

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

Práctica empresarial en Corficolombiana

Nisley Maryory Álvarez Tavera

Trabajo de Grado para Optar al Título de Economista

Director

Josefa Ramoni Perazzi

Doctora en economía

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ciencias Humanas

Escuela de Economía y administración

Economía

Bucaramanga

2024

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

Dedicatoria

A Juan Camilo por su apoyo incondicional.

Agradecimientos

Un agradecimiento especial al equipo de Inteligencia de Negocios de Corficolombiana por su cálido recibimiento dentro del área, así como también, por todos los aprendizajes adquiridos en este periodo de práctica. Así mismo, quiero expresar gratitud a cada uno de los profesores que de una u otra manera hicieron parte de mi formación académica, personal y profesional. Finalmente, pero no menos importante, hago un reconocimiento al gran apoyo que fueron mis padres en mi proceso de formación como economista, ya que, sin ellos, no hubiese sido posible alcanzar este logro.

Tabla de Contenido

Introducción	9
1. Objetivos	11
1.1 Objetivo General.....	11
1.2 Objetivos Específicos.....	11
2. Contextualización	12
3. La organización.....	16
3.1 Razón social	16
3.2 Objeto social	16
3.3 Misión, visión y valores.....	16
4. La práctica: actividades y resultados	19
5. Conclusiones.....	26
Referencias Bibliográficas	27

Glosario

Coberturas: son distintos instrumentos utilizados por los inversionistas para preservarse de los efectos negativos que pueden tener distintos factores en la rentabilidad esperada de la inversión. Un ejemplo de cobertura son los futuros.

Colocaciones: es un instrumento usado por empresas para obtener financiación y disminuir el costo de capital a través de la venta de títulos de deuda privada.

Dashboard: es una herramienta que se utiliza para visualizar la información más destacada de un conjunto de datos, de manera que la información se presenta de un modo más comprensible.

DAX: es un lenguaje usado en Power Bi con el que a través de funciones y operadores se pueden hacer cálculos y extraer información de las bases de datos.

Derivados: es un producto financiero que tiene como característica principal que su valor dependa de distintas características de otro activo financiero (precio de mercado, tasa de interés, etc.).

Fondos de Capital Privado (FCP): estos fondos están estructurados para inversionistas que desean asumir un mayor riesgo y a su vez esperan mayor rentabilidad (en comparación con los FICs). En este tipo de fondos las inversiones que se realizan en empresas permiten que el mismo FCP sea dueño de la mayoría de las acciones de una determinada empresa.

Fondos de Inversión Colectiva (FICs): es un instrumento financiero utilizado para ahorrar e invertir. A través de la inversión del dinero recaudado proveniente de un número determinado de clientes en un portafolio de activos que está estructurado de acuerdo a los objetivos del fondo. Algunas de las características de estos fondos, que los hacen distinguibles son: el monto mínimo de apertura, tiempo mínimo de permanencia, y el riesgo del portafolio de inversión.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

Mercado de capitales: en el mercado de capitales se encuentran clientes y proveedores para comerciar con acciones y deudas corporativas. Estas deudas siempre son a largo plazo (mayor a un año).

MCI: Modelo Comercial Integrado, define la integración de Corficolombiana con sus dos filiales (Casa de Bolsa y Fiduciaria Corficolombiana).

Opciones: es un instrumento financiero usado por los compradores para acceder al derecho de realizar una transacción (compra o venta) a un precio y fecha establecida.

Renta Fija: hace referencia al mercado en donde se encuentran todos aquellos activos de los cuales se espera una rentabilidad determinada en un periodo de tiempo establecido, un ejemplo de ellos son la deuda corporativa y la deuda pública.

Renta Variable: es el mercado que engloba todos aquellos activos que poseen una rentabilidad desconocida. Ejemplo de ellos son divisas, acciones, índices bursátiles, etc.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

Resumen

Título: Práctica empresarial en Corficolombiana*

Autor: Nisley Maryory Álvarez Tavera**

Palabras Clave: Mercado de capitales, Inteligencia de negocios, Análisis de datos.

