

Taller de Inteligencia de Negocios.



ADDRESS:

www.iprojectpartners.com.bo

www.coprofesional.com

Mobile: +59178556261 +59160360700

Fernando.terrazas.a@gmail.com

Fernando.terrazas@iprojectpartners.com.bo

- Pasos para crear Dashboards efectivos



Paso 1: Contexto

El Contexto es clave para entender el mensaje de las cifras. Cuando éstas se expresan fuera de contexto, el mensaje no permite discernir si los datos son buenos o malos. Esta situación la podemos ver cuando hablan los políticos y revelan cifras impresionantes. Pero, ¿son buenas o malas noticias? Si no están expresadas en un contexto adecuado no podemos saber si lo son o no.



**“Hemos invertido
3.647.718 millones
en viviendas”**



<http://www.sixtinaweb.com/tutoriales/5-pasos-para-crear-Dashboards-efectivos.pdf>

Pasos para crear Dashboards efectivos

Paso 1: Contexto



En un Dashboard bien estructurado, las mejores prácticas sugieren hacer un “revelado” de la información gradual; donde a la cabeza se presentan las cifras globales, luego se muestra el contexto en alguna dimensión (por ejemplo la dimensión tiempo) y luego se muestran mayores detalles. La información sigue así una secuencia lógica y otorga suficiente marco adicional para ubicar los datos en un contexto adecuado.



Pasos para crear Dashboards efectivos

Paso 2: Diseño



La presentación de la información en un Dashboard requiere de quien la hace un sutil equilibrio entre funcionalidad y diseño, casi un arte.

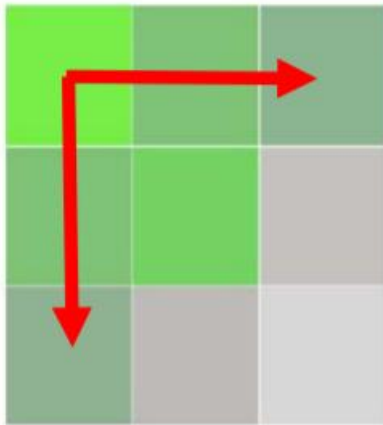
Al construir un Dashbord, debemos hacernos las siguientes preguntas:

- ¿Cómo transmitir una gran cantidad de información sin hacerla sentir abrumadora?
- ¿Cómo capturar la atención de la audiencia sin que haya distracciones?
- ¿Cómo se hace para que la información sea sencilla y profunda a la vez?



Pasos para crear Dashboards efectivos

Paso 2: Diseño



La forma de leer: vea la imagen de la izquierda que nos ayudará a explicarlo.

La investigación indica que los usuarios buscan leer en primer lugar toda la información que se encuentra en la parte superior izquierda de una página web.

Los usuarios también tienden a desplazar su atención por el lado izquierdo, de arriba hacia abajo. Es decir que nos conviene colocar lo importante en el ángulo superior izquierdo



Paso 2: Diseño - Colores

- No crear Dashboards iluminados con tanto color que parecen un árbol de navidad.
- Recomendado utilizar colores sobrios, luego de a poco a poco de color en el que transmite información útil.
- El color da sentido porque puede guiar la vista hacia lo que es importante y agrupar cosas similares.
- Por ejemplo, aumentamos el brillo de un color lo hacemos más llamativo, y esto atraerá la atención y resaltaré la importancia del dato.
- En un nivel más sutil, la combinación de colores que elegimos puede evocar una emoción o sentimientos sobre los gráficos que estamos viendo.

