



PSL®

CASOS DE ÉXITO

Industria:
Venta directa

País:
Colombia
Perú
México

Tipo de Solución:
Desarrollo a la medida

Nuestro cliente es una compañía nacida en Colombia con más de **60 años de experiencia** en el mercado de productos de belleza y cuidado personal, y con presencia en múltiples países de la región. A través de su historia en el mercado de venta directa y venta por catálogo, ha representado a importantes y reconocidas marcas a nivel mundial, constituyéndose en uno de los **líderes del negocio en los países Andinos**.

Durante más de 15 años y hasta el 2005, nuestro cliente manejó la franquicia de una importante multinacional de belleza en Colombia. En este periodo de tiempo logró introducir y posicionar a la internacional marca desde el inicio de su operación hasta alcanzar una fuerza de distribución de más de **200 mil representantes de ventas** en el país

Situación del Cliente

Desde el año 2002, nuestro cliente se vio en la necesidad de crear un sistema de información que integrase los procesos involucrados en la operación de venta directa de sus marcas. Hasta ese momento, la compañía venía utilizando el sistema de la multinacional que representaba. Sin embargo, éste se encontraba desarrollado en una tecnología antigua que era poco flexible frente a los retos comerciales y de innovación que enfrentaba la compañía en un **entorno altamente competitivo**. Igualmente, nuestro cliente identificó importantes sinergias y ahorros de lograr integrar la operación de venta directa a través de un sistema que manejara su proceso *core* de manera holística.

Para desarrollar el sistema de información que cumpliera con los objetivos y **altos requerimientos de nuestro cliente**, la compañía decidió contratar a PSL para el desarrollo específico, siguiendo todas las fases del proyecto desde el análisis y levantamiento de la información, hasta el diseño, el desarrollo, las pruebas, la implementación, la puesta en

producción y el mantenimiento de la solución. Para lograr el éxito del proyecto, se conformó un equipo de trabajo entre especialistas de PSL y personal con el conocimiento del negocio del cliente. A lo largo del proyecto, PSL desplegó un grupo de decenas de personas que trabajaron dentro del cliente y en las instalaciones de PSL.

La solución

Desde el inicio, nuestro cliente tuvo claros los objetivos del proyecto y con esa misma claridad se los transmitió a PSL. Estos eran:

- El sistema de información de venta directa le debía proporcionar a los usuarios las herramientas necesarias para **planear, ejecutar y controlar sus procesos** de forma autónoma.
- El sistema de información de venta directa debía permitir a las áreas de Mercadeo, Ventas, Operaciones y Contabilidad **configurar de forma flexible los ciclos del negocio** a través de una interfaz de usuario final **amigable** y de **fácil comprensión**.
- El sistema de información de venta directa debía garantizar que se pudiera **procesar la carga de trabajo** de un día en una hora.
- A partir de enero de 2004 se debía poner en funcionamiento, de forma gradual, el nuevo sistema de información de Venta Directa.

Teniendo claros los objetivos, PSL tenía la responsabilidad de crear un sistema de información que integrara cada uno de los procesos involucrados en la operación del negocio de venta directa. De esta forma se diseñó y se desarrolló el proyecto, con las características y funcionalidades que se describen a continuación.

Funcionalidad de Negocio

- Permite a los usuarios **crear y modificar las campañas de Mercadeo Directo de una manera muy flexible**. Por ejemplo, el usuario puede asociar una campaña específica a una lista de productos particular, puede asignar diferentes puntos y precios a los productos dependiendo de la campaña, definir la duración de cada una de las campañas, asignar un plan de incentivos particular a cada campaña (o crear un plan de incentivos específico para cada campaña), entre otros.
- Permite a los usuarios **determinen “ofertas especiales” en cada campaña, en una forma altamente configurable**. Por ejemplo, el

«Para desarrollar un sistema de información nuevo, que cumpliera con todos los objetivos y los altos requerimientos de la organización, la compañía decidió contratar a PSL para el desarrollo específico siguiendo todas las fases del proyecto.»

administrador puede montar el sistema de tal forma que si el cliente compra el producto A con el producto B, obtenga un descuento especial de X% en los dos productos, o que obtenga el producto C sin costo adicional, etc. En cada campaña se pueden configurar tantas ofertas y descuentos como sean necesarios, incluyendo límites (i.e. cada cliente puede comprar hasta N unidades de un mismo producto, o se pueden limitar las órdenes de venta por representante). Las ofertas también se pueden agrupar y pueden interactuar entre sí, de tal manera que si dos ofertas tienen lugar, una tercera oferta macro se active para cubrir toda la venta.

- Permite al usuario **asignar múltiples atributos a cada ítem** (color, tamaño, etc.) y relacionar esos atributos con las reglas que operan una determinada oferta o promoción dentro de una campaña específica.
- Permite a los usuarios **configurar programas de incentivos complejos para la fuerza de ventas**, incluyendo sistemas de puntos (donde los puntos por ventas se acumulan y luego pueden ser redimidos como descuentos de productos, o intercambiados por otros beneficios) o programas basados en loterías (donde cada X puntos acumulados, el representante tiene el derecho a un tiquete de lotería para participar en la rifa por un premio más grande o un bono).
- Se pueden **configurar planes de incentivos tanto por área geográfica, como por campaña de ventas, o perfil de representante de ventas**. También pueden aplicar a múltiples campañas en diversos periodos de tiempo (i.e. un plan de incentivos para “el mejor representante de ventas junior” que tiene vigencia todo el año vs. un plan de incentivos para “el representante que acumule más ventas en la temporada de Navidad” pueden ser fácilmente configurados y administrados de forma independiente).
- Permite a los administradores **segmentar la fuerza de ventas** a través de múltiples parámetros definidos por el usuario y sus combinaciones. Por ejemplo, geografía, experiencia, volumen de ventas, edad, mercado objetivo, etc. De forma paralela, el sistema permite al usuario la segmentación de productos a través de múltiples parámetros definidos por el usuario. Así es posible organizar la información de tal manera que se obtenga un mejor entendimiento del Mercado.

