

¿Cómo aplicar Analytics en  
nuestras organizaciones?

Afrontando los nuevos  
desafíos para un análisis de  
información efectivo





**Fabián Varietti**  
[fvarietti@deloitte.com](mailto:fvarietti@deloitte.com)


Senior Consultant de Deloitte, con más de 7 años de experiencia en la firma, participando en proyectos en Uruguay, Panamá y México. Es Licenciado en Informática y PMP. Además participa como docente en la cátedra Business Intelligence y Datawarehouse del posgrado en Sistema de Información de las Organizaciones y Gestión de Empresas de TI, del Centro de Posgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración.



**Milton Gioanola**  
[mgianola@intermedia.com.uy](mailto:mgianola@intermedia.com.uy)

Milton posee una licenciatura en Sistemas de la Información, y una especialización en Gestión de datos, Data Mining y DW. Posee más de 10 años de experiencia diseñando soluciones de Business Analytics para la industria de Servicios, Financieras, Retail, Seguros, Salud entre otras; habiendo trabajado en varios países de Sudamérica, Centroamérica y el Caribe. Lidera el Departamento de Analytics de Intermedia y el delivery de la implementación de soluciones de Analytics en organizaciones líderes en Uruguay y la región.





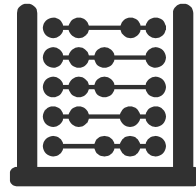
# #1. NUEVOS DESAFÍOS Y TENDENCIAS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

“En dios confiamos, los demás traigan datos”

W. E. Deming

**¿POR QUÉ AHORA?**

**HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA**



**¿POR QUÉ AHORA?**

**HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA**



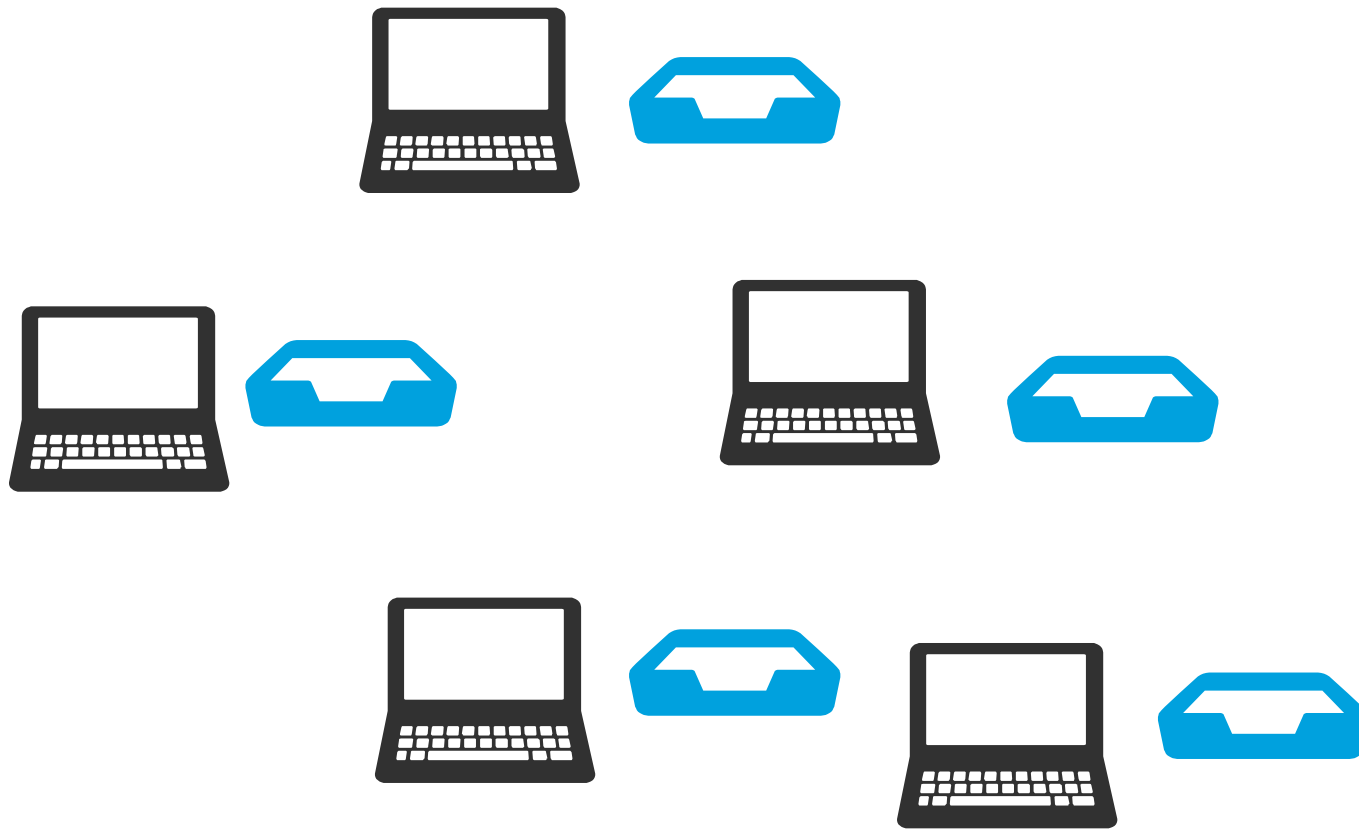
**¿POR QUÉ AHORA?**

**HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA**



¿POR QUÉ AHORA?

HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



¿POR QUÉ AHORA?

HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



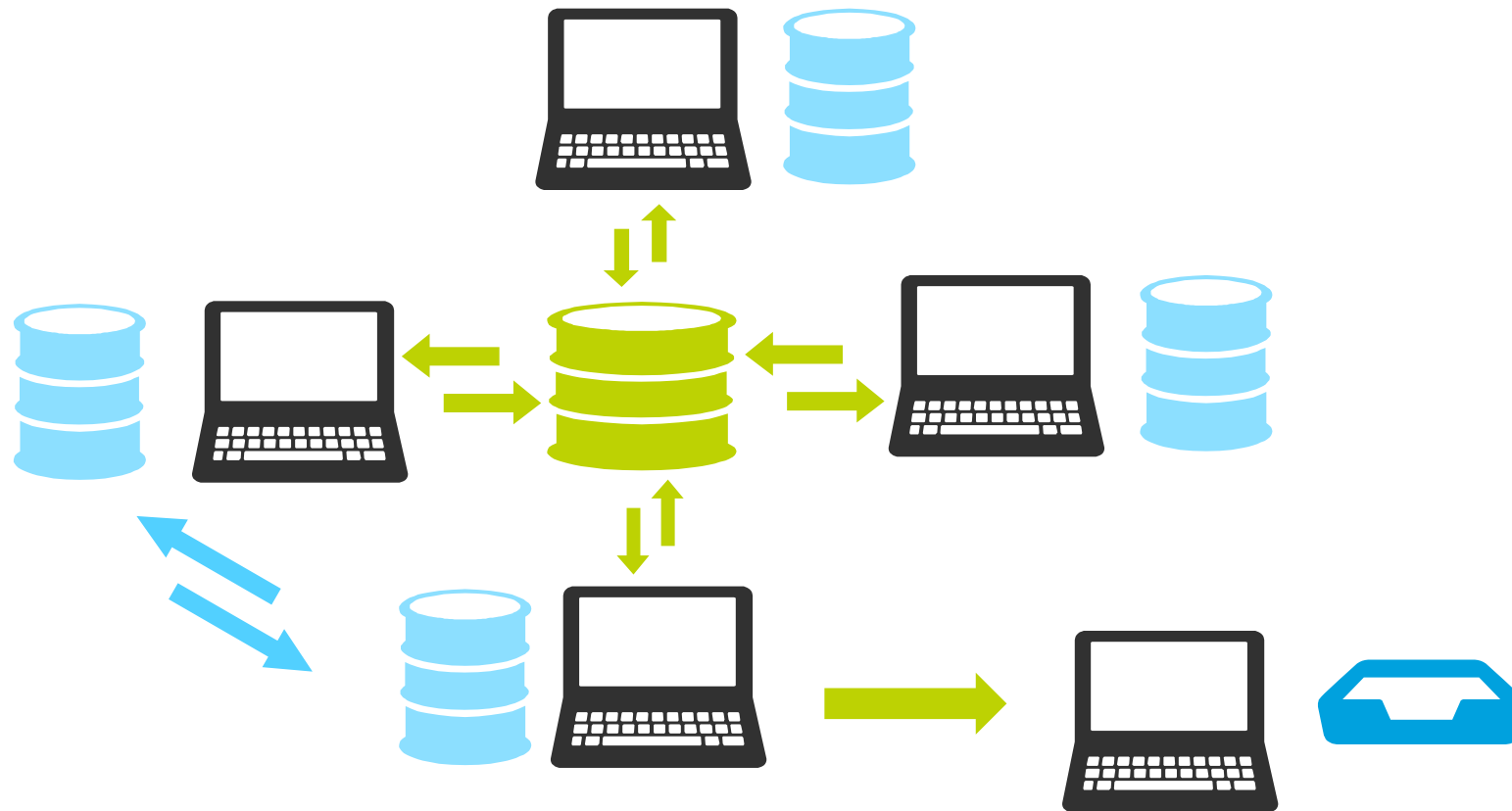
# ¿POR QUÉ AHORA?

## HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



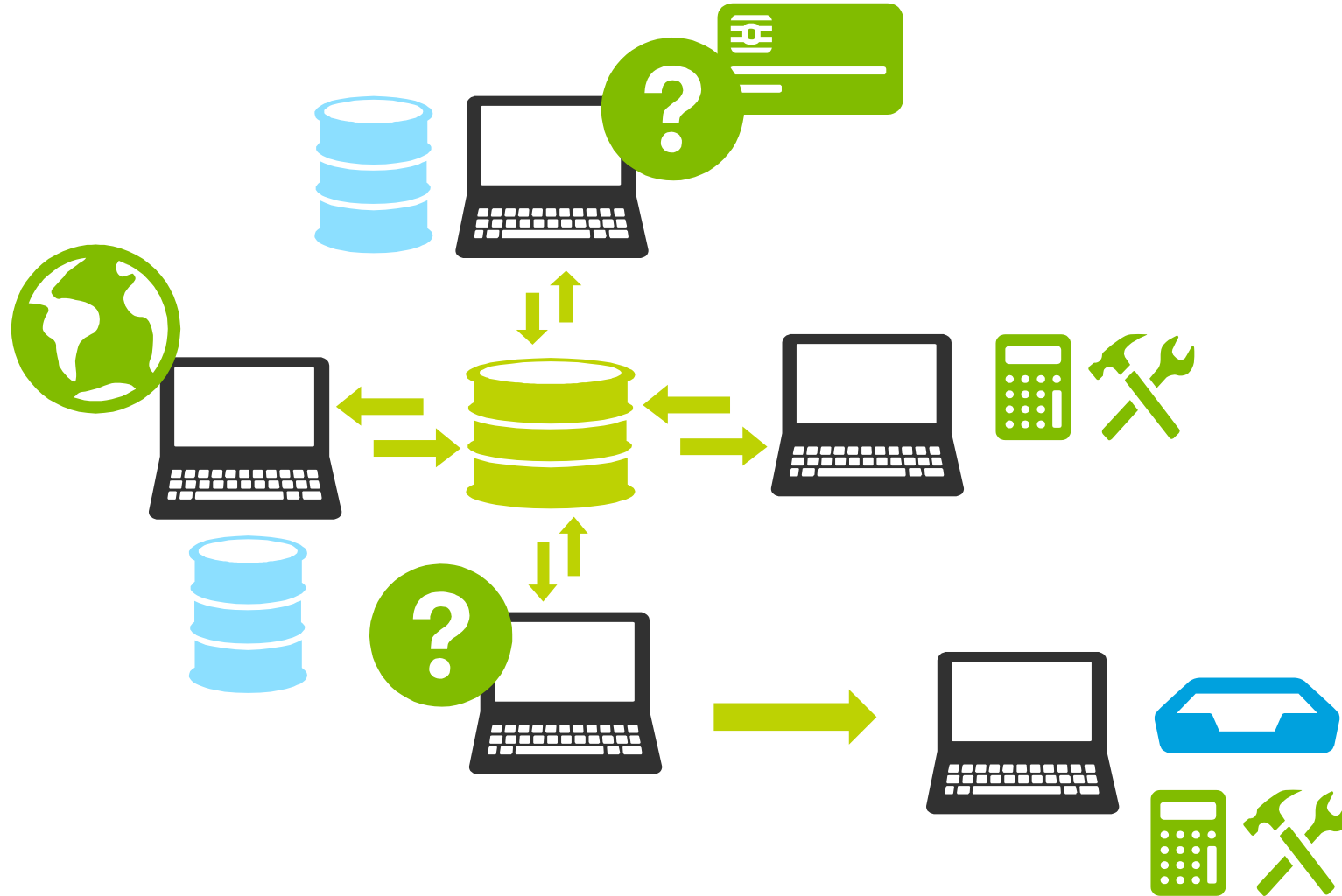
¿POR QUÉ AHORA?

HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



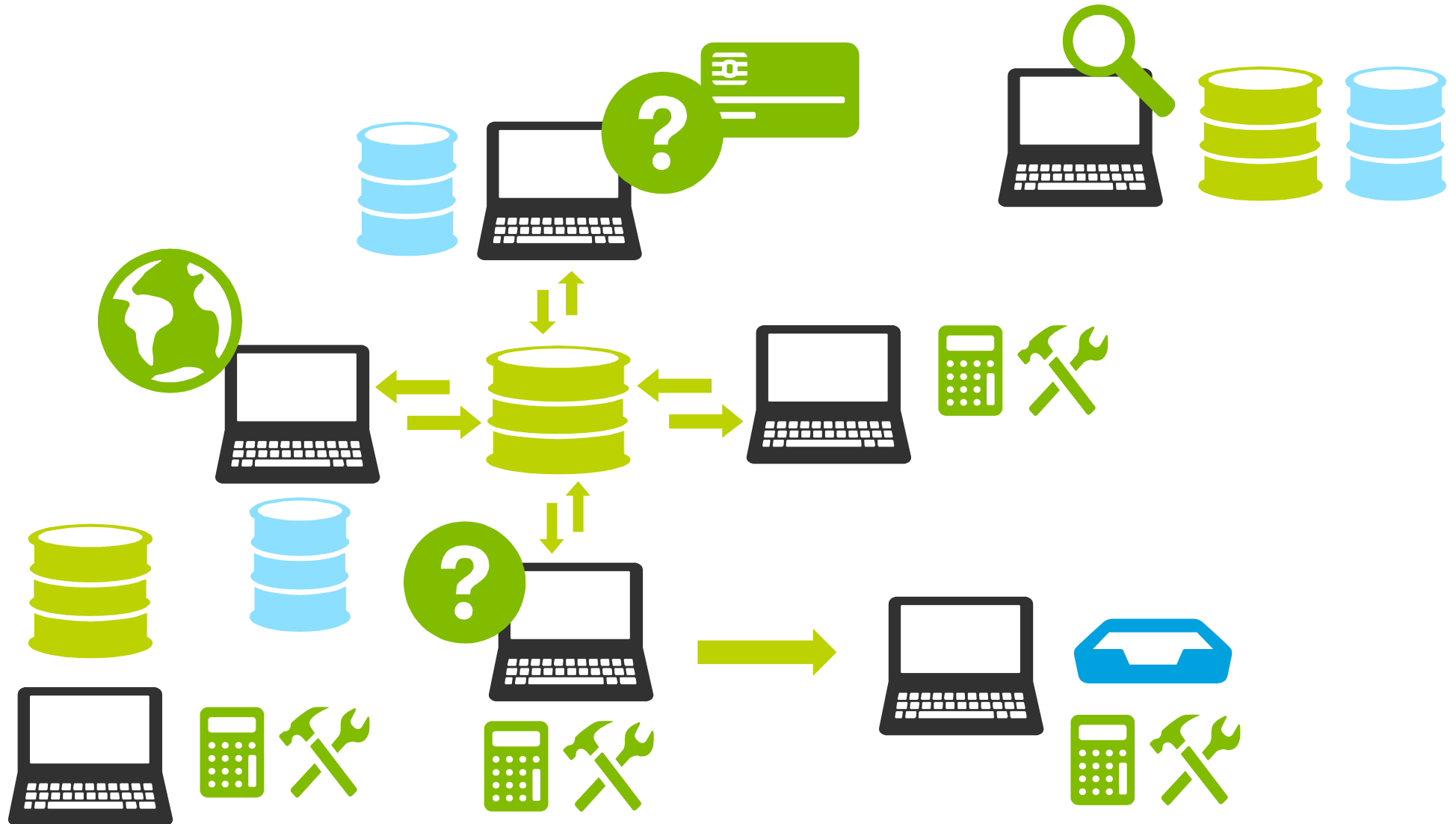
# ¿POR QUÉ AHORA?

## HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



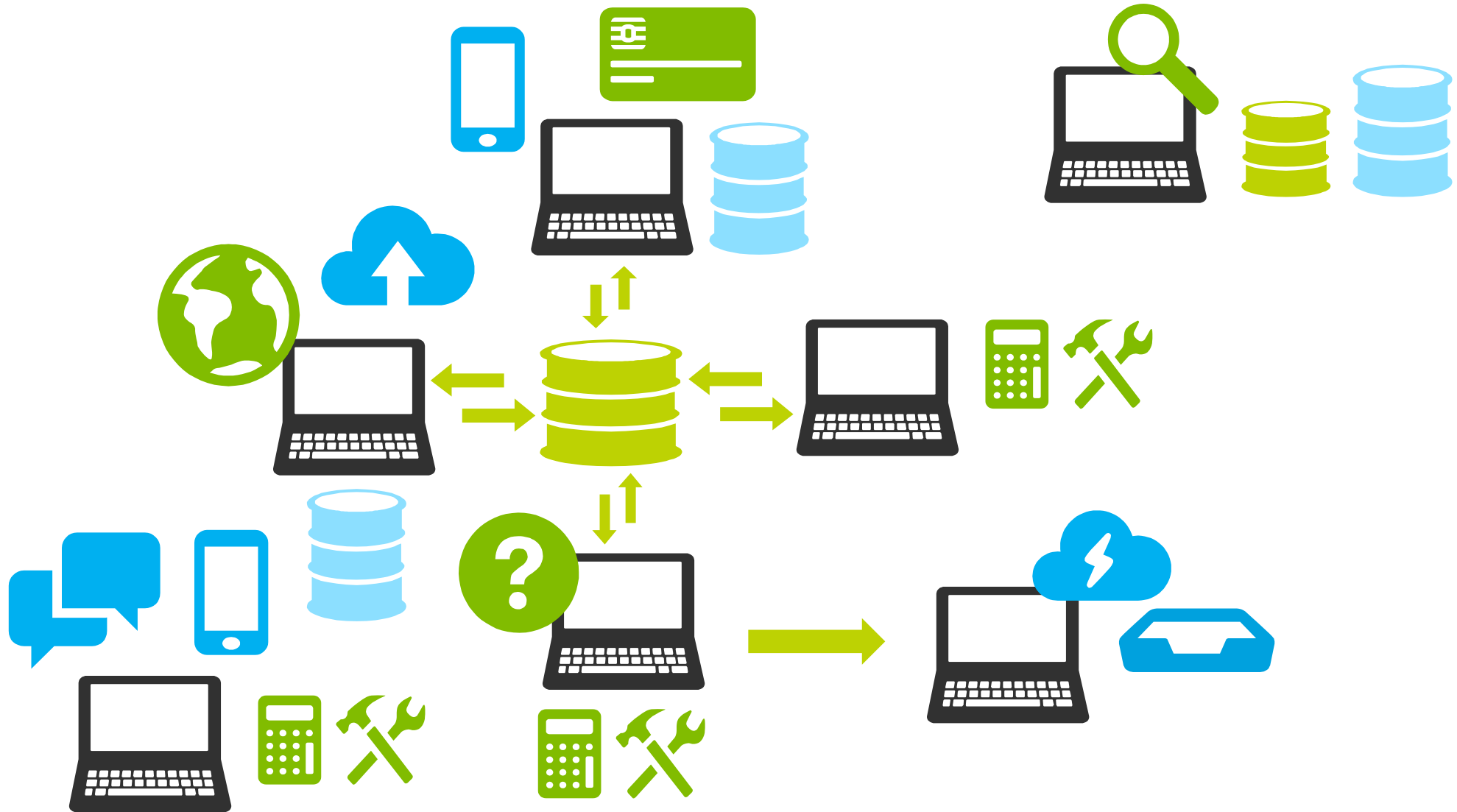
# ¿POR QUÉ AHORA?

## HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



# ¿POR QUÉ AHORA?

## HAGAMOS UN POCO DE HISTORIA



DATOS DATOS DATOS  
DATOS DATOS DATOS  
DATOS DATOS DATOS  
DATOS DATOS DATOS  
DATOS DATOS DATOS  
DATOS DATOS DATOS

DATOS **DATOS**

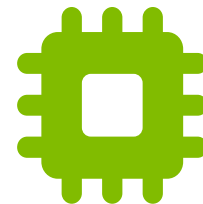
DATOS  
DATOS



NUEVAS  
FUENTES



MAYOR  
VOLUMEN



MÁS CAPACIDAD  
TECNOLÓGICA



+ COMPLEJIDAD

+ COMPETENCIA

+ ACCESO A INFORMACIÓN

+ ÁREAS DE CRECIMIENTO

EXPLOTAR Y  
PROTEGER  
MIS DATOS

SACAR  
VENTAJA DE  
DATOS EXTERNOS

**Las organizaciones que mejor han aplicado Analytics han sido aquellas que lograron **embeberlo en sus procesos de** toma de decisiones.**

# 1 EL INCREMENTO DE LA COMPLEJIDAD REQUIERE DE UN NUEVO LIDERAZGO

**85%** de Fortune 500

No serán capaces de explotar Big Data  
Para sacar ventaja competitiva

Gartner 2015



# 1 EL INCREMENTO DE LA COMPLEJIDAD REQUIERE DE UN NUEVO LIDERAZGO

**50%** de Fortune 500  
tendrán un nuevo rol implementado...

Gartner 2015



# 1 EL INCREMENTO DE LA COMPLEJIDAD REQUIERE DE UN NUEVO LIDERAZGO

La agenda de Analytics debe estar **explícitamente mencionada y alineada** en los objetivos corporativos y focalizada en embeber Analytics en el proceso de toma de decisiones y generación de valor



# 2 LA “FUNCIÓN” DE ANALYTICS SE ESTÁ TRANSFORMANDO EN ALGO DEMASIADO **IMPORTANTE** COMO PARA NO FORMALIZARLA



## Funcional

Los analistas se encuentran desperdigados en las diferentes funciones (Riesgos, Marketing, Finanzas, etc.) donde se realizan las actividades más analíticas y dan información al negocio.



## Disperso

Los analistas son distribuidos a lo largo de la organización en diferentes unidades de negocio y funciones con poca o ninguna coordinación.



## Centralizado

Los analistas se encuentran en un grupo central donde brindan una variedad de servicios de analytics para toda la organización.



## Consultoría

Los analistas trabajan de forma conjunta, pero actúan como “consultores internos”, apoyando la generación en cada unidad como si fueran proyectos independientes.



## Centro de Excelencia o Experiencia

Una entidad central coordina las actividades de análisis a través de las unidades de negocio y construyen una comunidad para compartir conocimiento y mejores practicas.

