



BOAS PRÁTICAS PARA CONSTRUIR DASHBOARDS

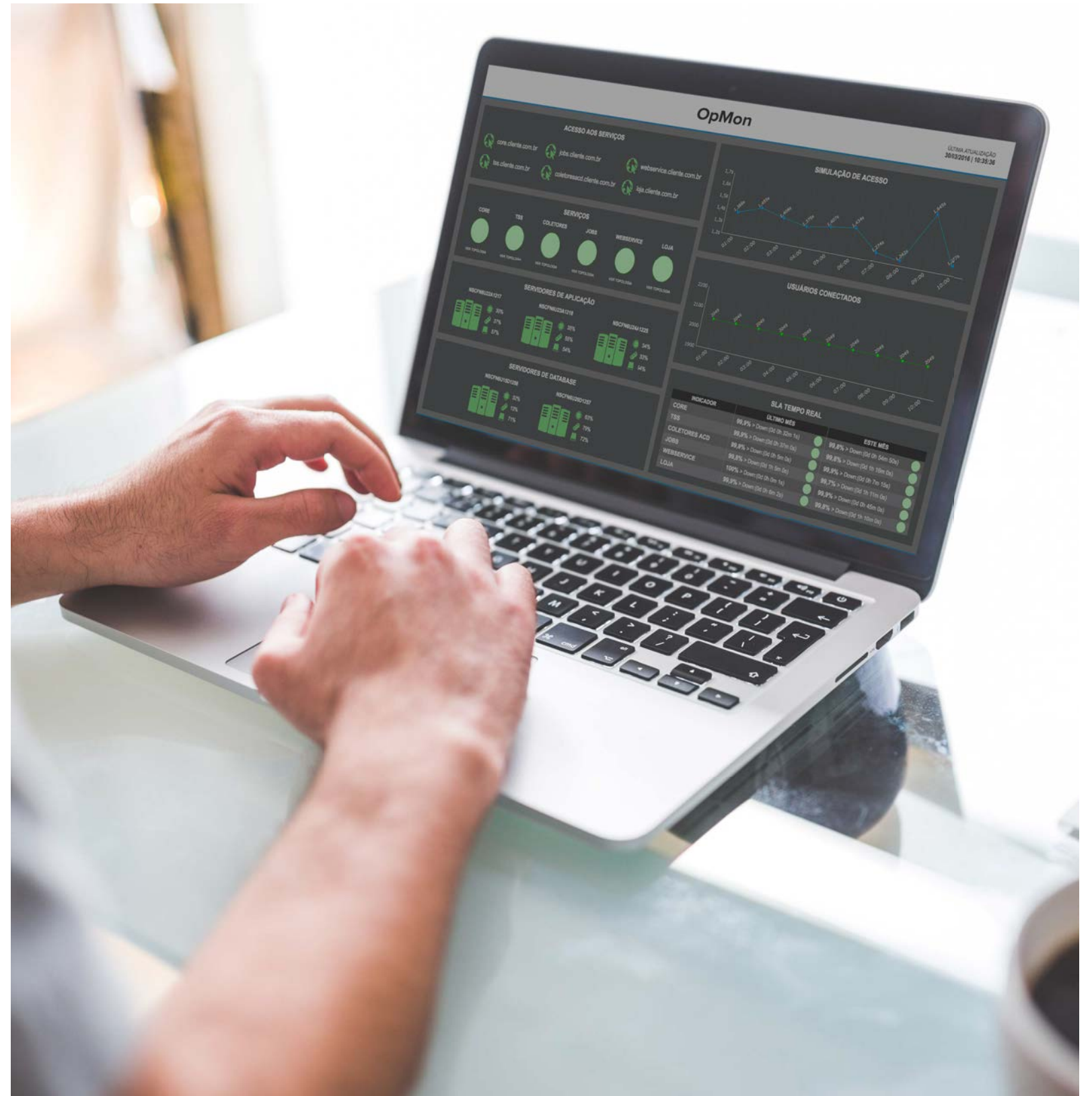
O guia definitivo sobre o assunto!



INTRODUÇÃO

Provavelmente você já ouviu a máxima que diz que “informação é poder”, não é mesmo? No contexto corporativo, esse lema nunca fez tanto sentido quanto nos tempos atuais, na era digital. Entretanto, o excesso de informação, com a gigantesca quantidade de dados que são gerados a cada instante, pode também obscurecer processos de análise empresarial, dificultando a tomada de decisões.

Para evitar que isso ocorra, o uso de dashboards tem sido cada vez mais necessário. Pensando nisso, resolvemos sintetizar as informações mais relevantes sobre essa maravilhosa ferramenta de gestão. Preparado? Então acompanhe!



SUMÁRIO

04 O que é um dashboard?

06 Quais são seus objetivos?

07 O conceito de gestão à vista

09 Os diferentes tipos de dashboards

12 Os principais erros ao construir dashboards

14 Passo a passo para construir um dashboard

O QUE É UM DASHBOARD?

Um dashboard, no contexto de TI, é um painel visual que apresenta, de maneira centralizada, um conjunto informações (indicadores e suas métricas). Essas informações podem ser tanto indicadores da área de TI como de gestão empresarial.

