



# GUÍA DE ESTILO POWERBI DASHBOARDS

# BUENAS PRÁCTICAS EN EL DISEÑO

---

01.

# 10 reglas fundamentales

---

<b>01.</b> Planificar y elaborar requisitos	<b>04</b>
<b>02.</b> Simplificar sin perder funcionalidad	<b>06</b>
<b>03.</b> Estructurar el dashboard y alinear los elementos	<b>08</b>
<b>04.</b> Uso de wireframes y retículas temporales	<b>10</b>
<b>05.</b> Seleccionar la colorimetría adecuada	<b>13</b>
<b>06.</b> Aplicar reglas de consistencia, repetición y ritmos	<b>16</b>
<b>07.</b> Definición de jerarquías visuales y prioridades	<b>17</b>
<b>08.</b> Bases en la visualización de los datos	<b>19</b>
<b>09.</b> Embellecimiento del contenido	<b>21</b>
<b>10.</b> Optimizar la experiencia de usuario	<b>22</b>

# 01. Planificar y elaborar requisitos.

Planificar el diseño preguntando al cliente sus **necesidades**, definiendo **objetivos** y **tipo** de dashboard. Por último ideando un listado de **requisitos** de todo lo que aparecerá en él.

En primer lugar, hay que tener claro **qué** se quiere conseguir, **para qué**, y **para quién**. Tras ello, planificar la elaboración del diseño en base a esos **objetivos**.

Se ha de **identificar al público** que va a utilizar el dashboard y saber sus limitaciones tecnológicas, necesidades y requerimientos. Este público es el que define directamente el **tipo de cuadro de mando** que se va a desarrollar. Esto dará lugar a los **objetivos**, los cuales se pueden **dividir** por **páginas** o **bloques** dentro de una página para adaptarlos a necesidades concretas. De esta forma de primera mano se puede empezar a plantear la **mejor estructura** del dashboard y **representación visual** aplicada al público, lo que se traduce en una **buena experiencia** de usuario.

Una forma de **identificar** estos objetivos es hacer **preguntas** generalizadas, y tras ello indagar en más detalles sobre el encargo. La mejor práctica para esto es utilizar el método **S.M.A.R.T** que se basa en que los objetivos han de ser **específicos, medibles, procesables, realistas y basados en el tiempo**.

Si ya se conocen bien estos objetivos, es necesario **trasladar** resumidamente esa **información** a quien se encargue de diseñar el cuadro de mando y de elegir las visualizaciones, es decir, al **consultor** o **diseñador**. Esta información servirá para coordinar con ellos cuál es el tipo de dashboard. Si se trata de un informe tipo **panel**, de un informe **analítico**, de un informe **operativo**, de un informe **educativo**, o si se quieren **mezclar**.

El siguiente paso es escribir los **requisitos** sobre todo lo que incluirá la interfaz y así adaptarlo a la mejor experiencia de usuario. De esta forma se cumple la **buena práctica** de planificación. Se pueden dividir en **requisitos generales** (páginas, filtros, logos, botones, títulos, etc.) y **requisitos de cada página** (gráficos, etc.)

## Ejemplo de requisitos del dashboard "work".

### Barra de filtros horizontal

- Desplegable de filtros extras
- Título del Dashboard
- Filtros
  - a. Selector de fecha
  - b. Filtro semana
  - c. Filtro empleado

- Logotipos

- Usuario logueado

### Barra de navegación vertical

- Botón Home
- Botón Work
- Botón Analysis

## Ejemplo de requisitos del dashboard "work".

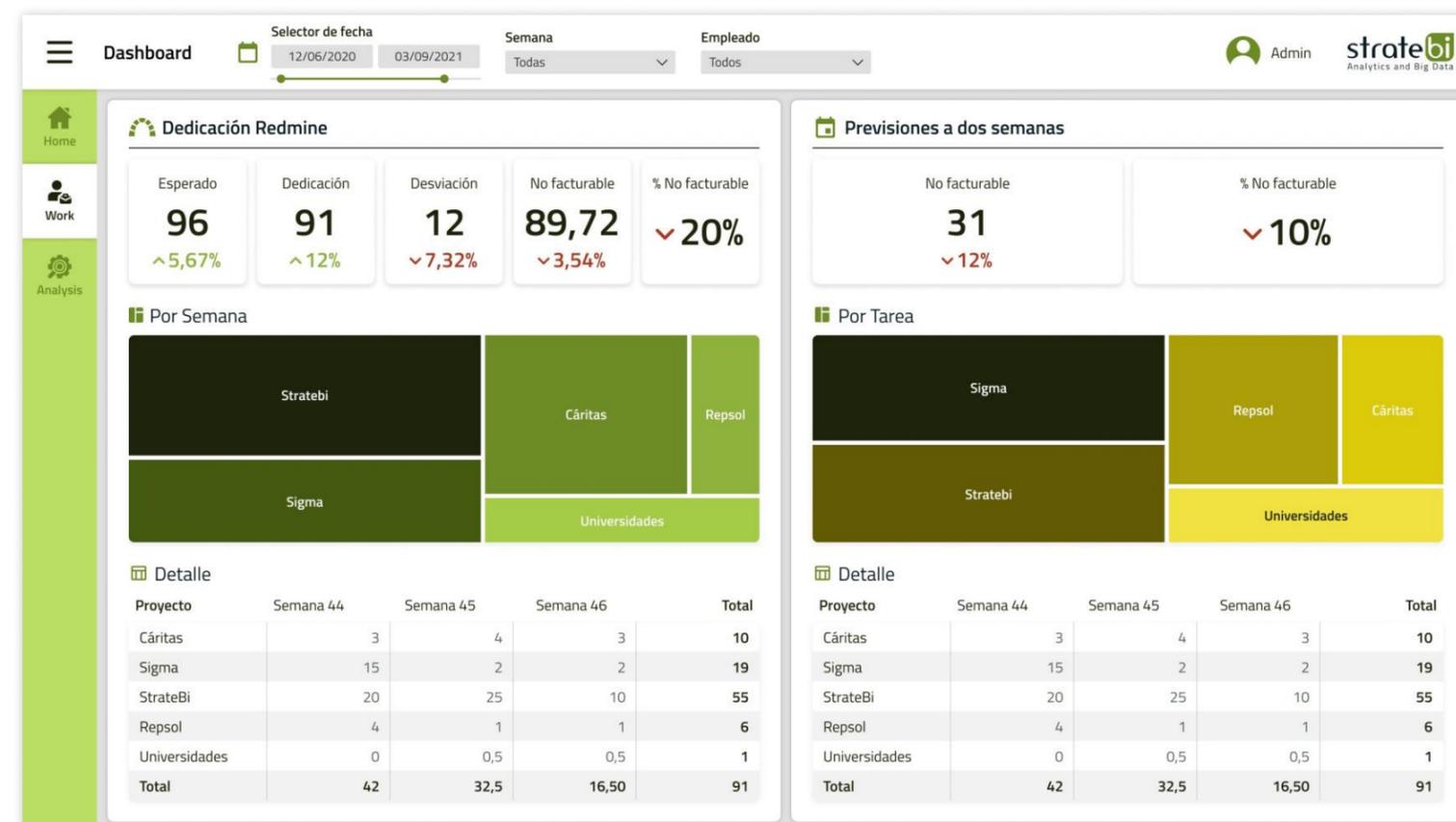
### Bloque Dedicación

- Icono y Título
- Gráficos KPI
  - a. Esperado
    - Título, valor y % vs año anterior
  - b. Dedicación
    - Título, valor y % vs año anterior
  - c. Desviación
    - Título, valor y % vs año anterior
  - d. No facturable
    - Título, valor y % vs año anterior
  - e. % No facturable
    - Título y % vs año anterior
- Gráfico Treemap
  - a. Icono y título
  - b. Datos
- Tabla
  - a. Icono y título
  - b. Datos

### Bloque Previsiones

- Icono y Título
- Gráficos KPI
  - a. No facturable
    - Título, valor y % vs año anterior
  - b. % No facturable
    - Título y % vs año anterior
- Gráfico Treemap
  - a. Icono y título
  - b. Datos
- Tabla
  - a. Icono y título
  - b. Datos

## Representación dashboard de la página "work".



## 02. Simplificar sin perder funcionalidad.

Los **gráficos** y su **conjunto** deben ser tan **simples** como sea posible para facilitar su **lectura** y **usabilidad**. La clave es **equilibrar** la estética con la funcionalidad. Coherencia en la relación de los **datos** con sus **objetos visuales**.

El dashboard ha de ser **simple** y **fácil de leer**. Siguiendo el estilo de diseño marcado en esta guía y las **plantillas** de PowerBi dadas, esa simplicidad **estética** quedará cubierta. Eso garantiza que no haya recursos estilísticos **innecesarios** y que quede vía libre a una **visualización de datos simple**; el punto más **importante**.

