



UNIVERSIDAD  
DE MURCIA

**DASHBOARD PARA GAME PASS**  
**TRABAJO ACADÉMICAMENTE DIRIGIDO**

---

---

**Juan Luis Serradilla Tormos**  
UMU

Murcia, España  
diciembre de 2024

---

---

# Índice

1. Explotación de datos .....	1
1.1. Dashboard .....	1
1.1.1. Características del dashboard .....	1
1.1.1.1. Usuario final .....	1
1.1.1.2. Propósito .....	1
1.1.1.3. Frecuencia .....	1
1.1.1.4. Adopción .....	2
1.1.2. Descripción del dashboard .....	4
1.1.3. Interactividad .....	4
1.1.4. Gráficos .....	5
1.1.4.1. Gráfico de barras de suscripciones .....	5
1.1.4.2. Gráfico de barras de retenciones .....	5
1.1.4.3. Gráfico de barras de juegos jugados .....	6
1.1.4.4. Gráficos de bala .....	6

# 1. Explotación de datos

## 1.1. Dashboard

Una vez hemos analizado los objetivos globales del negocio, los factores críticos de éxito de estos objetivos y los identificadores de estos factores, procedemos a organizar dichos indicadores creando un dashboard que permita la toma de decisiones a corto plazo. Este dashboard será orientado a un único proceso de negocio, en este caso se ha escogido el proceso de negocio de suscripciones al Game Pass.

### 1.1.1. Características del dashboard

Ahora, comentaremos los diferentes aspectos que se han de tener en cuenta a la hora de crear un dashboard.

#### 1.1.1.1. Usuario final

El usuario final al que el dashboard irá dirigido será a los gerentes de negocio y contenido.

Por como funciona el negocio, cada mes se han de revisar los juegos disponibles y las ofertas del Game Pass, para que de esta forma el negocio se asegure de tener buenas retenciones de clientes mensuales y una buena cantidad de nuevos ingresos al servicio. Los gerentes de negocio y contenido se encargan justo de esto, deben monitorizar cómo ha ido el último mes del servicio y ver qué cambios aplicar.

Debido a que en estos puestos hay que visualizar claramente los cambios más relevantes en el último mes para ver qué estrategia ejecutar, un dashboard es la mejor opción para echar un vistazo general antes de plantear acciones. Este contiene las gráficas y datos necesarios para poder tomar estas decisiones tan importantes.

#### 1.1.1.2. Propósito

El propósito por el que el dashboard es creado y proporcionado a los gerentes es para monitorizar el proceso de suscripción al Game Pass, permitiendo la toma de decisiones informadas que logren cumplir los objetivos del negocio. Estos objetivos son:

- Incrementar un 15% las suscripciones activas de Game Pass cada trimestre.
- Alcanzar un 80% de retenciones mensuales de clientes cada mes.
- Incrementar un 25% de juegos jugados por usuario cada trimestre.

El dashboard debe contener toda la información necesaria para visualizar el cumplimiento de estos objetivos.

#### 1.1.1.3. Frecuencia

La frecuencia principal de actualización del dashboard será mensual. Esta periodicidad permitirá a los responsables del negocio analizar el rendimiento de Game Pass de forma regular y detectar tendencias y patrones a lo largo del tiempo. Esta actualización será de tipo «push», lo que significa que los datos se pondrán a disposición de forma automática y periódica, sin necesidad de que los usuarios tengan que solicitarlos manualmente.

Esta frecuencia mensual es adecuada para monitorizar el cumplimiento de objetivos trimestrales y anuales, así como para identificar patrones de consumo y tendencias generales.

Es fundamental que los datos del dashboard estén actualizados y disponibles en el momento correcto. Esto garantizará que las decisiones se tomen con base en la información más reciente y relevante, lo que contribuirá a una gestión más efectiva del negocio.

#### 1.1.1.4. Adopción

La adopción efectiva del dashboard de Game Pass es crucial para asegurar que la herramienta se integre de manera exitosa en el proceso de toma de decisiones del negocio y que realmente aporte valor a los usuarios.