Em ambos os casos, esse recurso auxilia na tomada de decisões. Apresenta a saúde da empresa em uma única tela para o gestor. Dessa maneira, por meio do dashboard, ele terá uma noção global dos processos do seu negócio, podendo visualizar também, de forma dinâmica e objetiva, dados referentes a projetos específicos.

Um dashboard com enfoque em questões técnicas, infraestrutura por exemplo, serve para a análise do desempenho e da disponibilidade de dispositivos, aplicações e das tecnologias aplicadas aos processos da empresa. Já os



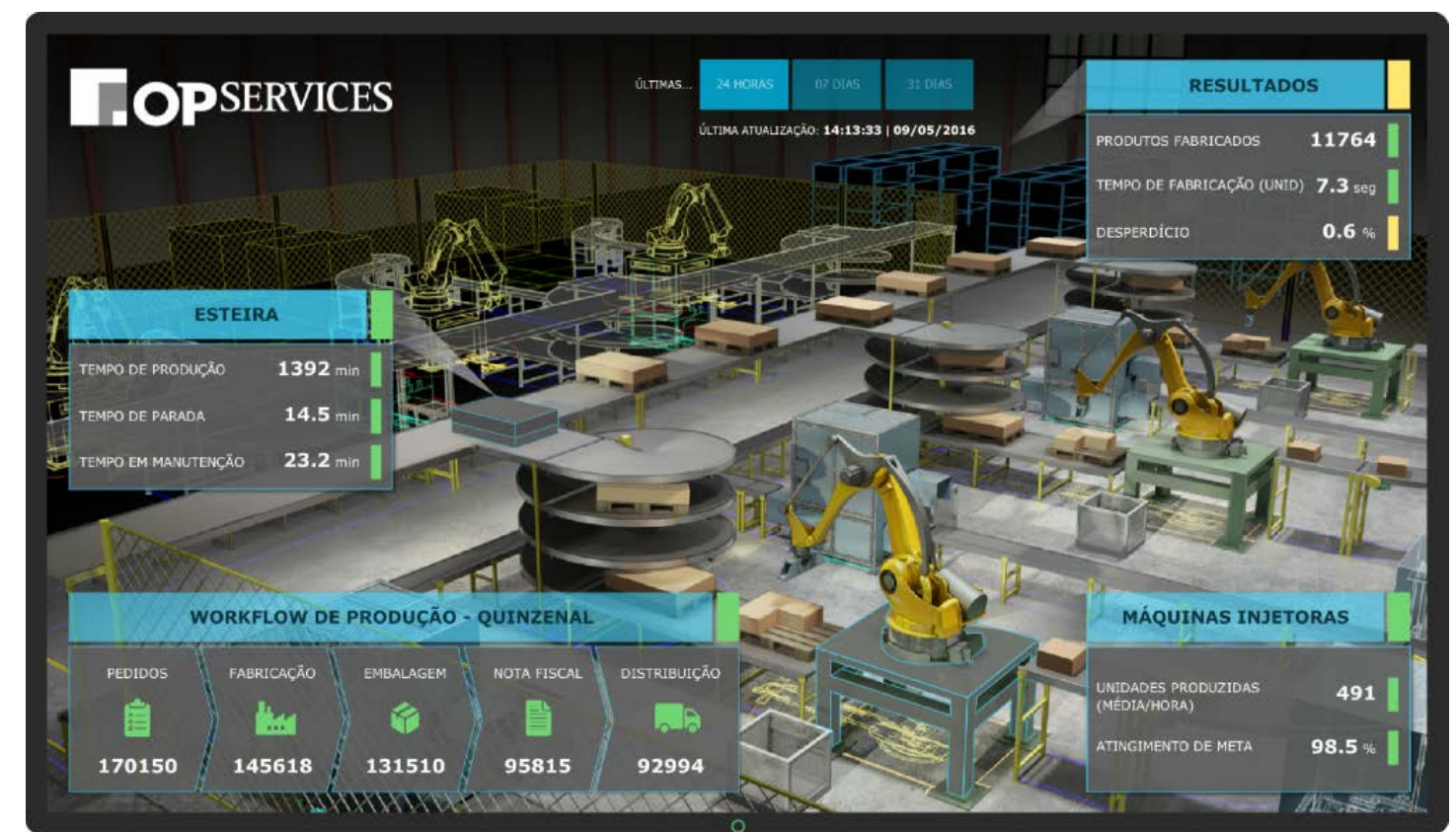
dashboards para a gestão de negócios oferecem um panorama dos indicadores da performance geral da organização nessa área. Por meio desses dados agrupados e disponíveis, é possível planejar e implementar melhorias nos processos, corrigir falhas e pensar novas estratégias.

Usar dashboards é uma forma interessante de dinamizar o trabalho de gestão de um negócio. Imagine ficar livre de planilhas extensas e relatórios dispendiosos, tendo acesso a informações mais claras e concisas sobre aspectos pontuais. Ou seja, dados que verdadeiramente interessam naquele momento, tudo em uma única tela? Tudo isso atualizado em tempo real e de forma automática, sem a necessidade de utilização de profissionais para atualizar tudo manualmente.

Qualquer tipo de informação pode ser configurada para exibição em um dashboard, desde que tenha valor para o negócio ou gestão. Alguns exemplos: taxa de ROI sobre projetos, informações sobre compras em sua loja virtual, desempenho de unidades filiais da empresa, detalhes sobre a disponibilidade de equipamentos, dados sobre atendimento aos clientes (ex: service desk), funcionamento de sistemas críticos, entre diversos outros parâmetros.

