



Programa de Formación: Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos

Octubre 2018

Sesión 1: Big Data para Decisiones Estratégicas.
Principios y posibles aplicaciones en sector calzado

Profesores:
JM^a Gómez Gras y Álex Rabasa Dolado



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



INTRODUCCIÓN AL BIG DATA Y SUS POTENCIALIDADES

- 1.1. PRINCIPIOS DE BIG DATA Y COYUNTURA DIGITAL
- 1.2. BIG DATA COMO NECESIDAD EMPRESARIAL
- 1.3. APLICACIONES DE BIG DATA A LAS EMPRESAS
- 1.4. BIG DATA Y MODELOS DE NEGOCIO
- 1.5. EJEMPLOS Y CASOS PRÁCTICOS



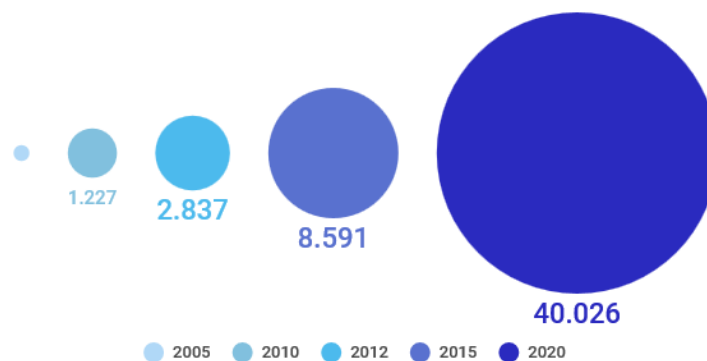
¿QUÉ ES EL **BIG DATA**?

“cantidad de datos tal que supera la capacidad del software convencional para ser capturados, administrados y procesados en un tiempo razonable”

wikipedia



VOLUMEN MUNDIAL DE DATOS



Cifras expresadas en exabytes (1 exabyte = 1.000 millones de gb).

Fuente: IDC.



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



EL MUNDO

Edición España | Versión Clásica | f !

SECCIONES Economía Innovadores

INNOVADORES El Informe

El 96% de las empresas aún no sabe gestionar los datos

El 42% de encuestados por KPMG está preocupado por la implementación de tecnologías



La intuición guía las grandes decisiones empresariales

INFORME PWC/ Solamente el 29% de las decisiones de negocio de las compañías se toman a partir del análisis de datos.

Expansión, Madrid
Los directivos españoles siguen confiando más en su experiencia o intuición que en el análisis de los datos cuando toman grandes decisiones de negocio. Así se desprende de un informe elaborado por PwC sobre los aspectos que están detrás de las medidas más relevantes que se toman en las compañías.
El 58% de los ejecutivos confiesa que cuando adopta una medida que puede cambiar el rumbo de la compañía se fía más de su intuición o de su experiencia en el sector que de los datos. Solamente el 29% de las medidas más importantes se toman a partir de analizar dichos datos. A pesar de todo, este porcentaje empieza a crecer y el 49% de los directivos españoles (frente al 66% de los ejecutivos de Estados Unidos) cree que los datos están ganando protagonismo y que tendrán que ir incorporándolos a su forma de trabajar.
El informe, elaborado por PwC a partir de entrevistas a más de 1.100 directivos de grandes compañías e instituciones españolas, muestra que la

El 'big data' gana enteros

MÁS PESO

El 49% de los directivos españoles y el 66% de los norteamericanos dice que el análisis de datos está ganando peso en las compañías.

CAMBIO

Un 64% de los directivos ya está cambiando su forma de trabajar para dar más protagonismo a los datos. Un 25% espera hacerlo próximamente.

CRECIMIENTO

La decisión más importante que esperan adoptar en los próximos meses tiene que ver con el crecimiento de sus negocios actuales.

PERIODICIDAD

El 44% de los primeros ejecutivos entrevistados asegura que acometen grandes decisiones de negocio de forma mensual.

OPORTUNIDAD

La toma de decisiones no responde a un plan. Los directivos aprovechan una oportunidad, que creen que les dará una ventaja competitiva.

PERCEPCIÓN

La alta dirección no está convencida de que el big data vaya a ayudarles. Además, no siempre dispone de los datos cuando toman decisiones.

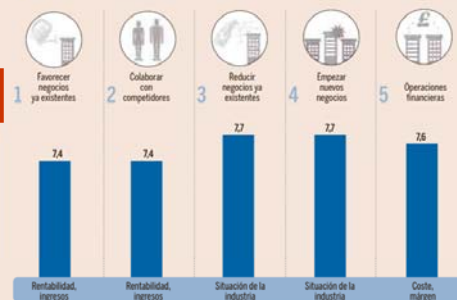
Los directivos españoles reconocen cada vez más la importancia del análisis de datos

La alta dirección es la más reacia a adoptar grandes medidas basadas en el 'big data'

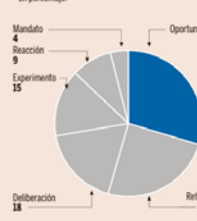
LAS GRANDES DECISIONES DE LOS EJECUTIVOS EN 2015

> Las cinco medidas que tomarán en los próximos 12 meses

■ Nivel de preparación para tomar una gran decisión.
■ Principales motivaciones.



> Principales razones que impulsan la toma de decisiones



> ¿Cuál ha sido el principal factor que ha influido en su última medida?



Fuente: PwC

Expansión



La compañía entrega desde 2013 a los visitantes de los parques temáticos de EEUU la pulsera 'Magic Bands', que registra sus movimientos dentro del recinto. El análisis de esos datos permite hacer ofertas personalizadas.

¿Cómo usa Disney el 'Big Data' para ser líder?

DATOS La multinacional los utiliza para conocer a sus clientes.

Emilia Viana, Madrid

Es sólo un ejemplo de cómo utilizar los datos para conocer mejor al cliente y vender más, pero es el ejemplo que ilustra cómo las multinacionales están haciendo frente a un concepto que empieza a repetirse en las sedes de estas compañías.

El Big Data se ha convertido en una herramienta precisa que se está incorporando a la estrategia de negocio de las empresas y que empieza a dar resultados. Pero, ¿qué consiste? "En disponer, analizar y utilizar los datos que los clientes nos dan cada vez que hacen una compra o entran en nuestro negocio", afirma Juan Gorricho, experto mundial de Disney en el análisis de esos datos.

¿Qué finalidad tiene para una empresa como ésta el uso del Big Data? "Saber el comportamiento de nuestros

clientes nos ayuda a darles lo que necesitan, anticiparnos a sus deseos y hacer que su experiencia sea más satisfactoria", señala Gorricho, que participó la semana pasada en el IE Alumni Forum, que reunió en Madrid a más de veinte expertos mundiales en innovación. Bajo el título *Fast Forward: Why Innovation Matters*, este congreso puso de manifiesto que instituciones públicas y privadas están empujadas en hacer de la tecnología el eje de su negocio.

