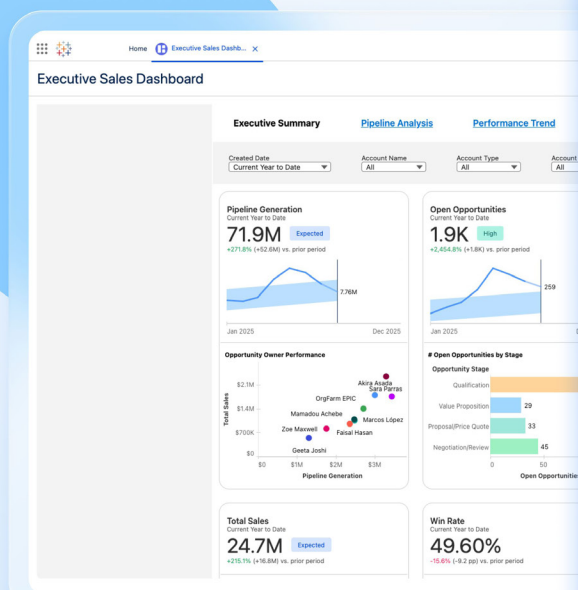


El dilema de los datos resuelto: cómo los líderes están revolucionando el CRM con el análisis

4 maneras para que su negocio pase más rápido de la información a la acción en la era de la IA de agentes.



Muéstrame los 5 sectores principales por oportunidades abiertas

Aquí tienes los 5 sectores principales por oportunidades abiertas. ¿Necesitas algo más?

- Comercio minorista: 299 oportunidades abiertas
- Tecnología: 270 oportunidades abiertas
- Servicios financieros: 270 oportunidades abiertas
- Telecomunicaciones: 251 oportunidades abiertas
- Medios de comunicación: 245 oportunidades abiertas

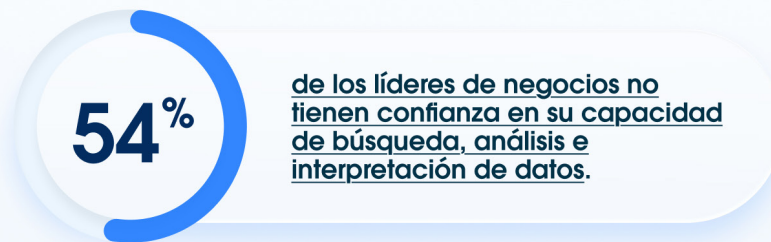


Contenido

Introducción: El dilema del silo de datos.....	03
Capítulo 1: Unifique sus datos y agregue contexto del negocio.....	05
Capítulo 2: Implemente análisis listos para usar para cada equipo	08
Capítulo 3: Proporcione información útil directamente en el flujo de trabajo.....	11
Capítulo 4: Personalice y expanda su negocio.....	14
Conclusión: Su ventaja competitiva: Eliminar los silos de datos con análisis especialmente diseñados y considerando el contexto al tomar medidas en el flujo de trabajo.....	16

El dilema del silo de datos

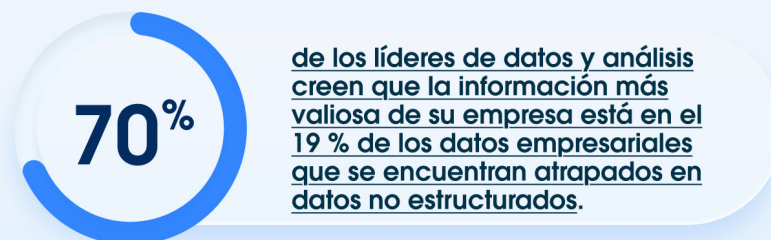
A pesar de contar con más datos que nunca, muchas empresas siguen siendo ricas en datos y pobres en información. El problema no son los datos, sino la capacidad de acceder a estos. A menudo, los datos están aislados, es difícil acceder a ellos, se encuentran fuera del flujo de trabajo y no resultan confiables. En consecuencia, los líderes no cuentan con la información que necesitan para tomar decisiones fundamentadas rápidamente.



