



7 prácticas recomendadas para la inteligencia de negocios móvil

Por Ellie Fields, directora sénior de administración de productos

Inteligencia de negocios móvil

La inteligencia de negocios móvil pone los datos en el lugar donde se realiza el trabajo: charlas de pasillo, visitas a sitios, y conversaciones con clientes y socios. Los beneficios potenciales son enormes. En cierta forma, la BI móvil es el cumplimiento de la promesa de la BI: la capacidad de tomar decisiones a partir de los datos, desde cualquier lugar.

La BI móvil no solo amplía el “dónde”, sino también el “quién”. Ofrece la posibilidad de brindar acceso a los datos para toda la organización, desde vendedores, jefes de almacén, representantes de servicio, e incluso otros miembros que no suelen trabajar frente a un equipo informático. La capacidad de proporcionar análisis completos y dirigidos en los dispositivos móviles de las personas le permite poner los datos en manos de quienes buscan entender el contexto del negocio.

La inteligencia de negocios móvil promueve y amplía los aspectos de la inteligencia de negocios tradicional. Ahora se puede acceder a los análisis y modificarlos desde más dispositivos (teléfonos, tabletas, equipos portátiles...). También se pueden satisfacer necesidades más específicas (encontrar los datos de cierto cliente en una ubicación determinada, y no de todos los clientes). Y, principalmente, la situación de la persona que busca las respuestas es diferente. Cuando los usuarios se encuentran en su escritorio, es posible que estén explorando y analizando. Pero cuando acceden desde cualquier lugar con un dispositivo móvil, seguramente quieren encontrar una respuesta rápida para luego actuar en consecuencia. Buscan una experiencia compatible con su flujo de trabajo, para no perder tiempo obteniendo la respuesta deseada.

A medida que la BI evoluciona para incorporar dispositivos móviles, recuerde estas **siete prácticas recomendadas** para poder sacar partido de la inteligencia de negocios desde cualquier dispositivo:

1. Evitar la proliferación de dashboards.
2. Usar las prácticas recomendadas de visualización.
3. Considerar que el público puede estar en cualquier lugar.
4. Aprovechar el contexto.
5. Aprovechar las ventajas de los dispositivos móviles como herramientas sociales.
6. Mantener la seguridad y la integración.
7. Ofrecer acceso sin conexión.

Evitar la proliferación de dashboards.

La BI móvil es mucho más que tomar los dashboards e introducirlos en un teléfono. El truco consiste en adaptar la rueda, no en volver a crearla. A fin de cuentas, muchos de los dashboards que querrá usar son los mismos. La diferencia radica en la forma de utilizarlos cuando está en el escritorio o desde cualquier otro lugar.

Evite la trampa de la proliferación de dashboards. No es necesario recrear cada dashboard importante para cada dispositivo. Si bien hacerlo puede parecer una tarea fácil, requiere dedicar muchas horas al desarrollo de contenido y la administración de la canalización de datos. En cambio, puede adoptar un enfoque de “una sola creación, amplia distribución”. Así, podrá adaptar los dashboards existentes y ponerlos a disposición en los diferentes dispositivos relevantes.

Para poder adoptar esta práctica recomendada, debe encontrar una solución de inteligencia de negocios que admita la creación de dashboards y su distribución a distintos dispositivos. Por ejemplo, el software debe detectar los diferentes dispositivos y proporcionar el mejor formato para cada uno. Si su solución requiere la creación de un nuevo dashboard y una nueva canalización de datos para cada dispositivo, perderá mucho tiempo solucionando las discrepancias inevitables entre las distintas fuentes. Si adapta los dashboards en lugar de volver a crearlos, puede ahorrar mucho tiempo y eliminar las dificultades de mantenimiento.

Para obtener
más información,
lea nuestra
publicación del blog
sobre **diseño** de un
dashboard móvil.



Entonces, ¿cómo puede adaptar los dashboards para dispositivos móviles en lugar de crear nuevos? Utilice las prácticas recomendadas de visualización y recuerde que el público es moderno.

Usar las prácticas recomendadas de visualización.

El tamaño de visualización de las tabletas es mayor que el de los teléfonos, pero menor que el de las pantallas de equipos de escritorio. Los teléfonos tienen todavía menos espacio de pantalla. Estas diferencias tienen un efecto significativo en la manera en que las personas ven los datos e interactúan con ellos.