Descripción: El presente trabajo reúne las actividades realizadas durante el periodo de práctica en el área de Inteligencia de Negocios de la entidad financiera Corficolombiana. Describe una a una las actividades más importantes que se realizaron, el valor que aportaron al desarrollo profesional y personal desde el punto de vista de una estudiante de economía con interés en el área de análisis de datos, así como también se hace una contextualización somera acerca del funcionamiento de la compañía y del entorno en el que inscribe sus funciones.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Economía. Economía. Director: Josefa Ramoni Perazzi Doctora en economía.

Abstract

Title: Business practice in Corficolombiana*

Author: Nisley Maryory Álvarez Tavera**

Key Words: Capital market, Business intelligence, Data analysis.

Description: This paper brings together the activities carried out during the period of practice in the area of Business Intelligence of the Corficolombiana financial institution. It describes one by one the most important activities that were carried out, the value that they contributed to the professional and personal development from the point of view of a student of economy with interest in the area of data analysis, as well as a brief contextualization about the operation of the company and the environment in which it fits its functions.

* Degree Work

** Faculty of Human Sciences. School of Economics. Economics. Director: Josefa Ramoni Perazzi
Doctor of Economics.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLMBIANA

Introducción

El presente trabajo expone las distintas actividades realizadas en la práctica empresarial de Inteligencia de Negocios en Corficolombiana S.A. para la obtención del título como Economista. Esta práctica tuvo una duración de seis meses iniciando en febrero de 2023 y finalizando en agosto del mismo año. Si bien la elaboración de un proyecto de investigación es un requisito para obtener el título de economista, existen otras alternativas como lo es la realización de un periodo de prácticas, en donde se busca tener una introducción a la vida laboral y una aproximación a la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la vida académica. El anterior caso descrito es al cual se hace referencia y se quiere exponer en el presente documento.

Dentro del contenido se encuentra el planteamiento del problema, en el cual se hace una explicación somera de las funciones de la corporación, y la justificación de la existencia del área de Inteligencia de Negocios y las funciones que realiza dentro de la misma empresa. En la segunda parte, se hace una descripción de los objetivos de la práctica, así como también, de la metodología que se siguió para alcanzar dichos objetivos, en esta misma sección se listan las actividades realizadas con su respectiva especificación. En la tercera parte se presenta una caracterización de la empresa describiendo sus funciones generales y estructura organizacional. Finalmente, se exponen las conclusiones que se obtuvieron tras culminar el periodo de práctica y un glosario que permite contextualizar de manera más rápida los términos utilizados de manera recurrente en el presente informe.

A partir del ejercicio de la práctica en Inteligencia de Negocios se espera que pueda adquirir mayores habilidades en el manejo de los softwares destinados para ello por parte de la empresa contratante (Excel y Power Bi), así como también, ampliar los conocimientos en el tratamiento e interpretación de las bases de datos de forma que el ejercicio de la práctica permita que pueda con

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLMBIANA

mayor facilidad obtener información de valor a partir de un conjunto de datos. Por otra parte, dado que la empresa contratante tiene un enfoque de servicios en el mercado de capitales el tratamiento de dicha información exige conocimientos básicos en finanzas, por lo que resulta una oportunidad para ampliar los saberes adquiridos en el proceso de formación como economista.

La práctica en Inteligencia de Negocios permite alcanzar habilidades en el manejo de softwares estadísticos, análisis de los datos, y generación de reportes. Esto se ve reflejado en la capacidad para ofrecer informes a gerentes y administradores, de un área específica, que permitan conocer posibles falencias o prácticas negativas que estén afectando el rendimiento o productividad de una empresa. Al mismo tiempo, estos informes darán una perspectiva más amplia en el tiempo acerca de la manera en que evolucionan y se comportan los ingresos y la cantidad de clientes de un segmento o área de interés para la organización, lo que a su vez permitirá hacer análisis más profundos vinculando otras variables en el estudio que tengan algún efecto en las de interés, de esta manera, se pueden generar reportes más completos con múltiples enfoques.

Las conclusiones que se extraen al finalizar el periodo de práctica van encaminadas a valorar la relevancia de la labor de un analista de datos dentro de un contexto empresarial, adicionalmente, se hace mención de las premisas que el mismo debe tener en cuenta al momento de ejecutar su función con el fin de hacerla de la manera más óptima.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Apoyar el proceso de análisis de datos provenientes del MCI con el fin de brindar información de valor para comerciales, gerentes y directivos, haciendo uso de los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación como economista.

