



Potenciar Presencia en Plataformas de
Google Maps y Yelp para Walgreens



Control Documentación

Información de Documentos

	Información
Id Documentos	<i>Walgreens Propuesta Proyecto</i>
Owner Documento	<i>Grupo 02 Data FT 20</i>
Emisión	<i>01/04/2024</i>
Fecha de Última Modificación	<i>01/04/2024</i>
Nombre del Documento	<i>Propuesta.docx</i>

Historial

Version	Issue Date	Changes
<i>[1.0]</i>	<i>01.04.2024</i>	<i>Versión 01</i>
<i>[2.0]</i>	<i>04.04.2024</i>	<i>Versión 02</i>

Aprobaciones

Rol	Nombre	Firma	Fecha
Project Sponsor	Nicolas Angel Lazarte		
Grupo Revisor	Ivan Parra Gabriel Rojas		
Project Manager	Florencia Lascurain		

Tabla de Contenidos

TABLA DE CONTENIDOS	3
1 RESUMEN EJECUTIVO	4
2 CONTEXTO	5
2.1 WALGREENS	5
2.2 REQUERIMIENTOS	5
2.3 SOLUCIÓN	6
3 PROPUESTA	7
3.1 VISIÓN Y OBJETIVOS	7
3.2 ENTREGABLES	7
3.3 PLAN DE TRABAJO	8
3.4 ROLES Y RESPONSABILIDADES	8
3.5 ALCANCE	8
3.6 OWNERSHIP	8
4 KPIS	9
5 APÉNDICE	11
5.1 DOCUMENTACIÓN	11

1 Resumen Ejecutivo

La gestión de la reputación en línea se ha vuelto fundamental para las empresas en la era digital actual. Tener una imagen y marca consistentes no solo genera confianza en los consumidores, sino que también es clave para la estrategia comercial de cualquier compañía. En este contexto, Walgreens y Duane Reade, dos marcas líderes en retail, farmacia y salud, se unen para formar una de las cadenas de farmacias más grandes de los Estados Unidos, con una presencia en más de 8,700 ubicaciones en todo el país.

Según la Encuesta de Opinión de Consumidores 2024, se revela que el 77% de los clientes revisan las reseñas de otros usuarios antes de tomar decisiones de consumo. Estos hallazgos subrayan la importancia de las reseñas en la percepción de los consumidores sobre las grandes marcas, ya que el 91% afirma que las reseñas locales impactan significativamente en su percepción general.

Además, se destaca que el 88% de los consumidores prefieren utilizar negocios que responden a todas sus reseñas, en comparación con solo el 47% que optaría por un negocio que no responde a ninguna. En esta línea, las redes sociales, incluyendo plataformas como Instagram y TikTok, continúan siendo parte integral de las investigaciones comerciales diarias de los consumidores, lo que destaca la necesidad de una presencia sólida en estas plataformas.

En 2023, Google, Facebook, Yelp, Tripadvisor y Apple Maps fueron las principales plataformas utilizadas por los usuarios para la toma de decisiones, lo que subraya la importancia de la visibilidad en línea para las empresas.

Conscientes de la relevancia de estos datos, el equipo directivo de Walgreens busca capitalizar estas oportunidades y mejorar su presencia en línea. En este contexto, se propone una colaboración con nuestra consultora para desarrollar herramientas específicas que permitan monitorizar y mejorar la reputación en línea de la marca.

La propuesta incluye un análisis exhaustivo del mercado y la competencia, la creación de un dashboard para monitorizar la performance del negocio, y el desarrollo de una herramienta de gestión para detectar oportunidades de negocio por locaciones. Estas herramientas, basadas en las reseñas de clientes propias y de la competencia, permitirán a Walgreens garantizar una representación consistente en plataformas clave como Google Maps y Yelp, así como identificar oportunidades de mejora de manera proactiva.

Con esta iniciativa, Walgreens no solo fortalecerá su presencia en línea, sino que también mejorará la interacción con sus clientes y podrá tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos concretos.

