

# Las métricas que importan

Entendiendo los principales indicadores para obtener mejores resultados



# MIDIENDO LO IMPORTANTE

De acuerdo a una encuesta reciente de Gartner, 80 por ciento de las compañías solo miden resultados. En otras palabras, solo miden el comportamiento del pasado al ver resultados en los Estados Financieros. Pero no saben qué fué lo que impactó estos resultados, ni lo que se debe de hacer para mejorarlos.

Los análisis o reportes de tu empresa te permiten preguntar: “¿por qué pasó esto?” y “¿qué área de mi empresa necesita mayor atención, si quiero aumentar mi utilidad?”. Si sí, felicidades por ser parte de una empresa moderna, enfocada en la información! Si no, sigue leyendo y te vamos a ofrecer algunos consejos para que logres que lo sea.



# ¿POR QUE BUSINESS ANALYTICS SIGUE SIENDO PRIORIDAD PRINCIPAL?



**De acuerdo con Gartner, los ejecutivos siguen reportando una diferencia enorme entre la información que necesitan y la que reciben.**

Business Intelligence es prioridad en las agendas de los ejecutivos modernos. En el Summit del 2014 de Gartner Business Intelligence y Analytics, el analista de Gartner, Michael Smith reportó que en una encuesta realizada con CEOs y ejecutivos de negocios Senior de America del Norte se demostró la prioridad que tienen para la inversión en tecnología en estas dos áreas:

Business• Analytics (71%)

Reporteadores avanzados de Negocios (56%)

Puede haber una gran cantidad de factores que conducen a los ejecutivos a invertir en Business Intelligence, pero hay una razón que sobresale: De acuerdo con Smith, los ejecutivos siguen reportando una diferencia enorme entre la información que necesitan y la que reciben.

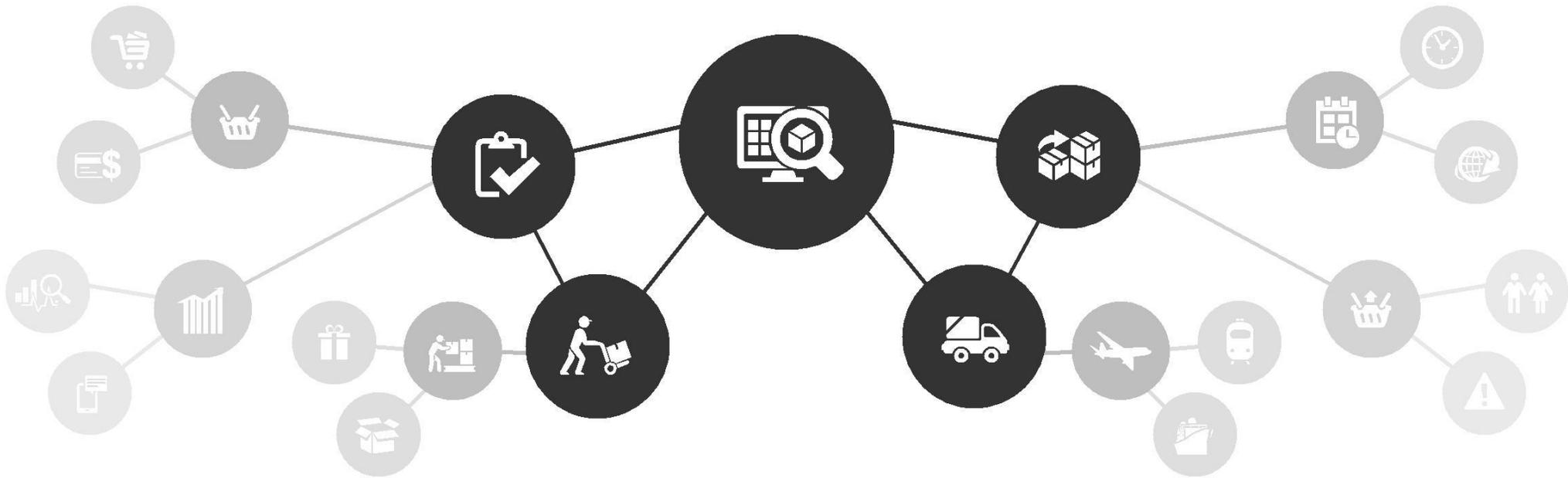
Ellos obtienen los resultados – pero la información mira al pasado sin permitir un entendimiento de los procesos internos y externos en los que necesitan enfocarse—para mejorar en el futuro.

