

**“PROPUESTA DE GESTIÓN DE LA INFORMACION A TRAVES DEL DISEÑO DE
HERRAMIENTA BI PARA LA COMPAÑÍA DE SEGUROS XYZ”**

AUTORES:

DIANA MAIRENA PORRAS ESGUERRA – CÓDIGO 1622010279

CAROL NATALIA TOVAR ZORRO - CÓDIGO 1622010352

JOHANA VICTORIA GODOY MORENO - CÓDIGO 1622010384

VIVIANA MONTOYA ZAMBRANO – CÓDIGO 1622010440

ASESOR: Msc Ing. GIOVANNY ALEXANDER BAQUERO VILLAMIL

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS BÁSICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS EN INTELIGENCIA DE
NEGOCIOS
BOGOTÁ, D.C. 2017**

TABLA DE CONTENIDO

2	Título	3
3	Resumen	3
3.1	Español.....	3
3.2	Inglés.....	3
4	Tema	3
4.1	Dedicación	4
5	Problema	4
6	Justificación	5
7	Marco contextual	6
8	Marco conceptual	7
8.1	Sociedad de la información	7
8.2	Gestión de la información	8
8.3	Inteligencia de negocios o Business Intelligence (BI)	9
9	Estado del arte	9
9.1	Marco legal	13
10	Fundamentación del proyecto	13
10.1	Objetivo General.....	13
10.2	Objetivos Específicos, actividades y cronograma	14
10.3	Metodología	16
10.4	Presupuesto General del Proyecto.....	19
11.	Referencias	23

2 Título

“PROPUESTA DE GESTIÓN DE LA INFORMACION A TRAVES DEL DISEÑO DE HERRAMIENTA BI PARA LA COMPAÑÍA DE SEGUROS XYZ”

3 Resumen

3.1 Español

Este trabajo se ejecutará en la empresa Seguros XYZ, está enfocado en realizar mejoras en el módulo de clientes del BPM, se requiere estandarizar la recopilación y registro de la información para evitar duplicidad, al igual que se requiere realizar depuración en la base de datos para tener información real y actualizada. También se realizará cruce de información entre las bases de datos ya existentes, a través de informes generados por herramientas de BI, esto con la finalidad de validar clientes potenciales que puedan adquirir pólizas de vida, nuevo nicho de negocio que se quiere implementar dentro del marco estratégico de la compañía.

3.2 Inglés

This work will be executed in Seguros XYZ, is focused on making improvements in the BPM client module, it is necessary to standardize the collection and registration of information to avoid duplication, as it is required to perform debugging in the database for have real and updated information. Information will also be cross-referenced between existing databases, through reports generated by BI tools, in order to validate potential clients who can acquire life insurance policies, a new business niche to be implemented within the framework strategy of the company.

4 Tema

La propuesta presentada sobre la gestión de la información a través del diseño de una herramienta BI consiste en evaluar la situación actual de la organización con relación a la ejecución de una herramienta propia de la empresa llamada BPM, tiene como propósito disminuir tramites y tiempos en los procesos; a partir de esto se realizaran modificaciones a la plataforma que permitan ajustar algunas situaciones que no satisfacen totalmente el desarrollo de las actividades, por otra parte se aprovechará la información que genera con el propósito de incrementar en un 10% la ventas en el ramo vida grupo, además generar la posibilidad de identificar nuevos clientes con el análisis a las bases de datos de la empresa, esto se realizará identificando los clientes de otros productos para seleccionar de acuerdo al perfil los candidatos a obtener una póliza de este ramo.

4.1 Dedicación

Tipo de Actividad	Sub-actividad	% de Dedicación
Investigación teórico	Módulos Especialización	15
Diseño del Proyecto	Enfoque Ramo Vida Grupo	25
Desarrollo	Prototipo/Piloto	30
	Ambiente de Producción	30

Tabla 1. Porcentaje de tiempo en ejecución del proyecto

5 Problema

Seguros XYZ, una compañía con más de 100 años en el mercado y una de las empresas más grandes del mundo, en Colombia se encuentra en 22 ciudades y con más de 800 empleados que trabajan por el propósito de ayudar a vivir vidas más seguras y protegidas. Se cuenta con un amplio portafolio de productos y servicios dirigido a personas y a empresas. En la compañía se ha realizado a través de los años diversos esquemas de organización; el ultimo aprobado y ejecutado aproximadamente hace cinco años se enfatizó en organizar el personal de acuerdo a la labor que desempeña y convirtiéndose en una multinacional que perdió la dimensión de su objeto social en los últimos tres años, muestra de esto que entre el año 2014 y 2016 con un activo total de \$1.551.916 millones de pesos y un pasivo de \$1.242.688 millones de pesos se hallan pagado \$251.566 millones de pesos en siniestros siendo el 2016 el año más bajo en cifras a favor de la compañía pero el más alto en el pago por siniestralidad esto se ve reflejado en el producto de Autos y Soat, esta disminución de ingresos creado por obligaciones con los clientes reviste la posibilidad de generar un enfoque en otro tipo de línea de seguro, donde la información que se obtenga de clientes es de vital importancia para la construcción de una nueva estrategia que permita captar mayores ingresos.

En la compañía es importante revisar el manejo que ha tenido a nivel internacional para de esta forma poder proponer en Colombia sistemas y plataformas donde se pueda consolidar y manejar la información de forma correcta y segura, minimizando tiempos de búsqueda, ejecutando procesos alineados y efectivos que brinden al personal soluciones a la mano; si logra obtener información de cómo se maneja el mercado con otras compañías aseguradoras ingresarán a un mercado objetivo como empresas Pymes y apostando al ramo de Vida Grupo ya que los negocios con empresas grandes son más difíciles de recuperar en el momento de perder los ingresos que estas compañías generan, es conveniente crear productos para un mínimo de personas que beneficie al momento de

brindar e indemnizar por diversas causas sin perjudicar por grandes cantidades de dinero, actualmente se pagan sumas exageradas por falta de investigación al momento de incluir amparos para seguros que ofrecen o al contrario se niegan erradamente por no estar alineados con la información se objetan y el resultado final es perder clientes.

