





Programa de especialización

DATA DRIVEN DECISIONS 2026

Nivel Intermedio

SESIÓN 11

TRANSFORMAR AHORA,
trascender siempre

Resolución de dudas de cómo hacer visualizaciones en Power BI

Sesión 11

Dashboards efectivos: jerarquía, claridad y foco

Logro de aprendizaje

Al finalizar la sesión, lograrás:

- Organizar un dashboard según la audiencia, la pregunta y la decisión que debe apoyar.
- Aplicar principios de jerarquía visual, agrupación, legibilidad, foco y consistencia.
- Diseñar filtros e interacciones que ayuden al análisis sin aumentar innecesariamente la carga cognitiva.
- Reconocer patrones de diseño que vuelven un dashboard confuso o poco útil.
- Utilizar Gemini para revisar críticamente un dashboard y priorizar mejoras concretas.
- Rediseñar una página del PBIX construido en las sesiones anteriores.

Contenido:

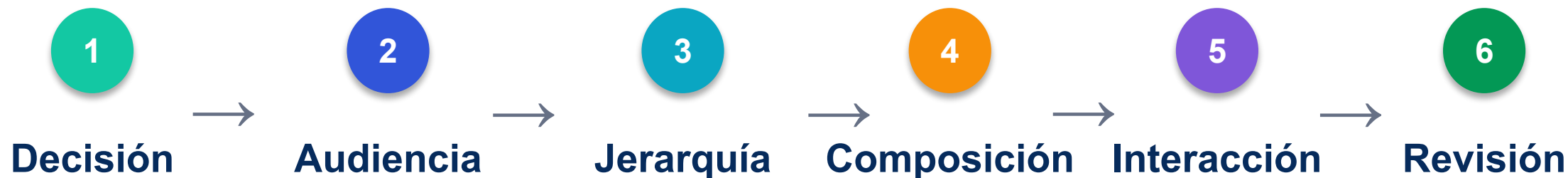
- | 1. Audiencia
- | 2. Arquitectura de una página
- | 3. Jerarquía visual
- | 4. Color, legibilidad y consistencia
- | 5. Filtros e interacción
- | 6. Pruebas rápidas de calidad
- | 7. Antes de compartir, pruebas
- | 8. Uso de Gemini

¿Dónde estamos dentro del proceso?

Hasta ahora hemos aprendido a preparar y estructurar datos. La siguiente pregunta es qué debe ocurrir para que ese trabajo pueda ser utilizado por otras personas.



El flujo de hoy



Un dashboard no es una página llena de gráficos. Es una interfaz para responder preguntas y orientar decisiones.

¿Cuál de estos dos dashboards usarías?



A. Más información visible



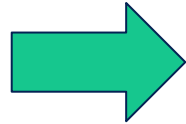
B. Más jerarquía y foco

Tener más gráficos no significa informar mejor

Cuando todo compite por atención, el usuario debe descubrir por sí mismo qué es importante.

Más visuales

≠ más claridad



Mejor dashboard

prioriza, organiza y guía la lectura

Qué hace útil a un dashboard

Antes de diseñar la página, define para quién y para qué existe

¿Qué es un dashboard?

Una vista organizada de información relevante que permite monitorear, comparar y explorar una situación para apoyar una decisión o seguimiento.

Su valor no depende de cuántos gráficos contiene, sino de la calidad de las preguntas que permite responder.

Dashboard ≠ reporte

Dashboard	Reporte
Sintetiza lo prioritario	Puede contener mayor detalle
Facilita monitoreo y exploración	Documenta y presenta información
Busca apoyar decisiones frecuentes	Puede responder necesidades puntuales
Usa jerarquía e interacción	Puede ser más lineal o tabular
Debe entenderse rápidamente	Puede requerir lectura más detenida

Un dashboard debe tener una pregunta central

Ejemplo institucional

¿Cómo está evolucionando la matrícula y dónde aparecen diferencias que requieren atención?

Esa pregunta determina qué KPIs, comparaciones, tendencias y filtros tienen sentido.

2.Audiencia

Primero identifica la audiencia

1

Dirección

Necesita síntesis y señales prioritarias

2

Jefatura

Necesita seguimiento y comparación

3

Analista

Necesita explorar detalle y segmentar

El mismo dataset puede necesitar dashboards distintos para públicos distintos.

Después define la decisión

¿Qué debe vigilar?

Monitorear

¿Qué debe comparar?

Comparar

¿Dónde debe profundizar?

Explorar

¿Qué debería llamar su atención?

Priorizar

Diseñar sin estas respuestas suelen producir páginas “bonitas” pero poco accionables.

3.Arquitectura de una página

La arquitectura de una página

Una estructura sencilla para empezar

1

Contexto

Título, periodo y filtros principales

2

Resumen

KPIs que muestran el estado actual

3

Análisis

Tendencia, comparación y distribución

4

Detalle

Tabla o desglose para profundizar

El dashboard debe tener una jerarquía

No todos los elementos deben verse igual de importantes.

