

El poder de los datos para incrementar rentabilidad

Imanol Belausteguigoitia Ibarrola

Más de 1000 millones de datos

Impactando a más de 2,000 personas



The Future of CX is Human



Imanol Belausteguiotia Ibarrola



The Future of CX is Human

El objetivo esta presentación

1. Entender la situación actual de análisis de datos en organizaciones mexicanas.

1. Entender qué se requiere para aprovechar los datos que se generan en tu organización.

Al final de esta presentación...

Sabrás cómo rentabilizar tus datos sin importar la industria o tamaño de tu empresa.



**"El poder de los datos para
incrementar rentabilidad"**

The Future of CX is Human

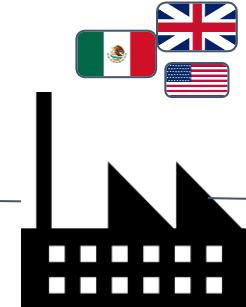
Mi momento “A-HA”



de los 19-
23



24 años



24 a 30
años



31 años

The Future of CX is Human

Mis 3 hallazgos

1. Las empresas generan **millones de datos**.
1. La mayoría de las empresas mexicanas **no aprovechan sus datos**.
1. Los **beneficios** de aprovechar datos son **inmensos**.

20%

más rentabilidad en B2B

McKinsey

"The McKinsey Global Institute's Global Productivity Imperative: Unleashing American Growth and Competitiveness." 2016.

The Future of CX is Human

Porqué aprovechar datos en CX

23 veces más probabilidades de adquirir clientes.

6 veces más probabilidades de retener clientes.

19 veces más probabilidades de ser rentables.

Tirar a la basura 20% de los ingresos



The Future of CX is Human

¿Qué tan grande es lo que tiras a la basura?



Empresa	Facturación	Pérdida
Invernaderos Hernández	10 MDD	2 MDD
Aditivos Williams	50 MDD	10 MDD
Construcciones García	100 MDD	20 MDD
Alimentos Ramírez	200 MDD	40 MDD

The Future of CX is Human

4 dimensiones para aprovechar datos

Cultura

¿Porqué?

Equipo

¿Quién?

Aplicaciones de negocio

¿Qué?

Herramientas

¿Cómo?

CEO Latinoamericano



Mauricio Pérez Pérez

Cargos	CEO de Alimentos Pérez Pérez
Edad	45-55
Ubicación	MTY
Industria	Producción de alimentos

¿Cómo haces decisiones importantes?

“Llevo más de 15 años haciendo esto, sobre todo tengo buena intuición. Platico con mis clientes y mis colaboradores”

¿Quienes están en contacto con los datos?

“El departamento de TI nos da los datos. Los colaboradores pueden extraer reportes sencillos del ERP/Sistema”

¿Qué tipo de herramientas tienen?

“Finanzas, compras , operaciones y ventas tienen exceles que a veces se comparten y a veces no. Los números no siempre cuadran”

¿Tienen Aplicaciones de negocio?

Sí, estas 3:

- Reunión de indicadores
- Revisión general de ventas
- Revisión de estados financieros

Datos Dpto Ventas de Alimentos Pérez Pérez

Datos generados por depto de ventas en 2022 (1 año):

1 millón de datos = 100,000 transacciones, 10 puntos de info

- +100 SKUs
- +10 vendedores
- + 100,000 transacciones
- + 3,000 clientes
- + 20 puntos de ventas
- + 10 distribuidores
- + 10 sucursales
- + 5,000 precios distintos
- + 500,000 unidades vendidas
- 12 meses

