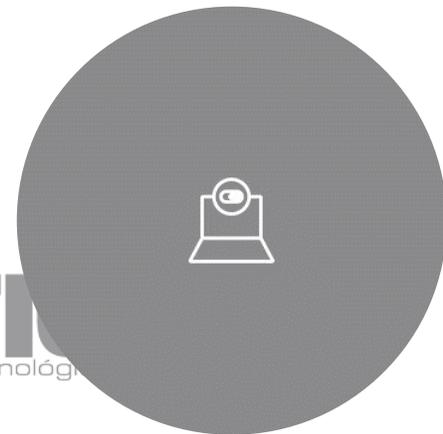




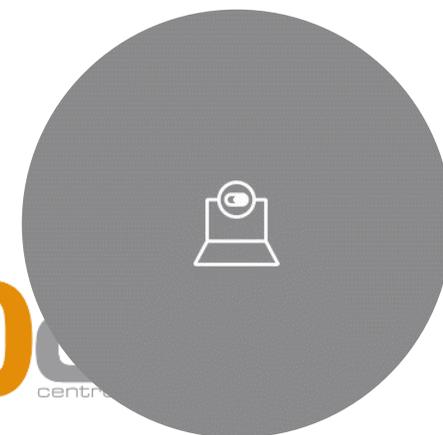
Actividad financiada por el Área de Promoción de Empleo del Ayuntamiento de Gijón/Xixón

# DIGICOM DATA-DRIVEN





# Datos e Indicadores en el comercio



## Los datos son el nuevo petróleo...

Esta expresión, que ya es de uso común, plasma el **gran potencial que el análisis de los datos presenta** para todo tipo de empresas; el comercio no es una excepción.

Se hace patente la necesidad de aprovecharlos para prevenir problemas derivados de un abuso de la intuición y la experiencia en la toma de decisiones, del exceso de “ojímetro”...

**... Porque el dato mató el relato**



# El valor de los datos no es sólo táctico, sino estratégico

El objetivo último, además de las respuestas para las dos cuestiones anteriores, pasa por buscar una nueva respuesta: **“¿qué pasará?”**

**“Lo que no se mide, no se controla, y, por tanto, no se mejora”**



**Predicción de la demanda**



**Gestión eficiente de stock y de las compras**



**Optimización de precios**



**Segmentación de clientes para identificar patrones de compra, preferencias y comportamientos**



**Detección de tendencias**



# Tener siempre presente el verdadero objetivo



Data



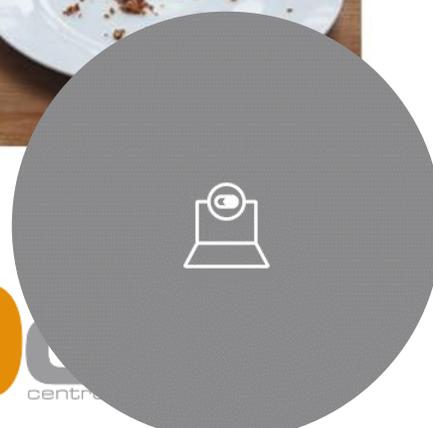
Information



Presentation

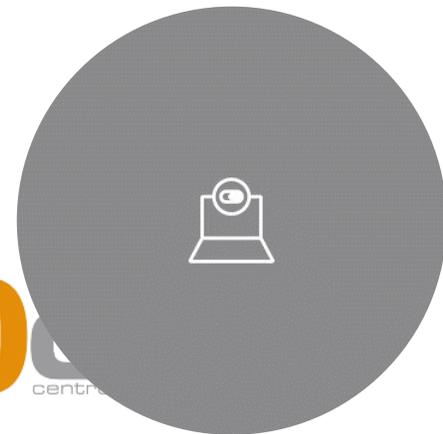


Knowledge





# Indicadores y KPI



# Aclarando conceptos: indicadores y KPI



## Indicadores

Son métricas (directas e indirectas) que tienen por objeto **proporcionar información** sobre cuestiones relacionadas con la actividad de una empresa. **Podrán ser cuantitativos o cualitativos.**

Un caso particular de indicadores son los llamados KPI (*key performance indicator=indicador clave de rendimiento*), que se utilizan para reflejar puntos especialmente importantes con los que conocer si se están cumpliendo los objetivos.



