

Caso cliente: Divino SA

★ Highlights

Líder del Proyecto:
Ing. Doris Medina-Especialista BI

Desarrollador:
Javier Burstin
QBIC – Quality Business Intelligence consulting

Empresa Uruguaya
Casa Matriz en Montevideo

Sucursales: 22
Rubro: Retail
Fundada en 1935
730 empleados

DIVINO es una empresa de retail 100% uruguaya, líder en la fabricación de colchones, y dedicada a la comercialización de mobiliario y accesorios para el hogar y el bienestar de la familia, con fuerte presencia en el mercado de e-commerce.

En las diferentes etapas de su proceso de comercialización, brinda empleo a más de 630 colaboradores. Desde hace más de 80 años forma parte del hogar de tres generaciones de uruguayos a través de productos funcionales y de diseño, que mejoran la calidad de vida de las personas.

El mercado, cada vez más, requiere velocidad y diligencia pero el alto volumen de datos, la gran diversidad de sistemas informáticos restringía y dificultaba los procesos de análisis de información de la empresa.

Se hacía necesario desarrollar un proceso que lograra integrar datos del negocio y generara a partir de ellos, un conocimiento rápido y preciso para tomar decisiones de manera ágil, certera y con mínimo margen de error. Y sobre todo, con una visión integrada del negocio. El desafío era complejo, pero no imposible.

A partir de esta necesidad Divino emprende en diciembre de 2014, un proceso de consolidación de la información. En primera instancia y en función de la complejidad de los datos existentes, se tomó la decisión de desarrollar un Datawarehouse donde se utilizaría QlikView como plataforma de visualización y colaboración entre personas.

Los resultados fueron alentadores. A los tres meses –curva de desarrollo de las aplicaciones Qlik,- se habían identificado los indicadores de la compañía, con la creación de la primera aplicación de Dirección, abarcando un gran abanico de información sobre objetivos, facturación, pedidos, gastos y rentabilidad, entre otros conceptos de negocio.

El crecimiento de la empresa no hubiese sido sostenible sin el control que brinda la herramienta sobre el desarrollo y expansión de la empresa, que comienza con la generalidad de los KPIs más importantes y culmina con la especificidad de la venta realizada por un vendedor a una determinada hora del día. El dinamismo que posee es crucial para esto, permite detectar desvíos en tiempo real, lo cual era prácticamente imposible antes de su desarrollo, y allí radica el énfasis en el impacto sobre la toma de decisiones. Por ello, la aplicación de Dirección es la de mayor número de usuarios, la certidumbre que genera consultarlo es lo que hace que la empresa estudie cada vez más sus resultados minimizando riesgos, aprovechando las ventajas de la tecnología y haciendo más confiable el proceso de venta. Fue así que en poco tiempo Divino logró tener resultados tangibles y tomar decisiones en función de ellas, el gran objetivo que se había planteado al comienzo.

A lo largo de los años, la aplicación se fue complementando y evolucionando con mayor cantidad de datos y requerimientos. Actualmente la empresa cuenta con más de 15 aplicaciones de Qlik operativas, que incluyen áreas como Marketing, Retail, Producto, Atención al Cliente, Logística, entre otras, con un total de 52 usuarios activos que utilizan al menos una de las aplicaciones en sus procesos de toma de decisiones y que abarca distintos perfiles de usuario (directivos, gerentes, jefes de áreas). Se proyecta que se continúe incrementando paulatinamente este número a medida que se vayan incorpo-

rando otras áreas de negocio.

Qlik ha ido más allá de la información operativa ya que permite analizar y medir el uso de las aplicaciones para saber si las decisiones se toman a partir de la información generada en los propios tableros.

Doris Medina expone que “el ROI de un proyecto desarrollado en Qlik es mucho mayor a otros productos. La dinámica en el mercado de retail es tan veloz que necesitábamos resultados rápidos y concretos. Entre uno de los ejemplos exitosos, puedo mencionar la generación de un reporte para las Product Managers que tomaba 48 horas en prepararse. Este reporte fue sustituido por una aplicación Qlik que muestra los indicadores en tiempo real. La información está actualizada y compartida con todos los usuarios que lo necesitan realizándose un proceso de toma de decisiones más efectivo y eficiente”

La tecnología resulta un factor clave para el desarrollo del negocio de Divino. Pero en algunos casos, su aplicación supone barreras de acceso. En el caso de Qlik resultó una solución accesible y amigable para todos los usuarios, más allá de las evidentes diferencias de accesibilidad a herramientas tecnológicas. En este sentido, para Divino, la solución aportada por Qlik se convirtió en un diferencial del mercado, tanto a nivel operativo como de gestión.

