

Frente al sector

El cliente ve en qué tramo de su sector está cada concepto, hacia dónde va y qué preguntas y tiendas le restan puntos, sin ver nunca un dato de otra empresa.

VERSIÓN

v1 · borrador

FECHA

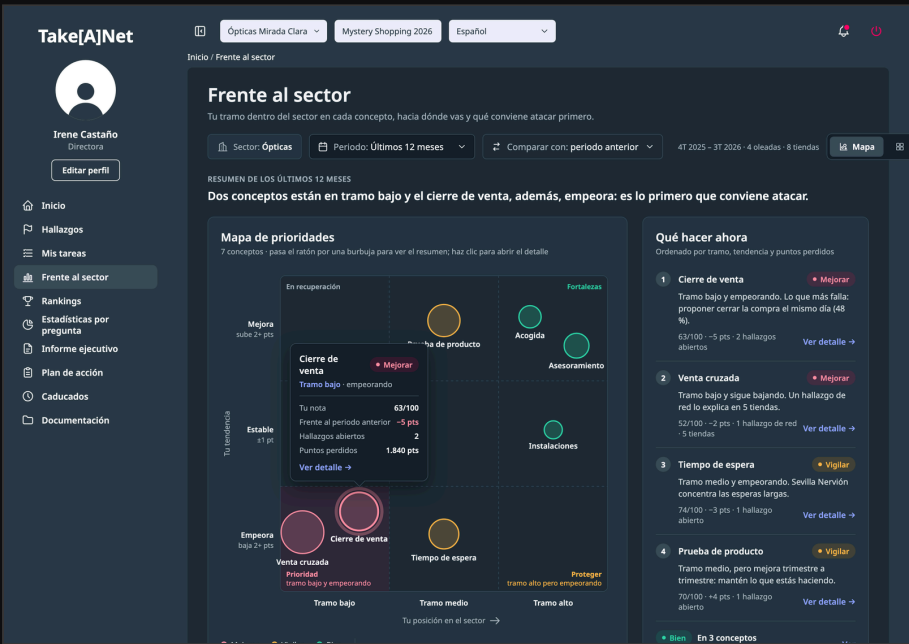
18 de octubre de 2026

ESTADO

Para revisión

PARA

Equipo de Take A
Tip



— Cómo leer este documento

Este documento explica **una sola funcionalidad** de Take AI de principio a fin. Todos los documentos de la serie siguen el mismo orden, para que se puedan comparar y revisar con el mismo método. No hace falta leerlo entero de una vez: las secciones 1 y 2 dan la idea; la 5 y la 6 enseñan cómo se usa; la 9 recoge lo que necesitamos que reviséis.

1	En una página	Qué es, para quién y qué cambia
2	Por qué	El problema de hoy y lo que aporta
3	Quién participa	Roles y qué hace cada uno
4	Cómo se decide el tramo y el estado	Anonimato, tramos, tendencia, estados y conceptos
5	El recorrido completo	Diagrama y pasos, del cálculo al plan de acción
6	Pantallas clave	Siete pantallas anotadas
7	Casos especiales	Sin datos del sector, periodos no válidos, errores y alcance
8	Reglas que siempre se cumplen	Lo que el diseño garantiza
9	Para revisar	Preguntas abiertas y lista de comprobación
A	Anexo · Todas las pantallas del diseño	Dónde encontrar cada una en el canvas

Convenciones

1

Llamadas numeradas

Cada número naranja sobre una pantalla se explica justo debajo, con el mismo número.

En curso

Verificado

Reabierto

Textos de la interfaz

Lo que aparece «entre comillas» o en pastilla es el texto exacto que verá cada persona.

♦ Take AI

Datos de ejemplo

Tiendas, personas y cifras de las pantallas son ficticias («Ópticas Mirada Clara»). Sirven para ver el diseño, no son resultados.

Frente al sector es una pantalla del panel del cliente que le dice, concepto a concepto (Acogida, Cierre de venta, Tiempo de espera...), si está en el **tramo bajo, medio o alto** de su sector, si va a mejor o a peor y qué conviene atacar primero. Del sector solo ve su propio tramo: nunca una cifra de otra empresa. Todo lo demás son sus datos: sus notas, sus tiendas, sus zonas, sus preguntas y sus hallazgos.



Qué hace

Coloca cada concepto en un **mapa de prioridades** (tramo × tendencia), lo marca como «Mejorar», «Vigilar» o «Bien» y deja bajar al detalle: qué preguntas y qué tiendas restan puntos.



Para quién

La **dirección** del cliente, que ve toda su red, y los **jefes de zona**, que ven lo mismo solo con sus tiendas. El **equipo de Take A Tip** decide qué proyectos se comparan y con qué sector.



Qué cambia

El cliente deja de mirar solo su ranking: sabe **dónde está frente a otros** sin que nadie vea datos ajenos, elige el periodo y pasa del concepto al **plan de acción** sin perder el hilo.

Las tres preguntas que responde

¿Cómo estoy frente a mi sector?

El tramo de cada concepto: bajo, medio o alto. Nada más del sector.

¿Voy a mejor o a peor?

Mi nota frente al periodo anterior o frente al mismo periodo del año anterior.

¿Tengo que mejorar o voy bien?

«Mejorar», «Vigilar» o «Bien», con reglas fijas y explicables, sin que decida un modelo.

Lo que ya sabemos con datos reales

Cálculo sobre el histórico de TakeANet 1 y 2, ventana de 12 meses hasta 2T 2026, con un mínimo de 5 empresas por concepto y periodo. Datos del documento técnico del benchmark.

21 de 61

conceptos de Retail con empresas suficientes para dar tramo

12 de 43

conceptos de Hostelería con empresas suficientes

0

en Inmobiliaria, Gran Consumo, Financiero y el resto de sectores: aún no llegan

80 %

de las respuestas puntuables de TakeANet 1 ya tienen concepto asignado

En una frase

El sistema calcula el tramo solo cuando hay empresas suficientes para proteger el anonimato, el cliente decide qué atacar y con qué plan, y Take AI solo interviene, si se enciende, para resumir lo que hacen sus mejores tiendas.

Hoy el cliente ve rankings y estadísticas de sus propias tiendas, pregunta a pregunta. Le falta la referencia de fuera («¿esto es mucho o poco para mi sector?») y una forma de pasar del dato a la acción. Cada cliente tiene su propio cuestionario, así que comparar pregunta a pregunta no es posible; comparar por **concepto** sí.

HOY

Sin referencia externa

El cliente sabe su nota, pero no si es buena o mala para su sector.

Preguntas que no se pueden comparar

Cada cuestionario es distinto; dos clientes nunca preguntan lo mismo con las mismas palabras.

Periodo fijo

Lo que se ve depende de la oleada que se elija.

