

Búsqueda inteligente en Rankings

El cliente escribe lo que quiere ver como lo diría, Take AI lo convierte en los filtros de Rankings que ya existen y, con un clic, explica por qué una tienda sale donde sale.

VERSIÓN

v1 · borrador

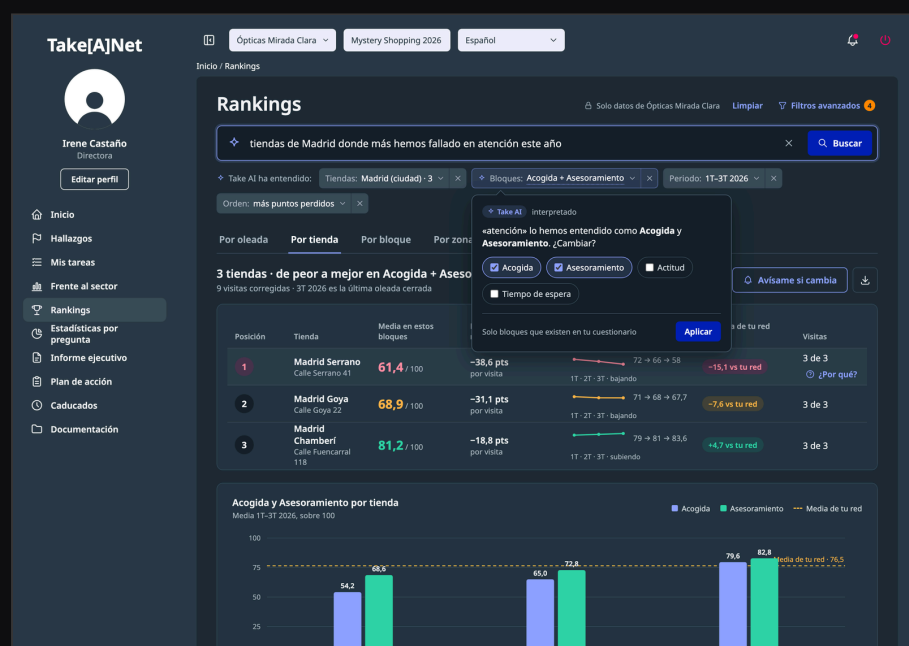
FECHA

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 convierte una frase en filtros	La lógica, los chips y los avisos
5	El recorrido completo	Diagrama y pasos, de la frase al aviso
6	Pantallas clave	Seis pantallas anotadas
7	Casos especiales	Dudas, palabras que no existen, permisos, errores y avisos
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.

La **búsqueda inteligente** es una caja de texto encima de Rankings. El cliente escribe lo que quiere ver con sus palabras, por ejemplo *“tiendas de Madrid donde más hemos fallado en atención este año”*, y Take AI lo traduce a los filtros de Rankings que ya existen. El ranking de siempre se filtra y lo entendido queda a la vista como filtros que se pueden cambiar. Take AI no escribe respuestas ni cifras y no charla: **filtra**.



Qué hace

Convierte una frase en **tiendas, bloques, periodo y orden**, eligiendo solo entre opciones que existen en el proyecto. Si duda, pregunta; si una palabra no existe, lo dice.



Para quién

Las personas del **cliente** que entran en Rankings: **dirección** ve toda la red; cada **jefe de zona**, solo sus tiendas. En escritorio y en móvil.



Qué cambia

Llegar al ranking que se busca sin aprender el panel de filtros. Y dos pasos más: **«¿Por qué?»** enseña la evidencia y **«Avísame si cambia»** deja un aviso para no tener que volver a mirar.

Un ejemplo de principio a fin

4

filtros a partir de una frase, en el ejemplo de las pantallas.

De una frase a cuatro filtros

«tiendas de Madrid» → **Tiendas: Madrid (ciudad)**; «más hemos fallado» → **Orden: más puntos perdidos**; «atención» → **Bloques: Acogida + Asesoramiento**, marcado como interpretado; «este año» → **Periodo: 1T-3T 2026**. Según el tablero de diseño, hoy haría falta tocar a mano «Filtros → Nivel, Tienda ×3, Bloque ×2, Oleadas ×3, Orden».

En una frase

El cliente escribe, Take AI propone los filtros y los enseña, el cliente decide qué se queda, y las cifras son siempre las del ranking de siempre.

Hoy Rankings tiene cuatro vistas (Por oleada, Por tienda, Por bloque y Por zona) y un panel de filtros con muchos campos: oleadas, tienda, bloque, pregunta, atributo, nivel, fechas, turno, día de la semana, técnico y agrupar. El diseño parte de que es potente pero pocos clientes lo usan. La búsqueda pone delante una sola caja y deja el panel para quien lo prefiera.

HOY

Hay que conocer los filtros

Para ver las tiendas de Madrid que peor van en atención hay que saber qué filtro es cada cosa y dónde está.

Muchos clics

Nivel, tres tiendas, dos bloques, tres oleadas y el orden, uno a uno.

Un número sin explicación

El ranking dice qué tienda va peor, pero no por qué.

Volver a mirar

Para saber si una tienda empeora hay que entrar cada vez.

CON LA BÚSQUEDA

Se escribe como se habla

Una frase basta. Take AI elige entre las tiendas, los bloques y las oleadas del proyecto.

Filtros ya puestos y a la vista

Lo entendido aparece como chips. Cada chip es un filtro normal: se cambia o se quita con un clic.

«¿Por qué?»

Las preguntas que más puntos quitan, lo que contó el shopper y el hallazgo relacionado de Take AI.

«Avísame si cambia»

La búsqueda se guarda como aviso y llega por la campana y por correo cuando una visita cerrada cumple la condición.

Qué gana cada parte

TAKE A TIP

Que el cliente use de verdad los datos que ya le entregamos, sin tener que enseñarle el panel de filtros.

DIRECCIÓN DEL CLIENTE

Encuentra dónde se pierden puntos en segundos, entiende por qué y se entera si algo empeora.

JEFE DE ZONA

Busca dentro de sus tiendas con las mismas palabras, sin ver nada que no le corresponda.