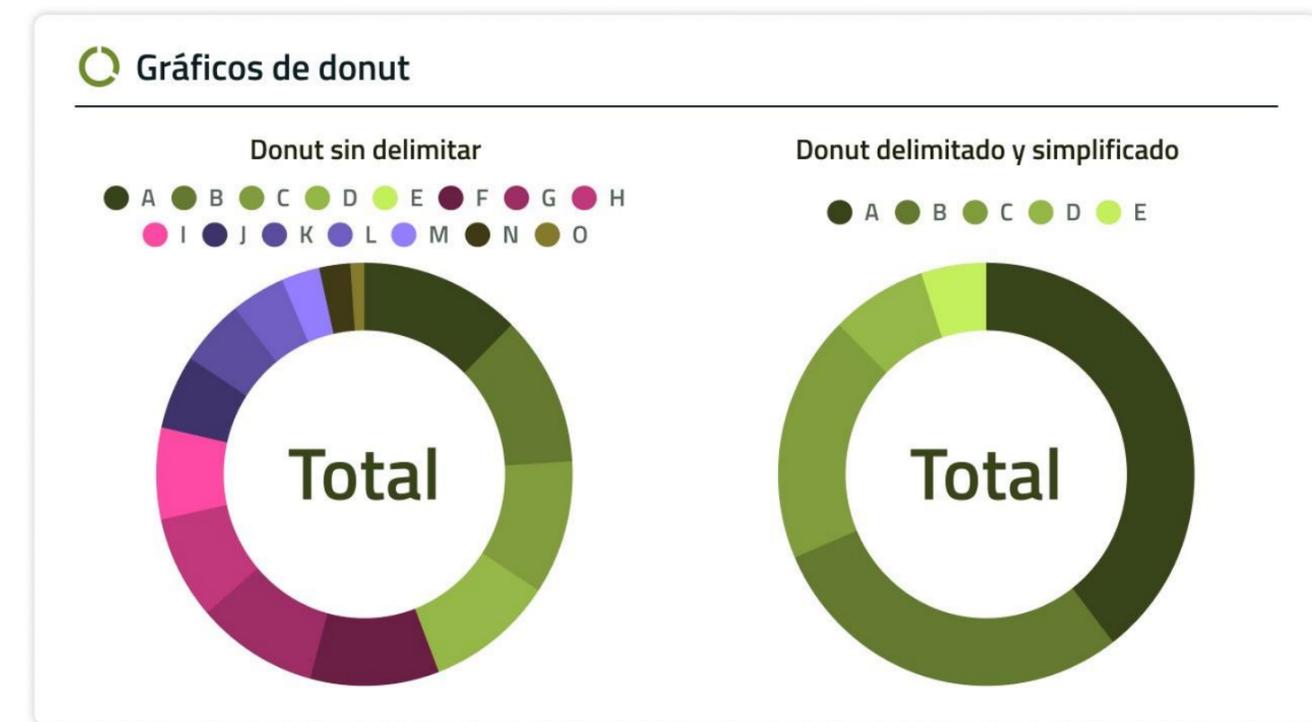
El objetivo es conseguir **reducir** al máximo los **detalles** sin perder **funcionalidad** ni el contenido más importante. Primero se eliminan los **elementos inútiles**. Tiene que estar diseñado para ser **usado todos los días**, por lo que el usuario final no tiene que esforzarse apenas para verlo y utilizarlo.

Para ello, hazte la **pregunta** de si los gráficos seleccionados en los requisitos tienen una **relación coherente** con los datos que van a mostrar. Eso garantiza haber escogido un **objeto visual correcto**. Si ya se tiene esa coherencia o cumple con lo que ha pedido el cliente, es hora de representarlos en el dashboard.

Una vez estén listos, una **buena práctica** es **leer los gráficos**. ¿Entiendes la información al momento de mirar los datos sin pararte mucho a pensar? Si la respuesta es si, se establecerá la **relación** de diseño y funcionalidad a la par.

También es necesario **delimitar** la cantidad de datos mostrados al mismo tiempo ya que puede **confundir**. Si hay muchos y es necesario mantenerlos, se pueden añadir **barras de desplazamiento** horizontales o verticales en cada gráfico, pero lo mejor es **evitarlas** en la medida de lo posible ya que es necesario mantener todo a la vista y cuanto **más simple** mejor. Esta delimitación hará que el **color** sea más **sencillo de aplicar** a posteriori. Si es necesario que aparezcan muchos datos o elementos (filtros, etc.) es una muy buena opción crear **botones** que **desplieguen** esa información o botones para **alternar** diferentes gráficos o tablas.

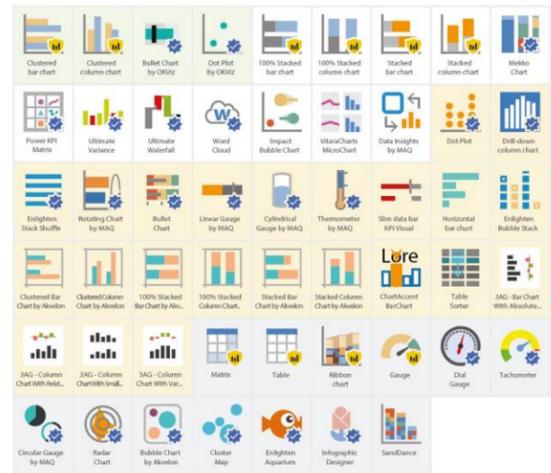
### Delimitación de datos > Simplicidad > Mejor lectura y usabilidad



# Selección de gráficos de SQLBI

## COMPARISON

To compare the magnitude of measures



## CHANGE OVER TIME

To display the changing trend of measures



## RANKING

To rank measures in an order



## SPATIAL

To display measures over spatial maps



## FLOW

To display a flow or dynamic relations



## PART-TO-WHOLE

To identify the parts making up a measure total



## DISTRIBUTION

To display the distribution of values



## CORRELATION

To show correlations between measures



## SINGLE

To present single values



## FILTER

To control report filters



## NARRATIVE

To tell a story with data



## MISCELLANEOUS



Esta imagen te ayudará a la hora de **seleccionar el objeto visual correcto** para tu visualización.

Se basa en recomendar los gráficos más **adecuados** a las **buenas prácticas** en el diseño vistas en esta guía y su intención es ser la base de la **simplicidad** para obtener la mejor visibilidad en nuestros dashboards.

Recuerda que muchas veces depende del **objetivo del cliente** y esta referencia no tiene la verdad absoluta. Depende de cada **caso de uso**. Una vez tengas seleccionados todos los gráficos y pasen por este **"filtro"** ya puedes comenzar a estructurar el dashboard.

### 03. Estructurar el dashboard y alinear los elementos.

La estructura se decide dependiendo del **tipo** de dashboard y los **objetivos** del mismo. Primero se deciden **aspectos generales** como el **tamaño**, **orientación**, etc. para después establecer el **orden** coherente de los gráficos. Por último es importante **alinear** todo el contenido de tal forma que de una sensación de **limpieza** y **organización** y facilitar la **lectura**.

La estructura de un dashboard es muy **importante** para su **entendimiento** y es un aspecto estético **clave** del diseño. Engloba toda la **colocación** de los elementos de **manera justificada** a lo largo del cuadro de mando. En un principio la estructura más básica de **usabilidad** es dotar al dashboard de una **barra de navegación** lateral y otra **barra de filtros y logos** superior, más el **contenido** de visualización.

**Barra de navegación lateral y Barra de filtros y logos superior.**



Para conseguir una buena estructura, hay que tener en cuenta los **objetivos** y el **público** al que va dirigido. ¿Para qué quiere el cliente el dashboard? De ello depende elegir el **tamaño**, su **orientación** y la **colocación** del contenido.

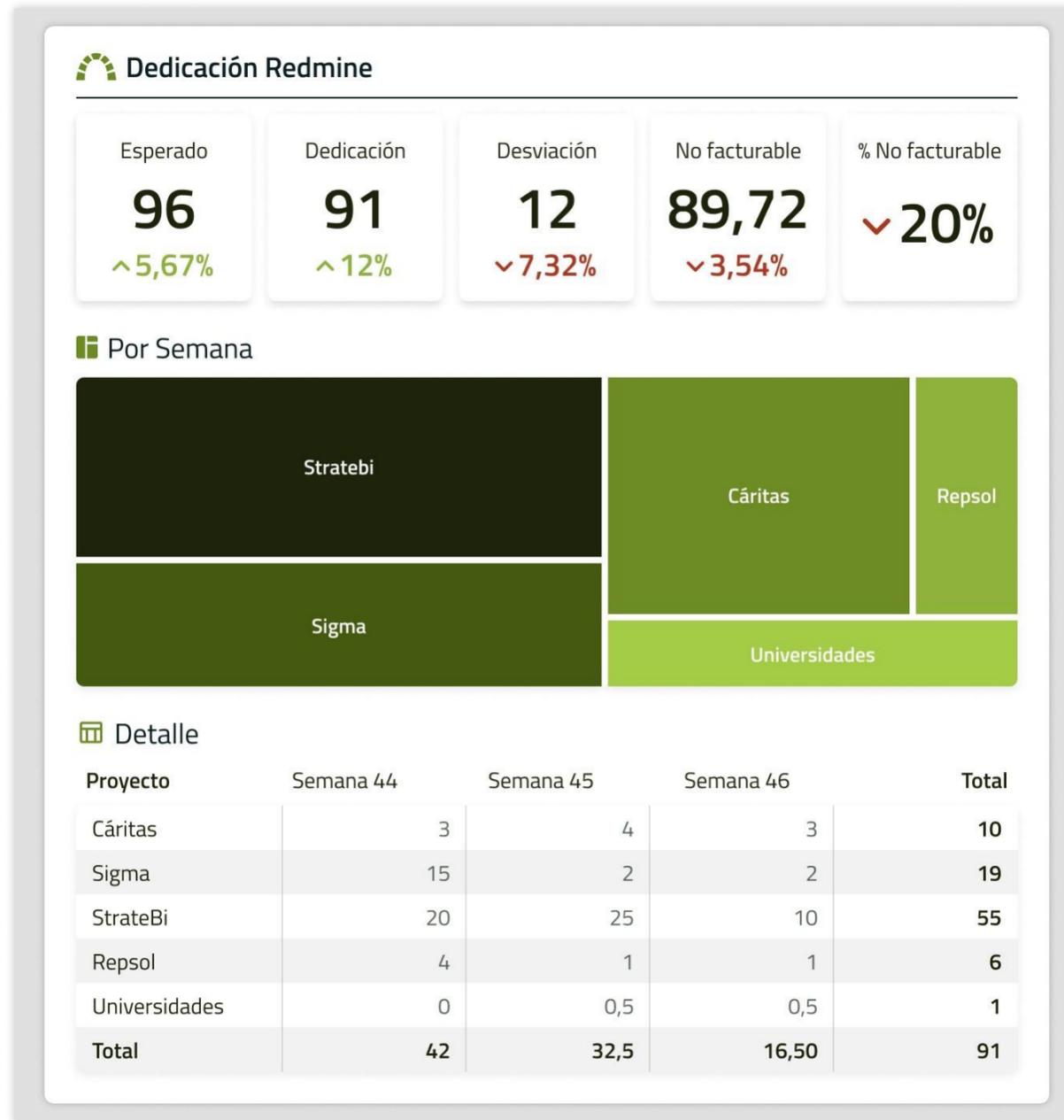
Por ejemplo, si el objetivo es construir un dashboard en el que el cliente ha de leer lo más **eficientemente** posible un **informe tipo panel** en una pantalla de **TV**, ha de ser **horizontal** y tener unas proporciones de **16:9**. Después, se piensa una forma de **agrupar** los contenidos si tienen algo en común. Esta agrupación puede ser dada por la **proximidad** entre los gráficos o por **recuadros** que engloben varios gráficos. Aquí entra la creación de **jerarquías visuales** que veremos más adelante.