Por su parte el arquitecto Javier Burstin plantea: “Se cambió de una gestión en base a resultados a una gestión en base a la información. El cambio estratégico más importante es que Divino comenzó a gestionar todos sus procesos en base a la información. Esto puede verse a tal nivel de detalle, que hoy se mide cuánto se están utilizando las aplicaciones para visualizar la información. Para darnos una idea de la importancia del proceso en Divino, podemos decir que es como si antes tuviéramos un mapa que nos decía a dónde ir; ahora tenemos un GPS que nos marca el camino con lujo de detalles. Confiamos mucho en la información de Qlik, se ha convertido en un aliado clave del negocio”.

El gerente de Planificación y Proyectos, Federico Durán agrega: “Qlik es una herramienta que ha permitido agilizar los tiempos de toma de decisiones y optimizar el uso de

Caso cliente: Divino SA

recursos, así como acceder a un nivel de análisis superior. Se ha constituido en la base para nuevos análisis y compresión de la realidad del negocio. El uso de la herramienta alcanza, entre otras, a las áreas de ventas, costos y márgenes, gastos operativos, stocks y seguimiento de KPIs".

En el área de Marketing, en tanto, se destacó que el uso de Qlik fue relevante para acreditar internamente la inversión en nuevos proyectos y mostrar datos como oportunidades de negocio. La Lic. María José Terra, Gerente de Marketing y Retail de Divino, expresó: "ayuda a que todos hablemos el mismo idioma".

Como ejemplo, citó el desarrollo de una campaña altamente segmentada a través de SMS y la generación de promociones de venta cruzada para motivar la venta de rubros específicos, cuyo desempeño pudieron ver en tiempo real y adaptar dichas campañas a la realidad del mercado.

El desarrollo y aplicación de Qlik en los procesos de negocio de Divino ha sido clave para alcanzar objetivos y trazar nuevas metas. Ha permitido una visión consolidada del negocio y, por tanto, un horizonte guiado y definido por la realidad del negocio.

Algunas recomendaciones para un proyecto de BI



- Cronograma definido.
- Establecer los requerimientos de los usuarios.
- Contar con una interfase lo más amigable posible.
- Interpretar los datos que se muestran.
- Desarrollar los proyectos en conjunto con los usuarios y estos puedan "customizar" sus propios reportes.

Sistemas de Fuentes de Datos	Beneficios
<ul style="list-style-type: none"> • SAP • SQL Server • Excel • XML • Web Services 	<ul style="list-style-type: none"> • La eficiencia de los procesos de logística se incrementó en un 21,3%. • Monitoreo en tiempo real de las KPIs de las áreas. • Información centralizada. • Rápida adopción por los usuarios del negocio. • Análisis de grandes volúmenes de datos sin comprometer los tiempos de obtención de información. • Mejora de los procesos de gestión de la información. • Accesible a todos a través del Access Point.

- SAP
- SQL Server
- Excel
- XML
- Web Services

- La eficiencia de los procesos de logística se incrementó en un 21,3%.
- Monitoreo en tiempo real de las KPIs de las áreas.
- Información centralizada.
- Rápida adopción por los usuarios del negocio.
- Análisis de grandes volúmenes de datos sin comprometer los tiempos de obtención de información.
- Mejora de los procesos de gestión de la información.
- Accesible a todos a través del Access Point.

Tiempo de conexión

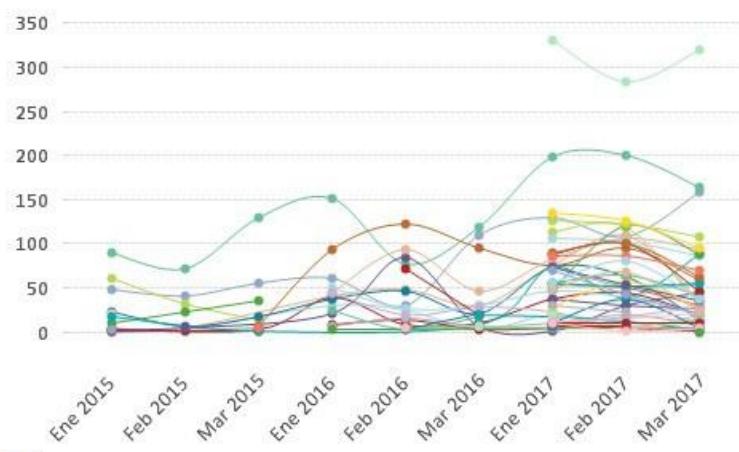


Figura 1

Muestra una comparativa del incremento de los tiempos de conexión (Hs) de los usuarios en 2015, 2016, 2017 (Meses Enero, Febrero y Marzo)

Figura 2

Ranking Uso QV