1.2 Objetivos Específicos

Elaborar un tablero en Power BI para el segmento Banca Privada perteneciente a la Banca Comercial en el que se pueda consultar información destacada acerca de clientes, productos y comerciales.

Enviar reportes acerca de actualizaciones necesarias en las bases de datos de las cuales consumen información los tableros que se publican a los gerentes y comerciales.

Apoyar la elaboración del reporte especial para la medición del cumplimiento de las metas asignadas a los comerciales del MCI.

2. Contextualización

En el ámbito empresarial, la inversión es una variable de gran relevancia para todas aquellas empresas que hacen parte de un entorno competitivo. De acuerdo con Morales (2009), el crecimiento de las organizaciones está ampliamente influenciado por aquella proporción de capital que se destina a la innovación de los productos ya existentes, y la creación de los nuevos, así como también la reducción de los costos que implica el proceso de producción.

A su vez, las inversiones poseen una serie de características que se hacen relevantes al momento de estudiarlas dado que influyen en la efectividad que la misma puede tener, entre estas están:

- Beneficios
- Tiempo
- Riesgo

Brigham & Houston (2020) definen el riesgo desde la posición de un director ejecutivo (CEO) como “la posibilidad de que nuestras ganancias y flujos de efectivo disponibles futuros sean significativamente inferiores a los que esperamos”(p. 622). El riesgo abarca incluso la posibilidad de que todo el capital invertido se pierda sin manera de recuperarlo, razón por la que resulta de gran importancia el estudio de dicha variable. Según Morales (2009), la tasa de interés de las deudas, la tasa de interés de los créditos bancarios, y el tipo de cambio, entre otras variables propias del ambiente, son factores que afectan directamente la efectividad y por consiguiente los rendimientos esperados en una inversión.

Una depreciación del tipo de cambio encarece el costo en moneda nacional de las materias primas e insumos importados, a la vez que se eleva los costos financieros de las empresas que mantienen pasivos en moneda extranjera. Por lo tanto, una depreciación del tipo de cambio provoca el

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

fenómeno conocido como inflación de costos o estanflación, situación en la cual la trayectoria ascendente de los precios coincide con el desplome de la producción. (Morales, 2009, p. 27)

Debido a que en la esfera de las inversiones el riesgo influye de manera importante en la rentabilidad alcanzada por las mismas, los inversionistas hacen uso de los servicios de empresas especializadas en la administración de riesgo. Brigham & Houston (2020) afirman que algunos de los motivos que tienen las empresas para administrar el riesgo son la posibilidad de endeudarse en mayor medida; si el riesgo de mantener operaciones es bajo, pueden adquirir más deuda. Adicionalmente, otra razón por la cual las empresas gestionan su riesgo es para acceder a beneficios fiscales, entre los cuáles se encuentran los créditos fiscales, de manera que las compañías que tienen utilidades estables logran pagar menos impuestos. Dentro del área de las finanzas algunos de los instrumentos que se utilizan para gestionar el riesgo son los derivados, las opciones y las coberturas.

Comprendiendo la importancia de la inversión y por consiguiente el manejo del riesgo que conlleva la misma para las empresas, es posible entender la existencia de organizaciones como Corficolombiana y sus filiales, una de cuyas ofertas de servicios es la gestión del riesgo para maximizar los resultados de la inversión y disminuir la incertidumbre. Sin embargo, la adecuada administración del riesgo no es suficiente para una empresa que quiera realizar inversiones que le den una mejor posición competitiva, es necesario tener en cuenta que las utilidades generadas por una inversión deberían ser administradas de manera apropiada.

De acuerdo con Brigham & Ehrhardt (2018), una empresa hace buen uso de su flujo de efectivo al reinvertirlo en lugar de repartirlo entre los accionistas. En otras palabras, “el objetivo principal de la corporación debería ser maximizar la riqueza o patrimonio de los accionistas, a menos que

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

las actas constitutivas de la empresa establezcan otra cosa” (Brigham & Ehrhardt, 2018, p.11). Es por ello por lo que aparecen una diversidad de instrumentos financieros con características ajustadas a las necesidades y perfiles de los inversionistas, para que estos puedan administrar sus recursos de manera efectiva. Un ejemplo de estos son los Fondos de Inversión Colectiva (FICs), Fondos de Capital Privado (FCP), y la inversión en Renta Fija y Renta Variable.

