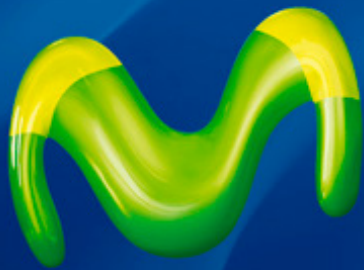


COMUNICACIONES: MOVISTAR

Telefonica



movistar

ESTADÍSTICAS:

BASE DE DATOS: ORACLE 9I

NÚMERO DE USUARIOS: 75 (20 USUARIOS AVANZADOS)

TAMAÑO DE DATOS - 100 TBYTES

TIPO DE DISTRIBUCIÓN: CLIENT-SERVER Y WEB

IMPLEMENTACIÓN: INTRANET

APLICACIONES:

CONTROL DE PROCESOS COMERCIALES

CONTROL DE LOS DOCUMENTOS TÉCNICOS

CONTROL FINANCIERO

ANÁLISIS DE RECLAMACIONES

ANÁLISIS DE CLIENTES Y PRODUCTOS

"MICROSTRATEGY COMO SOCIO TECNOLÓGICO, HA TENIDO UN PAPEL IMPORTANTE EN EL ÉXITO DEL SISTEMA DE AYUDA A LA DECISIÓN DE LA TELEVISIÓN POR CABLE"

Telefónica Movistar se estableció como el primer operador de TV por cable en el país, después de haber sido pionera en la oferta de su servicio de telefonía móvil.

El lanzamiento del servicio de Internet se produjo a finales de 1999 y fue la cartera de la Compañía completó en enero de 2007 con la integración de los servicios telefónicos.

Telefónica Movistar es un grupo empresarial que está presente en 9 millones de hogares y empresas, llegando a más de 20 millones de peruanos. Proporciona las telecomunicaciones y entretenimiento a través de diversas infraestructuras, incluyendo la mayor red digital de cable en el país, una plataforma digital por satélite de la red.

Telefónica Movistar es una de las compañías más grandes en el país.

A nivel nacional, también es el líder del mercado en telefonía móvil y proveedores de Internet. La oferta de Movistar se realiza a través de las marcas Movistar TV, Movistar Móviles y Movistar Internet.

Movistar es el operador nacional más grande de Triple Play (Movistar TV, Móviles e Internet) con la intención de completar esta oferta a finales de 2013, con el servicio de redes móviles 4G lte.

MicroStrategy en Movistar surgió a partir de 2009, el resultado de una selección realizada en el año 2008 donde el MicroStrategy ha demostrado ser la mejor herramienta que encajaba con los objetivos estratégicos de Movistar establecidos para transmitir su Business Intelligence. Se distinguió como una arquitectura de función "3-tier" con buenos niveles de escalabilidad, simplicidad, robustez y rendimiento de análisis.

El Desafío

Los indicadores de negocios se pusieron a disposición a través de algunos cuadros de mando predefinidos basados en una base de datos Oracle y SQL. La información ya se almacenó en la reducción agregada y su disponibilidad se ha realizado a través de una aplicación cliente-servidor desarrollado a medida. Este sistema reduce la flexibilidad no permite el análisis de detalle y causó un mantenimiento de alta carga, barreras significativas en un contexto de cambio rápido y constante de negocios de la Compañía.

Debido al alcance limitado de la información fue recurrente el acceso a los datos latentes en los sistemas operativos con todos los factores agravantes inherentes en términos de rendimiento y disponibilidad de la misma.

Con la creación de DW corporativo de Movistar, MicroStrategy ha jugado un papel clave en el suministro de flexibilidad y análisis de la información deseada, dando a los usuarios una independencia técnica. También permite una mejor gestión de la infraestructura disponible y la extensión de su ventana de utilización, es posible gracias a la facilidad de gestión de reportes.

A través de los servicios de Narrowcast hizo aún posible transmitir información de distribución de la empresa a los destinatarios fuera del

alcance del uso DW.

Debido a la amplia utilización (alrededor de 600 informes / día) MicroStrategy Enterprise Manager dotado capacidad de Movistar para analizar el uso de indicadores de DW, los informes se ejecutan más para el control de tiempo de máximo rendimiento.

El monitoreo a través de MicroStrategy también permitió gestionar el flujo de línea utilizando el DW para anticipar, controlar y optimizar el acceso a la información necesaria a tiempo.

Beneficios

- Flexibilidad en la creación y ejecución de informes (Servicio Ad-hoc/-Self)
- Horarios flexibles Reports
- Creación de listas de distribución (Broadcast)
- Flexibilidad en la gestión de perfiles

"Las áreas de negocio Compañía adoptó el DW, y en consecuencia MicroStrategy como su herramienta de Business Intelligence, reconociéndolo como un generador de valor en el proceso de producción. Hoy en día el uso del DW en la compañía abarca casi todas las direcciones, del Departamento de Ingeniería de la atención al cliente, a través de la Dirección de Planificación y Control, Ventas, Marketing y Finanzas. "

El éxito de un Sistema de Soporte de Decisiones

- Estrategia (definición clara)
- Procesos (uniformidad y consistencia)
- Tecnología (robustez, fiabilidad, confianza)
- Las personas (especialización)

Las razones para la elección de MicroStrategy

- La opinión del mercado (Gartner, encuestas, ...)
 - Las experiencias positivas en la región (Perú).
 - Superó las expectativas en el prototipo inicial.
 - La excelencia técnica disponibles en el mercado.
 - Facilidad de utilización técnica demostrada por el corto período.
- MicroStrategy formación necesaria, que no exceda de un promedio de 2 días de esfuerzo
- Simplicidad de características permite la creación de nuevos análisis en un sencillo y totalmente independiente para el usuario (50% del análisis diario de la Sociedad son ad-hoc)