COLORES DE LA TIERRA
Marrones y verdes suaves. Calma y tranquilidad



COLORES FRIOS
Suavizantes, descansados y calmos



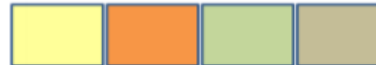
INTENSIDAD CRECIENTE
El ojo es conducido por la creciente brillantez



CONTRASTES FUERTES
Alarmas, desequilibrios, llamado de atención



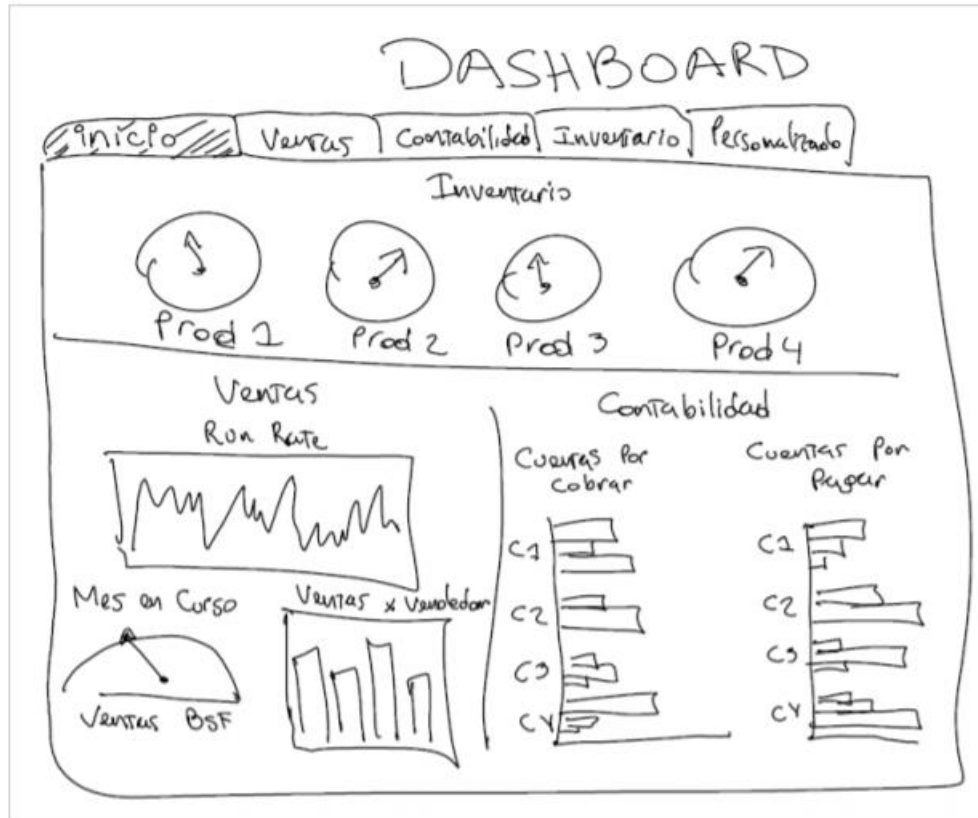
COLORES CÁLIDOS
Optimismo, actitud, vívidos



Pasos para crear Dashboards efectivos

Paso 3: Validación de Diseño

- Una técnica muy útil, es “empezar por el final”. Es decir, dibujar a mano el Dashboard definitivo y luego validarlo a nivel usuarios. Solo entonces crearlo formalmente..



Paso 4: Integración

- La mayoría de los sistemas operativos actuales traen su propio Dashboard. Por ejemplo, un CRM muy popular como Salesforce muestra mucha información en su Dashboard.
- Otro ejemplo es Google Analytics, y otros como ERP o sistemas Operativos. El uso de estos Dashboards es muy útil, pero se presenta un problema de integración cuando necesitamos combinar datos provenientes de dos o más bases distintas. Esto es así porque cada aplicativo guarda los datos en su propia base de datos.