En este orden de ideas, es posible comprender que una empresa que se establece en el mercado y desea aumentar sus flujos de efectivo presentes y futuros requiere de una serie de servicios financieros que son otorgados por corporaciones financieras especializadas en ello. Aún más, cuando una empresa quiere expandir su mercado y llevar sus productos a otros países, requiere de otros servicios especializados que también son ofertados por estas organizaciones. En el caso puntual de Corficolombiana, en el año 2019 implementó el Modelo Comercial Integrado (MCI) a través del cual logró una integración con sus dos filiales: Fiduciaria Corficolombiana y Casa de Bolsa. De esta manera los clientes pueden acceder de una manera más oportuna a la oferta de valor de las tres organizaciones. En el caso de Fiduciaria Corficolombiana, su especialidad son los servicios financieros fiduciarios, por su parte, la comisionista del grupo Aval, Casa de Bolsa, se caracteriza por su oferta de servicios de inversión en el mercado de capitales.

En la actualidad, Corficolombiana cuenta con tres áreas de negocio: Banca de inversión, Tesorería y Banca Comercial, siendo esta última la que se encarga de atender a sus clientes a través de un sistema de segmentos, donde se categorizan los inversionistas según su nivel de ingresos y sus necesidades. Así, por ejemplo, en el segmento Corporativo se atienden a compañías con ingresos anuales superiores a COP\$120.000 millones, en el Institucional se encuentran los entes vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia, y en el caso del segmento Banca Privada, estaría conformado por personas naturales y pymes.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

En la Banca Comercial, se ofrecen a los diferentes segmentos, servicios de gestión de recursos (a largo y mediano plazo), de cobertura, operaciones de mercado monetario, colocaciones, mejora de liquidez y ahorro, entre otros. Es por esto que, ante una amplia oferta de servicios y de clientes el flujo de información resulta también bastante amplio, por lo que se hace necesario un adecuado manejo de la información para la oportuna toma de decisiones dentro de la organización. En este sentido, el área de Inteligencia de Negocios (BI) de Corficolombiana es la especializada en dos actividades que involucran el manejo de dicha información: *Análisis y Reporting*.

En lo correspondiente a Reporting, allí se recibe la información proveniente de las filiales acerca de operaciones y servicios realizados, posteriormente se estandariza y consolida, para poder generar reportes que muestren datos que permitan a los gerentes y comerciales de un segmento llevar un control acerca de los ingresos que generan para el MCI, así como también realizar un seguimiento al cumplimiento del presupuesto asignado, toda esta información se visualiza por cliente, segmento, comercial y filial. Adicionalmente, en el área de Análisis se desarrollan proyectos de analítica en donde a través de modelos estadísticos es posible realizar descripciones y predicciones acerca de casos de especial interés para la empresa.

Por lo anterior, el funcionamiento del área de Inteligencia de Negocios dentro del MCI resulta de gran importancia para acceder a tiempo a la información relacionada con la evolución de los ingresos que genera la compañía y la consecución de objetivos trazados. De esta forma, es posible realizar proyecciones a futuro de manera más oportuna, al igual que tomar decisiones basadas en datos. Dentro de esta área se inscriben las labores de un practicante de Inteligencia de Negocios.

3. La organización

Toda la información incluida en este capítulo fue obtenida del sitio web oficial de Corficolombiana.

3.1 Razón social

Corporación Financiera Colombiana S.A. o también CORFICOLOMBIANA S.A.

3.2 Objeto social

La actividad principal a la que se dedica Corficolombiana consiste en la obtención de recursos económicos para que estos sean destinados a inversiones que estructuren, transformen y expandan empresas de diferentes sectores de la economía del país, adicionalmente, tales recursos también pueden ser destinados a operaciones de crédito.

3.3 Misión, visión y valores

3.3.1 Misión

Trabajamos e invertimos en el progreso del país.

3.3.2 Visión

Seremos reconocidos como una empresa líder en sostenibilidad, que crea valor económico, social y ambiental, en los sectores en los que invierte, generando bienestar a la comunidad y a la región.