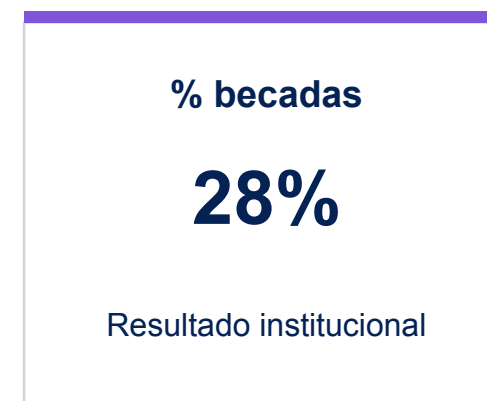
1. Lo que necesito saber primero

2. Lo que explica el resultado

3. El detalle para investigar

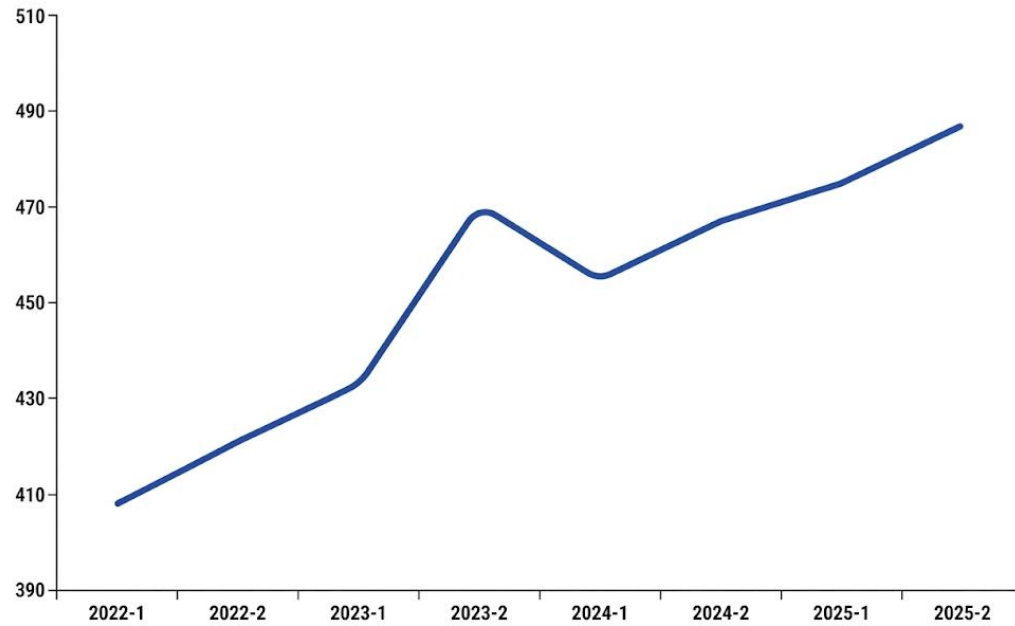
4. Jerarquía visual

El primer vistazo debería responder: ¿cómo estamos?

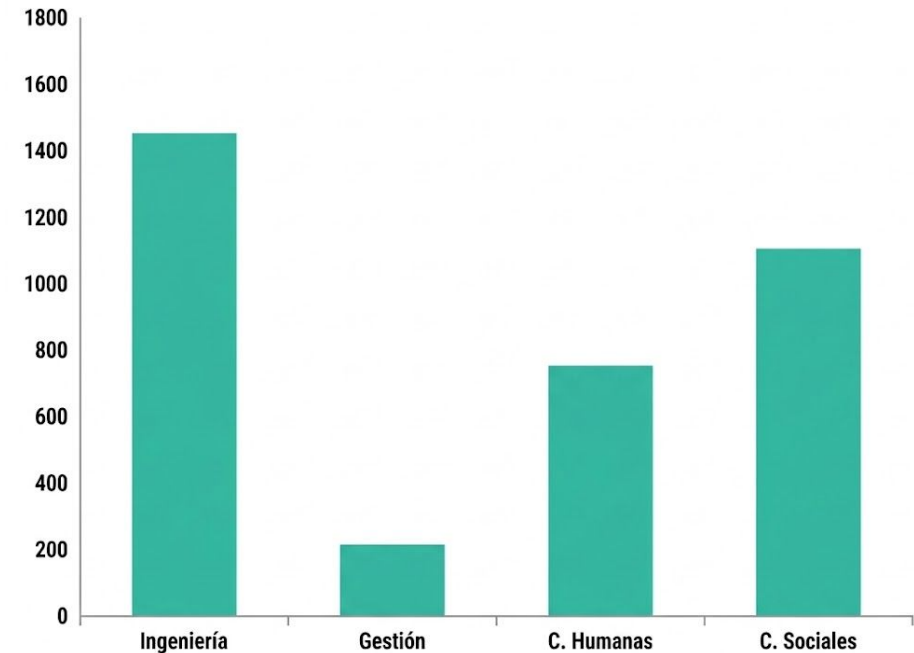


Los KPIs superiores deben ser pocos, relevantes y comparables con el contexto que importa.