«El software desarrollado por PSL está integrado de manera transparente con los sistemas de gestión empresarial, y agregó funcionalidades específicas que permite que la organización sea más efectiva y altamente competitiva.»

Funcionalidad de Logística, Facturación, Operaciones y Finanzas

El sistema está integrado e interactúa con un **sistema ERP** para todos los propósitos contables. Además de esto, el sistema:

- **Sincroniza las órdenes con las cuentas por cobrar**, para garantizar que el representante de ventas a quien se le va a despachar se encuentre al día en sus pagos. De lo contrario, la orden generada pasa al departamento de cobro de cartera de manera automática.
- Maneja un módulo independiente y altamente flexible de **cuentas por cobrar que permite manejar los saldos** de más de **60,000 representantes de ventas** que trabajan a crédito. Por ejemplo, el módulo puede cargar intereses a cuentas por cobrar vencidas, permite financiación de futuras compras en cuotas definidas por el usuario administrador, puede programarse para refinanciar deudas anteriores en pagos específicos con intereses específicos, etc.
- **Prepara y da formato a las facturas** para imprimirlas y enviarlas al cliente final en procesos masivos de impresión tipo “**batch**”.

El software también interactúa con el ERP para efectos de reaprovisionamiento de inventarios. Sin embargo, también cuenta con su propio módulo de inventarios donde:

- Los ítems tienen una **descripción física** (tipo, peso, tamaño, volumen cúbico) y a cada ítem le pueden ser asignados tantos atributos como desee el usuario (un atributo puede describir a qué campaña o campañas pertenece un ítem, su color, qué promociones u ofertas operan para ese ítem según la campaña relevante, etc.).
- Cuenta con **control de órdenes** por *backlog* y maneja prioridades de despachos de acuerdo a las reglas de negocio programadas (dar prioridad a órdenes por área para llenar los camiones eficientemente, por peso, por representante de ventas, etc.).
- De la mano de algoritmos diseñados por PSL, el sistema desarrolla una **lista de empaque “inteligente”** para cada caja a ser consolidada y despachada a las representantes de ventas. Esta lista sugiere la mejor forma para acomodar la mercancía (tamaño de la caja, qué ítems deben ser empacados primero,

«Con una tasa de errores menor a 0.3 defectos por 1,000 líneas de código (KLOC), PSL pudo reducir los costos de corrección de errores en hasta un 60%.»

cuáles juntos, cuáles unos dentro de otros, etc.), todo con la visión optimizar los costos de transporte de mercancía.

- Adicionalmente, el sistema **sugiere el orden ideal de distribución de ítems en las bodegas** para disminuir los errores en la línea de empaque (por ejemplo, sugiere cómo distribuir ítems para no confundir un cosmético rojo con uno rosado).

Algunas características técnicas

La aplicación fue desarrollada bajo las siguientes características:

- Desarrollada bajo prácticas y técnicas **SOA**
- Plataforma **JEE**; configuración cliente – servidor (“Cliente Rico”), integrada en un servidor **IBM AS400**, con sistema operativo de estaciones Windows, en máquinas **Solaris** y base de datos **DB2**.

Actualmente PSL hace mantenimiento a AXIS en **Colombia, Perú y México** además de brindar soporte a los equipos de trabajo del cliente en las áreas de TI.

Beneficios

El sistema original que se venía utilizando por parte de la multinacional pudo ser reemplazado efectivamente por la compañía colombiana con la **innovadora y mejorada solución** desarrollada por PSL.

La solución permitió la eficiente interacción entre las áreas de Contabilidad, Mercadeo, Ventas, Operaciones, Compras y Logística. Así mismo se logró **automatizar de forma coherente** los diferentes y muy específicos procesos que componen la operación de un negocio de venta directa, permitiendo localizar la solución en diferentes mercados como Perú y México.

Algunas características fundamentales que se lograron con la solución son las siguientes:

- **Flexibilidad:** Se obtuvo un sistema flexible que hoy en día es adaptable al negocio, y no al contrario.

- **Velocidad para reaccionar al mercado:** dada la facilidad de configuración que permite el sistema, el cliente puede reaccionar a ofertas de la competencia de manera rápida y efectiva, lo mismo que liderar con campañas rápidas.
- **Autonomía:** El sistema permite a los usuarios tener toda la información necesaria para planear, ejecutar y controlar sus procesos de manera sencilla y con un mínimo de capacitación.
- **Confiabilidad:** Se logró reducir el potencial de errores y los puntos de control.
- **Escalabilidad:** El software soporta el crecimiento del negocio sin que se requieran inversiones exageradas o cambios estructurales
- **Estabilidad:** Los resultados son predecibles, hay una estructura sólida y la solución demanda poco soporte.
- **Disponibilidad:** El sistema está disponible 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año.
- **Empoderamiento:** Se logró la autonomía de usuarios en procesos e información.
- **Integridad:** Los datos y las transacciones son consistentes.
- **Trazabilidad:** El sistema genera logs que permiten monitorear cambios en el tiempo de las variables que afectan el negocio.

«El sistema original que se venía utilizando por parte de la multinacional pudo ser reemplazado efectivamente con la innovadora y mejorada solución desarrollada por PSL, haciendo del proyecto todo un éxito».