Es una funcionalidad del cliente. Take AI solo traduce la frase; las personas del cliente deciden qué filtros se quedan y qué avisos se crean.

- 

Take AI

Lee la frase y elige entre las opciones que existen: niveles, tiendas, bloques, preguntas, oleadas, métricas y orden. Marca lo que ha interpretado, pregunta cuando duda y dice cuándo una palabra no existe. **Propone filtros; nunca escribe cifras ni respuestas.**

Dentro de la caja de búsqueda
- 

Dirección del cliente

En el ejemplo, Irene Castaño, directora: ve toda la red (16 tiendas en 2 zonas). Busca, resuelve las dudas, cambia o quita chips, abre «¿Por qué?» y crea avisos eligiendo quién los recibe.

Escritorio y móvil · tema oscuro Pantallas 6.1–6.6
- 

Jefe de zona

En el ejemplo, Jorge Almagro, Zona Centro-Norte: busca igual, pero solo dentro de las 8 tiendas que le dan sus permisos. Si pide algo de fuera, la búsqueda se lo dice («Solo ves tus tiendas»). Puede recibir avisos.

Escritorio · tema oscuro Sección 7
- 

Destinatarios de un aviso

Contactos del cliente que quien crea el aviso añade. Solo pueden recibirlo si ven todas las tiendas del aviso: en el ejemplo, Lucía Ferrer (Sur-Levante) no puede recibir uno de Madrid.

Campana y correo
- 

Jefa de tienda

No usa la búsqueda. Desde «¿Por qué?» se le puede crear una tarea («Crear tarea para Marta Ríos (jefa de tienda)»), que sigue en el flujo de hallazgos.

Flujo de hallazgos
- 

Gestora de Take A Tip

No interviene en la búsqueda del cliente. El tablero apunta que el mismo mecanismo serviría para la gestora con otros filtros, por ejemplo “*visitas de 3T sin corregir de Ópticas Mirada Clara*”; no está diseñado todavía.

Sin pantallas en este diseño

MS

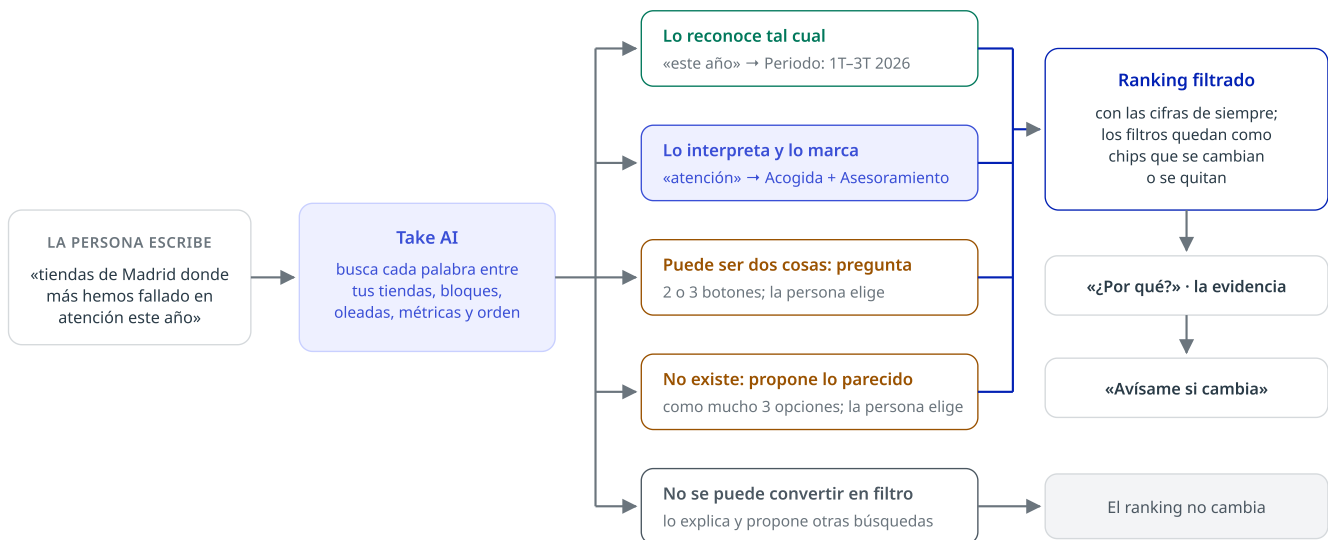
Mystery shopper

Sus respuestas y comentarios son la evidencia de «¿Por qué?». **Nunca se muestra su nombre ni su identificador:** cada cita lleva solo la visita, la fecha y la pregunta.

Sin cambios en su trabajo

4 Cómo convierte una frase en filtros

Take AI lee la frase palabra a palabra y, para cada una, solo tiene cinco salidas posibles. Todo lo que acaba en el ranking es un filtro de los de siempre.



Qué hace Take AI con cada palabra de la frase. Verde: filtro reconocido tal cual; azul Take AI: filtro interpretado (lleva estrella y subrayado); naranja: Take AI pregunta y la persona elige; gris: no se convierte en filtro y se explica por qué.

Cómo se ven los filtros



Cómo vive un aviso

Un aviso nace de una búsqueda con «Avísame si cambia». Queda **Activo** y se puede pausar (**Pausado**), reanudar, editar o eliminar desde «Mis avisos». Cada vez que una visita cerrada deja una tienda por debajo del umbral, salta: llega «Aviso de Rankings:» a la campana y por correo, y al pulsarlo se abre Rankings con los filtros del aviso.

