

Plan Estratégico

Soluciones Business Intelligence

Maria Isabel Varela Garces
MBA - ICESI

Agenda

- 1 Contexto
- 2 Tendencias Analíticas – Transformacion Digital
- 3 Plan Estrategico Solucion Business intelligence
- 4 Conclusiones Plan Estrategico



Business Intelligence

Consiste en transformar los **datos** que se generan dentro y fuera de la compañía en **información** y **conocimiento** para **tomar decisiones** que mejoren la **rentabilidad** de la organización.

Esto se hace a través de metodologías y plataformas tecnológicas diseñadas para este fin.

Datos

```
1011  
0101
```

M

```
1011  
0101
```

160

```
1011  
0101
```

100

```
1011  
0101
```

50

```
1011  
0101
```

40

Información

Género

```
1011
0101
```

M

Presión arterial

```
1011
0101
```

160

```
1011
0101
```

100

Edad

```
1011
0101
```

50

Temperatura

```
1011
0101
```

40

Conocimiento



Presión demasiado alta y temperatura alta para una mujer de 50 años

DECISIÓN: Ir de urgencia a consulta con el médico para determinar tratamiento.

Género



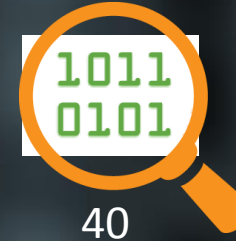
Presión arterial



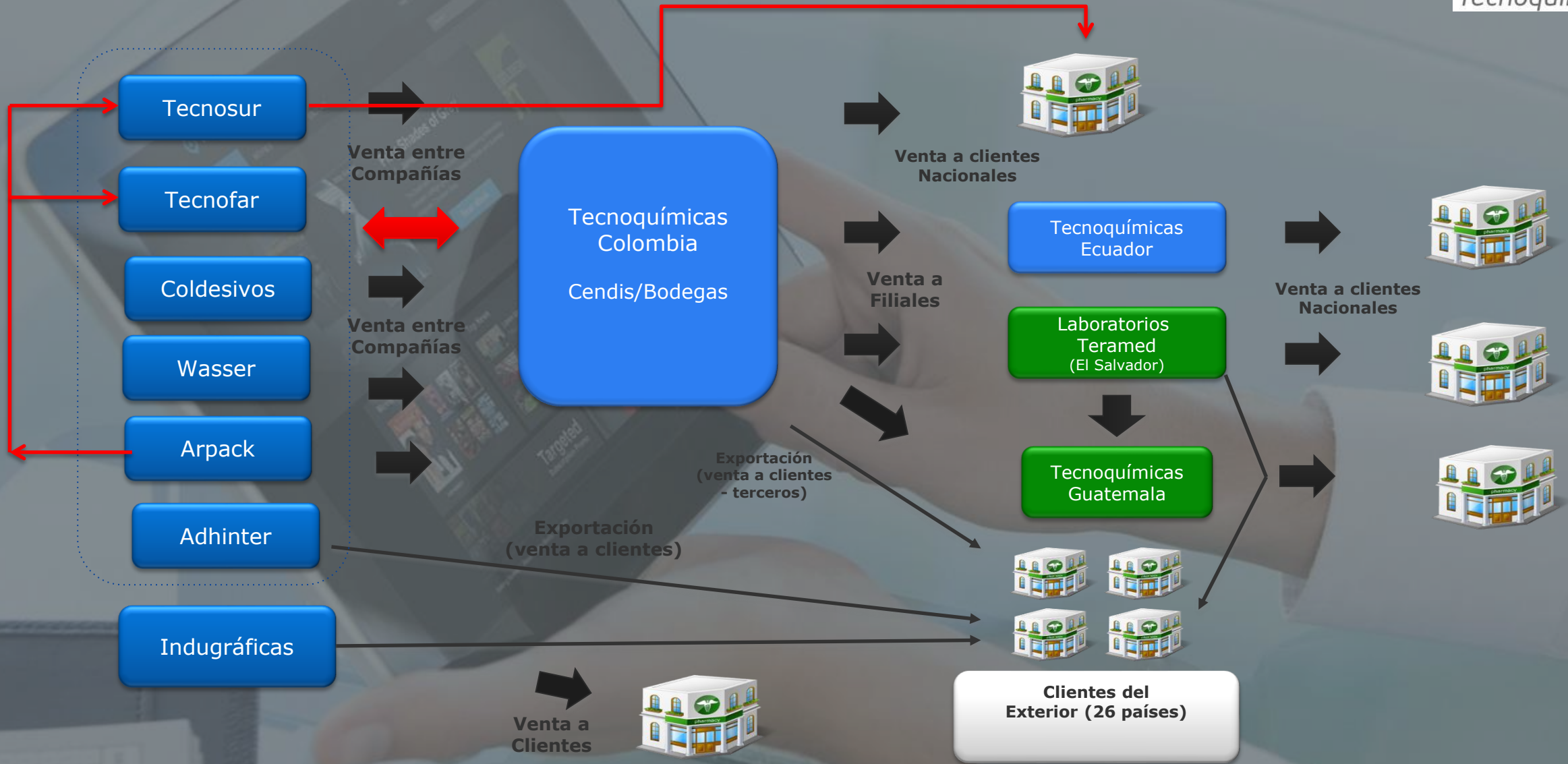
Edad



Temperatura



1 Esquema Comercialización TQ

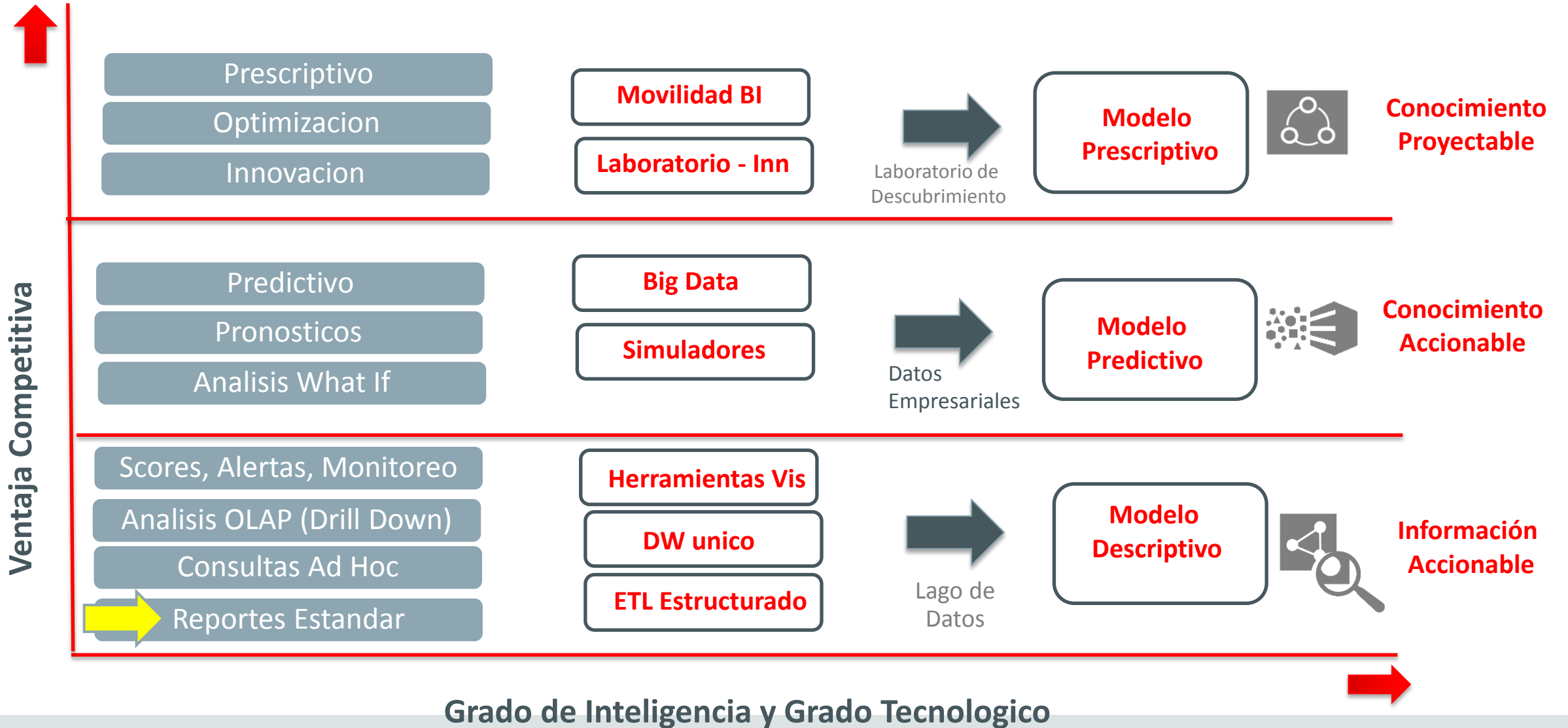


1

Contexto BI



Estado de Madurez Soluciones de Business Intelligence TQ



1 Gestión en TQ





Gestión de Procesos de Colocación

KART
Movilidad TAT
CIRVE

Sistema DELTA



Inteligencia de Negocios

Deltain



Gestión de procesos de Evacuación

Tableros de Evacuación e Inventarios



Gestión de Procesos de Evacuación (piso)

TQBro



Investigación de Mercados

BI Market

A young man with short brown hair is shown in a close-up, looking thoughtfully to the left. He has his hand resting on his chin, holding a dark pen. The background is blurred, showing other people in a meeting or office setting. The text is overlaid on the left side of the image.

