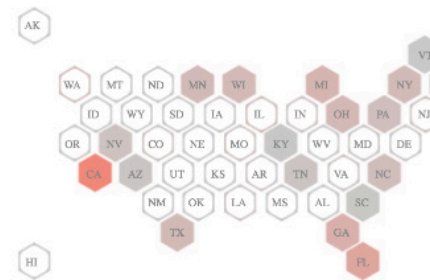
Source Type
(All)

Show Open/Closed
All

Complaints by Month



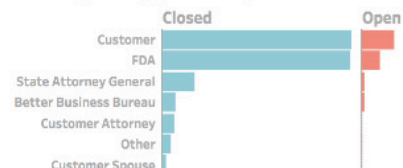
Open Complaints by State (click to filter)



Complaints by Reason



Complaints by Party (click to filter)



Este dashboard es un buen ejemplo de un diseño simple y ordenado. Cuando se elimina el desorden y se simplifican los colores y el diseño, es mucho más fácil encontrar información oculta, ya que el usuario no intenta examinar todos los diferentes elementos. Complaints Dashboard (Dashboard sobre reclamos), [The Big Book of Dashboards](#) (El gran libro de los dashboards).

La simplificación del diseño de un dashboard suele ser un proceso iterativo. Por eso, es aconsejable revisar los dashboards existentes en diferentes oportunidades. Para comenzar, observe el último dashboard que ha creado: ¿contiene demasiada información? ¿Hay algo que se pueda eliminar o reorganizar a fin de mejorar la claridad?

10. Asegúrese de que el dashboard sea fácil de usar

Un elemento importante del diseño de un dashboard es la prueba del usuario. Después de crear un prototipo, pregunte a los usuarios cómo lo usan y si los ayuda a obtener las respuestas que necesitan. ¿Crearón sus propias versiones del dashboard? ¿Profundizan en determinadas vistas e ignoran otras? Utilice esta información para ajustar el dashboard existente o desarrollar uno nuevo.

Para garantizar el éxito de cualquier proyecto, es fundamental hacer buenas pruebas. Si sabe cómo los usuarios perciben el dashboard, podrá mejorar los diseños futuros e influir en el modo en que la organización aprovecha los datos.

Acerca de Tableau

Tableau ayuda a las personas a transformar los datos en información útil para generar un impacto positivo. Conéctese con facilidad a datos almacenados en cualquier formato y lugar. Haga, rápidamente, análisis ad hoc que revelen oportunidades ocultas. Arrastre y suelte para crear dashboards interactivos con análisis visuales avanzados. Después, compártalos con toda su organización y permita que sus compañeros de equipo exploren los datos por sí mismos. Multinacionales, empresas pequeñas y emergentes... Todo el mundo usa la plataforma de análisis de Tableau para ver y comprender sus datos.

Explore otros recursos

[Demostraciones de productos](#)

[Capacitación y tutoriales](#)

[Comunidad y soporte](#)

[Historias de clientes](#)

[Soluciones](#)