Conceptos

TÉRMINO	QUÉ SIGNIFICA
Búsqueda	La frase que escribe la persona en la caja «Buscar en rankings». Take AI la convierte en filtros; no la contesta.
Chip	Un filtro de Rankings mostrado como etiqueta: tiendas, bloques, periodo, orden, vista, día o condición. Es el mismo filtro que en «Filtros avanzados» y en el enlace de la página.
Interpretado	Un chip que Take AI ha deducido sin que la palabra coincida con un filtro, como «atención» → Acogida + Asesoramiento. Siempre marcado y siempre cambiable.
Duda	Cuando una palabra encaja con varias opciones («Madrid»: la ciudad o la Zona Centro-Norte) o con ninguna («cierre»). Take AI pregunta con 2 o 3 botones.
Reconociendo	Mientras se escribe, una línea enseña los chips provisionales y cuántas tiendas coinciden. El ranking no cambia hasta pulsar Enter o «Buscar».
Media de tu red	La media del propio cliente en los mismos bloques y periodo, para comparar cada tienda. Nunca incluye a otras empresas (ver P3).
¿Por qué?	Panel con la evidencia de una tienda: las preguntas que más puntos le quitan, lo que contó el shopper y el hallazgo relacionado.
Aviso	Una búsqueda guardada con una condición: avisar cuando alguna tienda baje de un umbral, al cerrar cada visita o en un resumen semanal.
Recientes	Las cinco últimas búsquedas de cada persona. Solo las ve ella.

Qué se guarda y a quién se avisa

ACCIÓN	QUÉ SE GUARDA	A QUIÉN SE AVISA
Buscar	La búsqueda reciente de la persona: frase, filtros resultantes y fecha.	Nadie
Cambiar o quitar un chip	Los filtros actuales, en el enlace de la página como hoy.	Nadie
Crear un aviso	Tiendas, bloques, umbral, frecuencia, destinatarios, quién lo creó y si está activo.	A cada persona añadida: «Irene Castaño te ha añadido a un aviso de Rankings»
Visita cerrada que cumple el aviso	Qué aviso saltó, en qué tienda, con qué nota y en qué visita.	Destinatarios con permiso sobre esa tienda, por campana y correo (o en el resumen semanal)

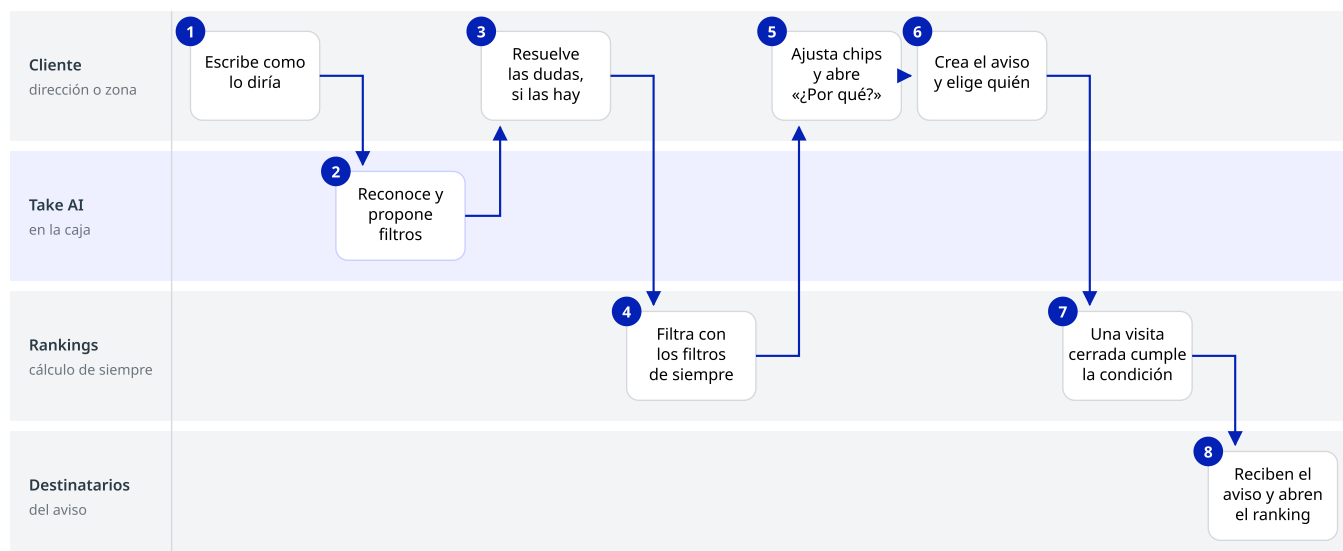
ACCIÓN	QUÉ SE GUARDA	A QUIÉN SE AVISA
Crear tarea desde «¿Por qué?»	Lo guarda el flujo de hallazgos.	La jefa de tienda

Nunca se guarda ni se envía ningún dato del shopper ni de otras empresas.

5 El recorrido completo

FLUJO

Así va una búsqueda desde que se escribe hasta que, días después, un aviso devuelve a la persona al ranking. Cada carril es un actor; cada número es un paso y remite a la pantalla que lo muestra.



Las cifras salen siempre del cálculo de siempre de Rankings; Take AI solo pone los filtros. El aviso salta por visitas nuevas, no por los datos que ya existían al crearlo.

Paso a paso

- 1

CLIENTE
Abre Rankings y escribe

RB2 · AI entrar
pantalla 6.1

La caja ya está lista con «Recientes» y «Prueba con». Escribe una frase como *“tiendas de Madrid donde más hemos fallado en atención este año”*.
- 2

TAKE AI
Reconoce y propone filtros

RB2 · Mientras escribes
pantalla 6.1

Mientras escribes, «Reconociendo:» enseña los chips provisionales y cuántas tiendas coinciden. Al pulsar Enter o «Buscar», propone los filtros definitivos.
- 3

CLIENTE
Resuelve las dudas

RB2 · Cuando duda
pantalla 6.1

Si «Madrid» puede ser la ciudad o la zona, o una palabra no existe, elige entre 2 o 3 botones. Lo que elige queda como chip normal, sin estrella: lo ha decidido la persona.