3.3.3 Valores

- Transparencia
- Sostenibilidad
- Innovar
- Excelencia
- Respeto
- Trabajo colaborativo

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

3.4 Funciones generales de la empresa

La principal área de negocio de Corficolombiana es la inversión de capital en empresas del sector real. Dichos sectores son: 1.) infraestructura, con participación en Pisa, Concesionaria Vial del Oriente, Concesionaria Vial Andina, Coviandes, Proindesa, entre otras. 2.) sector energía y gas, en este sector se tienen inversiones en Promigas, Vanti, Gascop y Grupo Energía Bogotá. En lo que respecta al sector de 3.) agroindustria y hoteles se encuentran participaciones en Valora S.A.S, Pajonales, Unipalma, Mavalle, Estelar, y Santamar. Todos estos sectores son intensivos en capital y las inversiones que hace la corporación permiten que la misma pueda tener una influencia significativa en dichas empresas.

Por otra parte, se encuentran los servicios financieros que se ofrecen desde Corficolombiana y sus filiales. En primer lugar, se encuentra el mercado de **tesorería** que tiene como función principal proveer el financiamiento requerido por las inversiones en renta variable, a través del acceso al mercado de capitales. Otro de los servicios que se encuentran dentro del mercado de tesorería es la administración de portafolios de renta fija y derivados, de manera que se cubran los riesgos de los clientes y se diversifiquen los ingresos. Además de esto, se realizan operaciones en TES, mercado monetario, y divisas.

Finalmente, la banca de inversión presta servicios relacionados con venta y compra de compañías, fusiones y escisiones, privatizaciones de empresas con capital estatal y la consecución de socios estratégicos y capital. Otra especialidad de la banca de inversión es la colocación de emisiones en el mercado de capitales local y los mecanismos de financiación como Project Finance.

3.5 Línea del tiempo

1961: Creación de la Corporación Financiera del Valle S.A.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

1999: Fusión con 7 corporaciones financieras (CorfiTolima 1997- CorfiProgreso, Corfes y CorfiBoyacá 1998- CorfiSantander , CorfiAndes e Indufinanciera 1999).

2005: Corfivalle absorbió a Corficolombiana y adoptó el nombre de esta última.

2006: Cierre del negocio de intermediación con la cesión parcial de activos, pasivos y contratos al Banco de Bogotá.

2011: Corficolombiana Adquiere el 50% de Promigas S.A. *Promigas: Con derechos económicos y políticos: 34,22% de manera directa y 10,58% a través de CFC Gas Holdings. Con derechos económicos y sin derechos políticos: 5,43% a través de un FCP administrado por un tercero independiente.

2014: Se convierte en adjudicatorio de 4 concesiones de cuarta generación (4G) promovidas por el Gobierno Nacional.

2017: Consolida su posición en el sector de infraestructura adquiriendo la participación de Iridium en Covimar y Convipacífico.

2018: Emisión de acciones ordinarias y preferenciales con una capitalización total de \$990 mil millones de pesos.

2019: Aprobado Programa de emisión de bonos hasta por \$1 billón. Primera emisión por \$500 mil millones.

2020: Son incluidos como miembros del Índice de Sostenibilidad Dow Jones Mila, ingresan a la Asociación de Principios de Inversión Responsables (PRI) y reciben la certificación Great Place to Work, entre otros logros.

2021: Corficolombiana realiza su primera emisión de Bonos Sociales por un monto total de \$500 mil millones

3.6 Estructura de la empresa

- **Asamblea general de accionistas:** Máximo órgano de gobierno integrado por los accionistas inscritos en el libro de Registro de Accionistas o de sus representantes o mandatarios.
- **Junta Directiva:** Máximo órgano administrativo que determina las políticas de gestión y desarrollo de la Corporación y vigila su cumplimiento, buscando el mejor interés de la sociedad y de todos sus accionistas.
- **Comités de Junta Directiva:** Comité de Auditoría, Comité de Riesgos y Comité de Sostenibilidad y Gobierno Corporativo.
- **Representantes Legales y Ejecutivos:** Dirigen la implementación de los objetivos estratégicos y vigilan el cumplimiento del marco de gobierno corporativo, apoyándose en comités internos.