- **Sesiones de formación:** El primer paso para la adopción del dashboard será la realización de sesiones de formación dirigidas a los gerentes de negocio y contenido, quienes serán los usuarios principales de la herramienta.
  - Estas sesiones deben proporcionar a los usuarios los conocimientos necesarios para utilizar el dashboard de forma efectiva, incluyendo cómo visualizar e interpretar los datos.
  - Se debe hacer énfasis en la importancia de tomar decisiones fundamentadas en los datos que se presentan en el dashboard, y cómo estos datos se relacionan con los objetivos del negocio.
  - Las sesiones deben ser prácticas y participativas, permitiendo a los usuarios familiarizarse con la interfaz del dashboard y realizar preguntas.
- **Implementación gradual:** La implementación del dashboard se realizará de forma progresiva.
  - Se comenzará por un grupo reducido de usuarios o un área específica del negocio, permitiendo un proceso de adaptación efectivo.
  - Este enfoque gradual permitirá identificar posibles problemas o áreas de mejora en el dashboard antes de su implementación a gran escala.
  - La implementación gradual puede comenzar en la sede principal del negocio, y luego extenderse a otras áreas a medida que se confirme su efectividad.
  - Este enfoque evitará interrupciones en la operatividad del negocio y asegurará una transición fluida hacia la adopción total del dashboard.
- **Seguimiento y optimización:** Una vez implementado el dashboard, se establecerá un proceso de seguimiento continuo para evaluar su efectividad.
  - En este proceso, se buscará identificar áreas de mejora y ajustes necesarios para maximizar la utilidad del dashboard en la toma de decisiones.
  - Se debe recopilar retroalimentación de los usuarios sobre su experiencia con la herramienta y cómo la están utilizando en su trabajo diario.
  - Los ajustes y mejoras identificados se implementarán de forma regular para garantizar que el dashboard se adapte completamente a las necesidades de los usuarios.
  - Este proceso de seguimiento debe ser cíclico y constante para mantener la relevancia y utilidad del dashboard a lo largo del tiempo.
- **Integración con el Proceso de Toma de Decisiones:** El dashboard debe integrarse de forma natural en el proceso de toma de decisiones de los gerentes de negocio y contenido.

- ▶ Se debe promover el uso del dashboard como una herramienta fundamental para la monitorización del rendimiento y la toma de decisiones estratégicas.
- ▶ Los usuarios deben sentir que el dashboard es una herramienta que les ayuda en su trabajo y que facilita la consecución de los objetivos del negocio.
- ▶ Se debe fomentar una cultura de toma de decisiones basada en datos, en la que el dashboard juegue un papel central.
- **Comunicación y Soporte:** Para garantizar una adopción exitosa, se debe establecer una comunicación clara y transparente sobre el propósito y los beneficios del dashboard.
  - ▶ Se debe proporcionar soporte técnico y asistencia a los usuarios cuando lo necesiten, para resolver cualquier problema o duda que puedan tener.
  - ▶ La comunicación debe ser continua, con actualizaciones y novedades sobre el dashboard, así como tutoriales y ejemplos de uso.

En resumen, la adopción del dashboard de Game Pass se realizará mediante una combinación de formación, implementación gradual, seguimiento continuo y comunicación efectiva. Este enfoque asegurará que los usuarios finales integren el dashboard de forma exitosa en sus procesos de trabajo y que la herramienta contribuya de manera efectiva a la consecución de los objetivos del negocio.