Después: ¿qué está explicando el resultado?



Tendencia



Comparación

Al final: detalle para investigar

Programa	Matrículas	Promedio	% becas
Ingeniería Informática	579	14,54	18%
Ingeniería Industrial	500	14,33	17%
Psicología	484	15,26	49%
Administración	481	13,94	26%
Ingeniería Civil	472	13,33	17%
Marketing	352	14,57	24%

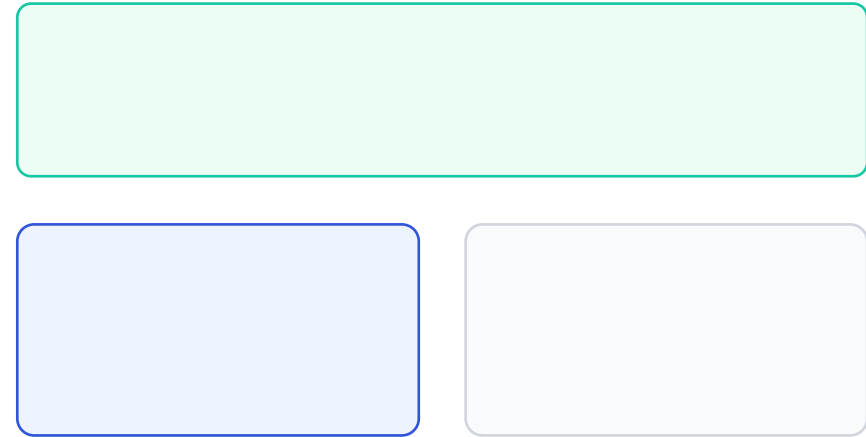
El detalle aparece cuando ya sabemos qué queremos investigar.

Jerarquía también significa tamaño

Todos iguales



Prioridad visible



El tamaño comunica importancia incluso antes de leer el contenido.

Agrupar lo que pertenece a la misma pregunta

Ejemplo: matrícula

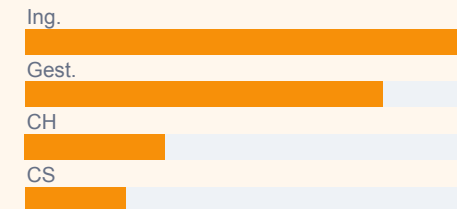
Estado actual

640 estudiantes
3.616 matrículas

Evolución



Dónde ocurre



Alineación: una mejora pequeña con gran impacto

Los bordes invisibles ayudan al ojo a recorrer la página.