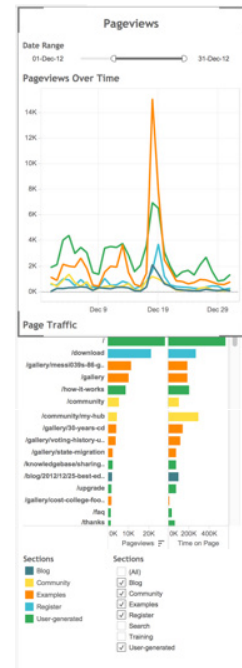
El secreto radica en usar el espacio de manera inteligente. Si conoce las reglas principales, descubrirá que, incluso en una pantalla pequeña, dispone de muchísimo espacio para mostrar los datos.

A continuación, se indican algunos consejos para la publicación de contenido en el espacio limitado de una tableta:

1. Incluya lo más importante en la parte superior izquierda. De manera natural, los usuarios comenzarán por allí.
2. Limite el tamaño de los dashboards a entre 2 y 4 vistas principales. Si sobrecarga la pantalla, el dashboard resultará menos útil desde un dispositivo móvil.
3. Evite incluir leyendas y filtros innecesarios. Elimine todos los elementos que no sean objetos necesarios de visualizaciones y dashboards. Por ejemplo, ¿realmente necesita una leyenda de color si los colores ya aparecen etiquetados en la vista?
4. Cuanto más grande, mejor. Utilice marcas grandes para asegurarse de que las personas puedan seleccionarlas con los dedos. Incluya títulos para brindar contexto adicional a los usuarios.

Pruebe estos consejos cuando diseñe para dispositivos móviles:

1. Si el usuario principal accederá desde un teléfono, ordene las vistas en dirección vertical una después de la otra, a fin de que todas puedan usarse.
2. Adapte el primer dashboard a la primera pantalla (ya sea vertical u horizontal). Coloque las vistas posteriores de manera que el usuario pueda acceder a ellas al desplazarse hacia abajo, no hacia el costado. Deje que el título de la siguiente vista se vea en la parte inferior de la primera pantalla. Así, el usuario sabrá que hay más contenido a continuación.
3. Coloque la mayoría de los filtros y las leyendas en la parte inferior de la visualización. Si hay un filtro fundamental que la mayoría de los usuarios usarán, colóquelo debajo del título en la parte superior, para que todos puedan verlo.



Con una solución de creación única, la interactividad se optimiza para pantallas táctiles automáticamente. No debería ser necesario crear una versión separada de cada dashboard para su uso en dispositivos móviles.

Para obtener más información, vea un [seminario web sobre las prácticas recomendadas de visualización](#).

La versión para teléfonos se ha simplificado para mostrar una vista tras otra. La vista más importante (vistas de páginas con el tiempo) tiene un tamaño grande y se encuentra en la parte superior. El filtro de fecha también está en la parte superior. El título de la siguiente vista se muestra en la parte inferior de la pantalla (cerca del cuadro de color gris). El diagrama de dispersión se eliminó por completo para adaptarse a las necesidades del usuario móvil.

Considerar que el público puede estar en cualquier lugar.

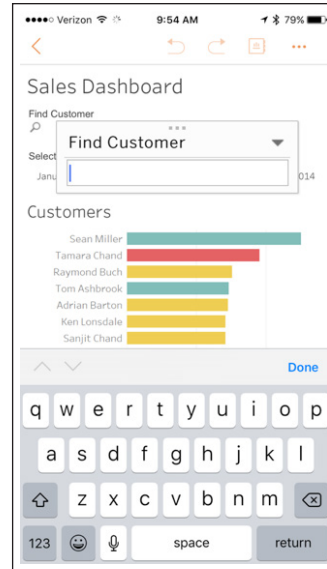
Otra gran diferencia entre publicar análisis para dispositivos móviles y de escritorio es que no se puede asumir que las personas siempre tienen tiempo de profundizar. Lo más probable es que los usuarios realicen una exploración rápida o busquen información muy específica para una acción inmediata.