E não para por aí: com dashboards também é possível exibir

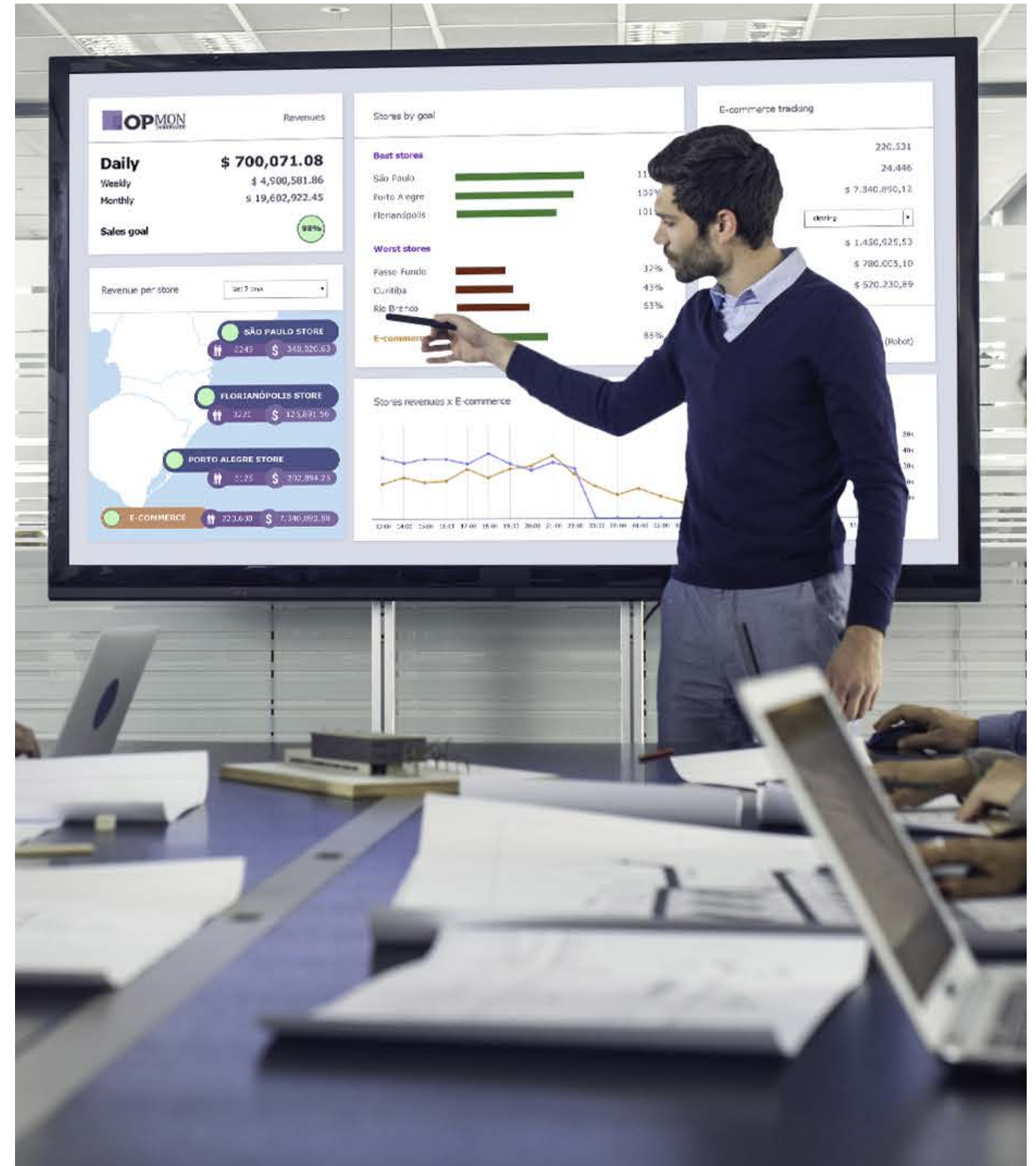
dados sobre processos de produção e vários indicadores de desempenho fabril, como índices de desperdício de matérias-primas, relatório de máquinas ociosas, entre outros. Além disso, o gestor pode optar pela visualização desses dados de forma geral ou com informações segmentadas por categorias. Também pode acompanhar indicadores atualizados em tempo real (*near-real-time*) ou consolidados periodicamente. Veja o exemplo de uma visão de produção de uma fábrica, abaixo:



QUAIS SÃO SEUS OBJETIVOS?

O principal objetivo do dashboard enquanto painel de informações é facilitar o acompanhamento eficiente das operações de uma empresa. Dessa forma, a ferramenta serve ao propósito de promover a transparência corporativa. Há também o propósito de promover o engajamento e a integração de colaboradores dos diversos setores da empresa.

Para isso, é comum que dashboards sejam exibidos em telas grandes de LCD nas repartições operacionais para que, acompanhando os indicadores de desempenho, todos os profissionais se sintam mais integrados aos processos da organização. Esse processo de transparência é denominada gestão à vista.



Outro grande objetivo de um dashboard é possibilitar que cada empresa monte seu painel com seus indicadores de forma customizada. Assim, não se trata de uma interface padrão, mas sim de uma ferramenta personalizada para as especialidades de cada negócio.