# 3 SE NECESITA UN EQUIPO CON EL EQUILIBRIO ADECUADO DE LAS HABILIDADES EMPRESARIALES Y TÉCNICAS PARA OFRECER IDEAS DE NEGOCIO VIABLES



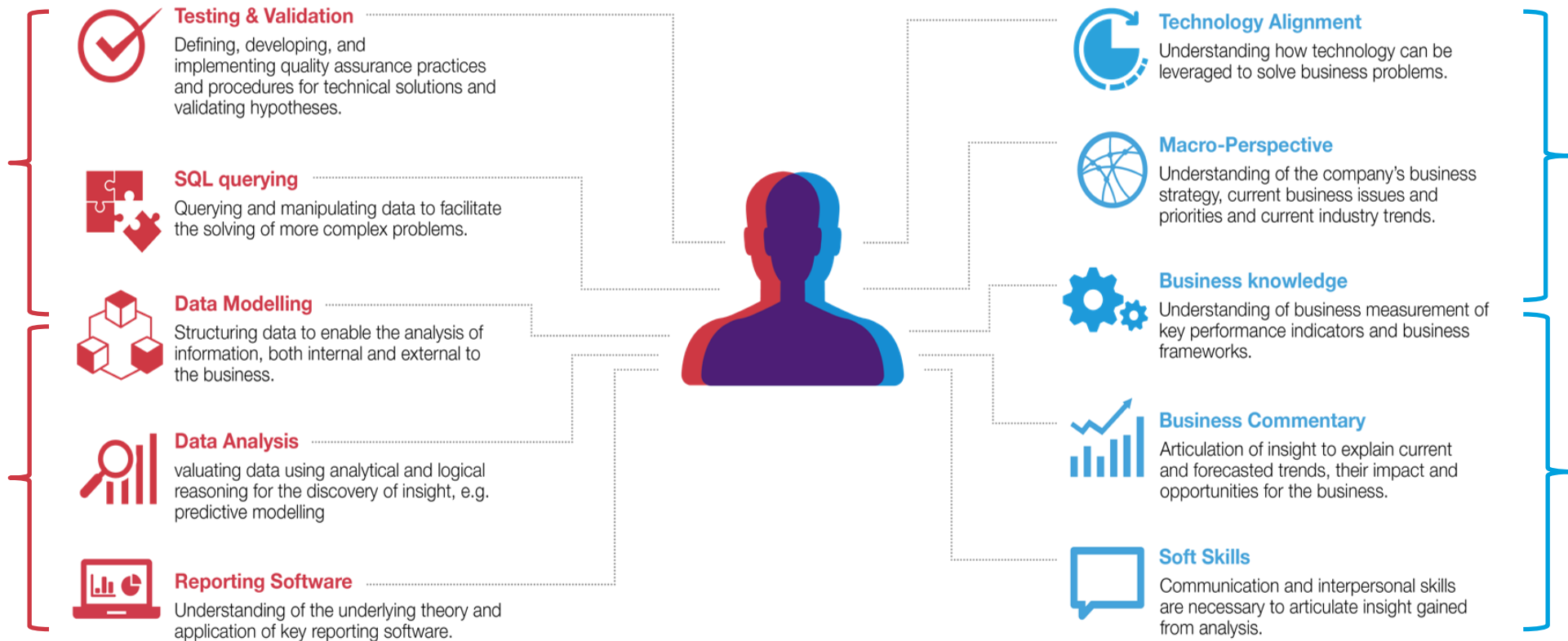
## TECHNICAL & ANALYTICAL



## BUSINESS & COMMUNICATION

ANÁLISIS DE DATOS CAPACIDADES TÉCNICAS

VISIÓN DE NEGOCIO STORYTELLING



# 4 UNA BUENA VISUALIZACIÓN VALE MÁS QUE MIL DATOS

## EL ARTE DE LA VISUALIZACIÓN

“What information visualisation is really about is external cognition, that is, how resources outside the mind can be used to boost the cognitive capabilities of the mind.”

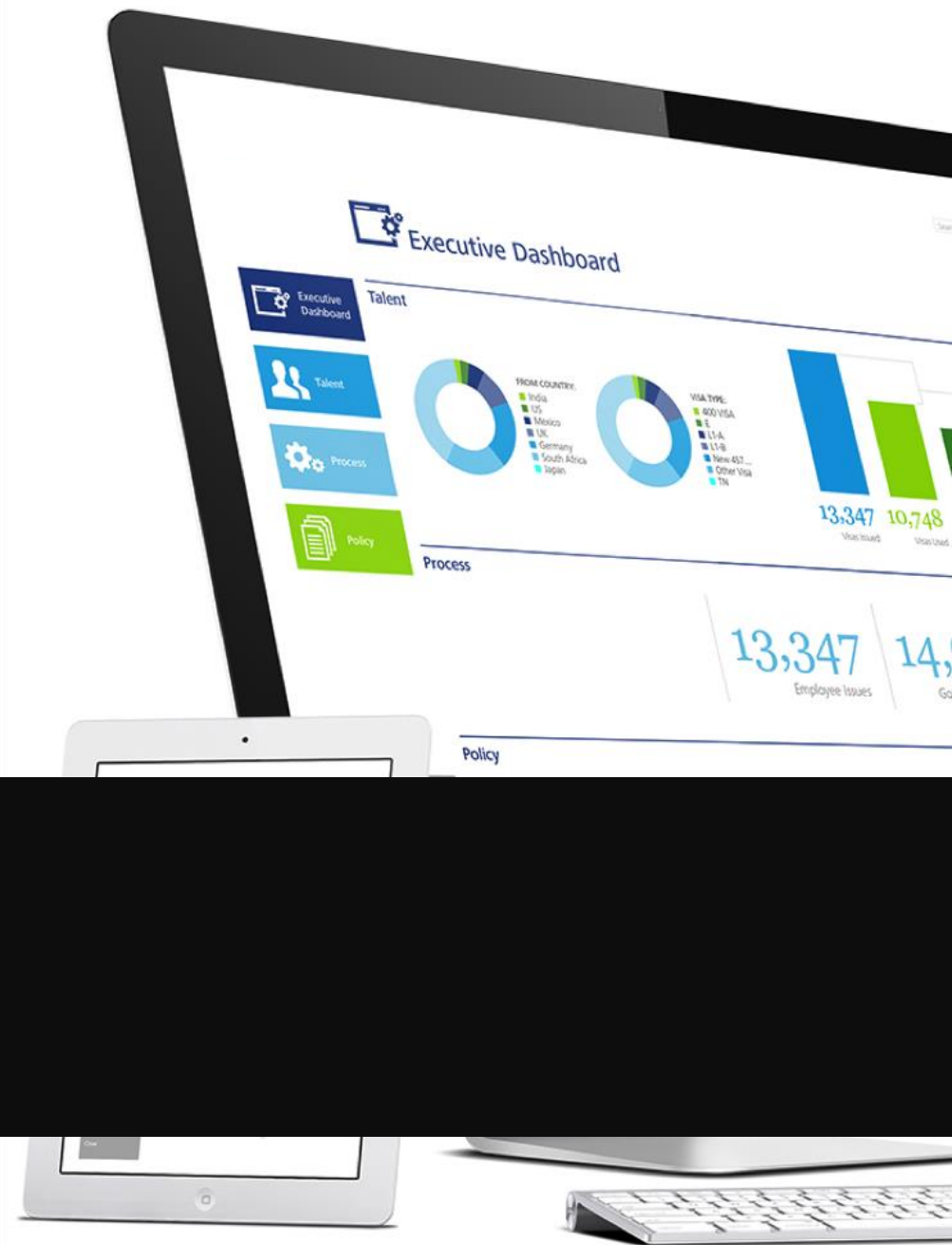
– Stuart Card

“Why should we be interested in visualisation? Because the human visual system is a pattern seeker of enormous power and subtlety.”

– Colin Ware, Information Visualisation: Perception for Design

### BENEFICIOS

- ✓ Observación de tendencias y patrones más rápida
- ✓ Mejor entendimiento y retención de la información
- ✓ Impulsar la participación embebida de los usuarios




# #2. EXPLOTACIÓN DE INFORMACIÓN

“La nueva información hace posible las nuevas ideas”

Zig Ziglar, escritor.

¿POR QUÉ PONERLE HONDA  
A LA **EXPLORACIÓN DE INFORMACIÓN?**





20%

recordamos 20%  
de lo que leemos

83%

83% de eso que  
recordamos es visual





**EXPLORACIÓN**



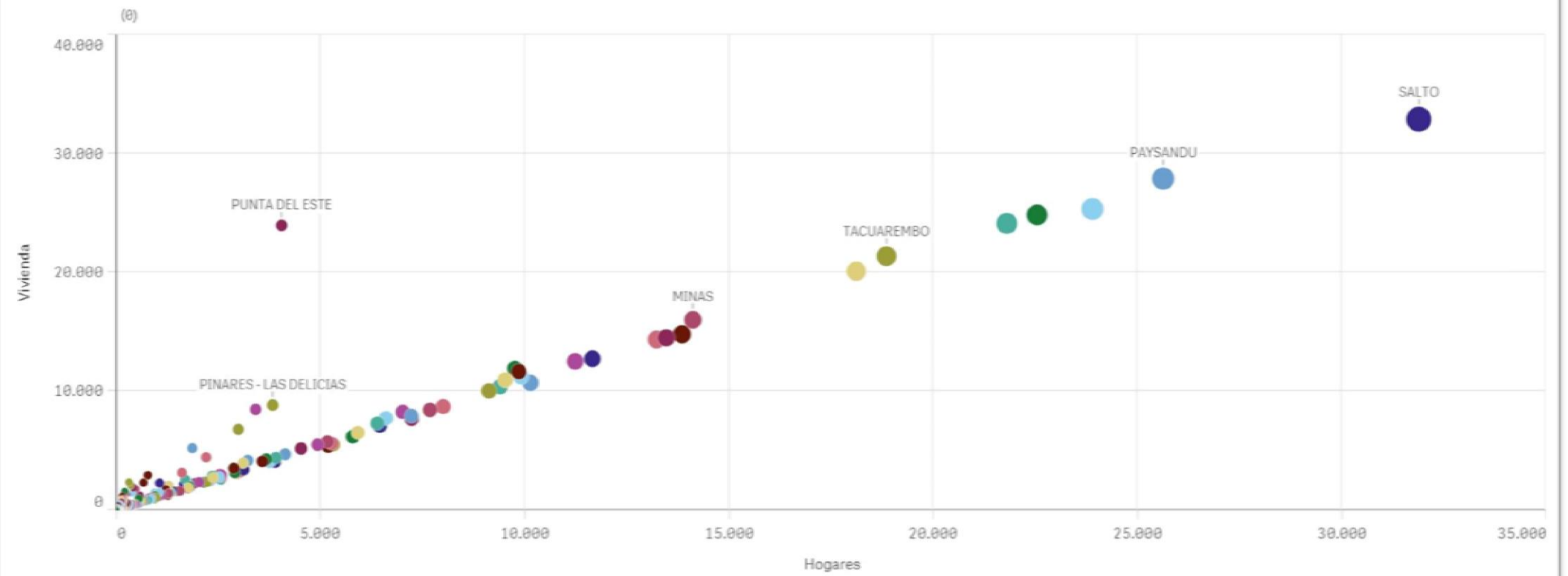
**Descubir** la historia que quieren contar los datos

**VISUALIZACIÓN**



**Contar** la historia a los que necesitan saberla

### Personas, Hogares y Viviendas



# ALGUNAS PIEDRAS EN EL CAMINO...

## Presentación ineficaz de información

Eran necesarias herramientas de alto rendimiento para **visualizar** los datos, que ayuden a presentar las preguntas importantes en forma ágil.



## Falta de capacidad exploratoria

Era necesario una solución que permita **libertad exploratoria** en el análisis de datos.



## Interfaces complicadas para el usuario

Era necesario un interfaz de **análisis simple** y uso amigable.



**¿CÓMO RESOLVEMOS ESTA NECESIDAD HOY?**





# Y ASÍ SURGEN NUEVOS CONCEPTOS...

## Analytics Ágil

Análisis rápido de grandes volúmenes de datos disponibles en la empresa **sin pasar por etapas intermedias** de generación de datos. Mostrando así directamente los resultados posibles y luego ir armando las vistas y respondiendo las preguntas, sin ninguna respuesta posible previa definida.

## Self – Service Analytics

Es el análisis rápido de los datos disponibles en la empresa **por parte del usuario final**, sin necesidad de programación ni conocimiento técnicos profundos. Implica ir buscando una las respuestas a las preguntas.



# Diseño de información

**“Buen diseño es el  
menor diseño posible”**

Dieter Rams



# KPI Dashboard

Margin % ⓘ

# 44%

TY vs LY Sales ⓘ

# 68%

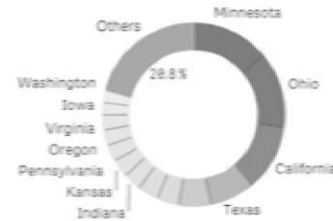
Sales vs Budget % ⓘ

# 113%

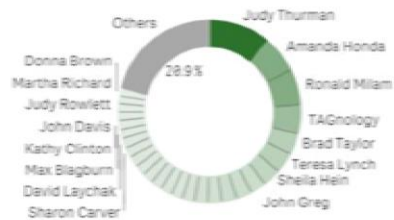
Margin % by Product Sub Group



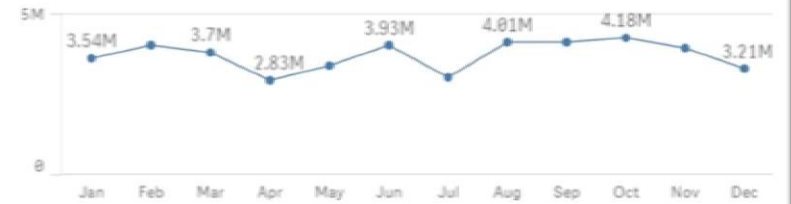
Sales by State



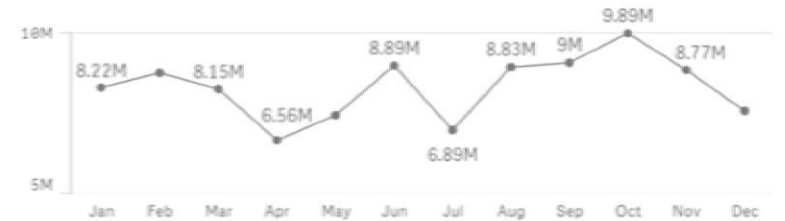
Budget Amount by Sales Rep



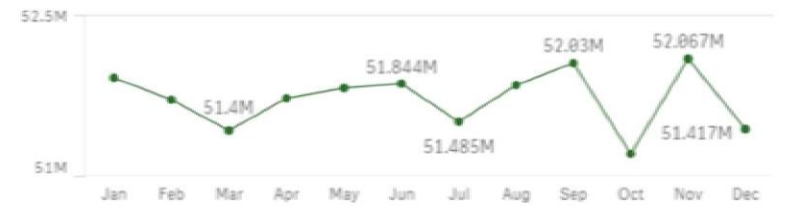
Margin Amount Over Time



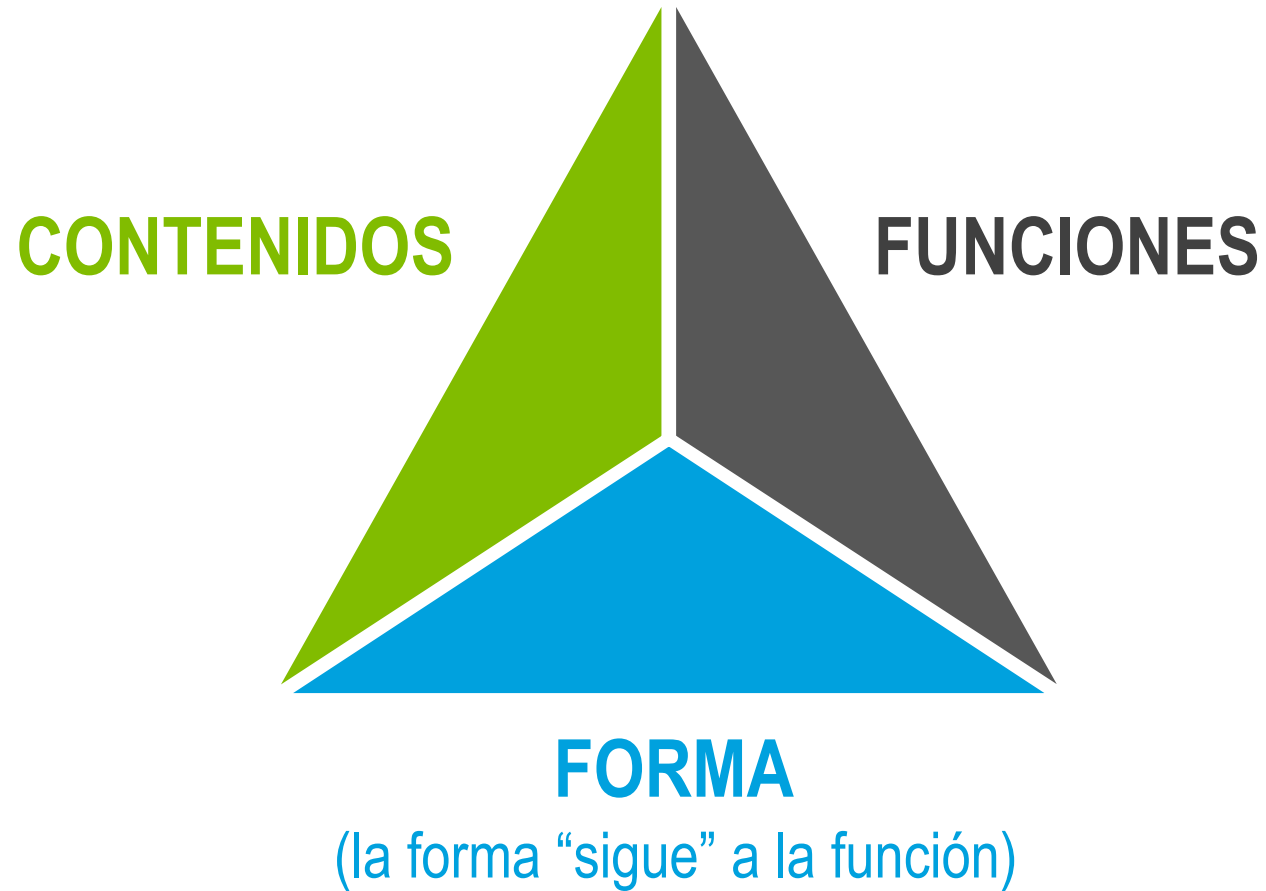
Sales Over Time



Budget % Over Time



# BALANCE ADECUADO ENTRE...



**Necesito un balance adecuado entre estas variables  
para obtener un diseño efectivo**

# ALGUNOS FACTORES DE ÉXITO PARA UN BUEN DISEÑO



MENSAJES CLAVE



TIPOS DE DATOS



NAVEGACIÓN



DISEÑO



TIPOGRAFÍA Y COLORES



JERARQUÍA Y “LAYOUT”

# EL PROCESO DE VISUALIZACIÓN

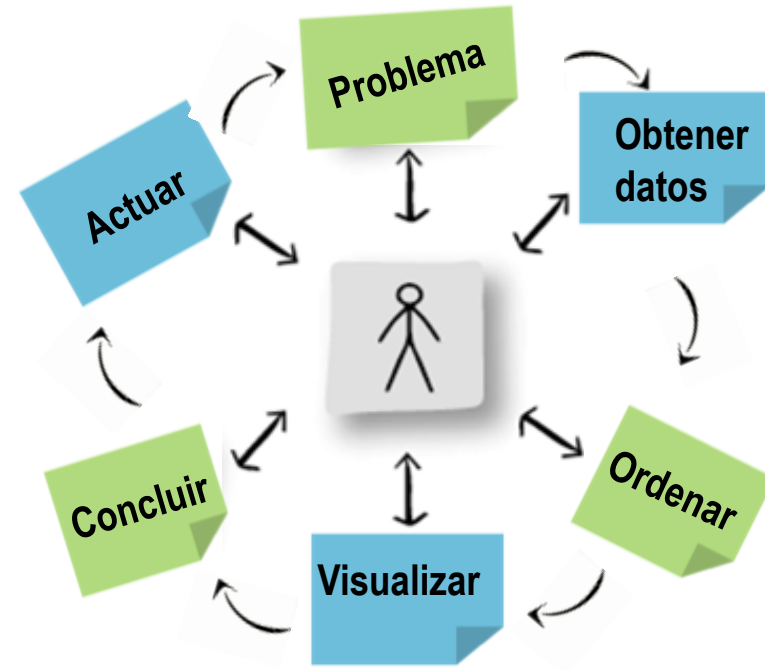


# Y CON ESTO SURGEN NUEVAS HERRAMIENTAS...

2015 MAGIC QUADRANT FOR BUSINESS INTELLIGENCE AND ANALYTICS PLATFORMS

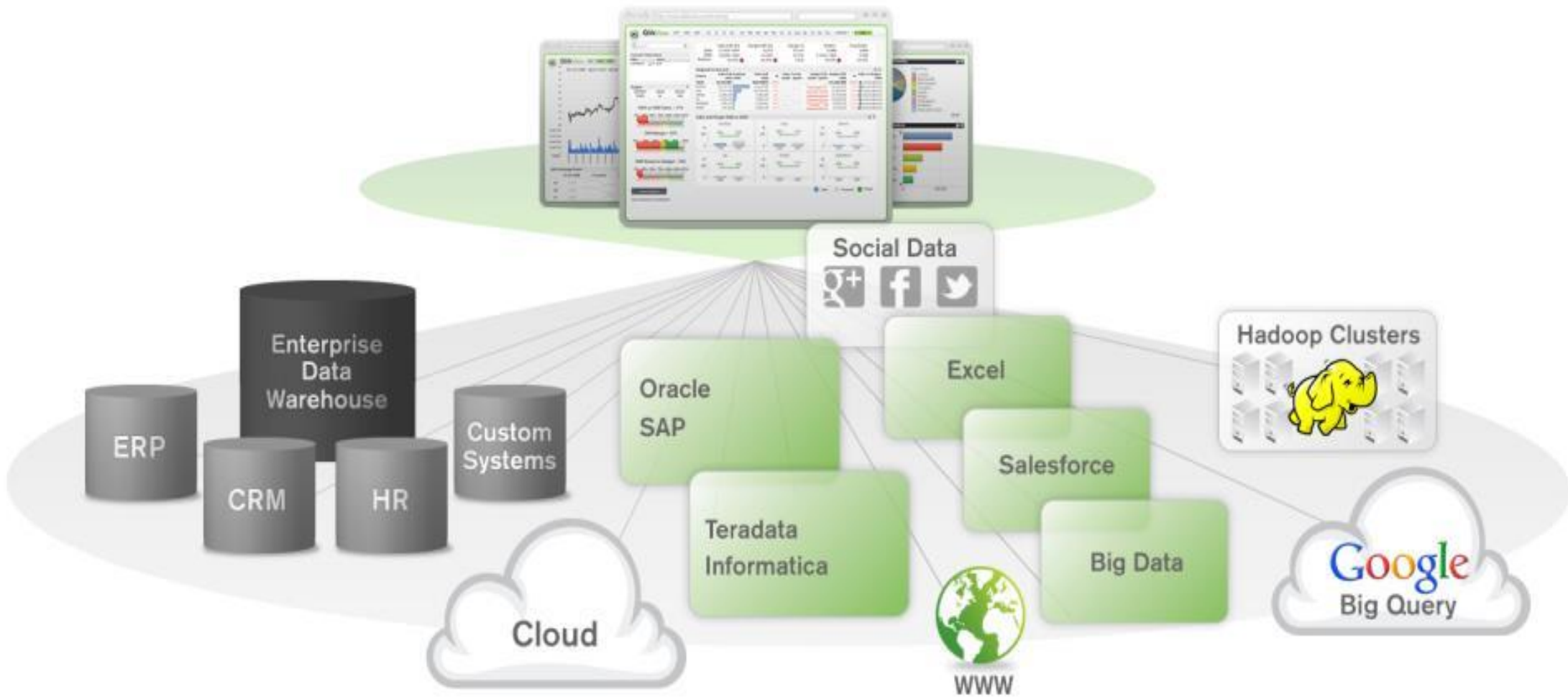


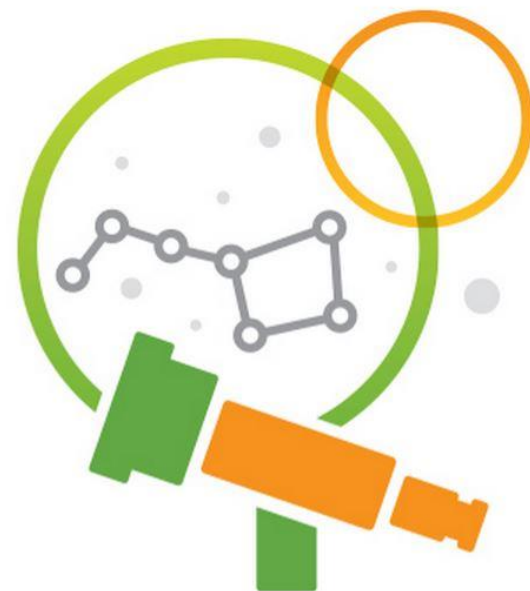
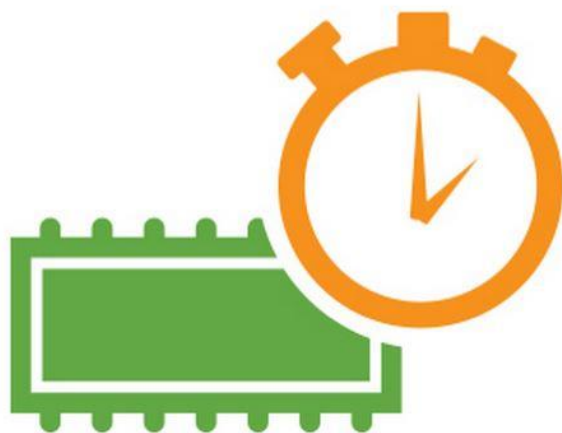
# DOS SOLUCIONES EXISTENTES EN EL MERCADO

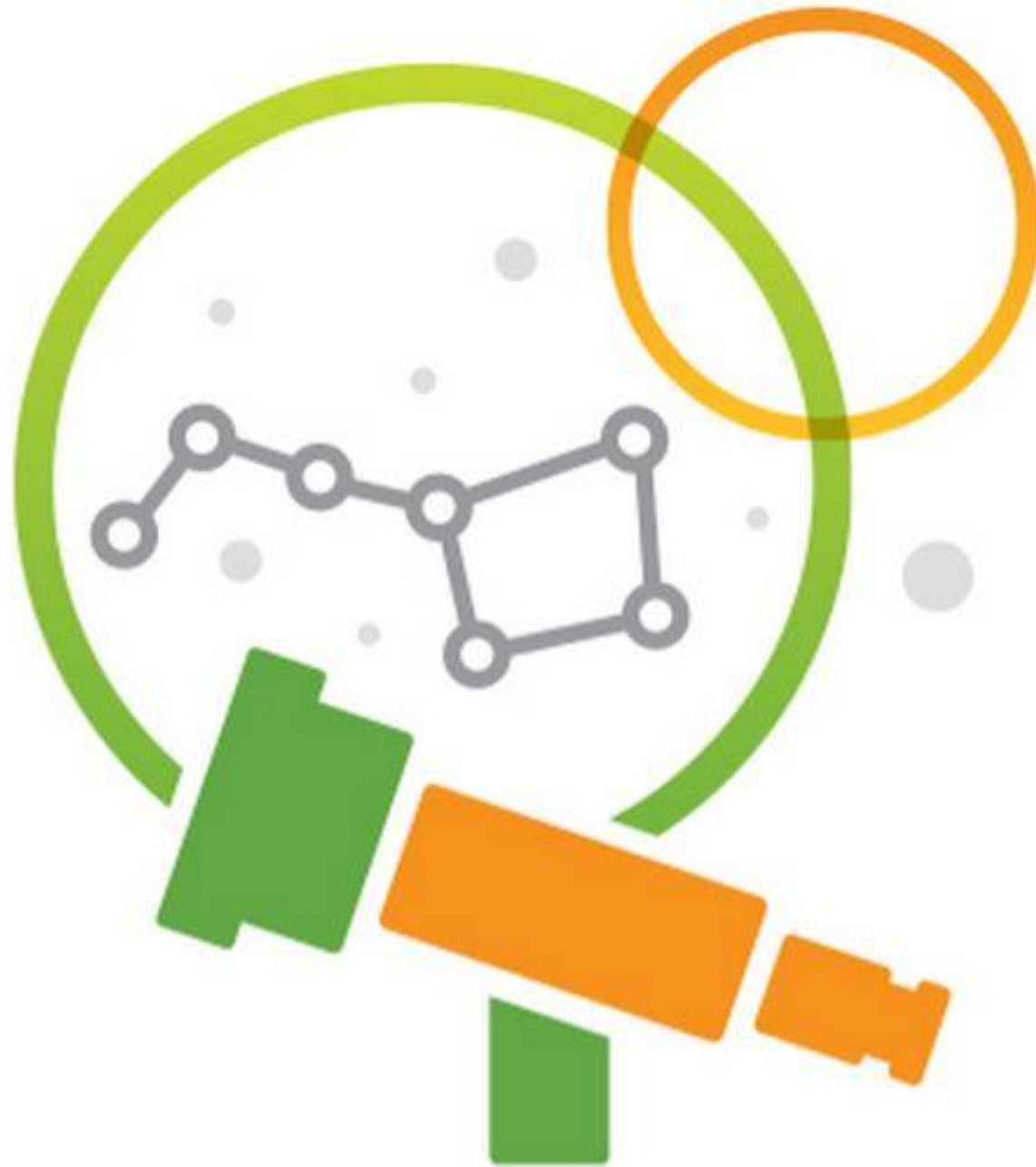


Ciclo de Visual Analytics, Tableau Drive









Y... ¿CÓMO ENCARO UNA IMPLEMENTACIÓN ÁGIL?



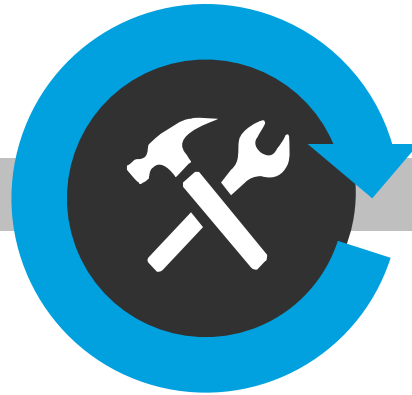
# ¿CÓMO ENCARO UNA IMPLEMENTACIÓN ÁGIL?

**1** | Entendimiento y puesta a punto



Entender las necesidades de información y fuentes de datos disponibles necesarios para el cumplimiento de los objetivos planteados

**2** | Construcción iterativa



Diseño y construcción de los distintos componentes, en ciclos, presentando y validando avances

**3** | Capacitación y Validación



Capacitar a los usuarios finales y realizar una validación de la información y cálculos realizados, y los componentes diseñados.