6 Justificación

Se propone realizar un diseño incluyendo en el último aplicativo creado por la compañía que es el Business Process Management BPM donde se radican las solicitudes para expedición de pólizas en diversos Ramos el manejo de información documental para alinear procesos y que no se requiera solicitar a los clientes documentos que ya se encuentren guardados en la plataforma, esto para evitar molestias para los asegurados al momento de expedir sus negocios; además con esto disminuir aplicativos y conectar la información que sea necesaria involucrando áreas según sea el caso; de acuerdo a las cifras el segmento de autos es el de mayor participación para la empresa, las primas netas acumuladas en autos sumaban 34,1% del total de la firma pero como se evidencia la cifra en siniestros pagados se eleva por este mismo, posteriormente se ubican los seguros de vida, con 18,1% por esto se trabaja actualmente para incrementar este porcentaje.

Que la compañía cuente con una herramienta que permita a cada Gerente de sucursal la información de clientes con una breve descripción de su objeto social, cuántos empleados la conforman y demás información que permite contactar y ofrecer otros tipos de productos y abrir un mercado potencial donde si adquiere su póliza de seguro en daños logren ofrecerle también un vida grupo para sus empleados con ciertos beneficios por su fidelidad donde se incentive el cross selling (ventas cruzadas). Se realizaran presentaciones enviadas a los correos corporativos de los funcionarios para enseñar el manejo adecuado de la información interna, no será necesario que todos tengan acceso a ella con solo saber de qué se trata, como se maneja y quien la utiliza, si alguien requiere de esta saber a dónde dirigirse y dirigir al cliente. También será posible alinear procesos y hacer que internamente todas las áreas trabajen en equipo logrando que con una llamada y respuestas acertadas no alargan el tiempo de espera para respuestas y requerimientos que hacen los clientes, de esta forma si manejamos al pequeño empresario se lograra atracción masiva de personas emprendedoras que quieran comenzar sus negocios con el acompañamiento de una buena compañía de seguros; de igual forma nos permite realizar las ventas cruzadas, con una base de datos amplia de

clientes podremos establecer campañas dependiendo el perfil, inclusive permite a traer aquellos asegurados que en algún momento tuvieron vínculo con nosotros y que actualmente no cuentan con ningún producto, o aquellas que su seguro está muy próximo a vencer.

7 Marco contextual

Comprender el contexto en el cual se originó el proyecto de gestión de la información en Seguros XYZ, implica necesariamente comprender la dinámica mundial en torno al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) y concreto sobre la sociedad de la información. En este sentido la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) presentó en 2015 informe mundial sobre medición de sociedad de la información, donde países en desarrollo tienen los más bajos niveles de conectividad. El estudio reveló que la conectividad en hogares de países en desarrollo se encuentra en un 6,7%, que contrasta con 46% de conectividad promedio de hogares en el mundo y el 80% en países desarrollados (UIT, 2015). Estos datos ponen en relevancia altos niveles de inequidad presentes en países de América Latina, donde Brasil, Barbados y Colombia registraron un ascenso muy importante. Un informe similar pero enfocado al contexto colombiano, fue presentado en agosto de 2016 por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) que recalca que Colombia está pasando por proceso de desarrollo y avance tecnológico, sobre todo el uso de las TIC, permitiendo que se comience a hablar de una economía digital: “Su revolución ha abaratado y potenciado las tecnologías, al tiempo que ha estandarizado ampliamente, mejorando los procesos comerciales e impulsando la innovación en sectores de la economía” (CRC, 2016, p. 4). En este informe pone de relieve que el período 2005 – 2013, Colombia ocupó el primer lugar en digitalización de la economía, tomando como base el porcentaje de inversión respecto al Producto Interno Bruto (PIB), seguido por Perú, Brasil, Argentina y Chile.

Un efecto de este nivel de inversión pone de manifiesto los avances tecnológicos, conectividad de banda ancha, servicios TIC e infraestructura, pero también las políticas públicas emprendidas por el gobierno Santos como el Plan Vive Digital para la gente (2014-2018) (CRC, 2016). Es bajo este contexto global, regional y nacional que Seguros XYZ, se ha comprometido en desarrollar una plataforma sólida de información y comunicaciones, como es el Business Process Management (BPM) con el cual pretende no sólo sistematizar procesos, también cumplir con las exigencias propias de Ley Sarbanes Oxley, cuyo sustento son las buenas prácticas que deben

soportar las actividades de empresas que cotizan en la Bolsa de Nueva York. En síntesis, con el desarrollo tecnológico registrado por Colombia, se prevé que los procesos de gestión de información de Seguros XYZ alcancen un notable nivel de eficiencia.

8 Marco conceptual

Para el desarrollo del marco conceptual, objeto del presente estudio, se toman como unidades de análisis la sociedad de la información, gestión de la información e inteligencia de negocios o *business intelligence (BI)*.