Paso 5: Validación de datos y kpis

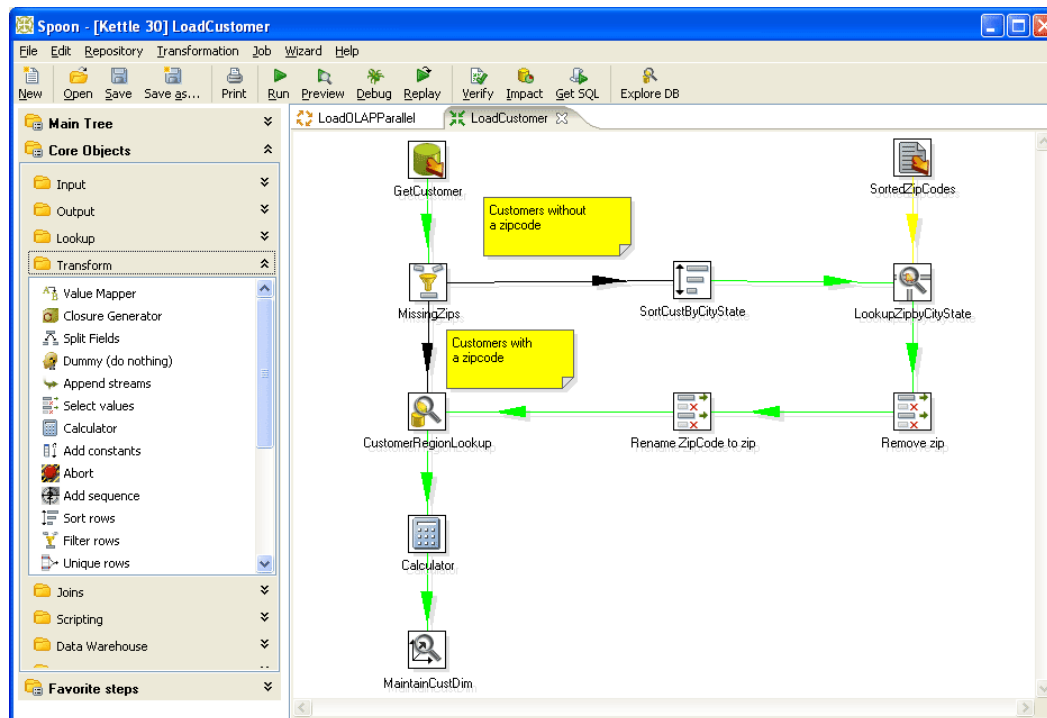
- Es importante podamos asegurarnos que la información que estamos mostrando validarla previamente con el personal encargadas de áreas antes de presentar el dashboard final, ya que puede generar ya un rechazo por no contener la información real.



Pasos para crear Dashboards efectivos

Paso 6: Automatización

- El último paso que recomendamos es la automatización de la captura de datos y el refrescamiento de los mismos. Un Dashboard debe buscar aumentar nuestra eficiencia administrativa. La información debe actualizarse sin necesidad de la intervención manual del usuario.

















- Best Practices.



Mejores practicas para crear Dashboards. CO Profesional

CENTRO DE CAPACITACION O FORMACION AVANZADA

1  Design for a target	2  Keep everything at a glance	3  Keep it simple	4  Align elements	5  Be consistent
6  Highlight the most relevant information	7  Be clear	8  Start from zero	9 1M Shorten the numbers	10  Show the context
11  Choose the right colors	12  Design dashboards, not reports	13  Show variations	14  Leave the noise off	15  Pick the right charts


Mejores practicas para crear Dashboards. CO Profesional


CENTRO DE CAPACITACION O FORMACION AVANZADA


Okay, the previous example was too simple. Try this one.


It looks better, but there are still some problems.
Want to know what they are?

As you will learn, it breaks at least these rules:

 Keep everything at glance (#2)


 Keep it simple (#3)

 Align elements (#4)

 Be clear (#7)

 Start from zero (#8)

1M Shorten the numbers (#9)

 Choose the right colors (#11)

 Pick the right charts (#15)

Executive Dashboard (Sample Data)



■ Tipos de Visualización.



Tipos de Visualización.

Bar Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Calendar Year ● 2005 ● 2006 ● 2007 ● 2008



Column Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Calendar Year ● 2005 ● 2006 ● 2007 ● 2008



Clustered Bar Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



Clustered Column Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



100% Stacked Bar Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



100% Stacked Column Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

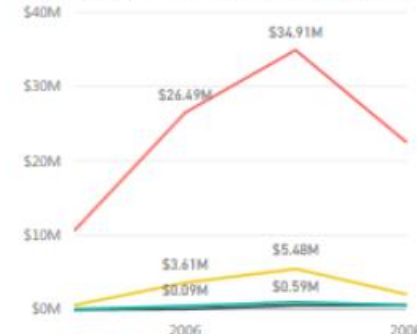
Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



