

EDUARDO
V. ABAD

Data
Analytics



ANÁLISIS DE DATOS: GUÍA PARA PLANIFICAR UNA VISUALIZACIÓN DE DATOS



Eduardo V. Abad



[@eduardovabad](https://www.instagram.com/eduardovabad)



PLANIFICAR UNA VISUALIZACIÓN DE DATOS

Como analista de datos, te interesará crear visualizaciones que hagan que **tus datos** sean **fáciles de entender** e **interesantes para observar**.

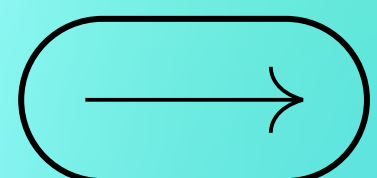
Debido a la importancia de la visualización de datos, la mayoría de las herramientas de análisis de datos (como hojas de cálculo y bases de datos) tienen un componente de visualización integrado, mientras que otras (como Tableau) se especializan en la visualización como su principal valor agregado.



PLANIFICAR UNA VISUALIZACIÓN DE DATOS

Como analista de datos, te interesará crear visualizaciones que hagan que **tus datos** sean **fáciles de entender** e **interesantes para observar**.

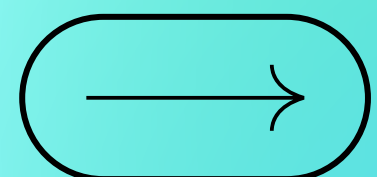
Debido a la importancia de la visualización de datos, la mayoría de las herramientas de análisis de datos (como hojas de cálculo y bases de datos) tienen un componente de visualización integrado, mientras que otras (como Tableau) se especializan en la visualización como su principal valor agregado.



PASOS PARA PLANIFICAR UNA VISUALIZACIÓN DE DATOS

Veamos un ejemplo de una situación de la vida real en la que un analista de datos podría necesitar crear una visualización de datos para compartir con los interesados. Imagina que eres un analista de datos que trabaja para un distribuidor de ropa.

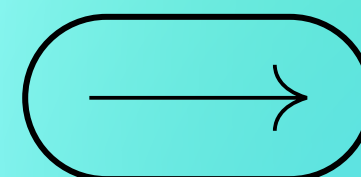
La compañía ayuda a las pequeñas tiendas de ropa a administrar su inventario, y las ventas están en auge. Un día, te enteras de que tu compañía se está preparando para hacer una actualización importante en su sitio web. Para guiar las decisiones relativas a la actualización del sitio web, se te pide que analices los datos del sitio web existente y de los registros de ventas. [Revisemos los pasos que deberías seguir.](#)



PASO 1: EXPLORA LOS DATOS EN BUSCA DE PATRONES

Primero, solicitas al propietario de los datos acceso a los registros de ventas actuales y a los informes de análisis del sitio web. Esto incluye información sobre cómo se comportan los clientes en el sitio web; es decir, información básica sobre quiénes lo visitaron, quiénes compraron en la compañía y cuánto compraron.

Mientras revisas los datos, **observas un patrón** entre las personas que visitan el sitio web de la empresa con mayor frecuencia: la geografía y mayores cantidades de dinero invertido en compras. Si se realiza un análisis más detallado, esta información podría explicar por qué las ventas son tan fuertes en este momento en el noreste y ayudar a tu compañía a **encontrar estrategias** de continuar mejorándolas.

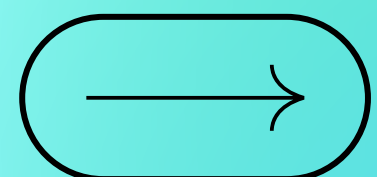


PASO 2: PLANIFICA TUS IMÁGENES

Llegó el momento de refinar los datos y presentar los resultados de tu análisis, tienes muchos datos distribuidos en varias tablas, y no es la mejor manera de compartir tus resultados con la administración y el equipo de Marketing.