8.1 Sociedad de la información

Inicialmente, diversos autores como Araiza (2012) y Ruiz (2014) destacan el carácter polisémico de la noción de sociedad de la información. Esta situación obedece a varios factores, siendo entre estos que ha sido un concepto tratado por múltiples disciplinas y, por ende, diversos enfoques y autores, quienes plantean perspectivas distintas para su comprensión: “distintos objetos de análisis, focos de atención divergentes, metodologías opuestas, intenciones diferentes, conclusiones desparejas y prospectivas por momentos irreconciliables se conjugan en el elevado número de producciones que la sociedad informacional viene suscitando” (Araiza, 2012, p. 36). A partir de esta aclaración, Ruiz (2014) identifica el origen de dicha noción en el sociólogo Yoneji Masuda en 1980, quien para esta época subraya el nacimiento de una nueva época, caracterizada por la información, pero teniendo como principal herramienta la tecnología de las comunicaciones, pero asignando una perspectiva ciertamente negativa, puesto que afirma que esta sociedad estará unida por una “red global de información y conocimiento, dirigida hacia la formación de una conciencia global, que barrerá las diferencias de culturas, intereses y nacionalidades” (p. 56).

Precisando más el concepto, Zillien (2013) plantea que el mismo corresponde a un proceso que se concretiza con un conocimiento, luego no se limita únicamente a ser un consumo, sino que es ante todo una apropiación: “El procesamiento de la información (en el sentido de su selección, evaluación, categorización e interconexión) es un proceso ligado a las personas y que resulta en conocimiento (...) el conocimiento es una actividad que requiere de la apropiación y no solo del consumo” (p. 7).

Profundizando, autores como Webster, citado por Araiza (2012) identifican las características inherentes a la sociedad de la información, siendo entre estas innovación tecnológica, representado en la forma como la sociedad asume las TIC; cambio ocupacional en un grupo significativo de la población que utiliza la información, sobre todo el sector terciario de la economía o de servicios; valor económico generado por las industrias de la información (educación, ordenadores, medios, publicidad, etc.); flujos de información, sobre todo en las redes; expansión de símbolos y señales que inciden profundamente en la cultura y; conocimiento teórico, incorporado por la sociedad del conocimiento. No obstante, existen voces críticas frente al significado y fines de la sociedad de la información, como es el caso de Valderrama (2012) quien subraya que la misma obedece a un proyecto hegemónico, sistemático y calculado con el objetivo de generar subjetividades tecnológicas. Pese a estas posturas, un tanto radicales, es evidente que la sociedad de la información no se puede circunscribir a un ámbito tan limitado, ya que su puesta en práctica ha sido aprovechado y utilizado por todos los sectores de la sociedad, incluidas estas voces críticas, luego es dable subrayar la existencia de mayores beneficios a la sociedad que posibles perjuicios.

8.2 Gestión de la información

La gestión de la información es un concepto que se ha estado consolidando en la medida que el uso y desarrollo de las TIC ha permitido encontrar nuevos escenarios de actuación. En ese sentido, es entendida inicialmente por Blázquez (2013) como un proceso basado en el análisis y utilización de la información con el objetivo de tomar decisiones suficientemente documentas: “la información para la gestión, sería la información necesaria para tomar decisiones de gestión” (p. 24). Esto significa que la gestión para la información es ante todo un recurso fundamental de las organizaciones, orientado a tener un mejor conocimiento sobre el aspecto frente al cual están recabando información. Otro de los aportes proviene de Vidal y Araña (2012) quienes dicen que corresponde a un “proceso de organizar, evaluar, presentar, comparar los datos en un determinado contexto, controlando su calidad, de manera que esta sea veraz, oportuna, significativa, exacta y útil y que esta información esté disponible en el momento que se le necesite” (p. 474). Esta definición abarca los elementos que hacen parte de una gestión de la información en cualquier entorno, en el que se busca un manejo adecuado de la información, la cual incluye necesariamente documentos, publicaciones, metodologías, soportes y demás flujo de documentos que requieran ser socializados o enviados a determinadas personas.

Desde una perspectiva más empresarial, Rodríguez (2002) plantea que esta noción se debe orientar como un recurso económico, ya que al ser procesada adquiere un mayor valor, de ahí que la defina como un nuevo concepto que se direcciona al “manejo de la inteligencia corporativa de una organización, que permite la estructuración interna a las organizaciones y les permite reaccionar ante los cambios del entorno” (p. 23). En resumen, se puede decir que la gestión de la información es un proceso y recurso económico de las organizaciones, el cual se encuentra definido por todos aquellos procedimientos llevados a cabo en un entorno de TIC, que conlleva a una transformación de dicha información, que la convierte en uno de los principales activos de la organización.

8.3 Inteligencia de negocios o Business Intelligence (BI)

La Inteligencia de negocios (BI) es definida como un “conjunto de estrategias y herramientas para la administración y creación de conocimiento a partir del análisis de los datos existentes en una organización o empresa” (Marchena y Reinoso, 2016, p. 4). Profundizando, los mismos autores precisan que estas estrategias de BI se enmarcan como un proceso de negocio que pretende extraer el conocimiento inherente que se encuentra en la información interna como externa. En este sentido, se identifican como principales herramientas tecnológicas de BI las siguientes: integración de datos, que se realiza a través de procesos ETL, los cuales terminan consolidándose en un base de datos (DWH); modelado de datos a través de un software que construye un modelo lógico; reporting que es un programa que presenta informes conforme a los indicadores y dimensiones previamente decididos; Cuadros de mando, que permite la visualización rápida de los indicadores más relevantes; el procesamiento analítico en línea u OLAP, que permite un análisis integral y multidimensional de los datos y; minería de datos o *data Mining*, con la información más sensible para el tema de la predicción de tendencias.

9 Estado del arte

Son múltiples las investigaciones que en las últimas décadas vienen desarrollando el uso de las tecnologías en entornos de la sociedad de la información, en los procesos de gestión de información y en la inteligencia de negocios (BI). Al ser cada uno de estos elementos parte integral del presente estudio, en el presente apartado se tomarán en cuenta tanto las investigaciones que

versan con los elementos generales del trabajo, como es la sociedad de la información, para terminar con aquellas contribuciones sobre BI.