4	RANKINGS Filtra con los filtros de siempre La tabla y el gráfico son los de siempre, con los filtros puestos. En el ejemplo: Madrid Serrano 61,4, Madrid Goya 68,9 y Madrid Chamberí 81,2, frente a la media de su red (76,5).	RB1 · Rankings pantalla 6.2
5	CLIENTE Ajusta y pregunta por qué Cambia lo interpretado, quita un chip o pasa a «Filtros avanzados». Con «¿Por qué?» ve qué preguntas hunden a una tienda y qué contó el shopper.	RB1 · RB3 pantallas 6.2 y 6.3
6	CLIENTE Crea un aviso «Avísame si cambia» abre el aviso ya relleno con la búsqueda. Decide el umbral, cuándo avisar y quién lo recibe, y pulsa «Crear aviso».	RB3 · Crear aviso pantalla 6.4
7	RANKINGS Una visita cerrada cumple la condición Cuando una visita nueva deja una tienda por debajo del umbral, el aviso salta una vez por esa visita.	Sin pantalla en el tablero descrito en el flujo
8	DESTINATARIOS Reciben el aviso y abren el ranking Llega «Aviso de Rankings:» a la campana y por correo. Al pulsarlo se abre Rankings con los filtros del aviso.	Sin pantalla en el tablero descrito en el flujo

Estas seis pantallas recorren la funcionalidad: buscar, ver el resultado, entender el porqué, crear un aviso, el móvil y los casos límite. Todas son del cliente y usan el tema oscuro de TakeANet. Los datos son ficticios («Ópticas Mirada Clara · Mystery Shopping 2026», usuaria Irene Castaño, directora).

ESCRITORIO

1. **6.1** Al entrar, mientras escribes y cuando duda
2. **6.2** Rankings con la búsqueda aplicada
3. **6.3** ¿Por qué?
4. **6.4** Crear aviso
5. **6.6** Casos límite

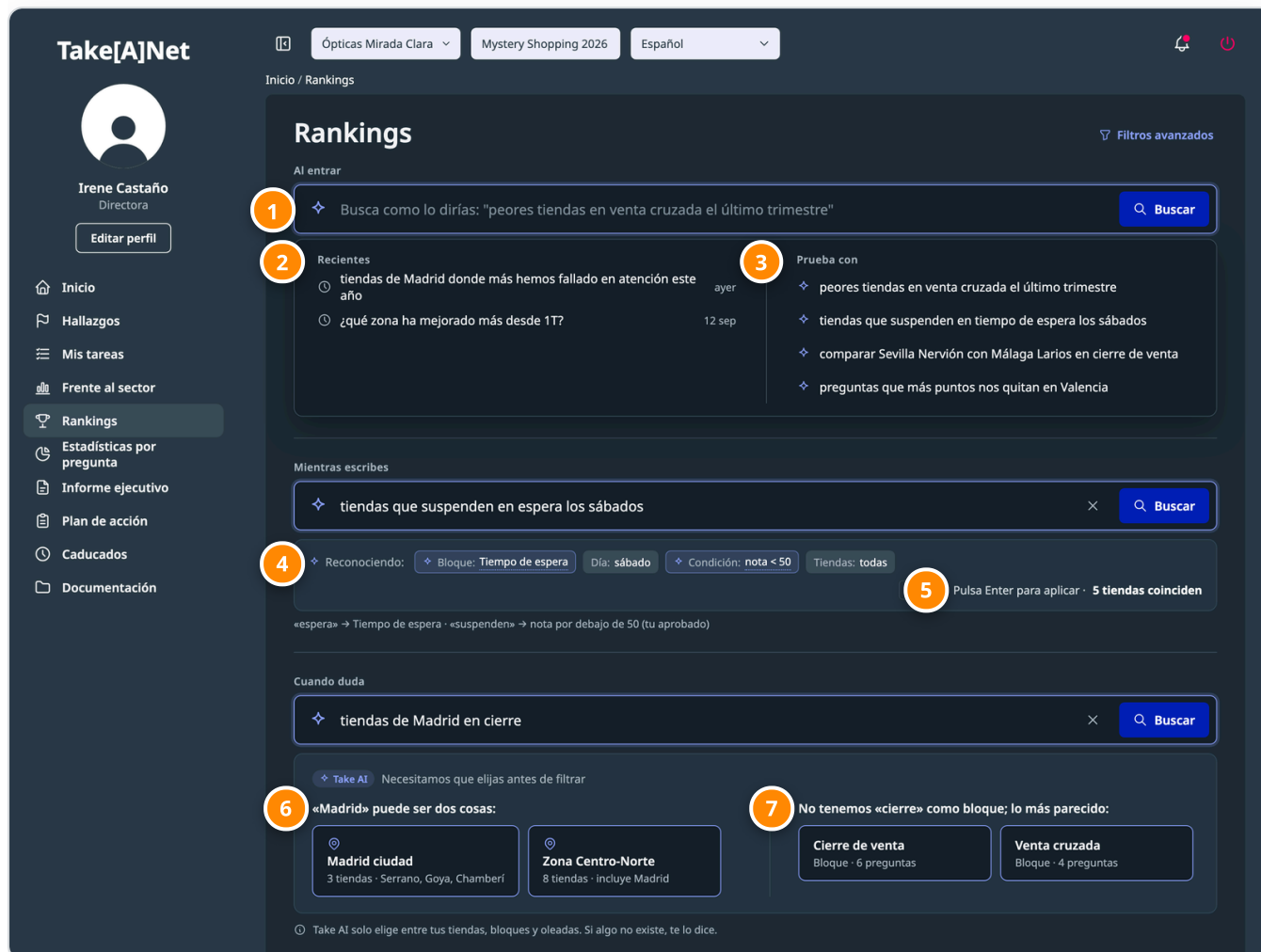
MÓVIL

1. **6.5** Buscar y resultado en el 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?, ¿falta algo que hoy usáis?, ¿sobra algo?

Los tres momentos antes del resultado, uno debajo de otro. Al entrar, la caja ayuda a empezar; mientras se escribe, enseña lo que va reconociendo; cuando duda, pregunta antes de filtrar.