El **orden** en esta colocación de los gráficos puede variar dependiendo de la **importancia** que adquiera cada uno en el dashboard, contando con la **lectura intuitiva** de los elementos (**orden de visibilidad**) y las **prioridades** del **público objetivo** (**orden de prioridad**).

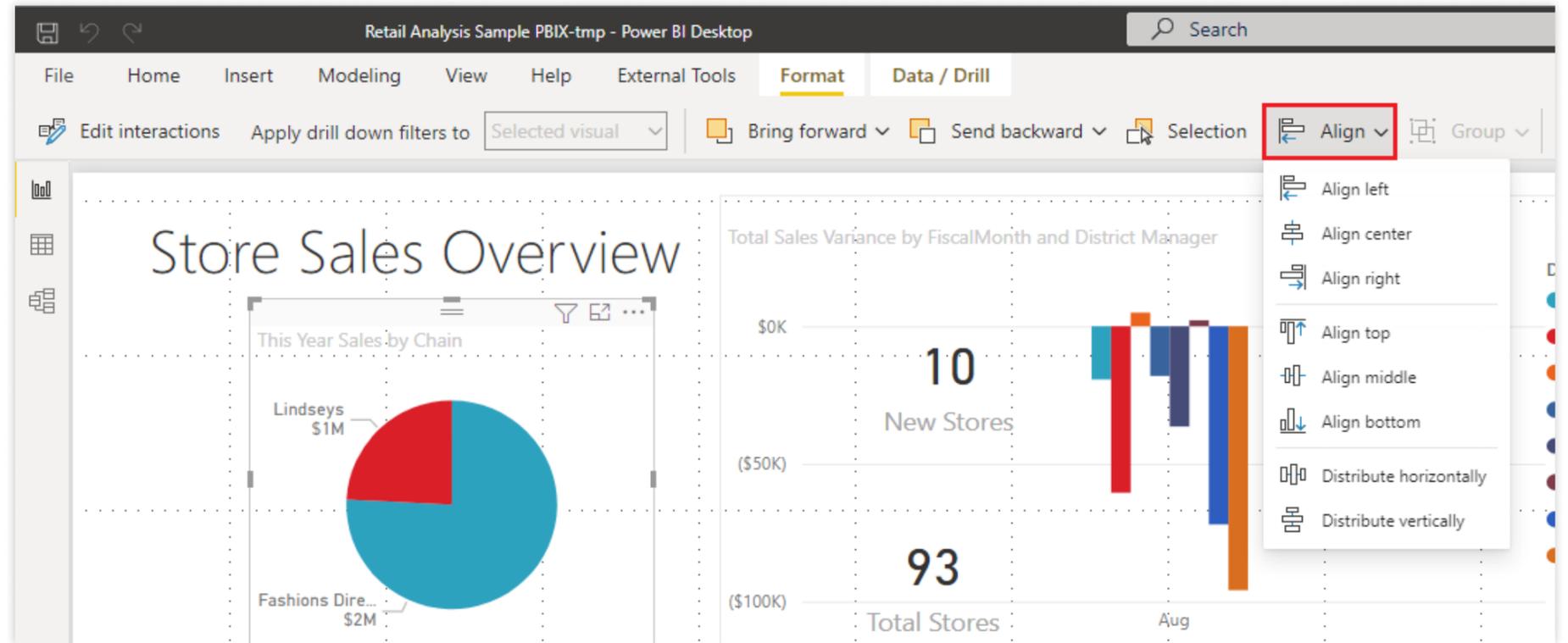
Para que la **estética** tenga el punto **funcional**, lo óptimo es que todos los **elementos** contenidos en el dashboard estén **alineados**, es decir, que coincidan en la **posición** de sus ejes unos con los otros. Es conveniente utilizar una **retícula**, **cuadrícula** o **guías** que hagan más fácil esta alineación en PowerBi (existe una herramienta de alineación para todos los ejes). Esto aportará **orden**, **limpieza** y **organización de lectura**, lo que ayuda mucho a la hora de **visualizar**.

## Ejemplo de estructura.

Agrupación por recuadro dada por el contexto de que los datos están relacionados. KPIS, treemap y una tabla.



## Opción de alinear en PowerBi



## Ejemplo de elementos alineados correctamente



## 04. Uso de wireframes y retículas temporales.

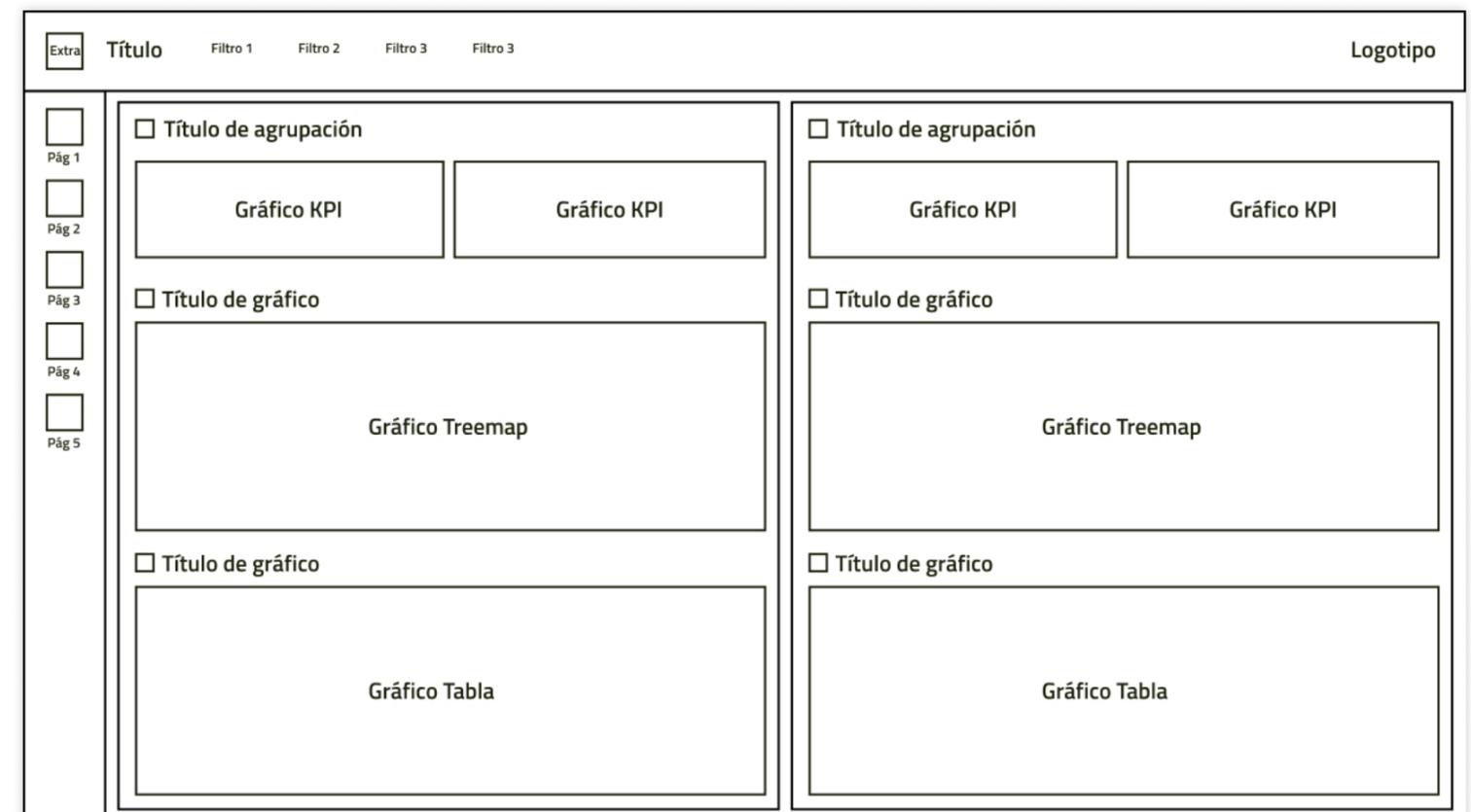
Para **diseñar** eficientemente, se requiere de la creación previa de unos **bocetos** que permitirán **agilizar** la **toma de decisiones** sobre la arquitectura del dashboard. Es una buena práctica utilizar **retículas** a modo de guía para mantener **distancias** y **alineaciones** correctamente definidas y medidas.

Esta buena práctica es una opción que sirve de gran ayuda para **optimizar el flujo de trabajo** a la hora de diseñar y garantiza **mejores resultados**. Antes de ponerse a diseñar, es ideal crear unos **bocetos** a modo de **wireframe**, basados en la planificación previa de la **estructura**. Esto sirve para **concretar** la posición de los contenidos y **dar forma** a los **requisitos** del público. Una vez se tenga este boceto se puede **mejorar** la toma de decisiones o **rectificación** modificando el boceto y así **ahorrar tiempo** de retoques futuros en el dashboard **end user** que se realice posteriormente en la plataforma **PowerBi**.