La era de la IA de agentes llegó, y los líderes de todos los sectores están entusiasmados con el potencial que tiene para impulsar el crecimiento y crear eficiencia. Sin embargo, para muchos, esa urgencia está chocando contra la realidad operativa. La aceleración de la IA está poniendo de manifiesto las debilidades o carencias en la estrategia de datos y forzando a los líderes a modernizar su infraestructura tecnológica, particularmente las bases de los datos. Sin estas inversiones, las organizaciones no podrán aprovechar al máximo las ventajas que ofrece la IA.

Los datos empresariales aislados no son solo un problema técnico, sino un obstáculo estratégico para el rendimiento del negocio. Cuando los líderes no cuentan con datos accesibles en tiempo real, se ven obligados a usar informes históricos y planeamiento reactivo. Con una base sólida para los datos, pueden adoptar un enfoque proactivo y basado en la información para la toma de decisiones que impulsen el crecimiento.

Este dilema general de datos da lugar a sistemas desconectados, procesos ineficientes y una gran cantidad de trabajo manual. Esto no puede ser suficiente. A medida que los sectores y mercados se vuelven cada vez más competitivos, aquellos que puedan tomar con rapidez decisiones confiables y basadas en los datos son los que tendrán éxito.



El surgimiento de la información útil basada en la IA



Las soluciones de análisis eficientes reúnen los datos de forma escalable, de modo que sean precisos, confiables y comprensibles para todos. Esto hace que las organizaciones pasen del caos al control.

No solo es agradable contar con informes, dashboards y visualizaciones; son fundamentales para que los equipos se mantengan al tanto de las métricas clave del negocio, entiendan el rendimiento y puedan operar de manera proactiva. Cuando las empresas pueden ver lo que está pasando, y lo que probablemente pasará, pueden trabajar con más eficiencia y tomar decisiones que realmente impulsen el negocio hacia adelante.

Cuando los datos correctos están en manos de las personas adecuadas en el momento oportuno, los usuarios acceden a información útil directamente en el flujo de trabajo. Y ahora, con la aceleración de la IA, en especial la de agentes, el papel y el valor del análisis están cambiando. La información ya no consiste en instantáneas estáticas de un momento determinado, sino en una herramienta dinámica, basada en el contexto y con la capacidad cada vez mayor de guiar (o incluso iniciar) las acciones.

¿Qué es el análisis de agentes?

El análisis de agentes es una nueva categoría de la inteligencia de negocios (BI) que usa agentes de IA para analizar datos sistemáticamente, compartir información de manera proactiva, y tomar medidas con autonomía y poca intervención humana. Dado que acelera cada etapa del flujo de trabajo datos-información-acción, permite que las personas trabajen de manera colaborativa con los agentes de IA para transformar procesos manuales que consumen mucho tiempo en resultados eficientes automatizados y precisos. El análisis de agentes va más allá de la BI tradicional y capacita a las organizaciones para que puedan tomar decisiones de forma proactiva y automatizar las acciones directamente en el flujo de trabajo.

1

Unifique sus datos y agregue el contexto del negocio



Unifique sus datos y agregue el contexto del negocio

[El 87 % de los líderes de análisis y datos](#) creen que contar con datos unificados es fundamental para satisfacer las expectativas de los clientes, como también para la toma de decisiones interna. Aun así, la mayoría de las organizaciones se enfrentan a sistemas aislados, falta de armonización de datos y acceso limitado a la información en tiempo real. Los analistas dedican demasiado tiempo a unir los datos, pero no destinan el tiempo suficiente a interpretarlos.