Por eso, lo ideal es trabajar con un proveedor de plataformas de análisis que piense en la experiencia del usuario móvil desde el comienzo. Pero usted también puede adaptar su contenido a los dispositivos móviles. A la hora de evaluar los dashboards para dispositivos móviles, considere los siguientes cambios:

1. **Permitir profundizar:** Los dashboards deben ser puntos de partida. Asegúrese de que la herramienta le permita examinar en profundidad distintos subconjuntos de datos. De esta forma, las personas podrán seguir su línea de pensamiento natural. Por ejemplo, un informe sobre productividad y satisfacción del cliente en todos los centros de llamadas debería permitir profundizar en los turnos y empleados de un centro determinado. De lo contrario, no servirá para diagnosticar los problemas durante las revisiones de los centros de llamadas.

2. Ofrecer filtros adecuados para los empleados itinerantes:

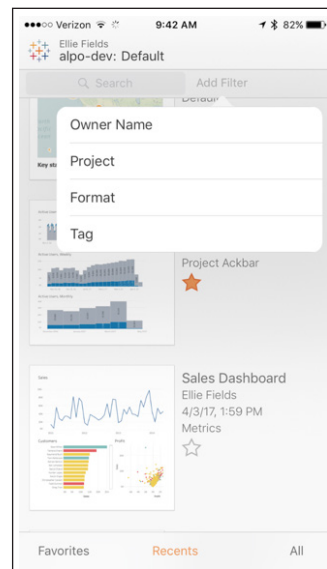
¿Debe crear una vista para un miembro del personal de soporte técnico que visitará clientes? Incorpore un filtro de búsqueda de clientes. De ese modo, el usuario no tendrá que buscar por sector o ubicación para encontrar al cliente. Pero tampoco lo sobrecargue: es importante proporcionar la cantidad adecuada de filtros, ni más ni menos. Así ayudará a los empleados a aprovechar al máximo la BI móvil.



Ofrecer filtros adecuados para las tareas que realiza una persona. Por ejemplo, un vendedor podría necesitar encontrar un cliente en particular rápidamente.

3. Incluir la búsqueda de contenido:

Incluir la información correcta en un dashboard es fundamental. Sin embargo, no sirve para nada si no se puede encontrar el dashboard correcto. La mayoría de las organizaciones tienen docenas o hasta cientos de informes. Es importante que los usuarios puedan guardar los dashboards que utilizan con más frecuencia y verlos como contenido reciente. Por último, permita a los usuarios buscar contenido por proyecto, autor u otras categorías. Como resultado, podrán encontrar lo que buscan fácilmente.



¿Dónde estaba ese dashboard? La búsqueda rápida y efectiva de contenido es una parte fundamental de la BI móvil.

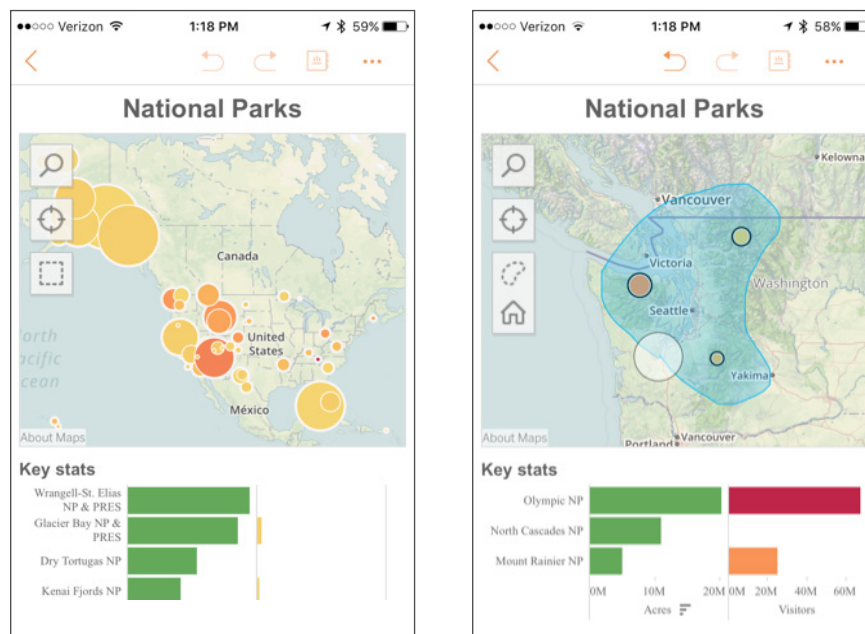
Si desea descubrir nuevas formas valiosas de presentar la información, puede preguntar al público qué información es más difícil de encontrar y cuándo la necesitan. Siga a una persona durante un día y observe su rutina diaria. Preste atención a cuándo necesita información, cuánta información puede obtener y a qué velocidad.