Tendencias Analíticas

Y Digitales

El gran RETO

Tiempo en alcanzar 50 millones de usuarios



Teléfono ~75 años



Radio ~38 años



TV ~13 años



Internet ~4 años



Facebook ~3.5 años



iPod ~3 años



AOL ~2.5 años



Draw Something app ~50 días



Angry Birds Space ~35 días

... y su ritmo es
cada vez más
rápido, lo cual
acelera el impacto

Transformación Digital

2 Qué es lo diferente ahora?

- Ineludible
- Ritmo más rápido
- Diluvio de datos
- Análisis es imprescindible

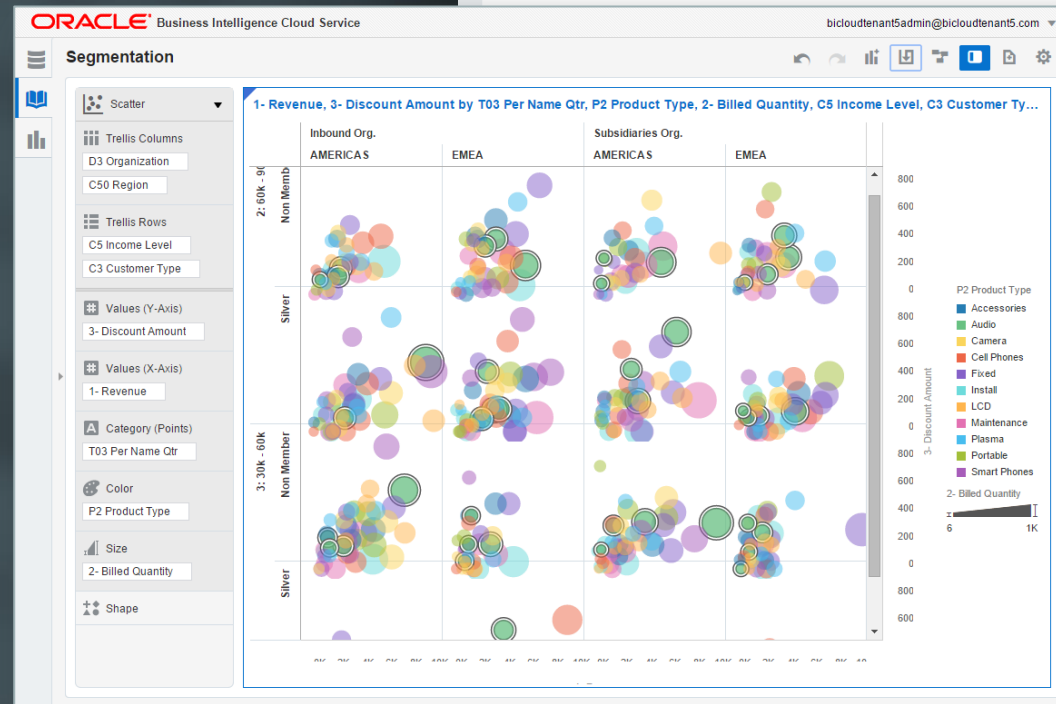
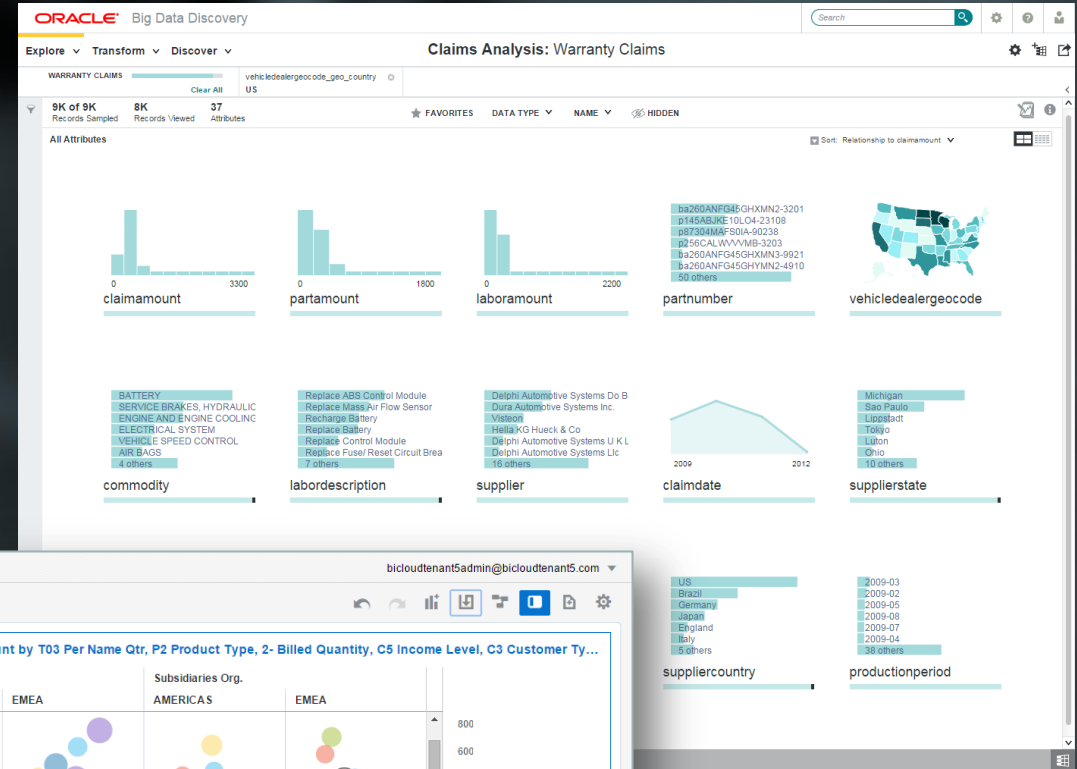


2 Exploración Visual

... para descubrir patrones

La exploración de datos efectiva debe ser:

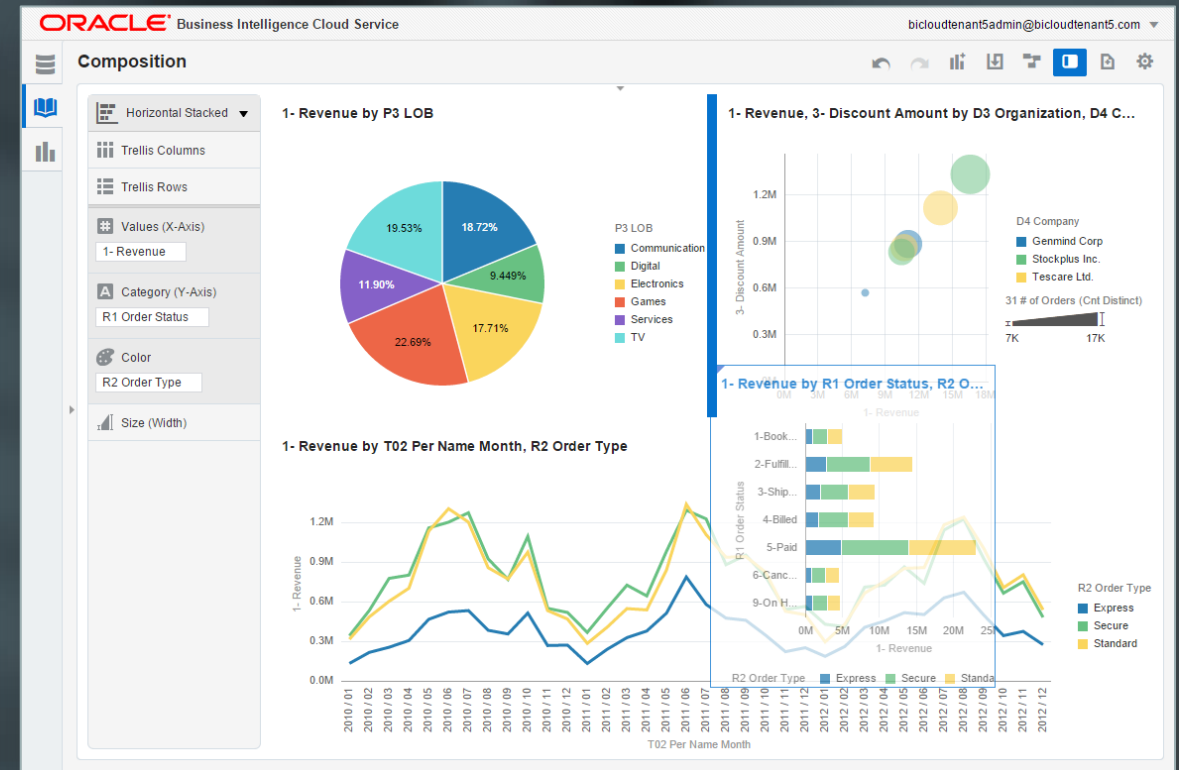
- Visual
- Fluida
- Intuitiva
- Fácil



2

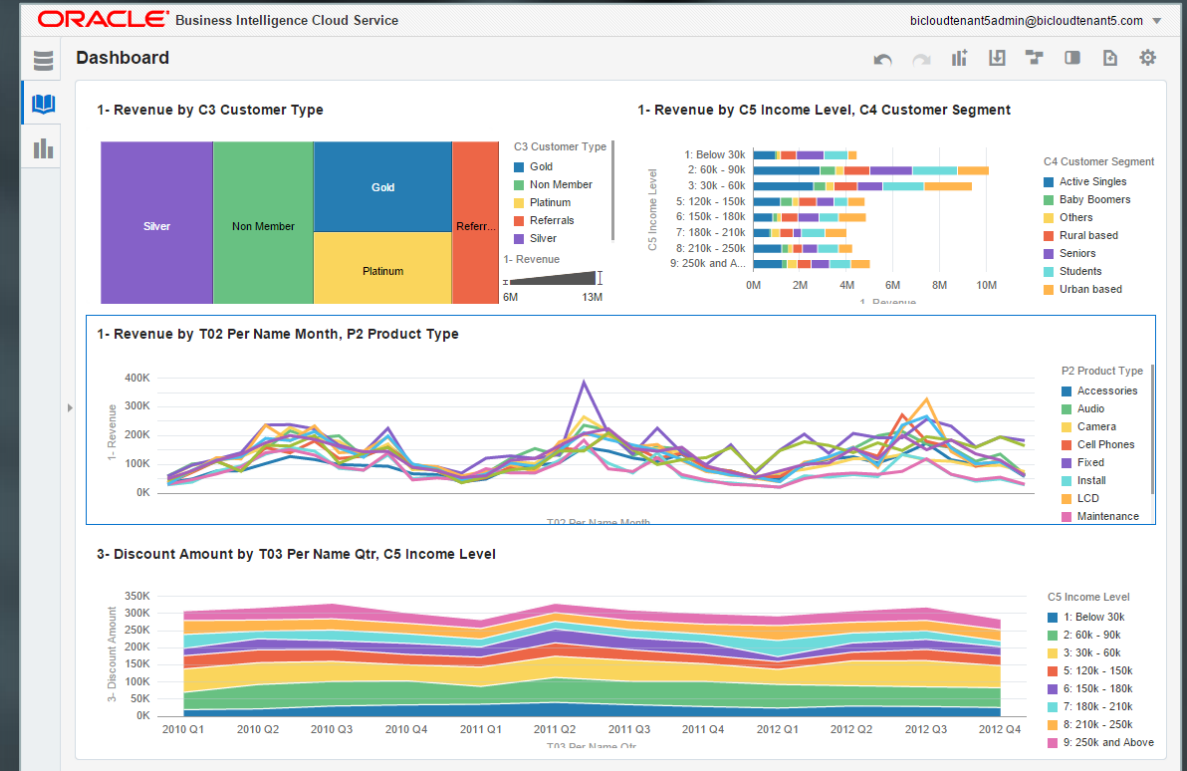
Complementar lo que TI Proporciona

- TI implementa los KPIs que define el negocio; los usuarios pueden extenderlos según requieran
- Combinación inteligente de los datos del usuario con los datos de TI para permitir fácil exploración
- Eliminar los riesgos al mezclar datos asegurando la integridad mediante gobierno de información



2 Agregar Analíticos a Cada Proceso

- Acelerar la inteligencia colectiva
- Conocimiento aplicado en tiempo real a cada interacción del cliente
- Evolucionar del *Data Lab* al *Data Factory*



4 Adoptar *Big Data*

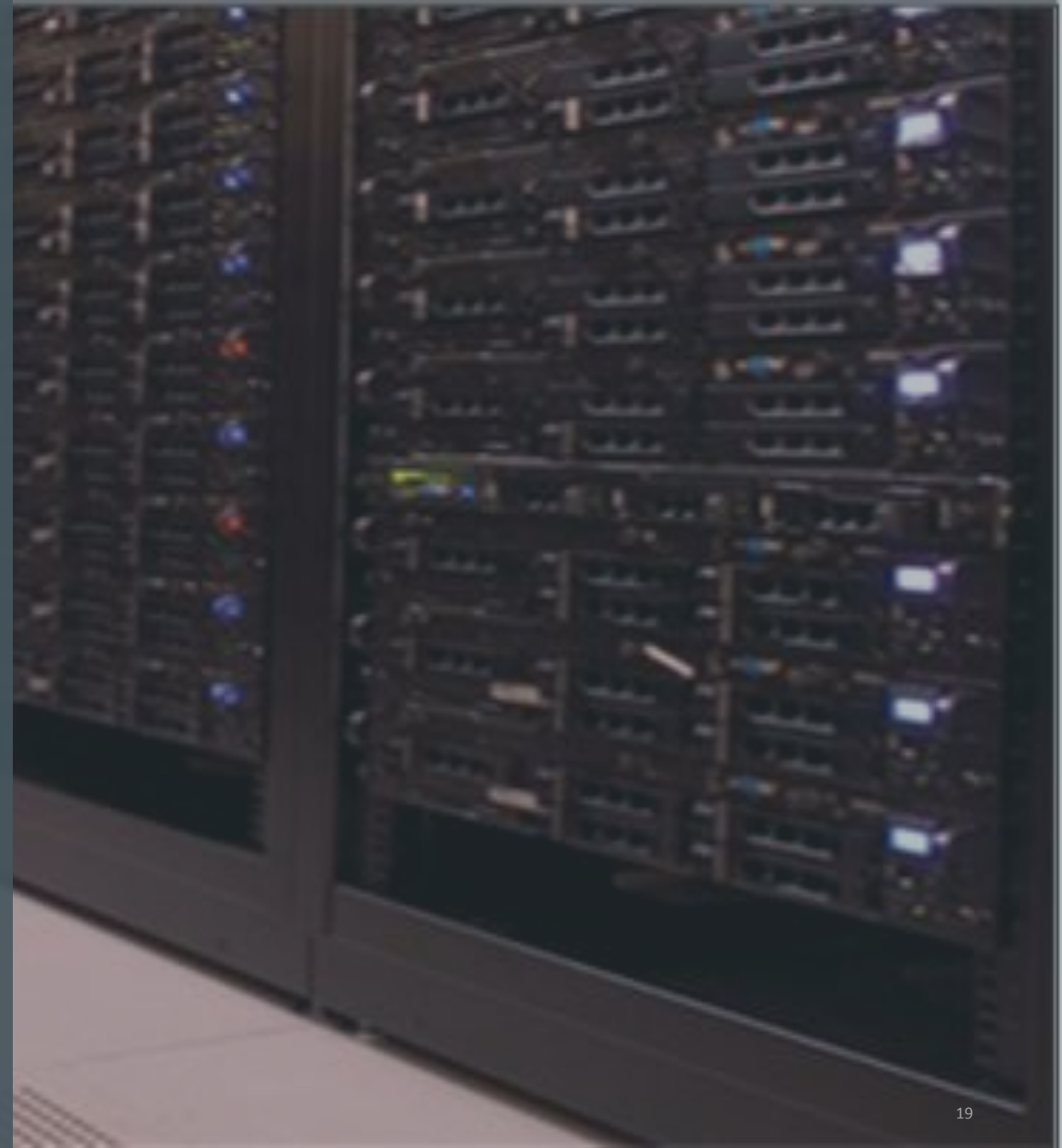
- No es cierto que más datos debe significar más complejidad
- Obtener valor al tender un puente entre *Big Data* y los datos existentes
- Descubrir patrones ocultos más fácil y más rápido

Oracle Big Data Discovery Transformation Editor interface for 'Claims Analysis: Warranty Claims'. It shows a transformation step: `extract(keyPhrases(toLowerCase(claimant)))`. A tooltip indicates 'Double-click or drag to insert a function'. A list of functions is visible, including `abs(double)`, `abs(float)`, `abs(int)`, `abs(long)`, `acos`, `addTime(date, integer, string)`, `askn(double)`, `atan(double)`, `atan2(double, double)`, `cardinality(object)`, `cbrt(double)`, `ceil(double)`, `claimamount`, `claimdate`, `claimmonth`, `claimperiod`, `claimyear`, `commodity`, `complaint`, `complaint_key_phrases`, and `complaint_lang`. A table on the right shows columns like `complaint`, `complaint_lang`, `complaint_phrases`, and `laboramount`.

Oracle Big Data Discovery Claims Analysis: Page 1. The interface shows a 'REFINE BY' sidebar with filters for `claimamount`, `claimdate`, `claimmonth`, `claimperiod`, `claimyear`, and `commodity`. A 'THEMATIC MAP' of the United States shows claim amounts by state. A 'SUMMARIZATION BAR' displays '# Claims: 8,820' and 'Claim Amt (Median): 397.96'. A 'Bleed Lines' section shows a word cloud with terms like `engine`, `generator`, `lights`, `satisfaction`, and `warning`. A 'RESULTS TABLE' at the bottom shows columns for `saledate`, `partnumber`, `model`, `laboramount`, `claimyear`, `productionyear`, and `compla`.

2 **Cloud = Velocidad, Facilidad y Flexibilidad**

- La manera más rápida y efectiva para entregar los nuevos proyectos analíticos
- Sin las restricciones tradicionales de TI
- Extender fácilmente sus aplicaciones con analíticos en la Nube
- La Nube está construida para crecer y escalar tanto como se requiera



3

Plan Estratégico

Soluciones Business Intelligence

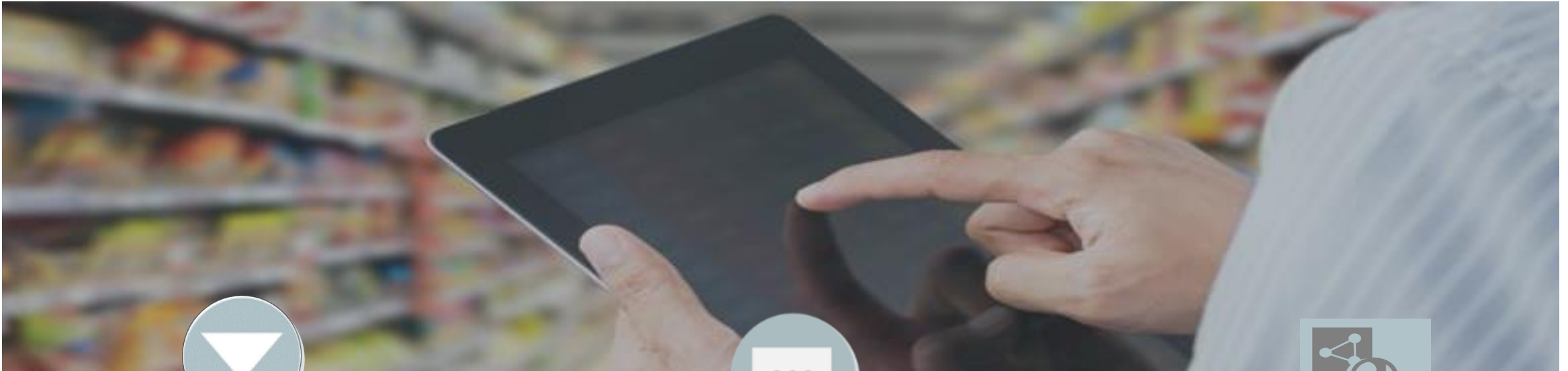
Oferta de Valor: Business Intelligence

3



Oferta de Valor: Business Intelligence

3



Ofrecer soluciones BI y Tecnología Competitivas e Integradas: Accessibility, Usability, Integrity, Cost and Risk Reduction



Fortalecer relacion usuarios

Facilitar el trabajo a usuarios que diseñan e innovan de la cadena de valor TQ

Optimizacion servicios BI



Visibilidad variables del Negocio

Rentabilidad, comunicación, investigación mercados, participacion alineadas estrategias actuales y futuras

Oferta de Valor: Business Intelligence

3



Optimización procesos internos soluciones BI

Optimización estructuras recursos BI,
Plataforma tecnologica (Hardware,
Software), Consultores/Desarrolladores y
Metodologias.