Una lista estática

La primera propuesta de benchmark era una tabla sin interacción ni detalle.

Del dato a la acción, a mano

Saber qué tienda y qué pregunta fallan exige cruzar informes.

CON FRENTE AL SECTOR

Su tramo en el sector

Bajo, medio o alto en cada concepto, solo cuando hay empresas suficientes para no revelar a nadie.

Conceptos comunes

Cada pregunta se asigna a un concepto común (Acogida, Cierre de venta...), y eso sí se compara entre empresas.

Periodo a elegir

Del último trimestre a dos años, comparado con el periodo anterior o con el mismo del año anterior.

Mapa, fichas y detalle

Un mapa de prioridades, fichas por concepto y un detalle con preguntas, tiendas, citas y hallazgos.

Plan desde el concepto

El detalle nombra las preguntas y tiendas que más restan y abre «Crear plan de acción».

Qué gana cada parte

TAKE A TIP

Un valor que solo puede dar quien audita a muchas empresas del mismo sector, sin exponer a ninguna.

DIRECCIÓN DEL CLIENTE

Sabe qué conceptos están por detrás de su sector, hacia dónde van y por dónde empezar.

JEFE DE ZONA

Compara sus tiendas entre sí y ve a cuál ayudar primero, con enlace a sus hallazgos.

Es una pantalla de consulta: no crea datos del cliente. Cada persona ve solo lo que entra en su alcance (sus tiendas y sus bloques del cuestionario).

- 

Cálculo automático

Suma por trimestre las notas de cada empresa en cada concepto, comprueba si hay empresas suficientes en el periodo y calcula el tramo, la tendencia y el estado. **Son reglas fijas: ningún modelo decide el tramo ni el estado.**

Trabaja en segundo plano Sin IA ni coste
- 

Equipo de Take A Tip

Confirma el sector de cada proyecto y deja fuera los que no deben compararse (competencia, estudios, internos, demos). La gestora publica los hallazgos: **solo los publicados aparecen** en esta pantalla.

Gestión interna
- 

Dirección del cliente

Ve el tramo y la tendencia de cada concepto, elige el periodo, baja al detalle, compara sus zonas y tiendas y crea el plan de acción desde un concepto.

Escritorio, tablet y móvil · tema oscuro 6.1 a 6.7
- 

Jefe de zona

Lo mismo que dirección, pero solo con sus tiendas. En «Dentro de tu red» compara sus cuatro tiendas y no ve la comparación entre zonas.

Escritorio · tema oscuro 6.1 a 6.5
- 

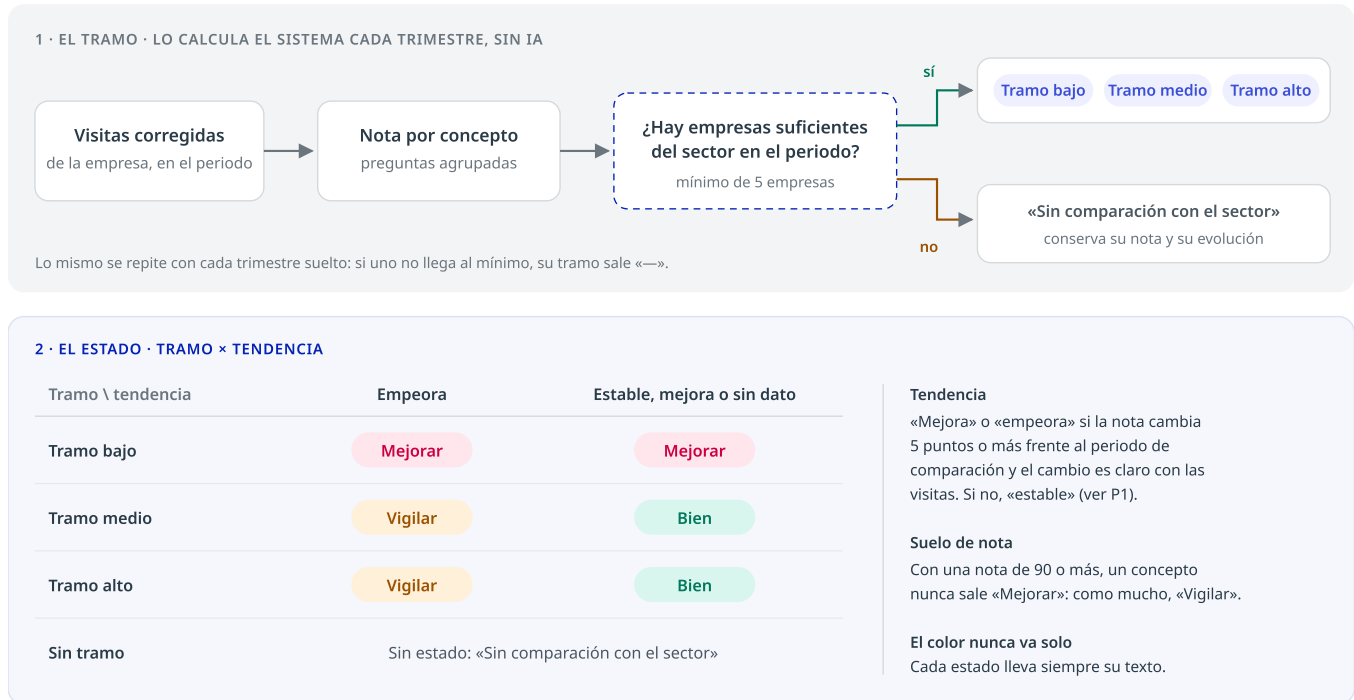
Take AI

Resume, a petición del cliente, «Lo que hacen tus mejores tiendas» a partir de los comentarios de sus visitas. **Apagado por defecto**; si está apagado, la sección no aparece.

Solo si se enciende

4 Cómo se decide el tramo y el estado

Dos pasos: primero se decide si se puede dar un tramo sin poner en riesgo el anonimato; después, con el tramo y la tendencia, se decide el estado de cada concepto.



Del dato al estado. El tramo solo se da si hay empresas suficientes en el periodo; si no, el concepto conserva la nota y la evolución propias, pero no tiene tramo ni estado. Tabla de estados del documento técnico del benchmark.

Una diferencia que hay que resolver

Las pantallas aprobadas ponen «Prueba de producto» (tramo medio, +4 pts) en «Vigilar» y «Tiempo de espera» (-3 pts) en «Empeora». Con la regla de la tabla saldrían «Bien» y «estable». Es la pregunta P1.

