

**Genere conocimientos
profundos para sus clientes
a través del BIG DATA.**



UTILITY DAY
METERING ECOSYSTEM

Jaime Barco Sierra

Director Regional División Analítica de TATIC



Ingeniero de Sistemas de la Universidad Antonio Nariño con Diplomado en Administración del Talento Humano de la Universidad Javeriana. Graduado en el Programa de Desarrollo directivo por la Universidad de la Sabana y en la Especialización en Desarrollo Gerencial por la Universidad Autónoma de Manizales.

Cuenta con más de 20 años de experiencia en Data Management, especialista en el uso de técnicas de minería de datos (matemáticas modernas, estadística y econometría), y con una vasta experiencia en diseño e implantación de procesos de Calidad de Datos, Diseño e implantación de sistemas de inteligencia de negocios y BIG-DATA; se ha convertido en uno de los profesores expertos de EDES (Ecuador) en el programa de Transformación Digital, “Analítica de Datos para Rentabilizar Negocios”.

DECLARACIÓN:

Durante el desarrollo de esta charla usaremos ilustraciones, ejemplos y metodologías construidas durante la experiencia laboral, no son tomadas de libros "ON THE BOOK" o catálogos de productos de otras compañías.

Busca transmitir a los participantes de una forma estructurada las experiencias de éxitos y fracasos "heridas de guerra" sobre como abordar proyectos de Gestión de datos para

Generar Conocimientos Profundo de Clientes

HECHOS

Muchas organizaciones toman decisiones basados en las **hipótesis** y no desde los **teoremas**

Todo el mundo está abrumado por los **datos** y se muere de hambre por el **conocimiento**

Muchas compañías están usando la **analítica** para hacer **análisis**, y no hay un compromiso por buscar resultados que sean accionables, medibles, industrializados y monetizables



Model Management

Decision Management

Augmented Analytics

Embedded Analytics

Predictive Analytics

Graph Analytics

Guided Analytics

Spark

Text Analytics

Continuous Intelligence

Event Stream Processing

Citizen Data Science

Machine Learning-Enabled Data Management

Prescriptive Analytics

Advanced Anomaly Detection

Artificial General Intelligence

Digital Ethics

Optimization

BIG DATA

Python

Speech Analytics

Conversational Chatbots for Analytics

AutoML

Machine Learning
Data Science

API Marketplaces

Human-in-the-Loop Crowdsourcing

IoT Edge Analytics

Deep Neural Nets (Deep Learning)

Data Lakes

Cognitive Computing

2

3

Model Management

Decision Management

Augmented Analytics

Embedded Analytics

Predictive Analytics

Graph Analytics

Guided Analytics

Text Analytics

Continuous Intelligence

Spark

Event Stream Processing

Citizen Data Science

Machine Learning-Enabled Data Management

Prescriptive Analytics

Advanced Anomaly Detection

Artificial General Intelligence

Digital Ethics

Optimization

BIG DATA

Python

Speech Analytics

Conversational Chatbots for Analytics

Machine Learning

Data Science

AutoML

API Marketplaces

Human-in-the-Loop Crowdsourcing

IoT Edge Analytics

Deep Neural Nets (Deep Learning)