Fortalecer estructura

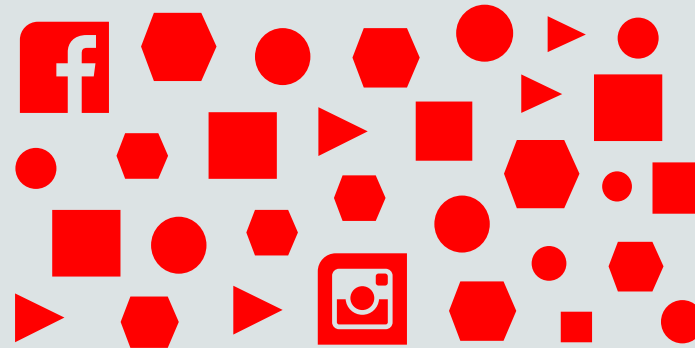
Fortalecer la estructura de consultores
(junior, senior) en BI motivados,
entrenados, desarrollados,
competentes y comprometidos.

Segmento de Clientes – Canales Distribucion

3

Segmento Clientes

- Colaboradores de cargos estratégicos del grupo Tecnoquimicas en los diferentes países que requieran soluciones de BI



Autoservicio – Power Users

Canales de Distribucion

- Para el caso de las soluciones BI, activas, los canales pueden ser:
 - Autoservicio de los usuarios a través de las plataformas tecnologías en los diferentes dispositivos fijos o móviles y redes Lan/Wan o Web
 - Analistas BI o mineros de información apoyando a los usuarios
 - Servicio de mesa de ayuda (telefónico e intranet)

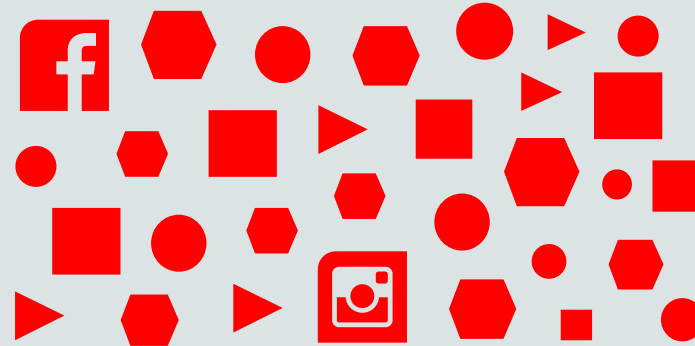
Sostenibilidad del Servicio

Actividades y Recursos Clave

3

Actividades Clave

- Gestión de lineamientos tecnológicos y arquitecturas y plataformas.
- Gestión de Integración de la información BI Corporativo. Bases de datos de conocimiento, Big Data, confiable, oportuna y segura - visibilidad del negocio.



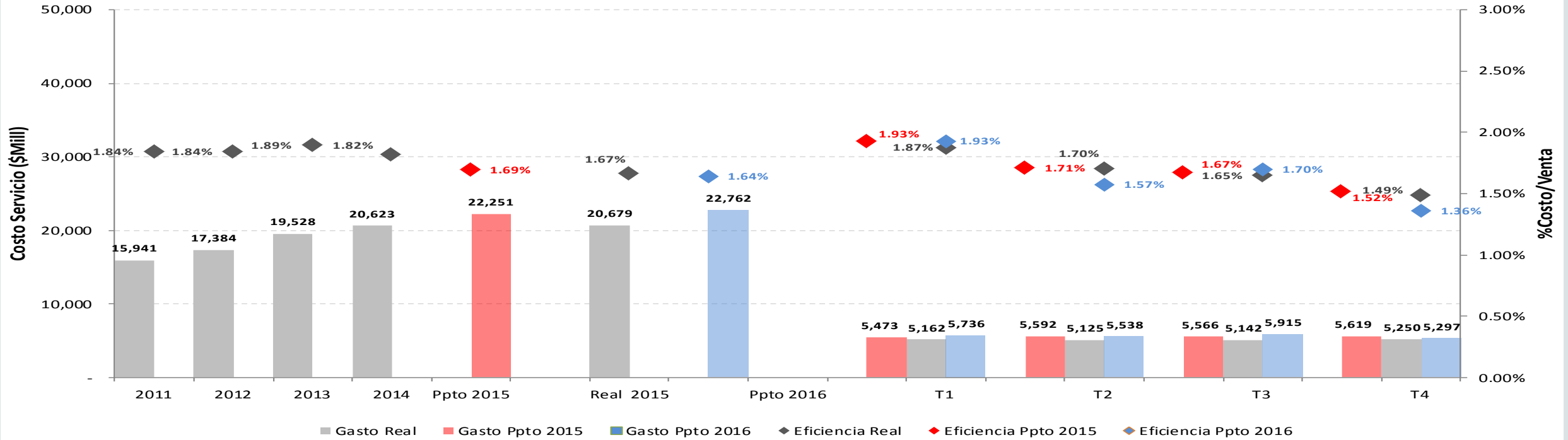
80% del esfuerzo típicamente es dedicado a evaluar y preparar los datos

Recursos Clave

- Capital humano e intelectual con alta formación académica en los procesos y tecnologías (actualización permanentes).
- Las soluciones BI en todos sus componentes (hardware-cloud, software)
- Recursos financieros para la sostenibilidad y proyectos de inversión
- Marcos de Trabajo en IT – agilísimo

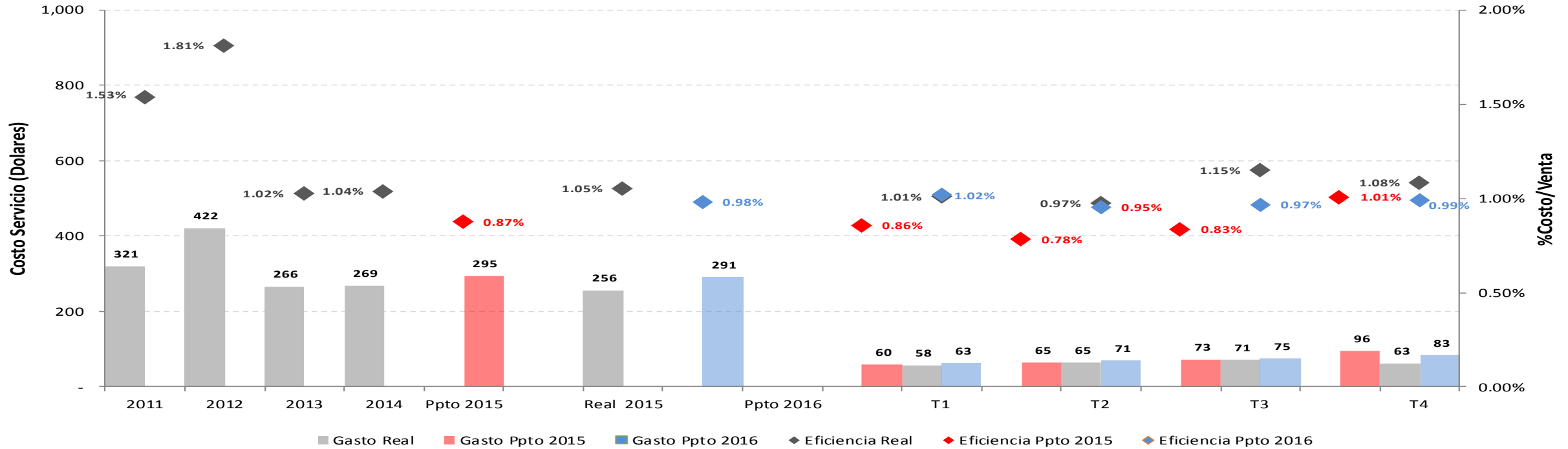
Excesivamente dependiente de recursos escasos y altamente calificados

INFORMÁTICA COLOMBIA (Col.\$ MM y % de Venta Nacional)