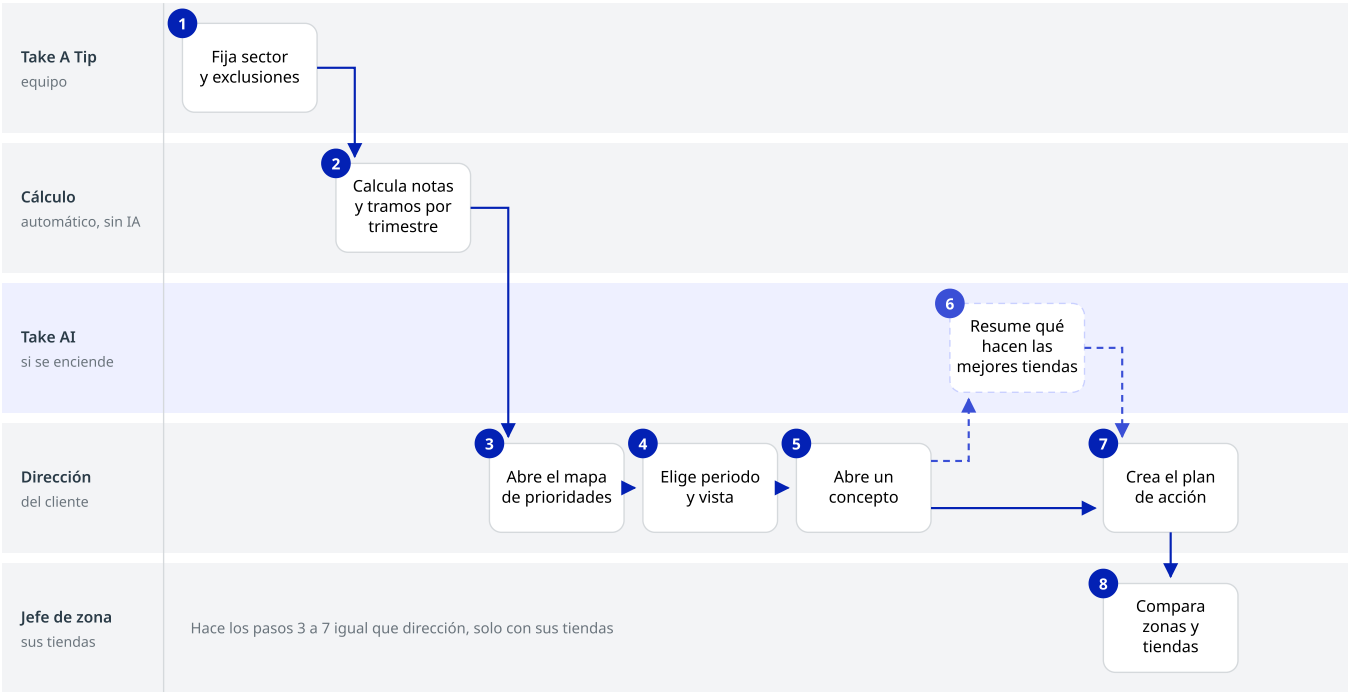
Conceptos

TÉRMINO	QUÉ SIGNIFICA
Concepto	Un tema común a todos los cuestionarios: Acogida, Asesoramiento, Cierre de venta, Venta cruzada... Cada pregunta de cada cliente se asigna a uno, y eso es lo que permite comparar empresas con cuestionarios distintos.
Sector	El sector del proyecto (por ejemplo, Ópticas o Retail). Lo confirma el equipo de Take A Tip; los proyectos de competencia, estudios, internos y demos no se comparan.
Tramo	Dónde queda la empresa dentro de su sector en un concepto: <i>"Tramo bajo"</i> , <i>"Tramo medio"</i> o <i>"Tramo alto"</i> . Es lo único del sector que se enseña. Se calcula con la nota de toda la empresa, así que es igual para todos sus contactos.
Tu nota	La nota propia del concepto sobre 100, solo con las tiendas y bloques que ve cada persona. No es la nota oficial del informe: todas las preguntas del concepto pesan igual.
Tendencia	Si la nota sube, baja o se mantiene frente al periodo de comparación. Es el eje vertical del mapa.
Estado	<i>"Mejorar"</i> , <i>"Vigilar"</i> o <i>"Bien"</i> . Sale del tramo y la tendencia con la tabla de arriba. Sin tramo no hay estado.
Periodo	De 1 a 8 trimestres. Por defecto, <i>"Últimos 12 meses"</i> . Se compara con el <i>"Periodo anterior"</i> o con el <i>"Mismo periodo del año anterior"</i> (este, de 4 trimestres como máximo).
Puntos perdidos	Lo que le falta a la nota hasta 100, sumado en el periodo. Da el tamaño de cada burbuja del mapa y ordena «Qué hacer ahora».
Sin comparación con el sector	No hay empresas suficientes en ese periodo para dar un tramo sin poner en riesgo el anonimato. Nunca se dice cuántas faltan.
Dentro de tu red	La pestaña que compara las zonas y tiendas del propio cliente entre sí. Solo datos propios.

5 El recorrido completo

FLUJO

Así llega un concepto desde el cálculo hasta el plan de acción. Cada carril es una persona o un proceso; cada número es un paso y remite a la pantalla que lo muestra.



El jefe de zona puede hacer los pasos 3 a 7 igual que dirección, pero solo con sus tiendas. Take AI solo actúa en el paso 6, si está encendido y el cliente lo pide.

Paso a paso

- 1

TAKE A TIP
Fija el sector y lo que no se compara
Confirma el sector de cada proyecto y deja fuera competencia, estudios, internos y demos. Un proyecto nuevo no se compara hasta que alguien lo confirma (P5).

Sin pantalla nueva
- 2

CÁLCULO AUTOMÁTICO
Calcula notas, tramos y estados
Cada trimestre suma las notas de cada empresa por concepto, mira si hay empresas suficientes y aplica las reglas de la sección 4. No usa IA ni tiene coste.

Sin pantalla
- 3

DIRECCIÓN
Abre el mapa de prioridades
Ve las burbujas en la rejilla tramo × tendencia, el titular del periodo, «Qué hacer ahora» y las «Novedades del periodo».

BV1-A · Mapa
pantalla 6.1

4	DIRECCIÓN Elige el periodo y la vista Cambia el periodo y «Comparar con»; alterna entre “ <i>Mapa</i> ” y “ <i>Fichas</i> ”. Lo elegido se conserva al abrir un concepto.	BV4 · BV1-B pantallas 6.2 y 6.3
5	DIRECCIÓN Abre un concepto Nota, tramo, «Qué está pasando», su evolución, las preguntas que más restan con citas de visitas y en qué tiendas falla.	BV2 · Concepto pantalla 6.4
6	TAKE AI Resume lo que hacen las mejores tiendas Solo si está encendido y el cliente pulsa «Ver qué hacen»: resume los comentarios de visitas de sus dos tiendas con mejor nota en el concepto.	BV2 · Concepto pantalla 6.4
7	DIRECCIÓN Crea el plan de acción Con un hallazgo abierto va directo a su ficha con el plan; con varios, elige primero «¿Para qué hallazgo es el plan?»; sin abiertos, no hay botón.	BV2 → ficha del hallazgo pantalla 6.4 y documento 01
8	DIRECCIÓN Y JEFE DE ZONA Compara zonas y tiendas En «Dentro de tu red» ve su nota por concepto y ubicación, la dispersión y las «Tiendas que más necesitan ayuda». El jefe de zona, solo sus tiendas.	BV3 · Red pantalla 6.5

Son las siete pantallas de la versión aprobada («Benchmark v2»). Todas son del cliente y usan el tema oscuro de TakeANet. El resto de estados (cargando, error, citas, cupo agotado...) está en el anexo y en el canvas de diseño.