### 1.1.2. Descripción del dashboard

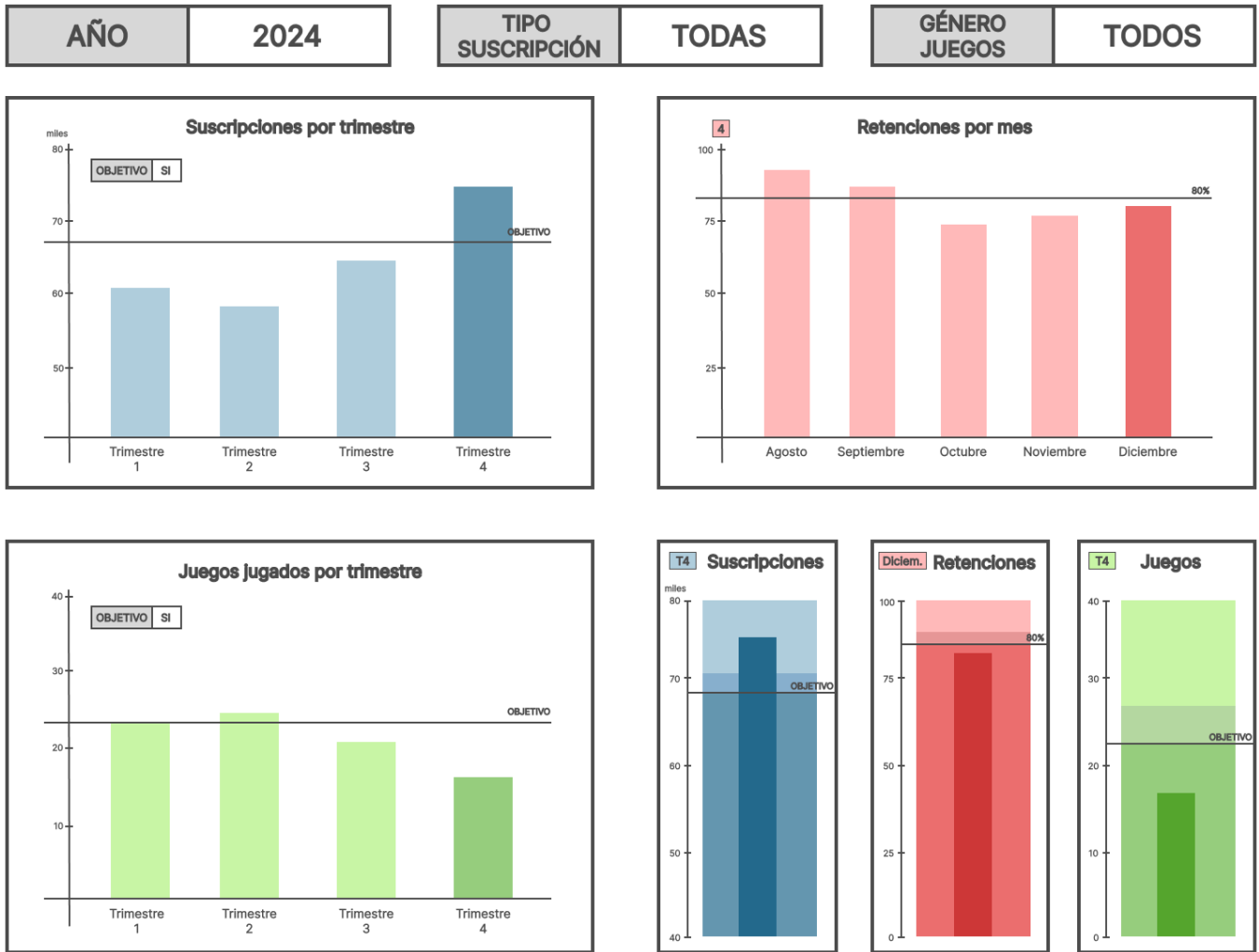


Figura 1: Dashboard

El dashboard se ha creado gracias a la página web Figma. Por lo tanto, el dashboard es de fidelidad media.

### 1.1.3. Interactividad

Respecto a la interactividad y el filtrado de datos, se puede ver en la Figura 1 que el dashboard tiene un menú en la parte superior. Este menú permite realizar 3 tipos de filtrado:

- **Año:** Este filtro permite seleccionar el año del que queremos visualizar los datos. Por defecto muestra el último año del que se tiene registro.
- **Tipo suscripción:** Este filtro permite visualizar las suscripciones, retenciones y juegos de un solo tipo de suscripción (estándar, ultimate, etc). Por defecto está desactivado (TODAS).
- **Género juegos:** Este filtro permite filtrar los juegos jugados por géneros. De esta forma se pueden visualizar tendencias en el tipo de juegos que se suelen jugar.

#### 1.1.4. Gráficos

El dashboard está formado por 6 gráficos. Vamos a explicar cada uno de estos gráficos y las decisiones que se han tomado para crearlos.

Antes de nada, hay que destacar que, como se aprecia en la Figura 1, se ha elegido un color diferente para cada objetivo diferente en el dashboard. Es decir, el color (azul, rojo o verde) dependerá de a qué objetivo intenta dar respuesta el gráfico:

- **Azul:** Suscripciones por trimestre.
- **Rojo:** Retenciones mensuales.
- **Verde:** Media de juegos jugados por trimestre por usuario.

##### 1.1.4.1. Gráfico de barras de suscripciones

Para poder visualizar las suscripciones por trimestre, de acuerdo con el primer objetivo, se ha realizado un gráfico de barras.

Este gráfico de barras muestra siempre los 4 últimos trimestres de los que se tiene registro desde el año seleccionado. Si estamos en el tercer trimestre del año 2024, mostrará hasta el cuarto trimestre del 2023, de forma que siempre se visualice un año entero de evolución.

Se ha elegido este tipo de gráfico ya que permite:

- Visualizar la tendencia de crecimiento o decrecimiento en el último año. Gracias a visualizar los últimos cuatro trimestres, se puede observar cómo evolucionan las suscripciones al Game Pass.
- Ver si se cumplen los objetivos. Se puede ver con un vistazo rápido si se han cumplido los objetivos del trimestre actual.
- Comparar el trimestre actual con los anteriores.

Respecto al color, se ha decidido mostrar en un azul oscuro al trimestre actual, y en un color azul claro a los trimestres anteriores. En el caso de seleccionar un año que no sea el presente y por tanto no haya trimestre actual en el gráfico, todas las barras serán azul claro.

El gráfico también tiene una barra que es el objetivo del trimestre actual. Esta barra puede eliminarse de la visualización con el botón de «OBJETIVO» que hay dentro del gráfico.

El filtrado por tipo de suscripción es muy útil en este gráfico. Este filtrado permitirá ver lo bien que va cada tipo de suscripción, por si hay algún comportamiento individual enmascarado en la visualización global.