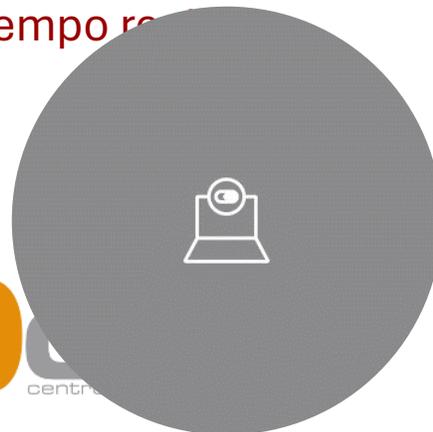
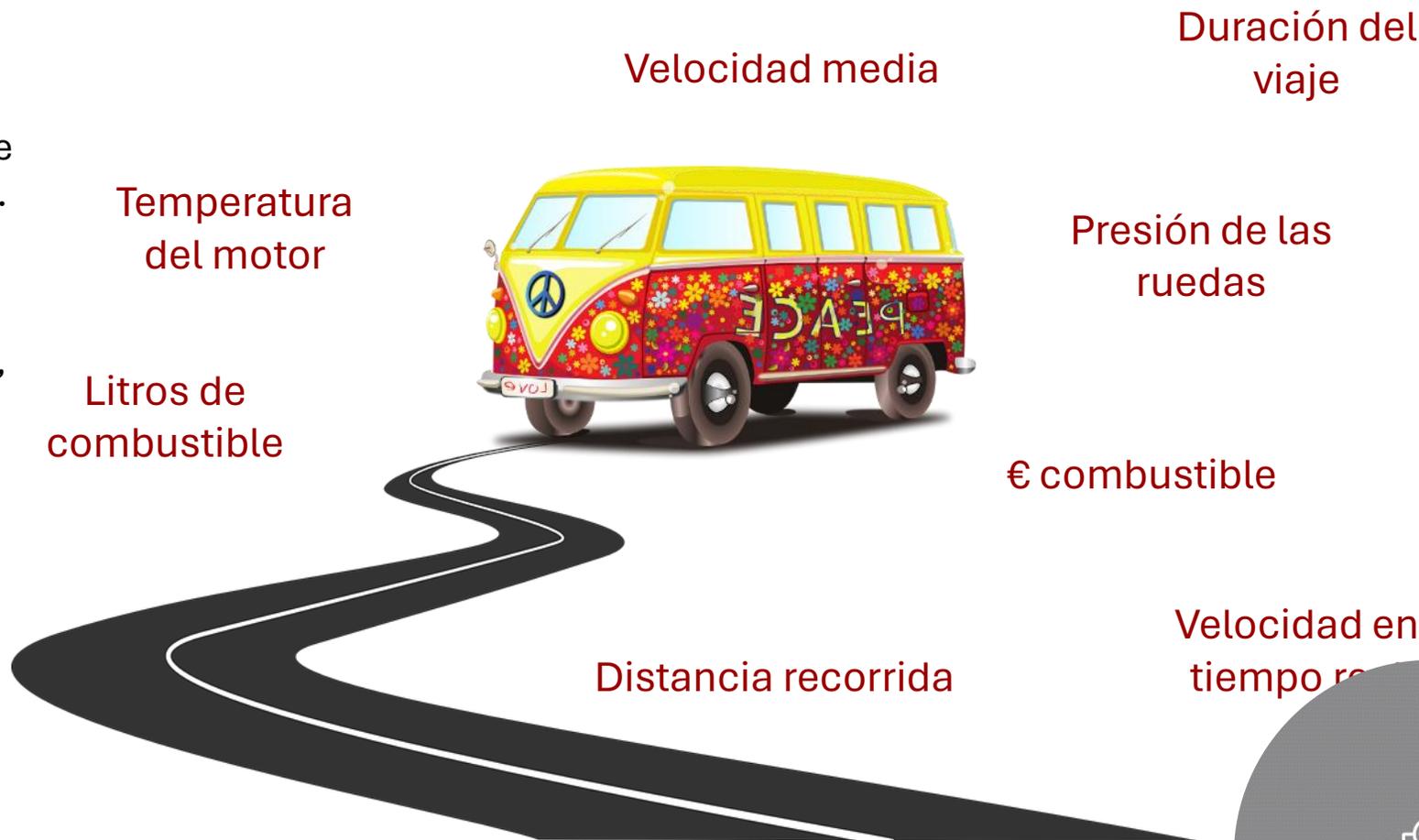
# Eligiendo indicadores y KPIs

Usando el símil de un viaje por carretera, veamos la diferencia entre indicadores y KPIs, y cómo elegirlos.

## Recordemos:

Los KPIs van vinculados a los objetivos (llegar pronto, gastar poco, recorrer la mínima distancia...).