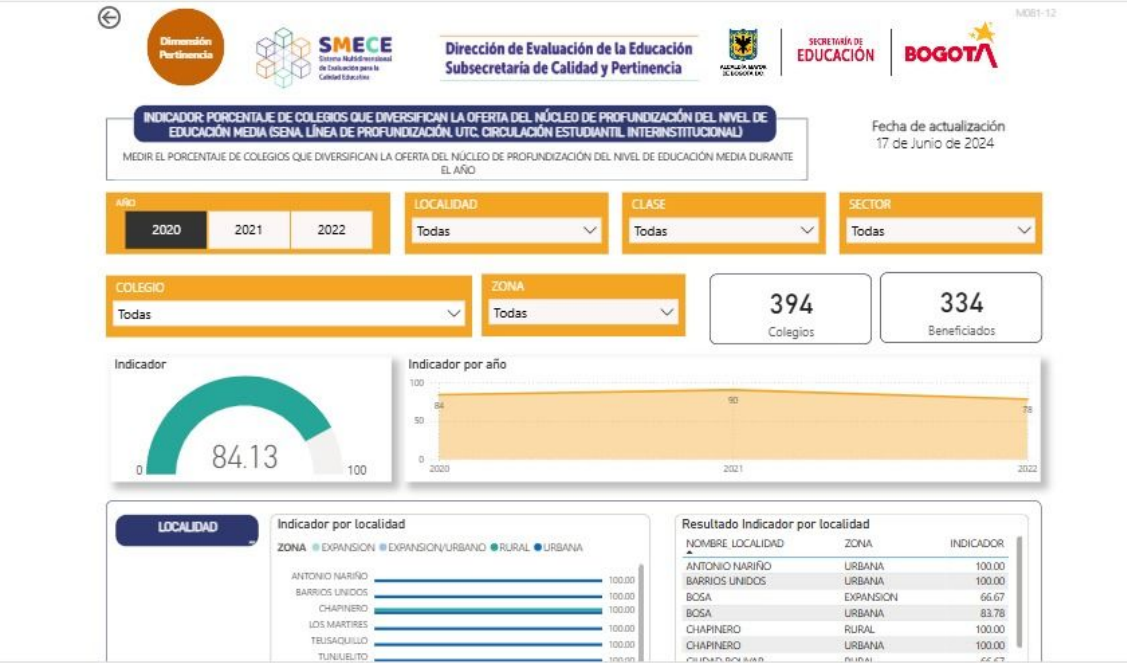
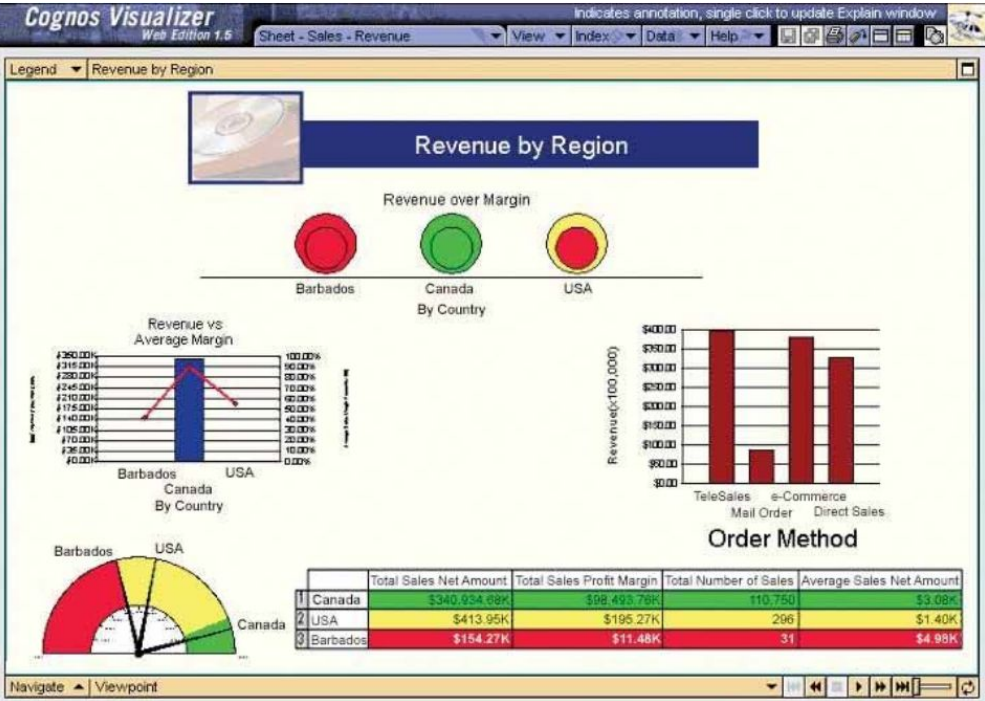
Sin alineación



Con grilla



Ejemplo



Espacio en blanco no es espacio perdido

Separar visualmente los bloques reduce esfuerzo y ayuda a reconocer grupos.

Todo pegado



Respira



Densidad: ¿cuánto cabe realmente en una pantalla?

No existe un número mágico de visuales, pero sí una pregunta útil:

¿Puede una persona identificar lo importante sin recorrer toda la página?

Baja densidad

Poca información, alta prioridad

Media

Suficiente para comparar y explorar

Alta

Requiere navegar, buscar y recordar

Los títulos también construyen jerarquía

Débil	Más útil
Matrículas	Matrículas por periodo
Gráfico 1	Evolución de matrículas 2022–2025
Becas	% de matrículas becadas por facultad
Promedio	Promedio académico por programa

El título debe decir qué estamos mirando, no el tipo de gráfico.

Evita títulos que ya interpretan demasiado

Título riesgoso

“Psicología tiene un desempeño excelente”

Título descriptivo

“Promedio académico por programa”

La interpretación debe estar sustentada y no adelantarse a la evidencia.

5.Color, legibilidad y consistencia

El color necesita una función



Identificar

Categorías o series



Destacar

Una señal relevante



Alertar

Excepción o problema



Neutralizar

Contexto secundario

Usar muchos colores sin significado obliga al usuario a interpretarlos una y otra vez.

Mantén el mismo significado del color

Ejemplo de regla visual



Turquesa

resultado principal



Azul

comparación o contexto



Naranja

atención



Rojo

alerta o desviación

Si el rojo significa “alerta”, no lo uses en otra página solo porque combina con el diseño.

Consistencia: el usuario no debería reemprender cada página

Mantén consistente	Ejemplo
Ubicación de filtros	Siempre en la parte superior o lateral
Formato de KPIs	Mismo tamaño, tipografía y número de decimales
Color semántico	Mismo significado en todas las páginas
Orden de lectura	Resumen → análisis → detalle
Navegación	Botones en posiciones previsibles

Ejemplo

- 1 Textos y etiquetas suficientemente grandes para el tamaño real de pantalla.
- 2 Contraste claro entre fondo y contenido.
- 3 Números con formatos consistentes: separadores, decimales y porcentajes.
- 4 Nombres de categorías legibles y sin abreviaturas innecesarias.
- 5 Evitar sombras, efectos, degradados y elementos decorativos que no aportan información.