La calidad de los análisis y la inteligencia artificial depende de la calidad de los datos que se usan como base. Cuando los datos no están unificados, la precisión se ve afectada, las interpretaciones varían de un equipo al otro y la confianza se desgasta. Para lograr información confiable (y las acciones derivadas de esta), es fundamental contar con datos conectados, enriquecidos con el contexto del negocio. Esta es la columna vertebral del análisis de agentes, los flujos de trabajo impulsados por IA y la automatización. Si bien hay muchas formas de construir una base con datos conectados, las plataformas estrechamente unificadas son las que aportan el mayor valor. Posibilitan que las organizaciones puedan pasar fácilmente de los datos a la información y a la acción, sin tener que estar alternando entre herramientas.



de los líderes de datos y análisis creen que contar con datos unificados es fundamental para satisfacer las expectativas de los clientes, como también para la toma de decisiones interna.

Una capa de datos unificada rompe los silos y armoniza la información, independientemente de la fuente o el formato, y conecta todas las fuentes de datos diversas de la organización. Esto incluye los datos ubicados en los sistemas internos, diferentes aplicaciones de Salesforce, aplicaciones externas, sistemas de terceros, y los mares o almacenes de datos existentes.

La [tecnología de federación de datos sin duplicación](#) lleva esto un paso más adelante, ya que le permite acceder a los datos y consultarlos sin copiarlos o migrarlos físicamente. Esto reduce los costos y aumenta la seguridad. Una vez que los datos están conectados, armonizados y protegidos, puede activarla en todas las aplicaciones, los flujos de trabajo o a través de los agentes de IA. [Esto transforma la plataforma de datos de una herramienta pasiva a un socio inteligente](#) que toma medidas directamente en el flujo de trabajo. Puede conversar e interactuar con los datos, y permitir que razone, responda y tome medidas basadas en el contexto, lo que capacita a todos los miembros de cualquier organización.

Tableau Next:

La primera plataforma de análisis de agentes del mundo

Tableau Next es una experiencia de análisis flexible basada en API que integra la plataforma de análisis líder con Agentforce 360, la primera plataforma de automatización digital del mundo. Esta solución, desarrollada sobre una arquitectura componible, cuenta con una capa de datos unificada y una semántica confiable para brindar información personalizada, contextual y relevante a cada usuario.

Enriquezca los datos con el contexto del negocio

Si bien contar con datos unificados es un gran paso en el camino hacia la madurez en el tratamiento de datos, es solo una parte de la ecuación. Para que los datos sean realmente útiles, requieren una capa de lógica humana y empresarial, una forma de garantizar que los datos hablen el lenguaje de su negocio.

Ahí es donde entran en juego los modelos semánticos. La capa semántica funciona como un modelo de la lógica del negocio, por lo que aporta conocimiento empresarial a los datos a fin de garantizar información coherente y confiable para todos los equipos. Actúa como un nexo clave entre los datos complejos sin procesar y la información relevante. Al enriquecer los datos con definiciones estandarizadas, se crea una base confiable para la toma de decisiones y para una experiencia de análisis de agentes más completa y útil.

Una gran ventaja aparece cuando los modelos semánticos ya vienen contruidos. En lugar de dedicar meses a asignar campos manualmente y definir la lógica, los modelos semánticos prediseñados le permiten activar los datos de Salesforce de forma inmediata. Estos modelos organizan los datos en línea con la forma en que opera el negocio, lo que incluye relaciones predefinidas, campos calculados, métricas y KPI optimizados para casos de uso habituales en áreas como ventas, servicio al cliente y marketing. En otras palabras, los datos quedan listos desde el primer día para impulsar análisis y experiencias basados en IA.

Esto es importante: [El 93 % de los líderes de negocios afirman que la información solo es relevante cuando está basada en el contexto del negocio, y el 88 % de los líderes de datos y análisis están de acuerdo en que contar con una base sólida para los datos es fundamental para tener una IA empresarial exitosa.](#) Los modelos semánticos garantizan ambas condiciones. Aportan estructura, significado y coherencia a toda la información.



de los líderes de negocios afirman que la información solo es relevante cuando está basada en el contexto del negocio.



de los líderes de datos y análisis están de acuerdo en que contar con una base sólida para los datos es fundamental para tener una IA empresarial exitosa.