O CONCEITO DE GESTÃO À VISTA

A gestão à vista visa integrar as equipes de trabalho de uma empresa direcionando-as a um mesmo objetivo, facilitando assim a comunicação e o engajamento desses times. Esses processos se dão a partir da inserção de informações e indicadores sobre tais processos à vista de gestores e colaboradores, possibilitando que todos visualizem o progresso dos projetos por meio de dados em um único painel.



Dessa forma, diminui-se consideravelmente a incidência de erros, prejuízos e problemas na produção e nos serviços prestados. A gestão à vista permite que tendências negativas possam ser antecipadas (e evitadas) e que processos críticos possam ser melhor administrados. Em síntese, tem-se, nessa perspectiva, o controle unificado de uma ampla gama de parâmetros e aspectos do funcionamento de uma empresa.

A implementação do conceito de gestão à vista parte da escolha dos tipos de indicadores que serão focalizados e dos padrões ou mídias visuais nos quais esses dados serão exibidos. Note que, em se tratando de uma seleção de indicadores, é necessário elencar aqueles mais importantes, pois o excesso de informações pouco ou nada relevantes obstrui a análise rápida e a tomada de decisões pelos gestores.



Há várias maneiras de se implantar a gestão à vista em uma empresa, desde formas mais antigas e rudimentares aos métodos mais modernos e tecnológicos. O Kanban, por exemplo, utiliza apenas cartões para ilustrar os fluxos de trabalho de uma equipe. Esses cartões contêm tarefas que podem ser dispostas em três colunas: a seção de “coisas a fazer”, das “tarefas em andamento” e “itens finalizados”. Existem também versões eletrônicas que emulam esse sistema — um exemplo bastante funcional é o e-Kanban.

Já os dashboards são uma forma mais completa de implementação da gestão à vista. Neles, as informações podem ser atualizadas automaticamente de minuto a minuto e os indicadores podem ser exibidos em formatos gráficos diversos, ao contrário do Kanban. Isso evita trabalho manual de profissionais (economia de recursos) e os dados podem ser buscados diretamente no banco de dados de algum sistema, evitando erros ou fraudes.

OS DIFERENTES TIPOS DE DASHBOARDS

Existem 3 tipos de dashboards: o operacional, o tático e o estratégico. Cada tipo atende a níveis diferentes da organização. Falaremos detalhadamente sobre cada um:

01 | Dashboard Operacional

Os dashboards operacionais geralmente apresentam métricas que precisam ser acompanhadas para o bom desempenho da operação. As métricas que ajudam os analistas a corrigir os erros e falhas nos processos empresariais aparecerão nos indicadores desse tipo de dashboard. Como exemplos poderíamos citar painéis com informações *real-time* sobre produção de uma fábrica, disponibilidade da infraestrutura de TI ou de uma rede

de telecomunicação, monitoramento de atrasos em entregas de uma empresa de logística ou a exibição de dados sobre preços, estoque, status dos anúncios entre outros detalhes operacionais de um processo de e-commerce .

Outro exemplo de dashboard operacional que é muito comum para nossos clientes é a visão de uma equipe de service desk.



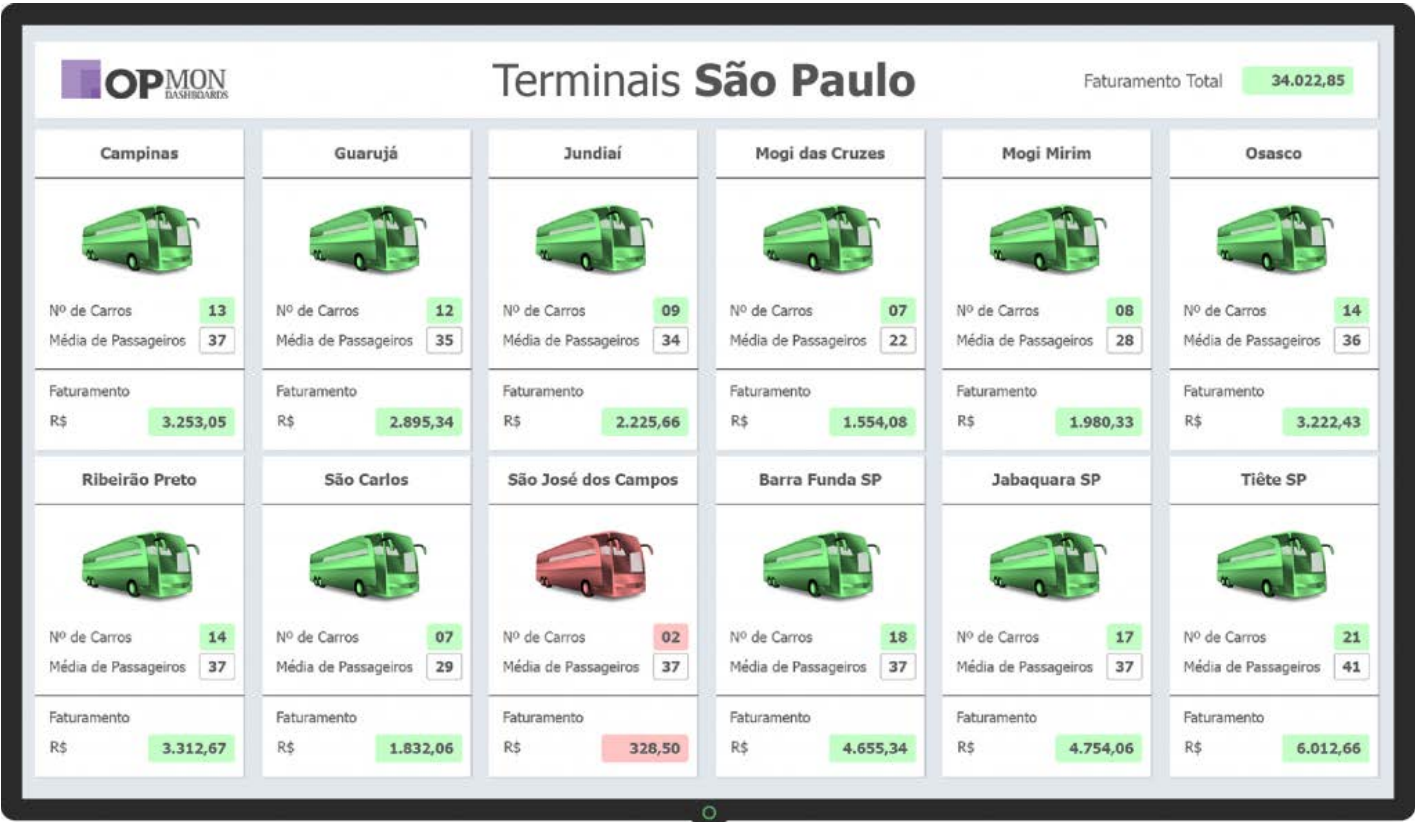
Neste exemplo, é possível acompanhar o resultado do trabalho de cada analista, além de descobrir informações importantes, como, por exemplo, se a equipe está sobrecarregada ou com chamados críticos acumulados.

