

Con una inversión de \$ 275.000, la firma de indumentaria Cheeky incorporó tecnología para vincular a sus locales de venta y mejorar el manejo de información

La última conexión

Por Marilina Esquivel



Desde 1994, cuando fue fundada, Cheeky no dejó de expandirse. Esta empresa que se dedica a la fabricación y venta de ropa, accesorios, zapatos y cosmética para chicos de hasta 12 años suma 147 locales, entre sedes propias y franquiciadas. Pero el crecimiento de esta empresa familiar —dueña también de las marcas “Como quieres que te quiera” y “Patisserie”— no siempre fue acompañado a nivel tecnológico. Por ello, desde que ingresó como gerente de Sistemas en 2007, Favio Alonso se planteó

recuperar el tiempo perdido. En ese plan, la última implementación realizada fue la solución de punto de venta Quick Pos de Buenos Aires Software (BAS), que comenzó en febrero del año pasado. Es que la empresa genera 15 millones de registros de operaciones por año y quería actualizar el sistema que estaba utilizando la compañía que factura \$ 300 millones por año. La firma operaba con Lince Indumentaria, del proveedor Zoologic, y el desencadenante del cambio fue el aumento del alquiler de la solución, “lo cual resultaba

antieconómico para el tamaño de una cadena de retail como Cheeky”, argumenta Alonso. Comprar el software, tal como quería la compañía, no era posible. “Esa modalidad puede servir para una empresa que recién empieza pero, cuando vas creciendo, con el alquiler de un año ya pagás la inversión de compra”, considera el ejecutivo de IT. A nivel funcional, la solución estaba desarrollada bajo una tecnología en desuso. “Es el viejo y conocido Foxpro para DOS. Este sistema operaba con archivos DBF (de dBase) como base de datos,

“Tenemos locales en todo el país y no podíamos dejar de facturar en ningún momento”

Favio Alonso,
CIO de Cheeky





las cuales solían dañarse ante un corte de luz, y por otra parte requería que se regenerasen sus índices con bastante frecuencia”, describe el CIO.

Según Alonso, “cada vez que existía una mejora en el sistema teníamos que enviar los nuevos ejecutables en CD, ya que por Internet resultaban muy pesados; luego, en forma remota y fuera del horario de facturación debíamos conectarnos local por local en cada una de sus máquinas para instalar la nueva versión”. Y agrega que este proceso requería de un mantenimiento constante por parte del personal que, a su vez, debía ir a los locales a realizar depuraciones de los archivos DBF, ya que el sistema se volvía lento con el aumento de transacciones. “Las mejoras que se requerían tardaban mucho en desarrollarse”, afirma Alonso.

Diego Adúriz, gerente Comercial de Zoo Logic, dice: “Utilizamos la tecnología que consideramos mejor. Tenemos más de 30 desarrolladores en nuestro departamento de Investigación y Desarrollo para hacer los mejores productos para la industria. Estamos actualizando la tecnología constantemente”.

Viejos conocidos

Tanto Alonso como el director Administrativo Financiero de Cheeky, Sergio Casaña, sabían de Buenos Aires Software (BAS) desde cuando trabajaron previamente en otras empresas del sector. Además, en 2004 BAS había competido para proveer el sistema ERP de la empresa, pero había quedado segundo en la elección, detrás de GACI.

Para la selección del nue-

vo aplicativo no analizaron a otros proveedores, aunque se tuvo en cuenta una propuesta de GACI —el ERP de la empresa— para que modificase una solución de punto de venta que tenía desarrollada pero que estaba fuera de funcionamiento. “Elegimos tener dos modelos separados y no trabajar con un único proveedor, para no poner todo adentro de una misma canasta”, justifica Alonso.

