



## VIVO implementa un entorno de inteligencia de negocios en toda la empresa usando la Plataforma Informatica

El mayor proveedor de telecomunicaciones móviles del hemisferio sur confía en la Plataforma Informatica para acceder, integrar y utilizar en forma confiable todos sus recursos de información.

### EN SÍNTESIS

#### INICIATIVAS DE NEGOCIOS

- Permitir a las personas acceder fácilmente a la información para propósitos de monitoreo, análisis, generación de informes y toma de decisiones
- Aumentar la eficiencia operacional

#### ESTRATEGIA DE TECNOLOGÍA

Implementación de Informatica Powercenter para administrar los complejos requisitos de integración de grandes volúmenes de datos del proveedor de telecomunicaciones. La solución accede a todos los datos, independientemente de su fuente o estructura, y entrega millones de registros en el formato correcto y en el momento justo a todas las aplicaciones y usuarios que los necesitan.

“La Plataforma Informatica proporcionó a VIVO los medios para captar, prestar servicios y conservar de forma efectiva a más de 60 millones de clientes. La Plataforma Informatica es el motor de integración de datos de nuestra plataforma de inteligencia de negocios y nos está ayudando a convertir a VIVO en una empresa centrada en los datos”.

— Daniela Calaes, Gerente Ejecutiva de Sistemas de Inteligencia de Negocios de VIVO

### Resumen ejecutivo

VIVO dependía de seis almacenes de datos, cada uno con sus propias herramientas de inteligencia de negocios, con diferentes fuentes de datos, reglas de negocios, procesos, herramientas, culturas y plataformas. Los almacenes surgieron de la fusión y adquisición de múltiples proveedores locales. Su integración dio al proveedor líder de telecomunicaciones móviles de Brasil la oportunidad de crear una visión única de 60 millones de clientes. Gracias a la elección de la Plataforma Informatica como su estándar corporativo, VIVO logró sus ambiciones: la organización creó una versión única de esos 60 millones de clientes, miles de millones de registros de datos de llamada (CDR, sigla en inglés) y una visión unificada de los indicadores clave de desempeño (KPI). En conjunto, la solución de inteligencia de negocios líder de la compañía permitió ahorros anuales y un importante aumento de los ingresos, mediante campañas mejor enfocadas, análisis predictivos más efectivos sobre migración de clientes, y la identificación y resolución de incobrables.

## BENEFICIOS

- Campañas de marketing más focalizadas, que generaron un aumento de los ingresos del 30% anual
- Reducción de 75% en el plazo para la llegada de las nuevas campañas de marketing al mercado
- Disminución del incobrable, lo cual condujo a una reducción de las deudas irrecuperables y una reducción de 24% de la mora intencional
- Reducción del 20% en los costos de mantenimiento de red
- Reducción de 50% en el número de personas involucradas en trabajos manuales para generar informes
- Disminución de los costos operacionales en US\$ 1.2 millones por año mediante procesos mejorados de marketing directo

## ELEMENTOS BÁSICOS

- Soluciones: Integración de datos e inteligencia de negocios, data warehousing
- Productos: Informatica PowerCenter Real Time Edition™, Pushdown Optimization Option™, Enterprise Grid Option™, Multi-core Option™, Team-Based Development Option™, PowerExchange® para SAP, ODBC y TIBCO
- Fuentes: Bases de datos Oracle y archivos planos. Ejemplos: sistema a medida de administración de relaciones con clientes, sistemas de facturación pre-pago y post-pago, mediación CDRs, interconexión, SAP y otros
- Socios comerciales: Informatica, Teradata, MicroStrategy, SAS y UNICA
- Integradores: Telefonica Pesquisa e Desenvolvimento y Portugal Telecom Inovação

## La compañía de telecomunicaciones móviles más grande del hemisferio sur

VIVO se creó a partir de la fusión de seis compañías diferentes y la adquisición de otras. Estas se unieron para constituir la compañía de telecomunicaciones móviles más grande del hemisferio sur. Con más de 60 millones de clientes, VIVO es el líder del mercado en Brasil con una participación cercana al 30%. La compañía tiene la cobertura más amplia en Brasil con 3,647 municipios y más de 11,000 puntos de venta.

No obstante, esta fase de fusiones y adquisiciones creó una “tormenta perfecta” en cuanto a integración de datos, pues cada una de las organizaciones que se fusionaron tenía sus propios almacenes de datos y diferentes fuentes de datos, reglas de negocios, procesos, herramientas, culturas y plataformas. Había seis almacenes de datos que tenían sus propias herramientas de inteligencia de negocios diferentes, entre otras, Business Objects, Hyperion, Crystal Reports y MicroStrategy. Y había más de 1,000 usuarios en diferentes ubicaciones geográficas usando procesos distintos para obtener información estratégica para la toma de decisiones gerenciales.