Note que o dashboard evita que o analista invista uma quantidade muito maior de tempo na tomada de decisões, oferecendo um cruzamento de dados que abrevia todo esse processo, tornando-o mais eficiente e rápido.

02 | Dashboard Tático

Tática é a "mobilização de recursos específicos da organização, em âmbito departamental, visando atingir objetivos de médio prazo". Nesse contexto, o dashboard tático permite o acompanhamento de indicadores que permitam aos gestores tomar decisões de médio prazo. Diferente dos indicadores estratégicos, de responsabilidade da alta gerência, os táticos são responsabilidade da gerência de cada departamento.

Há alguns anos atrás, criamos um dashboard tático para uma empresa de transporte rodoviário intermunicipal. Nessa visão, o gestor podia acompanhar o resultado das ocupações de todas as linhas, bem como dados sobre o resultado financeiro de cada uma delas. Como resultado, o gestor responsável podia acompanhar se determinada linha era lucrativa ou não em um determinado período de tempo:



03 | Dashboard Estratégico

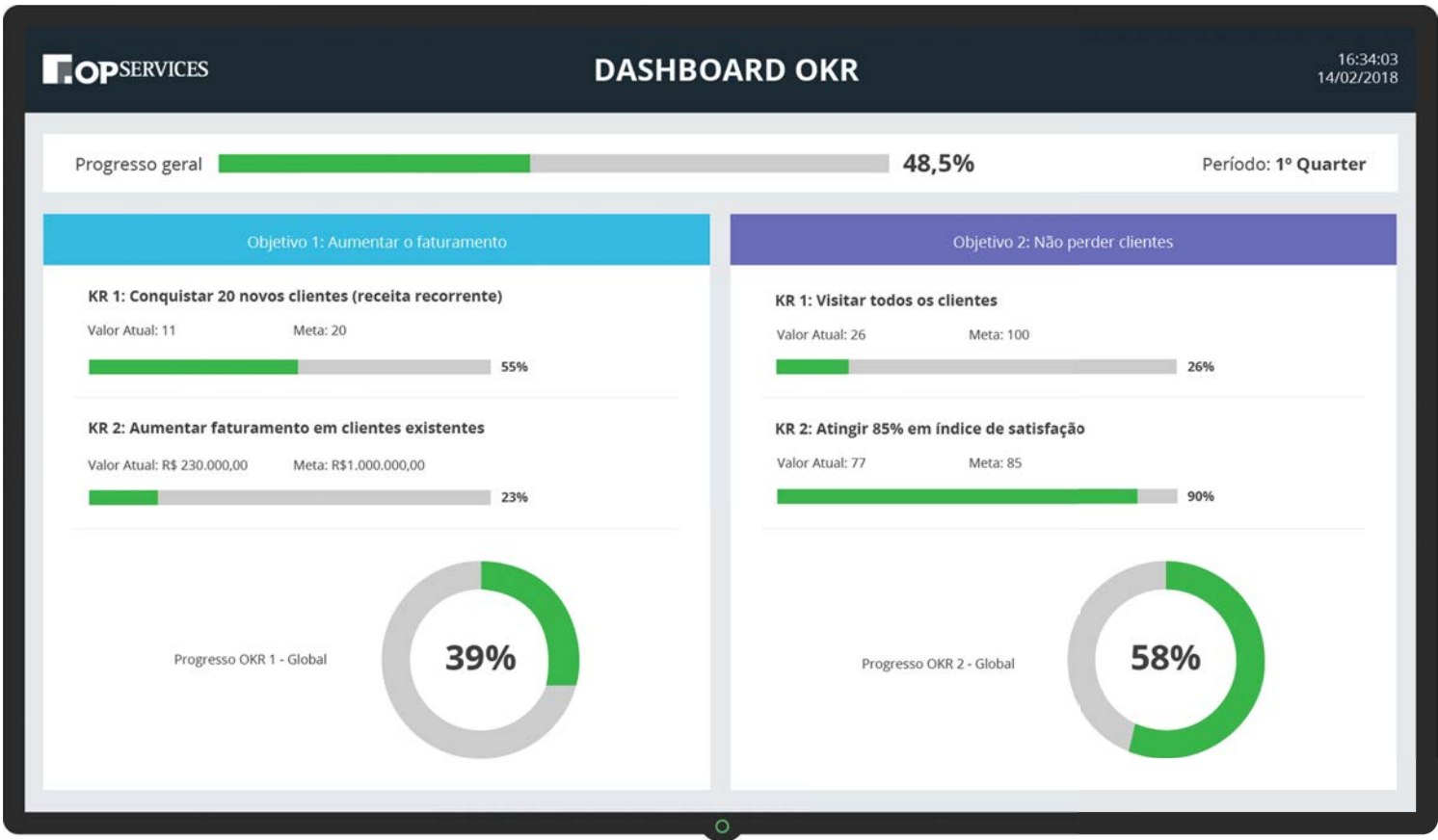
Estratégia significa a "mobilização de todos os recursos da organização, em âmbito global, visando atingir objetivo a longo prazo". A estratégia de uma empresa é composta por um conjunto de táticas.