- 1 **Una sola caja.** «Busca como lo dirías» con un ejemplo dentro. «Filtros avanzados» sigue arriba a la derecha para quien prefiera el panel.
- 2 **«Recientes».** Las últimas búsquedas de la persona, con su fecha («ayer», «12 sep»). Solo las ve ella.
- 3 **«Prueba con».** Frases de ejemplo para quien entra por primera vez.
- 4 **«Reconociendo».** Chips provisionales mientras escribe, y debajo qué palabra ha ido a qué filtro: «espera» → Tiempo de espera, «suspenden» → nota por debajo de 50 (tu aprobado).
- 5 **«Pulsa Enter para aplicar».** Con cuántas tiendas coinciden («5 tiendas coinciden»). Hasta entonces el ranking no cambia.
- 6 **«Madrid» puede ser dos cosas.** «Madrid ciudad» (3 tiendas · Serrano, Goya, Chamberí) o «Zona Centro-Norte» (8 tiendas · incluye Madrid).
- 7 **«No tenemos «cierre» como bloque».** Ofrece lo más parecido con su tamaño: «Cierre de venta» (6 preguntas) o «Venta cruzada» (4 preguntas). Al pie: «Take AI solo elige entre tus tiendas, bloques y oleadas».

El resultado. El ranking de siempre, filtrado por la frase, con lo entendido a la vista y fácil de corregir. Desde aquí se pasa a la evidencia o al aviso.

Take[A]Net

Inicio / Rankings

Rankings

1 Buscar

2 Take AI ha entendido: Tiendas: Madrid (ciudad) · 3 Bloques: Acogida + Asesoramiento Período: 1T-3T 2026 Orden: más puntos perdidos

3 **«atención» lo hemos entendido como Acogida y Asesoramiento. ¿Cambiar?**

4 Solo datos de Ópticas Mirada Clara

5 Limpiar

6 Por oleada **Por tienda** Por bloque Por...

7 **3 tiendas · de peor a mejor en Acogida + Asesoramiento**

9 visitas corregidas · 3T 2026 es la última oleada cerrada

Posición	Tienda	Media en estos bloques	Diferencia	Tendencia	Visitas
1	Madrid Serrano Calle Serrano 41	61,4 / 100	-38,6 pts por visita	72 → 66 → 58 1T · 2T · 3T · bajando	3 de 3
2	Madrid Goya Calle Goya 22	68,9 / 100	-31,1 pts por visita	71 → 68 → 67,7 1T · 2T · 3T · bajando	3 de 3
3	Madrid Chamberí Calle Fuencarral 118	81,2 / 100	-18,8 pts por visita	79 → 81 → 83,6 1T · 2T · 3T · subiendo	3 de 3

Acogida y Asesoramiento por tienda
Media 1T-3T 2026, sobre 100

■ Acogida ■ Asesoramiento --- Media de tu red

Tienda	Acogida	Asesoramiento	Media de tu red
Madrid Serrano	54,2	68,6	-
Madrid Goya	65,0	72,8	-
Madrid Chamberí	79,6	82,8	76,5

En las tres tiendas Acogida puntúa por debajo de Asesoramiento; en Madrid Serrano la diferencia es de 14,4 pts.

8 Búsquedas sugeridas: ¿Qué preguntas le quitan más puntos a Madrid Serrano? Comparar con Zona Sur-Levante Ver evolución desde 1T

1 La frase se queda en la caja. Se puede editar y volver a buscar.

2 «Take AI ha entendido:». Cuatro chips: Tiendas, Bloques, Período y Orden. Cada uno se cambia con su desplegable o se quita con la ×.

3 Cambiar la interpretación. Al pulsar el chip marcado: «atención» lo hemos entendido como Acogida y Asesoramiento. ¿Cambiar?», con casillas y «Aplicar». Solo ofrece bloques que existen en el cuestionario.

4 «Solo datos de Ópticas Mirada Clara». Recordatorio permanente de que la búsqueda no sale de la empresa.

- 5 **«Limpiar» y «Filtros avanzados».** Limpiar vuelve a los filtros de siempre; el panel avanzado muestra los mismos filtros, ya rellenados (el contador dice cuántos).
- 6 **Las vistas de siempre.** Por oleada, Por tienda, Por bloque y Por zona. La tabla añade puntos perdidos, evolución por oleada y la comparación con la media de tu red.
- 7 **«¿Por qué?» y «Avísame si cambia».** Los dos pasos siguientes (6.3 y 6.4). «¿Por qué?» también aparece en la fila de cada tienda.
- 8 **«Búsquedas sugeridas».** Siguiendo preguntas naturales, como «¿Qué preguntas le quitan más puntos a Madrid Serrano?».

La evidencia detrás del puesto de una tienda, sin salir de Rankings. Responde a qué preguntas se pierden los puntos, qué vio el shopper y si ya hay un hallazgo abierto.

Take[A]Net Inicio / Rankings

Rankings

tiendas de Madrid donde más hemos fallado en atención

Tiendas: Madrid (ciudad) - 3 Bloques: Acogida + Asesoramiento

Por oleada Por tienda Por bloque Por zona

¿Por qué? Avisame si cambia

Estado al pulsar «Avisame si cambia» Madrid Serrano

Crear aviso

Hemos rellenado el aviso con tu búsqueda. Cambia lo que quieras.

CONDICIÓN

Avisame cuando alguna tienda de Madrid (ciudad) baje de 70 en Acogida + Asesoramiento

Con los datos de 3T ya se cumpliría en 2 tiendas: Madrid Serrano (58) y Madrid Goya (67).

CUÁNDO AVISAR

☒ Al cerrar cada visita ☐ Resumen semanal

QUIÉN LO RECIBE

Irene Castaño Jorge Almagro Añadir persona...

Por correo y en la campaña de avisos.

Cancelar Crear aviso

¿Por qué? · Madrid Serrano

Acogida + Asesoramiento · 1T-3T 2026 · 3 visitas

Serrano 61,4 Goya 68,9 Chamberí 81,2

Pierde de media 38,6 pts en Acogida y Asesoramiento; va a peor desde 1T (72 → 58).

Calculado con las respuestas de las 3 visitas. La línea discontinua es la media de tu red (76,5).