A	B	C	D	E
1 CID	IUPACName	CanonicalSmile	MolecularFormula	MolecularWeight
2 1983	N-(4-hydroxyphenyl)acetamide	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O	C8H9NO2	151.16256
3 83998	(2S)-5-[(2R)-3-(5-acetamido-	CC(=O)NC1=CC=(C(C=C1)O)SCC(C(=O))	C18H24N4O8S	456.47016
4 83939	(4-acetamidophenyl) hydrogen	CC(=O)NC1=CC=(C=C1)OS(=O)(=O)O	C8H9NO5S	231.22576
5 83944	(2S,3S,4S,5R,6S)-6-(4-acetami-	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)OC2C(C(C(O)C14H17N08	327.28668	
6 17499	(4-acetamidophenyl) acetate	CC(=O)NC1=CC=(C=C1)OC(=O)C	C10H11N03	193.19924
7 83997	(2R)-3-(4-acetamidophenyl)sulf	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)SCC(C(=O)O)N	C11H14N2O3S	254.30546
8 88510	N-(4-propoxymethyl)acetamide	CCCOC1=CC=(C=C1)NC(=O)C	C11H15NO2	193.2423
9 16218851	6-(4-acetamidophenoxy)-3,4,5-	CC(=O)NC1=CC=(C=C1)OC2C(C(C(O)C14H17NNaO8	350.27645	
10 84001	(2S)-5-[(2R)-3-(4-acetamido-	CC(=O)NC1=CC=(C=C1)SCC(C(=O))CC18H24N4O7S	440.47076	
11 95213	N-(4-propan-2-yl oxyphenyl)ace	CC(C)OC1=CC=C(C=C1)NC(=O)C	C11H15NO2	193.2423
12 83967	(2R)-2-acetamido-3-(5-acetam	CC(=O)NC1=CC=(C=C1)O)SCC(C(=O))C13H16N2O5S	312.34154	
13 83947	4-(4-acetamidophenoxy)-4-oxo	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)OC(=O)CCC(=C)C12H13N05	251.23532	
14 21102	(4-acetamidophenyl) 2-acetyl-	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)OC(=O)C2=CC-C17H15N05	313.3047	
15 539698	2-acetamido-3-(5-acetamido-	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O)SCC(C(=O))C13H16N2O5S	312.34154	
16 83966	2-acetylbenzoic acid; N-(4-	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O.CC(=O)OC1=C17H17N06	331.31998	
17 84023	2-[(2R)-3-(4-acetamidophenyl	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)SCC(C(=O))NC1C13H17N3O4S	311.35678	
18 142032	N-(4-methoxyphenyl)-N-methyl	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)OC	C10H13N02	179.21572
19 171264	(2R)-3-(5-acetamido-2-hydroxy	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O)SCC(C(=O))C11H14N2O4S	270.30486	
20 602532	N-(4-trimethylsilyloxyphenyl)ac	CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O[Si](C)(C)C	C11H17NO2Si	223.34368
21 6321307		CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O.CN1CCCC23C4C44H59N3O17P2	963.896682	
22 6321228		CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O.CN1CCCC23C4C52H73N3O25	1140.14112	
23 163158		CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O.CN1CCCC23C4C26H33N2O9P	548.521981	
24 6321309		CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O.CN1CCCC23C4C26H31CN206	502.98714	
25 629059	methyl 6-(3-acetamidophenoxy	CC(=O)NC1=CC(=C=C1)OC2C(C(C(O)C24H43N08Si3	557.85662	
26 5492657		CC(=O)NC1=CC=C(C=C1)O.CN1CCCC23C4C51H65ClN7O12P	1034.528261	

Situaciones críticas que pueden estar pasando en este momento y Mauricio no sabe

“No sabía que “Supermercados Alfa” era uno de mis clientes más grandes”

“Pensaba que Pedro era mi mejor vendedor y es de los más bajos”

“Nos ha dejado de comprar uno de los clientes más grandes que teníamos.”

“3 de nuestras 10 sucursales no son rentables”

“Tenemos 100 productos y solo 4 venden el 80%”

“Tenemos productos con ventas muy volátiles”

“Este años hemos cerrado muy pocos clientes nuevos”

“Tenemos peor atención al cliente de lo que pensaba”

“Nuestros márgenes de utilidad son menores a los dos años anteriores”

Cultura



¿o?

amazon

The Future of CX is Human

Equipo



¿o?