6.Filtros e interacción

Un filtro debe existir por una razón

Antes de agregar un slicer, pregunta:

- 1 ¿El usuario realmente necesita segmentar por esta variable?
- 2 ¿La selección cambia la interpretación de los indicadores?
- 3 ¿La variable se usa con frecuencia?
- 4 ¿Podemos mover el detalle a otra página?

Demasiados filtros también son carga cognitiva

8 slicers visibles

Periodo

Facultad

Programa

Modalidad

Beca

Ciudad

Sexo

Estado

3 filtros prioritarios

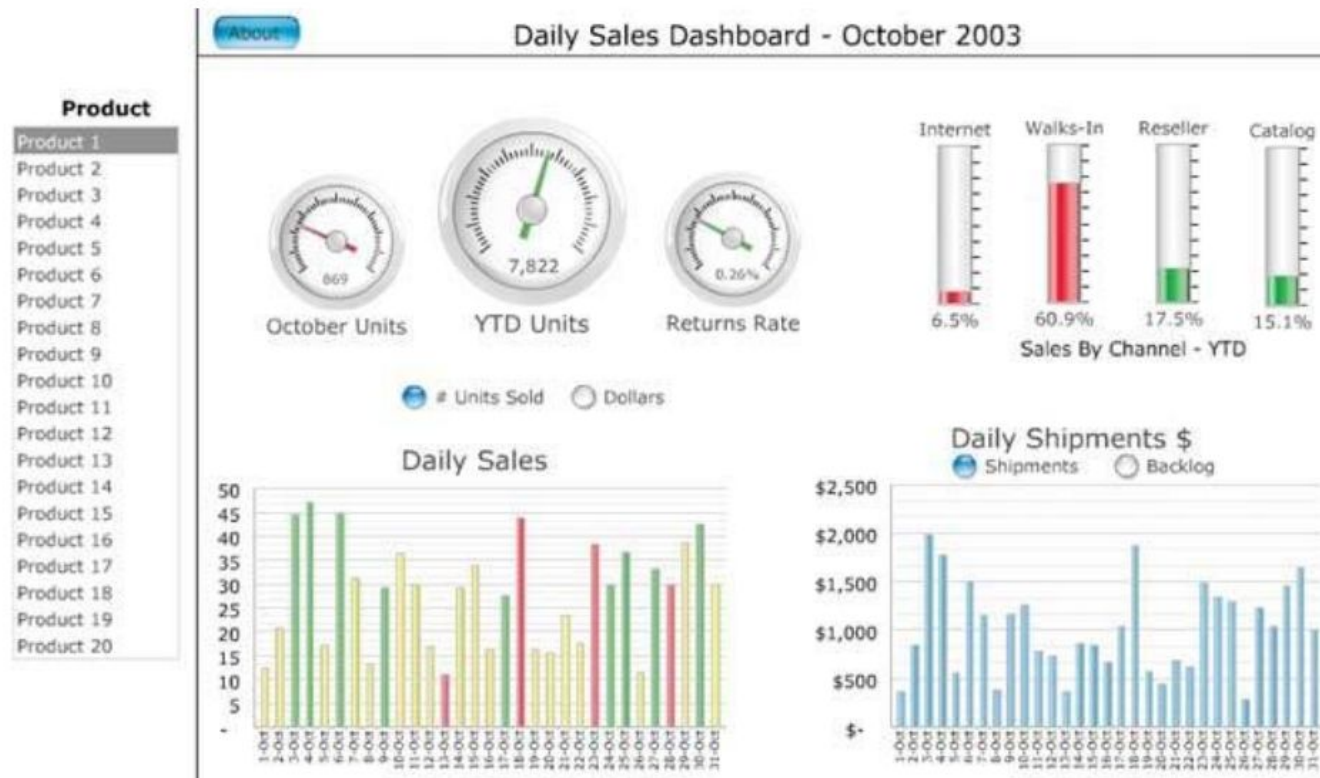
Periodo

Facultad

Modalidad

Los demás pueden aparecer como drill-down, detalle o filtro de página.

Ejemplo de un dashboard con oportunidades de mejoras



El contexto de filtros debe ser visible

Un usuario debería poder responder rápidamente:

“¿Qué estoy viendo ahora mismo?”

Filtros activos:

2025-2

Ingeniería

Presencial

Interacciones inesperadas generan desconfianza

Ejemplo: al seleccionar una barra, ¿qué debería ocurrir con los demás visuales?

Filtrar

Mostrar solo la selección

Resaltar

Mantener contexto y enfatizar parte

No interactuar

Conservar visual independiente

Configura las interacciones según la lógica analítica, no según el comportamiento por defecto.