CLIENTE · ESCRITORIO

1. **6.1** Mapa de prioridades
2. **6.2** Elegir periodo
3. **6.3** Fichas por concepto
4. **6.4** Detalle del concepto
5. **6.5** Dentro de tu red

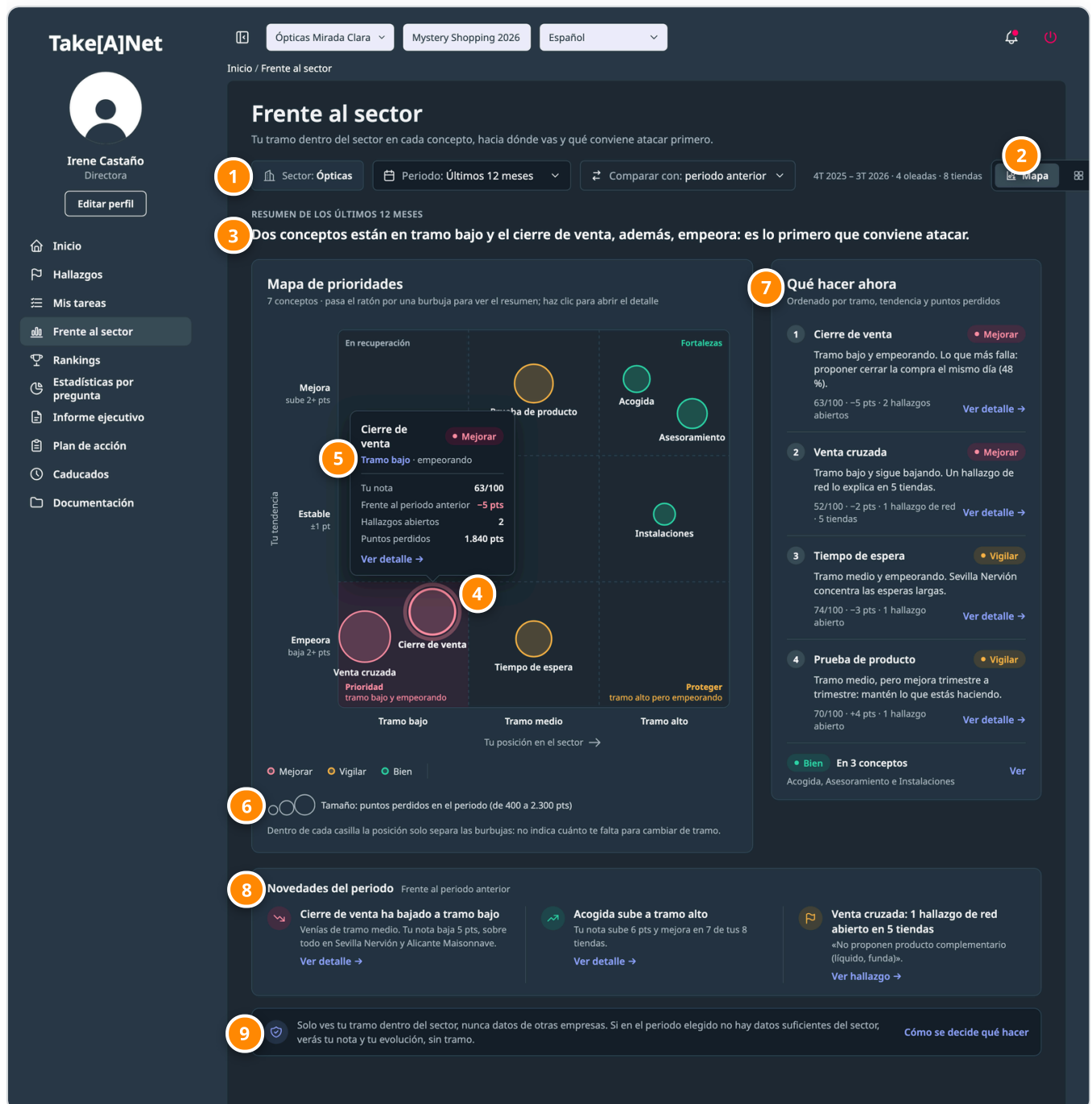
CLIENTE · MÓVIL

1. **6.6** Mapa en móvil
2. **6.7** Detalle del concepto en móvil

Qué mirar en cada pantalla

Cada página dice para qué sirve la pantalla y numera lo importante. Al revisar, preguntaos: ¿se entiende sin explicación?, ¿podría el cliente deducir algo de otra empresa?, ¿sabe qué hacer después?

La entrada. Responde de un vistazo a las tres preguntas: en qué tramo está cada concepto, hacia dónde va y qué conviene atacar primero.



1 **Sector, periodo y comparación.** «Sector: Ópticas», «Período: Últimos 12 meses» y «Comparar con: periodo anterior», con los trimestres, oleadas y tiendas que entran.