Científico de datos + Analista de datos +
Ingeniero de datos + Ingeniero de software +
Líder de Equipo

The Future of CX is Human

Aplicaciones de negocio

Reportes mensuales

Warn	Analyte	Value	Reference	Unit	Results	Remarks
*	HGB	10.7	11-16.0	g/dL		
*	RBC	3.4	3.5-5.50	10 ⁶ /uL		
	HCT	39.0	37.0-50	%		
	MCV	83.0	82-95	fL		
	MCH	29.0	27-31	pg		
	MCHC	34.0	32.0-36.0	g/dL		
	RDWcv	13.0	11.5-14.5	%		
	RDWsd	38.0	35-56	%		
	WBC	7.2	4.5-11	10 ³ /uL		
	NEU	5.0	2-7	10 ³ /uL		
	LYM	3.0	1.5-4.0	10 ³ /uL		
	MON	0.6	0.15-0.70	10 ³ /uL		
	BAS	0.1	0-0.15	10 ³ /uL		
*	EO	2.0	0-0.5	10 ³ /uL		
	NEU%	64.0	45-70	%		
	LYM%	27.0	20-45	%		
	MON%	6.0	2-10	%		
*	EO%	6.2	1-6	%		
	BAS%	1.0	0-2	%		
	PLT	250.0	150-450	10 ³ /uL		
	PCT	0.3	0.13-0.43	%		
	MPV	8.3	6.3-15.0	fL		
	PDWsd					
	PDWcv					

¿o?

Dashboard de exploración de ventas

Tablero de control empresarial

Análisis de fuerza de ventas

Segmentación de clientes

Análisis de inventarios

Minería de datos

¡Hola Imanol Belauste!

Ventas

Costos

Reportes

Solicitudes

Usuario

The Future of CX is Human

Herramientas

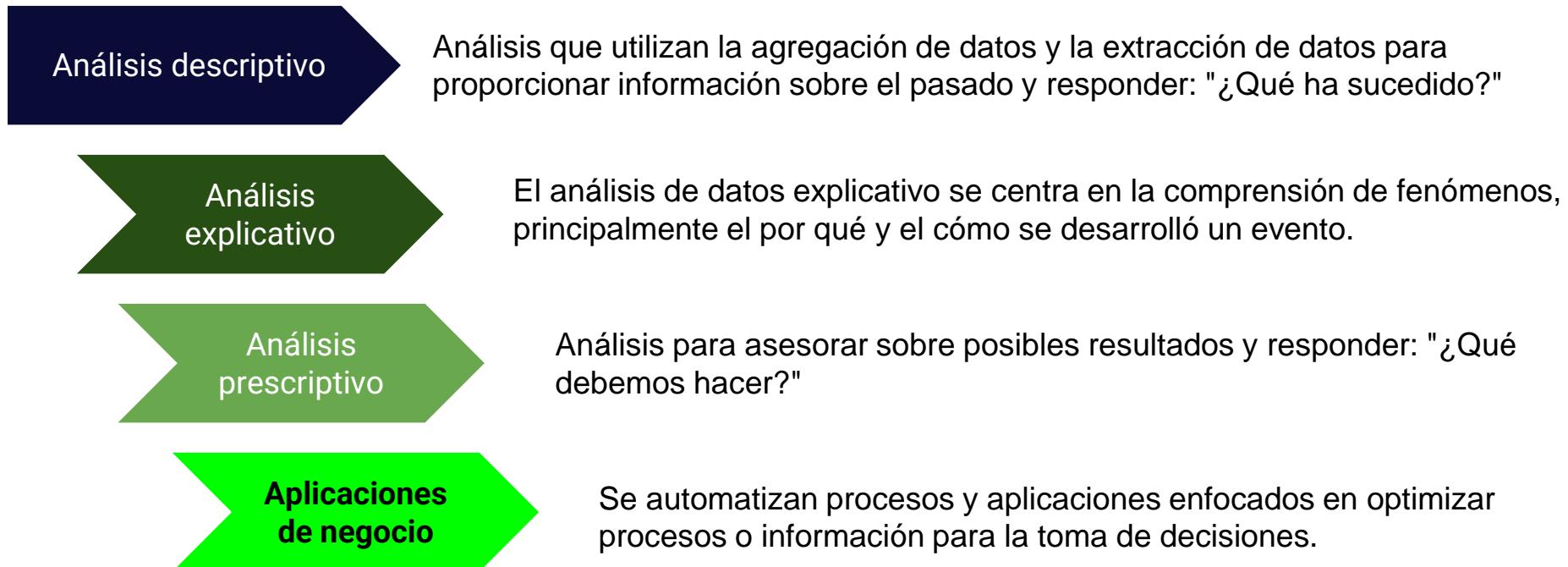


¿o?