Una vez hecha esta aclaración, vale decir que una de las investigaciones es el trabajo de Bennett (2014) quien tiene como objetivo analizar el desarrollo de las TIC en el ámbito empresarial. En ese sentido, primero identifica aquellos organismos internacionales que se encuentran relacionados con las tecnologías, siendo los más importantes la UIT, que año tras año informa sobre el acceso digital, ubicando a los países en cuatro categorías: elevada, media alta, media baja y baja. También se menciona la labor desplegada por la ONU, que hace estudios más sistemáticos sobre los adelantos en la región de las Américas. Las conclusiones a las que llega Bennett (2014) indican cómo en América Latina las principales barreras en relación con la consolidación de la sociedad de la información, están representadas en una limitada infraestructura y escases de recursos económicos. Esto conlleva a que las empresas tengan mayores limitaciones a la hora de implementar nuevas tecnologías y, por ende, dificultades para innovar.

Otro de los aportes frente a la sociedad de la información es el trabajo de Ruiz (2014) quien tiene como objetivo central describir y evaluar el impacto de las nuevas tecnologías frente al desarrollo de la sociedad de la información. Una de las conclusiones a las que se llega es la existencia de una paradoja, representada en que por un lado desaparecieron los límites espaciales propios de los comunitario, llevando con ello a un declive de la comunidad tradicional, pero, por otro lado, se ha llevado a cabo un incremento sustancial de las interacciones e intercambios, posibilitando la creación de nuevas comunidades virtuales. Igual importancia toma el trabajo de Blázquez (2013), relativo a la gestión de la información, quien toma como objetivo principal valorar la “importancia de la gestión de la información y comunicación como condición clave para otorgar al conocimiento un valor estratégico en la organización” (p. 23). Los resultados de la investigación concluyen que la información y la comunicación son esenciales para una organización ya que le permiten otorgar al conocimiento un valor estratégico, el cual debe ser asimilado por directivos como por trabajadores en general. Esto implica que las organizaciones deben llevar a cabo un proceso de formación y capacitación sobre el uso de herramientas tecnológicas, pero también crear entornos adecuados para la seguridad, pero a su vez de fluidez de la información.

De otro lado, en relación con la Inteligencia de Negocios (BI), uno de los aportes se encuentra en Cano (2007), quien tiene como objetivo caracterizar los rasgos esenciales de BI, pero a su vez mostrar las principales experiencias en España. Dentro de las conclusiones a las que llega es que BI ha supuesto pasar de ser una herramienta de nivel táctico a estratégico, es decir a planificar la estrategia de las organizaciones, pero también de su forma de operar, que requiere sin duda de recursos económicos y metodología clara sobre cómo usar BI.

Asimismo, Rosado y Rico (2010) presentan un estado del arte sobre algunas de las herramientas tecnológicas que hacen posible hacer BI. En ese sentido, identifican como las más relevantes las siguientes: “Data Warehouse (Bodega de Datos), Olap (Cubos Procesamiento Analítico en Línea), Balance Scorecard (Cuadro de Mando) y Data Mining (Minería de Datos)” (p. 320). Señalan al respecto, como parte de las conclusiones, que BI proporciona una forma rápida y efectiva para manejar todo el proceso de la información procedente de los datos corporativos que tenga la organización (recopilar, presentar, distribuir, formatear, abstraer).

Flórez (2012) pretende en su investigación señalar los elementos esenciales de BI como apoyo a la gerencia para la toma de decisiones. Inicialmente, destaca algunos instrumentos que debe tener la gerencia para la extracción de datos, entre los que recomienda ETL, OLAP, Dashboard, Minería de datos, etc. Concluye subrayando que BI es ante todo una herramienta sólida de una organización ya que procura un mayor rendimiento en el manejo de la información, el cual se materializa en una abstracción de conocimiento. Asimismo, en el aporte de Narváez et al. (2013) se presenta como objetivo principal describir una solución de BI en relación con la gestión de recursos educativos de la Universidad de Málaga. El análisis de esta experiencia los llevó a concluir que BI “permite que unidades y proyectos específicos dentro de una organización dispongan de sus beneficios, sin esperar una iniciativa empresarial que puede nunca llegar” (p. 18). No obstante, precisa que el campo de aplicación de BI todavía se encuentra en una etapa inmadura, ya que requiere de un mayor conocimiento y experiencias para delimitar con claridad sus posibles líneas de acción.

En esta línea de investigación, también se encuentra el aporte de Marchena, Reinoso y Ortega (2014) quienes tienen como objetivo central identificar los elementos esenciales de la solución BI

para las organizaciones, pero tomando como base los cuadros de mando integral como una herramienta clara de BI. Dentro de las principales conclusiones, destacan que con la implementación de BI los responsables en cada una de las áreas de la organización están en condiciones de utilizar los cuadros de mando para hacer el análisis respectivo y, por ende, tomar la decisión más adecuada. Asimismo, que a través del cuadro de mando es posible que todos los miembros de la organización tengan una visión gráfica y visual de todos los indicadores que inciden en la empresa, permitiendo que en su conjunto se puedan tomar las mejores decisiones.

Desde otra perspectiva Prat (2015) propone la implementación de un sistema BI que posibilite una gestión integral de una entidad pública de gran importancia como el Ministerio de Defensa. La relevancia de este trabajo estriba en que identifica la interrelación entre los principales elementos de la BI como son los datos, la información y el conocimiento. Una de las conclusiones a la que llegan estos autores, es subrayar cómo a través de BI es posible llevar a cabo una gestión más eficiente de la organización en materia de información, pues ello permite que se puedan “detectar las ineficiencias y corregirlas, eliminar Unidades o procesos que no aporten valor al Departamento, medir los costes de las Unidades actuales, o de los desarrollos” (p. 41). Esto sin duda se puede realizar, pero requiere de la existencia de un sistema informático único, el cual permite tener también una base de datos unificada y sistematizada.