Line Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



Area Chart

Total Sales by Calendar Year and Country

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶

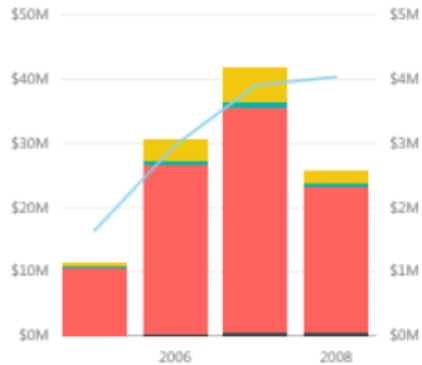


Tipos de Visualización.

Line and Stacked Column Chart

Total Sales and Total Gross Profit by Calendar Year and...

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



Line and Clustered Column Chart

Total Sales and Total Gross Profit by Calendar Year and...

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ▶



Waterfall Chart

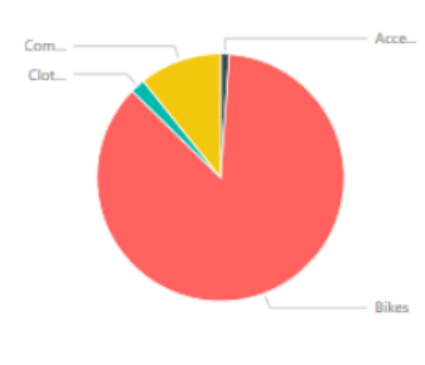
Total Units Movement by Month

● Increase ● Decrease ● Total



Pie Chart

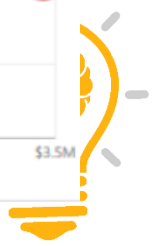
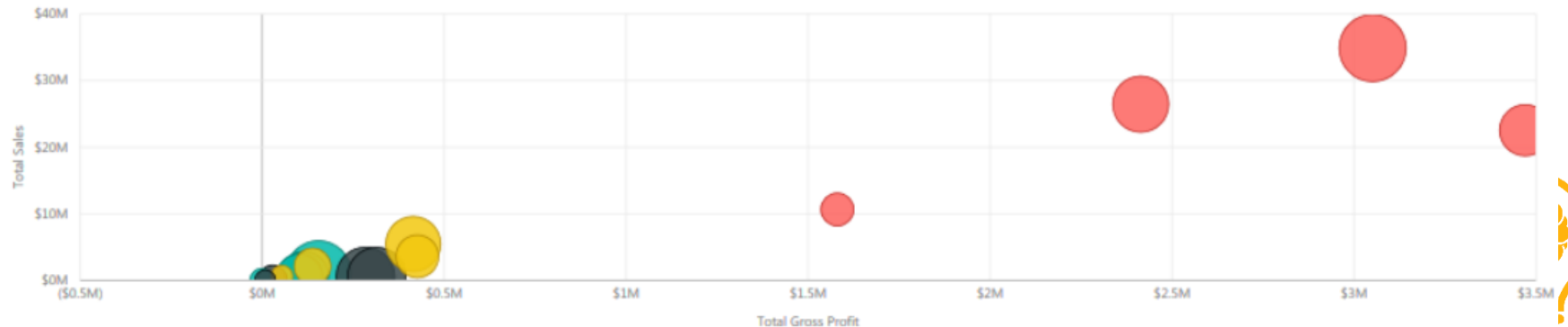
Total Sales by Product Category



Scatter Chart

Total Gross Profit, Total Sales and Total Units Sold by Calendar Year and Product Category

Product Categ... ● Accessories ● Bikes ● Clothing ● Components



Tipos de Visualización.