Por último, evalúe si los usuarios necesitarán capacitación: cuando la experiencia móvil no se utiliza, significa que requiere tiempo de aprendizaje. Si los usuarios deben aprender un nuevo paradigma de interacción para usar el contenido móvil, intentarán usarlo lo menos posible. Por eso, es fundamental que cuenten con una interfaz familiar e intuitiva.

Aprovechar el contexto.

Con frecuencia, las personas consideran que la experiencia móvil tiene una calidad inferior a la del navegador. Cuanto más pequeña es la pantalla, más distraído está el usuario. Pero esa concepción ignora las posibilidades que ofrecen los dispositivos móviles. Cuando el usuario está itinerante, realizando tareas que no podría desempeñar desde su escritorio, cuenta con algo que no tiene en la oficina: contexto.

El contexto más importante es la ubicación. Al usar el GPS del smartphone, puede encontrar lo que necesita con mayor celeridad. Tomemos el ejemplo de los directores de cadenas minoristas grandes. Para ellos, sería muy conveniente que, cuando accedan a una tienda, el dashboard se filtre automáticamente con la información de esa tienda gracias a los datos del GPS. Continúe leyendo [aquí](#) para ver una demostración de filtrado por ubicación.



Los controles de ubicación de los datos pueden ayudarlo a usar contexto para encontrar lo que necesita más rápido.

Sin embargo, la ubicación no es el único elemento de contexto disponible. Benedict Evans habla acerca del sensor que todos tenemos en nuestros smartphones, la cámara: “El sensor de imágenes de los smartphones se está convirtiendo en un punto de entrada y un sensor universales”. La cámara del teléfono se puede usar para leer códigos de barras o QR. Cuando el usuario está itinerante, la detección de imágenes puede ayudarlo a seleccionar elementos en los datos.

Aprovechar las ventajas de los dispositivos móviles como herramientas sociales.

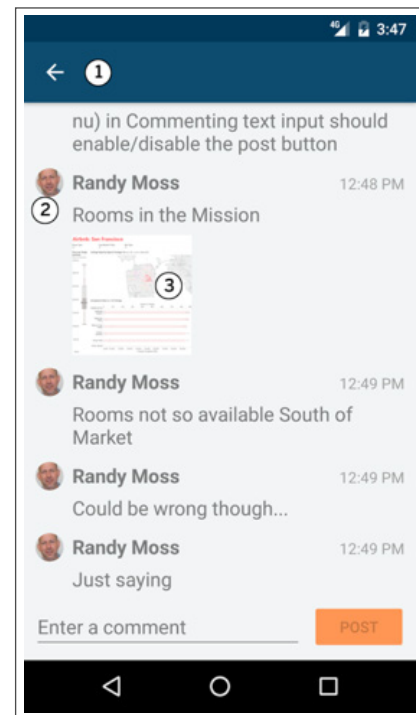
Los teléfonos y las tabletas son dispositivos sociales, pero de maneras muy distintas.

El teléfono básicamente es el dispositivo de comunicación personal. Incluye aplicaciones para enviar mensajes de texto, hacer llamadas y realizar tareas profesionales, como Slack, Chatter y otras aplicaciones operativas. Generalmente, cuando una persona trabaja con los datos fuera de la oficina, se concentra en completar una tarea. La capacidad de conectar el análisis con las funcionalidades nativas de comunicación del dispositivo puede simplificar el paso siguiente. Esto podría incluir, por ejemplo, enviar imágenes de un dashboard por mensaje de texto a un colega con una nota.