¿Y qué está haciendo Disney para rentabilizar el Big Data? "Antes hacíamos encuestas o focus group para conocer al cliente porque no te

niamos otra forma de medir su satisfacción. Ahora, podemos usar la tecnología para conocerlos sin provocarnos molestias. Por ejemplo, en los parques y hoteles de EEUU les entregamos la pulsera *Magic Bands* -que forma parte de una estrategia de implantación de tecnología que llevó a cabo la marca en 2013-, con la que acceden a todas las atracciones y que nos envía información sobre sus gustos. Nos dice en qué atracciones montan, lo que consumen o quiénes son sus personajes favoritos", señala Gorricho. "Con esa información podemos ayudarles a que su experiencia dentro del parque sea más satisfactoria con ofertas personalizadas", apunta este experto, que añade: "El reto ahora es transformar las organizaciones para aprovechar todas las oportunidades que nos da el análisis de datos".

El reto ahora es transformar las organizaciones para aprovechar el análisis de los datos

REDES SOCIALES El rastro digital abandona su función meramente publicitaria para dialogar con los consumidores y combinar gigantescas bases de datos que dan respuesta inmediata a sus inquietudes.

La huella del 'big data', un nuevo desafío para las grandes marcas

Agustín Herrero, Madrid

Hace tiempo que muchas de las denominadas grandes marcas han dado un salto definitivo a las redes sociales. Y con esto no nos referimos a un mero gesto sino a un salto exponencial. El procesamiento de millones de datos en tiempo real abre la puerta a un gran mercado.

"Al comienzo, las redes funcionaban como una ventana publicitaria. Hoy, en cambio, constituyen un medio para dialogar con los consumidores", dice Marta Saca, directora de la agencia de medios Omnicom Media Group (OMG). Por su parte, Miguel Perini, cofundador y consejero delegado de la agencia creativa digital Social Noise, agrega: "Ya se nos ha pasado el entusiasmo. Hoy nos centramos en plantear técnicas para llegar al consumidor en tiempo real desde el móvil".

Las marcas han entendido que para tener éxito deben ofrecer experiencia de usuario, crear engagement, atraer al cliente, fidelizar y para no deben hacerse con una disciplina, la de la información misma. Y dado que cada día los dispositivos tienen un smartphone, resulta hasta obvio decir que todo el mundo

deja un rastro digital. Ese gran volumen de información que los usuarios dejan a su paso por la Red, es lo que se conoce generalmente como big data. Este nuevo desafío tiene que ver, entonces, con el seguimiento de esas huellas y la combinación de gigantescas bases de datos.

Manual de acción

■ Siguiendo los pautas de los expertos, es posible establecer ciertos puntos clave que facilitan un uso optimizado de las redes sociales.

TENER UNA ESTRATEGIA

Para estar en las redes sociales es necesario desarrollar una técnica o, más mejor dicho, una a largo plazo y otra a corto plazo. La primera consiste en desarrollar una plataforma de contenidos y la segunda en aplicar técnicas técnicas y puntuales que presenten un nivel de retorno elevado.

CONOCER AL CLIENTE

Las redes sirven para dar información de primera mano, pero también para saber cuáles son aquellas cuestiones que los usuarios quieren saber. Conocer al público permite no sólo ofrecer un contenido empático, sino que se sienta parte de la marca, que participe y se beneficie de ello.

Dado que se trata de un contenido que crece de forma exponencial, tener el pulso de la opinión pública permite establecer pautas para el futuro. La integración de datos sobre cómo se mueve el consumidor dentro de la Red permite la toma de decisiones rápidas. Hay el reto al

que se enfrenta Masias es la capacidad de análisis de esa información en tiempo real para saber qué hace el usuario en ese momento", comenta Neme.

En este mismo sentido, Social Noise ha desarrollado una herramienta para extraer 500 datos por se-

gundo. Es una buena estrategia para saber de qué se está hablando, por ejemplo, durante un Madrid-Barcelona o la final de la Champions.

Por otra parte, Luis Rodríguez, responsable de Social Media y Comunicación de B2, apunta que "al digitalizar la relación con los clientes es posible descubrir cuáles son aquellas cuestiones que más les interesan y actuar de forma inmediata". Para responder a la pregunta que seguramente todos ya se han hecho,

Digitalizar la relación con el cliente permite descubrir lo que le interesa y actuar de forma inmediata

los expertos aseguran que esto es legal y que los perfiles estrados a gran escala, y que permiten estudiar todo tipo de comportamientos, son anónimos. No se accede a ningún tipo de información personal.

Nemo cita el ejemplo de Fiat, un pionero en big data. "La empresa lo ha utilizado para mejorar la localización de sus campañas y en el perfil más adecuado a sus marcas y modelos. Estas herramientas aportan elementos significativos para regularizar las publicidades". Tanto ha avanzado el análisis de datos que, al abrir ciertas webs, la visualización se acomoda al historial online de la persona. Perini advierte que "esto está dominando las publicidades". Y agrega: "Todos hemos ido a la web de una semolina y ésta nos ha sugerido helados en ese destino que ya hemos investigado en el buscador". Eso es obra y gracia del big data.



La Administración española se apunta al 'big data'

ANÁLISIS por J.J.M.

Cada minuto el mundo genera 1.700 billones de bytes de datos, equivalente a 360.000 DVDs más de 6 megabytes de datos por persona al día. La revolución que están suponiendo los megadatos o el big data hace tiempo que marca los tiempos de las empresas privadas, que cuando hacen un uso intensivo de esta nueva fuente de información mejoran su productividad un 5%, según señala la Comisión Europea. Ahora es el turno del sector público. La Administración española no es ajena a este fenómeno. Por ejemplo, la Seguridad Social ha firmado recientemente un acuerdo con la firma Teradata, líder mundial en el desarrollo de soluciones analíticas de almacenamiento y gestión de datos, que ya operaba con la Dirección General de Tráfico, con quien han renovado acuerdos.

La Seguridad Social, en concreto, ha suscrito un contrato por 2,18 millones para "la adquisición de una solución corporativa de procesamiento para consultas masivas con destino a las entidades gestoras y servicios comunes de la Seguridad Social", según reza la publicación en el BOE. Este organismo se ha marcado como objetivo renovar los tratamientos de datos de la Seguridad Social. De hecho, tal como adelantó este diario, Empfen sometió a auditoría todas las prestaciones para atajar el fraude, con la elaboración, precisamente, de cruces de datos con la Agencia Tributaria, el Instituto Nacional de Estadística y el Registro de la Propiedad. La DGT, por su parte, lleva operando con Teradata desde 2007, con datos que pueden ir desde registros de vehículos y conductores, información de autoescuelas y exámenes, datos de impuestos, de accidentes, de radares o meteorológicos. En total, dispone de datos de 31 millones de vehículos y 28 millones de conductores. En una publicación interna de Teradata, los responsables de la DGT señalaban la importancia que han tenido estos metadatos a la hora de mejorar la seguridad de las



Hermann Wimmer, presidente internacional de Teradata.

Las empresas de 'big data' consideran que en Sanidad y Hacienda tienen enormes posibilidades

carreteras y de reducir la siniestralidad. Con estas actuaciones, los dos organismos españoles no hacen más que adelantarse a las recomendaciones que ha dado la vicepresidenta de la Comisión Europea, Neelie Kroes, que declaró recientemente que "ya es hora de que nos centremos en los aspectos positivos de los macrodatos; estos suenan negativos y alarmantes, pero la mayoría de las veces no lo son. Los líderes necesitan aprovechar los macrodatos". Por este motivo, desde Bruselas apuntaron que la recopilación y explotación de datos es un fenómeno que está en aumento y reclaman a los gobiernos nacio-

nales "que abran los ojos ante esta revolución de los macrodatos", según rezaba un comunicado.