Modelo semántico de Customer 360:

Diseñado para la IA

El modelo semántico de Customer 360 de Salesforce es un ejemplo de modelo semántico especialmente diseñado. Su base unificada se construye sobre definiciones estandarizadas y transversales a todas las nubes, lo que permite crear una fuente de veracidad coherente en todo el negocio y brindar a los agentes de IA el contexto que necesitan para generar información relevante y confiable. Además, como pueden ampliarse para reflejar procesos de negocio específicos, los equipos acceden oportunamente a los datos correctos, alineados con la forma en que la empresa realmente opera.

2

Implemente análisis listos para usar para cada equipo



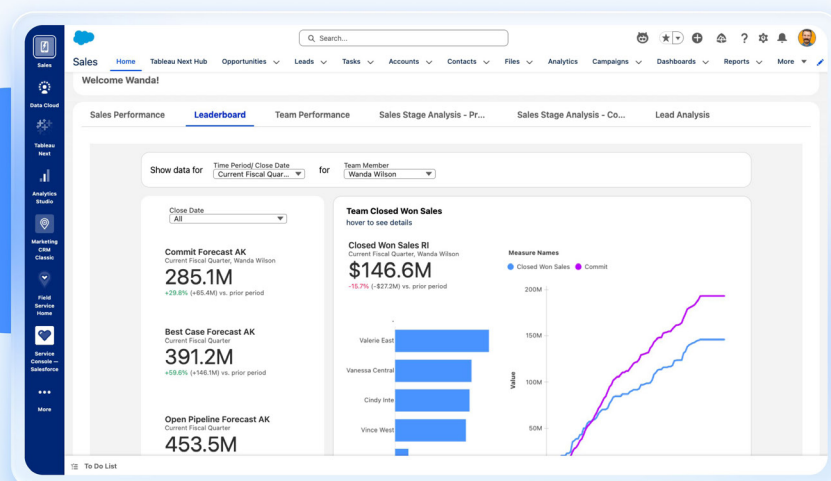
Implemente análisis listos para usar para cada equipo

A menudo, las organizaciones consideran la opción de crear su propia solución de análisis para satisfacer requisitos únicos; sin embargo, crear desde cero conlleva obstáculos importantes. Incluso con datos limpios, los proyectos de análisis personalizados exigen mucho tiempo y recursos especializados. Esto suele dar lugar a soluciones que tardan mucho en implementarse y son difíciles de escalar.

Los análisis listos para usar y especialmente diseñados constituyen un camino más inteligente. Si aprovecha los modelos semánticos prediseñados, se asegura la obtención de información coherente basada en el contexto del negocio, a la vez que acelera la generación de valor. Este enfoque brinda un punto de partida controlado y confiable diseñado para crecer con el negocio: generar el impacto que el negocio necesita hoy mismo y, al mismo tiempo, mantener la flexibilidad para personalizar y ampliar en función de las necesidades futuras.

La elección de este enfoque listo para usar permite superar los obstáculos más comunes que enfrentan los equipos, ya que brinda:

- ✓ **Un inicio rápido con una solución demostrada y respaldada por el sector.** Las métricas, los dashboards, las visualizaciones y los modelos semánticos están listos desde el día uno, lo que acelera la generación de valor.
- ✓ **Lógica del negocio incorporada y prácticas recomendadas.** Los KPI estándar, los flujos de trabajo demostrados, las relaciones predefinidas y las métricas comunes ya están configurados: esto elimina las conjeturas y las luchas internas que suelen producirse cuando los equipos intentan crear todo ellos mismos.
- ✓ **Una única base unificada.** Un modelo unificado garantiza que todos los equipos calculen las métricas de la misma forma. Esto no solo genera coherencia, sino también confianza.
- ✓ **Listo para la IA.** Las soluciones de análisis listas para usar ya están optimizadas para los agentes de IA, modelos predictivos y recomendaciones de acciones automatizadas. Esto permite a los equipos obtener información impulsada por IA más rápido sin ingeniería de datos.
- ✓ **Personalización según las necesidades.** Las soluciones listas para usar no impiden la personalización, la aceleran. Los equipos pueden extender fácilmente los dashboards o agregar KPI personalizados y análisis especializados sabiendo que están creando sobre una base confiable y unificada.