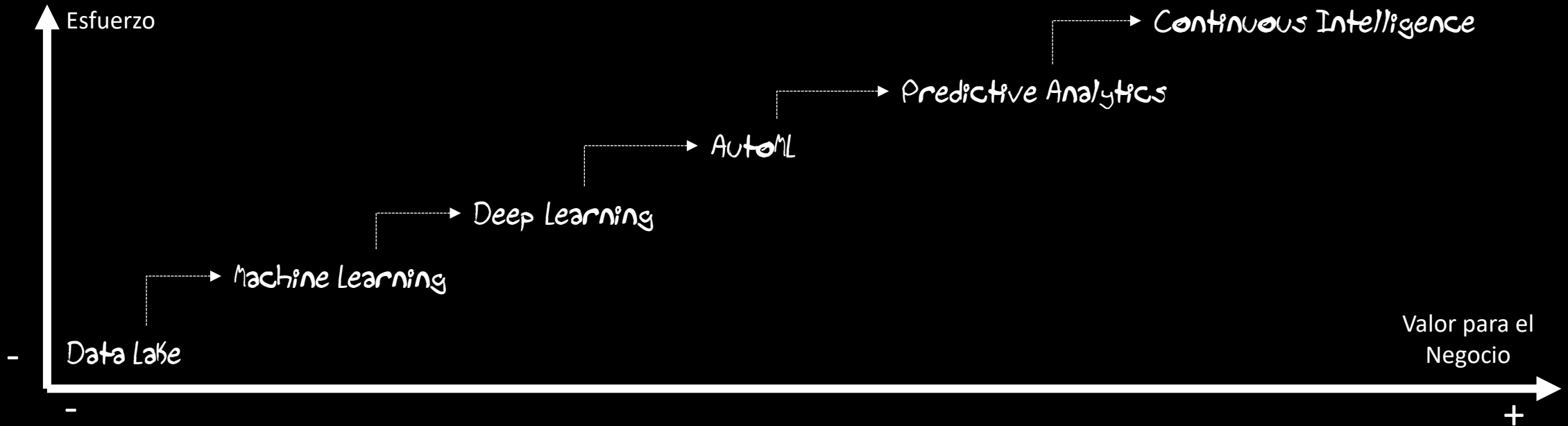
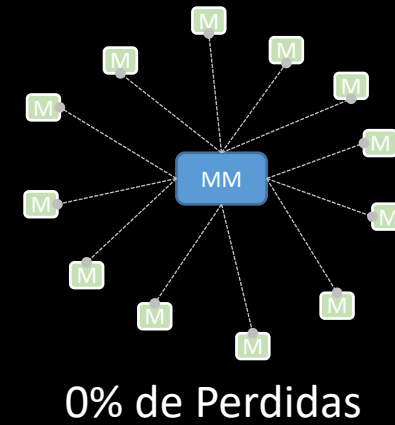
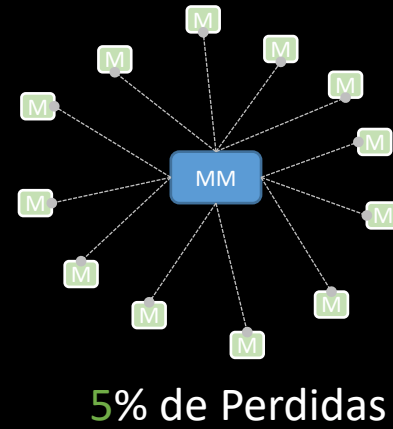
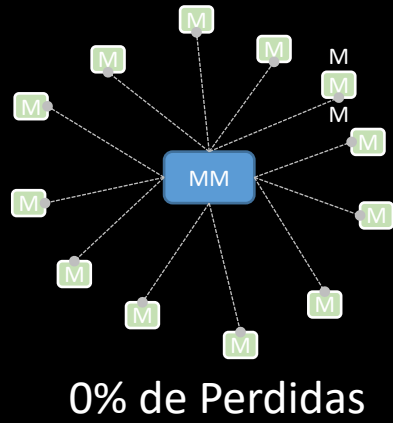
Data Lakes

Cognitive Computing

1

4

Caso de Negocio: Pérdidas de Energía



En nuestra experiencia acompañando empresas en procesos de generación de conocimiento profundo de sus clientes nos hemos encontrado que los errores más típicos son:

1

Se intenta tomar decisiones estratégicas usando reportes operativos y/o tácticos

2

Las preguntas de negocios aun no están estructuradas o no están incluso identificadas

3

La presión de los fabricantes y el mercado impulsa la adquisición de herramientas de software y licencias que "aparentemente" resuelven el problema ... y dicen apoyar a la organización en su estrategia basada en datos.

4

Las "creencias" organizacionales sobre la mala calidad de los datos o la ausencia de estos "paraliza" el desarrollo de estas iniciativas.

CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS DE USO



Madures del área de analítica

VANGUARDISTAS

RETADORES

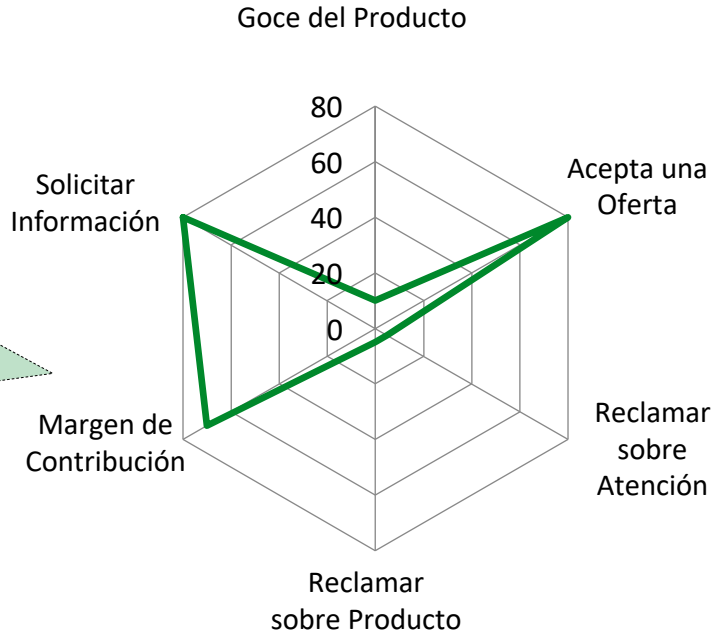
TRADICIONALES

Valor para el negocio

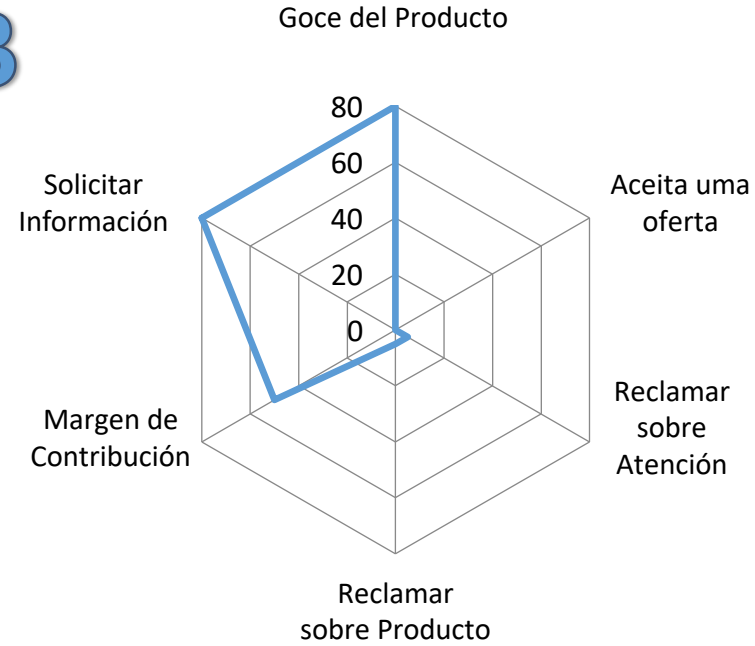
El conocimiento profundo del Cliente debe explorar varias dimensiones de este em forma simultanea