Por razões óbvias, um bom dashboard estratégico não deve deixar de privilegiar informações que podem ser usadas para fins estratégicos. Dessa forma, os dados pregressos que compreendam a performance do negócio em períodos anteriores poderão servir como excelentes parâmetros para mensurar KPIs atuais e projetar o crescimento da empresa.

Nessa perspectiva, vale compartilhar os dados desse painel com todos os colaboradores, para promover maior engajamento. Essas informações de cunho estratégico empresarial podem ser, por exemplo,

informações macro, como dados financeiros, desempenho mensal em face de uma meta anual, número de vendas no mês, entre outros.

Como exemplo, podemos citar um dashboard de OKR, uma nova metodologia de gestão ágil criada para medir resultados globais de uma organização dentro de um *quarter*:



OS PRINCIPAIS ERROS AO CONSTRUIR DASHBOARDS

A maior parte dos erros na elaboração de dashboards diz respeito aos excessos. Se a ideia é agrupar os principais indicadores em um único painel visual, tudo o que for excessivo sai do escopo da visão centralizada e atrapalha o trabalho do analista. Vejamos alguns exemplos práticos desses equívocos:

01 | Cores demais

Cores vibrantes devem ser evitadas. Outro erro comum é utilizar, em um dashboard que utilize alarmes (verde, amarelo e vermelho), essas mesmas cores nos outros elementos que não são sensibilizados com alertas. Isso causa uma confusão do que é prioridade. Além disso, o excesso de cores traz um aspecto cansativo ao painel — e o objetivo é, ao contrário, dar

um aspecto visual agradável aos gráficos e indicadores na tela. Além disso, o excesso de cores acaba trazendo uma atmosfera de desorganização, dando um tom agressivo aos elementos da visão criada.



02 | Excesso de efeitos visuais

Outro aspecto em que não se pode pecar pelo excesso são os efeitos visuais. Excesso de efeitos, como transparências ou 3D, podem contribuir para que o usuário se distraia mais facilmente, tirando o foco dos dados.

03 | Excesso de informações

O dashboard precisa de objetividade. Deve ser feita a escolha dos indicadores mais importantes e necessários, para então dispô-los na tela. Quando há excesso de dados, o dashboard perde a sua razão de ser e o senso de prioridade.



PASSO A PASSO PARA CONSTRUIR UM DASHBOARD

Agora que você já sabe tudo sobre essa maravilhosa ferramenta de gestão, vamos a algumas dicas de como construí-la:

01 | Tenha um objetivo em mente

Como já mencionamos, todo o projeto do dashboard precisa responder às perguntas fundamentais sobre a gestão do seu negócio. Por isso, pense em quais indicadores fornecerão informações mais centrais, aquelas que deverão estar sempre à mão no dia a dia para facilitar a tomada de decisões.