Comercialice con más inteligencia, venda con más eficacia y ofrezca un servicio de máximo nivel

A fin de cuentas, el enfoque listo para usar del análisis elimina los retrasos y traspies asociados con la creación de dashboards y métricas desde cero. También brinda a los equipos acceso inmediato a información alineada con su función o sector específicos. Cada equipo tiene diferentes actividades cotidianas, pero todos tienen algo en común: están abrumados por datos desconectados y falta de personal para el análisis. El resultado es una falta de la información en tiempo real que necesitan para ser proactivos y productivos. Los equipos de ventas dedican horas a explorar dashboards, los equipos de servicio al cliente carecen de una vista unificada de los clientes y operaciones, y los equipos de marketing tienen dificultades para entender el rendimiento en los diferentes canales. Sin datos organizados y contextualizados, todos los equipos de la organización se ven obligados a confiar en informes desactualizados o en su propio instinto.

Las plataformas de análisis modernas resuelven estos desafíos a través de modelos semánticos especialmente diseñados, aplicaciones listas para usar específicas de la función o el sector y recomendaciones confiables basadas en IA. Esas herramientas capacitan a los equipos para obtener la información que necesitan para identificar tendencias, detectar riesgos y tomar medidas proactivas. La visibilidad en tiempo real, las acciones guiadas y los análisis incorporados en todos los roles también permiten que los equipos prioricen el trabajo correcto, reaccionen ante las oportunidades adecuadas y colaboren de manera fluida. Así, se acelera el acceso a la información y se toman decisiones basadas en datos con mayor confianza.

Enfoque en aplicaciones de análisis especialmente diseñadas

Tableau Next impulsa una cartera de aplicaciones de análisis especialmente diseñadas para ayudar a los equipos de ventas, servicio al cliente y marketing a extraer valor de sus datos de inmediato. Las aplicaciones de Tableau Next para Salesforce están impulsadas por modelos semánticos optimizados que definen los KPI, las relaciones y la lógica correctos desde el inicio.