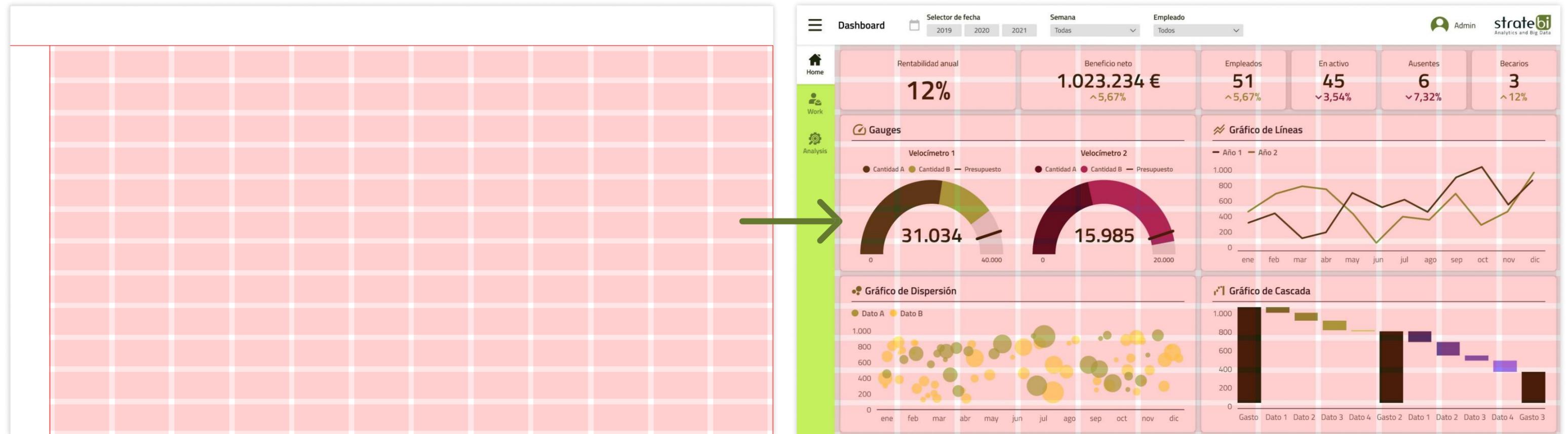
Al **alinear** elementos o agregar **márgenes** en PowerBi, te puedes encontrar con algunas **limitaciones**. Para medir hay que utilizar los propios elementos de la plataforma y revisar sus **dimensiones**. Para **facilitarlo**, es necesario utilizar una **retícula temporal** a la hora de estructurar el cuadro de mando, la cual se incrusta en el **fondo** del dashboard y está **delimitada** por unas medidas escogidas en base a las **reglas de diseño** definidas. Al terminar con ella se **elimina** del lienzo.

En esta guía se pone un **ejemplo** de retícula aplicado al dashboard por defecto de StrateBi, el cual está **medido** para establecer los mismos márgenes entre elementos. Existe una opción no tan precisa que permite establecer una **cuadrícula** directamente en PowerBi y **fijar** los elementos a la cuadrícula al moverlos. Esta no es personalizable y no sirve para medir pero sí para **alinear** los elementos y comprobar que estos **coinciden**.

### Ejemplo de boceto a modo de wireframe.



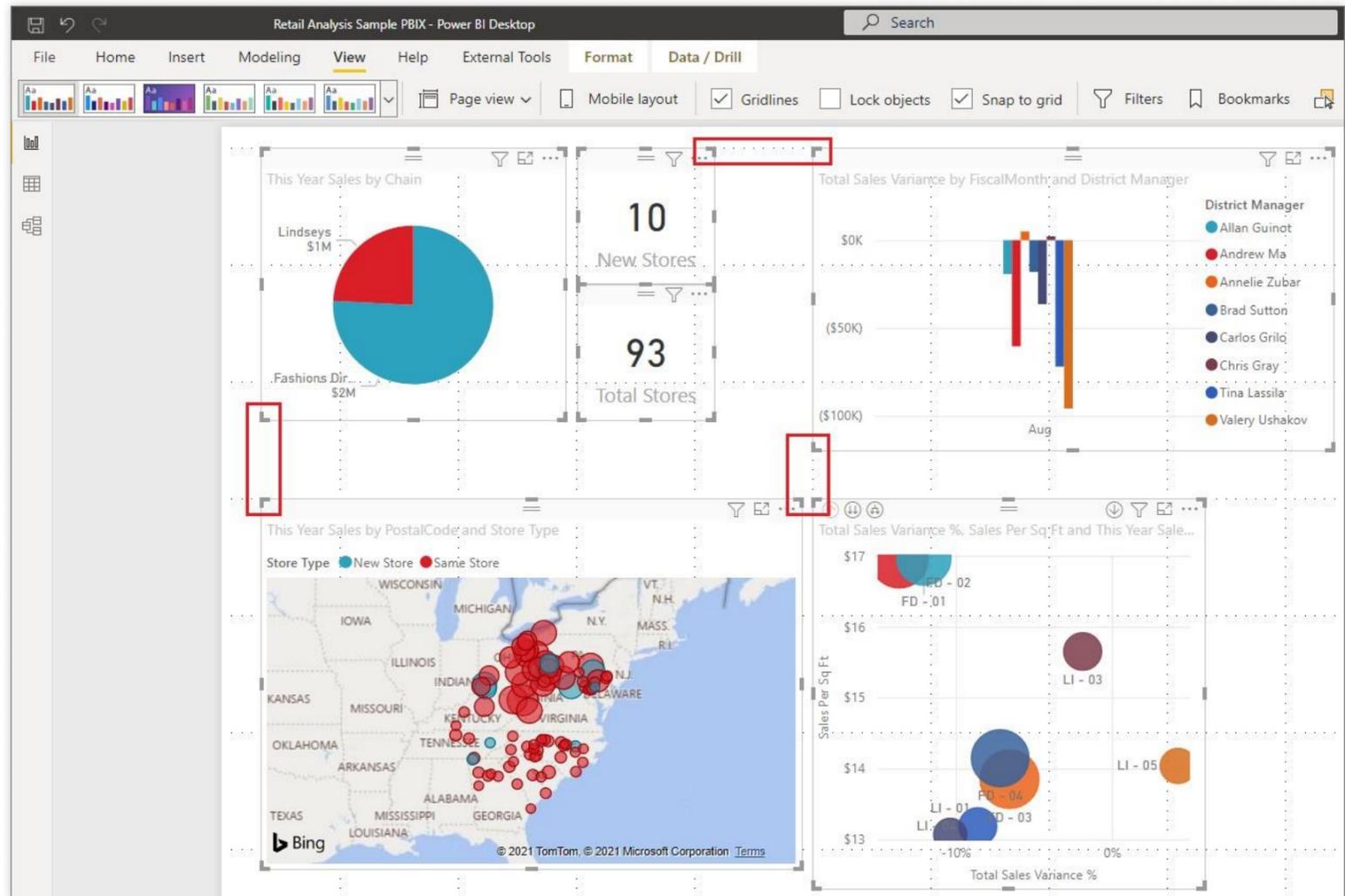
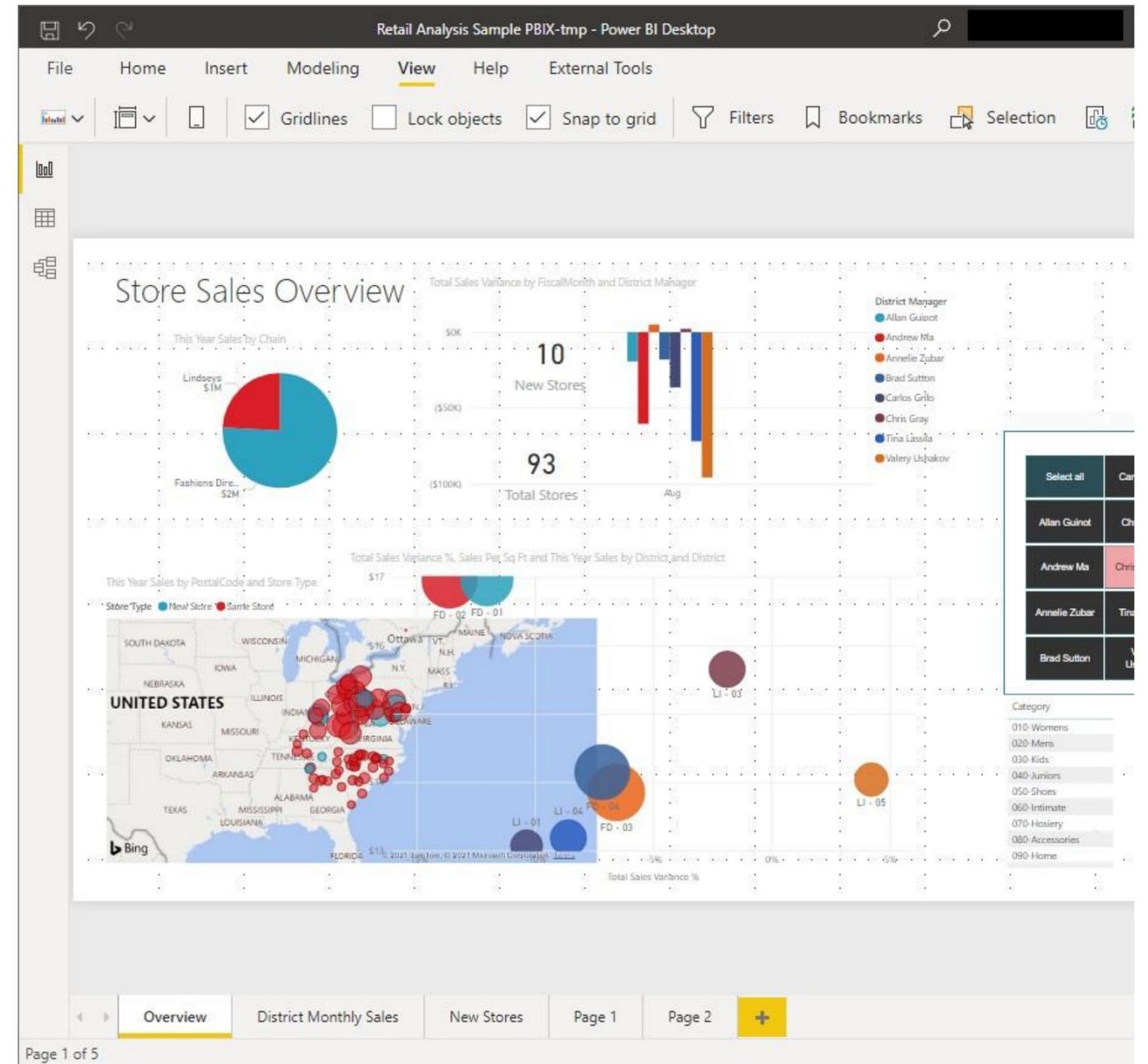
## Ejemplo de la retícula del dashboard de StrateBi.