Daniela Calaes, gerente ejecutiva de Sistemas de Inteligencia de Negocios en VIVO, fue una de las personas designadas para afrontar este desafío de una poderosa integración de datos. “Los almacenes de datos dispares dificultaban en VIVO la obtención de los KPI, así como el suministro a la gerencia ejecutiva y a las áreas estratégicas de la compañía de la información e indicadores que necesitaban para la toma de decisiones”, explica. “La situación también generó un proceso complejo, costoso y lento de extracción y análisis de la información, que redundó en tiempos de respuesta inaceptablemente altos para los usuarios de negocios”.

## Hasta 2.5 mil millones de registros cargados cada día

Dado que el nivel ejecutivo pedía a Calaes y su equipo información estratégica y táctica que pudieran usar para la toma de decisiones gerenciales, ella y sus colegas respondieron con una solución única de inteligencia de negocios para toda la empresa. “La escala de la inteligencia de negocios demandó un motor de integración de datos de alto desempeño, capaz de alojar nuestros volúmenes de datos extremadamente altos”, comentó Calaes. “Por esta razón, nos dirigimos hacia proveedores de tecnología con trayectoria comprobada en cuanto a ayudar a proveedores de telecomunicaciones y a otras organizaciones a generar integración de datos de alta disponibilidad y alto desempeño. Con base en estos criterios, Informatica fue nuestra primera elección”.

La solución de inteligencia de negocios de VIVO está conformada por la Plataforma Informatica para integración de datos, Teradata como la base de datos, MicroStrategy para la tecnología de procesamiento analítico on-line, SAS como herramienta para minería de datos y UNICA para administración de campañas. El resultado es un almacén de datos corporativo de 120 terabytes con hasta 2.5 mil millones de registros cargados cada día y más de 5,000 procesos de extracción, transformación y carga.

Este innovador proyecto de inteligencia de negocios involucró a cerca de 40 áreas de negocios de VIVO, desde inteligencia de negocios, marketing y ventas, hasta servicio al cliente y facturación. Cerca de 150 profesionales se asignaron tiempo completo al equipo del proyecto. Además de ser implementada como una potente herramienta de análisis, esta solución de inteligencia de negocios es también una fuente de información para procesos operativos cruciales y sistemas de transacciones, como puesta en servicio, detección de fraudes, co-facturación y aplicaciones front-office.

El proyecto se tornó aún más complejo al implementar el almacén de datos corporativo en paralelo con la consolidación de los sistemas transaccionales (ERP, facturación, etc.). “Esto requirió un gran control sobre la gerencia del proyecto de inteligencia de negocios”, dijo Calaes.

“La naturaleza simultánea de los proyectos hizo que el proyecto de integración de datos fuera incluso más importante, dado que necesitábamos garantizar que la Plataforma Informatica adaptaría el proceso paralelo desde los sistemas antiguos hacia los nuevos. Nuestras preocupaciones fueron injustificadas; sí lo hizo”.

## Los resultados hablan por sí mismos

Al unificar conceptos, reglas de negocios y procesos, la Plataforma Informatica proporciona a VIVO una sola versión de la verdad, la cual está siendo usada para reducir costos y aumentar los ingresos, al tiempo que acelera la toma de decisiones acertadas y confiables. Esto también permite a VIVO efectuar análisis comparativos entre regiones y obtener una visión global de los KPI. Ahora, por ejemplo, los reportes de ventas están disponibles y también se envían cada dos horas mediante mensajes de texto SMS a la fuerza de ventas del Brasil, con indicadores de ventas que comparan los resultados parciales de ventas del día con las metas definidas por cada ubicación. El resultado ha sido un desempeño de ventas más ágil, según narra Calaes.

La solución de inteligencia de negocios contiene miles de millones de CDR e información de facturación para análisis detallado de tráfico real frente a tráfico facturado, lo cual se traduce en menos problemas de facturación. Entre tanto, un modelo mejorado de segmentación de clientes permite a los equipos de marketing de VIVO diferenciar las ofertas y el servicio al cliente. Los modelos predictivos más eficientes sobre migración de clientes dan paso a acciones para limitar la deserción de clientes y para mejorar su satisfacción.

VIVO logró reducir los costos y aumentar los ingresos, en tanto que toma cientos de decisiones más rápido y con mayor seguridad a lo largo de una mayor cantidad de unidades de negocios, como planeación de ventas, administración de distribuidores, aseguramiento de ingresos y análisis de fraude. La solución de inteligencia de negocios integró datos complejos de perfil de usuario, utilización y comportamiento, y es la fuente oficial para la aplicación de administración de campañas. Esto permite la automatización de procesos manuales, más agilidad y calidad en la administración de campañas, mayor capacidad para medir resultados y acciones de marketing más eficientes al ofrecer productos y servicios que se ajustan a las necesidades de los clientes. Específicamente, los beneficios entran en las siguientes categorías:

### Mayores ingresos

- Aumentó los ingresos por campañas de marketing directo en 30% por año
- Generó mejores acciones de marketing para retener clientes y reducir su migración (mediante ofertas/acciones dirigidas con precisión a los clientes correctos)
- Redujo el incobrable a través de la implementación de un modelo estadístico para predecir la mora de clientes (reducción del nivel anual de deudas irrecuperables y reducción de 24% en la mora intencional)
- Redujo los problemas de facturación al comparar miles de millones de CDR e información de facturación, para obtener un análisis detallado sobre tráfico real frente a tráfico facturado

