

Introducción al análisis visual

Bienvenido a Introducción al análisis visual.

El análisis visual es el proceso que permite obtener conocimientos e información a partir de los datos mediante interfaces interactivas y visuales. En este video se incluyen los aspectos básicos del trabajo con marcas y la creación de vistas.

Puede descargar el libro de trabajo de ejercicios para seguir la presentación en su propia copia de Tableau.

Trabajo con marcas

Existen dos formas de comenzar a analizar los datos en Tableau. Podemos explorar de inmediato o podemos hacer preguntas sobre los datos e intentar responderlas.

Empecemos con algunas preguntas sobre el conjunto de datos Supertienda. ¿Cómo son nuestras ventas a lo largo del tiempo?

- Si simplemente hacemos doble clic en Ventas y en Fecha de pedido, Tableau usa las prácticas visuales recomendadas para crear una escala de tiempo.
- Vemos cómo han ido aumentando nuestras ventas con el paso del tiempo.

Cambio del tipo de marca

Observe, aquí, que el tipo de marca es Automático.

Esto demuestra que pensar en una pregunta práctica puede ser un buen punto de partida para el análisis. Además, refleja cómo Tableau intenta aprovechar automáticamente las prácticas recomendadas con los campos que nos interesan.

Podríamos cambiar el tipo de marca si tuviéramos una razón para hacerlo.

- Hay una larga lista de tipos de marcas con los que podemos trabajar. Cada uno de ellos tiene características específicas.
- Algo que debemos tener en cuenta es que, si el tipo de marca es automático, puede cambiar a medida que modificamos la vista.

Agregación y número de marcas

Preguntemos algo más. ¿Cuál es la relación entre Costo de envío (doble clic para incluirlo) y Beneficio? (Haga doble clic de nuevo).

Esta vez, obtenemos lo que parece el comienzo de un diagrama de dispersión.

- Sin embargo, Tableau agrega nuestros datos al cálculo general SUMA (Costo de envío) y a SUMA(Beneficio).
- Por lo tanto, tenemos una marca: la suma del beneficio según la suma del costo de envío.
- Si quisiéramos ver más marcas, podríamos:
 - Desagregar los datos yendo al menú Análisis y desmarcando Agregar medidas para visualizar cada fila de información trazada como un punto.
 - Incluir otro campo en la vista para cambiar nuestro desglose de las marcas.

Este es un concepto importante en Tableau.

Creación de una vista

Aquí, las medidas se agregan automáticamente de acuerdo con la granularidad de la vista. Esta se establece según las dimensiones y cómo se les pide que interactúen con las marcas.

- Por ejemplo, si extraemos Producto > Categoría del estante Color, obtenemos una marca coloreada exclusiva por Categoría, que muestra la suma del costo de envío y el beneficio de esa categoría.
- Si arrastramos Mercado hasta Forma, por ejemplo, obtenemos una marca por categoría según el mercado (para 15 marcas).

Las dimensiones definen la cantidad de marcas, las cuales siempre pueden consultarse aquí en la parte inferior izquierda.

Es fácil cambiar de opinión y de color según otros factores. Si quisiéramos que el color representara la Prioridad de pedido, podríamos soltar esa dimensión en el óvalo Categoría junto al icono de color.

- Tenga en cuenta que cuando agregamos la Prioridad de pedido a Color, obtenemos una marca por Prioridad de pedido según el Mercado (20 marcas).
- Existen 4 niveles de prioridad de pedido y solo 3 categorías. Por ese motivo, obtenemos más marcas cuando usamos Prioridad de pedido en lugar de Categoría.

Nuevamente, las dimensiones definen el número de marcas o la granularidad de la vista.

Nivel de detalle

Si deseamos hacer marcas de cierta granularidad, pero sin codificarlas según el color o la forma, podemos soltar el campo en el estante Detalle.

Es importante comprender el impacto visual de la adición de dimensiones a la tarjeta Marcas.

Si entendemos bien esta mecánica, los gráficos que creamos manualmente tendrán una mayor precisión. Y, por otra parte, aprovecharemos mejor las funcionalidades automáticas de Tableau.

Resaltado

Cuando situamos el puntero del mouse sobre la leyenda correspondiente a Prioridad de pedido, el icono se ve sombreado.

- Esto significa que el resaltado está activado para Prioridad de pedido.
- Si hacemos clic en una prioridad, por ejemplo, Crítica, Tableau aclara los otros colores para destacar visualmente los pedidos críticos.

La leyenda Categoría no tiene activado ningún resaltado.

- Si hacemos clic en Mobiliario, no ocurre nada.
- Si hacemos clic en el icono de resaltado, se activa esa funcionalidad. Ahora, al hacer clic en Mobiliario, resaltamos las marcas de la vista.

También podemos resaltar una o más dimensiones que no estén codificadas por color ni forma. Lo único que debemos hacer es activar el resaltado de datos.

- Hagamos clic con el botón secundario en una dimensión de la vista, como Mercado, que está en el estante Detalle.
- Y seleccionemos Mostrar marcador de resaltado.
- Ahora podemos resaltar un Mercado, como Asia-Pacífico, o cualquier otro mercado de la vista.

El resaltado puede ser una manera excelente de llamar la atención hacia marcas específicas.

- En los dashboards, el resaltado puede proporcionar interactividad entre hojas de trabajo con un campo común.
- En las historias, el resaltado se puede guardar para preservar una selección específica al actualizar el punto.

Mostrarme

Otra forma de iniciar el análisis visual es mediante Mostrarme. Presione la tecla Control y haga clic en los diversos campos que desee utilizar. Usaremos los mismos con los que venimos trabajando: Prioridad de pedido, Mercado, Costo de envío y Beneficio. Luego, abra Mostrarme. Aquí, podemos observar las opciones de gráficos de un clic que corresponden a los campos seleccionados. La casilla naranja indica las prácticas visuales recomendadas.

Recuerde, Mostrarme es solo el punto de partida para crear análisis visuales en Tableau. Después de establecer las bases de la visualización, podemos usar la tarjeta Marcas y muchas otras funcionalidades para modificar la vista y adaptarla exactamente a nuestras necesidades.

CONCLUSIÓN

Gracias por ver el video de introducción al análisis visual y el trabajo con marcas. Lo invitamos a continuar con la serie de videos sobre análisis visual y obtener más información.