Se trata de hacer **coincidir** el contenido en **tamaño** y **posición** con los **ejes** horizontales y verticales de la retícula. Cada **medianil** y **margen** tiene la misma **distancia** para garantizar la misma **separación** entre los elementos. Esta retícula contiene espacios **independientes** para las **barras** de navegación y filtros los cuales tienen estructuras ya formadas en la **plantilla** proporcionada.

Esta es una retícula de **12 columnas** y **12 filas**, en un lienzo de **1366 x 768 píxeles**. La medianil y los márgenes son **12 píxeles** de separación.

## Cuadrícula en PowerBI.



## 05. Seleccionar la colorimetría adecuada.

El color es **percibido subjetivamente**, por ello es necesario establecer una **colorimetría simple y adecuada** a cada tipo de gráfico. Se muestra paso a paso cómo construir una **paleta de colores** en base al **color corporativo** mediante **Adobe Color**, y el mejor **esquema** a seguir coincidiendo con el dashboard de ejemplo. El esquema es: **color principal** corporativo, **colores secundarios** basados en el corporativo y un **color básico** oscuro.

Las buenas prácticas para el **uso del color** son la base para un buen resultado de visualización de datos y aportar la mejor **experiencia** de uso posible. Siguiendo la línea de la **simplicidad**, son herramientas que hay que usar con cuidado, porque transmiten **emociones** y pueden distraer en el cuadro de mandos.

El primer paso es elegir los **colores secundarios** basados en el **color corporativo**, los cuales se utilizarán para representar cada valor dentro de los gráficos. Para estos, es conveniente utilizar una **paleta de color monocromática** para cada gráfico, es decir, **no mezclar** entre diferentes colores, solo usar un color concreto y jugar con sus tonos **oscuros y claros**.

Todos los gráficos incluirán un **color básico** que será lo más **visible** posible y **contraste** ante los demás. Este color se utilizará para **resaltar** un campo **distintivo** en un gráfico: el mayor o el menor valor, el primer o último dato, una línea de variación,

variación, un valor objetivo, etc. guiado por el **propósito**. La **mejor práctica**, utilizar el **color más oscuro** de la gama secundaria, o un **negro ligado** al color corporativo.

### Ejemplos de “negro” ligado a un color.

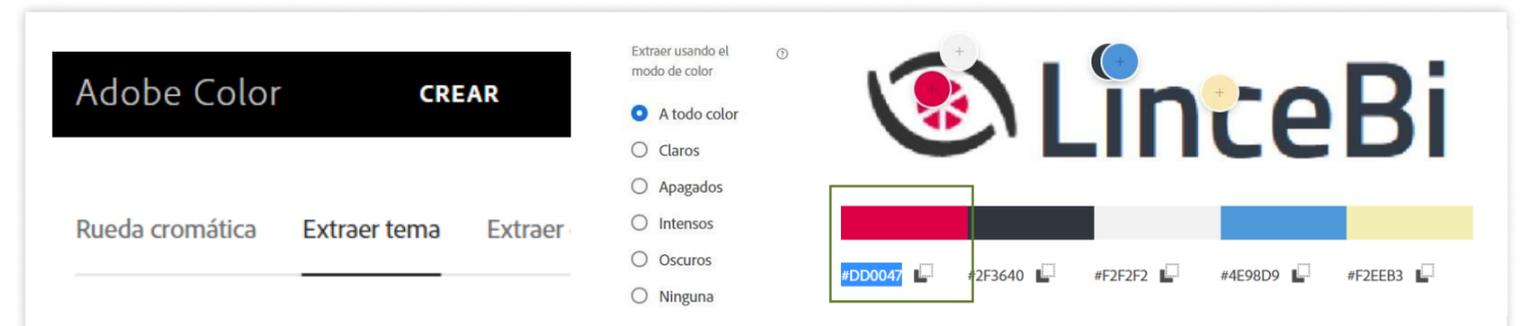


En esta guía se han escogido los colores secundarios basados en el color corporativo de **StrateBi**, incluyendo el mismo y sus complementarios. En todo caso lo más óptimo es ajustar los colores secundarios con la **marca** con la que se esté trabajando. Para ello, existe una **herramienta** eficaz con la que generar esos colores automáticamente. Se trata de **Adobe Color** ([color.adobe.com/es](https://color.adobe.com/es)). El color de la marca del cliente debe ser **emparejado** en base a las **armonías** de color proporcionadas por la herramienta de la siguiente forma:

### Ejemplo con la marca LinceBi en Adobe Color.

**Paso 1.** Extraer color corporativo.

#DD047 es el color corporativo.

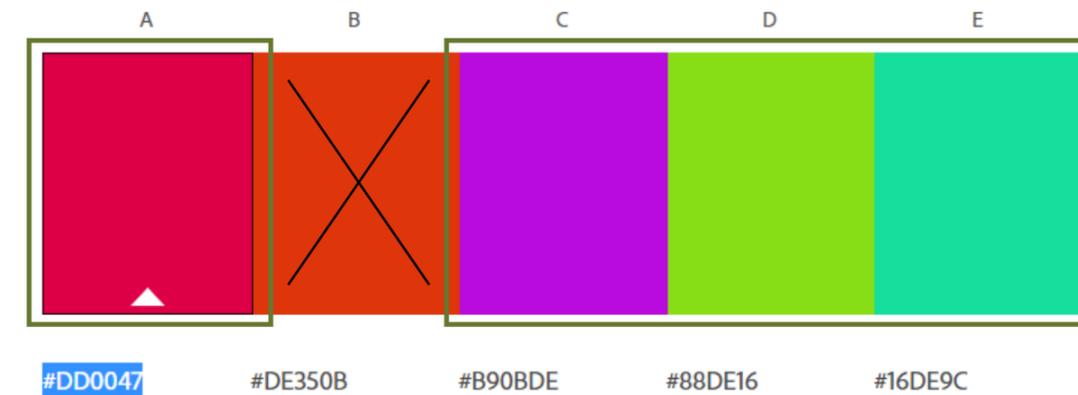


**Paso 2.** Agregar el color corporativo como **base** y sacar los colores secundarios con el método de **doble separación complementaria**.

The screenshot shows a color palette generator interface. On the left, there are navigation tabs: 'Rueda cromática', 'Extraer tema', 'Extraer degradado', 'Herramientas de accesibilidad', and 'Nuevo'. Below these are options for color harmony rules, with 'Doble separación complementaria' selected. A color wheel shows the base color (magenta) and its complementary colors (green and red). Below the wheel, five color swatches are shown, labeled A through E. Below the swatches, the hex codes are listed: #DD0047, #DE350B, #B90BDE, #88DE16, and #16DE9C. At the bottom, there is a table showing the RGB values for each color.

	A	B	C	D	E
R	221	222	185	136	22
G	0	53	11	222	222
B	71	11	222	22	156
Brillo	87	87	87	87	87

**Paso 3.** Copiar los hexadecimales de la paleta **resuelta**. Excluir el color similar y únicamente seleccionar el color corporativo (A) y los 3 últimos en este caso (C,D,E).



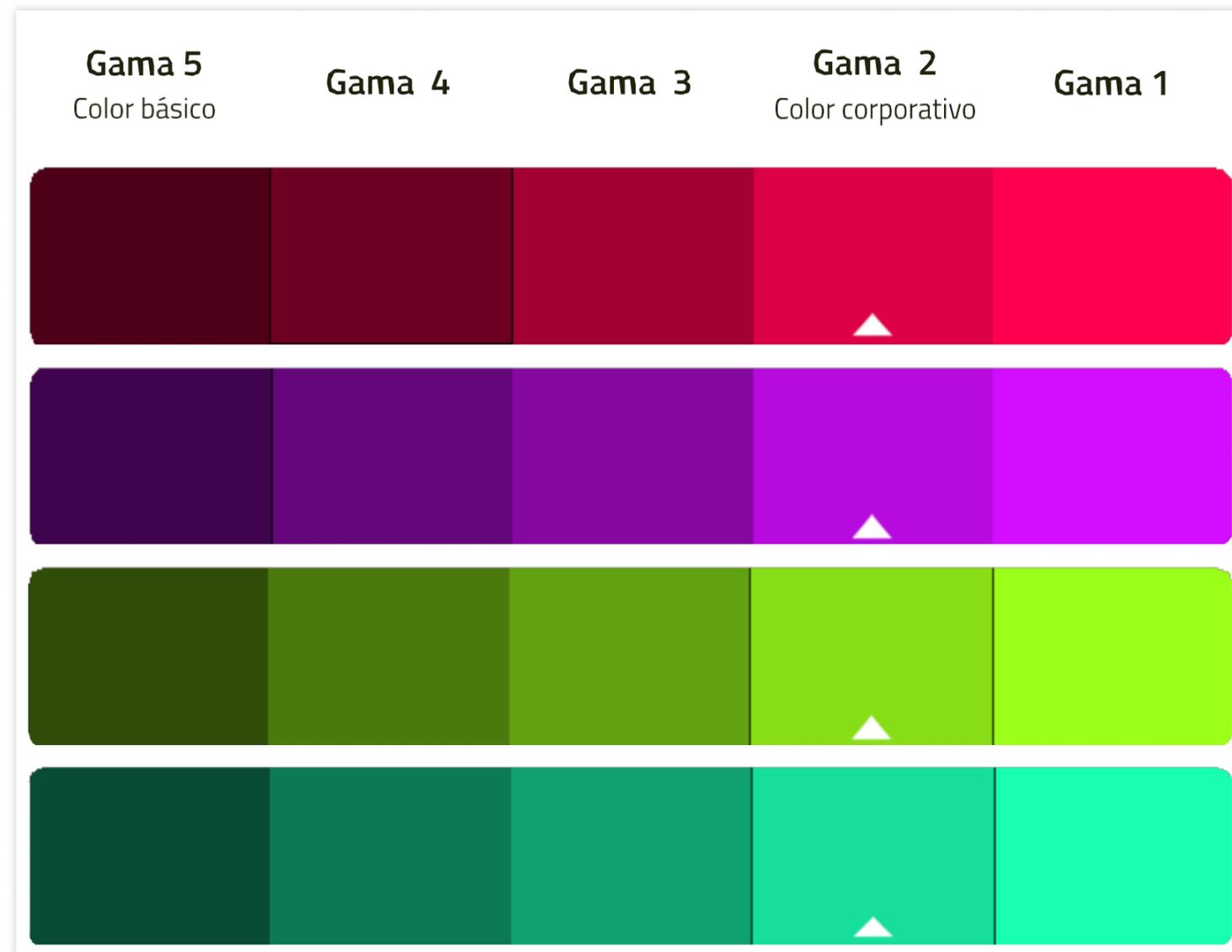
**Paso 4.** Sacar los **tonos** de cada color secundario y **ordenarlos** en escala para apuntar sus hexadecimales. Quizás es necesario ajustar el **brillo** o cantidad de **blanco** de cada color para aumentar el **contraste** entre ellos.