A

Estrategia
Ofrecer otro
producto y SCRIPT
DE RESPUESTAS
PRE-ELABORADAS



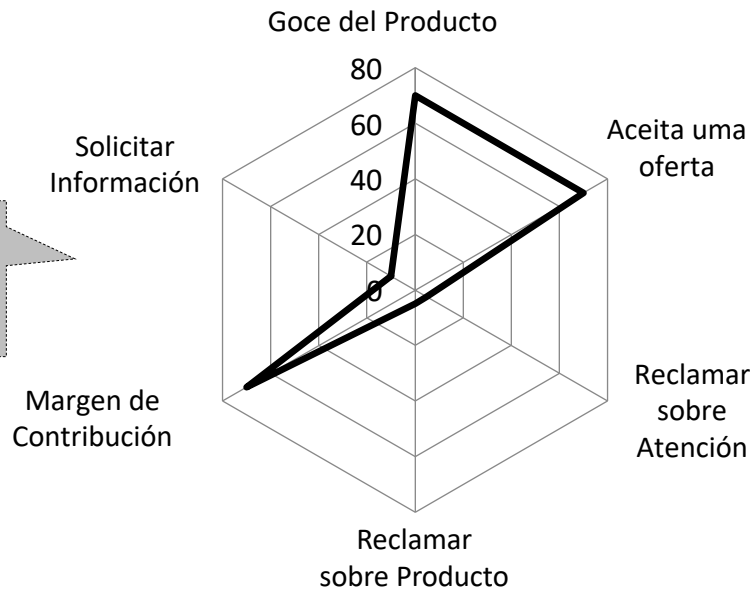
B



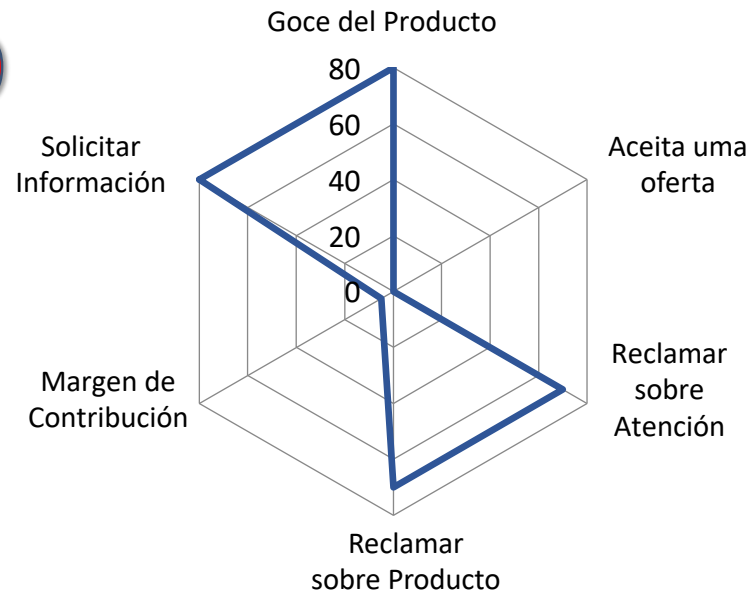
Estrategia
Entrenar como
usar o producto
actual