The Future of CX is Human

Nivel de análisis en tu organización



9 aplicaciones de negocio

Análisis de costos	Análisis de equipo de venta	Segmentación de clientes
Clientes en riesgo de abandono	Tablero de control empresarial	Rankings de productos y clientes
Análisis de rentabilidad por sucursales	Reportes big picture de ventas	Análisis de clientes nuevos



The Future of CX is Human

"El poder de los datos para incrementar rentabilidad"



Mauricio Pérez Pérez

Cargos	CEO de Alimentos Pérez Pérez
Edad	45-55
Ubicación	MTY
Industria	Producción de alimentos

Como Mauricio obtiene **poder con datos** para incrementar **rentabilidad...**

Dimensión	Antes	Ahora
Cultura	Las decisiones se toman por experiencia	Cada equipo tiene sus indicadores, herramientas y aplicaciones de negocio.
Organización	Equipo de sistemas	Equipo de sistemas, analistas de datos, ingeniero de datos, científico de datos.
Herramientas	Excel	Power BI, Python, ChatGPT, SQL, Google Analytics
Aplicaciones de negocio	Estado de resultados y ventas totales por mes.	Segmentación de clientes, Monitoreo de indicadores, análisis de equipo de ventas, análisis de productos, clientes y sucursales, monitoreo de rentabilidad de sucursales y 5 aplicaciones más.

17 objeciones más comunes para no aprovechar datos

Objeción 1: Costo elevado.

- Retorno de inversión mayor

Objeción 2: Curva de aprendizaje larga.

- Diseño intuitivo para facilidad de uso.

Objeción 3: Personalización limitada.

- Soluciones 100% personalizadas.

Objeción 4: Riesgos de seguridad.

- Encuentra proveedores certificados

Objeción 5: Dependencia del proveedor.

- Desarrollarás de conocimiento.

- Recomendaciones de independencia y plan de salida.

Objeción 6: Integración con sistemas existentes.

- Conexión con 800+ fuentes de información.

Objeción 7: Falta de soporte técnico.

- Soporte técnico incluido con respuesta rápida.

Objeción 8: Falta de confianza en la tecnología.

- Ventajas competitivas de la tecnología.

Objeción 9: Riesgo de rezago sin adopción tecnológica.

Objeción 9: Falta de tiempo para implementar.

- Implementación por etapas.

Objeción 10: Resistencia al cambio.

- Comunicación de beneficios.

Objeción 11: Falta de evidencia de resultados.

- Establecimiento de métricas y KPIs.

Objeción 12: Falta de flexibilidad.

- Agilidad en adaptación a cambios.

Objeción 13: Interrupción de operaciones.

- Es un proceso paralelo

Objeción 14: Falta de tiempo.

- Implementación completa por parte del proveedor.

- Te ahorrarás tiempo.

Objeción 15: Conflictos con otros proyectos.

- Es un proceso paralelo que no tiene que parar operaciones.

Objeción 16: Me interesa pero tal vez no ahora.

- Te está afectando en toda tu organización hoy mismo

Objeción 17: Me interesa pero no soy tomador de decisión.

- Te está afectando directamente.

¿Qué escenario eliges?

No ser data driven

- La empresa puede perder competitividad y claridad al no aprovechar al máximo la información disponible.

Mejorar poco a poco

- Aunque hay un progreso, todavía pueden existir decisiones basadas en la intuición o la tradición.
- La toma de decisiones puede seguir sin ser informada.

Asumo ser data driven

- La empresa experimenta una toma de decisiones más precisa y ágil basada en datos objetivos.
- Se mejora la capacidad de identificar oportunidades de optimización y rentabilidad.
- La cultura de datos fomenta la colaboración, transparencia y la adopción generalizada en la organización.

**El poder de los datos
está en tus manos**

Gracias

Imanol Belausteguiigoitia Ibarrola