2 Contexto

2.1 Walgreens

El negocio de Walgreens se centra en el segmento de Farmacia Minorista de EE. UU., respaldado por dos marcas confiables en venta al por menor, farmacia y atención médica: Walgreens y Duane Reade. Juntas, forman una de las cadenas de farmacias más grandes de los EE. UU.

Aquí hay algunos aspectos clave que destacan el alcance y la influencia de Walgreens en el mercado:

- Operan 8.701 farmacias en 50 estados, el Distrito de Columbia, Puerto Rico y las Islas Vírgenes de los EE. UU.
- Aproximadamente el 78% de la población de EE. UU. vive a menos de cinco millas de una farmacia de Walgreens o Duane Reade.
- Ofrecen una amplia gama de productos, que incluyen medicamentos con y sin receta, así como artículos de salud, belleza, cuidado personal y productos de consumo.
- Rellenan aproximadamente 800 millones de recetas al año, demostrando su papel crítico en la salud y el bienestar de la comunidad.
- Cuentan con diversas líneas de productos de Marca propia, como NICE!, Free & Pure, No7 y Soap & Glory.
- Su programa de fidelidad, myWalgreens, cuenta con aproximadamente 113 millones de miembros activos (hasta agosto de 2023), lo que demuestra su compromiso con la satisfacción del cliente y la lealtad.
- Con más de 85.000 proveedores de servicios de salud, incluidos farmacéuticos, técnicos de farmacia y enfermeras practicantes, Walgreens brinda una atención integral y personalizada a casi 9 millones de clientes y pacientes por día.
- Su experiencia omnicanal integra plataformas físicas y digitales para ofrecer productos de alta calidad y servicios de atención médica de manera conveniente y accesible.
-

Estos aspectos resaltan la importancia y el impacto significativo que Walgreens tiene en la comunidad, tanto en la salud como en el ámbito minorista.

2.2 Requerimientos

El objetivo principal es monitorear y garantizar la consistencia de la imagen de marca en múltiples plataformas de reseñas, como Google y Yelp. Para lograr esto, es esencial administrar y gestionar de manera efectiva las reseñas de los clientes, que son una valiosa fuente de información en constante crecimiento.

Se ha identificado que el 91% de los consumidores considera que las reseñas de locales impactan en la percepción general de las grandes marcas, y el 88% preferiría utilizar un negocio que responda a todas sus reseñas. Además, las redes sociales, como Instagram y TikTok, juegan un papel significativo en los viajes de investigación comercial de los consumidores, con el 34% y el 23% respectivamente utilizándolas como plataformas de reseñas de negocios locales.

La compañía reconoce la importancia de gestionar esta información de manera eficaz y accesible para todas las posiciones relevantes dentro de la organización. Esto incluye proporcionar a los

gerentes de tienda la capacidad de monitorear y aprovechar el feedback de los clientes, así como de la competencia, para tomar decisiones informadas.

Además, se destaca la utilidad de la inteligencia artificial generativa como una herramienta para responder a las reseñas de manera eficiente. El 58% de los consumidores prefieren respuestas generadas por inteligencia artificial cuando se les da la opción entre una escrita por un humano y otra por inteligencia artificial.

Antes de iniciar el desarrollo de un proyecto de este tipo, la compañía desea comprender el potencial de estas plataformas y su contribución al negocio. Esto implica evaluar cómo estas plataformas pueden ser gestionadas de manera efectiva y cómo su información puede integrarse en la toma de decisiones en todos los niveles de la organización.

2.3 Solución

En el pasado, la información generada a partir de las reseñas de los clientes se limitaba al equipo de Marketing, con un enfoque específico en las acciones de marketing y el impacto de las campañas. Sin embargo, se ha identificado que esta información es relevante para diferentes áreas y niveles de la organización.

Con el objetivo de mejorar la disponibilidad, frecuencia de revisión y accesibilidad de esta información en toda la organización, se propone el desarrollo de una herramienta que permita gestionar y administrar de manera útil y práctica las opiniones de los clientes. Esta herramienta servirá como punto central para detectar oportunidades de negocio y mejorar procesos en todos los niveles, desde las tiendas locales hasta los directivos a nivel global.