The screenshot shows the 'Tonos' (Tones) section of the color palette generator. It features a radio button for 'Tonos' and a radio button for 'Personalizados'. Below these, there is a section for 'Ordenar por gama de oscuros a claros' (Order by range from dark to light). A horizontal bar shows a gradient from dark to light for each color. Below this, there is a table showing the RGB values for each color in the tone scale.

	#DD0047	#9E0032	#5E001E	#EB004A	#C4003E	#4F0019	#6E0023	#A30034	#DE0046	#FF0051
R	79	110	163	222	255					
G	0	0	0	0	0					
B	25	35	52	70	81					
Brillo	31	43	64	87	100					

Ajusta el brillo al gusto intuitivamente para generar más contraste.

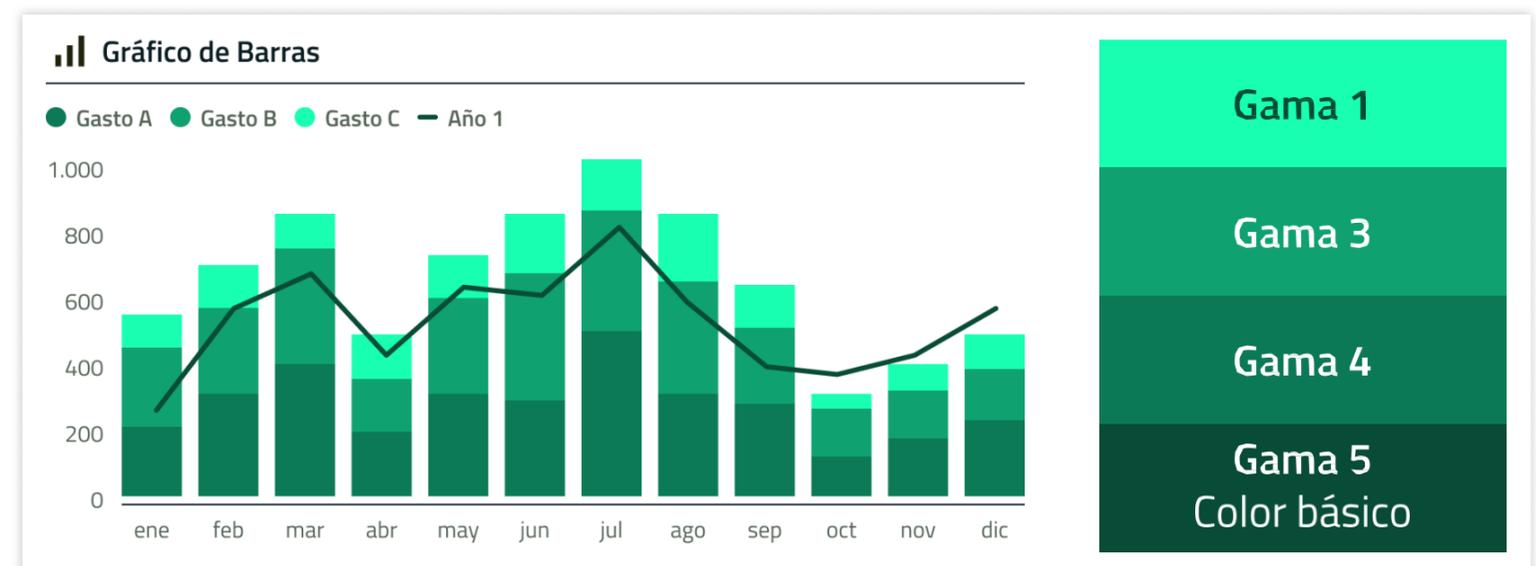
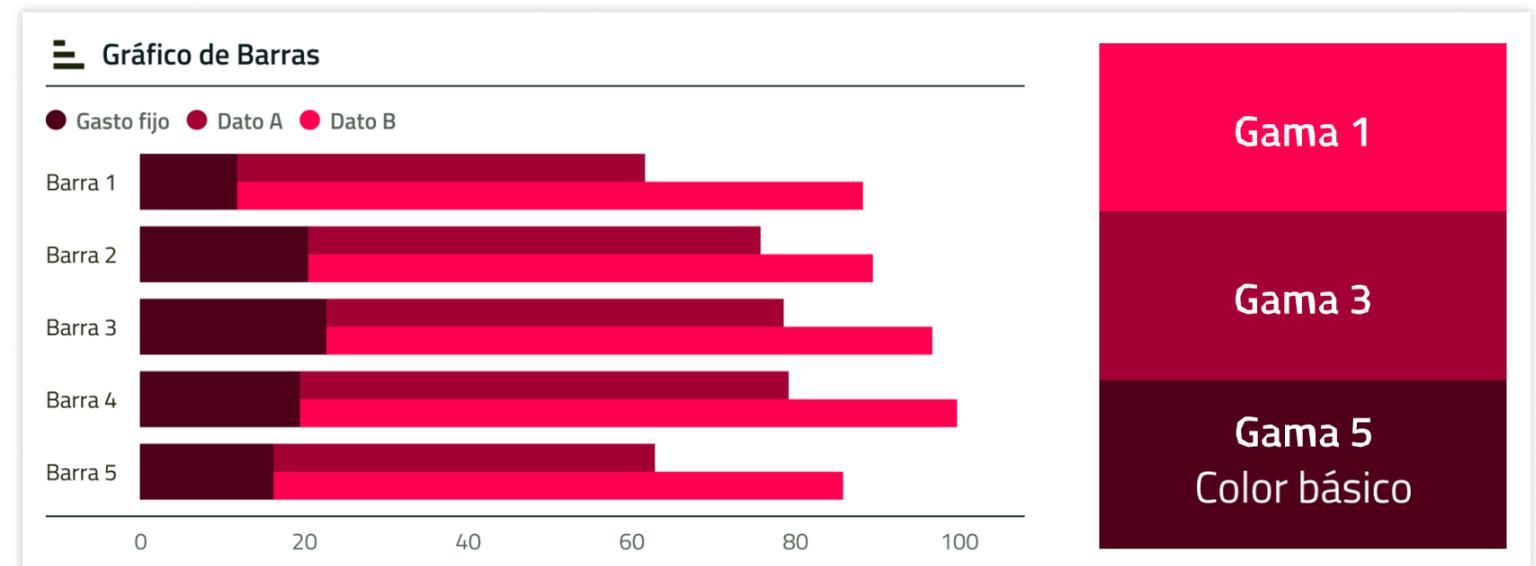
Paso 5. Comprobar la paleta final y aplicarla a PowerBi.



El **tono más oscuro** se utilizará como **color básico** para el contraste buscado. Hay que tener en cuenta a las **personas daltónicas**, especialmente cuando se usa el color-coding típico rojo y verde. Por ello es interesante utilizar herramientas como **Coblis** ([color-blindness.com](http://color-blindness.com)) si procede.

## Ejemplos de uso del color de LinceBi en gráficos

El color se aplicará de esta forma para garantizar una buena **visibilidad**: variar el **orden** de la gama, **omitiendo** en las situaciones en las que no se utilicen los 4 colores secundarios, un **paso intermedio** para generar el máximo **contraste**.



## 06. Aplicar reglas de consistencia, repetición y ritmos.

Para **facilitar** más el trabajo al público, el dashboard ha de ser **consistente** y **unificado**. Para ello se utilizan **recursos visuales** como la repetición de **estilos**, **interacciones** y **gráficos**, generando **patrones de ritmo** en el cuadro de mando.

Es conveniente utilizar el mismo **diseño visual** o los mismos **factores de usabilidad** para cada elemento si tienen una **funcionalidad similar**. Por ejemplo, si hay dos gráficos que filtren de la misma forma o muestren datos y comparaciones similares, deben tener la misma **apariencia** y **forma** de utilizar. Esto generará **consistencia**, la cual es importante si queremos que nuestros dashboards se reconozcan y sean fáciles de usar.

Usar el mismo tipo de gráfico varias veces no es un error, hace que un dashboard sea más **intuitivo** y **fácil** de entender debido a la propia **unificación**. Para ayudar con esta práctica de **repetición** es necesario generar un **ritmo visual** con los elementos. Esto realzará la consistencia y dará algo de juego a la hora de **interactuar** y **visualizar**. Esta repetición de ritmos puede servir para evitar la **monotonía visual** y hacer el dashboard interesante visualmente.

Estos **ritmos** se basan en la **repetición** de uno o varios **patrones consistentes** a lo largo del dashboard, es decir, ir utilizando un **gráfico seguido de otro**, cada uno con

con un **objeto visual** y siguiendo un orden concreto. Estos ritmos serán deducidos por la **jerarquía visual** que se puede ver en la siguiente página.