Treemap

Total Gross Profit by Calendar Year and Product Category



Map

Total Gross Profit by Country Name and Country Name

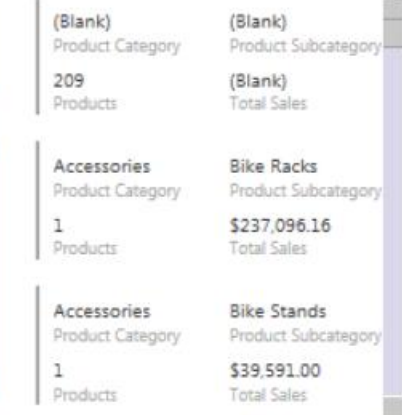


Filled Map

Total Sales by State Name



Multi Row Card

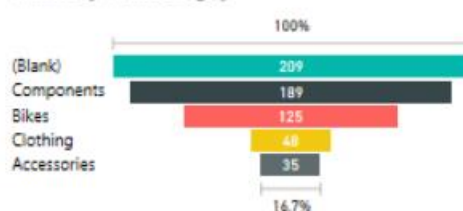


Table

Calendar Year	Total Sales
2005	\$11,331,808.97
2006	\$30,674,773.18
2007	\$41,993,729.83
2008	\$25,808,962.35
Total	\$109,809,274.32

Funnel

Products by Product Category



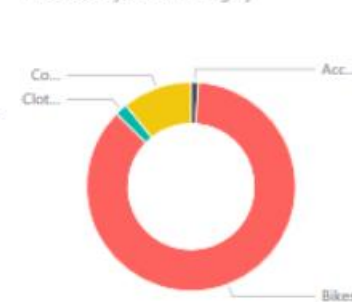
Guage

Total Sales, Minimum, Maximum and Sales...



Donut Chart

Total Sales by Product Category



Slicer

Calendar Year
☐ Select All
☐ 2005
☐ 2006
☐ 2007
☐ 2008
☐ 2009
☐ 2010

Matrix

Calendar Year	1	2	3	4	Total
2005			\$4,647,156.86	\$6,684,652.11	\$11,331,808.97
2006	\$5,860,884.49	\$6,167,832.57	\$10,277,073.05	\$8,368,983.06	\$30,674,773.18
2007	\$6,679,873.81	\$8,357,874.87	\$13,670,536.66	\$13,285,444.49	\$41,993,729.83
2008	\$11,386,315.07	\$14,371,806.64	\$50,840.63		\$25,808,962.35
Total	\$23,927,073.37	\$28,897,514.09	\$28,645,607.20	\$28,339,079.67	\$109,809,274.32

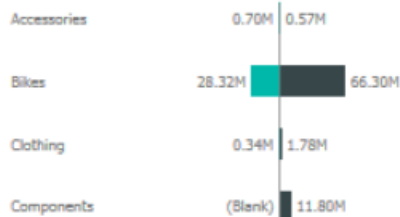
Card

606
Products

Tipos de Visualización.

Tornado

Internet Sales vs Reseller Sales by Product Category

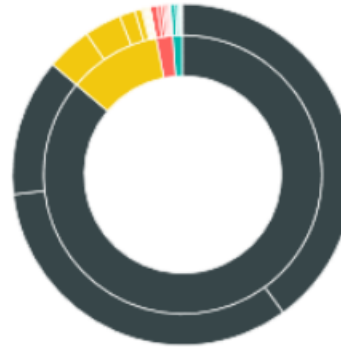


Tadpole Spark Grid



Sunburst

Total Sales by Product Category and Product Sub...



Synoptic Panel

Total Sales by Product

SELECT MAP

SELECT AREAS

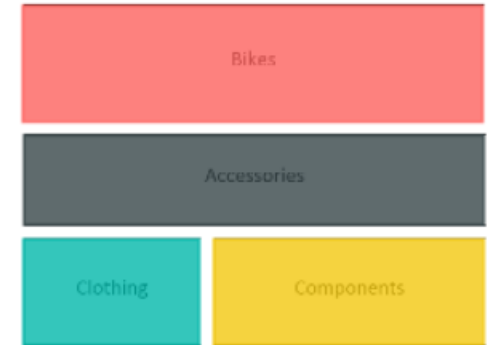
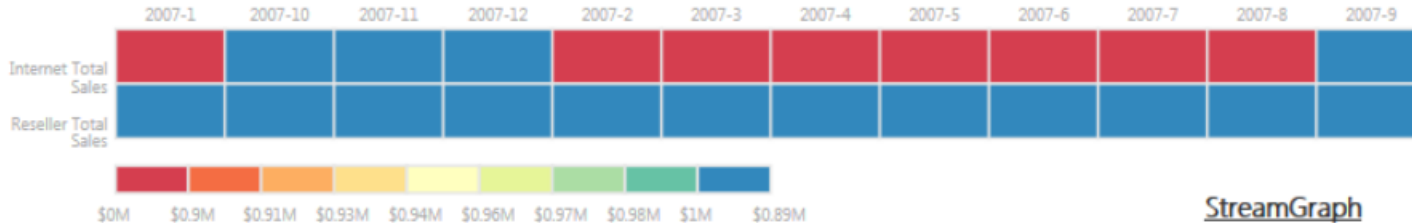