Para lograr este objetivo, nos proponemos analizar la información disponible en las plataformas principales, Google Maps y Yelp, que son ampliamente utilizadas por los usuarios.

Como resultado, se entregarán los siguientes entregables al cliente:

1. **Análisis del Mercado** desde la perspectiva de las reseñas: Este análisis proporcionará una visión detallada de la percepción del cliente sobre el negocio en cada ubicación, identificando tendencias y áreas de mejora.
2. **Dashboard** integral: Este tablero de control permitirá una visualización completa del negocio tanto a nivel global como local. Será una herramienta de análisis que facilitará el monitoreo del negocio desde todos los niveles de la organización.
3. **Sistema de Recomendaciones por ubicaciones**: Este sistema proporcionará recomendaciones personalizadas para entender el posicionamiento del negocio a nivel local, territorial y estatal, según las necesidades de cada usuario dentro de la organización.

Con estas soluciones, Walgreens podrá aprovechar de manera efectiva la información disponible, facilitando su acceso frecuente y utilizándola como una herramienta para monitorear e implementar nuevas innovaciones o estrategias.

3 Propuesta

3.1 Visión y Objetivos

Visión del Proyecto:

En nuestro día a día, nos relacionamos con más de 9 millones de clientes, y nuestro principal objetivo es que nos elijan y continúen eligiéndonos. Por esta razón, colocamos al cliente en el centro de todas nuestras acciones. Conocer su opinión y responder a sus necesidades es nuestra máxima prioridad.

Nuestra visión es potenciar la relación con nuestros clientes en las plataformas de reseñas, incrementando nuestras respuestas en un 50% para finales de 2024.

Objetivos:

1. **Detectar 3 Oportunidades de Negocio y Mejoras** requeridas por nuestros clientes y los clientes de la competencia a partir del análisis de las reseñas en estas plataformas.
2. Disponibilizar un **Dashboard como herramienta de gestión y difusión**, accesible para todos los niveles de la compañía para finales del primer semestre de 2024, que permita a los actores de la compañía visibilizar, dimensionar y calificar la presencia de Walgreens en estas plataformas.
3. Potenciar la presencia en las plataformas de Google Maps y Yelp. Este objetivo estará cumplido, si para cada ubicación disponible, las tiendas de Walgreens son la primera o segunda recomendación.

Para ello, proponemos implementar **un Sistema de Recomendación por Ubicaciones** que permita segmentar el análisis de las opiniones y reseñas de nuestros clientes y competencia, para comprender cómo estamos posicionados por ubicación, zona, ciudad o estado dentro de estas Plataformas.

3.2 Entregables

Nuestro objetivo es desarrollar herramientas de gestión que posteriormente se mantendrán automáticamente actualizadas por el equipo de Data de Walgreens. Esto garantizará que la compañía tenga acceso a información actualizada de manera constante y precisa.

Entregables	
Título	Descripción
Análisis de Mercado	Clientes, Competidores, Zonas y Ciudades, presencia, mercado, Interacción con los clientes
DashBoard interactivo	Herramienta para visibilizar, dimensionar y calificar la presencia de Walgreens en estas plataformas
Sistema de Recomendación por Ubicaciones	Herramienta para la evaluar el posicionamiento por locación del cliente y la competencia.