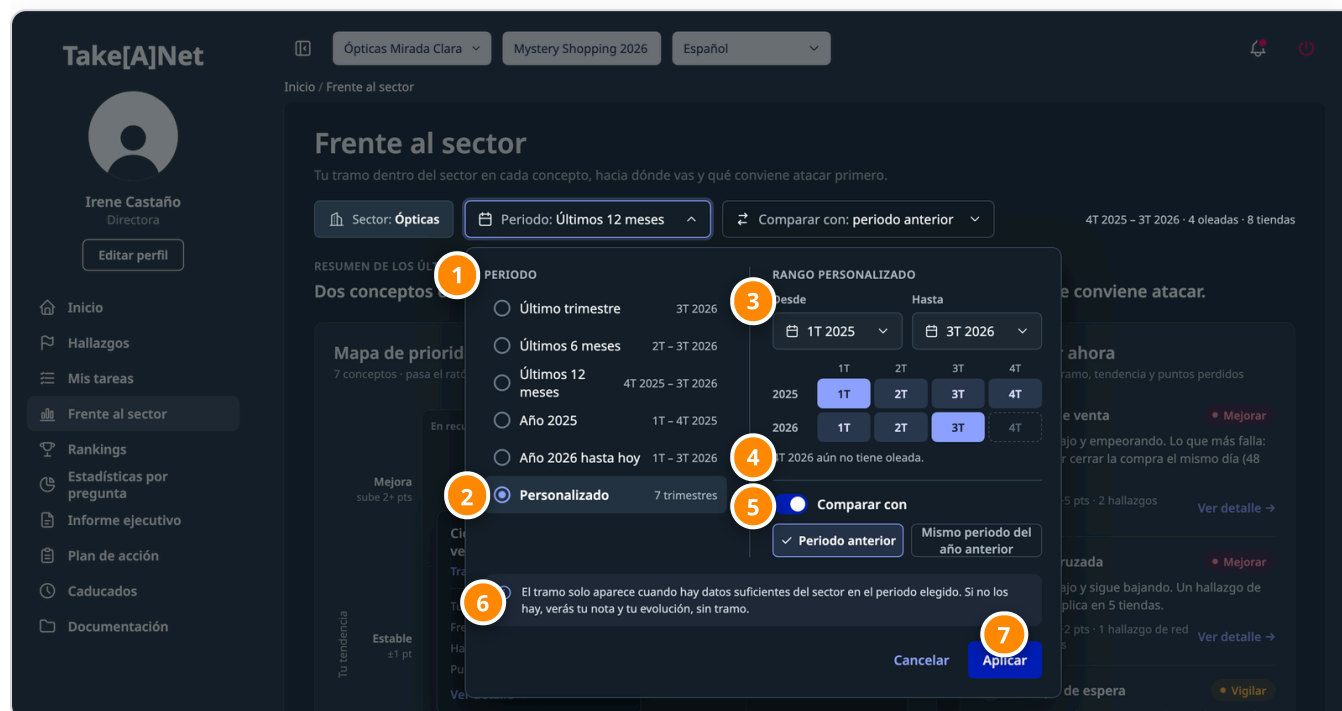
3 **El titular del periodo.** Una frase: «Dos conceptos están en tramo bajo y el cierre de venta, además, empeora».

2 **«Mapa» | «Fichas».** Dos vistas de lo mismo. Se recuerda la elegida.

4 **La rejilla tramo × tendencia.** Cuatro esquinas con nombre: «Prioridad», «En recuperación», «Fortalezas» y «Proteger». La que más prioridad tiene lleva un halo.

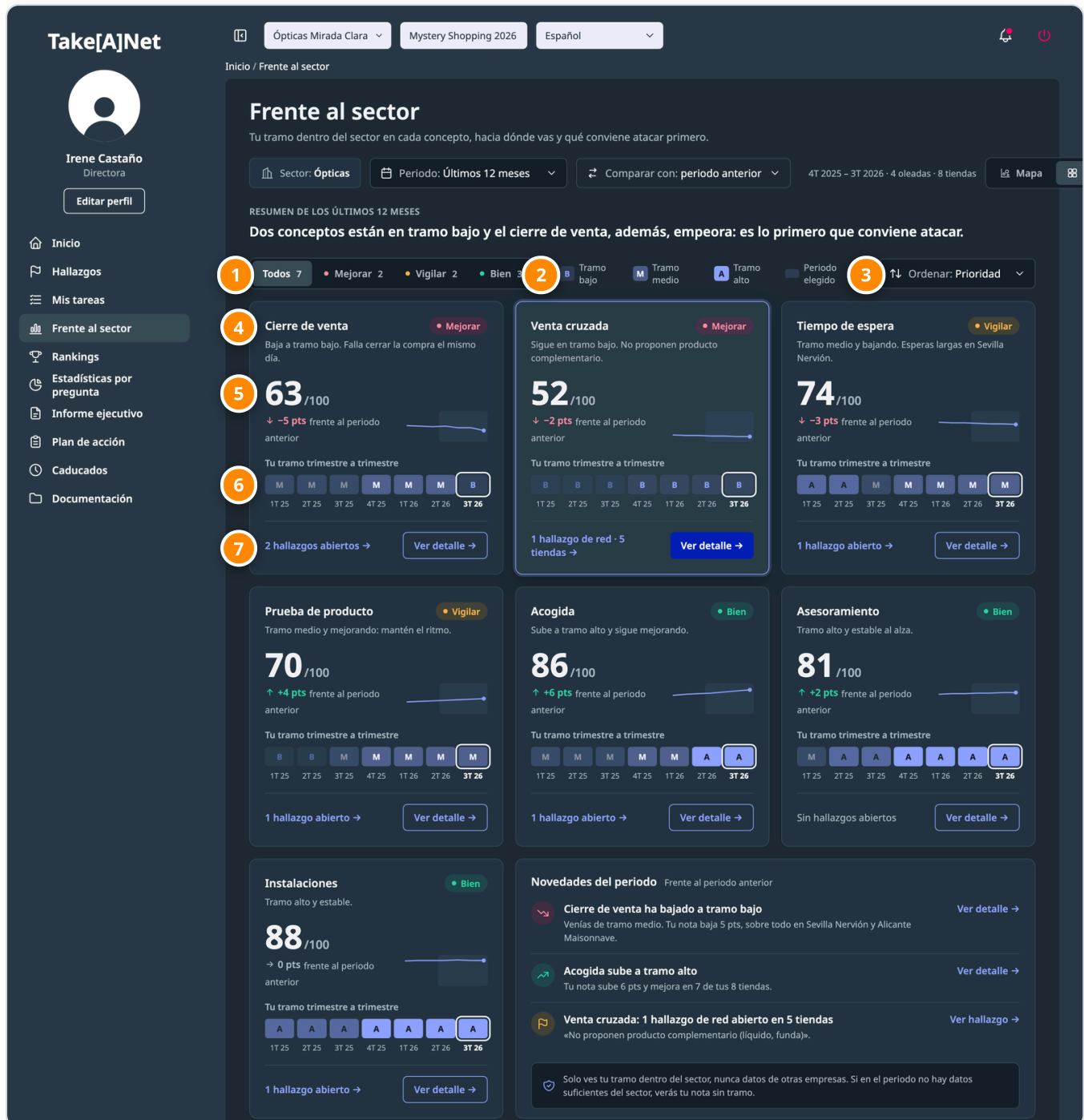
- 5 **Resumen de una burbuja.** Al pasar el ratón o el foco: tramo, tendencia, «Tu nota», variación, hallazgos abiertos y puntos perdidos, con «Ver detalle».
- 7 **«Qué hacer ahora».** Los conceptos por orden, con su motivo en una frase; los que van «Bien» se agrupan al final.
- 9 **La promesa de privacidad,** siempre visible: «nunca datos de otras empresas».
- 6 **Leyenda honesta.** El color es el estado y el tamaño, los puntos perdidos. «Dentro de cada casilla la posición solo separa las burbujas»: no dice cuánto falta para cambiar de tramo.
- 8 **«Novedades del periodo».** Cambios de tramo, subidas y hallazgos de red nuevos frente al periodo de comparación.