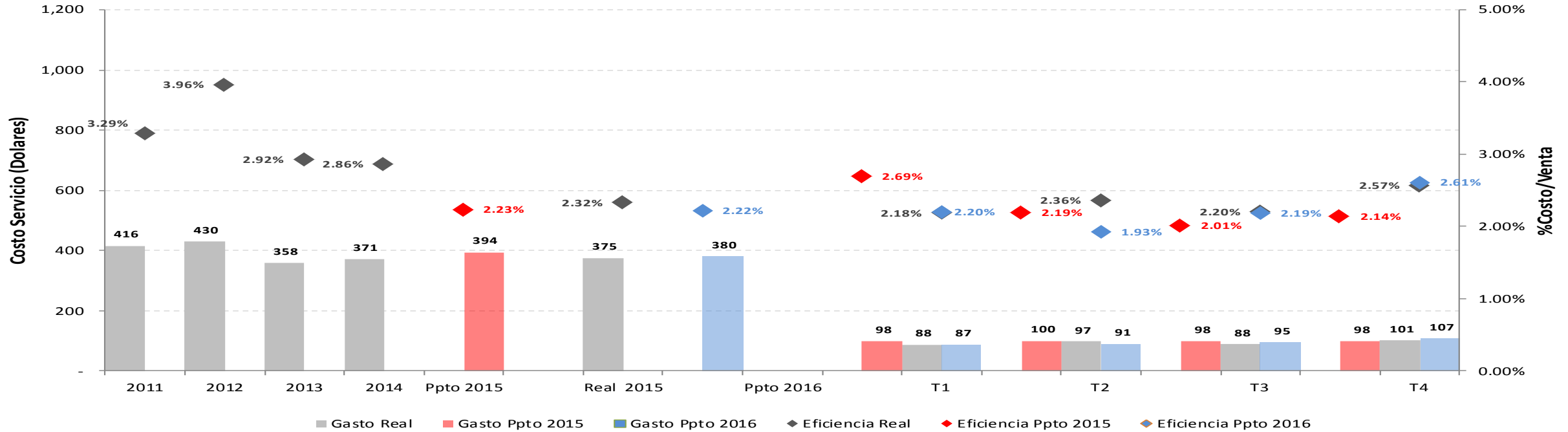
	% Crecimiento					
	Real 2012	Real 2013	Real 2014	Ppto 2015	Real 2015	Ppto 2016
Venta	9.0%	9.2%	10.1%	15.9%	9.4%	11.8%
Gasto	9.1%	12.3%	5.6%	7.9%	0.3%	10.1%

INFORMÁTICA ECUADOR (US.\$ Miles y % Venta Ecuador)



	% Crecimiento					
	Real 2012	Real 2013	Real 2014	Ppto 2015	Real 2015	Ppto 2016
Venta	11.6%	11.6%	-0.2%	29.8%	-6.1%	21.8%
Gasto	31.5%	-36.9%	1.1%	9.5%	-4.7%	13.6%

INFORMÁTICA CENTROAMÉRICA (US.\$ Miles y % Venta Centroamérica)



	% Crecimiento					
	Real 2012	Real 2013	Real 2014	Ppto 2015	Real 2015	Ppto 2016
Venta	-14.1%	13.1%	5.9%	35.8%	24.0%	6.4%
Gasto	3.4%	-16.6%	3.6%	6.1%	0.9%	1.5%

Plan Estratégico

Soluciones Business Intelligence

Indicadores Balance Score Card IT:



Mapa Estrategico:

Misionales y financieros

1. Proyectar el servicio de Soluciones de Bussines Intelligence Información
2. Definir lineamientos tecnológicos

Cliente

1. Fortalecer la relacion con los usuarios mediante la optimizacion de los servicios de las soluciones de BI, facilitando su trabajo; fundamentados en la creatividad, oportunidad y con una ejecucion impecable, alineados con las estrategias y cultura organizacional.

Procesos Internos

1. Optimizacion de las estructuras y los recursos claves o misionales para la prestacion de los servicios de las soluciones de BI: Plataforma tecnologica (Hardware, Software), Consultores/Desarrolladores y Metodologias.

Aprendizaje y desarrollo

1. Fotalecer la estructura de profesionales consultores (junior, senior) en BI motivados, entrenados, desarrollados, competentes y comprometidos para apoyar de manera acertiva los proyectos e iniciativas de los usuarios .



E

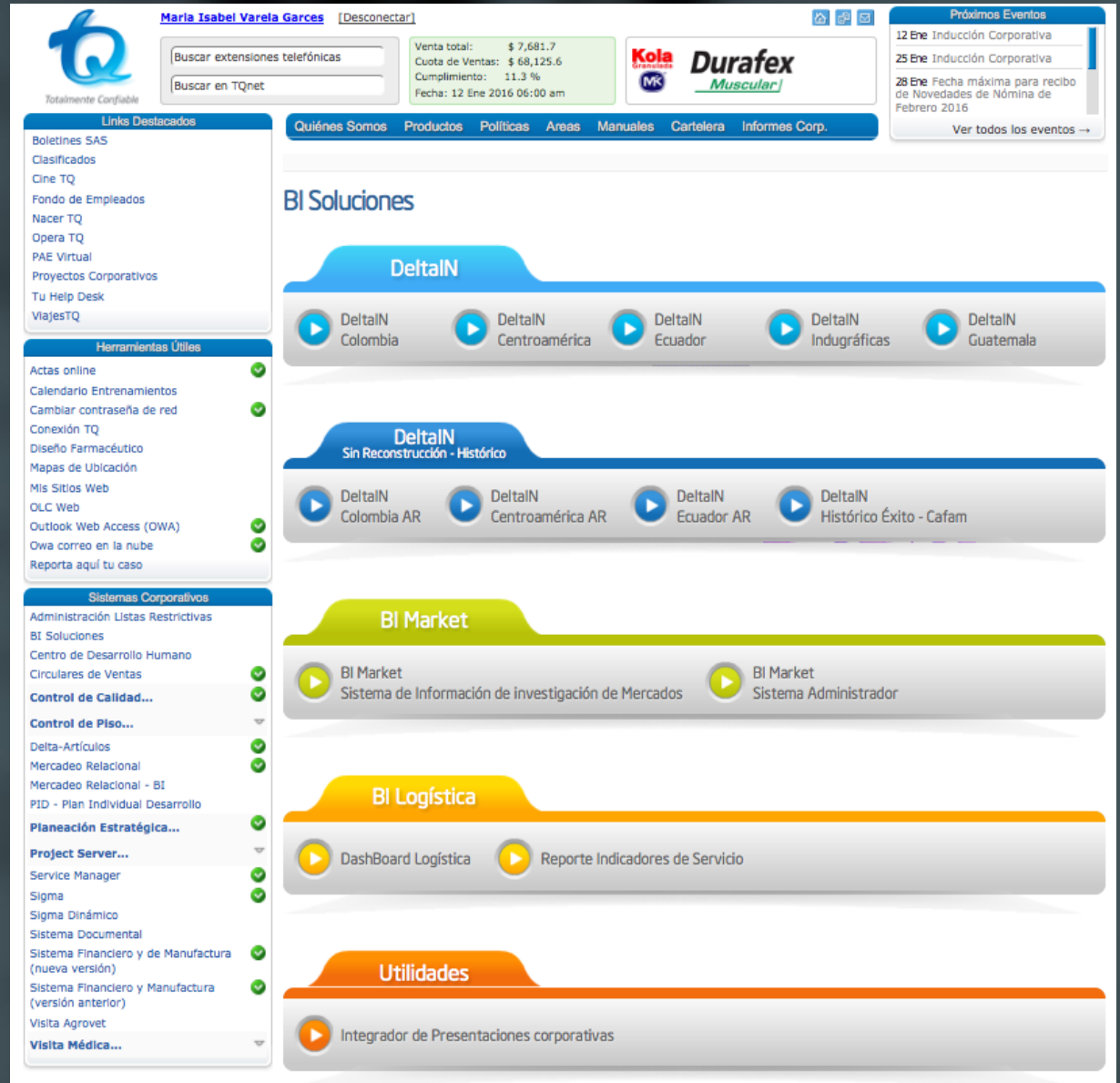


2 Exploración Visual

... para descubrir patrones

La exploración de datos efectiva debe ser:

- Visual
- Fluida
- Intuitiva
- Fácil



Maria Isabel Varela Garces [Desconectar]

Buscar extensiones telefónicas
Buscar en TQnet

Venta total: \$ 7,681.7
Cuota de Ventas: \$ 68,125.6
Cumplimiento: 11.3 %
Fecha: 12 Ene 2016 06:00 am

Kola Durafex Muscular

Próximos Eventos

- 12 Ene Inducción Corporativa
- 25 Ene Inducción Corporativa
- 28 Ene Fecha máxima para recibo de Novedades de Nómina de Febrero 2016

Ver todos los eventos -->

Quiénes Somos Productos Políticas Áreas Manuales Cartelera Informes Corp.

BI Soluciones

DeltaIN

- DeltaIN Colombia
- DeltaIN Centroamérica
- DeltaIN Ecuador
- DeltaIN Indugráficas
- DeltaIN Guatemala

DeltaIN Sin Reconstrucción - Histórico

- DeltaIN Colombia AR
- DeltaIN Centroamérica AR
- DeltaIN Ecuador AR
- DeltaIN Histórico Éxito - Cafam

BI Market

- BI Market Sistema de Información de Investigación de Mercados
- BI Market Sistema Administrador

BI Logística

- DashBoard Logística
- Reporte Indicadores de Servicio

Utilidades

- Integrador de Presentaciones corporativas

Links Destacados

- Boletines SAS
- Clasificados
- Cine TQ
- Fondo de Empleados
- Nacer TQ
- Opera TQ
- PAE Virtual
- Proyectos Corporativos
- Tu Help Desk
- ViajesTQ

Herramientas Útiles

- Actas online
- Calendario Entrenamientos
- Cambiar contraseña de red
- Conexión TQ
- Diseño Farmacéutico
- Mapas de Ubicación
- Mis Sitios Web
- OLC Web
- Outlook Web Access (OWA)
- Owa correo en la nube
- Reporta aquí tu caso

Sistemas Corporativos

- Administración Listas Restrictivas
- BI Soluciones
- Centro de Desarrollo Humano
- Circulares de Ventas
- Control de Calidad...
- Control de Piso...
- Delta-Artículos
- Mercadeo Relacional
- Mercadeo Relacional - BI
- PID - Plan Individual Desarrollo
- Planeación Estratégica...
- Project Server...
- Service Manager
- Sigma
- Sigma Dinámico
- Sistema Documental
- Sistema Financiero y de Manufactura (nueva versión)
- Sistema Financiero y Manufactura (versión anterior)
- Visita Agrovet
- Visita Médica...

2 Exploración Visual

... para descubrir patrones

La exploración de datos efectiva debe ser:

- Visual
- Fluida
- Intuitiva
- Fácil



2 Exploración Visual

... para descubrir patrones

La exploración de datos efectiva debe ser:

- Visual
- Fluida
- Intuitiva
- Fácil



Desde hoy encontrarás en el Sistema DeltaIN información de la evacuación en tableros (gráficas), para analizar la información a nivel de negocio, línea y marca.