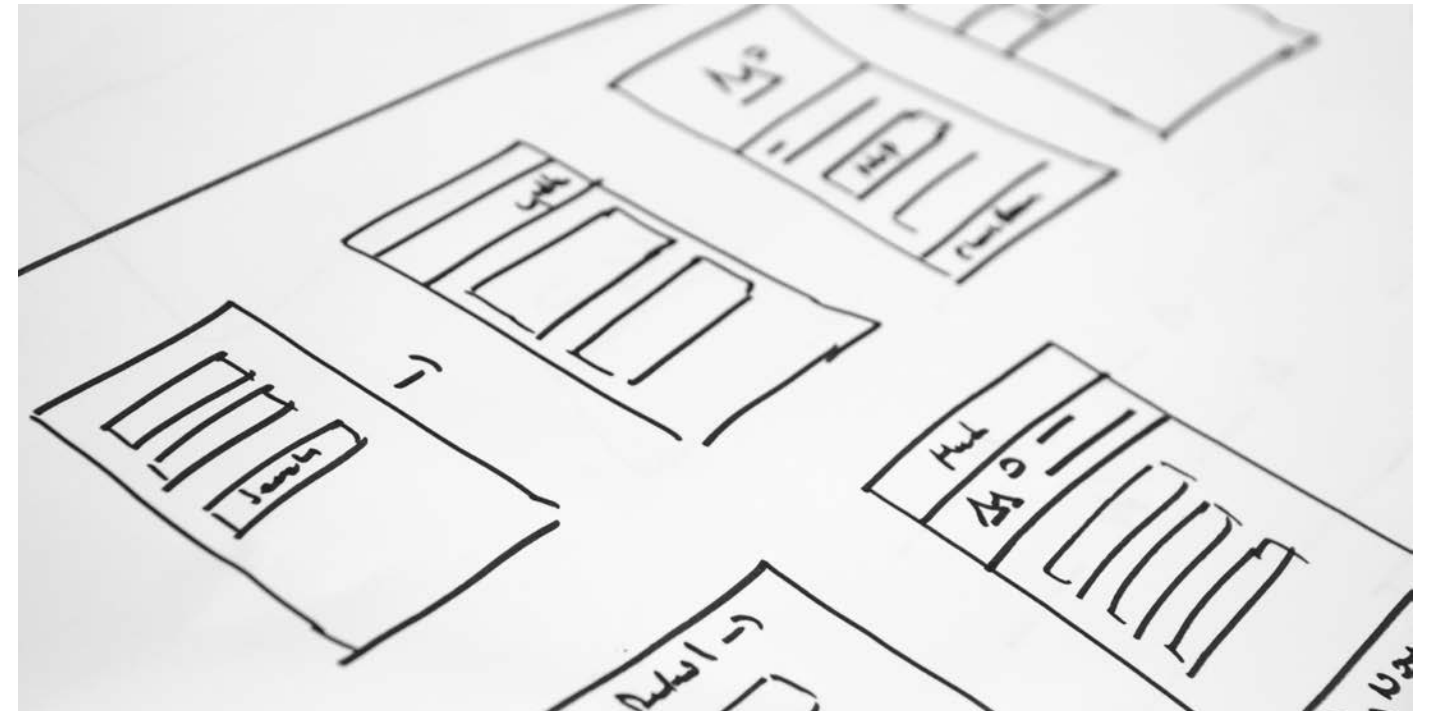
02 | Defina o tipo de dashboard adequado para cada demanda

Como há vários tipos diferentes de dashboards, é necessário encontrar aqueles que melhor atendem às diversas demandas da empresa. Ademais, há que se considerar em que lugar da escala hierárquica existe a necessidade da criação da ferramenta, pois não apenas as instâncias de diretoria e gerência necessitam da visão centralizada dos dashboards para otimizar seus processos, mas várias outras rotinas de trabalho de setores diversos podem também se beneficiar dessa tecnologia.

Para cada uma dessas especificidades há um tipo cabível de painel de dashboard: do atendimento ao cliente por call center até o trabalho executivo da empresa.

03 | Crie um esboço do dashboard

O Excel oferece uma funcionalidade muito útil para a criação de esboços de dashboards: você poderá utilizar os painéis de indicadores gráficos do software para rascunhar o seu projeto.