La información que ellos reciben describe lo que pasó. Pero no predice lo que va a pasar y tampoco que acciones tomar.

En la mayoría de los casos, la información ya se está registrando a través de sistemas ERP o soluciones de CRM, marketing o de administración de almacenes. La información se maneja en cada área funcional, pero no está disponible para los ejecutivos inmediatamente. Y puede que no pueda realizar un análisis entre las diversas soluciones transaccionales de la compañía. Esto requiere una configuración específica que se construye para analytics.

¿Pero cómo diferenciar que información es valiosa para usar

# DATA, DATA, EN TODOS LADOS! PERO QUE DATA USAR?



Por todas las cosas buenas que la información puede hacer por los negocios, hay una que causa problemas: Sobrecarga de información. Muchas compañías tratan de enfocarse en tantas diferentes métricas sin poner atención a las que realmente importan.

Tienen un océano de información dentro de la compañía por cada transacción del sistema que soporta los procesos del negocios. En nuestra experiencia, los departamentos de marketing tienen típicamente de 3 a 5 diferentes sistemas y los departamentos de manufactura muchos más.

Desde que el tsunami de big data inundó a los medios y blogs los años pasados, muchas compañías han tratado de descubrir que hacer con toda la información externa que se ha vuelto disponible. Algunas compañías han empezado una colección de información externa, pero no están sabiéndola aprovechar.

Según Gartner, la confusión en torno a big data es tal que algunas compañías han indicado que van a retrasar invertir en analytics y Business Intelligence hasta que sepan cómo manejar la información mejor. De hecho, la mayoría de las inversiones en big data a la fecha han sido por los servicios, como proyectos de consultoría que ayudan a clarificar que es lo que se debe examinar. Y únicamente el 8 por ciento de los CIOs encuestados en la reciente encuesta de Gartner dijo haber explotado las inversiones en big data.

Pero big data -- o cualquier otra data -- no tienen por que ser una tarea complicada.

**La confusión en big data retrasa las inversiones.  
Esto es un error muy costoso.**

# INDICADORES SEGUIDORES y LIDERES - LA DIFERENCIA ENTRE MIRAR ATRAS Y MIRAR AL FRENTE

Piensa en la data que crea tu BI como creada por factores de causa y efecto. Estos dos factores son los indicadores seguidores y los indicadores líderes. La diferencia entre ellos no es muy complicada, pero si es crítica.

## INDICADORES SEGUIDORES = EFECTO

Se conforman de las medidas contables e históricas. En otras palabras estos son los radios financieros que construyes basados en el estado de ingresos.

## INDICADORES LIDERES = CAUSA

Estos también son históricos, pero miran los procesos internos y eventos externos que ocurren antes del ingreso



## Por qué la gran diferencia?

De acuerdo con Smith, 80 por ciento de los BI actuales se basan en los indicadores de seguimiento.

Sin embargo todos los BI actuales deberían basarse en indicadores Líderes. Por qué la gran diferencia? Una palabra: **Valor**

Los indicadores seguidores solo tienen valor si solo quieres ver las condiciones actuales, pero es importante ver las proyecciones futuras para poder guiar a una compañía hacia un mayor éxito. Los indicadores líderes le dan a la empresa la habilidad de mirar "la bolita mágica" y tomar acciones proactivas en lugar de reactivas, lo cual ahorra tiempo y dinero.

A hand in a dark suit jacket is pointing upwards. A large blue arrow is superimposed on the hand, pointing towards the top right. A smaller white arrow is also pointing upwards from the hand. The background is a light blue gradient with a white circular shape behind the hand.

# DETERMINA TU META FINAL!

**Como con cualquier cosa en la vida, la manera de avanzar exitosamente, incluso con KPIs en desarrollo e identificando los indicadores líderes, es primero determinando la meta final.**

Esto puede ser cualquier cosa desde aumentar el ingreso hasta reducir costos. Después considerando lo que verdaderamente puede impactarnos tanto interna como externamente para alcanzar estos objetivos.

- **INTERNAMENTE...**

Tiene que ver con los procesos internos del negocio (Diseño del producto, visión corporativa, etc.) Lo más seguro es que tengas esta información dentro de las soluciones actuales de la empresa. De lo contrario, es tiempo para que empiecen a llevar un seguimiento y registro.

- **EXTERNAMENTE...**

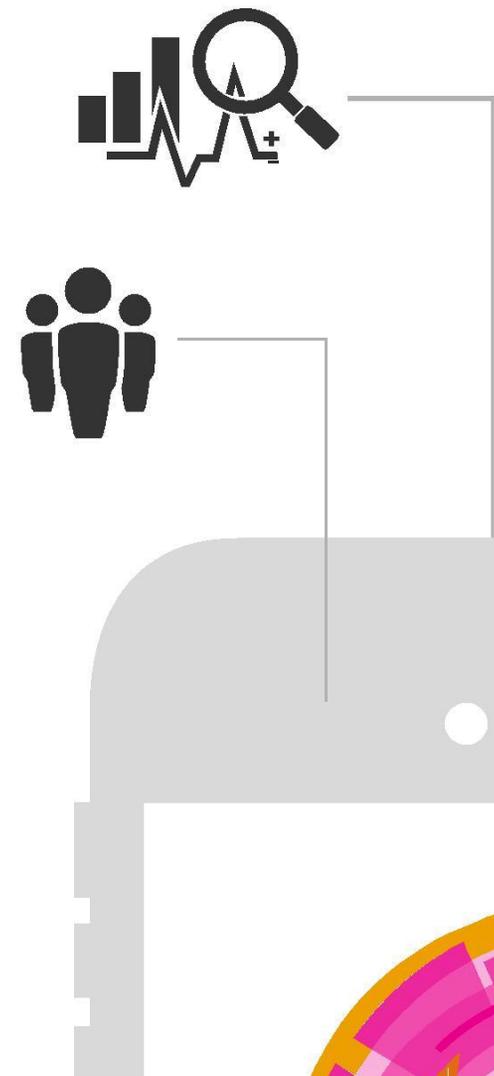
Tiene que ver con los factores económicos fuera de la empresa que tienen impacto (la necesidad de los clientes, las acciones de la competencia, etc.) La data necesaria para entender los indicadores externos es a lo que tradicionalmente nos referimos como "big data" ó "data sources" externas

# 80 POR CIENTO DE LAS EMPRESAS SOLO MIDEN RESULTADOS, PERO LOS QUE COMPRENDEN LOS INDICADORES LIDERES OBTIENEN MEJORES RESULTADOS.

Mira la siguiente tabla y piensa en cada fila como una serie de eventos conectados que impactan la meta final

De tu ambiente externo, qué impacta los resultados? Métricas no financieras.			De tu ambiente interno, qué impacta los resultados? Métricas no financieras.			Financiera, historica data
INDICADORES LIDERES EXTERNOS			INDICADORES LIDERES INTERNOS			Resultados/Objetivos Indicadores Seguidores
Índice Consumidor	Tendencias Google	Google ranking	Visitantes	Radio de Conversión	Leads Calificados por representante de ventas	Ingresos
Costo de productos vendidos	Tipo de cambio	Inflación	Descuentos	Promociones	Cambios de Precio	Margen de Contribución
Impuestos	Cumplimiento Proveedores	Precio de la mercancia	Gastos Generales	Compras	Tasa de cumplimiento	Costos
Satisfacción del Cliente	Precios de la Competencia	Crecimiento del mercado	Rotación de Empleados	Productividad Vendedores	Tamaño Orden de compra	Utilidad
FUENTE DE DATOS: Big Data, Social media, Public data			FUENTE DE DATOS: CRM, Google Analytics, Marketing Automation, CMS, HR, Warehouse, Manufacturing, excel			FUENTE DE DATOS: ERP

Una vez que hayas preparado la serie de eventos que van a tener mayor impacto en tus metas finales, tendrán un excelente punto de inicio para identificar que fuentes de datos necesitas incluir en tu solución de Business Intelligence. Enlista los indicadores a la fuente de datos a la que pertenecen, esta es la data y las fuentes de datos que necesitas conectar en un ambiente analítico. Estas es la métricas que importa.



# QUE PUEDEN HACER LOS INDICADORES LIDERES POR EL RESULTADO NETO?

El viejo dicho “ Se necesita dinero para hacer dinero” no puede ser más acertado cuando de inversión en Inteligencia de Negocios y Analytics se trata. Cuando tienes la información correcta y comprendes lo que realmente impacta el éxito o el fracaso de tu negocio, el retorno de tu inversión es rápido con grandes dividendos.

Los indicadores son realmente valiosos para las empresas de cualquier tamaño porque:

- Definen lo que es crítico para las empresas.
- Muestran dónde es necesaria una inversión.
- Muestran dónde es necesario enfocar la atención.
- Actúan como un filtro de big data- preocúpate solo por lo que importa.
- Te dirigen a las fuentes de datos que son relevantes en la compañía.

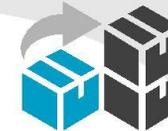
Business Intelligence y analytics es un seguro que la compañía usa para un análisis comprensivo de la competencia. Esto permite analizar la big data afuera de la empresa y descubrir tendencias diario para que se puedan ajustar los precios para una óptima competitividad y utilidad.



# COMO AVANZAR HACIA EL EXITO? DOS PALABRAS: PLAN DE ACCION

Tener la información que necesitas es grandioso, pero eso no es el final del proceso. La información se tiene que usar para avanzar hacia el éxito creando un plan de acción. Nosotros recomendamos 6 pasos para desarrollar ese plan.

1. **Identifica** tus principales metas de negocio. Este ejercicio te va a ayudar a identificar tus indicadores líderes y seguidores y te va a dar un punto de inicio.
2. **Haz una lluvia de ideas** de los factores internos externos que pueden posiblemente afectar tus metas. Permítete escribir todo lo que se te ocurra sin limitación.
3. **Prioratiza** indicadores basados en tu información y conocimiento existente.
4. **Agrupar** tus indicadores de acuerdo a similitudes o procesos de negocio que soportan.
5. **Encuentra** la solución de Inteligencia de Negocios que te de la habilidad de analizar toda tu información, medir tus objetivos y alcanzar tus metas. (Recuerda 80% indicadores líderes y solo 20% indicadores seguidores)
6. **Obtén** una solución analítica self-service para que todos en tu organización sean capaces de planear estratégicamente y monitorear los indicadores líderes para conseguir sus objetivos específicos de acuerdo a su puesto/ departamento, ligados directamente a las metas de la compañía.



# PENSANDO GRANDE Y ACTUANDO EN PEQUEÑO

Puedes estar mirando toda la información y pensar que es una tarea desalentadora, pero no tiene que ser así. Empieza pensando en grande y actuando en pequeño.

Convertirse en un negocio inteligente, no se trata de construir miles de reportes, sino en descubrir qué es importante para ti y para tu empresa. Nos gusta mirar a una compañía a través de I modelo de madurez que llamamos el viaje Targit. Desde aquí es dónde te guiamos inicialmente racionalizando tu información para convertirla en fácil de usar, visualizando prometedores análisis que pueden usarse por todos, desde el CEO hasta por un vendedor, y hasta por socios de negocios externos o clientes.



**Queremos que te sientas cómodo con tu información mientras obtienes toda la información para tomar acción durante el proceso.**

Nuestro mejor consejo es empezar con la información interna, mientras te encaminas a las fuentes de datos externas. Descubriendo primero las fortalezas y vulnerabilidades de tu propio negocio.