C

Estrategia
Ofrecer otro
producto

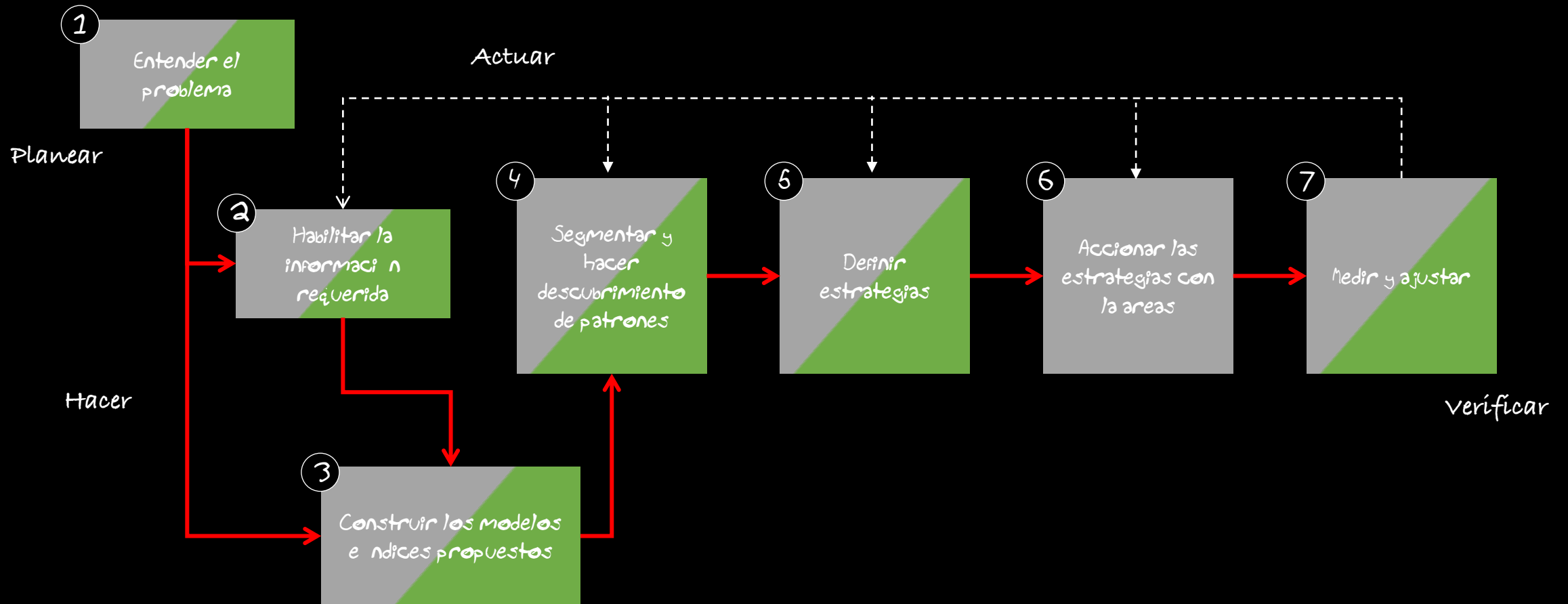


D



Estrategia
Corregir el
producto o
desistir del
cliente

METODOLOGIA GENERAL



Actividades TATIC

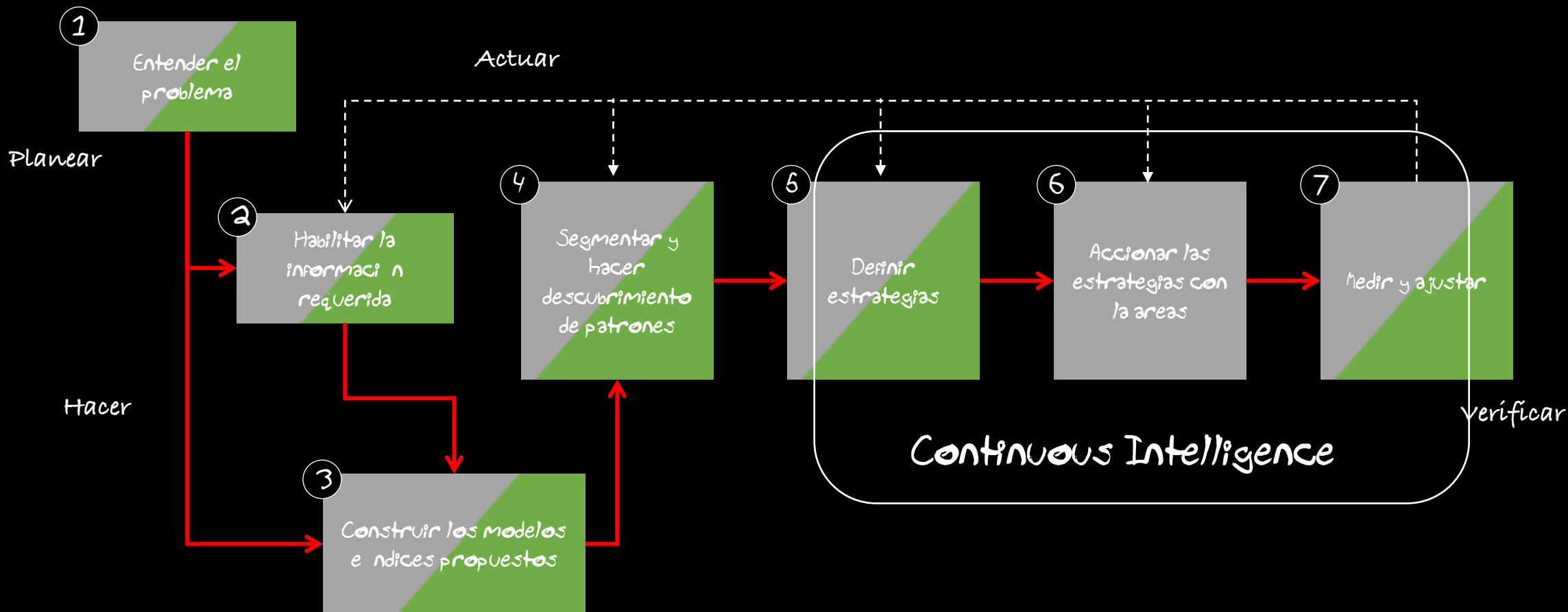
Actividades CLIENTE

Actividades TATIC y CLIENTE

Flujo de trabajo

Flujo de verificación y ajustes

METODOLOGIA GENERAL



■ Actividades TATIC

■ Actividades CLIENTE

■ Actividades TATIC y CLIENTE

→ Flujo de trabajo

→ Flujo de verificación y ajustes

UNA VEZ DEFINIDO EL CASO DE NEGOCIO... ESTOS SON LOS FACTORES CLAVES DE EXITO

Simplificar el
acceso a todos
los datos



Descubrir y
Predecir r pide



Gobernar y
Asegurar los
datos



.... y cuando BIG DATA

Procesamiento de Altos
Volúmenes de Información

y

Alto enfoque en
Descubrimiento de Patrones
Ocultos en Los Datos

y

Analítica en Tiempo Real
(Ingesta / Predicción /
Acciones)

.... y cuando usar Cluster
de Adhoop

Cuando sea mas
económico el
Procesamiento de Altos
Volúmenes de Información
en un clúster que en un
motor relacional

Recomendaciones

BIG DATA No aplica para todos los casos de Generación de Conocimientos Profundo de Clientes

Defina muy Claramente sus preguntas de Negocio

Apóyese en Soluciones Pre-Construidas que le brinden mejor TIME TO MARKET

Sea riguroso en el PHVA - (Inteligencia Continua)