Autoservicios en Cadena - Marca Travad
Evaluación Prom Semanal del Mes En Miles de Pesos y Nivel de inventario

Auto Brand	Puntaje
TRAVAD	2.4%

Autoservicios en Cadena - Línea Travad
Evaluación Prom Semanal del Mes En Miles de Pesos y Nivel de inventario

Auto Brand	Puntaje
TRAVAD	8.4%

Autoservicios en Cadena - Negocio ETICOS TQ
Evaluación Prom Semanal del Mes En Miles de Pesos y Nivel de inventario

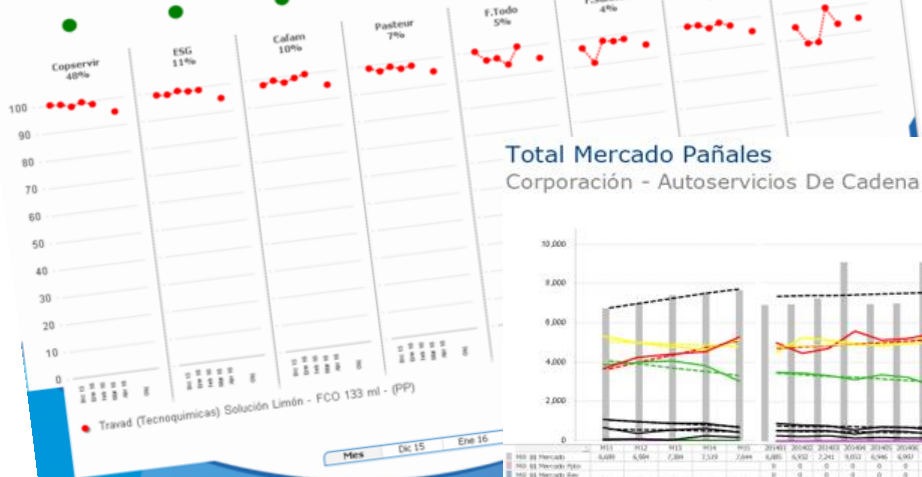
Auto Brand	Puntaje
ETICOS TQ	7.4%

Informática
SOLUCIONES INTEGRALES

Totalmente Confiable

BIMarket – Informes

Informes Actividad Estrategica Canal - 00 - PAIS FARMACEUTICOS Cadena de Droguerias - Chequeo Distribución Mensual IAC



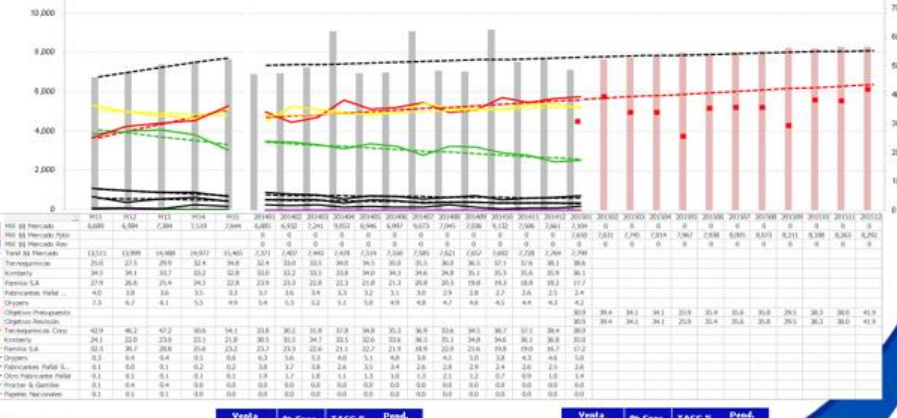
F:Campo: Abril 2016
Fuente: IAC

Informes Actividad Estrategica Canal - 02 - ANTIOQUIA Precio Promedio



Total Mercado Pañales Corporación - Autoservicios De Cadena - Participación Pesos

Móvil 2015 \$91,725



	Venta (Millones) MV15	% Crec. MV15	TACC 5 Años	Prom. (Millones) Añ	Venta (Millones) MV15	% Crec. MV15	TACC 5 Años	Prom. (Millones) Añ	
Total Mercado	\$91,725	1.7%	3.4%	0.9%					
1 Tecniquicas Corp	\$34,707	-1.6%	2.9%	-4.2%					
2 Kimberly	\$13,992	-12.7%	-5.7%	-14.5%	6 Otro Fabricante Pañal	\$53	24.4%	-5.4%	0.2%
3 Familia S.A	\$14,904	-16.2%	-10.3%	-43.0%	7 Procter & Gamble	\$17	-32.0%	-31.1%	0.6%
4 Draperi	\$265	22.4%	17.3%	-1.0%	8 Papeles Nacionales	\$7	-78.3%	-6.2%	0.9%
5 Fabricantes Pañal Supermercados	\$146	39.4%	16.4%	-0.1%					



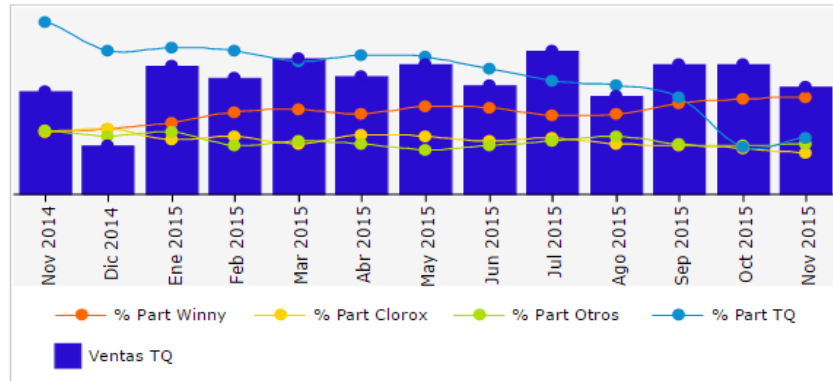
Evacuación Aliados

Resumen por Distribuidora

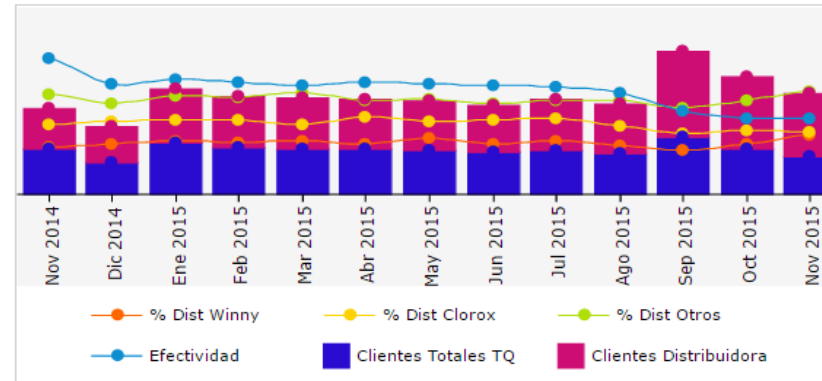
COLOMBIA OCCIDENTE Ventas Doble G TECNOQUIMICAS
 2015 Mensual Noviembre 2015

Generar

Tendencias de Venta



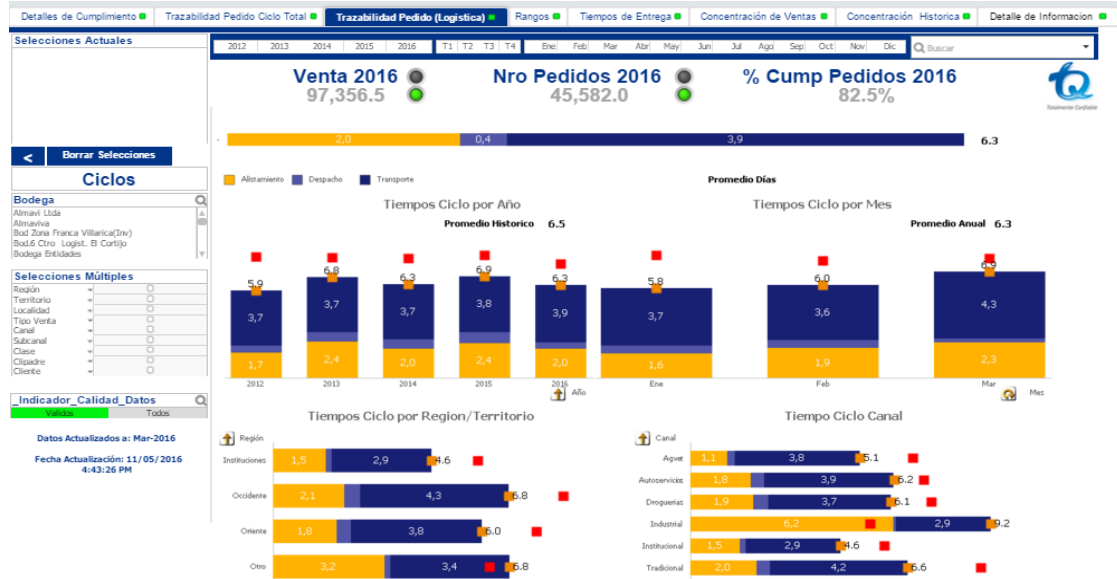
Tendencias Clientes Compradores



Mostrar 25 Entradas Buscar: [Mostrar/ocultar](#)

Indicador	Nov 2014	Dic 2014	Ene 2015	Feb 2015	Mar 2015	Abr 2015	May 2015	Jun 2015	Jul 2015	Ago 2015	Sep 2015	Oct 2015	Nov 2015
Evacuacion TQ	132,341,005	88,381,704	153,252,271	142,942,906	158,765,016	144,447,101	153,551,489	136,759,674	165,118,257	128,595,564	153,721,033	154,401,213	135,460,551
Evacuacion Totales Distribuidor	143,582,058	115,036,371	196,073,632	187,267,663	224,740,263	194,122,094	210,311,418	203,238,489	273,217,449	221,860,053	298,278,196	616,557,561	453,837,367