4. La práctica: actividades y resultados

Para alcanzar el objetivo principal propuesto en la práctica se realiza una serie de actividades, algunas de forma periódica, mientras que otras demandan más tiempo y requieren ser realizadas por fases.

En primera instancia, las actividades recurrentes permiten tener los datos actualizados y generar un reporte que ya se encuentra estructurado de forma oportuna. Para este tipo de actividades es necesario el manejo de adecuado de fórmulas en Excel y el entendimiento básico del funcionamiento de los libros Macro en Excel. Algunas de estas actividades son: el reporte de clientes desactualizados y el reporte de actualización de la “Base Segmentación”.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLMBIANA

En segundo lugar, están las actividades que requieren ser realizadas a través de etapas. En este caso, se hizo uso del software Power Bi para generar informes interactivos que presentan los datos más relevantes a través de paneles.

Para utilizar esta herramienta es necesario conocer el funcionamiento de las fórmulas DAX que permiten hacer los cálculos necesarios para procesar la información. Por otra parte, la realización de este tipo de tareas requiere más tiempo debido a los múltiples errores que se generan en el proceso de tratamiento de la información, adicionalmente, es necesario el uso de conceptos estadísticos en el momento de generar análisis más profundos y de explorar más a fondo los datos. El tablero del segmento banca privada es un ejemplo de este tipo de actividad.

4.1 Descripción de actividades

A continuación, se describen de manera detallada una parte de las actividades realizadas dentro de la práctica, algunas de ellas de manera recurrente, otras de manera más esporádica, además se explican los métodos aplicados y el software utilizado.

- Reporte de clientes desactualizados

Este es un reporte que se entrega de manera mensual en un archivo Excel, la actividad consiste en que a partir de una base de datos con información como: Nombre Cliente, ID, Comercial, Segmento, Regional, Fecha Actualización y Perfil de SARLAFT. Se debe traer la información de Saldo Final e Ingreso correspondiente para esos clientes en el mes que se haya solicitado. La información se extrae de un tablero de Power Bi, se descarga y se pega en una hoja de ese mismo archivo Excel, posteriormente a través de fórmulas de Excel se logra traer el dato de la suma de ingresos y saldos finales para cada uno de los clientes, poniendo como criterios la filial y el ID del cliente; de esa manera se valida que se esté sumando la información al cliente que

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

corresponde. Adicionalmente, se le asigna una clasificación de acuerdo con su perfil SARLAFT y la generación de ingresos que tenga para ese periodo de tiempo.

- Elaboración de un tablero para el segmento de Banca Privada

La actividad consiste en crear un tablero en Power Bi a través del uso de fórmulas DAX, para mostrar la información más relevante respecto a los clientes y los saldos que estos generan. Este tablero se realiza con el objetivo de que el gerente y los comerciales de dicho segmento puedan revisarlo de manera periódica y conocer de ante mano la evolución de los ingresos y los saldos en este segmento.

Para construir este tablero se obtiene la información concerniente a **Saldos Finales e Ingresos** de cada mes por cada grupo económico, esta información se encuentra en la Base de Datos del MCI. Una vez se tiene, y se ha cargado a Power Bi, se clasifican los clientes de acuerdo con el monto de saldo final que presenten (existen cuatro categorías). Posteriormente, se realizan distintas medidas en DAX para poder identificar los clientes que suben de rango (de un mes a otro), clientes que bajan de rango, clientes que se consideran nuevos (antes no generaban saldos y ahora sí), y clientes que se destacan por generar saldos por encima del promedio de saldos del rango al que pertenecen. Todo esto acaba siendo resumido en el tablero que permite filtrar esta información por Mes y por Grupo Económico e ilustrar con gráficos y tablas la información más relevante.

Una vez se ha realizado este análisis de tipo descriptivo se procede a extraer información de mayor interés a partir de los datos, se aplica el principio de Pareto, de manera que se pueda conocer si la regla del 80-20 aplica para los datos que se tienen, es decir, que el 80% de los saldos finales (en un mes) sean traídos por el 20% de los clientes. A partir de este resultado también se calculan índices que permiten analizar en más profundidad los datos y comprender la situación

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

real de los ingresos que se están generando en este segmento del MCI. Estos cálculos se realizan por comercial y por cada uno de los cuatro rangos. En últimas se quiere tener una imagen más detallada de la manera en que los clientes generan los ingresos para este segmento e identificar las oportunidades de mejora. Con esta información, el gerente del segmento y sus comerciales pueden tomar decisiones más acertadas y oportunas.