Incluye una forma clara de volver al estado inicial

Después de explorar, el usuario necesita recuperar el contexto original.

Restablecer filtros

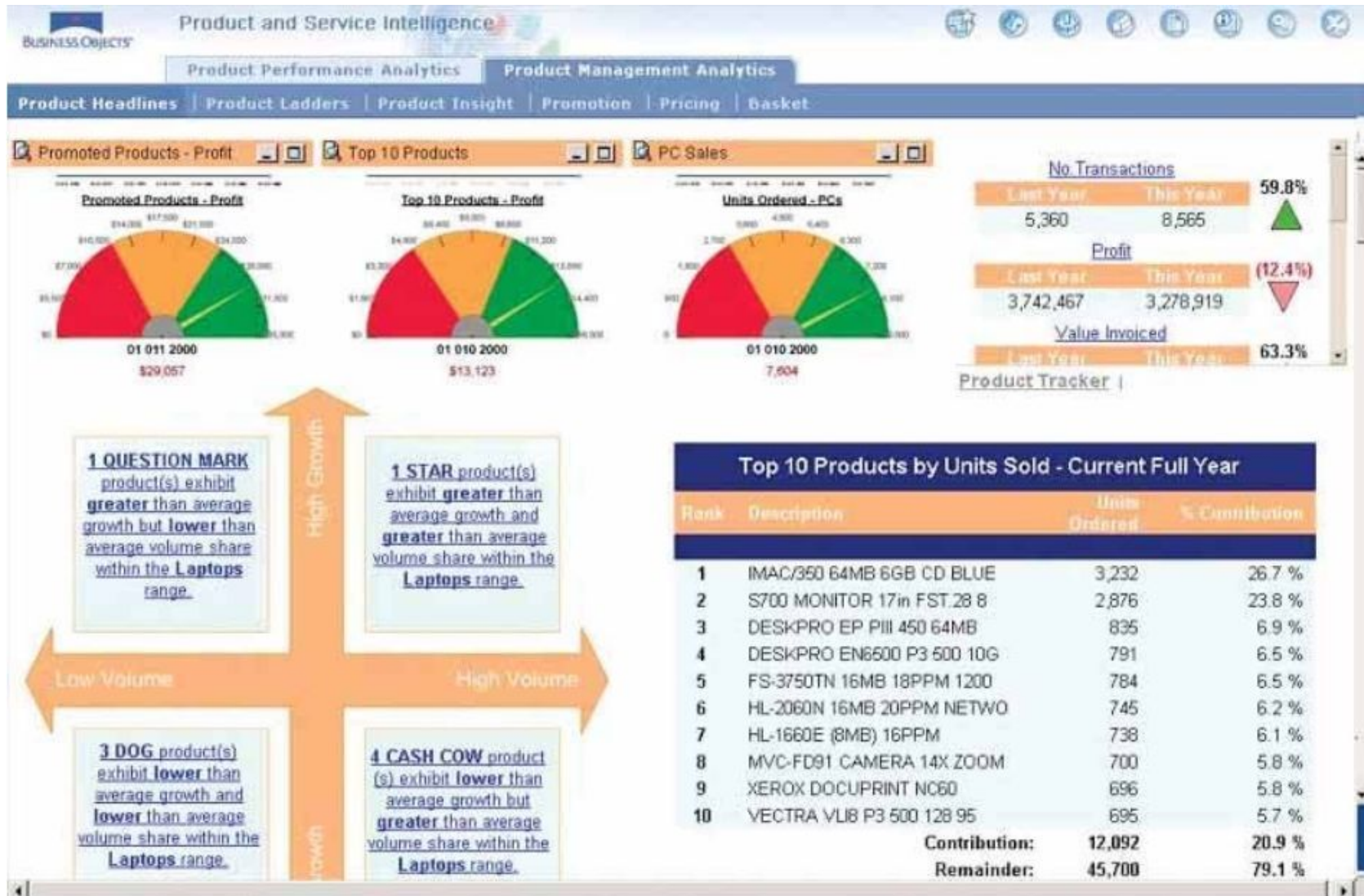
Estado inicial conocido

La exploración es más segura cuando el usuario puede “deshacer” fácilmente.

Navegación: una página no tiene que contener todo



Separar páginas por preguntas puede mejorar más el dashboard que reducir el tamaño de los gráficos.



7.Pruebas rápidas de calidad

La prueba de 5 segundos

Mira la página durante 5 segundos y responde:

1 ¿Cuál es el tema de la página?

2 ¿Qué indicador parece más importante?

3 ¿Dónde ocurrió el cambio principal?

Si no puedes responder, la jerarquía probablemente no está clara.

La prueba de 30 segundos

En medio minuto deberías poder explicar:

- 1 Qué está pasando
- 2 Dónde está ocurriendo
- 3 Cómo se compara con el contexto
- 4 Qué conviene investigar después

La prueba de decisión

Después de revisar la página, ¿qué decisión, conversación o siguiente pregunta debería poder activar?