Recientemente Teradata celebró en Praga su convención internacional, en la que se pusieron sobre la mesa las novedades tecnológicas del ramo. Allí, los principales responsables de la compañía a nivel internacional coincidieron también al señalar que el sector público, y en particular el sanitario, debe ser una de las principales áreas de futuro para las empresas de este sector.

El presidente internacional de Teradata, Hermann Wimmer, destacó, en un encuentro con EXPANSIÓN, que en el futuro se producirá un uso mucho más intensivo de estas tecnologías por parte de los sectores públicos, con integración de datos en diversas áreas, entre las que destacó la fiscal y la de los sistemas de sanidad. También apuntó que los datos se van a convertir en los próximos años en una "nueva divisa", por lo que consideró que las empresas tendrán que estar dispuestas a tratar de forma acorde a los usuarios que estén dispuestos a facilitarlos. En su opinión, los ciudadanos van a ser cada vez más exigentes a la hora de dar sus datos y las empresas que mejor entiendan este nuevo intercambio serán las que triunfen en los próximos años.

En este sentido, la empresa privada lleva ventaja. Según señaló el CEO de Teradata en España, José Andrés García, la cartera de clientes de esta firma incluye, sobre todo, grandes empresas, pero también cada vez más a medianas empresas. Entre otras, BBVA, Liberbank, Cajamar, Telefónica, Vodafone, Orange, El Corte Inglés, Mango o Cortefiel.

García Andrés se muestra escéptico en cuanto a los debates que han surgido en torno al big data, que en ocasiones se quiere plantear como la salvación de la empresa y en otras como una burbuja a punto de explotar. Opina que el big data ha existido siempre, lo que ocurre es que ahora se ha completado con numerosas y nuevas fuentes de información, que pueden ir desde sensores urbanos a las redes sociales, que han enriquecido sus aplicaciones para la empresa.

ABC TECNOLOGÍA

portada informática móviles electrónica redes videojuegos blogs cons

**SER DONANTE
NO PASA DE MODA**

▼ PASA EL RATÓN Y NO PASES DE DONAR ▼



DEBATE ESTADO NACIÓN

El portavoz de Compromís sufre un desvanecimiento mi

REDES

El «Big data» delata a los falsos parados

EFE / MADRID | Día 19/11/2013 - 17.23h

► Los rastros digitales revelan que los desempleados reducen su movilidad y su círculo de relaciones. Los defraudadores quedan en evidencia

PORTADA

INTERNACIONAL

POLÍTICA

ECONOMÍA

CULTURA

SOCIEDAD

DEPORTES

MUNDIAL BRASIL 2014

INICIO

CALENDARIO

ESPAÑA

SELECCIONES

SEDES

VÍDEOS

FOTOS

ESTADÍSTICAS

HISTORIA

EPMUNDIAL

WIDGET

DIRECTO

Debate del estado de la nación. Sigue en directo la segunda jornada del debate parlamentario con la intervención de PNV y el Grupo Mixto »

El 'big data' llega al fútbol

El Mundial demuestra que las estadísticas enganchan por igual a equipos, periodistas y aficionados

CRISTINA F. PEREDA / JOAN FAUS | Washington | 11 JUL 2014 - 20:23 CEST 36

Archivado en: Mundial 2014 Estadísticas Fase final Mundial fútbol Estados Unidos Copa del Mundo Fútbol Norteamérica Campeonato mundial América Competiciones Deportes

SECCIONES

ECONOMÍA

EMPRESAS

MERCADOS

BOLSA

MIS AHORROS

VIVIENDA

TECNOLOGÍA

OPINIÓN/ANÁLISIS

BLOGS

EMPLEO

FORMACIÓN

TITULARES

DIRECTO

DEBATE DEL ESTADO DE LA NACIÓN. Sigue en directo la segunda jornada del debate parlamentario con la intervención de PNV y el Grupo Mixto »

Twitter le dice lo que hará la Bolsa

Un estudio concluye que los mensajes en la red social influyen en las cotizaciones

DAVID FERNÁNDEZ | Madrid | 17 DIC 2014 - 20:30 CET 2

Archivado en: Twitter URJC Redes sociales Universidad Bolsa Educación superior Mercados financieros Internet Empresas Sistema educativo Economía Educación

FX

Divisas

+180 Cruces

CFD

CFDs

+7000 CFDs

EQ

Acciones

+11500 Acciones

EQ

ETFs

+2500 Fondos

OP

Opciones

75 Contratos

FU

Futuros

+450 Futuros

OTRAS INFORMACIONES EN EL PAÍS

Ver todas »

- Grados universitarios que solo encontrarás en Reino Unido
- FULL SPEECH: State Of The Union
- Dónde invertir en la Bolsa española
- Así será la vida de los que ganen el 'Gordo' de la lotería de Navidad

Selección de temas realizada automáticamente

David Fernández Díaz

EL PROBLEMA



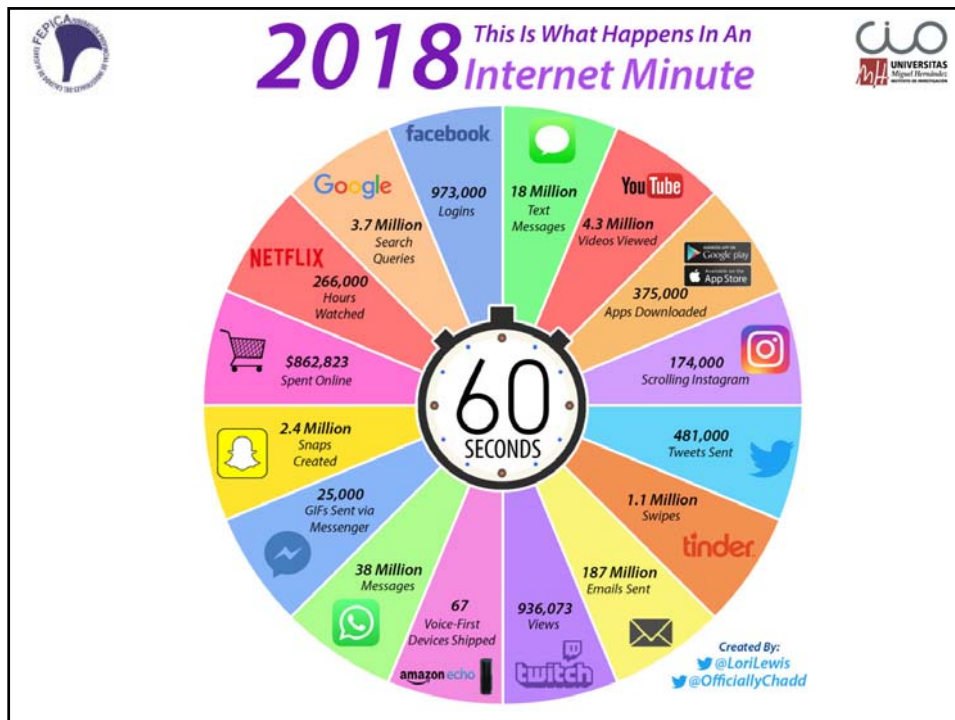
**EL EXCESO DE INFORMACIÓN
DIFICULTA LA TOMA
DE DECISIONES**



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos

En la era digital ...