	Valor de negocio	Análisis prediseñado
Equipo	<p>Ventas e ingresos</p> <p>Aumentar los ingresos y mejorar la precisión de los pronósticos con visibilidad sobre el estado de la canalización, el rendimiento y el avance de las negociaciones. Los líderes de ventas pueden asesorar a los representantes, priorizar las negociaciones de mayor impacto y optimizar el ciclo de vida del producto al cobro para los diferentes precios, suscripciones, y procesos de tramitación y facturación.</p> <p>Servicio y servicio de campo</p> <p>Mejorar la opinión de los clientes, la CSAT y el planeamiento de capacidad con datos de rendimiento de servicio unificados. Los líderes resuelven los problemas más rápido con una única vista de las incidencias, los agentes y la IA, mientras los equipos de servicio de campo asignan recursos con información operativa.</p> <p>Marketing</p> <p>Atribuir el retorno de la inversión de marketing con una vista unificada de los datos de atribución y rendimiento multicanal.</p> <p>Agentes, datos e integración</p> <p>Obtener visibilidad sobre la adopción, el estado y el uso de los agentes en toda la organización. Los equipos supervisan los productos basados en el consumo, anticipan el uso de créditos y optimizan el rendimiento de las API y los tiempos de respuesta para respaldar las operaciones integradas.</p>	<p>Ventas: tabla de clasificaciones, tendencias de ventas, rendimiento de los equipos, actividades de los equipos, análisis de clientes potenciales, análisis de fases de venta</p> <p>Ingresos: precios, ingresos por suscripciones, pedidos, facturación</p> <p>Servicio: incidencias, satisfacción tras incidencia, análisis de agentes de servicio, asistente de servicio, omnicanal, base de conocimientos, rendimiento de agentes humanos</p> <p>Servicio de campo: inteligencia de servicio de campo, inicio de operaciones, planeamiento de la capacidad</p> <p>Atribución, rendimiento de canales, gasto en medios, rendimiento del contenido, rendimiento y campañas de marketing</p> <p>Agente: análisis de agentes y puntuaciones de estado de agentes</p> <p>Datos: resumen de consumo y explorador de consumo</p> <p>Integración: rendimiento de API y tiempos de respuesta de API</p>
Sector	<p>Ciencias biológicas</p> <p>Mejorar los resultados de los pacientes y reducir la deserción mediante el seguimiento de las tendencias de interacción y los resultados notificados por los pacientes. Los equipos de atención pueden identificar dónde necesitan apoyo adicional los pacientes y tomar decisiones informadas a lo largo de todo el proceso de atención.</p> <p>Servicios financieros</p> <p>Incrementar las carteras de clientes con una vista unificada del cliente. Los asesores obtienen visibilidad sobre el riesgo de deserción, las oportunidades de crecimiento y las siguientes mejores acciones tanto en la administración del patrimonio como en la banca minorista, lo que respalda la toma de decisiones informadas y la priorización.</p> <p>Fabricación y automoción</p> <p>Impulsar los resultados comerciales mediante el seguimiento de los KPI críticos en las operaciones de fabricación y automoción. Los líderes supervisan el estado del negocio, las ventas y el rendimiento de los precios para extraer información que permita tomar decisiones más rápidas y con mayor confianza.</p>	<p>Interacción con los pacientes, aseguradoras y beneficios</p> <p>Administración del patrimonio: riesgo de deserción de clientes, probabilidad de agregar recursos.</p> <p>Banca minorista: clientes, actividades, dashboard de adquisición de clientes, dashboard Mis recomendaciones, administración de sucursales y dashboards de análisis de registros relacionados con la unidad de la sucursal</p> <p>Fabricación: información y estado de cuentas, rendimiento de productos, información sobre precios y acuerdos de ventas, análisis de espacios en blanco</p> <p>Automoción: cartera de vehículos, información sobre garantías, órdenes de trabajo activas</p>

3

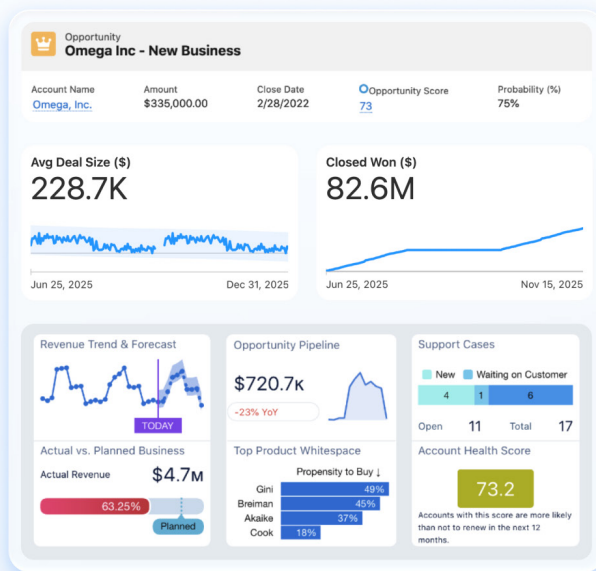
Brinde información en el flujo de trabajo de su equipo



Proporcione información útil directamente en el flujo de trabajo

Puede que cuente con la mejor solución de análisis existente, pero si esa información nunca llega a los equipos y colaboradores, no sirve de mucho. Si no puede mostrar la información de una manera que se alinee con la forma en que las personas trabajan, se van a perder hallazgos clave. En cambio, una solución de análisis impulsada por IA con capacidad para incorporar análisis de agentes dentro del flujo de trabajo convierte los datos sin procesar en información útil exactamente en el lugar y el momento en que se toman las decisiones. Esto reemplaza la generación manual de informes, la búsqueda constante de datos y el planeamiento reactivo con información contextualizada y específica para cada rol, que permite a las organizaciones trabajar con mejores datos, realizar acciones más precisas y contar con información coherente y confiable.