Table Heatmap

Internet Total Sales and Reseller Total Sales by YearMonth



KPI Indicator w/ Status, Deviation and History



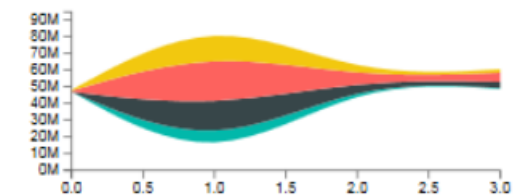
KPI Indicator w/ Status, Deviation and History



StreamGraph

Total Sales by Product Category and Calendar Year

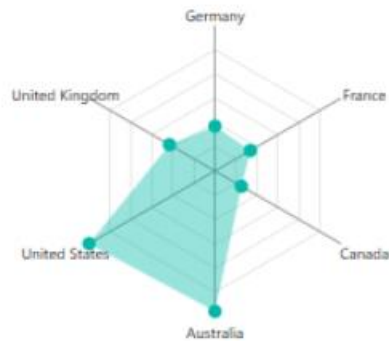
Calendar Year: 2005 (Blue), 2006 (Black), 2007 (Red), 2008 (Yellow)



Tipos de Visualización.

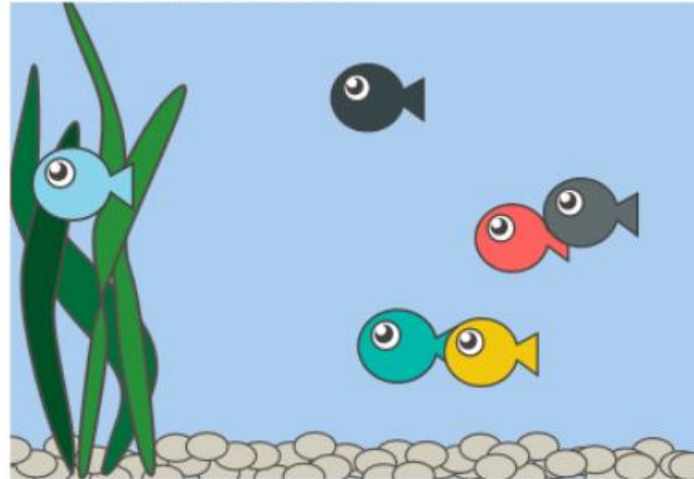
Radar Chart

● Internet Total Sales



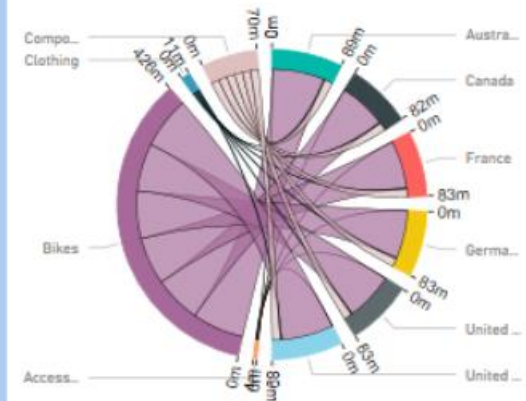
Enlighten Aquarium

Total Sales and Total Units Sold by Country Name



Chord

Total Sales by Country Name and Product Category



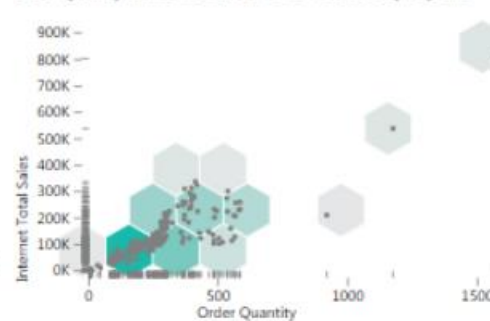
Histogram

Internet Total Sales by Yearly Income



Hexbin Scatterplot

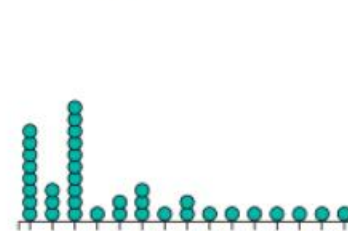
Order Quantity, Internet Total Sales and Customers by City-Old



DotPlot

Count of Product Category by Product Subcategory Name

● Count of Product Category



Enhanced Scatterplot

Order Quantity, Internet Total Sales and Customer...

Country Name ● Australia ● Canada ● France



Tipos de Visualización.