-  Gran cantidad de datos presentes en cualquier sistema informático
-  Y cada vez el volumen es mayor (creciendo un 800% en la década)
-  En 2020 se prevé + 40.000 exabytes de info (5.200 gigabytes / hab.)
-  La información a gestionar en las empresas crece exponencialmente
-  La info de entorno personal + redes sociales induce multitud de datos
-  Y el “internet de las cosas” también generará gran cantidad de datos



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos

... y el Big Data sabe + de nuestros gustos

- un clic en Amazon es una “confesión” y queda consignado
- pagamos con tarjeta dejamos rastro de lo comprado y su precio
- subes en avión, accionas el GPS, mandas paquete por mensajería
- lecturas de contadores de luz/gas constatan digitalmente el consumo
- opinas en la red, subes imágenes, compras online, o te recetan algo
- autorizamos ubicación, usamos apps o el sistema domótico de casa
- oyes en una llamada que, por seguridad, “se va a grabar” ...

¿imagináis los ajustados retratos que podrían extraerse de cada uno?



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



Además, la combinación de datos (propios y abiertos) puede revelar hechos insospechados, como ocurrió cuando la cadena WALMART descubrió cruzando sus informes de ventas con datos meteorológicos que las galletas 'pop-tarts' se vendían mucho + tras alerta de huracán, ya que la gente hacía acopio de provisiones ...

Esa información inesperada provocó que el producto se posicionara de forma destacada, cada vez que en TV o radio alertaban de un fuerte temporal, lo que ha redundado en un importante aumento de las ventas



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



También, hace años la cadena TARGET de Minneapolis envió a una adolescente cupones descuento de ofertas premamá y bebé, lo que encolerizó a su padre ..., pero días después la chica confesó que estaba embarazada

Había comprado complementos vitamínicos, toallitas sin perfume y otro tipo de artículos que llevaron al algoritmo diseñado a (predecir) considerarla "madre en potencia"



LA SOLUCIÓN



**Prescindir
de lo
irrelevante ...**



**... y quedarnos
con lo
fundamental**

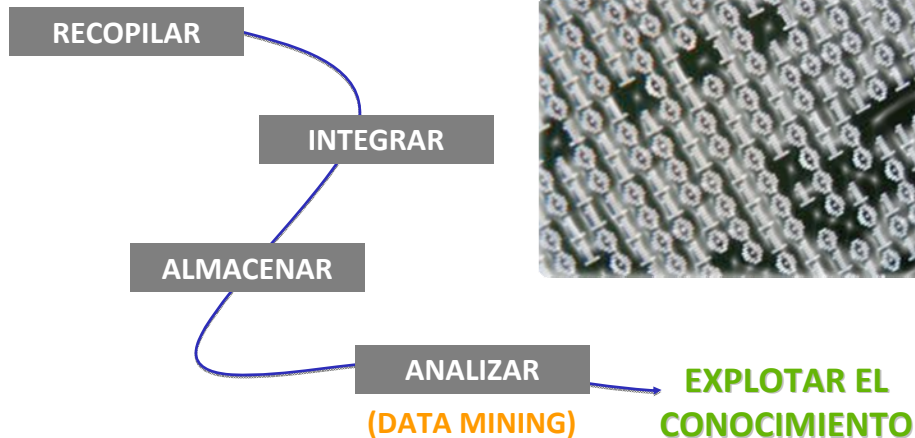


Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



... necesidad de preprocesamiento !!!

BIG DATA y DATA MINING



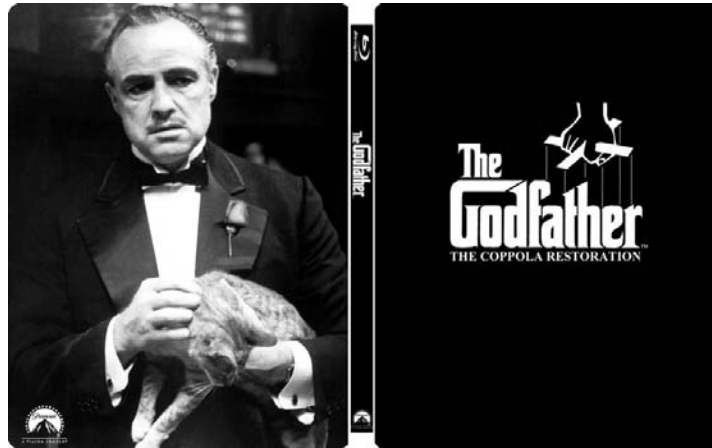
Las empresas necesitan ...

- Encontrar patrones de demanda
- Segmentar clientes y proveedores
- Analizar tendencias de consumo
- Planificación óptima de recursos
- Adelantarse a problemas de stocks
- Análisis de sensibilidad y escenarios, ...

➡ **Conocimiento
mayor y más
ordenado**
↓
**+ Ingresos
y
+ Ahorro**



**BIG DATA FACILITA
LA TOMA DE DECISIONES**



"Le haré una oferta que no podrá rechazar"

[Mi Amazon.es](#)
[Nuestras ofertas](#)
[Cheques regalo](#)
[Vender en Amazon](#)
[Ayuda](#)

Todos los departamentos

[Hoy. Identifica tu cuenta](#)
[Suscríbete a Premium](#)
[Cesta](#)
[Lista de deseos](#)

[Libros](#)
[Búsqueda avanzada](#)
[Todos los géneros](#)
[Novedades](#)
[Los más vendidos](#)
[Inglés](#)
[Otros idiomas](#)
[Infantiles y juveniles](#)
[Texto y universitarios](#)

[El método Lean Startup y más de 950.000 libros están disponibles para Amazon Kindle. Más información](#)

El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua Tapa blanda – 1 abr 2013

de Eric Ries (Autor), Javier San Julián (Traductor)

★★★★☆ 27 opiniones de clientes

Ver los 2 formatos y ediciones

Versión Kindle	Tapa blanda
EUR 14,24	EUR 20,86

9 Nuevo desde EUR 20,69

¿Quieres recibir el pedido el martes 9 septiembre? Cómpralo antes de **68 hrs y 35 mins** y elige envío 2 a 3 días al completar tu pedido. [Ver detalles](#)

El método Lean Startup supone un nuevo enfoque que se está adoptando en todo el mundo para cambiar la forma en que las empresas crean y lanzan sus productos. Eric Ries define una startup como una organización dedicada a crear algo bajo condiciones de incertidumbre extrema. Esto se cumple tanto para aquellas personas que trabajan en el garaje de su casa como para un grupo de profesionales experimentados de una de las empresas que aparecen en el ranking de la revista

[Leer más](#)

EUR 20,86

Precio recomendado: EUR 21,86

Ahorrar: EUR 1,00 (5%)

Precio final del producto

Envío GRATIS. Ver condiciones

En stock.

Vendido y enviado por Amazon.

Se puede envolver para regalo.