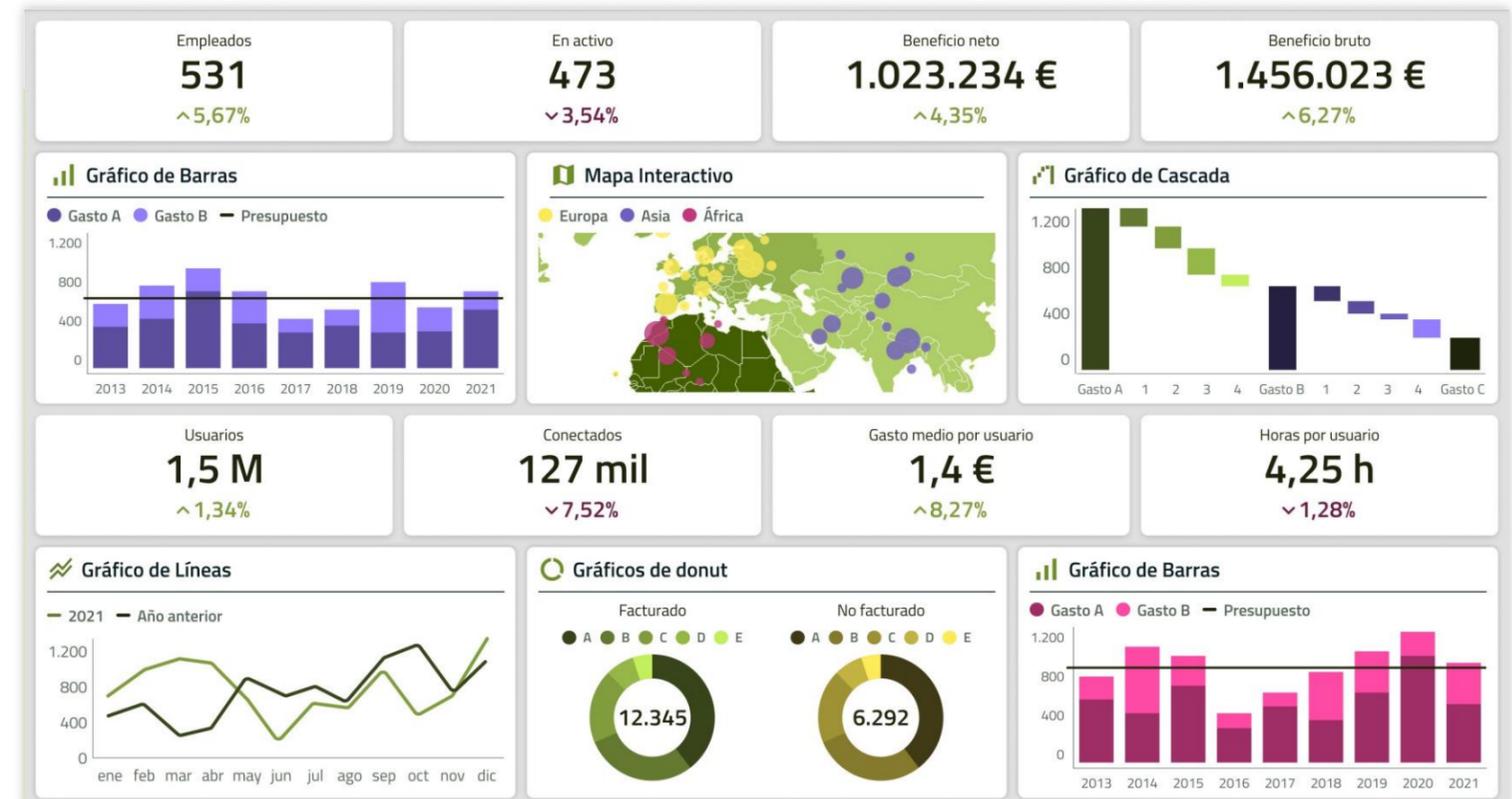
**Ejemplo de patrón de ritmo muy simple.**

**Fila 1:** KPI - KPI - KPI - KPI

**Fila 2:** Gráfico - Gráfico - Gráfico

**Fila 3:** Patrón de fila 1

**Fila 4:** Patrón de fila 2



## 07. Definición de jerarquías visuales y prioridades.

Crear una **jerarquía** en los dashboards cumple con el objetivo de aportar **coherencia** en el **sistema de diseño**. Se relaciona con los **ritmos visuales**, tratando de establecer unas **normas** de estructura para los mismos dependiendo de los objetivos. Las jerarquías **realzan y organizan** al detalle las estructuras ya pensadas para ofrecer la mejor **accesibilidad y agilidad de uso**.

Una jerarquía visual puede componerse de un **patrón de ritmo** en el que sus elementos adquieren una **importancia** específica. Dependiendo de esa importancia deducida con **orden de visibilidad** o el **orden de prioridad**, se forman unas normas de **arquitectura de los contenidos**.

El **orden de visibilidad** se refiere a las normas de lectura coherentes con el **subconsciente**. Se puede denominar como **peso visual**. Define la **dirección de lectura** más intuitiva: de izquierda a derecha y de arriba a abajo. La **importancia** que le damos a los **objetos** por **tamaño**: grande es importante y pequeño menos. Incluso por **color, transparencia o iluminación**: si un objeto es el único que tiene un color concreto o es el único que no lo tiene. **Equilibrios** con **simetría o asimetría**: para diferenciar o asemejar en visión general. Esta visibilidad si bien es **universal**, puede **variar** por factores culturales o demográficos y cambiar por completo las **normas básicas**. Por ello, es muy importante conocer al **público**.

El **orden de prioridad** se basa en la **visibilidad** en la medida de lo posible, pero **priorizando** el contexto del **cliente** y cubriendo sus **necesidades** específicas. Lo ideal es seguir normas de orden de visibilidad, pero si se especifica lo **contrario** en un encargo, lo correcto es hacer lo que se dice para no crear **conflictos de visualización**. Esto es debido a que esas normas visuales se aplican universalmente a todos, pero puede ser que unos **usuarios** en concreto pidan algo completamente **diferente** a lo establecido, ya sea por gusto o por **costumbre** de uso. La idea aquí es aportar la **mejor usabilidad y lectura** con el diseño, por lo tanto, si hay que **adaptar** la estructura de un cuadro de mando a un **nicho** pese a que no sea lo más correcto objetivamente, es conveniente hacerlo.

Todas estas características hacen que nuestra **percepción** de los elementos varíe y dirigamos nuestra **atención** a objetos en concreto para así poder destacar la información más **relevante**, debido al peso visual concretado anteriormente. La idea es **aprovechar** esto de forma intencionada y crear una **jerarquía visual**, definiendo cómo colocar los **objetos visuales**, por características de color, por tamaño, etc. y por prioridad de importancia contextual, y mezclarlos. La mejor práctica es utilizar una **regla jerárquica formada y repetirla** por todos los elementos del dashboard para seguir la regla de **consistencia**.

## Ejemplo de jerarquía

En este dashboard tipo **panel**, lo que se encuentra en el bloque de la **izquierda** son elementos de visualización **rápida**, mientras que los que quedan a la **derecha** sirven más de **análisis e interacción**. Se mantiene la jerarquía dada por la **importancia** que adquieren los gráficos. Está definida por una **agrupación** de proximidad, **tamaño** del contenido y **posición** para equilibrar el **peso visual**.

Los **KPIS** son los que más prioridad de **lectura** requieren pues son indicadores **directos** y específicos. Por ello se encuentran en un orden **descendente** y tras ellos siguen gráficos en diferentes representaciones, los cuales mostrarían datos **generales**. Siguiendo el **orden** de lectura, encontramos en el bloque derecho los contenidos más **complejos** y detallados.



Estas **reglas** jerárquicas simples se pueden **repetir** en las demás páginas si mantienen los mismos **objetivos**, para generar consistencia. Hace que sea más fácil **formar estructuras** con los ritmos marcados por la **jerarquía propuesta**.

## 08. Bases en la visualización de los datos.

Los **detalles** importan y por ello cuanto más **refinados** estén los gráficos contenidos en el dashboard mejor será la **visualización**. Aquí se muestra cómo utilizar los **colores**, acortar los **números** y aportes en los datos que sirven para **mejorar** el dashboard en su **conjunto**.

Ahora, tras establecer una **construcción** de dashboard en un marco general, es necesario marcar las buenas prácticas de cómo se muestran los **datos** en cada gráfico. Primero, hay que asumir que el **usuario** no va a entender totalmente todo lo que se muestra en los dashboards. Es una buena práctica **contextualizar** el contenido con **textos** o **tooltips** cuando se requiera.

El color es importante y como vimos anteriormente, se trata de establecer una paleta de color comprendida en **colores complementarios**. Implementar ese color en cada gráfico de forma **monocromática** es la mejor práctica. De esta forma cada gráfico puede ir con un color **diferente**, pero con un sentido teórico general comprendido entre los demás colores y así generar una **armonía de color**. También es viable generar **repeticiones y ritmos** con los colores como se muestra en el ejemplo. Es importante exponer con **leyendas** la referencia de los colores.

Para **agilizar** y **simplificar** aún más la visualización, la **escala de valores** de un gráfico tiene que empezar desde el **valor 0**, a menos que se indique lo contrario. Cuando se resalten las **diferencias** entre los valores con un gráfico de líneas o similar, se puede ignorar esta regla.

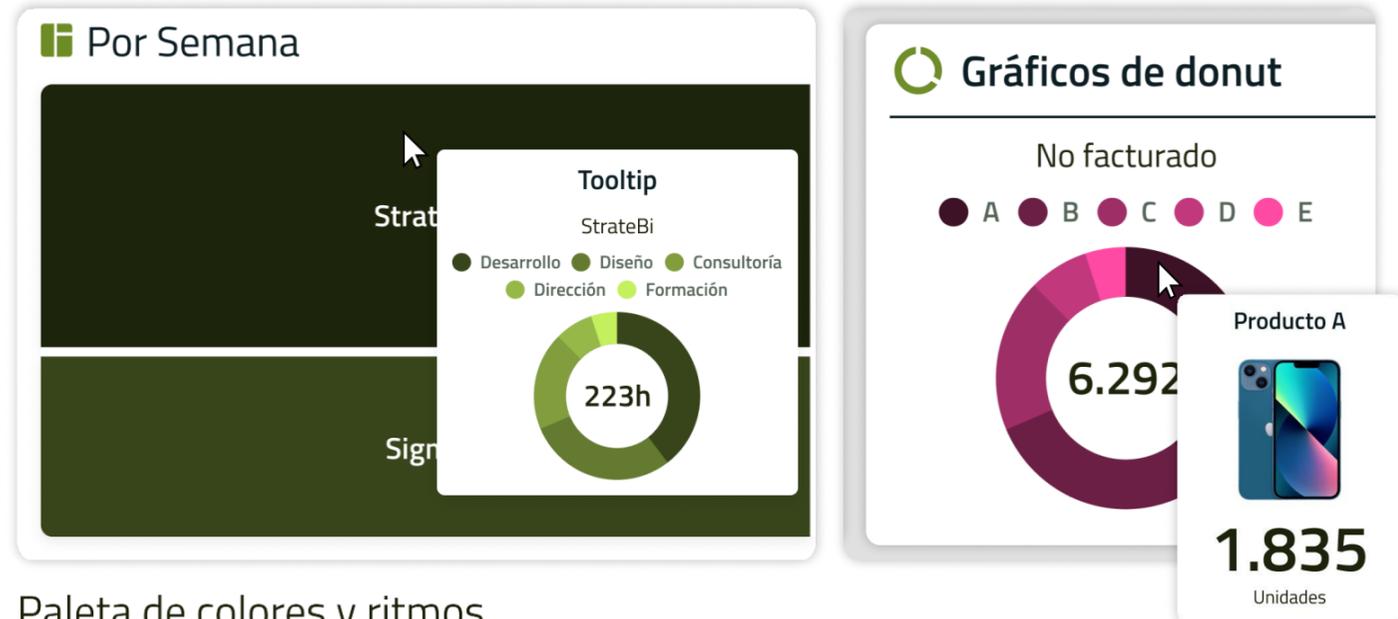
Es necesario **acortar los números**. Los grandes números pueden simplificarse **dividiéndolos** por miles, millones o miles de millones, aportando la **abreviatura** correspondiente tras el número. También es una buena opción incluir el **símbolo** de dólar, euro, etc. en los valores que se refieran a **cantidad monetaria**.