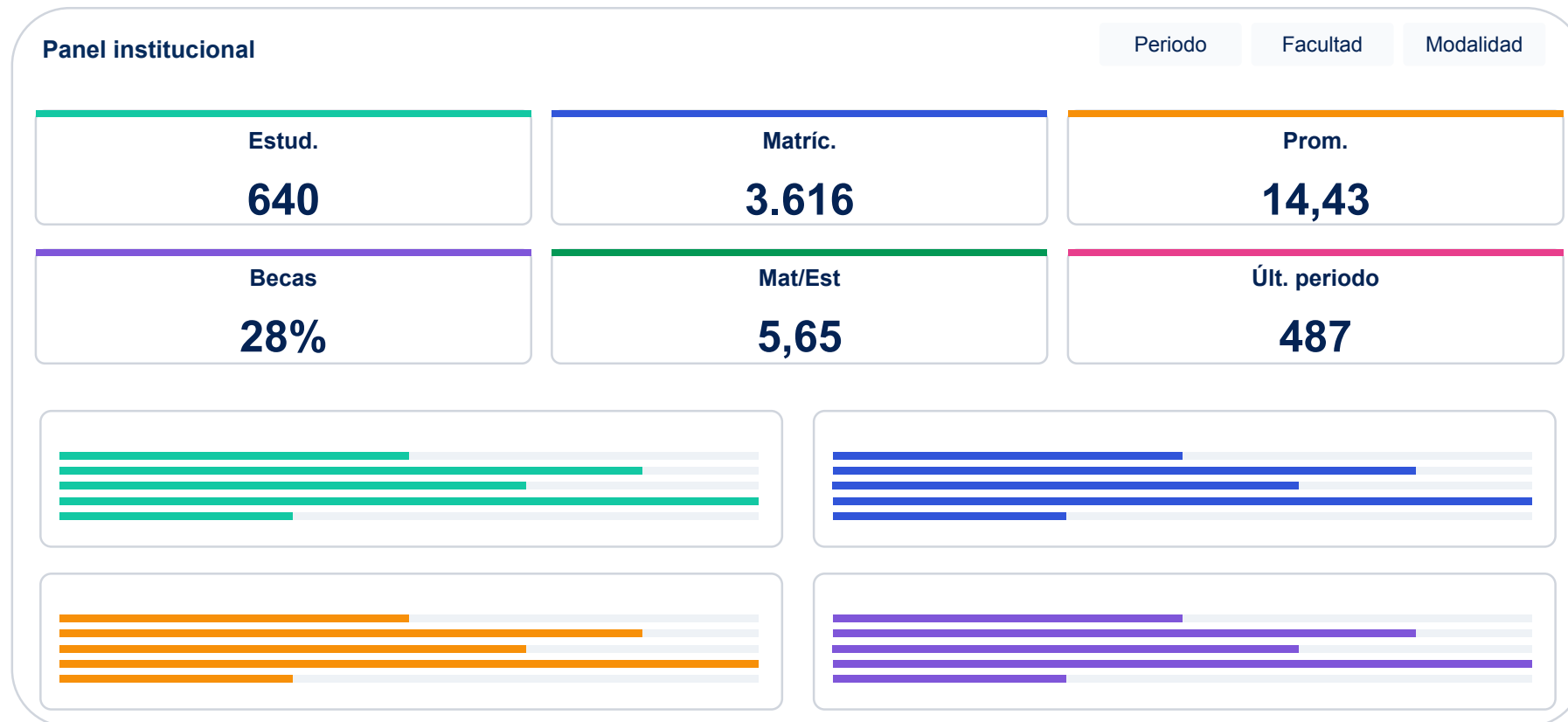
Si la respuesta es “ninguna”, quizá estamos construyendo un reporte informativo, no un dashboard orientado a decisión.