Cantidad:

☐ Si quiero envío 2 a 3 días GRATIS con la prueba de Amazon Premium

[Adivinar el pedido en 1-Clic](#)

¿Tienes uno para vender?

Comparte: [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Pinterest](#)

Comprados juntos habitualmente

		Precio para los tres: EUR 73,01 Añadir los tres a la cesta Ver disponibilidad y detalles de envío
--	--	---

- ☒ Este producto: **El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua** de Eric Ries Tapa blanda **EUR 20,86**
- ☒ **Generación de modelos de negocio (Sin colección)** de Alexander Osterwalder Tapa blanda **EUR 28,45**
- ☒ **Tu modelo de negocio (Sin colección)** de Alexander Osterwalder Tapa blanda **EUR 23,70**

Comprados juntos habitualmente

Precio para los tres: EUR 73,01
 Añadir los tres a la cesta
 Mostrar disponibilidad y detalles de envío

¿Tienes uno para vender? Vender en Amazon

Comparte

Este producto: **El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua** de Eric Ries Tapa blanda EUR 20,86

Generación de modelos de negocio (Sin colección) de Alexander Osterwalder Tapa blanda EUR 28,45

Tu modelo de negocio (Sin colección) de Alexander Osterwalder Tapa blanda EUR 23,70

Los clientes que compraron este producto también compraron

Página 1 de 14

Generación de modelos de negocio (Sin colección) Alexander Osterwalder ★★★★★ (35) Tapa blanda EUR 28,45

Tu modelo de negocio (Sin colección) Alexander Osterwalder ★★★★★ (8) Tapa blanda EUR 23,70

El manual del emprendedor: La guía paso a paso para... Steve Blank ★★★★★ (12) Tapa blanda EUR 23,70

El libro negro del emprendedor (Gestión del... Fernando Trias de Bes ★★★★★ (21) Tapa blanda EUR 10,45

Running Lean. Cómo iterar de un plan A a un plan... Ash Maurya ★★★★★ (1) Tapa dura EUR 20,42

The Entrepreneur's Guide to Customer... Brant Cooper ★★★★★ (2) Tapa blanda EUR 15,36

Crossing the Chasm: Marketing and Selling... Geoffrey A. Moore ★★★★★ (2) Tapa blanda EUR 15,69

RYANAIR

Inicio de sesión RYANAIR INICIO - RESERVAS FRECUENTES - CONTACTO

VUELOS SERVICIOS COCHE HOTEL PAGO ITINERARIO

Detalle de búsqueda: Alicante → Dublín T1, Viaje de ida, 1 Adulto CAMBIAR

Alicante → Dublín T1

	dom, sep 04	mar, sep 05	sáb, sep 06	dom, sep 07	mi, sep 08	mar, sep 09	vie, sep 10
194,99	103,99	103,99	142,99	142,99	121,99	103,99	
EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	

dom, sep 07 2016

Vuelo	Salida	Llegada	Tarifa más baja	Business Plus
FR7063	11:05	13:10	142,99 2 quedan en esta tarifa	214,99 2 quedan en esta tarifa

Resumen de la búsqueda

Passaro 1 (1/1)

Alicante → Dublín T1
dom, 07 sep 2016 11:05 - 13:10

1 Adulto: 142,99 EUR

1 x Adulto Tarifa: 142,99 EUR

Precio con tarjeta de crédito: 142,99 EUR

Precio con tarjeta de crédito - PayPal: 140,00 EUR

Total: 142,99 EUR

Los mejores viajes empiezan con el mejor precio

Alicante a Dublín
Dublín a Alicante
Cambiar vuelos

10:35 - 16:50 | 1 escala
13:35 - 10:05 (+1) | 1 escala

263,43 €
por pasajero

Reservar >

Mostrando 224 de 260 hoteles Ver todos los hoteles

Ordenar por: Mejores ventas Precio Categoría Ver hoteles en el mapa

GENERATOR HOSTEL DUBLIN ★★
Dublín
Smithfield Square Smithfield | Mapa
A 841 m del centro de Dublín
Info

Ahorra hasta 13% - Oferta Especial

Ver opiniones

266,09 €
por pasajero
Desglose

Seleccionar

BRIDGE HOUSE DUBLIN ★★
Dublín
24 - 25 Parliament Street | Mapa
A 114 m del centro de Dublín
Info

Ahorra hasta 20% - Oferta Especial

372,67 €
por pasajero
Desglose

Seleccionar

ISAACS HOSTEL ★★
Dublín
2-5 Frenchmans Lane | Mapa
Info

268,18 €
por pasajero

Por obra y gracia de BIG DATA al abrir unas webs la visualización se acomoda al historial online de la persona

Ej. todos hemos ido a una web de viajes y ésta nos ha sugerido hoteles en ese destino que ya hemos investigado en el buscador

La captura del dato

DE:
primero **vender**
y luego **capturar el dato**

A:
primero **capturar el dato**
y luego **vender**

CEHAT

<http://www.slideshare.net/RocaSalvatella/estrategias-digitales-para-hacer-crecer-el-negocio>

INICIO | SOBRE NOSOTROS | PRODUCTOS NUEVOS | OFERTAS | LOS MÁS VENDIDOS | CONTACTAR

PRODUCTOS

- Tacón 10cm
- Tacón 14cm
- Tacón 17cm
- Zapatos y botas extremos
- Tacón y plataforma
- Sandalias de plataforma
- Drag queen
- Zapatos de novia

ETIQUETAS

tacones altos
Tacon de aguja
pin up
grandes tallas
pequeñas drag
queen sandalia
plataformas
botas de
plataforma
zapatos travestis

ENLACES DE INTERÉS

EXTREME HIGH HEELS .net

LOS ZAPATOS DE TACON ALTO QUE NO ENCUENTRAS EN LAS TIENDAS, DIRECTAMENTE DE LA FABRICA A TU CASA.

SI NO ENCUENTRAS LO QUE BUSCAS, NOSOTROS LO HACEMOS PARA TI.

Extreme high heels es el sitio donde puedes encontrar los tacones mas altos y extremos del mundo.

CARRITO

Sin producto

Transporte 0,00 €

Total 0,00 €

¡LO MÁS VENDIDO!