**4** | Entrega incremental



Liberar a usuarios finales los componentes implementados y validados.

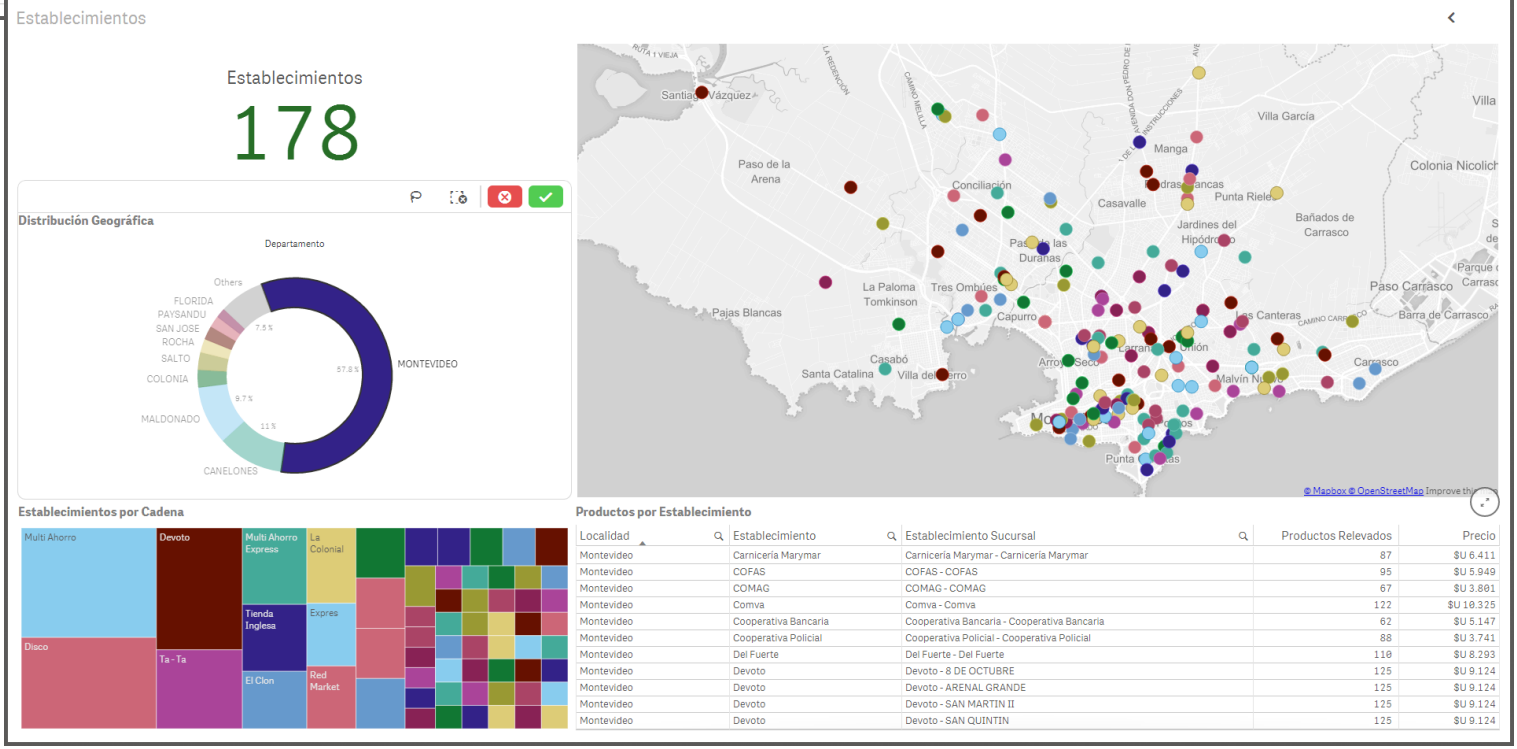
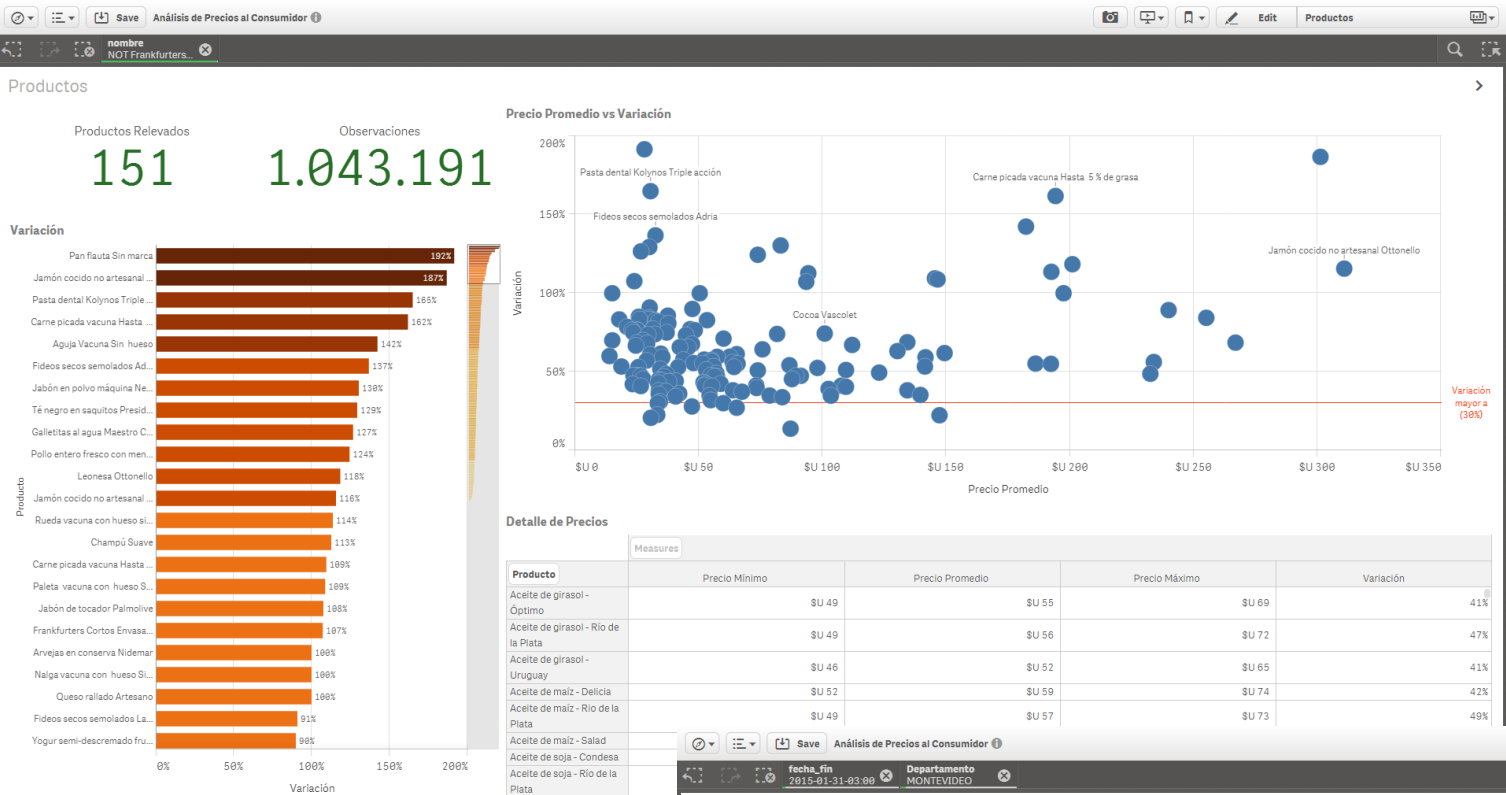
**Entregar en forma incremental en las distintas áreas de negocio**



# #3 ALGUNOS CASOS DE ÉXITO

“La nueva información hace posible las nuevas ideas”

Zig Ziglar, escritor.



¡MUCHAS GRACIAS!

**Deloitte.** INTERMEDIA<sup>®</sup>