El cliente decide de qué tiempo habla y con qué lo compara. Es lo que más pidió el responsable de producto frente a la primera versión.



- 1 **Periodos rápidos.** «Último trimestre», «Últimos 6 meses», «Últimos 12 meses», «Año 2025» y «Año 2026 hasta hoy», cada uno con sus trimestres.
- 2 **«Personalizado».** Cualquier rango de 1 a 8 trimestres.
- 3 **«Desde» y «Hasta»** con una rejilla de trimestres por año.
- 4 **Trimestres sin oleada**, desactivados y explicados: «4T 2026 aún no tiene oleada».
- 5 **«Comparar con».** «Periodo anterior» (por defecto) o «Mismo periodo del año anterior».
- 6 **Aviso sin cifras.** El tramo solo aparece si hay datos suficientes del sector; si no, se ve la nota y la evolución.
- 7 **«Aplicar».** Si el rango no vale, queda deshabilitado con el motivo (sección 7).

La misma información que el mapa, en tarjetas: más fácil de leer concepto a concepto y de filtrar. Enseña cómo ha cambiado el tramo trimestre a trimestre.



- Filtro por estado.** «Todos 7», «Mejorar 2», «Vigilar 2» y «Bien 3».
- Leyenda de tramos.** B, M y A, y el periodo elegido resaltado.
- «Ordenar: Prioridad».** También por nota o por nombre.
- Estado y motivo.** «Mejorar» con una frase: «Baja a tramo bajo. Falla cerrar la compra el mismo día».
- La nota y su cambio** frente al periodo anterior, con una minigráfica de la evolución propia.
- «Tu tramo trimestre a trimestre».** Si un trimestre no llega al mínimo del sector, sale «—».
- Hallazgos del concepto** y «Ver detalle» (6.4).

Donde se pasa del «estoy mal» al «qué cambio y dónde»: qué preguntas restan, en qué tiendas, qué dicen las visitas y qué hallazgos hay abiertos.

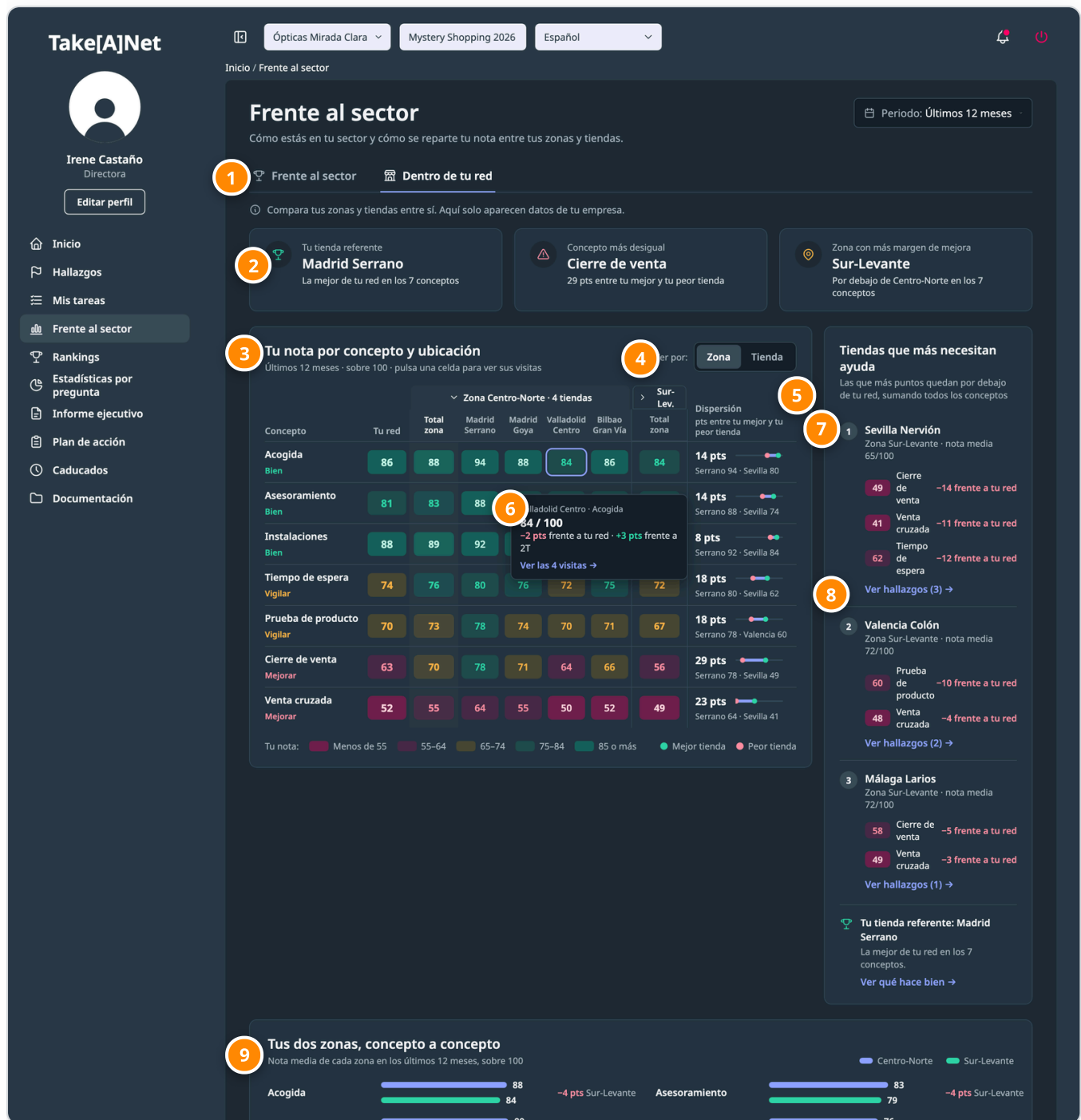


1 «Tu nota». 63/100 y -5 pts frente al periodo anterior.

2 «Tu posición en el sector». «Tramo bajo en tu sector», con desde cuándo. Sin ninguna cifra del sector.