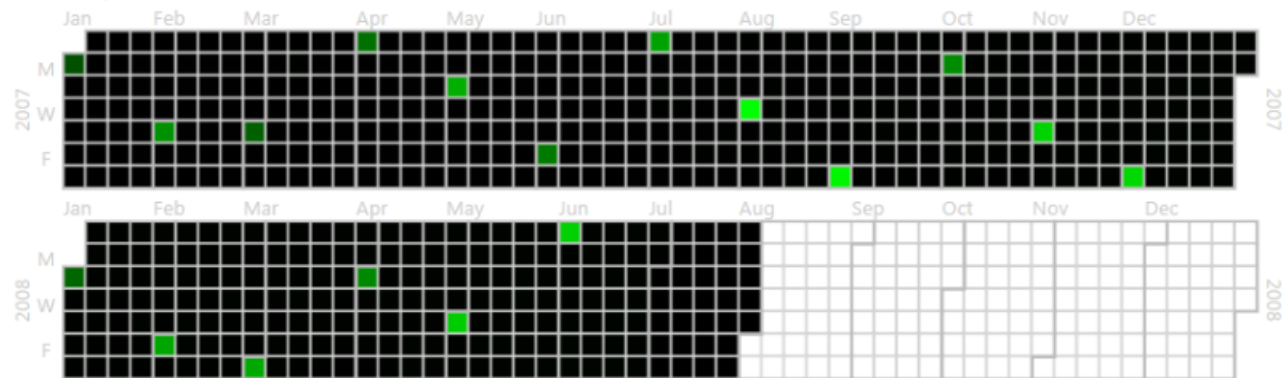
Card with States by SQLBI

\$14M
Total Current Quarter Sales

\$23M
Total Inventory Value

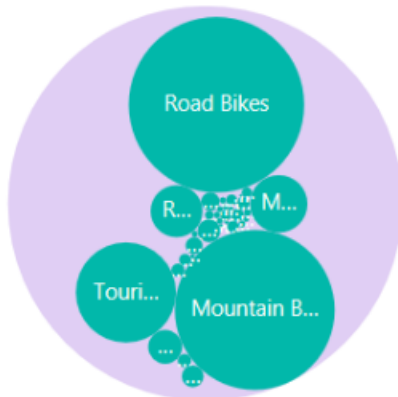
Calendar Visualization

Total Sales by Date



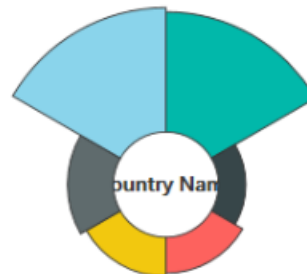
Bubbles

Total Sales by Product Subcategory Name



Aster Plot

Internet Total Sales by Country Name



Bullet Chart

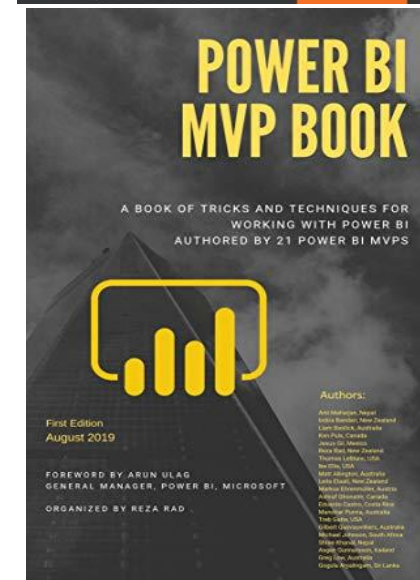
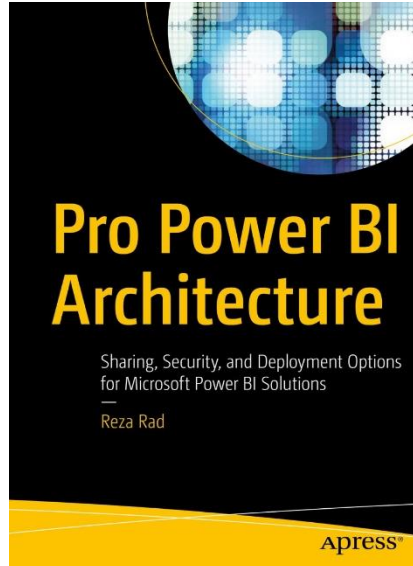
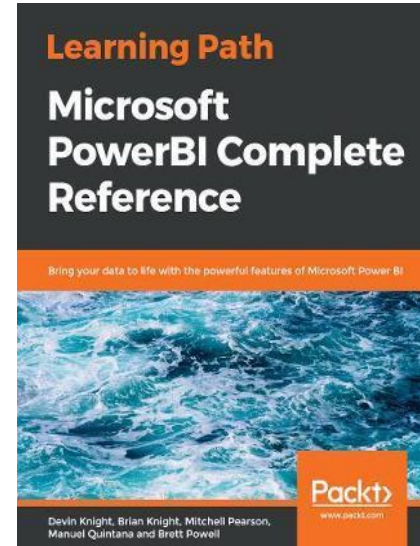
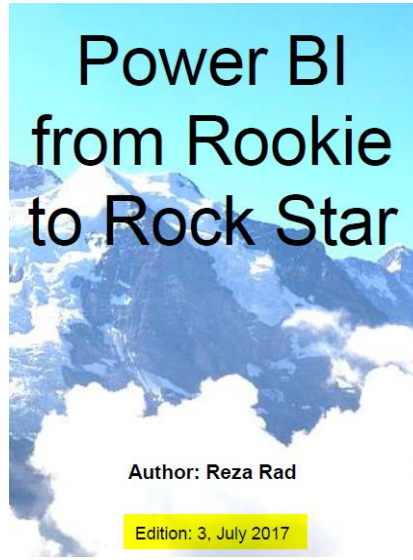
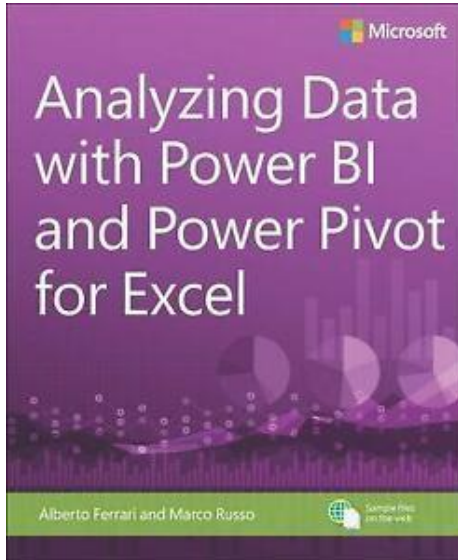
Sales vs Sales Quota



Chiclet Slicer



Tipos de Visualización.



Tipos de Visualización.



THANK YOU



COPROFESIONAL
Calle Juan de Somoza #3873
Phone: +591.3.3285415
Santa Cruz, Bolivia.

IPROJECT PARTNERS BOLIVIA SRL.
Info@iprojectpartners.com.bo



www.coprofesional.com.bo