En esa misma perspectiva, la investigación realizada por Marchena y Reinoso (2016) hace un análisis sobre experiencias basadas en BI que se pueden utilizar para la toma de decisiones. En ese sentido señalan las estrategias Europa 2020 y Universidad 2015 como los más representativos, puesto que permitieron reforzar determinados aspectos: crecimiento inteligente, crecimiento sostenible y crecimiento integrador. También identifica el proyecto *Open Data* o Gobierno Abierto, con el cual se pretende que todos los ciudadanos estén informados sobre las actividades de la Administración pública en sus diversos niveles.

9.1 Marco legal

Para desarrollar el proyecto la compañía tiene establecidas: La ley Habeas Data, Política de Tratamiento de Datos Personales acordes con la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios donde establece los términos y condiciones bajo las cuales Seguros XYZ lleva a cabo la recolección, almacenamiento, uso, circulación, supresión y en general el tratamiento de datos de los titulares de la información, sean estos consumidores financieros (clientes actuales, potenciales y usuarios), intermediarios de seguros, proveedores o empleados. Contiene las condiciones de seguridad y confidencialidad con la que será procesada dicha información y los procedimientos establecidos para que los titulares de los datos puedan ejercer los derechos a conocer, actualizar, rectificar, suprimir información y revocar la autorización; donde la compañía podrá hacer uso de la información para transmitir tales datos en bases de datos a servidores controlados por Seguros XYZ, transmitir a consultores y asesores que representan los derechos de Seguros XYZ, a intermediarios de seguros, a FASECOLDA e INVERFAS S.A., a otros países donde operen las empresas del Grupo Seguros XYZ. Se basa también En el Código de Comercio Capítulo III Seguros de Personas Sección I principios comunes a los seguros de personas, Art. 1137 a 1150; Sección II Seguro de Vida, Art. 1151 a 1162; teniendo en cuenta que su mercado objetivo será la empresa pequeña y Pyme enfocado al sector de empresas con coberturas específicas para cada tipo de negocio. Por ejemplo, coberturas específicas para restaurantes, peluquerías, supermercados, cafeterías, entre otros.

10 Fundamentación del proyecto

10.1 Objetivo General

Incrementar la participación de la compañía de Seguros XYZ en el mercado de Seguros de VIDA en un 10 % por medio de la adecuación de la plataforma BPM en la categoría de clientes.

10.2 Objetivos Específicos, actividades y cronograma

Objetivo Específico No. 1							
Adecuar plataforma BPM para que los usuarios tenga acceso a información de posibles clientes para el ramo en vida							
Alcance							
Ajustar la herramienta creando campos de búsqueda directa que permitan descargar o visualizar los soportes necesarios para el estudio del cliente.							
Actividades							
No	Descripción	Cronograma					
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	Identificar los posibles filtros de creación que contienen la información requerida para el estudio de mercado objetivo	X					
2	Seleccionar según categoría identificada en la actividad N° 1 la forma de ubicarlos en la herramienta brindando facilidad de búsqueda para los usuarios	X					

Objetivo Específico No. 2							
Integrar áreas asociadas sobre la búsqueda de clientes posibles para la adquisición de pólizas en el ramo de Vida Grupo							
Alcance							
Determinar cuáles son las áreas que se involucraran para el acceso a la información de los clientes							
Actividades							
No	Descripción	Cronograma					
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	Identificar cuáles son las áreas que requieren de la información y serán directamente beneficiadas del proceso	X					
2	Seleccionar según categoría identificada en la actividad N° 1 cantidad de personas para creación de usuarios y permisos con el debido trato de confidencialidad de la información	X					

Objetivo Específico No. 3

Identificar las diferentes bases de datos que se generan en la plataforma BPM para procesar y consolidar la información que es requerida

Alcance

Determinar la cantidad de información que se exporta del programa para hallar fortalezas y debilidades

Actividades

No	Descripción	Cronograma					
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	Identificar cantidad de bases de datos y categorizar la importancia de la información según filas y columnas		X				
2	Seleccionar según categoría identificada en la actividad N° 1 para eliminar o fortalecer la información de las bases de datos		X				

Objetivo Específico No. 4

Diseñar en la plataforma BPM reportes que generen la ubicación de la información documental y bases de datos ya diseñadas

Alcance

Descargar bases que logren el manejo adecuado de la plataforma por el interesado

Actividades

No	Descripción	Cronograma					
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	Diseñar forma de visualización para el manejo de plataforma ubicando según la importancia de bases definitivas			X			
2	Presentar según categoría identificada en la actividad N° 1 formato final a los usuarios interesados para aprobación				X		

Objetivo Específico No. 5							
Definir el manejo y venta del producto para clientes de empresas pymes que generen beneficio a la compañía en el momento de prestar nuestros servicios							
Alcance							
Identificar posibles clientes con información interna y estudios de un mercado objetivo							
Actividades							
No	Descripción	Cronograma					
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	Analizar mercado objetivo con información interna y externa de posibles necesidades para empresas pymes				X		
2	Definir según categoría identificada en la actividad N° 1 forma de presentación del producto para el cliente final					X	X

10.3 Metodología

El tipo de adecuación que se propondrá en este proyecto va encaminado a transformar una herramienta creada para mejorar y optimizar procesos de negocios en la organización que a medida de su manejo requiere mejoras internas la cual será de tipo experimental y con el fin de lograr un estudio productivo, definido como una disciplina o enfoque disciplinado orientado a los procesos de negocio, pero realizando un enfoque integral entre procesos, personas y tecnologías de la información. BPM busca identificar, diseñar, ejecutar, documentar, monitorear, controlar y medir los procesos de negocios que una organización implementa (SANCHEZ SCHENONE, 2011). Se busca aumentar la participación de la compañía en un mercado competitivo dirigido a clientes en seguros de vida en un porcentaje considerado, que marque la diferencia entre los resultados de años anteriores y las demás compañías aseguradoras del país.