PEEP TOE TACON EXTREMO 7"

Zapatos con tacón extremo Alex-P2

Zapatos de salón con tacón extremo Alex-P3

ZAPATOS DE SALON TACON ALTO

Sandalia de señora Marbella

Los productos más vendidos

PayPal

VISA

MasterCard

Amex

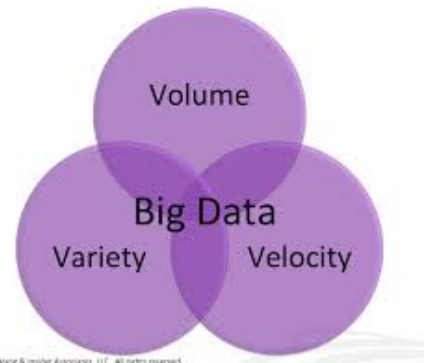
Discover

Apple Pay

Google Pay

El análisis de datos **prioritario**

El volumen de datos de clientes de los que queda constancia en operaciones y redes sociales, junto a las nuevas tecnologías móviles y de segmentación,



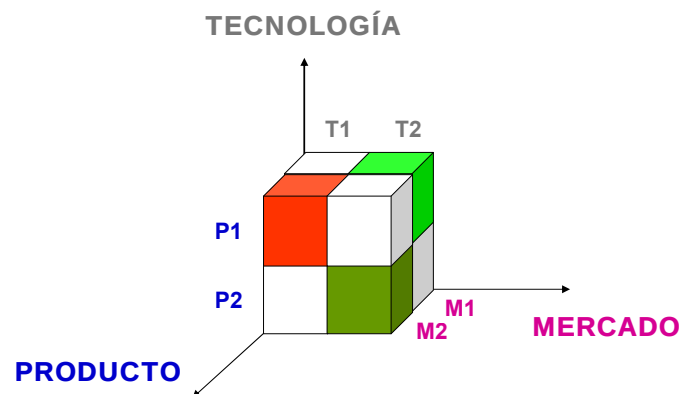
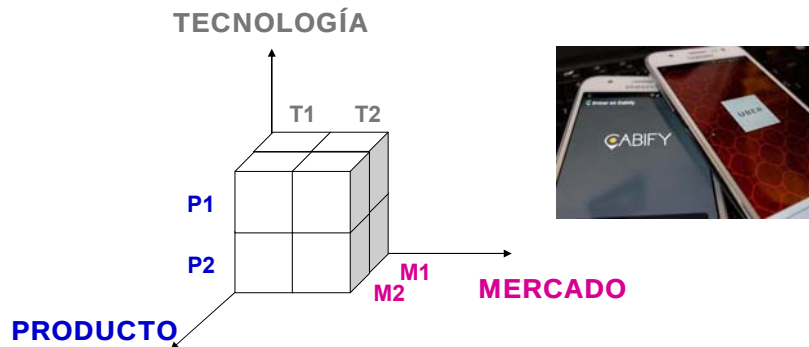
permite a las empresas comprender y predecir las preferencias del consumidor mucho mejor que antes

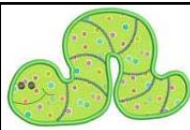


El 48% de directivos en España ya marcaba el análisis de datos **como una de las prioridades estratégicas, pero ...**
(Encuesta Global elaborada por KPMG International, 2014)

El análisis de datos prioritario ...

porque con la tecnología está transformando radicalmente los **Modelos de Negocio** (sobre todo empresas de consumo)





¡ zapatillas que crecen hasta 3 tallas !





- HOME
- SHOP ONLINE
- TECHNOLOGY
- PRESS
- QUESTIONS
- CONVERSION CHART
- SEND TO FRIEND
- CONTACT US
- MYACCOUNT LOGIN
- SHOPPING CART

Cart is empty

[VIEW CART](#)



MILAN STRAP

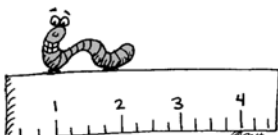
Your child will feel fearless in the new Milan Strap shoe. The Milan is perfect for hiking and playing outdoors in all kinds of weather. Its new strap design helps children take their shoes on/off quickly and easily by themselves. This independence is essential for backyard adventures!



Built right into INChworm shoes is the iFit technology. The iFit technology allows you to GROW the size of the shoe with a simple push of the button. So eliminate unnecessary trips to the shoe store and provide your children with better fitting shoes that last up to three sizes longer. Inchworm shoes grow in half size increments. Just push the button on the side, and pull the toe of the shoe to adjust into the next size.

[LEARN MORE →](#)

Check out our new video and see what everybody is saying about INChworms!





Replay: [All Steps](#) [Step 1](#) [Step 2](#) [Step 3](#)



[Step 1](#) [Step 2](#) [Step 3](#)



size **11**

[Step 1](#) [Step 2](#) [Step 3](#)

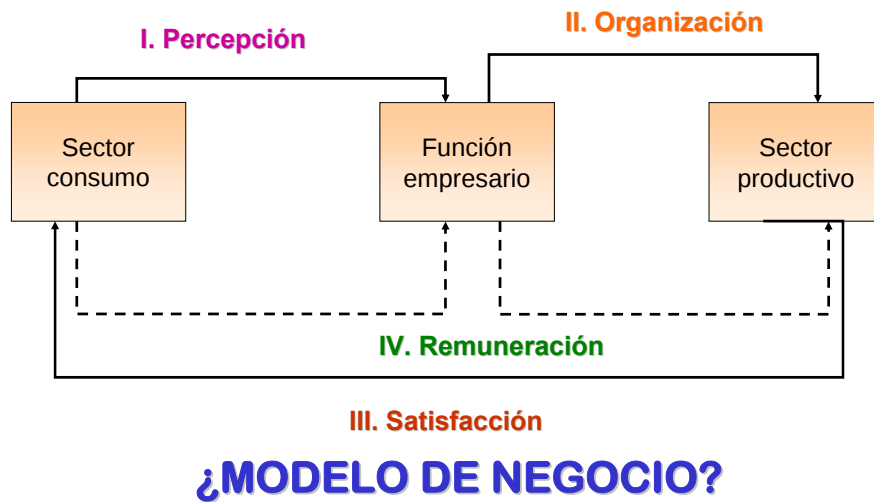
Pull shoe to adjust size



size **12**

[Step 1](#) [Step 2](#) [Step 3](#)

Pull shoe again to increase to even larger size



!!! ATENCIÓN PREGUNTA !!!

¿qué sabemos de Modelos de Negocio?





Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

“Expresa la lógica de

cómo una organización

crea, entrega y captura valor

para los clientes buscando su satisfacción

(... brindando beneficios escalables)

- > Presentación
- Productos
- Como hacer el pedido
- Carta de colores
- Personalice su zapato
- Prensa
- Ventajas al cliente
- Zapatos para bodas
- Preguntas frecuentes
- Tallas especiales
- Dismetría
- Representantes
- Contacto
- Blog corporativo



Un paso más seguro

ENZO PANUCCI

Calzados

Empresa galardonada por el CABILDO DE TENERIFE con el premio TENERIFE EMPRENDE 2007

Bienvenido(a) a nuestro sitio web.

Somos ENZO PANUCCI Calzados, marca Española especializada en zapatos de apariencia normal que aumentan de 7 a 10 cm la estatura de los hombres.

Nuestros zapatos no son sólo calzados con altaz, porque serían incómodos, además de la plantilla, tienen adaptados el empeine, la parte trasera y toda la horma desde su fabricación.

También elaboramos calzados para personas con dismetría y de tallas especiales (del 32 hasta el 37 y del 45 hasta el 50).

Reconocidos a nivel nacional como marca de prestigio en diversos medios de comunicación, para ver las notas periodísticas ir a la sección Prensa.

Somos la única empresa Española , que personaliza al máximo su calzado, pues controlamos todos los procesos de fabricación.

MEDIDAS ANTICRISIS:

ATENCIÓN TELEFÓNICA

902 883120

Horario continuo de lunes a sábado de 8:00 a 21:00.





Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



CRISIS? WHAT CRISIS?



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



¿Que **diferencia** a las
empresas ganadoras
de las **perdedoras**
en una crisis?



OFERTA

J&B WHISKY ESCOCES 70 CL.

~~1.460~~ PTS.