Las tabletas son dispositivos sociales especiales. Resultan muy prácticas a la hora de transportarlas, se encienden de inmediato y son fáciles de manipular. Los vendedores en especial han adoptado el análisis móvil como una forma de colaborar con los datos cuando no es posible proyectarlos en la pared. Los vendedores usan tabletas tanto en restaurantes mientras hablan con el dueño como en hospitales para vender medicamentos a los médicos. El uso de datos los ayuda a convertir una conversación de ventas en una de consultoría.

Para utilizar los datos móviles de manera social:

1. Habilite la creación de comentarios sobre las vistas para que queden registradas las preguntas y conversaciones.
2. Incluya funciones interactivas de filtrado, clasificación, panorámica y zoom. De este modo, los usuarios podrán explorar los datos en tiempo real durante una reunión.
3. Asegúrese de que la solución sea rápida, de manera que pueda seguir el ritmo del debate. Si el dashboard no se carga rápidamente, es posible que la conversación avance sin la información necesaria.
4. Evalúe si necesita funcionalidades sin conexión. Esto puede incluir algo tan simple como la creación de instantáneas recientemente actualizadas de los datos.



Los comentarios permiten una mayor participación en los análisis clave.

Poder aprovechar las oportunidades de colaboración desde dispositivos móviles no solo brinda respuestas, también permite actuar.

Mantener la seguridad y la integración.

A las personas no les gusta tener que iniciar sesión desde dispositivos móviles. Resulta frustrante y los distrae de lo que están haciendo en ese momento (aquello que generó su necesidad de acceder a los datos). Sin embargo, es importante para las empresas que los datos estén protegidos. Asimismo, es fundamental que la pérdida de un dispositivo no conduzca a la divulgación de información confidencial. ¿Cuál es la solución? Existen diferentes métodos para mantener los datos móviles seguros y a los usuarios felices al mismo tiempo:

1. Usar una herramienta de administración de dispositivos móviles, como Airwatch, MobileIron, Good o Citrix. Estos sistemas distribuyen las aplicaciones, los datos y la configuración a los usuarios verificados de manera segura.

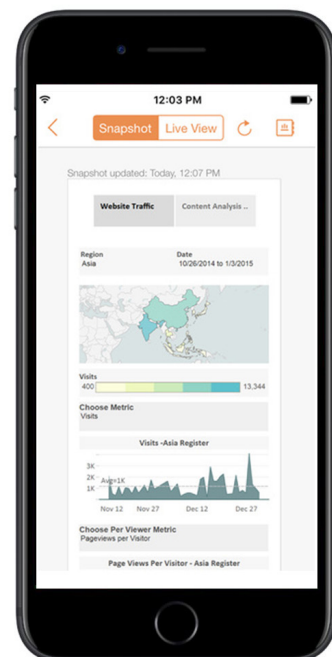
También pueden hacer lo siguiente:

2. Eliminar determinadas aplicaciones y datos en caso de pérdida de un dispositivo.
3. Dirigir a los usuarios a ciertos servidores con el fin de simplificar el inicio de sesión.
4. Mantener a los usuarios actualizados con las versiones más recientes de las aplicaciones.
5. Garantizar que el proveedor de la aplicación móvil utilice conexiones de red seguras cuando solicita datos del servidor.
6. Asegurarse de que las aplicaciones de análisis móvil cifren aquellos datos que no se están utilizando.
7. Emplear un sistema de inicio de sesión único (SSO), como SAML. Así se simplifica para los usuarios la tarea de iniciar sesión en sus dispositivos a la vez que se mantienen conectados con seguridad.

Lea nuestra publicación del blog para aprender a **administrar implementaciones móviles** con AirWatch o MobileIron.

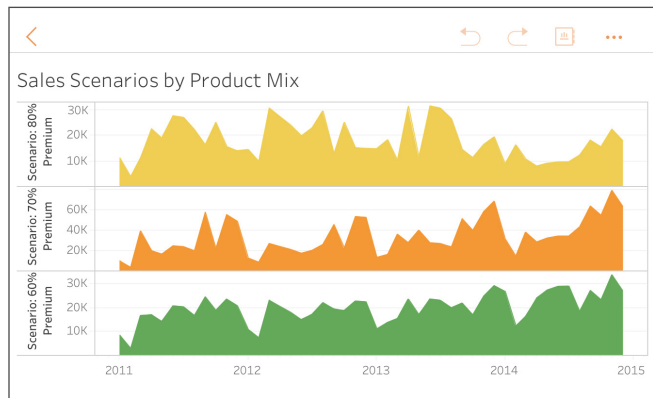
Ofrecer acceso sin conexión.