A partir del propósito y justificación que hemos podido trabajar teniendo claro la información plasmada en el Acta de Constitución y de cuáles son los objetivos a los que queremos llegar en nuestro proyecto es importante conocer cómo se basa este en las diez áreas del conocimiento para

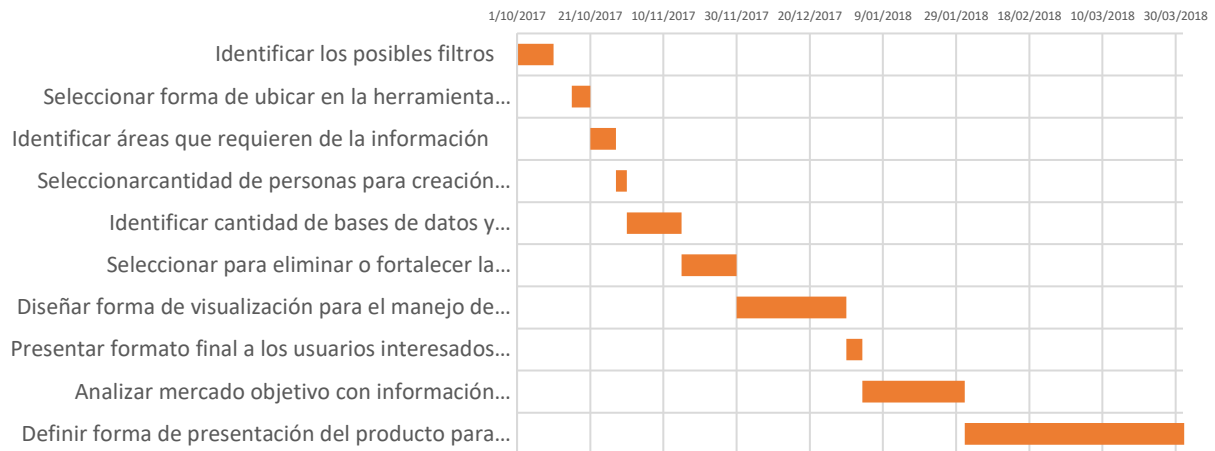
el desarrollo de un buen plan, por esto trabajaremos en cada una de estas para la estrategia que tiene la compañía de abrir su mercado objetivo en este 2017.

El tipo de adecuación va orientado a proponer la transformación una herramienta creada para optimizar procesos de negocios en la organización que ya se encuentra en ejecución pero que con su manejo requiere mejoras internas esto con el fin de lograr un estudio productivo, definido como enfoque y orientado a los procesos de negocio pero realizando un interface entre personas y tecnologías de la información. De acuerdo con la información la propuesta para el desarrollo se presenta:



Grafico 1. Estructura de desglose de trabajo EDT. Grafico propio.

CRONOGRAMA



	Definir forma de presentación del producto para el cliente final	Analizar mercado objetivo con información interna y externa de posibles necesidades para empresas pymes	Presentar formato final a los usuarios interesados para aprobación	Diseñar forma de visualización para el manejo de plataforma	Seleccionar para eliminar o fortalecer la información de las bases de datos	Identificar cantidad de bases de datos y categorizar la importancia de la información según filas y columnas	Seleccionar cantidad de personas para creación de usuarios y permisos con el debido trato de confidencialidad de la información	Identificar áreas que requieren de la información	Seleccionar forma de ubicar en la herramienta brindando facilidad de búsqueda para los usuarios	Identificar los posibles filtros
FECHA DE INICIO	31/01/2018	3/01/2018	30/12/2017	30/11/2017	15/11/2017	31/10/2017	28/10/2017	21/10/2017	16/10/2017	1/10/2017
DURACIÓN	60	28	4	30	15	15	3	7	5	10

Grafico 2. Desarrollo de cronograma. Grafico propio.

10.4 Presupuesto General del Proyecto

PRESUPUESTO				
ID	ACTIVIDAD	RECURSOS DE TRABAJO		COSTO
		TIPO	CANTIDAD	
1.	PLANEACIÓN			
1.1.	Recopilación de Información	LIDER FUNCIONAL	1	\$ 2.000.000
1.2	Estudios Previos	GESTOR DE REQUISITOS	1	\$ 1.500.000
1.3.	Definición de Problemática	COMPUTADORES	1	\$ 1.500.000
1.4.	Establecimiento de soluciones			\$ 2.000.000
2.	ANALISIS Y DISEÑO			
2.1.	Especificación Funcional	LIDER TECNICO	1	\$ 1.500.000
2.2.	Diseño Técnico y Funcional	DESARROLLADOR	1	\$ 1.800.000
2.3.	Requerimientos Funcionales	COMPUTADOR	2	\$ 2.000.000
2.4.	Documentación Funcional			\$ 2.000.000
3.	DESARROLLO			
3.1.	Lenguaje de Programación			\$ 1.800.000
3.1.1.	Políticas de Restricción para impedir duplicidad	DESARROLLADOR	1	\$ 3.500.000
3.2.	Modificación del módulo de Gestión de Clientes	LIDER TECNICO	1	\$ 1.500.000
3.2.1.	Depuración de Base de Datos	COMPUTADOR	2	\$ 1.500.000
3.3.	Elección de Base de Datos			\$ 1.500.000
3.3.1.	Elaboración de Reportes de Minería			\$ 1.500.000
3.3.2.	Generar Reporte	LIDER FUNCIONAL	1	\$ 1.500.000
3.4	Pruebas Unitarias	COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000
3.5	Elaboración de Documentación			\$ 4.800.000
4.	PRUEBAS			
4.1.	Ambiente de Pruebas	LIDER TÉCNICO	1	\$ 1.500.000
4.2.	Pruebas Integrales	COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000
4.3.	Pruebas de Aceptación	DESARROLLADOR	1	\$ 1.800.000
4.4.	Certificación Técnica			\$ 5.500.000
5.	Entrega y Aprobación			
5.1.	Resultados Pruebas	LIDER FUNCIONAL	1	\$ 2.000.000
5.2.	Modulo Ambiente de Pruebas	GESTOR DE REQUISITOS	1	\$ 1.500.000
5.3.	Modulo Ambiente Productivo	DESARROLLADOR	1	\$ 1.800.000
5.4.	Reporte Ambiente de Pruebas	LIDER TÉCNICO	1	\$ 1.500.000
5.5.	Reporte Ambiente Productivo	COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000
COSTO TOTAL				\$ 52.000.000
IMPREVISTOS				\$ 18.500.000