- Reporte de Campaña FICs

Este reporte consiste en realizar una presentación en Power Point que contenga los resultados más importantes de la campaña realizada para impulsar la adquisición de los FICs entre los diferentes clientes de los segmentos pertenecientes al MCI. Esta campaña se realizó durante los meses que van de febrero a mayo, y cada comercial tenía una meta establecida por cumplir. El reporte debía mostrar el número de clientes nuevos, es decir, que habían ingresado durante la campaña, el cumplimiento de la campaña que tuvieron cada comercial y cada segmento, el crecimiento que se evidenció en los saldos de los clientes antiguos, así como también, el número de clientes nuevos que había traído cada comercial.

Para realizar este reporte en primer lugar se obtuvieron los datos de los saldos de cada cliente, clasificando los clientes por el segmento al que pertenecían. Luego, se organizaron los datos de manera que hubiese una base de datos por cada segmento. Posteriormente, se realizaron los cálculos pertinentes a través de fórmulas de Excel para poder diferenciar entre clientes nuevos y antiguos. Finalmente, a través de tablas dinámicas y fórmulas de Excel se extrajeron los datos que se pedían para los clientes y comerciales.

Una vez se realizaron todos los cálculos en Excel con sus respectivas gráficas, se llevó esta información a una presentación en Power Point para ser expuesta ante los gerentes de cada segmento del MCI.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

- Apoyar la producción de informes trimestrales para la medición del cumplimiento de metas establecidas a los comerciales.

Antes de explicar en detalle en qué consistió esta actividad es importante introducir el concepto de los “KPIs” y su uso dentro del área empresarial. Los KPIs dan información acerca de la eficiencia y productividad que tiene un comercial, por lo que es un indicador que permite evaluar a los comerciales encargados de traer clientes a la empresa. Adicionalmente, cada comercial dependiendo del segmento al que pertenezca y a sus características particulares tendrá una forma específica para evaluarse su productividad. A nivel general, siempre se tendrá en cuenta para todos los comerciales tres aspectos básicos en su evaluación: ingresos generados, Saldos Finales (AUMs) generados, y relaciones nuevas o el número de clientes nuevos.

En esta actividad el apoyo consistió en recibir el reporte llamado “Top 10 Clientes KPIs” que enviaban los comerciales y verificar que la información allí relacionada coincidiera con lo que se tenía en las bases de datos del MCI. En este reporte los comerciales listaban los diez clientes que más ingresos generaban, con lo que asociaban un Grupo Económico y un NIT a dichos clientes, por lo que la labor consistía en confirmar la validez de la información, o en caso contrario, hacer algún tipo de retroalimentación.

Para realizar esta actividad se crea una base de datos en Excel que contiene la información recibida, posteriormente, a través de fórmulas se trae la información que se tiene en las bases de datos que utiliza el equipo y se comprueba que coincida con lo reportado por el comercial.

Adicionalmente, en el proceso de producción del informe para la medición de cumplimiento de metas por parte de los comerciales, el apoyo también consistió en la corrección del informe antes de la entrega definitiva, para esto se hizo necesario comprender el funcionamiento de las fórmulas de Excel que permitían realizar los cálculos que allí se mostraban.

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLMBIANA

- **Enviar reportes acerca de actualizaciones necesarias en las bases de datos.**

Esta actividad está catalogada como un reporte recurrente, dado que se envía dos veces al mes. Consiste en tomar la base de datos en donde se encuentra toda la información relacionada a clientes del MCI, datos como el NIT, el comercial que lo atiende, el segmento y el Grupo Económico al que pertenece, etc. Y verificar cuáles clientes no se encuentran registrados allí que fueron ingresados en los últimos días, para esto, se abre la base de datos auxiliar, la cual contiene la misma información que la anterior (exceptuando algunas columnas), sin embargo, esta última base de datos, es editada por integrantes del equipo de BI, mientras la anterior, es decir, la primera, solamente puede ser actualizada por una persona externa designada para ello, por lo que al ingresar un cliente nuevo solamente queda registrado en la base de datos auxiliar.