Logística de pedidos



Principal		HowTo	Dashboard	Cumplimiento de Tiempos de Entrega (Trimestral)				Cumplimiento de Tiempos de Entrega (Mensual)				Promedio Días Ciclo Total vs Objetivo Total (Trimestral)			Promedio Días Ciclo Total
Selecciones Actuales		Bodega		TRIM 1 14	TRIM 2 14	TRIM 3 14	TRIM 4 14	TRIM 1 15	TRIM 2 15	TRIM 3 15	TRIM 4 15	TRIM 1 16	TRIM 2 16	TRIM 3 16	TRIM 4 16
Tipo Venta	Total	Real Total	Objetivo Total	7.1	7.9	7.2	8.6	8.0	8.7	7.9	8.3	7.4	6.6	7.1	8.0
	Commercial sin Autor. S. TAT	Real Total	Objetivo Total	9.6	10.0	9.8	10.1	9.9	10.4	10.1	10.3	9.1	8.8	9.0	9.5
	Commercial	Real Total	Objetivo Total	7.2	8.0	7.4	8.8	8.1	8.9	8.1	8.4	7.4	6.6	7.1	8.0
	Commercial	Real Total	Objetivo Total	7.2	8.0	7.4	8.8	8.1	8.9	8.1	8.4	7.4	6.6	7.1	8.0

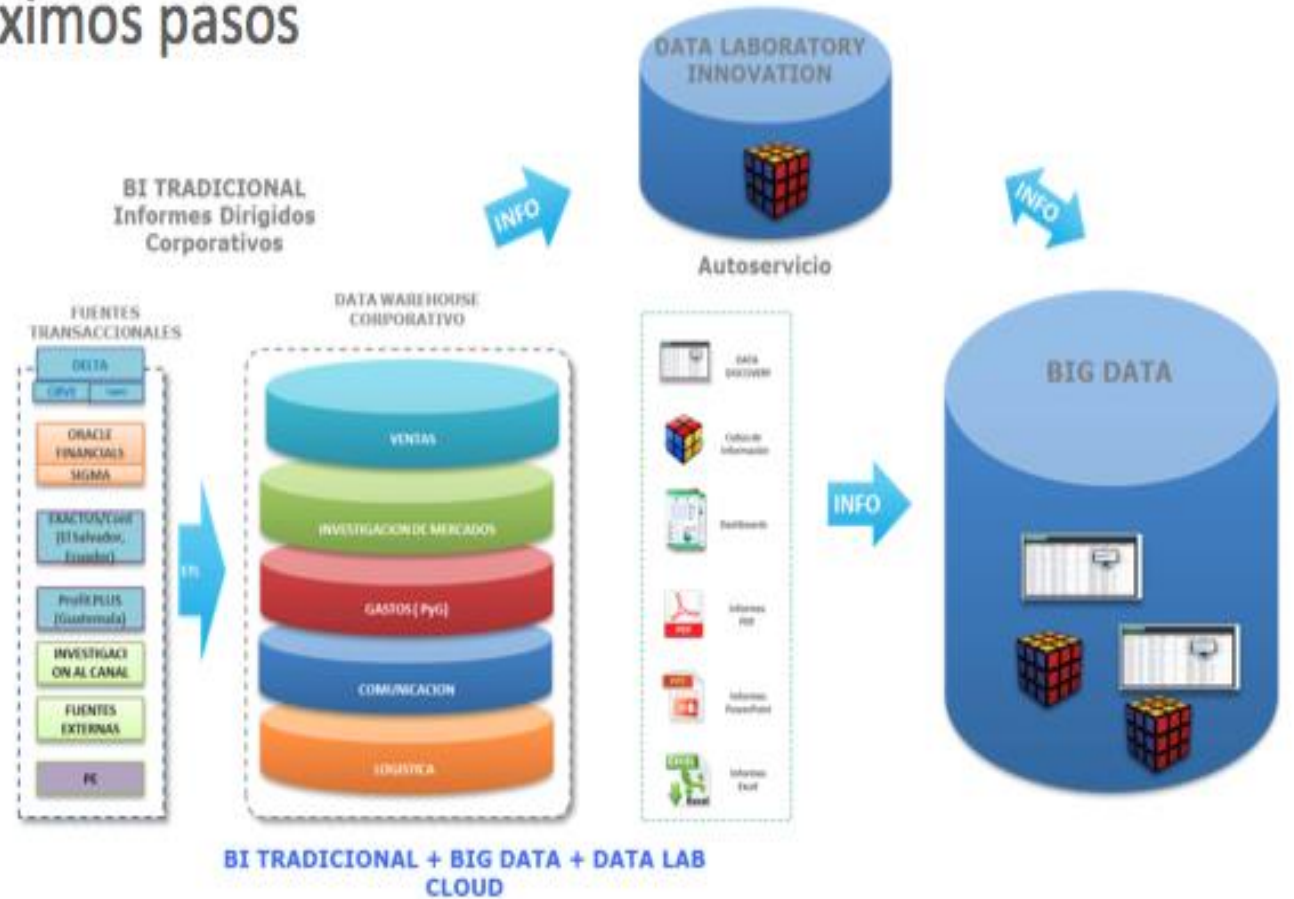
Canal	Subcanal	Trimestre	TRIM 1 14	TRIM 2 14	TRIM 3 14	TRIM 4 14	TRIM 1 15	TRIM 2 15	TRIM 3 15	TRIM 4 15	TRIM 1 16	Ene 16	Feb 16	Mar 16
Drogas	Cadenas De Depositos De Drogas	Real Total	9.4	14.0	11.2	15.3	10.9	12.8	10.9	11.4	10.4	8.8	10.0	11.4
		Objetivo Total	7.0	8.0	7.3	9.2	7.7	9.3	8.2	8.9	7.4	6.4	7.3	8.0
	Drog.Independientes	Real Total	9.1	8.6	9.2	10.1	9.4	10.7	10.1	10.4	9.1	8.4	8.9	9.5
		Objetivo Total	5.3	6.5	5.0	6.2	5.1	5.6	6.1	5.4	6.2	5.4	6.2	6.9
	Optic.Independiente	Real Total	6.9	8.0	6.9	7.3	6.7	7.1	7.8	7.0	7.8	6.8	8.1	8.2
		Objetivo Total	5.4	6.3	5.5	7.3	6.4	5.6	6.7	7.4	5.7	5.7	5.2	6.2
	Optic.Cadena s	Real Total	6.7	8.0	7.2	8.6	7.7	6.7	7.2	8.4	7.2	7.1	5.3	8.2
		Objetivo Total	5.5	5.2	5.7	8.0	5.8	6.2	5.5	5.0	5.3	6.6	5.0	5.3
	Autoserv.En Cadena Autoserv.Inde...	Real Total	6.5	7.9	6.2	8.1	8.7	7.8	6.7	6.0	6.2	7.5	5.6	6.1
		Objetivo Total	6.8	9.1	6.2	8.7	10.1	18.0	6.5	8.8				
Autoserv.Inde...	Real Total	7.3	7.9	7.4	8.4	7.4	8.1	7.5	8.0			6.4	7.1	8.0
	Objetivo Total	9.0	8.3	9.1	9.2	8.8	9.4	9.0	8.3			8.1	8.6	9.1
Mayoristas	Real Total	7.5	8.3	7.6	9.1	8.9	9.4	8.6	8.4	7.7	7.1	7.3	8.3	
	Objetivo Total	11.2	11.4	11.4	11.5	11.5	11.8	11.8	11.5	10.1	9.9	10.0	10.3	
Distribuidores	Real Total	7.7	8.2	7.1	8.6	7.9	9.0	7.9	7.4	7.5	6.7	7.2	8.5	
	Objetivo Total	11.1	10.9	10.9	11.2	11.1	11.9	10.9	10.7	10.0	9.6	9.8	10.6	
Otros	Real Total	3.3	5.1	4.0	2.3	7.3	10.5							
	Objetivo Total	3.7	5.0	4.5	3.3	6.0								
Detalle de...	Real Total	6.4	7.3	6.6	8.1	8.0	9.1	7.7	3.0					
	Objetivo Total	10.1	10.4	10.3	10.4	10.3	10.8	10.4	10.5	8.8		5.9	6.5	7.1
Distribuidor Inst	Real Total	5.1	5.7	5.0	6.0	6.2	5.9	6.1	6.0	5.5	5.1	5.6	5.5	
	Objetivo Total	6.9	7.3	7.1	7.6	7.5	7.4	7.6	7.4	7.1	6.5	7.4	6.8	
Operador Logist Inst	Real Total	6.2	6.2	5.9	6.9	5.2	6.0	5.2	6.5	6.1	6.1	4.8	8.4	
	Objetivo Total	8.2	7.2	7.8	9.0	6.2	7.8	8.0	8.8	7.8	6.0	6.9	9.6	