Es posible que no todos los lugares desde los cuales accede a los datos cuenten con redes de teléfono e inalámbricas. La capacidad de acceder sin conexión es fundamental para trabajar con una red sin conexión o de rendimiento lento. La solución más simple para el acceso sin conexión es tomar instantáneas de los dashboards que se utilizan con más frecuencia. Las instantáneas deberían poder actualizarse automáticamente en segundo plano. De esta manera, cada vez que el usuario se desconecte, contará con una instantánea reciente de los dashboards sin necesidad de actualizarla de forma manual.



Debido a las limitaciones de los dispositivos, es difícil incorporar una gran cantidad de datos en un dispositivo móvil para realizar análisis más avanzados. Sin embargo, las próximas mejoras en la memoria de los dispositivos y las bases de datos móviles ayudarán a superar esta dificultad. Considere la posibilidad de implementar una estrategia que le permita aprovechar las nuevas funcionalidades sin tener que crear su propio desarrollo personalizado cada vez que desea realizar un cambio. Si trabaja con un proveedor de análisis móvil que está realizando muchas inversiones, deje que ellos hagan el trabajo. Límitese simplemente a mantenerse al día con las actualizaciones.

Puede anticiparse a las situaciones en que deba trabajar sin conexión. En tal caso, solo debe asegurarse de que toda la información relevante necesaria se encuentre en el campo de visión. ¿Los usuarios necesitan ver varios escenarios de ventas y costos? En ese caso, ¿puede mantenerlos visibles en el dashboard?



Las instantáneas pueden ser una herramienta fácil y rápida para acceder a los datos sin conexión. Si utiliza este método, cree las vistas de manera que la información fundamental esté visible. Además, intente utilizar algún medio de actualización automática. Gracias a esto, los usuarios no tendrán que acordarse de obtener las instantáneas más recientes.

Conclusión

La inteligencia de negocios móvil podría finalmente cumplir la promesa de un sector de 30 años de antigüedad: proporcionar información cuando y donde sea necesaria. Pero para sacar el mayor partido de los dispositivos móviles, se necesita una estrategia destinada a aprovechar al máximo los recursos de BI. Al mismo tiempo, hay que adaptar dichos recursos a un entorno móvil.

Cada una de estas prácticas recomendadas resulta fundamental para el éxito de un proyecto de inteligencia de negocios móvil. Juntas, lo ayudarán a realizar la transición hacia la era móvil con inteligencia. Pero manténgase alerta: la colaboración, el análisis y la seguridad continuarán evolucionando a medida que la inteligencia de negocios se libera del escritorio.

En Tableau, creemos en la importancia de llevar los datos donde sea que vaya. Tableau Mobile es la forma más rápida de controlar sus datos desde su tableta o teléfono. Mediante vistas rápidas y continuas, puede pasar de las preguntas a la información con solo unos toques. Seleccione datos, filtre y profundice para interactuar con visualizaciones y dashboards

táctiles y optimizados para diferentes dispositivos. Puede incorporar cálculos y filtros. Puede incluso experimentar con distintos tipos de visualizaciones mediante la función Mostrarme. Vea los datos, reproduzcalos e interactúe con ellos desde cualquier lugar. Para obtener más información acerca de Tableau Mobile, visite tableau.com/es-es/products/mobile.

Acercas de Tableau

Tableau ayuda a las personas a transformar los datos en información útil para generar un impacto positivo. Conéctese con facilidad a datos almacenados en cualquier formato y lugar. Haga, rápidamente, análisis ad hoc que revelen oportunidades ocultas. Arrastre y suelte para crear dashboards interactivos con análisis visuales avanzados. Después, compártalos con toda su organización y permita que sus compañeros de equipo exploren los datos por sí mismos. Multinacionales, empresas pequeñas y emergentes... Todo el mundo usa la plataforma de análisis de Tableau para ver y comprender sus datos.

Recursos

[Tableau Mobile](#)

[Ayuda de Tableau Mobile](#)

[Prácticas recomendadas del análisis visual: guía](#)