8. Antes de compartir, pruebas

Patrones que vuelven confuso un dashboard

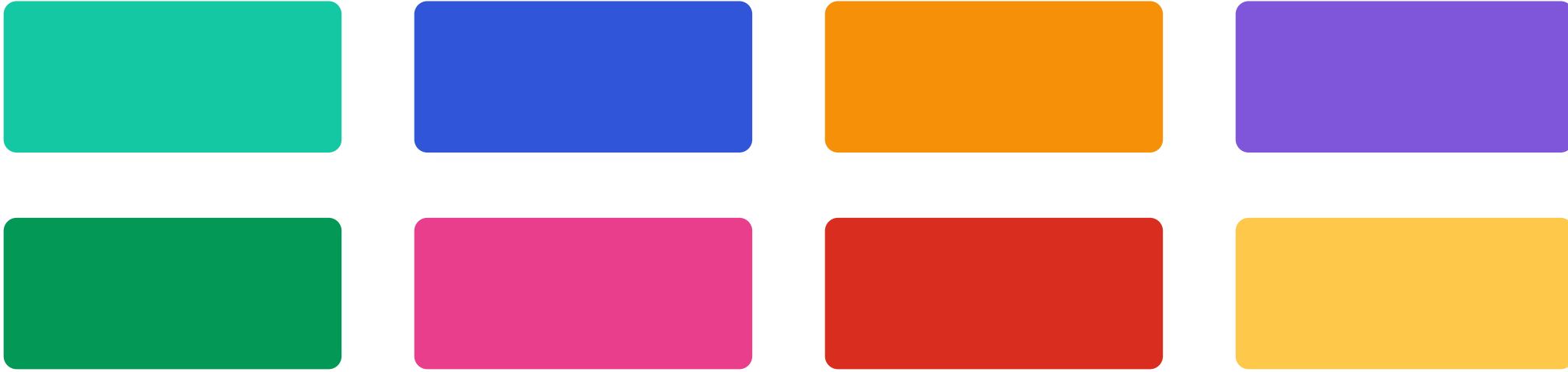
- Reconocerlos permite corregirlos antes de invertir más tiempo en diseño

Anti-patrón 1: todo tiene el mismo peso



Problema: el usuario no sabe qué mirar primero.

Anti-patrón 2: demasiados colores



Si todos los colores llaman la atención, ninguno orienta.

Anti-patrón 3: filtros por todas partes

Periodo	Facultad	Programa	Modalidad
Beca	Ciudad	Sexo	Estado
Edad	Ingreso	Créditos	Promedio

Más opciones también pueden significar más incertidumbre sobre qué seleccionar.

Anti-patrón 4: cada página parece un sistema diferente

Página 1

Filtros arriba
KPIs turquesa
Gráficos azules

Página 2

Filtros abajo
KPIs morados
Gráficos verdes

Página 3

Sin filtros
KPIs naranjas
Gráficos rojos

La consistencia reduce el esfuerzo de aprender a usar el dashboard.

Anti-patrón 5: no se sabe qué está seleccionado

El usuario filtra, cruza visuales y luego olvida qué contexto está viendo.

“¿Por qué ahora el total cambió a 98?”

Filtro activo invisible: Ingeniería Informática, 2025-2

De confuso a útil: seis pasos

1

Define la pregunta

2

Reduce lo secundario

3

Jerarquiza KPIs

4

Agrupar análisis

5

Simplifica filtros

6

Valida la lectura

8.Uso de Gemini

Gemini como revisor de dashboards

- La IA puede ayudarnos a detectar problemas de diseño, pero necesita contexto y criterios claros

Gemini puede revisar el dashboard desde una pregunta concreta

Prompt base

Estoy revisando un dashboard institucional. Su audiencia principal es una jefatura académica y la pregunta central es: “¿Cómo está evolucionando la matrícula y dónde aparecen diferencias que requieren atención?”. Analiza la página con criterios de jerarquía visual, claridad, agrupación, legibilidad, consistencia, uso de color y filtros. No propongamos cambios todavía: primero identifica los cinco problemas que más pueden dificultar la interpretación.

No le pidas simplemente “mejora mi dashboard”

Prompt débil

“Dime cómo mejorar este dashboard.”

Prompt útil

Audiencia + pregunta + criterios + restricciones + resultado esperado

Una secuencia de revisión más útil

- 1 Diagnóstico** Identifica problemas sin rediseñar
- 2 Priorización** Ordena por impacto en comprensión
- 3 Alternativas** Propón cambios concretos
- 4 Contraste** Explica qué mejora y qué trade-off genera
- 5 Validación** Revisa la versión final con los mismos criterios

Actividad práctica

Utilizando los prompts guía revisa un dashboard

Resumen de la sesión

Lo esencial de la sesión

- 1 El dashboard empieza por una audiencia y una decisión, no por un layout.
- 2 Jerarquía, agrupación, espacio y consistencia reducen esfuerzo de lectura.
- 3 Los filtros e interacciones deben orientar la exploración.
- 4 Una página no necesita contener todo: puede distribuir preguntas entre varias vistas.
- 5 Gemini puede acelerar la revisión, pero el criterio de negocio sigue siendo humano.

Libros recomendados

- 1 Few, S. (2006). *Information dashboard design: The effective visual communication of data*. O'Reilly Media.
- 2 Wexler, S., Shaffer, J., & Cotgreave, A. (2017). *The big book of dashboards: Visualizing your data using real-world business scenarios*. John Wiley & Sons.

Evaluación de la Sesión



<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefDWVWtRfqMuFD1mJMU3xsePBLH3zG-sga1nLQpqBigGBwyA/viewform?usp=dialog>

Fin Sesión 11



La *transformación digital*
es parte de nuestro

Plan
Estratégico
Institucional

23
27



Conoce más ↗