1.459

P.V.P.

8,77 €



**“If you want something new ...
you have to stop doing something old”**

Peter F. Drucker (1909-2005)



**Preste atención a las
señales del mercado**

... a veces son obvias



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



¿MODELO DE NEGOCIO?

IBERIA

Vs

EASY JET

RYANAIR

MONARCH

VUELING

IB EXPRESS



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



Nuevos Modelos de Negocio (ej. que cambiaron las reglas de juego)

- IKEA
- BIC
- AMAZON
- EASY JET
- IMAGINARIUM
- VILEDA
- ZUMEX
-
- ING (fresh banking)
- APPLE
- CIRCO DEL SOL
- STARBUCKS CAFÉ
- PANAMA JACK
- CORNETO SOFT
- NESPRESSO
-



Estudio exhaustivo del mercado:

- Clientela potencial y
- Competencia



Calzado con terapia curativa



Biostep lanzó una gama de sandalias con una plantilla basada en principios de **reflexología podal**, **biomagnetismo** y **acupuntura**

Diseños con **7 acupuntos imantados** ejerciendo presión y masaje sobre terminaciones nerviosas en zonas clave de la planta del pie

Algunas cualidades asociadas:

- mejora circulación sanguínea,
- prevención retención líquidos,
- equilibrio s/ aparato digestivo,
- o mejora del equilibrio hormonal





Orientación a necesidades mercado

en cuanto a: precio, calidad, diseño,

garantías, forma de pago, distribución,

promoción, publicidad, servicio



CASO:

Calzados Victoria

Facilitando la personalización



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



CONCEPTO DE NEGOCIO:

(trinomio “P-M-T”)

PRODUCTO:

Funciones ofrecidas a los consumidores

MERCADO:

Funciones proporcionadas + grupos de clientes servidos

TECNOLOGÍA:

Técnica, proceso, procedimiento, equipamiento, o materiales empleados



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



“Business Model Gómez”

PRODUCTO	MERCADO	TECNOLOGÍA
¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?
PROPUESTA DE VALOR “P - M - T”		
COSTES €	INGRESOS €	



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



OFERTA Vs CONCEPTO DE OFERTA



lanza zapatos y bolsos que pueden ser decorados por los consumidores



Los productos '**Art in You**' se venden en comercios de manualidades y por la web en cajas con: pincel, paleta, 5 colores y bolsa de tela

Experiences / Emotions



CASO:

24fab.com

Modelo negocio alquiler Vs. venta



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



Operar en segmentos con futuro
o escogidos de los tradicionales
y posicionarse en nichos especializados

FÁBRICA ESPAÑOLA
PANTER
calzado de seguridad

CATALOGO VIRTUAL
MAS DE 30 AÑOS COMO FABRICANTE DE CALZADO DE SEGURIDAD,
APLICANDO LA ULTIMA TECNOLOGIA, DISEÑO Y VANGUARDIA

PANTER OXIGENO

Síguenos en

INICIO	LA EMPRESA	ASISTENCIA TECNICA	NOTICIAS	PREMIOS	I+D+i	NORMATIVA	CONTACTO	NOVEDADES
--------	------------	--------------------	----------	---------	-------	-----------	----------	-----------

Vendemos SOLUCIONES

también disponemos de soluciones frente a riesgos laborales específicos, tales como:
**PESCADERÍA - VIDRIO - FUNDICIÓN
ELECTRICIDAD - EXPLOSIVOS
TEMPERATURAS EXTREMAS ...**

MODELO MAS VENDIDO

ALPINA VERDE

ACCESO EXCLUSIVO A DISTRIBUIDORES OFICIALES

TOTALE
[VER MODELO](#)

URBANOS
[VER MODELO](#)

ALIMENTACION
[VER MODELO](#)

39203

IMPERMEABLE

Silverstone Negro

SUPREMA

Juno Azul

ERGOSHOE

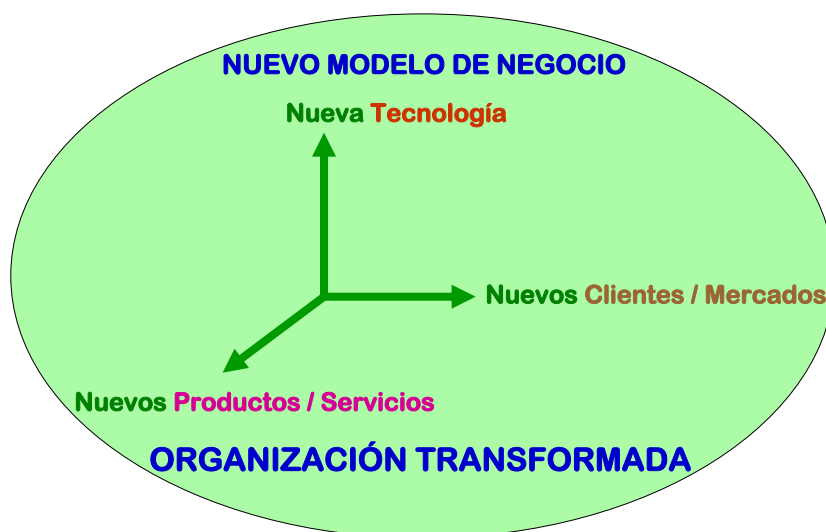
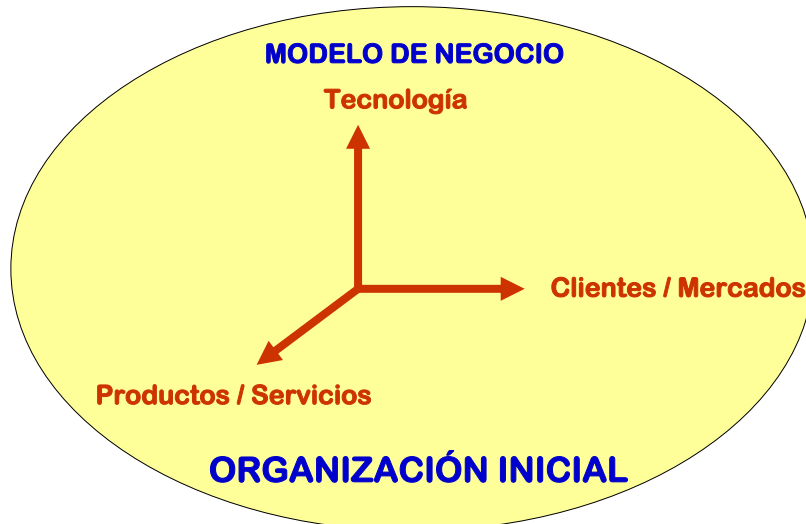
BOTAS IMPERMEABLES
Elige tu bota de agua y que la lluvia no pise tus pies ...
[más información](#)

PANTER OXIGENO
!!! GRAN NOVEDAD !!!
en el calzado laboral

¡NUEVO! EXCLUSIVO

Transpirable e impermeable POR LA SUELA

¿Qué es lo que se transforma?