- 3 «**Qué está pasando**». Una frase con la pregunta y las tiendas que más restan. En la versión construida se escribe con una plantilla, sin IA, aunque el diseño la marca «Take AI».
- 5 «**Tu tramo en cada trimestre**». «Sin datos» cuando ese trimestre no llegó al mínimo del sector.
- 7 «**Dónde falla en tu red**». Tiendas × trimestres con los totales de zona; la mejor y la peor tienda, destacadas.
- 9 «**Hallazgos de este concepto**» y «**Crear plan de acción**». Lleva a la ficha del hallazgo con el plan.
- 4 «**Tu evolución**». La nota por trimestre con el periodo elegido sombreado.
- 6 «**Qué preguntas te hacen perder puntos**». Cumplimiento y puntos que resta cada una; al desplegarla, hasta 3 citas de visitas corregidas con fecha y tienda, sin nada del shopper.
- 8 «**Lo que hacen tus mejores tiendas**». Resumen de Take AI, a petición, solo si está encendido.
- 10 «**Descargar informe del concepto (PDF)**». Está en el diseño aprobado pero se deja para una segunda vuelta: hoy no tiene botón.

Comparar las propias zonas y tiendas entre sí, sin nada de fuera. Responde a qué tienda ayudar primero y qué hace bien la mejor.



1. Dos pestañas. «Frente al sector» y «Dentro de tu red». Aquí, «Aquí solo aparecen datos de tu empresa».

3. «Tu nota por concepto y ubicación». Mapa de calor concepto × zona, que se despliega a sus tiendas.

5. «Dispersión». Puntos entre la mejor y la peor tienda en cada concepto.

2. Tres tarjetas resumen. «Tu tienda referente», «Concepto más desigual» y «Zona con más margen de mejora».

4. «Ver por: Zona | Tienda». Para ver las ocho tiendas a la vez.

6. Resumen de una celda. Nota, diferencia con la red y con el trimestre anterior.

- 7 «**Tiendas que más necesitan ayuda**». Las que más quedan por debajo de la red, con sus peores conceptos.
- 8 «**Ver hallazgos (3)**». Enlace a los hallazgos abiertos de esa tienda.
- 9 «**Tus dos zonas, concepto a concepto**». Solo para dirección; el jefe de zona no lo ve.

La dirección también lo mira en el móvil. El mapa se convierte en una rejilla 3×3 con nombres que se tocan, y el detalle en una lista.



Mapa

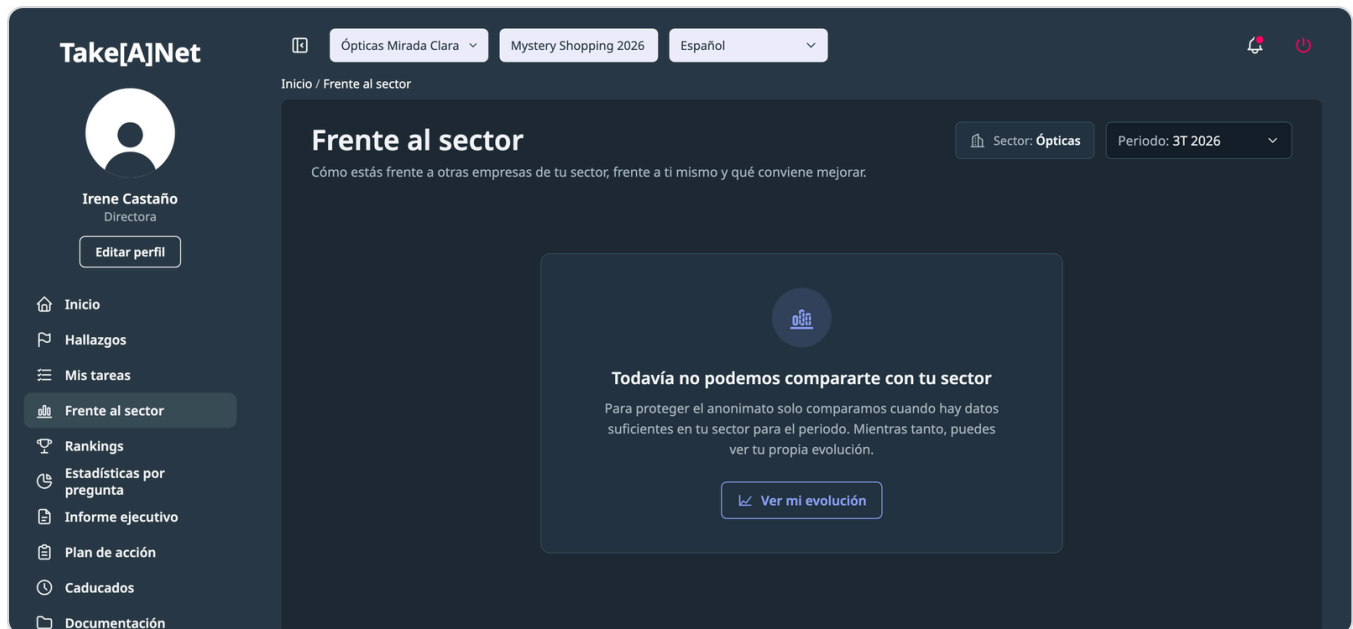


Detalle del concepto

- 1 Periodo y «Comparar» arriba, a todo el ancho.
- 2 Rejilla 3×3 con nombres. En lugar de burbujas, cada concepto es un botón dentro de su casilla.
- 3 Tarjeta del concepto tocado, con «Ver detalle».
- 4 «Qué hacer ahora» en tarjetas, con los de «Bien» agrupados.
- 5 «Novedades del periodo» resumidas en una línea cada una.
- 6 Nota, tramo y «Qué está pasando» en una sola tarjeta.
- 7 Evolución con el tramo de cada trimestre en letras (B, M, A).
- 8 Preguntas desplegables, con sus citas.
- 9 Tiendas por zona, en lista con barras en lugar del mapa de calor.
- 10 «Crear plan de acción»; en el móvil, elegir el hallazgo se hace en una hoja inferior.

El recorrido de la sección 5 es el caso normal. Estos son los desvíos previstos en el diseño y cómo se resuelve cada uno. Ninguno bloquea nada: es una pantalla de consulta y los errores se reintentan en el sitio.