Preguntas que más puntos le quitan

Cumplió Falló

¿Le saludaron al entrar con contacto visual y una sonrisa? -200 pts

0 de 100 pts en 2 de 3 visitas

Acogida

¿Le preguntaron para qué usaría las gafas antes de enseñarle monturas? -150 pts

0 de 75 pts en 2 de 3 visitas

Asesoramiento

¿Se presentó el asesor por su nombre? -50 pts

0 de 50 pts en 1 de 3 visitas

Acogida

Ver las 14 preguntas de estos bloques →

Lo que contó el shopper

«Las dos personas del mostrador siguieron hablando entre ellas.»

VIS-MC3T02 · 12 sep 2026 · ¿Le saludaron al entrar...?

Ver visita

«Tuve que acercarme yo al mostrador.»

VIS-MC3T02 · 12 sep 2026 · ¿Se presentó el asesor...?

Ver visita

«Nadie levantó la vista hasta que pregunté por unas lentillas.»

VIS-MC2T04 · 19 jun 2026 · ¿Le saludaron al entrar...?

Ver visita

Hallazgo relacionado

No saludan al entrar

Reaparece · falló en 2T y 3T Actitud 3 Imagen + Take AI

-100 pts en la última visita · 2 preguntas

Ver hallazgo →

+ Crear tarea para Marta Ríos (jefa de tienda) Buscar en otra tienda

1 Qué se está explicando. «¿Por qué? · Madrid Serrano», con los bloques, el periodo y las visitas en que se basa.

3 El resumen en una frase. «Pierde de media 38,6 pts en Acogida y Asesoramiento; va a peor desde 1T (72 → 58)», con su evolución y la media de la red.

2 Cambiar de tienda sin cerrar el panel: Serrano 61,4, Goya 68,9, Chamberí 81,2.

4 «Preguntas que más puntos le quitan». Por ejemplo, «¿Le saludaron al entrar con contacto visual y una sonrisa?»: 0 de 100 pts en 2 de 3 visitas. Enlace a las 14 preguntas de esos bloques.

- 5 «Lo que contó el shopper». La frase literal con visita, fecha y pregunta, nunca su nombre. «Ver visita» está pendiente de decidir (P2).
- 6 «Hallazgo relacionado». «No saludan al entrar», que reaparece (falló en 2T y 3T), con «Ver hallazgo →».
- 7 **Actuar desde aquí.** «Crear tarea para Marta Ríos (jefa de tienda)» (ver P5) o «Buscar en otra tienda».

Convertir la búsqueda en algo que vigila sola. El aviso llega relleno con lo que se buscaba; la persona solo revisa y decide.

Crear aviso ✕

1 Hemos rellenado el aviso con tu búsqueda. Cambia lo que quieras.

CONDICIÓN

2 Avísame cuando alguna tienda de Madrid (ciudad) ▼ baje de

70 en Acogida + Asesoramiento ▼

3 ⚠ Con los datos de 3T ya se cumpliría en 2 tiendas: Madrid Serrano (58) y Madrid Goya (67).

CUÁNDO AVISAR

4 ☒ Al cerrar cada visita ☐ Resumen semanal

QUIÉN LO RECIBE

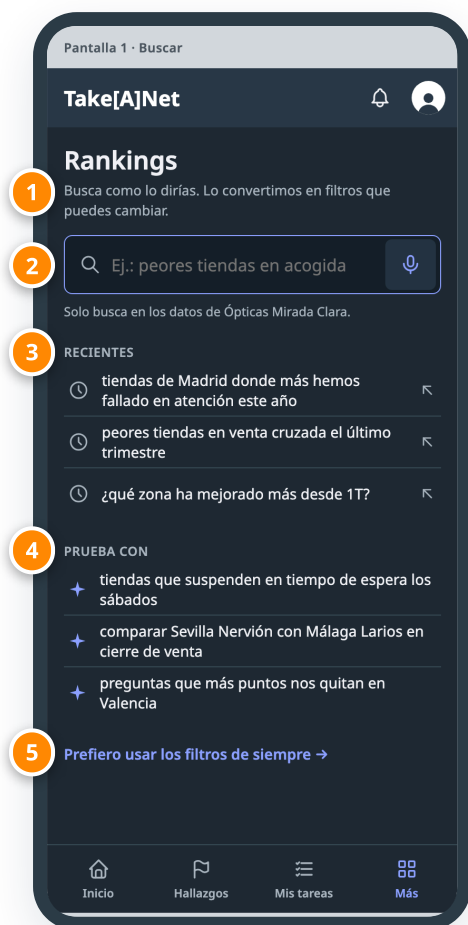
5 Irene Castaño ✕ Jorge Almagro ✕ Añadir persona...

Por correo y en la campana de avisos.

6 Cancelar Crear aviso

- 1 «Hemos rellenado el aviso con tu búsqueda». Todo se puede cambiar.
- 2 La condición en una frase. «Avísame cuando alguna tienda de Madrid (ciudad) baje de 70 en Acogida + Asesoramiento». El umbral es un número entero de 0 a 100.
- 3 Si ya se cumple, lo dice. «Con los datos de 3T ya se cumpliría en 2 tiendas: Madrid Serrano (58) y Madrid Goya (67)». No se envía nada por esos datos; solo por visitas nuevas.
- 4 «Cuándo avisar». «Al cerrar cada visita» o «Resumen semanal» (los lunes).
- 5 «Quién lo recibe». Personas del cliente que ven todas esas tiendas. Llega «Por correo y en la campana de avisos».
- 6 «Crear aviso». Si el umbral o un destinatario no valen, lo dice en su sitio y el botón no se activa. Al crear, el botón de Rankings pasa a «Aviso activo».

Lo mismo en el bolsillo. La caja ocupa la pantalla con ejemplos, el resultado se lee en tarjetas y «¿Por qué?» y «Avísame» quedan siempre a mano abajo.