Considera la reducir los **decimales** al máximo en la medida de lo posible excepto si se indica lo contrario. Los gráficos tipo KPI pueden mantener números más grandes si es una necesidad visualizar **valores al detalle**.

**Comparar** una medida con su **objetivo** si está presente, o con el valor de un **período anterior**, sirve mucho para contextualizar los datos y ayuda en la **comprensión**. Al mostrar esa variación elige entre la diferencia sobre la variación **absoluta** o la variación **porcentual**. Aportar **líneas de tendencia** a lo largo de un período para las medidas más **volátiles o sensibles** aclara los gráficos.

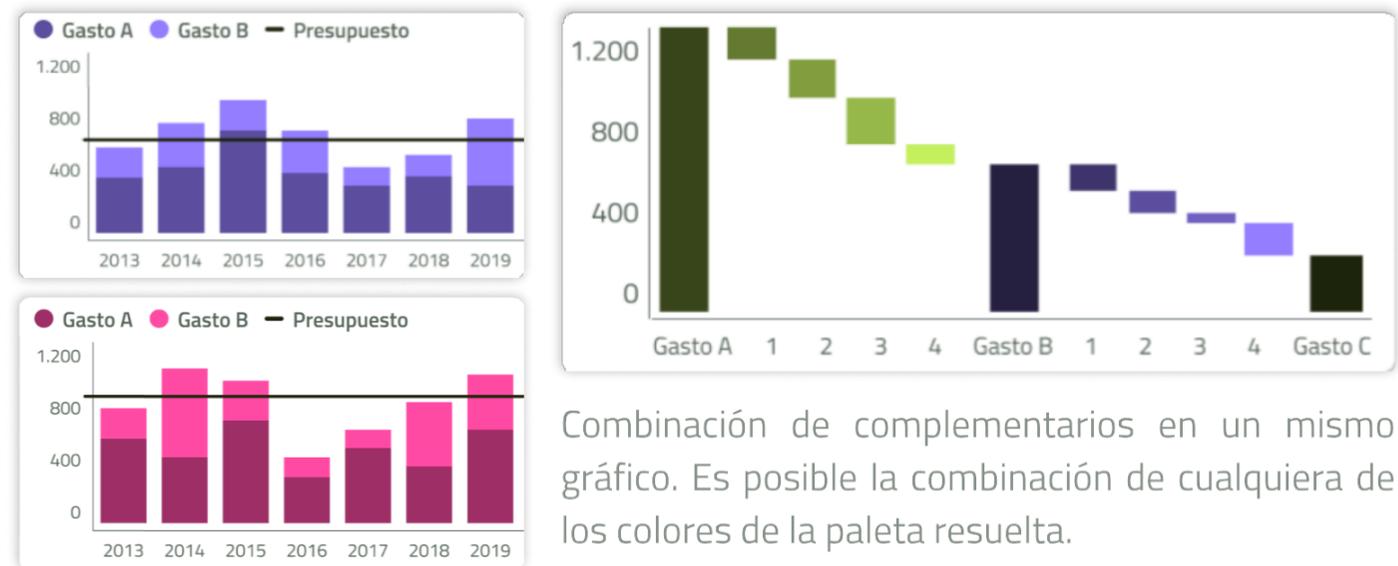
## Ejemplos de las bases.

### Contextualización tooltip

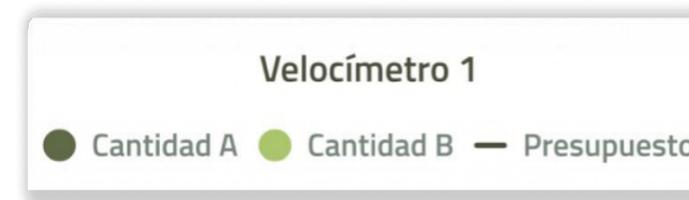


### Paleta de colores y ritmos

Ritmos de uso del color en escala monocromática, reiterativos en diferentes gráficos.



### Leyendas



Utilización de diferentes formas en las leyendas dependiendo del contenido a representar. Títulos para las leyendas si hay varios gráficos en elementos agrupados.

### Empezar desde 0



### Comparativas

Percentuales con icono, presupuesto y año anterior.



### Acortar números



## 09. Embellecimiento del contenido.

El **estilo** de nuestro dashboard es una parte importante para aportar **accesibilidad** mediante la estética y así mejorar la **experiencia**. Para ello es conveniente utilizar **iconos**, una **tipografía** correcta y **jerarquías** en los textos.

Una vez tengamos la **parte estructural** ya definida es imprescindible aportar los **recursos** estilísticos adecuados a lo que se está mostrando. Esto aportará **agilidad** en la lectura de los elementos, debido a la **clasificación** de los gráficos **por icono** o la **organización** por la **jerarquía tipográfica** elegida.

Para la **iconografía** lo más fácil es seleccionar iconos de una **librería predefinida**. Es importante que haya una **unicidad** con los iconos utilizados, es decir, que tengan un mismo estilo, grosor, color y tamaño. Para ello utilizamos principalmente la librería de **Google Icons** ([fonts.google.com/icons](https://fonts.google.com/icons)). Para los iconos, lo mejor es utilizar el color que se está usando en los textos o el color corporativo. Se colocarán generalmente en el **lado izquierdo** de los títulos si procede, para aportar esa agilidad de **lectura**. También pueden aparecer en la **barra de navegación** lateral acompañados de un texto indicando la **página** o en la **barra de filtros** superior, pero estos tendrán **colores ligados a su funcionalidad**.

### Ejemplo de uso de iconos.

Como **botones** o **indicadores**.



La **tipografía** será escogida en relación a la **mejor legibilidad** que pueda aportar. Si es posible **personalizar** la tipografía, es conveniente **elegir** la que especifique el **cliente** excepto si es poco legible o estridente. Si no, utilizaremos las de **PowerBi**. Una tipografía ha de ser **simple y moderna** para una correcta lectura. En PowerBi son **limitadas**, por lo tanto, las mejores opciones son las **siguientes**:

### Tipos PowerBi.

Segoe UI | Arial | Corbel | Tahoma | Trebuchet MS | Verdana

Es una buena práctica utilizar una **jerarquía de textos**, es decir, unificar el tamaño y color para cada **tipo de contenido textual**: títulos, subtítulos, cuerpo y números. Es importante jugar también con los **grosores** regular, semibold y bold.

### Ejemplo de jerarquía tipográfica.

#### Títulos - 18 Bold

Subtítulos - 14 Regular

Cuerpo y números - 12 Regular

Nombres Icono - 12 Bold

#### Números Grandes - 20 Bold

Subtítulos Bold - 14 Bold

Cuerpo y números Bold - 12 Bold

## 10. Optimizar la experiencia de usuario.

Hacer que el cliente pueda **utilizar** el dashboard de la forma más **eficiente** genera una **buena experiencia** de usuario. Trabajar para **optimizar** esa experiencia es la mejor práctica. Para ello es necesario utilizar un método de **prueba y error**, indagando en la **usabilidad** del dashboard, testando y revisando el diseño al **detalle**. Luego, pedir **feedback** es una parte muy importante tras este proceso y mejorar aún más el diseño enfocado al **público**.

de presentar al **cliente** si está al alcance. Una vez el cuadro de mando esté aparentemente **completo**, la mejor práctica es pedir **feedback** al cliente y establecer **reuniones** de revisión o hilos de **mail**. Es importante recibir feedback para la mejora total de la **experiencia de usuario**.

Muchas veces hasta que el cliente no **prueba y utiliza** algo tangible, no tiene claro nada, por lo tanto cabe la **posibilidad** de enfrentarse a numerosos **cambios** y **revisiones** en el diseño y la redistribución de los contenidos.

Llegados a este punto, ya ha tenido que ser construida una **primera instancia** o **prototipo** del dashboard y éste tiene que ser lo más **usable** posible. No se trata del dashboard final, ya que para obtenerlo, ha de ser una **versión refinada**. La mejor práctica es **probar, preguntar**, obtener **feedback** y corregir los **errores** que se puedan encontrar en el camino. Así se puede conseguir una **versión final** con los **errores mínimos** para que el usuario pueda tener el dashboard listo para la acción.

El **primer paso** es **probar** uno mismo **funcionalidades**, navegación, filtrado, gráficos, etc. Después **revisar visualmente** el cuadro de mando y **repasar** detalladamente los **puntos anteriores** para ver si están aplicadas las **reglas**. En el caso de que se den **situaciones** en las que algo no funciona, parezca mejorable, se encuentren acciones que requieran de un **tiempo** de ejecución frustrante o elementos que no cumplan las **buenas prácticas**, es conveniente adaptarlo **antes** de



# GUÍA DE ESTILO POWERBI DASHBOARDS