Los equipos pierden muchísimo tiempo saltando de una herramienta a otra y buscando datos. Con el análisis incorporado, los datos llegan al usuario. Imagine poder compartir métricas en tiempo real, explorar dashboards, hacer preguntas a agentes y obtener respuestas precisas de inmediato, todo dentro del entorno donde ya está trabajando. Los análisis incorporados permiten que todos los miembros de la organización, desde representantes hasta gerentes y ejecutivos, accedan a información personalizada y adaptada a sus necesidades que aumenta la eficiencia, mejora la toma de decisiones y optimiza el rendimiento tanto individual como de los equipos.



94%

de los líderes de negocios creen que tendrían mejor rendimiento si pudieran acceder directamente a los datos en los programas o aplicaciones con los que trabajan.

Información en el flujo de trabajo



Aporte información útil a cada conversación

La posibilidad de incorporar el análisis directamente en los entornos donde los equipos ya trabajan es totalmente revolucionaria. La unificación de conversaciones y análisis permite que los usuarios vean los KPI, las métricas y los dashboards, accedan a estos, interactúen con ellos y los compartan dentro de su propio flujo de trabajo, tanto desde el escritorio como en sus desplazamientos, para mantener a todos alineados. Al permitir la exploración de información más detallada en contexto, resulta más fácil hacer un seguimiento del nivel de interacción, impulsar la colaboración entre equipos y convertir rápidamente la información en acciones concretas.

Los usuarios pueden hacer preguntas en lenguaje natural, como “desglosa las ventas por categoría de producto”, y el agente de IA obtendrá los datos a través de la capa semántica, les dará formato y presentará información útil al instante.

La respuesta integral del agente se basa en información precisa y está diseñada para facilitar la acción inmediata. Esto acelera la toma de decisiones porque permite obtener información, compartirla y actuar a partir de ella desde cualquier lugar donde esté trabajando, ya sea Slack, Salesforce, Tableau Next o cualquier otra aplicación que elija.

Maneras en que el análisis de agentes acelera la acción

- ✓ **Procesamiento con agentes:** Resume información, realiza cálculos y genera información y lenguaje natural: inteligencia realmente útil, en todos los flujos de trabajo.
- ✓ **Acción incorporada:** Los dashboards y las visualizaciones se adaptan a casos de uso específicos, e incorporan acciones de Salesforce estándar y enlaces externos. Esto permite a los usuarios dar el siguiente paso directamente donde está la información.



4

Personalice y expanda su negocio



Personalice y expanda su negocio

Utilizar análisis listos para usar no significa renunciar a la personalización. Las plataformas abiertas modernas impulsadas por API están diseñadas para ser componibles y extensibles, y permiten a los equipos reutilizar y personalizar los aspectos fundamentales del análisis, de modo que las soluciones sean relevantes de acuerdo con los detalles de cada negocio. Armar los análisis a partir de componentes modulares, como modelos de datos, métricas, visualizaciones, flujos de trabajo e información basada en IA, permite una generación de valor más rápida sin sacrificar flexibilidad, agilidad, seguridad ni gobernanza. Dado que esos componentes interactúan entre sí, los equipos pueden mejorar sus soluciones con el tiempo sin tener que rediseñar sistemas, crear nuevos silos o interrumpir los flujos de trabajo existentes. Esto facilita la incorporación de la inteligencia directamente en las herramientas, los procesos y las experiencias que ya usan los equipos.

Las plataformas de análisis que interactúan entre sí ayudan a las organizaciones a maximizar el valor de los recursos de análisis existentes, ya sean dashboards, informes o modelos de datos. Por ejemplo, las organizaciones pueden crear experiencias de agentes con datos confiables de otras herramientas, como CRM Analytics o Tableau. Por lo tanto, pueden reutilizar los modelos de datos confiables que ya tienen, conectarse con ellos en un modelo semántico unificado, enriquecerlos con datos adicionales y desbloquear análisis conversacionales además de los datos. Al garantizar que todo funcione de manera conjunta sin problemas, las plataformas que interactúan entre sí no solo eliminan la necesidad de empezar desde cero, sino que también aumentan la duración y la utilidad de lo que ya se creó.