##### 1.1.4.2. Gráfico de barras de retenciones

Para poder visualizar las retenciones mensuales, de acuerdo con el segundo objetivo, se ha realizado un gráfico de barras.

En este gráfico de barras se mostrarán los meses deseados del año seleccionado en el dashboard. Siempre se mostrará el mes actual, y con un botón se pueden elegir la cantidad de meses que se mostrarán a parte de este. Este botón, de color rojo claro, elige el número de meses que hay a parte del actual, y varía de 1 a 11. Si estamos en junio y elegimos 4, se mostrará de febrero a junio ( $4 + \text{actual}$ ), si estamos en febrero y elegimos 4 se mostrará de octubre del año anterior a febrero de este año ( $4 + \text{actual}$ ). En el caso de estar en un año que no es el presente, se contará a partir de diciembre de ese año.

Se ha elegido este tipo de gráfico ya que permite:

- Visualizar la tendencia de crecimiento o decrecimiento en el último año. Gracias a poder visualizar hasta los últimos 12 meses, se pueden observar tendencias de un año en las retenciones.
- Ver si se cumplen los objetivos. Se puede ver con un vistazo rápido si se han cumplido los objetivos del mes actual.
- Comparar el mes actual con los anteriores.

Respecto al color, igual que en el otro gráfico se usarán color oscuro para el mes actual y colores claros para meses anteriores. En el caso de estar en un año diferente al último, todos los colores serán claros ya que no habrá mes actual.

El gráfico también tiene una barra que es el objetivo del mes actual. Esta barra puede eliminarse de la visualización con el botón de «OBJETIVO» que hay dentro del gráfico.

#### **1.1.4.3. Gráfico de barras de juegos jugados**

Para poder visualizar los juegos jugados por trimestre, de acuerdo con el tercer objetivo, se ha realizado un gráfico de barras.

Este gráfico de barras muestra siempre los 4 últimos trimestres de los que se tiene registro desde el año seleccionado. Si estamos en el tercer trimestre del año 2024, mostrará hasta el cuarto trimestre del 2023, de forma que siempre se visualice un año entero de evolución.

Se ha elegido este tipo de gráfico ya que permite:

- Visualizar la tendencia de crecimiento o decrecimiento en el último año. Gracias a visualizar los últimos cuatro trimestres, se puede observar cómo evolucionan de los juegos jugados por los usuarios.
- Ver si se cumplen los objetivos. Se puede ver con un vistazo rápido si se han cumplido los objetivos del trimestre actual.
- Comparar el trimestre actual con los anteriores.

Respecto al color, se ha decidido mostrar en un verde oscuro al trimestre actual, y en un color verde claro a los trimestres anteriores. En el caso de seleccionar un año que no sea el presente y por tanto no haya trimestre actual en el gráfico, todas las barras serán verde claro.

El gráfico también tiene una barra que es el objetivo del trimestre actual. Esta barra puede eliminarse de la visualización con el botón de «OBJETIVO» que hay dentro del gráfico.

El filtrado de género de juegos es muy útil para este gráfico, ya que se pueden ver las tendencias en el último año de un género concreto. Esto facilitará a los gerentes de la empresa la elección de nuevas adiciones al Game Pass en función del consumo en los últimos trimestres.

#### **1.1.4.4. Gráficos de bala**

Finalmente, se han creado gráficos de bala para visualizar rápidamente los objetivos del mes o trimestre deseado. Por defecto se seleccionará el trimestre y mes actual.

Estos gráficos muestran un baremo a la hora de ver lo bien o mal que se han cumplido los objetivos. La barra interior de color más oscuro muestra los resultados obtenidos. La barra externa externa se divide en tres:



- La parte más oscura muestra el tramo en el cuál se han obtenido resultados muy flojos, es decir, mucho menores a los objetivos.
- La parte de color medio es el tramo de resultados previstos. Este representa que se han cumplido los objetivos y quizás un poco más de estos, pero siempre dentro de las previsiones.
- La parte de color más claro es el «superávit» de objetivos. Representa cuando se han conseguido los objetivos muy por encima de lo esperado.

Se ha decidido que los colores oscuros representan zonas negativas y los claros zonas positivas, ya que por norma general en la cultura occidental los colores oscuros suelen representar resultados negativos. Además, debido a que la barra de progreso real es oscura, al estar en la zona negativa destaca menos que en la zona positiva, haciendo que de forma intuitiva el cerebro quiera que se sitúe en la zona positiva.

Estos gráficos tienen dos objetivos principales:

- Ver con un solo vistazo si se han cumplido los objetivos.
- Poder ver intuitivamente lo bien o mal que se han cumplido los objetivos.

Además, aunque por defecto representen el objetivo del último mes o trimestre, puede elegirse el mes o trimestre del año seleccionado con el botón que se encuentra al lado del título del gráfico. De esta forma se pueden volver a visualizar los objetivos de otros momentos del año.