3.3 Plan de Trabajo



Proyecto Google Maps & Yelp

Plan de Trabajo						Abril																			Responsible	Estado	
Tareas	SubTareas	Entregables	Fecha Inicio	Duration	Fecha Finalizada	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19			
Sprint 1																											
Definición del Proyecto	Definición del Proyecto		01-Apr	2	02-Apr																					Florencia Lascorain	Finalizado
	Propuesta de Proyecto	Documento Propuesta	02-Apr	1	02-Apr																					Florencia Lascorain	Finalizado
Plan de Trabajo	Plan de Trabajo	Gantt del Proyecto	03-Jan	1	03-Jan																					Cristian Huanqui	En proceso
	Roles y Responsabilidades		01-Apr	1	01-Apr																					Florencia Lascorain	Finalizado
GitHub	Creación y Set Up de repositorio en GitHub	Link GitHub	02-Apr	1	02-Apr																					Ivan Parra	Finalizado
EDA	ETL Google Maps		01-Apr	3	03-Apr																					Cristian Huanqui/Ivan Parra	En proceso
	EDA Google Maps		03-Apr	4	06-Apr																					Cristian Huanqui/Ivan Parra	En proceso
	ETL Yelp		01-Apr	3	03-Apr																					Gabriel Rojas	En proceso
	EDA Yelp		03-Apr	4	06-Apr																					Facundo Denis	En proceso
Ciclo de Vida del dato	Informe final del EDA a detalle de cada uno	Informe Final EDA	06-Apr	2	07-Apr																					Facundo Denis/Cristian Huanqui	En proceso
	Ciclo de Vida del dato	Diagrama Pipeline	03-Apr	1	03-Apr																					Ivan Parra	En proceso
Stack Tecnológico	Presentación y Justificación del Stack Tecnológico	Diagrama Pipeline	03-Apr	1	05-Apr																					Ivan Parra	En proceso
	Definición de al menos 2 KPIs para el cliente	Propuesta KPIs	02-Apr	2	03-Apr																					Equipo	En proceso
KPIs	Presentación Demo 1	Presentación 1	05-Apr	0	04-Apr																					Equipo	En proceso
Sprint 2																											
ETL, Validación de Datos y Ciclo de Vida	ETL Final Google	Informe ETL	05-Apr	3	07-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
	ETL Final Yelp	Informe ETL	05-Apr	3	07-Apr																					Cristian Huanqui/Florencia Lascorain	Por comenzar
ETL Pipeline automatizado	ETL Pipeline automatizado	Diagrama	05-Apr	3	07-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
	Diagrama		05-Apr	2	09-Apr																					Florencia Lascorain/Cristian Huanqui	Por comenzar
Análisis de Mercado	Análisis de Sentimiento de las Reviews		08-Apr	4	13-Apr																					Florencia Lascorain/Cristian Huanqui	Por comenzar
	Análisis de Competencia		10-Apr	4	13-Apr																					Florencia Lascorain/Cristian Huanqui	Por comenzar
Análisis SWOT	Hallazgos y Conclusiones Informe	Informe Analisis Mercado	10-Apr	4	13-Apr																					Florencia Lascorain/Cristian Huanqui	Por comenzar
	Propuesta preliminar de Dashboard KPIs		10-Apr	5	14-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
Dashboard	Desarrollo de métricas	Dashboard Mockup	10-Apr	5	14-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
	Análisis de los Resultados		10-Apr	5	14-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
Modelo de Datos	Diseño del modelo de Datos	DER	09-Apr	1	09-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
	DER del modelo	DER	10-Apr	2	11-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
Implementación Data Warehouse	Implementación Data Warehouse		10-Apr	2	11-Apr																					Gabriel Rojas/Facundo Denis	Por comenzar
	Automatización y carga incremental	Diagrama del Proceso	10-Apr	2	11-Apr																					Cristian Huanqui/Florencia Lascorain	Por comenzar
Sistema de Recomendación	Definición de Objetivos del Sistema de Recomendación		10-Apr	2	11-Apr																					Cristian Huanqui/Florencia Lascorain	Por comenzar
	Desarrollo preliminar del Sistema de Recomendación	Endpoints funcionando	10-Apr	2	11-Apr																					Cristian Huanqui/Florencia Lascorain	Por comenzar
Presentación Demo 2	Presentación 2	Presentación 2	12-Apr	0	11-Apr																					Equipo	Por comenzar
Sprint 3																											
Repositorio GitHub	Repositorio GitHub Proyecto		15-Apr	4	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
	EDA Feature Selection		10-Apr	2	11-Apr																					Cristian Huanqui/Florencia Lascorain	Por comenzar
Sistema de Recomendación	Deploy del Sistema de Recomendación	Endpoints en FASTAPI	15-Apr	4	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
	Video instructivo de como se utiliza	Video Explicativo	18-Apr	1	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
Funcionalidad y Usabilidad	Funcionalidad y Usabilidad		18-Apr	1	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
	Deploy del Dashboard		15-Apr	4	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
Video instructivo de como se utiliza	Video instructivo de como se utiliza	Video Explicativo	18-Apr	1	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar
	Presentación Demo 3	Presentación Final	19-Apr	0	19-Apr																					Ivan Parra	Por comenzar