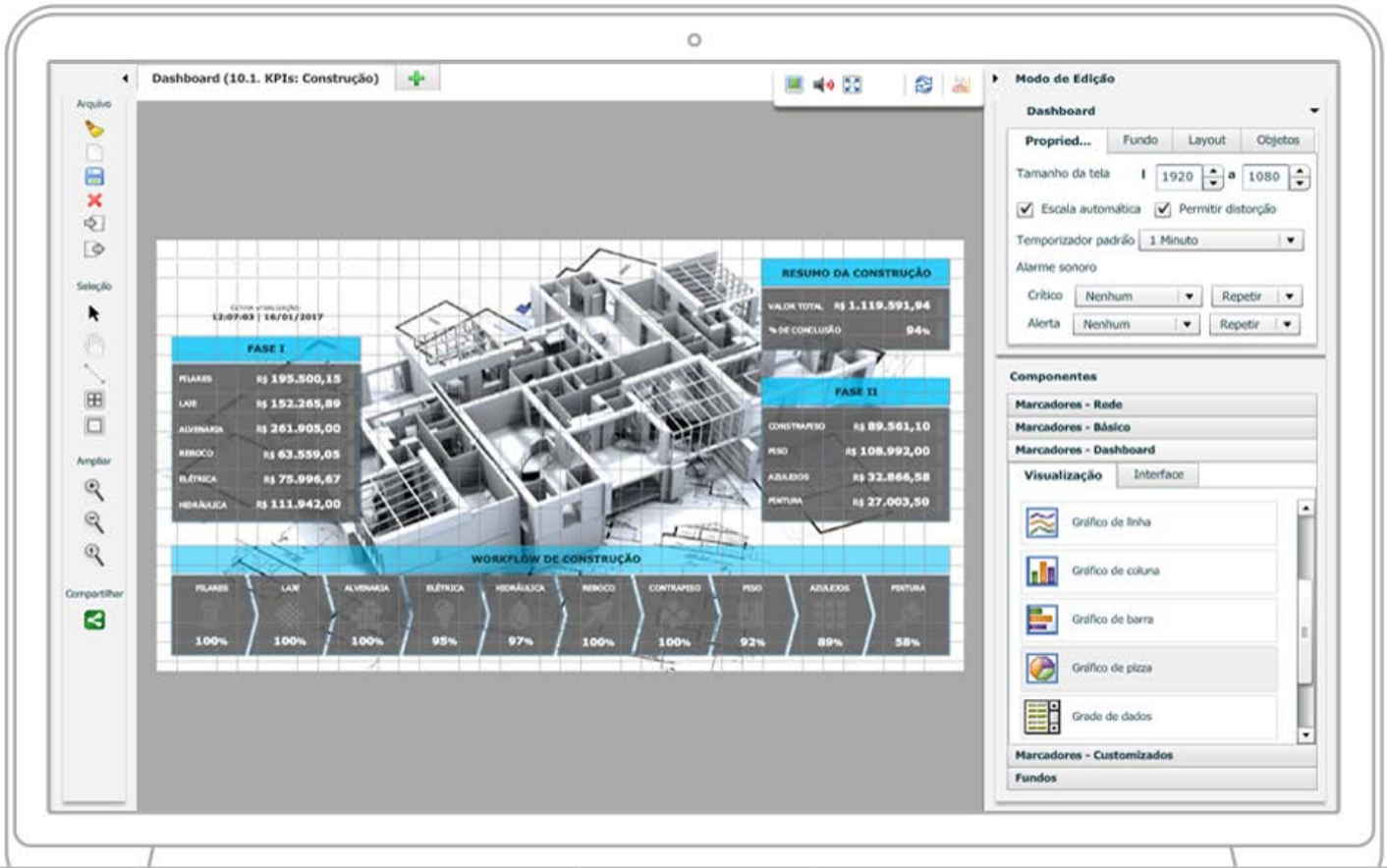
Claro que não é possível obter uma ferramenta com dados atualizados por meio dos painéis do Excel, trata-se apenas de um esboço mesmo, pois você teria que alimentá-los manualmente a cada atualização. No entanto, essa função ajuda no planejamento do seu projeto e é uma alternativa mais interessante do que fazer tudo no papel.

Outro detalhe a ser observado é a necessidade de engajar sua equipe desde a concepção do projeto. Envolve seus colaboradores na elaboração desse esboço, dando atenção às suas sugestões e *insights* nessa etapa de criação.

04 | Após validar, crie o layout

Essa etapa exige muito apuro — pense na quantidade de horas que o analista terá que olhar para o painel de dashboard. Por isso, ter um design refinado, dedicando bastante atenção à concepção gráfica do projeto, é primordial para o sucesso da empreitada.

O mais indicado, nesse caso, é contratar os serviços de um profissional da área do design ou uma empresa especializada nesse tipo de serviço. Assim, além de garantir maior qualidade visual para o produto final, você ainda poderá concentrar-se em seu core business, agilizando a conclusão do seu projeto de dashboard.



05 | Escolha o software para realizar o projeto

Existem, no mercado, algumas ferramentas em software para criação de dashboards para sua empresa. O OpMon Dashboards, por exemplo, é uma solução completa para o monitoramento de informações do seu ambiente de TI. A ferramenta gera relatórios de desempenho, disponibilidade

de equipamentos, SLM e SLA, entre outros diversos parâmetros editáveis, permitindo que o gestor tenha uma visão centralizada de processos de gestão e também da infraestrutura de TI. Além disso, é possível coletar dados de diversas fontes para visualização em tempo real.

06 | Coloque dashboards em telas de LCD espalhadas pela empresa

Por fim, disponibilize em espaços privilegiados de suas instalações telas com os dashboards criados. Você pode proporcionar a visão centralizada dos processos apenas aos profissionais que neles atuam ou a todo o seu corpo de funcionários.

Além disso, é importante agendar um evento ou reunião para apresentar os dashboards criados e explicar a importância desse tipo de gestão para a empresa. O engajamento dos colaboradores é fundamental para o sucesso da gestão à vista.



CONSTRUA DASHBOARDS CUSTOMIZÁVEIS

Com o **OpMon Dashboards**, software para construção e visualização de dashboards, é possível criar painéis visuais customizáveis de acordo com as necessidades da sua empresa. Crie uma cultura de gestão à vista:

SOLICITE UM CONTATO COMERCIAL

SOBRE A OPSERVICES

A OpServices é uma empresa brasileira focada no desenvolvimento de soluções para a gestão de TI e de negócio. Especializada em monitoramento e visualização de dados em tempo real, oferece soluções para o controle de disponibilidade e desempenho de equipamentos, aplicações e processos que dão sustentação ao negócio das organizações.

Com a matriz em Porto Alegre, a OpServices gerencia mais de 250 mil indicadores de clientes de grande porte em todo o Brasil. Focada na busca de soluções específicas para a necessidade de cada cliente, trabalha com empresas sólidas, líderes em seus segmentos de atuação como: Grendene, Unimed, Allianz, Tok&Stok, TNG, Neogrid, Mitsubishi Motors, Schneider Electric e Banrisul.

Conheça nossas redes sociais:

