



DATA STORYTELLING,

EL ARTE DE TRANSFORMAR DATA
EN HISTORIA

NEORIS



Carlos Honorato

Country Manager NEORIS Chile

01

La empresa Data Driven

NEORIS



Las empresas Data Driven,

ENTIENDEN A LOS DATOS COMO

Activos Estratégicos

PARA GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS

Los datos forman parte de todas las decisiones estratégicas



Evolución hacia una compañía Data Driven

01

Data Resistant.



Organizaciones que se resisten activamente a los datos.

REPORTES
NATIVOS

02 Data Aware.

0101
10101
01010

Empresas que son curiosas respecto a los datos. Etapa de datos.

03

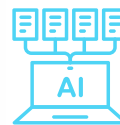


Data Guided.

Organizaciones que empiezan a sacar provecho de sus datos. Etapa de analítica.

REPORTES
Y TABLEROS

04



Data Savvy.

Empresas que usan en muchos de sus procesos de analítica de datos. Etapa de insights.

05

Data Driven.

Compañías que ponen por delante los datos. Etapa de estrategia.



SIN
DATOS

PLANILLAS DE
CÁLCULO

DATA
STORYTELLING



Estados de Madurez Data Driven





Usar tecnologías de
**procesamiento de
datos**



Contar con
datos unificados
y de calidad



Definir KPIs objetivo y
como exponerlos

DECISIONES BASADAS EN DATOS

02

Que es el Data Storytelling

NEORIS



El arte de presentar los datos

EN FORMA DE HISTORIAS NARRATIVAS QUE

construyan conexiones memorables

SOBRE OBJETIVOS DE NEGOCIO



Cómo funciona Data Storytelling

Los números dicen lo que ocurre mientras las historias construyen conexiones y el contexto para hacer de los hechos historias comprensibles, de alto impacto y orientadas a construir la cultura data-driven



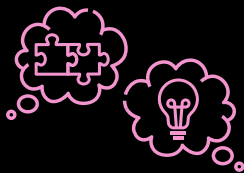


Cómo el Storytelling trabaja en el Cerebro



Acoplamiento Neural

Una historia, activa partes en el cerebro que permiten al oyente convertir la historia en sus propias ideas y experiencias gracias a un proceso llamado acoplamiento neural.



Reflejo

El oyente no sólo experimentará la actividad cerebral similar entre sí, sino también con el hablante.

Dopamina



El cerebro libera dopamina en el sistema cuando experimenta un evento emocionalmente cargado, lo que hace que sea más fácil de recordar y con mayor precisión.



Actividad de la Corteza



Al procesar los hechos, dos áreas del cerebro se activan. Una historia bien contada puede involucrar muchas áreas adicionales, incluyendo la corteza motora, la corteza sensorial y la corteza frontal.

03

Objetivos y beneficios del DST

NEORIS



La representación de datos, es la ultima milla de la analítica

AQUELLO QUE EL USUARIO FINAL UTILIZA PARA EVALUAR SU
NEGOCIO Y TOMAR DECISIONES

LO QUE HACE QUE SE ADQUIERA EL HÁBITO Y LA

Cultura Data-driven



Cómo acelerar el modelo **Data Driven**

Enfócate en lo importante para la toma de decisiones

Da a los datos un **lenguaje unificado**

Presenta los **datos en forma narrativa**

Promueve el **uso de Información**

Impulsa la **transformación digital**

Orientate a **objetivos de negocio**





Recolectar los datos y darles un formato de negocio.



**Democratizar
los datos en forma
de Insights que
cuenten historias
relevantes.**



El conocimiento es valor.

DATA STORYTELLING ES EL MEDIO PARA ACERCAR ESE
VALOR CON MAYOR RAPIDEZ AL NEGOCIO.

NEORIS

**120**

Volumen

**45**

Venta neta

**75**

Margen

**8**

Ebitda

**6**

CF Op

VOLUMEN DE VENTAS

Global

UNE

UNI

UNA



Negocio

Global

Fecha

Febrero 2020

Gama

All

Marca

All

Unidad de Medida

Euro/Hl

Canal

All

Cliente

All

GLOBAL 360



120

Volumen



45

Venta neta



75

Margen



8

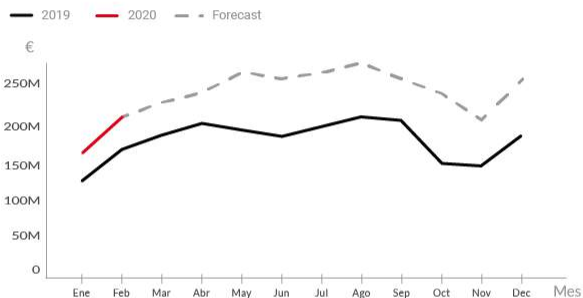
Ebitda



6

CF Op

EVOLUCIÓN VENTAS



Cashflow



Cost to serve

42,5M €

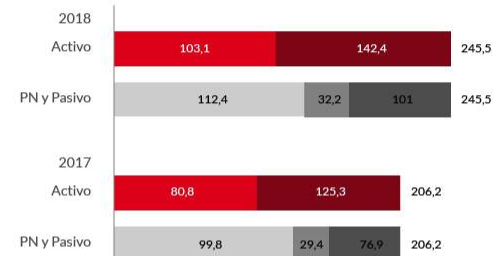


Cost per order

42,5M €

BALANCE

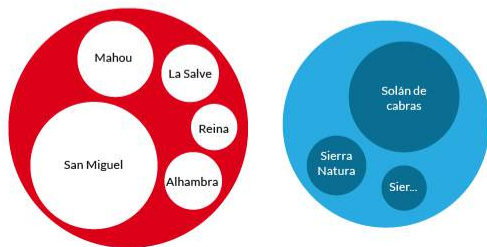
● AG ● ANC ● PC ● PNC ● PN



VOLUMEN DE VENTAS

Métrica: Gama

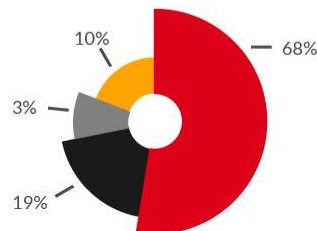
● Cervezas ● Aguas



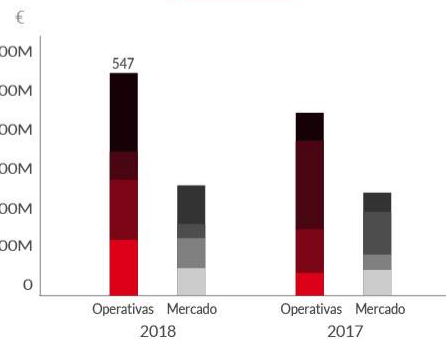
RENTABILIDAD

Métrica: Gama

● Mahou ● San Miguel ● Solán de ...



INVERSIONES



Julio 2020

Visión de indicadores

- ☒ Acumulado al mes
- ☐ Cierre de mes

Indicador

Venta neta

Comparativa

R20 vs. PR20

Año

2020

Mes

Julio

Palanca

Todas

Gama

Todas

Marca

Todas

Formato

Todos

CONSOLIDADO

ALIMENTACIÓN

HOSTELERÍA

Total

Hipermercados

S. grandes

S. medianos

S. conveniencia

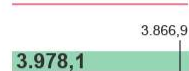
Cta. Loc. Canarias

Proyectos

» Detalle P&G

Acum. al mes | Presupuesto año

VOLUMEN (MHIs)



PRECIO (€/HL)



VENTA NETA



MARGEN CONTRIB.



EBITDA



Evolutivo por venta neta (R20 vs. PR20)



Cuota de mercado por:

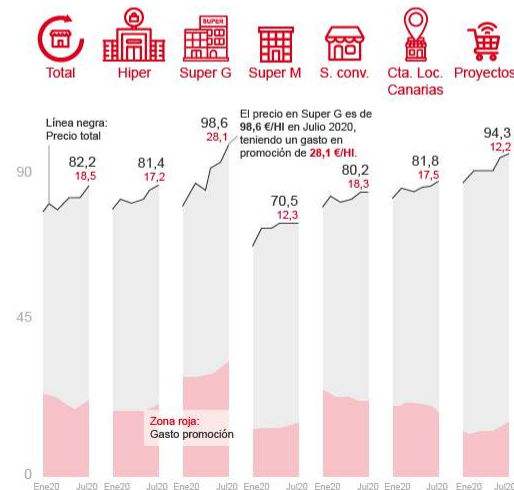
- ☒ Valor
- ☐ Volumen

Periodicidad: Acumulado año

Tipología cliente: Total ali.

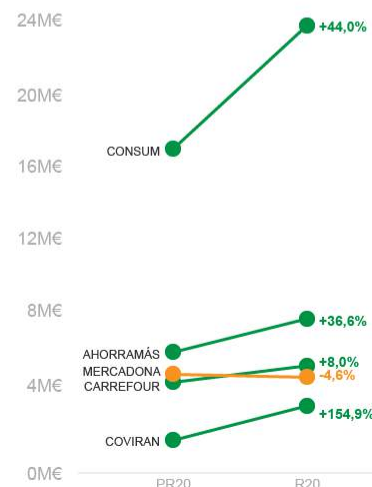


Precio y Gasto promoción (€/HI) por célula de alimentación



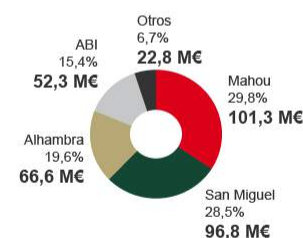
Ranking de venta neta

Clientes: Múltiple selección



Venta neta por:

Gama



Riesgos

70

PMC

+3%

Vs. PR20

25

Riesgo clientes

-6%

Vs. PR20

Competición



Temporada

2017/2018

Equipo

Sevilla FC



Ingresos

Matchday
67,6m € **+27,5%***



Gastos

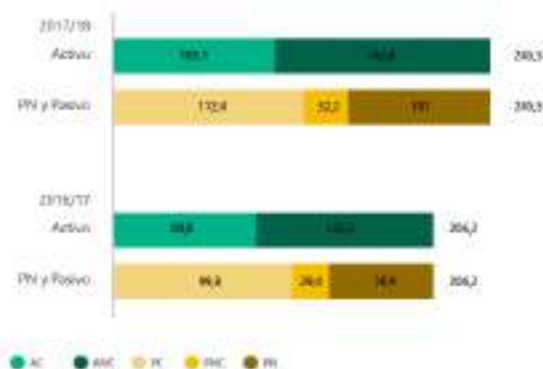
Coste de ventas
13,6m € **-48,3%***



Ranking según ingresos



Balance



Costes de personal



EBITDA



Deuda financiera
Neta: -50,6m €
Bruta: 18,1m €

Deuda LaLiga
42,5m €

Cashflow (CFO)
25,1m €

Infraestructuras





Sales por proveedor



%GM por servicios



GM por tiendas



Así nos perciben nuestros clientes

Top clientes con mayor crecimiento

Constructor **+18%**
VIP **+25%**

Desarrollador **-5%**
VIP **+15%**

Distribuidor **+5%**
VIP **+10%**

Gobierno **+10%**
VIP **+18%**

Atas

Pedidos

Entregas

Post-venta



1 Alta de clientes

9,2

Servicio y soporte
Fuerza de ventas

Canales por puntuación y peso

Cemex Go	9,3	Order at facility	9,2
Service center	9,2	VMI	9,1



9,4

Marca

Positivo
Sentimiento en RDS
75%
% sobre compañías M&E

9,0

Soporte técnico

1.560
N° incidencias
92%
Incidencias resueltas

9,4

Calidad

8%
Devoluciones



4 Post-venta

*Enero - Abril 2020

8,9

At. centro de servicio

Realizar pedidos	8,5
Modificar pedidos	8,9
Consultar pedidos	8,8
Devoluciones	9,2

2 Pedidos

8,9

Disponibilidad

15%
Stock out probability
1 día
Av. inbound time

8,8

Facilidad para programar

N° Pedidos
 Facilidad programar
 Target



8,6

Agilidad de recogidos

Cemex	8,5
Terceros	8,8
Clientes	8,5



8,6

At. personal logística



8,3

Entrega a tiempo

95%
On time ready to ship
85%
Full load capacity

Entrega a tiempo 3



Pedidos

8,9

At. centro de servicio

8,8

Facilidad para programar

8,9

Disponibilidad



5% ^{+1pp}
Pedidos cancelados

Demora en entrega	50%
Falta de stock	30%
Pedido erróneo	15%
Otros	5%

Productos pedidos (uds.)

● Cemento
 ● Agregados
 ● Hierro



300 ^{+2%}
N° medio llamadas diarias



10 ^{+2%}
Tiempo medio at. al cliente (min)



6 ^{+2%}
N° empleados del servicio

96,0%
Capacidad de atención

Pedidos por canal (uds.)

- 100.000 ^{+5%}
- 90.000 ^{+2%}
- 60.000 ^{-3%}
- 10.000 ^{-6%}

40% ^{-2pp}
Cross-docked de pedidos



89% ^{-1pp}
Precisión de inventario



1.124 ^{+2%}
Pick este por hora



76,9%
Capacidad de generar pedidos



92% ^{+5pp}
Pedidos a proveedor libres de daños



70% ^{+4pp}
Utilización del almacén



1.300 ^{-6%}
Media pedidos diarios



1.000 ^{+4%}
Media pedidos despachados (diarios)



Muchas Gracias

f /NEORIS.eng
/NEORIS.esp
/NEORIS.por

t @NEORIS_eng
@NEORIS_esp
@NEORIS_port

i NEORIS_eng
NEORIS_esp
NEORIS_pt

in /company/neoris

▶ NEORIS

⌵ NEORIS



neoris.com

HEADQUARTERS
+1 (305) 728-6000
info@neoris.com

f /NEORIS.eng
/NEORIS.esp
/NEORIS.por

t @NEORIS_eng
@NEORIS_esp
@NEORIS_port

i NEORIS_eng
NEORIS_esp
NEORIS_pt

in /company/neoris

y NEORIS

S NEORIS