		TIO	13,80%			
FLUJO DE EFECTIVO ALTERNATIVA 1						
ITEM	INVERSION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
	YBOT	\$ 12.704.700	\$ 14.610.405	\$ 15.245.640	\$ 15.880.875	
(-)	COT	\$ 8.360.538	\$ 9.389.619	\$ 9.732.646	\$ 10.075.673	
(-)	DEPRECIACIÓN	\$ 337.304	\$ 337.304	\$ 337.304	\$ 337.304	
(=)	YNOATX	\$ 4.006.858	\$ 4.883.482	\$ 5.175.690	\$ 5.467.898	
(-)	TX	35,00% \$ 1.402.400	\$ 1.709.219	\$ 1.811.492	\$ 1.913.764	
(=)	YNODTX	\$ 2.604.458	\$ 3.174.263	\$ 3.364.199	\$ 3.554.134	
(+)	DEPRECIACIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(+)	GON	35% \$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=)	FNEH	\$ -70.500.000	\$ 2.604.458	\$ 3.174.263	\$ 3.364.199	\$ 3.554.134
(*)	INFLACIÓN		0,9434	0,8917	0,8444	0,8011
(=)	FNEI	\$ -70.500.000	\$ 2.457.035	\$ 2.830.424	\$ 2.840.705	\$ 2.847.329

INDICADORES

CORRIENTES	
VPN(I)	\$ -62.530.428
TIR (I)	-47,14%
B/C (I)	0,113043581

Análisis Financiero (Alternativa 1)

Dadas las condiciones iniciales para el proyecto y según los resultados del flujo de efectivo, optamos por rechazar el proyecto ya que no es factible bajo estas condiciones:

- VPN < 0 ya que corresponde a \$-62.530.428
- TIR < TIO, la TIR equivale a -47,14% y la TIO a 13,80%
- Relación Beneficio Costo < 1 ya que el resultado final es 0,113043

Gracias a los anteriores resultados podemos concluir que nuestro proyecto no es capaz de producir suficiente dinero para lograr recuperar lo que se invierte en él, no se considera interesante económicamente al no ofrecer dinero disponible en el periodo cero, lo que adicionalmente trae

consigo una tasa (TIR) negativa que no es la esperada por los inversionistas concluyendo que los beneficios esperados no son las cifras esperadas para lograr cubrir la inversión inicial.

Para no cerrar las opciones ni las oportunidades que genera el mercado de seguros en el ramo vida grupo se sugiere un segundo escenario (Alternativa 2) donde los inversionistas podrán tomar decisiones y comparar lo que para la compañía pueda ser visto como la mejor opción.

						TIO	14,02%
FLUJO DE EFECTIVO ALTERNATIVA 2							
ITEM	INVERSION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
	YBOT	\$ 31.761.750	\$ 34.937.925	\$ 38.431.718	\$ 42.274.889		
(-)	COT	\$ 10.000.000	\$ 10.500.000	\$ 11.025.000	\$ 11.576.250		
(-)	DEPRECIACIÓN	\$ 337.304	\$ 337.304	\$ 337.304	\$ 337.304		
(=)	YNOATX	\$ 21.424.446	\$ 24.100.621	\$ 27.069.413	\$ 30.361.335		
(-)	TX	35,00%	\$ 7.498.556	\$ 8.435.217	\$ 9.474.295	\$ 10.626.467	
(=)	YNODTX	\$ 13.925.890	\$ 15.665.404	\$ 17.595.119	\$ 19.734.868		
(+)	DEPRECIACIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
(+)	GON	35%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=)	FNEH	\$ -40.000.000	\$ 13.925.890	\$ 15.665.404	\$ 17.595.119	\$ 19.734.868	
(*)	INFLACIÓN		0,9434	0,8917	0,8444	0,8011	
(=)	FNEI	\$ -40.000.000	\$ 13.137.632	\$ 13.968.509	\$ 14.857.192	\$ 15.810.229	

INDICADORES

CORRIENTES	
VPN(I)	\$ 1.641.038
TIR (I)	15,95%
B/C (I)	1,041025941

Análisis Financiero (Alternativa 2)

Para un óptimo análisis es importante resaltar que el VPN mide cuanto valor es creado o adicionado por llevar a cabo una inversión determinada, únicamente los proyectos de inversión con un VPN positivo podrán ser considerados factibles para poder invertir en ellos, bajo estas condiciones:

- a) $VPN > 0$ ya que corresponde a \$1.641.038
- b) $TIR > TIO$, la TIR equivale a 15,95% y la TIO a 14,02%
- c) Relación Beneficio Costo > 1 ya que el resultado final es 1,041025

Para que la compañía XYZ pueda aplicar este modelo financiero basado en la Alternativa No 2, se sugiere una nueva opción económica, donde los costos deberán optimizarse de manera eficiente aprovechando al máximo su recurso humano y principalmente buscando mejorar los procesos internos para sacar provecho de sus bases de datos y aumentar su fuerza comercial en el ramo Vida Grupo lo que podrá asegurar un crecimiento en ventas pasando de \$12.704.700 (Cifras proyectadas en Alternativa Financiera No 1) a \$31.761.750 (Cifras proyectadas en Alternativa Financiera No 2) logrando recuperar y optimizar su inversión en el corto plazo. Se debe considerar una mejora presupuestal dentro del sector seguros en el ramo de Vida Grupo en BI ya que con una menor inversión “\$40.000.000” (Según comparación Alternativa 1 y 2) se logra optimizar el valor de la inversión convirtiendo el proyecto en una alternativa factible y atractiva para los inversionistas.

Importante resaltar que se pueden aprovechar los recursos físicos y humanos que ya posee la organización para buscar incrementar el presupuesto en marketing y en BI, buscando obtener mayores resultados en sus flujos de efectivo ya que es un sector bastante competido, tiende a ser cambiante, exige actualidad, seguridad, confiabilidad y rapidez ya que las necesidades no son las mismas para todos los clientes, haciendo que el BI sea un Ítem de creación y reconocimiento para lograr crear diferenciación frente a su competencia directa.

11. Referencias

- Araiza, V. (2012). Pensar la sociedad de la información/conocimiento. *Revista Biblioteca Universitaria*. 15(1), 35-47.
- Bennett, J. E. (2014). Desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el mundo empresarial. *Revista Unimar*. 32(1), 127-139.
- Blázquez, A. (2013). La información y comunicación, claves para la gestión del conocimiento empresarial. *Revista Dimens empres*. 11(1), 23-32.
- Cano, J. L. (2007). *Business Intelligence: competir con información*. España: Fundación Cultural Banesto.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC). (2016). *Hacia una medición de la economía digital en Colombia. Documento de consulta*. Bogotá: autor. Recuperado de Flórez, H. A. (2012) Inteligencia de negocios como apoyo a la toma de decisiones en la gerencia. *Revista Vínculos*. (9), Gil, I. y Collado, J. (2016). Business Intelligence.
- Marchena, N. S y Reinoso, A. y Ortega, J. (2016). Solución Business Intelligence (BI) corporativa. Transformando datos en conocimiento. *Revista Tecnología y Desarrollo*. XII, 1-21.
- Marchena, N. S y Reinoso, A. (2016). Herramientas basadas en business Intelligence (BI) Para la toma de decisiones en el ámbito de la gestión universitaria. *Revista Tecnología y Desarrollo*. XIV, 1-19.
- Narváez, J. A., Monsalve, C. A., Bustamante, A., Amaru, E. y Gómez, L. C. (2013). Solución de inteligencia de negocios para la gestión de recursos educativos y espacios físicos en la Universidad de Málaga. *Revista Avances. Investigación en ingeniería*. 10(1), 9-20.
- Prat, Lorenzo. (2015). El business Intelligence aplicado al Ministerio de Defensa. *Revista Atlantic Review of Economics*. (2), 1-47.
- Rodríguez, K. (2002). Gestión de la información en las organizaciones. *Revista Bibliotecas*. 1(2), 19-34.
- Ruiz, I. (2014). Claves para comprender la sociedad de la información. *Revista Comunicación y Hombre*. (10), 53-69.

- Unión Internacional de Telecomunicaciones. (UIT). (2015). *Informe sobre medición de la sociedad de la información*. Ginebra: autor. Recuperado de
- Valderrama, C. E. (2012). Sociedad de la información: hegemonía, reduccionismo tecnológico y resistencias. *Revista Nómadas*. (36), 13-29.
- Vidal, M. J. y Araña, A. B. (2012). Gestión de la información y el conocimiento. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*. 26(3) ,474-484.
- Zillien, N. (2013). La sociedad de la información y del conocimiento: autognosis de la modernidad. En: Zillien et al. (2013). *La sociedad de la información y del conocimiento*. Chile: Fundación Konrad Adenauer Stiftung.
- "Dinero.com,7/3/2013 3:51:00 PM. Inteligencia de Negocios, herramienta en las empresas. [Consultado 28 sep. 2017 Disponible en <<http://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/inteligencia-negocios-herramienta-empresas/179039>>"
- Legendre, Richard. PUZZLE: Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva. may/jun2005, Vol. 4 Issue 17, p4-9. 6p. By: Legendre, Richard. PUZZLE: Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva. may/jun2005, Vol. 4 Issue 17, p4-9. 6p. Language: Spanish.
- Samper, Laura Suárez. Entrepreneur Mexico. nov2011, Vol. 19 Issue 11, preceding p10-10. 2/3p. Language: Spanish.
- Los propósitos de la inteligencia en las empresas: competitiva, cooperativa, neutral y personal. Por: Millán, Joaquín Tena; Comai, Alessandro. El Profesional de la Información. may2001, vol. 10 Número 5, p4-10. 7p. Idioma: Español.
- Implementación de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) en Colombia. / Implementación de tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) na Colômbia. Por: Valencia Tello, Diana Carolina. Revista de Derecho Comunicaciones y Nuevas Tecnologías . jul-dic2015, Edición 14, p1-20. 20p. Idioma: Español. DOI: 10.15425 / redecom.14.2015.07.