“Buscábamos alguna empresa con experiencia en puntos de venta y en el rubro de indumentaria y que tuviera la estructura para darnos el soporte acorde al tamaño de nuestra cadena de retail. Considerando estos aspectos, más mi experiencia anterior con BAS (el ejecutivo implementó BAS Cliente Servidor y Discovery en las textiles Coniglio, McBody y Akiabara) y la de Favio (implementó Discovery en el Grupo Cisa) tomamos la decisión”, comenta Casaña.

La implementación se inició en febrero de 2009 y concluyó el último día de octubre, un mes antes de lo previsto. “En primera instancia, trabajamos en recorrer en forma detallada todas nuestras funcionalidades críticas para asegurarnos que el software las cubriría todas —expresa Alonso—. Parametizamos, instalamos y configuramos el módulo concentrador de BAS en casa central, armamos instructivos escritos y en videos, e hicimos el plan de capacitación y la logística de implementación. Tenemos locales en todo el país y no podíamos dejar de facturar en ningún momento, así como tampoco dejar de recibir la información de ventas, cobranzas y stock de cada uno de los locales.”

HIGHLIGHTS

Objetivo de negocio: implementación de nuevo sistema de punto de venta

Inversión: \$ 275.000

Plazo: 8 meses

ROI: 9 meses

Líder de proyecto: Favio Alonso, CIO de Cheeky



TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA CLAVE

Quick Pos, de BAS, sistema operativo Windows 2003 Server, base de datos SQL y servidores HP

IT CORPORATIVA

Software: Microsoft Windows Server Standard 2003 y Server Enterprise Edition 2003; Windows XP, Vista y Mac. Microsoft Office 2007 y 2003. Base de datos SQL Server, Microsoft Exchange, Lectra

Hardware: 3 servidores HP Proliant; 225 PCs Intel Pentium; 10 notebooks Intel Pentium; 4 netbooks Intel Atom; 10 impresoras HP y 4 Ricoh

Telecomunicaciones: Servicio Integra de Telecom (Internet) de 2 Mbps por cobre y 2 Mbps por Fibra. Telefonía fija y celular. Telecom y Personal

En cuanto a la finalización anticipada del proyecto, el CIO argumenta que el equipo implementador fue ganando confianza y experiencia en la operación del software. Por parte de Cheeky, el equipo estuvo integrado por Juan Pablo Rodríguez, líder Funcional del proyecto; Ricardo Zapata, jefe de Tecnología y encargado de preparar los instructivos y videos de uso del sistema, poner operativo el plan de capacitación, instalar el hardware para BAS, armar el esquema e infraestructura de comunicaciones y liderar la logística de implementación; Adrián Oliveira, jefe de Desarrollo, quien

junto con el programador Gabriel Marino desarrollaron la interfaz y la migración de datos; y César Gerez, Sergio Pérez y Diego Generoso, que implementaron Quick Pos en los puntos de venta.

En línea

En total, para instalar el aplicativo se destinaron \$ 275.000 en hardware —HP Proliant DL 180 G5 con sistema operativo Windows 2003 Server y base de datos SQL—, sistema operativo, base de datos y router para comunicaciones, licencias de Quick Pos, licencias de BAS para casa central y consultoría.

“Con Quick Pos realizamos las tareas habituales de un punto de venta: facturar, cobrar y rendir la caja. Permite manejar la comunicación de la empresa y sus sucursales a través de su integración con casa central —dice Alonso—. Administramos todos los puntos de venta desde la casa central.”

“En nuestra casa central tenemos un módulo que concentra las transacciones de todos los puntos de venta del país. Cada vez que se genera una, ésta queda registrada y es analizada por un sistema de Business Intelligence (Quickview) y reportado al ERP”, describe Guillermo Calafell, director de Soporte y Consultoría de BAS. Además, la solución tiene un panel de control con un sistema que marca la situación y funcionamiento de los puntos de venta con un sistema de semaforización.

Otra ventaja es la actualización automática. Ahora todos los puntos de venta están en línea y las modificaciones son automáticas. Según Alonso, esta característica hoy les permite manejarse “con mucha velocidad a la hora de enviar una novedad a toda la cadena”. ■