3.4 Roles y Responsabilidades

Para el Desarrollo del Proyecto en nuestro equipo:

Roles y Responsabilidades	
Nombre y Apellido	Roles
Cristian Ivan Parra	Data Engineer
Facundo Denis	Data Engineer
Gabriel Rojas	Data Analyst
Cristian Huanqui	Data Scientist
Florencia Lascorain	Project Manager/Data Analyst

3.5 Alcance

Para desarrollar el Proyecto estaremos trabajando con las reseñas e información disponible de las Plataformas de Google Maps y Yelp, abarcando la información disponible desde el año 2017 al 2021, para todo el territorio de los Estados Unidos.

Esta información será generada y gestionada por nuestro equipo de G1 Data.

3.6 Ownership

- **Project Owner:** Ariel Vera
- **Henry Mentor:** Nicolás Angel Lazarte
- **Customer:** Director de Marketing de Walgreens
- **Project Manager:** Florencia Lascorain

4 KPIS

Alineados con los Objetivos del Proyecto, los KPIS propuestos son:

1. Interacción con el Cliente

El 77% de los clientes prefieren marcas que responden a las reseñas de sus clientes, incluso cuando esas respuestas puedan ser generadas por una IA.

$$\text{Respuesta al Cliente} = \frac{\text{Cant. De reseñas respondidas del período}}{\text{Cant. De reseñas totales del período}}$$

2. Satisfacción del Cliente

El 88% de los clientes se basan en las reseñas dos o más usuarios para su toma de decisión, utilizando las plataformas de Google Maps y Yelp.

$$\text{Satisfacción del Cliente} = \frac{\text{Promedio de ratings usuarios del período}}{\text{Cant. De reseñas totales del período}} \times 100$$

3. Presencia en Plataformas

3.1 Crecimiento Presencia

Una imagen y marca consistentes genera confianza en los consumidores. Esta marca e imagen se perciben en estas plataformas a través de las reseñas de los usuarios. Para ser la primera opción en las recomendaciones de estas plataformas, es clave no solo que las reseñas y calificaciones sean buenas, sino también la cantidad y calidad de la presencia, presencia en línea.

$$\text{Crecimiento Presencia} = \frac{\text{Cant. De reseñas tot. mes} - \text{Cant. Reseñas tot. mes ant}}{\text{Cant. De reseñas totales del mes}}$$

3.2 Cobertura del Negocio

Hoy día no se está gestionando la presencia de la marca en estas plataformas, una medida de la evolución del resultado del proyecto será el crecimiento de la cobertura de reseñas en la cantidad total de Tiendas del Negocio

$$\text{Cobertura del Negocio} = \frac{\text{Cant. De Tiendas con Reseñas}}{\text{Cant. Total de Tiendas}}$$

4. Posicionamiento vs. Competencia

4.1 Participación Mercado

Un análisis del posicionamiento del Cliente en referencia a la Competencia es muy valioso para la toma de decisiones e implementación de estrategias.

$$\text{Participación del Mercado} = \frac{\text{Cant. De reseñas tot. Walgreens + Duane Reade}}{\text{Cant. De reseñas totales Convenience Store}}$$

4.2 Percepción de Servicio vs. Competencia

Un análisis del posicionamiento del Cliente en referencia a la Competencia es muy valioso para la toma de decisiones e implementación de estrategias.

$$\text{Percepción de Servicio} = \frac{\text{Cant. De reseñas Positivas Walgreens + Duane Reade}}{\text{Cant. De reseñas totales Positivas Convenience Store}}$$

5 Apéndice

5.1 Documentación

- [Información de la Compañía](#)
- [Encuesta de Reseñas de Consumidores 2024](#)
- (Cristhian GDP Analysis)