La actividad consiste en abrir ambas bases de datos que se encuentran en formato Excel, y a partir de una fórmula cruzar la información para comprobar que clientes nuevos no se encuentran en la base de datos que no es la auxiliar. Con esto se actualiza la información de manera oportuna y se mantiene limpia la auxiliar, dado que se va eliminando la información que ya aparece en la base de datos original. Finalmente, se envía un reporte a la persona encargada de actualizar la base de datos de clientes original.

- **Construcción de un Modelo de datos en Power Bi**

Esta actividad tenía como objetivo diseñar un modelo de datos que permitiese corregir el que ya se tenía en el Power Bi en donde se encontraba toda la información correspondiente al MCI. Dado que el modelo que se utilizaba no permitía realizar cálculos DAX complejos era necesario proponer uno nuevo que tuviese una cardinalidad o tipo de relación entre las entidades de uno a varios. Para completar esta tarea fue necesario consultar información acerca de la estructura y el

PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORFICOLOMBIANA

funcionamiento de los modelos relacionales, así como también, conceptos básicos sobre bases de datos.

Finalmente, se propuso un modelo que se adaptara a las reglas de la corporación, es decir, que pudiera dar respuesta a las necesidades de información con los datos que se tenían. Una vez estructurado el modelo relacional, se realizaron ajustes y modificaciones a las bases de datos existentes de manera que pudiera implementarse en Power Bi.

4.2 Otras actividades

- Identificar oportunidades de mejora en los procesos de reportería a través del desarrollo de Dashboards.
- Realizar consultas en las bases de datos disponibles para la entrega de información oportuna.
- Administrar los roles del equipo comercial en los tableros de información que se publican.
- Realizar el proceso designado para poder establecer el presupuesto a un comercial que ingrese nuevo en el MCI a partir de la información que ya se tiene para las vacantes en las bases de datos.
- Realización del curso de Power Bi
- Participación en reuniones mensuales.
- Envío de reportes semanales a los comerciales del MCI.

5. Conclusiones

Una vez culminada la práctica en Inteligencia de Negocios se extraen varias conclusiones, la primera de ellas es el valor que tiene generar reportes, especialmente en áreas administrativas, que permitan hacer un seguimiento y evaluación al desempeño de los clientes y funcionarios, de manera de que se puedan tomar decisiones oportunas en el momento que se requiera. En relación con lo anterior, el adecuado manejo de las bases de datos aunado a una apropiada estructuración de los modelos de datos resulta de fundamental importancia para asegurar la calidad de la información que se presenta.

Si bien tener los datos organizados bajo una estructura apropiada, y realizar reportes de manera recurrente en una organización es una tarea fundamental para el óptimo desempeño de la misma, no es en sí mismo suficiente, debido a que resulta preponderante conocer qué información se posee con la cual no se están generando nuevos análisis, sumado a ello, identificar de qué manera es posible explorar más a fondo los reportes que ya se generan. Por esta razón, dentro de las funciones de un analista de datos es esencial preguntarse por aquellos datos que aún no han recibido un análisis pertinente con un enfoque distinto. Esto es aplicable a su vez, dentro de la labor que realiza un economista dedicado a la investigación.

No obstante, sin un adecuado manejo de los softwares de análisis de datos y un conocimiento completo acerca del funcionamiento del negocio en el que se inscribe la labor del analista, resultaría imposible llevar a cabo las tareas anteriormente mencionadas. En este sentido, también se hace imprescindible el entendimiento de aquellos lenguajes de programación que al día de hoy son requeridos en estos contextos.

Referencias Bibliográficas

Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.(2018). Finanzas corporativas: enfoque central. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.uis.edu.co/?il=4203>

Brigham, E. F., Houston, J. F.(2020). *Fundamentos de administración financiera*. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.uis.edu.co/?il=10759>

Corporación Financiera Colombiana . (s.f.). Gobierno Corporativo. Recuperado de:
<https://www.corficolombiana.com/gobierno-corporativo?tab=arquitectura-de-control>

Corporación Financiera Colombiana .(s.f.). Nuestra Historia. Recuperado de:
<https://www.corficolombiana.com/nuestra-historia>

Morales, J. A. (2009). Proyectos de inversión: evaluación y formulación. McGraw-Hill.
<https://www-ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.uis.edu.co/?il=546>