Buscar



Resultado

- 1 «Busca como lo dirías». «Lo convertimos en filtros que puedes cambiar».
- 2 Caja con micrófono para dictar, y debajo «Solo busca en los datos de Ópticas Mirada Clara».
- 3 «Recientes» de la persona.
- 4 «Prueba con»: frases de ejemplo.
- 5 «Prefiero usar los filtros de siempre →». La salida al panel clásico.
- 6 La frase y «Editar».
- 7 Chips en una fila deslizable y la línea «atención» interpretado como Acogida + Asesoramiento».
- 8 Una tarjeta por tienda: nota media, puntos perdidos, diferencia con la red y evolución 1T → 3T.
- 9 «Ver como tabla o por oleada →».
- 10 «¿Por qué?» y «Avísame» fijos al pie.

Lo que ve la persona cuando la frase no se puede convertir en filtros, o se convierte en algo distinto de un ranking. Siempre explica por qué y ofrece un camino.

Búsqueda en Rankings · casos límite

Qué ve Irene cuando la frase no se puede convertir en filtros, o se convierte en algo distinto de un ranking.

5 Nunca inventa datos; solo elige entre filtros que existen.

1 · Sin resultados La frase se entiende, pero no hay tiendas que encajen.

2 · Fuera de lo que puede responder Pide un dato que TakeANet no tiene.

3 · Pide datos de otros Privacidad: solo datos de tu empresa.

4 · Comparar La frase pide dos tiendas cara a cara: la vista cambia a comparar.

1 No tienes tiendas en Canarias en este proyecto.
En «Mystery Shopping 2026» hay 16 tiendas en 2 zonas: Centro-Norte y Sur-Levante. Hemos entendido «peor acogida» y lo guardamos por si quieres probar en otra zona.
PUEDES
[Ver todas tus zonas](#) [Buscar en otro proyecto](#)

2 Rankings solo tiene resultados de las visitas. Las ventas no están en TakeANet.
Si podemos ordenar tus tiendas por cómo venden durante la visita: prueba de producto, cierre de venta y venta cruzada.
PRUEBA CON
[peores tiendas en cierre de venta](#) [quién ofrece más venta cruzada](#)
[tiendas que más han mejorado desde 1T](#)

3 No mostramos datos de otras empresas. En «Frente al sector» ves tu tramo en cada concepto.
El tramo (bajo, medio o alto) se calcula con el sector de forma agregada; nunca verás notas ni nombres de otras marcas.
[Ir a Frente al sector →](#) [comparar mis zonas entre sí](#)

4 Comparar La frase pide dos tiendas cara a cara: la vista cambia a comparar.

comparar Sevilla Nervión con Málaga Larios en cierre de venta

Tiendas: Sevilla Nervión, Málaga Larios x Bloque: Cierre de venta x

+ Vista: comparar x

Cierre de venta · 1T-3T 2026

Tienda	1T	3T	Diferencia
Sevilla Nervión	54,0	49	-5
Málaga Larios	71,5	74	+2,5

Diferencia: 17,5 pts

Media sobre 100 · 3 visitas por tienda · media de tu red 63,0

[¿Por qué? →](#)

- 1 Sin resultados.** «No tienes tiendas en Canarias en este proyecto». Recuerda qué zonas hay y guarda lo entendido («peor acogida»).
- 2 Fuera de lo que puede responder.** «Las ventas no están en TakeANet». Propone búsquedas de visita equivalentes: cierre de venta, venta cruzada.
- 3 Datos de otras empresas.** «No mostramos datos de otras empresas» y lleva a «Frente al sector», donde solo se ve el tramo.
- 4 Comparar.** La frase pide dos tiendas cara a cara y la vista cambia a comparar (chip interpretado «Vista: comparar»).
- 5 La garantía, a la vista.** «Nunca inventa datos: solo elige entre filtros que existen».

El recorrido de la sección 5 es el caso normal. Estos son los desvíos previstos en el diseño y cómo se resuelve cada uno. Los marcados «descrito» están en el documento del flujo, sin pantalla propia en el tablero aprobado.

SITUACIÓN	QUÉ PASA	DÓNDE SE VE
Una palabra puede ser dos cosas	Pregunta con 2 o 3 botones grandes y no filtra hasta que se elige. Lo elegido queda como chip normal.	6.1
La palabra no existe	Lo dice y propone como mucho tres opciones parecidas. Nunca la sustituye en silencio.	6.1
Frase sin filtros	«No hemos encontrado ningún filtro en esta frase.» El ranking no cambia.	Descrito
Sin resultados	Explica que no hay tiendas que encajen y conserva lo entendido.	6.6
Pide algo que no está en TakeANet	Lo dice (por ejemplo, las ventas) y propone búsquedas de visita parecidas.	6.6
Pide datos de la competencia	Nunca muestra datos de otras empresas; lleva a «Frente al sector», con el tramo agregado.	6.6
Busca fuera de sus tiendas	Un jefe de zona lee «Solo ves tus tiendas: Zona Centro-Norte · 8 tiendas.» y no aparece ninguna nota de fuera. Se le ofrece la misma búsqueda en sus tiendas y a quién pedir acceso.	Descrito
Take AI falla o tarda	Aviso de error, la frase se conserva y los filtros de siempre funcionan, con «Reintentar».	Descrito
Take AI está apagado	La caja no aparece y Rankings queda como hoy, sin hueco.	Descrito
Sin conexión	Banner «Sin conexión»; lo ya cargado sigue visible y «Buscar» espera a la red.	Descrito
Tienda con pocas visitas	La columna Visitas dice, por ejemplo, «1 de 3» y la fila lleva «Pocas visitas». No se oculta.	Descrito
Quitar un chip o limpiar por error	El cambio es inmediato y ofrece «Deshacer» hasta la siguiente acción.	Descrito
Aviso no válido	Umbral fuera de 0–100 o destinatario sin permiso sobre esas tiendas: error en el campo y «Crear aviso» desactivado.	6.4
Ese aviso ya existe	«Ya tienes este aviso», con enlace a «Mis avisos». No se duplica.	Descrito

SITUACIÓN	QUÉ PASA	DÓNDE SE VE
Otra persona cambió el aviso	«Este aviso ha cambiado mientras tanto. Recarga para ver la versión actual; lo que has escrito sigue aquí.»	Descrito

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



Solo elige, no inventa

Take AI solo elige entre opciones que existen en el proyecto del cliente. No escribe cifras ni respuestas y no charla: las cifras son las del ranking de siempre.



