



Implantación Business Intelligence en Hotel Wellington

Situación inicial

- El Hotel Wellington fue inaugurado en 1952 y cuenta con 261 habitaciones, un Business Center, diferentes restaurantes y bares, así como 12 salones para eventos. **Las necesidades más apremiantes del Hotel Wellington consistían en unificar las diferentes fuentes de información** (Datasa, Opera, Micros TPV, Buzón de Voz, Quadriga TV, Minibares, Vingcard, etc.), consolidar la información, disponer de información agregada y actualizada en el momento preciso, mejorar la toma de decisiones en tiempo y fiabilidad y aumentar la competitividad. La previsión es que para mediados de 2009 el Hotel Wellington cuente con un sistema de Business Intelligence (BI) funcionando a pleno rendimiento que les permita tener una visión 360º de toda la actividad del hotel.
- La alta dirección del Hotel Wellington tenía resueltos los procesos de negocios operacionales después de la renovación de software y hardware llevada a cabo entre 2008 y 2009. El objetivo de modernización e inversión en tecnología de última generación se había cumplido. Sin embargo, aún tenían por cumplir un objetivo de vital importancia: **la integración para llegar al dato único**. Necesitaban información consolidada para asegurar la toma de decisiones.
- El Hotel Wellington utiliza en su actividad diaria diversas **fuentes de información con multitud de datos dispersos**: Quadriga TV, Central de Teléfonos, Servidor de RR.HH., Minibares, Micros TPV, Buzón de Voz, VingCard, etc. A su vez, el hotel dispone de varios Sistemas de Gestión Hotelera como son Opera y S&C y Datasa (Gestión Económico-Financiera y Control).
- Antes de implantar la herramienta de Business Intelligence, **el Hotel Wellington verificaba los procesos de su negocio basándose en informes que eran manipulados manualmente**. Este sistema era lento y costoso en su elaboración.

Debido a la necesidad de tener información crítica de gestión permanentemente actualizada, el Hotel Wellington decidió buscar una solución que le ofreciera:

- **Reducir el tiempo** de creación de los informes consolidados de las áreas.



- Poder elegir el **nivel de desglose** de la información consultada.
- Tener una **interfaz cómoda** para la consulta de los informes y que estos fueran exportables a Microsoft Excel.

La Propuesta de dharma ingeniería

- Se analizaron las necesidades del cliente y se llegó a la conclusión de que la solución que se ajustaba con más exactitud era **Oracle Business Intelligence Standard One**. Con este producto es posible obtener información consolidada y actualizada por medio de interfaz web y exportable a otros formatos.

La Implantación

- Durante varios meses **se trabajó empleando metodología propia para cumplir con la siguientes fases:**
 - Análisis de los informes que el cliente solicitaba.
 - Diseño de un **Data Mart** con características acordes a la consolidación de información necesaria.
 - Instalación y puesta en marcha del producto BI.
 - Diseño junto con el Hotel Wellington los cuadros de mando para unificar la presentación de los informes.
 - Implementación de una interfaz web que permitiera acceso vía Intranet e Internet.

Resultados

- Con la implantación de BI **se han cumplido todas las necesidades propuestas inicialmente** con plena satisfacción del usuario.
- Dentro de los tres primeros meses fue posible observar los primeros resultados. El tiempo de consolidación no solo se ha reducido sino que se ha eliminado, ya que los informes se actualizan diariamente, consiguiendo que **las cifras que consulta la dirección sean un reflejo real del estado diario de la empresa.**



- **Los directivos pueden acceder vía Intranet o Internet** a los cuadros de mando, pudiéndose establecer niveles de acceso y perfiles de usuario, existiendo la posibilidad de trasladar los datos a una hoja de cálculo, un documento de texto o un archivo PDF.



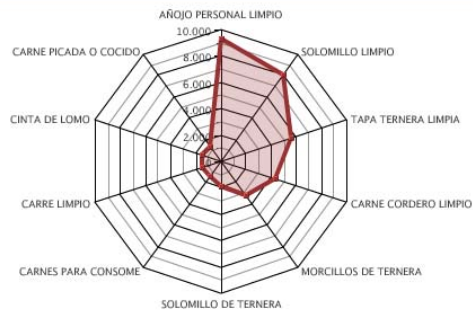


Periodo del 01/01/2008 al 31/12/2008

Familias: CARNES DE AÑOJO CEBON, CARNES DE CERDO, CARNES DE CORDERO, CARNES DE TERNERA

Almacenes: ECONOMATO

ENTRADAS - TOP 10 ARTÍCULOS POR PRECIO



Rank	Artículo	Cantidad	Precio	% Prec.
1	AÑOJO PERSONAL LIMPIO	645,31	9.332,89	24,4%
2	SOLOMILLO LIMPIO	207,64	8.116,90	21,2%
3	TAPA TERNERA LIMPIA	195,95	5.640,68	14,7%
4	CARNE CORDERO LIMPIO	164,96	4.329,12	11,3%
5	MORCILLOS DE TERNERA	262,74	3.275,79	8,6%
6	SOLOMILLO DE TERNERA	73,15	1.854,88	4,8%
7	CARNES PARA CONSOME	234,16	1.470,91	3,8%
8	CARRE LIMPIO	80,61	1.458,45	3,8%
9	CINTA DE LOMO	226,88	1.450,92	3,8%
10	CARNE PICADA O COCIDO	206,51	1.336,86	3,5%
TOTAL		2.297,91	38.267,40	100,0%