### Reducción de costos

- Unificó el entorno para soporte de decisiones, lo cual redujo considerablemente el número de bases de datos, y disminuyó los costos de infraestructura, recursos y operaciones
- Minimizó el impacto de las consultas hechas directamente a los sistemas transaccionales y redujo la inversión necesaria en esos sistemas para generar informes
- Redujo en 50% el número de personas involucradas en trabajos manuales para generar informes

- Mejoró el proceso de marketing directo activo, reduciendo costos operacionales en \$1.2 millones por año
- Mejoró la capacidad de planificación de red, lo cual generó una disminución de 20% en los costos por mantenimiento de operación de red, mediante el análisis de los patrones actuales e históricos de tráfico y uso
- Mejoró la planificación de la capacidad, optimizando así el uso de los recursos de red, reduciendo la capacidad excesiva y armonizando la demanda real, mientras identifica las fallas de red y las áreas para extender emplazamientos de celdas
- Hizo posible mayor rapidez en la administración y la generación de informes regulatorios, evitando costosas multas por cifras incorrectas o demoras en los informes

### Administración mejorada de la migración de clientes

- Mejoró la efectividad de los modelos predictivos de migración de clientes pre-pago y post-pago
- Permitted la creación de listas y segmentos especiales de clientes con probabilidad de perderse/migrar, lo cual permitió a VIVO predecir con mayor precisión deserciones de clientes, dirigir acciones de marketing más efectivas para retener clientes, reducir su migración y aumentar las tasas de 'reabastecimiento' de clientes cada año

### Segmentación mejorada de clientes

- Mejoró el modelo de segmentación de clientes, lo cual permite servicios y ofertas diferenciados para los clientes, mayor satisfacción de los clientes, disminución de la migración de clientes y mayores ingresos

### Menor plazo para llegar al mercado

- Redujo el plazo para llegar al mercado en 75% a través de la automatización de campañas de marketing directo
- Aumentó las capacidades analíticas para la toma de decisiones gerenciales, con información precisa y disponible más rápidamente mediante una sola versión de la verdad

Calaes concluye, “¿Dónde estaría VIVO sin Informatica? Puedo decir que no habríamos podido crear esta poderosa solución de inteligencia de negocios a la escala que hemos alcanzado. La Plataforma Informatica proporcionó a VIVO los medios para captar, atender y conservar en forma efectiva a más de 60 millones de clientes. La Plataforma Informatica es el motor de integración de datos de nuestra plataforma de inteligencia de negocios y nos está ayudando a convertir a VIVO en una empresa centrada en los datos”.

VIVO fue galardonada con el Premio a la Innovación Informatica 2010, en la categoría “Haciendo posible una mejor toma de decisiones al generar inteligencia de negocios”.

## CONOZCA MÁS

Conozca más sobre la Plataforma Informatica. Visítenos en [www.informatica.com](http://www.informatica.com), o llame al 1.800.653.3871.

## SOBRE INFORMATICA

Informatica Corporation es el proveedor independiente líder mundial en software de integración de datos. Las organizaciones del mundo entero utilizan Informatica para obtener una ventaja competitiva con datos oportunos, relevantes y confiables para enfrentar sus desafíos de negocio más importantes. En el mundo, más de 4,500 empresas confían en las soluciones de integración de datos, calidad de datos y big data de Informatica para acceder, integrar y utilizar en forma confiable sus recursos de información mantenidos en la empresa tradicional y en la Nube de Internet.

**INFORMATICA**  
The Data Integration Company™

Sede mundial, 100 Cardinal Way, Redwood City, CA 94063, Estados Unidos  
Teléfono: 650-385-5000 Fax: 650-384-5500  
Línea gratuita en Estados Unidos: 10800-653-3871 [www.informatica.com/latam](http://www.informatica.com/latam)

Sede Latinoamérica, Centro Empresarial Nações Unidas - Torre Norte  
Av. das Nações Unidas, 12.901 - 3º andar 04578-000 - São Paulo, SP - Brasil

Central de atención Informatica:  
[infalatam@informatica.com](mailto:infalatam@informatica.com)  
Argentina > 54 11 5239 1403  
Brasil > 55 11 3013 5446  
Chile > 56 2 570 8670  
Colombia > 57 2 620 5115  
México > 52 55 1163 8709  
Puerto Rico > 1 787 905 7236  
Rep. Dominicana > 1 829 607 2099  
Venezuela > 58 243 740 2034

Oficinas de informatica en todo el mundo: Australia · Bélgica · Canadá · China · Francia · Alemania · Japón · Corea · Holanda · Singapur · Suiza · Reino Unido · EE.UU.

© 2011 Informatica Corporation. Todos los derechos reservados. Impreso en los EE.UU. Informatica, el logotipo de Informatica y la frase “The Data Integration Company” son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Informatica Corporation, en los Estados Unidos y en otras jurisdicciones del mundo. Todas las demás denominaciones de empresas y productos pueden ser nombres comerciales o marcas comerciales de terceros. Primera publicación: abril de 2011

1598 (04/12/2011)