**Los KPI son las  
"luces rojas"**



# Pautas para seleccionar los mejores indicadores y KPI

Es necesario volver a insistir en que **para contar con unos indicadores y KPIs óptimos se han de tener claros los objetivos que se persiguen**, ya que en base a éstos se podrán identificar los otros.

A la hora de elegir o definir un objetivo, se recomienda seguir el **enfoque “SMART”**, con el que se establecen una serie de características que deben reunir:

- **Specific:** Debe ser lo más específico posible, respondiendo a las preguntas “qué, quién, dónde, cuándo y por qué”
- **Measurable:** Ha de ser medible al 100%
- **Achievable:** Deber ser alcanzable con los recursos y capacidades disponibles
- **Relevante:** Debe tener sentido y valor para lo que se desea conseguir
- **Time-bound:** Debe poder vincularse a un periodo de tiempo concreto

**Si no tienes objetivos, no puedes medirlos**

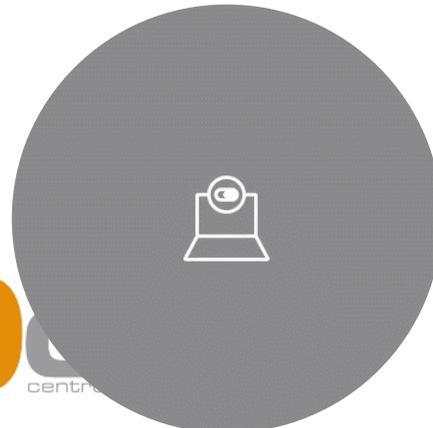
**S M A R T**

(en español, MARTE)