Te interesará crear una visualización de datos que **explique los resultados** a tu público objetivo de una forma **rápida y efectiva**. Como sabes que tu público está orientado a las ventas, eres consciente de que la visualización de datos que uses debería tener estas características:

- Mostrar números de ventas a lo largo del tiempo
- Conectar las ventas con la ubicación
- Mostrar la relación de ventas y uso del sitio web
- Mostrar qué clientes impulsan el crecimiento

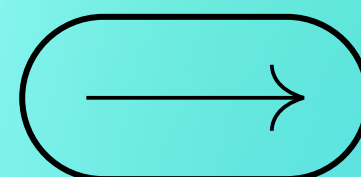


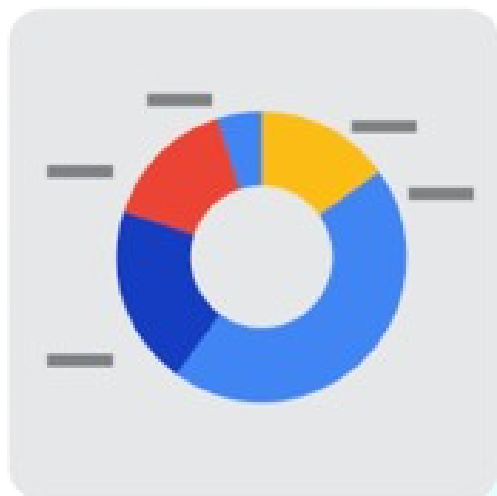
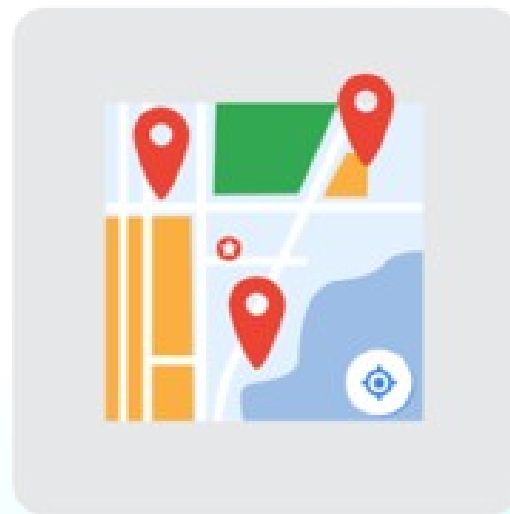
PASO 3: CREA TUS IMÁGENES

Como ya decidiste qué tipo de información y perspectivas deseas mostrar, es hora de empezar a crear las visualizaciones reales.

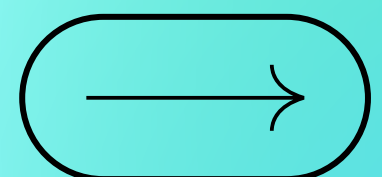
Ten en cuenta que **crear la visualización correcta** para una presentación o para compartir con los interesados es un proceso. Este proceso consiste en probar diferentes formatos de visualización y hacer ajustes hasta conseguir lo que estás buscando.

En este caso, una combinación de diferentes imágenes **comunicará mejor tus resultados** y convertirá tu análisis en una historia más atractiva para los interesados. Por lo tanto, puedes usar las capacidades de diagrama que están incorporadas en tus hojas de cálculo para organizar los datos y crear imágenes.





- 1) Los gráficos de **líneas** pueden rastrear las ventas a lo largo del tiempo
- 2) Los **mapas** pueden conectar las ventas con las ubicaciones
- 3) Los gráficos de **circular** pueden mostrar segmentos de clientes
- 4) Los gráficos de **barras** pueden comparar el total de visitantes que realizan una compra.





**SÍGUEME
PARA OBTENER
MÁS INFORMACIÓN
Y TIPS.**



Eduardo V. Abad



[@eduardovabad](#)