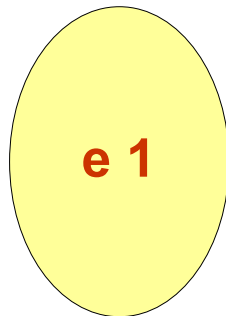


Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



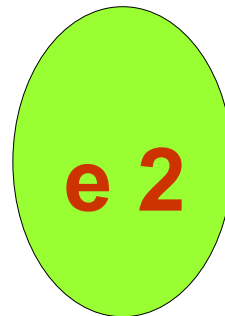
**cambio de estado
en la empresa**

entorno actual



**situación
actual**

nuevas necesidades
nuevas oportunidades
nuevos agentes
nuevos procedimientos
nuevos materiales
nuevos modelos de negocio



**SITUACIÓN
FUTURA**

ánimo empresas !



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



**“Donde hay una empresa de éxito,
... alguien tomo alguna vez
una decisión valiente”**

Peter F. Drucker (1909-2005)



¿QUÉ DEMANDAN LAS EMPRESAS?



DESTACAMOS 3 CASOS ...

- Priorizar puntos de recogida de vidrio a partir de grandes históricos de datos



- Aumentar ventas mediante explotación adecuada de portal de e-commerce (B2B)



- Disminuir gastos anticipándonos a problemas derivados de la demanda (B2C)



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



PROBLEMA:

Muchas paradas innecesarias para visitar campanas casi-vacías

SOLUCIÓN:

Predicción de llenado de campanas, en función de históricos de datos





Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



PROBLEMA:

Cómo modificar el portal de compra on-line que usan los talleres asociados, para aumentar las ventas por este medio

SOLUCIÓN:

Extracción de patrones de comportamiento de los usuarios sobre el motor de búsquedas del portal (¿cuándo una búsqueda termina o no en pedido?)



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



PROBLEMA:

Las reservas que no terminan en alquiler generan grandes gastos

SOLUCIÓN:

Detectar el perfil (procedencia, temporada, antelación...) en que las reservas terminan en cancelación o no-presentado





OTRO CASO EN EL SECTOR PÚBLICO ...



DEBIDO A LOS RECORTES EN SANIDAD
A PARTIR DE AHORA LAS RADIOGRAFÍAS
SE HARÁN EN GRUPOS.-



PROBLEMA:

Pruebas pre-operatorias
excesivas: invasivas, caras
y que generan listas de
espera para intervención

SOLUCIÓN:

Análisis de datos para
descubrir las condiciones
en que dichas pruebas
son prescindibles



Mejoramos el conocimiento para la
toma de decisiones estratégicas

Seguimiento y monitorización de las opiniones de usuarios sobre ellos expresadas en ...

¿cómo rentabilizar lo que digan de un hotel?

tripadvisor, booking,
twitter & facebook al
ser un factor decisivo



La Reputación Online Influye Directamente en los Ingresos del Hotel

Conoce todo lo que se
comenta sobre vuestro
hotel

Descubre Nuestros Productos



VENTAJAS *Big Data* en cada área de la empresa:

- **Marketing:** Identificar de forma más precisa los grupos de clientes y sus patrones de comportamiento
- **Producción:** Analizar rendimiento de cualquier proceso operativo (desde control calidad e inventarios hasta planificación)
- **Ventas:** Analizar patrones de compra para responder a necesidades del cliente y oportunidades del mercado
- **Compras:** Optimizarlas con datos del mercado vinculándolos con la info necesaria para hallar relaciones coste-beneficio
- **Recursos humanos:** Analizar parámetros diversos que sean de interés (productividad, absentismo, satisfacción, etc.)
- **Económico-financiero:** Utilizar datos para previsiones diversas como: proyecciones finanzas, predicciones morosidad



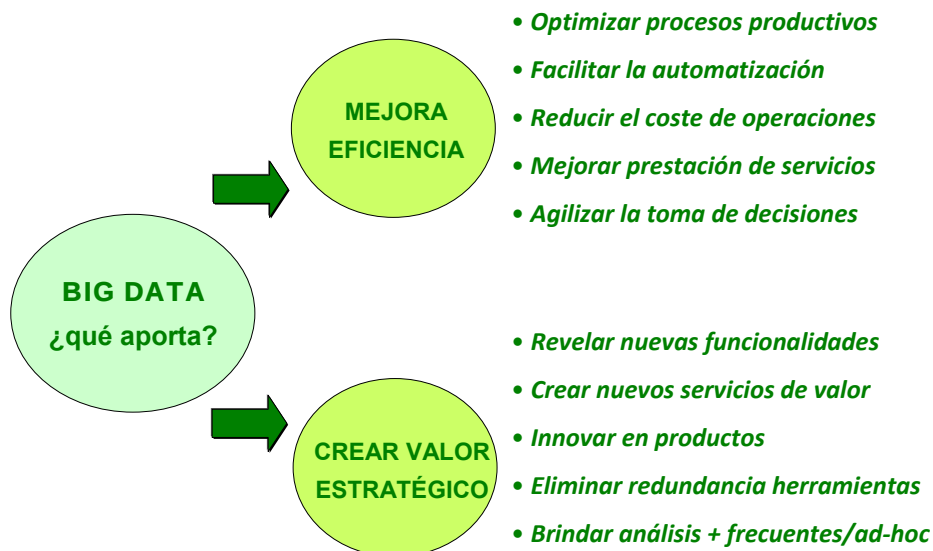
BIG DATA = rentabilizar los datos

- ★ Identificar y aceptar a los datos como un activo del negocio
- ★ Determinar qué datos son un activo para el negocio
- ★ Dar sentido a los datos para convertirlos en info útil
- ★ Los datos son direccionables y gestionables en tiempo real
- ★ Hay fuentes de datos internas y (pero) también externas
- ★ Los datos pueden ser analizados según el modelo de negocio
- ★ Algunos quieren construir 'ecosistemas de servicios de datos'



BIG DATA = rentabilizar los datos

- Las dificultades para manejar los macro datos se centran en la captura, almacenamiento, intercambio, visualización y análisis
- Las organizaciones desean poder sacar partido a los macro datos (estructurados y no estructurados) en un marco común
- Aparecen nuevas tecnologías que están disponibles (asequibles)
- Se necesitan especialistas con habilidades en tratamiento/análisis
- ... con nuevas arquitecturas especializadas: BIG DATA





En conclusión BIG DATA ...

- ⊙ permite crear valor (para las personas y organizaciones) ...
- ⊙ porque los datos son un activo en cualquier modelo de negocio
- ⊙ posibilita identificar dónde el análisis de datos reportará valor
- ⊙ se apoya en arquitecturas aptas para procesar millones de datos
- ⊙ significa un análisis científico de los datos



CONCLUSIONES:

- ✓ EL EXCESO DE INFORMACIÓN
DIFICULTA LA TOMA DE DECISIONES
- ✓ ES UN PROBLEMA QUE TIENE SOLUCIÓN:
BIG DATA (+ DATA MINING)
- ✓ PREDICCIONES FIABLES → DECIDIR CON ANTELACIÓN
MEJORA DE LA RENTABILIDAD / COMPETITIVIDAD



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



Aplicación del Big Data en el sector del calzado para la mejora de la competitividad y de los procesos productivos



**“Haríamos muchas más cosas
si creyéramos que son
muchas menos las imposibles”**

Proverbio de la UMH



gras@umh.es



@gomezgras

... y muchas gracias por la atención