SITUACIÓN	QUÉ PASA	DÓNDE SE VE
El proyecto no se puede comparar todavía	Pantalla completa «Todavía no podemos compararte con tu sector», con «Ver mi evolución». Sin contadores ni motivos numéricos.	B7 vacío
El proyecto no se compara nunca	Si es de competencia, un estudio, interno, una demo o está excluido: «Este proyecto no se compara con su sector», con el motivo.	Estados del canvas
El periodo no llega al mínimo del sector	Todos los conceptos salen Sin comparación con el sector y conservan nota, variación y evolución. Nunca se dice cuántas empresas faltan.	Fichas, concepto
Un trimestre suelto no llega	Su tramo sale «—» en las fichas y «Sin datos» en la evolución del concepto.	6.3, 6.4
Rango de periodo no válido	«Elige de 1 a 8 trimestres, en orden.» o «Para comparar con el año anterior, elige 4 trimestres como máximo.», y «Aplicar» deshabilitado.	6.2
Sin datos del periodo de comparación	La variación sale «Sin datos del periodo de comparación».	6.1, 6.3
Jefe de zona	Solo ve sus tiendas, también en «Dentro de tu red»; sin «Zona con más margen de mejora», sin «Tus dos zonas» y sin el selector Zona Tienda.	6.5
Concepto sin hallazgos abiertos	No aparece «Crear plan de acción». Con uno, lleva directo a su ficha; con varios, se elige en «¿Para qué hallazgo es el plan?».	6.4
Mejores tiendas: apagado o cupo agotado	Apagado, la sección no aparece. Mientras prepara: «Preparando el resumen...». Con el cupo agotado (20 por usuario y día): «Se ha llegado al máximo de resúmenes de hoy.».	6.4
Error al cargar	«No se ha podido cargar el benchmark», con «Reintentar» y «Volver».	Estados del canvas



B7 · Sin comparación posible. Lo que ve un proyecto cuyo sector todavía no tiene empresas suficientes. Ofrece «Ver mi evolución», con sus propias fichas sin tramo.

Estas reglas no dependen de una pantalla concreta: se aplican en toda la funcionalidad y son las que conviene comprobar al revisar.

**Del sector, solo el tramo**

Nunca el número de empresas, medias, medianas, cuartiles, percentiles, rangos ni umbrales, ni redondeados, ni en pantalla ni en los datos que recibe la pantalla.

**Anonimato en cada periodo**

El tramo solo se da si hay al menos 5 empresas del sector en ese periodo y en cada trimestre suelto. Si no, «Sin comparación con el sector», sin decir cuántas faltan.

**Ninguna simulación que revele umbrales**

No hay mensajes del tipo «si arreglas X pasas a tramo medio». La posición de una burbuja dentro de su casilla no significa nada, y el mapa lo dice.

**El estado lo deciden reglas, no un modelo**

Tramo, tendencia y estado salen de reglas fijas y explicables. Take AI no interviene en ellos.

**Cada persona ve solo lo suyo**

Todo va con el alcance del contacto: un jefe de zona solo ve sus tiendas. Las citas de visitas no llevan nada del shopper: fecha, tienda y texto.

**Solo hallazgos publicados**

Lo que la gestora no ha publicado no aparece en esta pantalla.

**Take AI, apagado por defecto**

«Lo que hacen tus mejores tiendas» solo existe si se enciende, se pide con un botón, tiene cupo y solo usa datos del propio cliente.

**El color nunca va solo**

«Mejorar», «Vigilar» y «Bien» llevan siempre su texto, y hay leyenda visible.

Estas son las decisiones que todavía están abiertas y en las que vuestra experiencia con los clientes es la que manda. Hay espacio para anotar la respuesta.

P1 ¿Cuándo decimos que un concepto «empeora»?

La regla construida pide un cambio de 5 puntos o más (y claro con las visitas), así que -2 y -3 salen «estable». Las pantallas aprobadas, en cambio, ponen Venta cruzada (-2) y Tiempo de espera (-3) en «Empeora» y la leyenda dice «baja 2+ pts». ¿Qué umbral manda?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P2 ¿Enseñamos el trimestre en curso?

El cálculo solo usa trimestres cerrados (hoy el último sería 2T 2026), pero las pantallas llegan a 3T 2026, que aún está en curso. ¿Preferís cifras que no se mueven o ver el trimestre actual aunque cambie?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P3 ¿Dónde van las pestañas «Frente al sector | Dentro de tu red»?

La versión construida las pone encima de la barra del mapa y de las fichas; las pantallas aprobadas del mapa no las tienen y hoy a la red se llega desde el concepto. ¿Las añadimos a Mapa y Fichas?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P4 ¿Qué hacemos con los sectores que no llegan al mínimo?

Con los datos de hoy solo Retail y Hostelería tienen conceptos comparables; Inmobiliaria, Gran Consumo, Financiero y el resto saldrían «Sin comparación con el sector». ¿Les ofrecemos la pantalla solo con su evolución, o esperamos a tener más empresas?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P5 ¿Quién decide el sector de cada proyecto nuevo?

Un proyecto nuevo no se compara hasta que alguien de Take A Tip confirma su sector y que no es de competencia, un estudio, interno o una demo. ¿Quién lo hace y en qué momento del alta del proyecto?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

Lista de comprobación para la revisión

- | | |
|---|--|
| ☐ ¿Se entiende cada pantalla sin explicación previa? | ☐ ¿«Tramo bajo, medio y alto» es como lo explicaríais al cliente? |
| ☐ ¿«Mejorar», «Vigilar» y «Bien» encajan con lo que haríais vosotras con cada concepto? | ☐ ¿Algún cliente podría deducir datos de otra empresa con lo que se enseña? |
| ☐ ¿El mapa de prioridades se entiende, o preferiríais las fichas como vista inicial? | ☐ Para un jefe de zona, ¿«Tu red» debería decir «Tus tiendas»? |
| ☐ ¿Sobra algo que no usaríais nunca, o falta algo que hoy prepararíais a mano para el cliente? | ☐ ¿El detalle de un concepto le dice al cliente qué cambiar y en qué tiendas? |

Las pantallas aprobadas están en el canvas de diseño «Take AI · Rediseño de pantallas», página «Benchmark v2 (aprobado)». Todos sus estados (34 pantallas: cargando, error, citas, cupo agotado, jefe de zona...) están en el canvas «Take AI — Frente al sector». Las marcadas con ★ aparecen en este documento.

CÓDIGO	PANTALLA	QUIÉN	FORMATO
BV1-A ★	Vista Mapa (selector Mapa Fichas)	Dirección, jefe de zona	Escritorio
BV1-A ★	Vista Mapa en móvil	Dirección	Móvil
BV1-B ★	Vista Fichas	Dirección, jefe de zona	Escritorio
BV2 ★	Detalle del concepto · Cierre de venta	Dirección, jefe de zona	Escritorio
BV2 ★	Detalle del concepto en móvil	Dirección	Móvil
BV3 ★	Dentro de tu red · tus tiendas y zonas	Dirección, jefe de zona	Escritorio
BV4 ★	Selector de periodo	Dirección, jefe de zona	Escritorio
B7 ★	Sin suficientes empresas (vacío)	Cliente	Escritorio
T09-01 a 34	Todos los estados del flujo, también periodo, red y elegir hallazgo en móvil	Cliente	Escritorio y móvil

La primera versión, sustituida

Las pantallas B7 «Frente al sector» (escritorio y móvil) eran una lista estática, sin elegir periodo ni bajar al detalle, y el responsable de producto la veía poco útil. Aprobó en su lugar esta versión («Benchmark v2»), que solo enseña el tramo; de la B7 solo se mantiene la pantalla vacía.