Formatos:
Interactivo – On Line
PDF

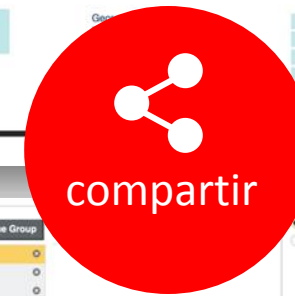
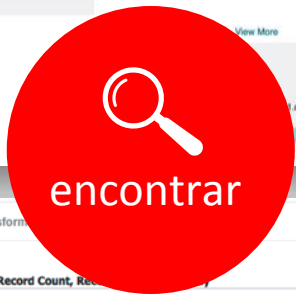
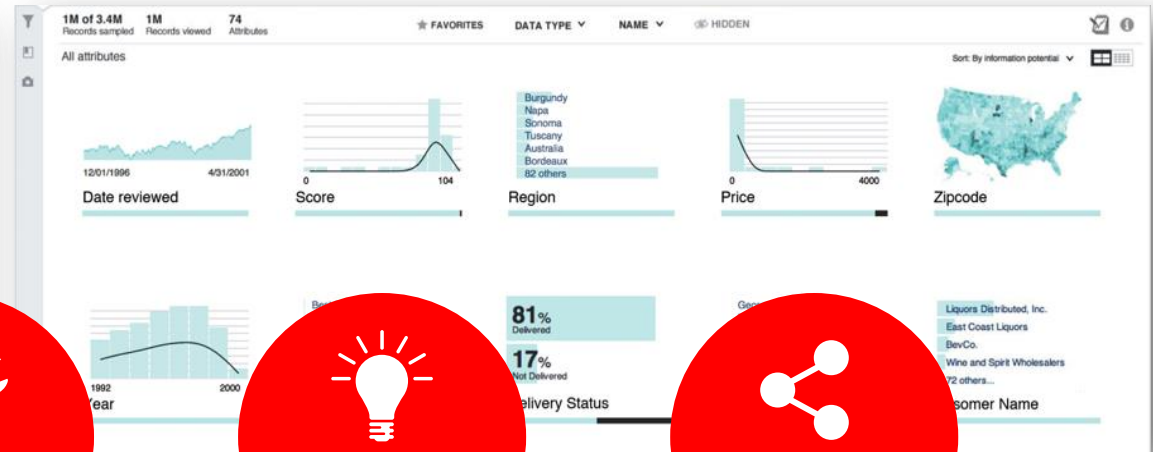
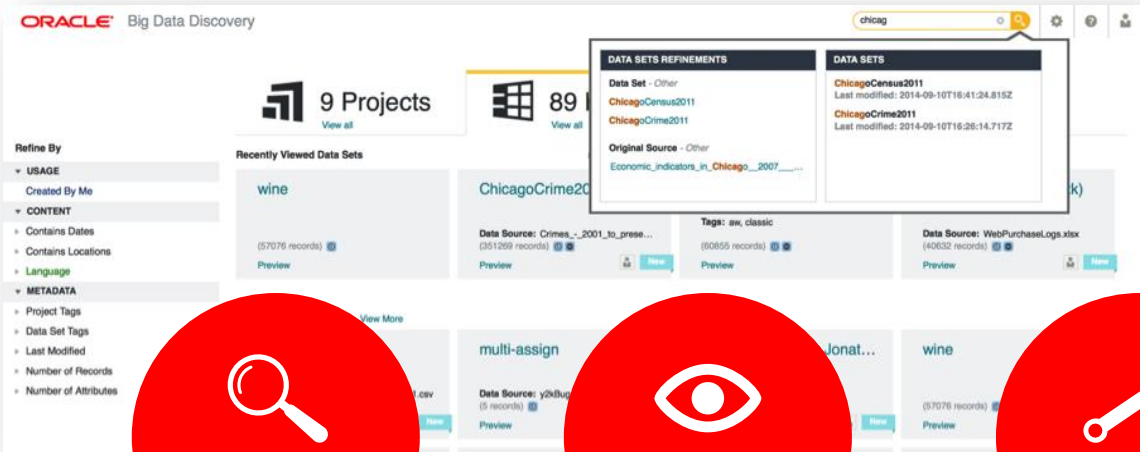
3 Agregar Analíticos a Cada Proceso

- Acelerar la inteligencia colectiva
- Conocimiento aplicado en tiempo real a cada interacción del cliente
- Evolucionar del *Data Lab* al *Data Factory*

Próximos pasos



Conclusiones: Big Data + BI Corporative + Data Lab Inn



Oracle Big Data Discovery interface showing a table of wine data. The table has columns for 'p_datereviewed', 'p_name', '# p_year', 'p_description', 'p_drinkability', 'p_winery', 'p_region', and '# p_price'. The table displays a list of wine records with their respective details.

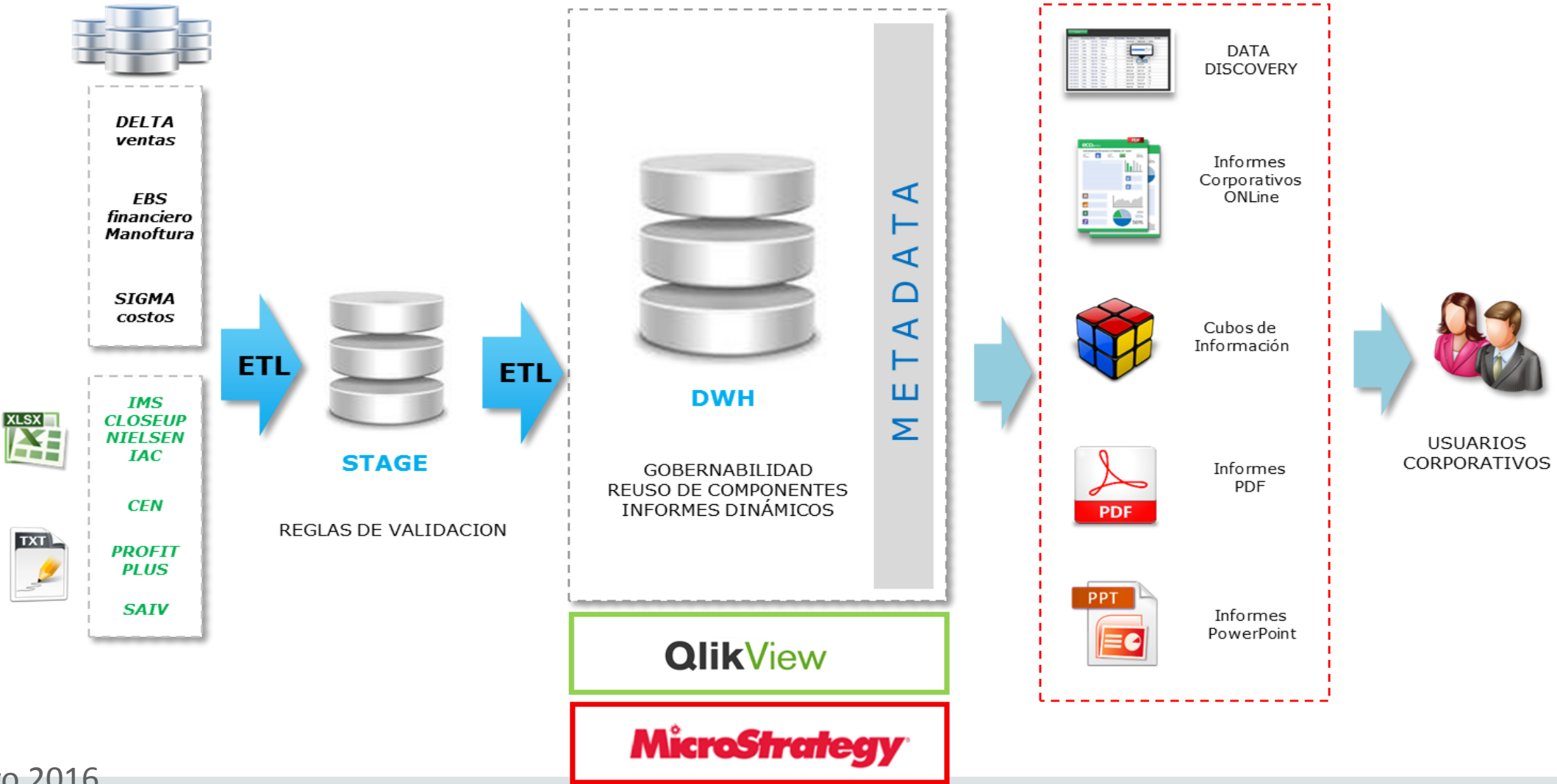
p_datereviewed	p_name	# p_year	p_description	p_drinkability	p_winery	p_region	# p_price
1997-10-15T00:00:00.000Z	Trincadeira Preta Ribatejo	1994	A muscular, chewy wine with ...		Casa Cadaval	Portugal	12
1997-01-31T00:00:00.000Z	Haut-Medoc	1994	A rather lean and slightly dilu...	Drink now	Chateau Livernan	Bordeaux	15
1998-03-31T00:00:00.000Z	Cabernet Franc Alexander Va...	1996	Starts up with a green olive fa...	Drink now	Alexander Valley Vineyards	Sonoma	20
1997-06-30T00:00:00.000Z	Merlot Coastal Region	1994	Captures the herbal, earthy c...	Drink now	Fleur du Cap	South Africa	11
1999-02-02T00:00:00.000Z	Pessac-Leognan	1998	Really watery, with some plea...		Chateau Haut-Vigneau	Bordeaux	
1993-04-30T00:00:00.000Z	Sauvignon Blanc Maule Valley	1992	Light, crisp and fresh, with on...		Carta Vieja	Chile	5
2000-12-15T00:00:00.000Z	Brut Blanc de Blancs Champ...		Bold, rich and toasty, this bo...	Drink now through 2002	Henriot	Champagne	45
1999-09-30T00:00:00.000Z	Pommard Les Vignots	1996	Quite delicious, showing goo...	Drink now	René Monnier	Burgundy	30

Conceptos



Figura 1. Características de BI en su enfoque Estratégico, Táctico y Operacional.

Plataforma actual TQ



Segmento Clientes y Canales Distribucion

Actividades y Recursos Claves



Razones

- Optimización de procesos
- Descubrimiento de negocio
- Decisiones basadas en información, no a ciegas
- Minimizar la incertidumbre en la toma de decisiones.
- Centralizar, analizar y depurar los datos



Contacto

Maria Isabel Varela Garces

Gerente Sistemas de Informacion

Tecnoquimicas S.A

mivarela@tecnoquimicas.com

+57 314 8301687

ARQUITECTURA DE GESTIÓN DE INFORMACIÓN