## **EL PROXIMO PASO**

Estás listo para dar el siguiente paso hacia el crecimiento de tu empresa, logrando que sea una organización más eficiente con mayor utilidad? Es tiempo de visitar [www.targit.com](http://www.targit.com) para obtener información de cómo el software de Targit Decision Suite te permitirá entender completamente los indicadores líderes y seguidores. Una de las mejores decisiones que puedas tomar.



# LLUVIA DE IDEAS, PRIORATIZAR, AGRUPAR

Imprime esta hoja y escribe tus indicadores líderes y tus metas de negocio. Es momento de tomar acción.

Qué en tu ambiente externo puede tener impacto en tus resultados? Métricas no financieras.

Qué en tu ambiente interno puede tener impacto en tus resultados? Métricas no financieras.

Financiera, data historica

INDICADORES LIDERES EXTERNOS			INDICADORES LIDERES INTERNOS			Resultados/ Objetivos Indicadores Seguidores

Data sources:

Data sources:

Data sources: ERP

# TARGIT ES SOFTWARE DE BUSINESS INTELLIGENCE Y ANALYTICS CREADO PARA TOMAR ACCIÓN

## Reúne Tú (cualquier) Data Aprende de Tu Data



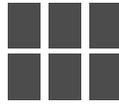
SQL, ERP, CRM



Excel, Estadísticas Externas



Google Analytics, Social media



### Dashboards >

Revisa tus KPIs contra tus goals.



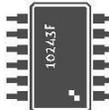
### Analytics >

Comprende que pasó, que está pasando y que es lo que va a pasar.



### Reportes >

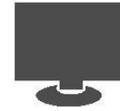
Crea reportes en menos de un minuto con la integración de análisis en un solo click



### In-Memory Analytics >

Analiza la información crucial que no está en tu sistema

## Comparte Tú Data



### Storyboards >

Motiva a tus empleados enseñándoles su progreso



### Emails >

Colaboración con un-click distribución de análisis via emails.



### Agenda Reportes scheduling >

Personaliza a donde van tus reportes y distribuyelos automáticamente



### Mobility/Web/desktop >

Accesa a tu información cuando y desde dónde tú quieras.

## Actúa en Tú Data



### Alertas >

Recibe notificaciones cuando haya desviaciones o sea necesario que prestes atención.



### Intelligent Wizard >

Dile al sistema lo que necesitas. EL Wizard de BI te dice lo que necesitas saber y recuerda tus preferencias.

# UNA SOLUCION QUE CUBRE TODAS LAS NECESIDADES ANALITICAS Y DE REPORTEO

Targit está diseñado para la organización completa, desde el CEO que sigue las métricas principales, hasta el empleado financiero que necesita reportes exactos, los gerentes de ventas que necesitan estadísticas de desempeño y conocimiento de los clientes, los gerentes de marketing que se preocupan por el costo de la generación de leads, hasta IT que necesita seguridad en la información y procesos integrales de datos. Targit tiene a todos cubiertos.

De hecho, Targit es la solución que más abarca en el mercado, y los clientes califican muy alto su facilidad de uso.

Creemos que la información tiene que estar conectada y disponible para los tomadores de decisiones cuando y desde dónde la necesiten. Siempre hay una pregunta más que hacer cuando se mira la información y si la respuesta no es inmediata se corre el riesgo de tener que actuar por intuición.

Es por eso que Targit está diseñado para llevarte desde un Dashboard hacia reportes y análisis con un solo click.

Agrégle a eso, la integración de herramientas que prepara tus datos para el análisis en menos de un día y que tiene la inteligencia para permitirte usar el idioma natural para pedir el reporte o análisis que tú quieras. Targit te lleva de la observación a la acción más rápido que cualquier otra herramienta en el mercado.

**TARGIT te da el valor para tomar acción.**

TARGIT

[atendimento@targitbrasil.com](mailto:atendimento@targitbrasil.com)