Te enseña lo que ha entendido

Todo lo interpretado lleva estrella y subrayado y se puede cambiar. Lo que la persona escribe literal o elige en una duda no se marca.



Nunca adivina en silencio

Si una palabra tiene más de un significado, pregunta con 2 o 3 botones. Si no existe, lo dice y propone como mucho tres opciones.



Los chips son los filtros de siempre

Los mismos que «Filtros avanzados» y que el enlace de la página. Se comparten y se descargan igual.



Solo tus datos y tus tiendas

Solo datos de la propia empresa y de las tiendas que cada persona ve por sus permisos. Nunca datos de otras empresas.



Privacidad del shopper

Las citas llevan visita, fecha y pregunta, sin nombre ni identificador del colaborador. Nunca se guarda ni se envía ningún dato suyo.



Nada bloquea

Si Take AI falla o tarda, Rankings y sus filtros siguen funcionando y la frase se conserva. Si está apagado, la caja desaparece sin dejar hueco.



Avisos sin sorpresas

Se avisa solo por visitas nuevas, una vez por visita que deja una tienda por debajo del umbral, y solo a quien ve esas tiendas.



Lenguaje concreto

Textos que dicen qué pasa, sin probabilidades ni «puede que».

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 debe saltar un aviso?

Hoy el diseño solo avisa cuando una tienda baja del umbral. ¿Os interesa también cuando sube o se recupera? ¿Y el umbral se mira tienda a tienda o sobre la media del grupo?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P2 ¿Qué abre «Ver visita» en lo que contó el shopper?

En «¿Por qué?» cada cita del shopper lleva «Ver visita». ¿Debe abrir el informe de esa visita al cliente? Hay que confirmar que no deja ver datos del shopper; en el móvil se ha quitado hasta decidirlo.

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P3 ¿Con qué media se compara un jefe de zona?

La tabla compara cada tienda con la «media de tu red». Para un jefe de zona que solo ve sus tiendas, ¿es la media de sus tiendas o la de toda la red del cliente?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P4 ¿Cuánto tiempo guardamos las búsquedas recientes?

Cada persona ve sus cinco últimas búsquedas, solo ella. ¿Cuánto tiempo deben guardarse? ¿Debe poder borrarlas?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

P5 ¿Qué crea «Crear tarea» desde «¿Por qué?»?

El panel ofrece «Crear tarea para Marta Ríos (jefa de tienda)». ¿Debe crear un plan de acción dentro del hallazgo relacionado o una tarea suelta?

Escribe aquí tu respuesta. Se guarda sola.

Otros detalles abiertos del diseño

- El cuadro de «Cambiar» ofrece «Actitud» como bloque, pero Actitud es una causa de los hallazgos, no un bloque del cuestionario.
- ¿La caja de búsqueda aparece en las cuatro vistas (Por oleada, Por bloque, Por zona) o solo una vez encima de todas?
- ¿El correo del aviso incluye la nota o solo el enlace al ranking?
- En el móvil, ¿qué pasa si la persona no da permiso al micrófono para dictar?
- Las cifras de ejemplo no coinciden del todo entre pantallas (Madrid Goya: «71 → 68 → 67,7» en 6.2 y «70 → 67» en 6.3 y en el móvil) y el hallazgo relacionado sale «En curso» con -100 pts, mientras la historia común lo deja reabierto y en disputa. Son datos ficticios; se igualarán.

Lista de comprobación para la revisión

- | | |
|--|--|
| ☐ ¿Se entiende cada pantalla sin explicación previa? | ☐ ¿Las frases de ejemplo («Prueba con») son las que vuestros clientes escribirían? |
| ☐ ¿Se ve claro qué ha interpretado Take AI y cómo cambiarlo? | ☐ ¿Las preguntas de duda («¿Madrid ciudad o Zona Centro-Norte?») resultan cómodas y no molestan? |
| ☐ ¿El panel «¿Por qué?» da lo necesario para actuar sobre una tienda? | ☐ ¿Los mensajes de los casos límite (sin resultados, ventas, competencia, permisos) son los que daríais al cliente? |
| ☐ ¿El aviso «Avísame si cambia» se entiende y se crea sin ayuda? | ☐ ¿Hay algún cliente para el que esto no encajaría? ¿Por qué? |

Las pantallas aprobadas están en el canvas de diseño «Take AI · Rediseño de pantallas», página «Búsqueda inteligente en Rankings». Las marcadas con ★ aparecen en este documento. El canvas «Take AI — Búsqueda inteligente en Rankings» las completa con todos sus estados.

CÓDIGO	PANTALLA	QUIÉN	FORMATO
RB0	Cómo funciona (documento del flujo, no es una pantalla)	Referencia	—
RB1 ★	Rankings con la búsqueda aplicada	Dirección, jefe de zona	Escritorio
RB2 ★	Al entrar, mientras escribes y cuando duda	Dirección, jefe de zona	Escritorio
RB3 ★	¿Por qué? y crear aviso	Dirección, jefe de zona	Escritorio
RB4 ★	Móvil: buscar y resultado	Dirección, jefe de zona	Móvil
RB5 ★	Casos límite	Dirección, jefe de zona	Escritorio

Estados completados en el canvas de la funcionalidad

GRUPO	PANTALLAS
Buscar	Al entrar · Mientras escribes · Interpretando · Duda: Madrid ciudad o zona · Cuando duda y la palabra no existe
Resultado	Ranking filtrado · Cambiar interpretación · Chip quitado y deshacer · Filtros avanzados rellenados · Limpiar
¿Por qué? y avisos	Panel ¿Por qué? · Crear aviso · Validación · Aviso creado · Mis avisos · Aviso en la campana · Ranking abierto desde el aviso
Casos límite	Sin resultados · Fuera de alcance · Datos de otras empresas · Comparar · Error del servicio · Take AI apagado · Sin permiso de zona · Frase sin filtros
Móvil	Buscar · Escribiendo · Duda · Resultado · ¿Por qué? · Crear aviso