La ventaja de una plataforma de análisis unificada

- Maximice las inversiones existentes: Use los datos confiables existentes de CRM Analytics o Tableau para crear experiencias de agentes y desbloquear aún más valor gracias a la interoperabilidad.
- Innovación escalable: Extienda el análisis a toda la empresa con recursos de análisis verificados y componibles que podrá reutilizar, ampliar o incorporar en aplicaciones de terceros.
- Listo para el futuro: Aproveche la innovación más reciente en IA con habilidades de análisis prediseñadas para Agentforce y, al mismo tiempo, use la mejor herramienta para la tarea, con una cartera comprensible y totalmente interoperable.

Su ventaja competitiva: Eliminar los silos de datos con análisis especialmente diseñados y considerando el contexto al tomar medidas en el flujo de trabajo

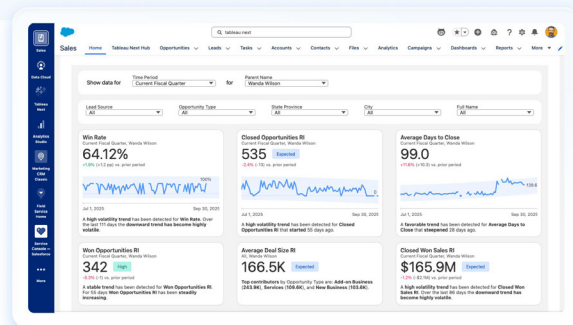
En un mundo en el que la velocidad y la inteligencia determinan quién lidera y quién se queda atrás, la ventaja será para aquellas organizaciones que sean capaces de convertir los datos en acción de manera precisa y efectiva. Pero no se trata solo de moverse más rápido. Para ganar en el mercado actual, las decisiones deben ser inteligentes, alineadas y confiables. Por eso, resolver el dilema de los datos es mucho más que una mejora operativa: es un requisito estratégico.

Las empresas pueden eliminar la fricción y la fragmentación si unifican sus datos con contexto del negocio predefinido, implementan soluciones listas para usar, llevan la inteligencia directamente al flujo de trabajo y adaptan las soluciones a medida que el negocio evoluciona. Y, lo que es aún más importante, pueden capacitar a sus equipos y colaboradores con la información que necesitan para actuar con confianza y rapidez. Una base que funcione para su negocio y escale junto con él permitirá construir una organización más competitiva, más alineada y más ágil: una organización en la que las decisiones se toman más rápido, la ejecución es más inteligente y la información genera un impacto cuantificable.

Descubra información valiosa en todo Salesforce con análisis especialmente diseñados impulsados por Tableau Next

Aprenda a eliminar los obstáculos entre los datos y las decisiones aprovechando el análisis de agentes para potenciar los resultados en todo su negocio.

[Ver el seminario web](#)





Acerca de Tableau from Salesforce

Tableau es más que solo una herramienta de inteligencia de negocios, es una plataforma impulsada por IA que convierte los datos en acción. Con un conjunto de funcionalidades de IA generativa y análisis de agentes, Tableau ayuda a todos los miembros de la organización de cualquier sector a obtener la información que necesitan, de forma proactiva y sin esfuerzos.

Tableau está integrado en una plataforma conectada y adaptable, y le brinda la libertad de elegir su arquitectura y escalar a medida que evoluciona su estrategia de IA. Con políticas de seguridad, gobernanza y cumplimiento de grado empresarial integradas, puede actuar con agilidad y mantener datos confiables y protegidos. Con el respaldo del ecosistema de socios más grande del sector y una comunidad global apasionada, Tableau ayuda a desbloquear posibilidades ilimitadas con los datos.

Para obtener más información, visite www.tableau.com/es-es/.