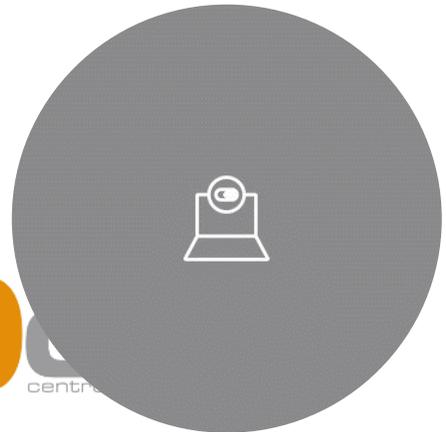


## Ejemplos de objetivos

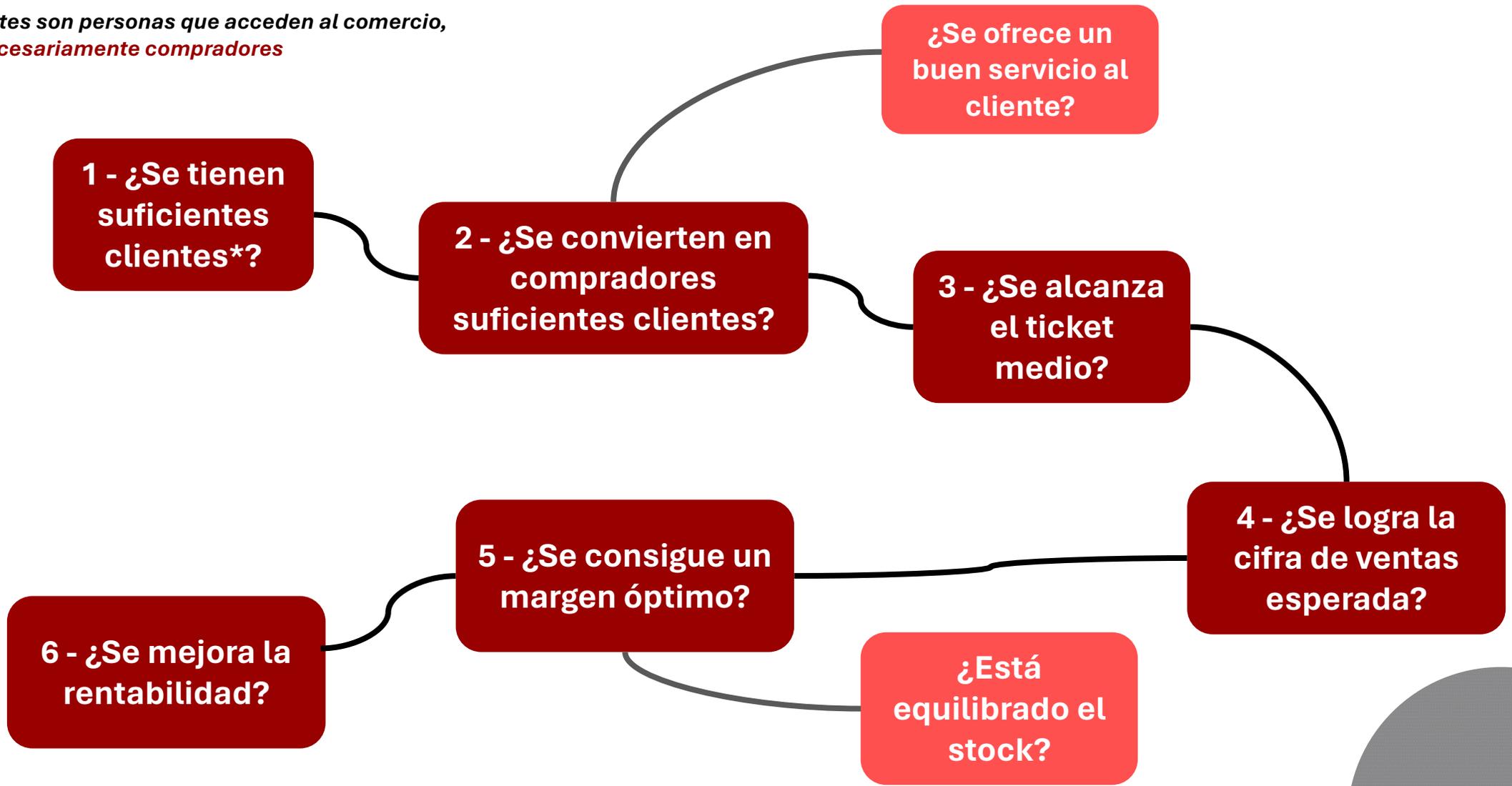
**¿Vender más?** ¿Tener más clientes? ¿Menos devoluciones? ¿Mas seguidores en RRSS? ¿Más compradores fieles? ¿Más clientes nuevos? ¿Menos ventas con descuento? ¿Más visitas desde canales sociales? ¿Mejor posicionamiento de la tienda online para cierto producto? ¿Menos costes de envío? ¿Más pagos por tarjeta? ¿Más recomendaciones? ¿Menos desperdicios de tiempo en la gestión del almacén? ¿Menos rotura de stock? ¿Más unidades vendidas por día? ¿Menos desfases entre planificación y ejecución? ...



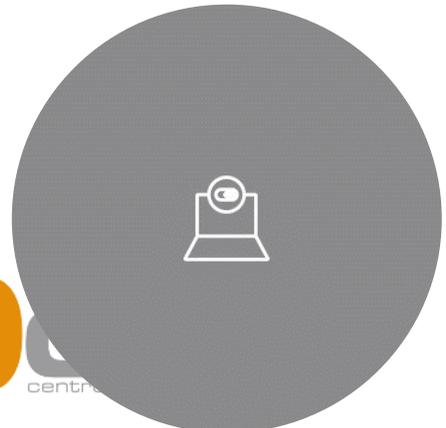
# Propuesta de indicadores según el modelo de gestión por KPI en retail (Retail Scorecard)



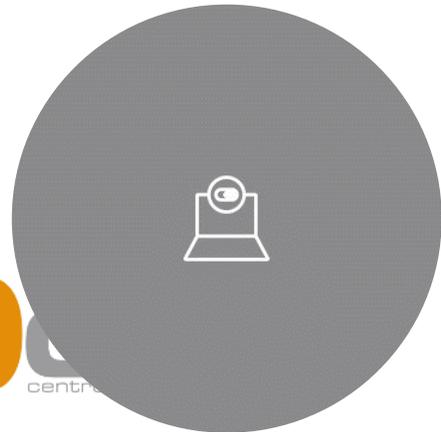
*\*Los clientes son personas que acceden al comercio, no son necesariamente compradores*



Extraído de “Cuadro de Mando Retail: Los indicadores clave de los comercios altamente efectivos”, de Marcos Álvarez  
<https://es.scribd.com/document/478655096/Cuadro-de-Mando-Retail-Los-indicadores-clave-KPI-de-los-comercios-altamente-efectivos-pdf>



# ¿Qué pasos dar?



1. Elige un **objetivo**
2. Define qué **KPIs** son necesarios/recomendables
3. Indica qué **datos** requiere cada KPI
4. ¿**Dónde** obtener esos datos?





Actividad financiada por el Área de Promoción de Empleo del Ayuntamiento de Gijón/Xixón

