

FINANZAS: BANCO DE CRÉDITO DE PERÚ



Banco de Crédito >> **BCP** >>

ARQUITECTURA:

SISTEMAS FUENTE: IMPACS, SAVING, ALS, VISION PLUS, CONSYST, BANKTRADE, GIROS Y TRANSFERENCIAS, HOMEBANKING Y OTROS DESARROLLOS INTERNOS.

ETL: DESARROLLOS PROPIOS

BASE DE DATOS: ORACLE

PLATAFORMA BI: MICROSTRATEGY ARCHITECT, ADMINISTRATOR, DESKTOP DESIGNER, NARROWCAST SERVER, INTELLIGENCE SERVER, WEB PROFESSIONAL

APLICACIONES:

PLANEAMIENTO COMERCIAL - BANCA PERSONAL
MARKETING - PRODUCTOS, BANCA EMPRESA Y CORPORATIVA

RIESGO BANCA PERSONAS

NEGOCIOS INTERNACIONALES - COMERCIO EXTERIOR Y SERVICIO PARA EMPRESAS

“LOS FACTORES MAS IMPORTANTES DE LA ELECCIÓN FUERON LA COMPATIBILIDADES DE MICROSTRATEGY CON LA INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE AL MOMENTO DE LA ADQUISICIÓN, LA PERFORMANCE, LA FLEXIBILIDAD DE LA HERRAMIENTA PARA LOS USUARIOS Y EL COSTO TOTAL DE PROPIEDAD. EL BANCO QUERÍA APROVECHAR AL MÁXIMO LA BASE DE DATOS QUE POSEÍA Y LUEGO DE LA EVALUACIÓN SE DECIDIÓ QUE UNA HERRAMIENTA ROLAP ERA LOS MAS ADECUADO PARA LOGRAR ESTE OBJETIVO”

KARIN ARENAZA

JEFE DE PROYECTOS DE BUSINESS INTELLIGENCE DEL BANCO DE CRÉDITO DE PERÚ

El Negocio de BCP

Banco de Crédito del Perú (BCP) es la entidad financiera de mayor participación en el mercado peruano. Forma parte del grupo Credicorp, con subsidiarias en Panamá, Miami y Bolivia. BCP, llamado durante sus primeros 52 años Banco Italiano, inició sus actividades el 9 de abril de 1889, adoptando una política crediticia inspirada en los principios que habrían de guiar su comportamiento institucional en el futuro. El 31 de diciembre de 1941, se acordó sustituir la antigua denominación social, por la de Banco de Crédito de Perú.

Así, el BCP, el primero en Perú, instaló sucursales en Nassau y en Nueva York, lo que lo convirtió en el único Banco peruano presente en dos de las plazas financieras más importantes del mundo. A través de sus 116 años, el BCP ha construido una historia de liderazgo, solidez y confianza que le permite conservar un lugar privilegiado dentro del mercado financiero nacional. Cuenta actualmente con 248 oficinas, 5.630 empleados, y bancos corresponsales en todo el mundo.

El Escenario Previo

Las necesidades de información para las campañas, análisis de los clientes, productos, bancas, etc. era cada vez más crecientes. Mucha de esta información se proporcionaba generando reportes por pedidos, obteniendo fotos de la información y con un gran esfuerzo para la obtención de los datos. “Se tenía una necesidad medianamente satisfecha en Marketing y ésta se iba extendiendo a otras áreas de la organización como Finanzas, Canales y Banca Corporativa y Empresa”, recuerda Karin Arenaza (Jefe de Proyectos de Business Intelligence del Banco de Crédito de Perú).

La Experiencia en Business Intelligence

Luego de un proceso de evaluación, donde participaron MicroStrategy, Business Objects, Sagent y BI Query, finalmente la solución elegida fue MicroStrategy como Plataforma de Business Intelligence. La decisión de la herramienta fue respaldada por la empresa consultora que contrataron para el proceso de evaluación. Se presentó una matriz resaltando las principales fortalezas y debi-

lidades de cada una y llegaron a determinar cual de las herramientas se ajustaba mejor a sus necesidades. *“Los factores mas importantes de la elección fueron la compatibilidades de MicroStrategy con la infra-estructura disponible al momento de la adquisición, la performance, la flexibilidad de la herramienta para los usuarios y el costo total de propiedad. El banco quería aprovechar al máximo la base de datos que poseía y luego de la evaluación se decidió que una herramienta ROLAP era los mas adecuado para lograr este objetivo”,* afirma Arenaza.

Las nuevas iniciativas de Business Intelligence apuntaron a varias áreas, entre ellas, Marketing, Fuerza de Ventas, Finanzas, Banca de Empresa, Banca Corporativa, Banca Personal, Riesgo, Mercado de Capitales, Banca de Servicios, todas ellas con diferentes necesidades de análisis de información y a distintos niveles, se trabajó en la definición de conceptos comunes entre áreas de negocio como un cálculo único de saldo promedio, nro. de transacciones, etc., análisis de la calidad de datos, ello ayudo a que los indicadores que se definieron sean realmente útiles para el proceso de toma de decisiones, así como en la consolidación y depuración de los datos, se identificaron los sistemas fuentes y se pobló progresivamente, de acuerdo a la necesidad nuestro repositorio de datos, contando siempre con MicroStrategy como la plataforma de Business Intelligence en el Banco. Se determinó como eje central de la implementación, la utilización de MicroStrategy Web, MicroStrategy Desktop para los power users y MicroStrategy Narrowcast Server para el acceso y envío personalizado de la información.

Banco de Crédito de Perú, en conjunto con Source Partners (distribuidor exclusivo de MicroStrategy en Perú), implementó diferentes proyectos, que hoy totalizan aproximadamente seis. *“Desde el año 1999 que se adquirió la herramienta, se ha trabajado en proyectos de*

modelos de gestión, que han implicado la construcción de datamarts para Planeamiento Comercial - Banca Personal, Marketing - Productos, Banca Empresa y Corporativa, Riesgo Banca Personas, Negocios Internacionales - Comercio Exterior y Servicio para Empresas.”, detalla Arenaza. *“Con MicroStrategy Narrowcast Server pudimos llegar a más usuarios, sobre todo a aquellos que se encontraban altamente distribuidos”,* apunta Igor Cueto (Director General de Source Partners).

La implementación de estos proyectos comenzó a rendir sus frutos, como comenta Karin: *“Con el Proyecto SIC (Seguimiento y Control) se ha logrado un gran éxito en términos de oportunidad de información, ahora los funcionarios de Negocios cuentan con la información un mes antes. Con el Proyecto de Negocios Internacionales, se puede obtener los reportes que antes consumían varios días de una persona y no siempre se tenía la información oportunamente. Hoy, a través de MicroStrategy tienen la información automáticamente en una fecha definida y pueden realizar mayor análisis sobre ésta”.*

Banco de Crédito de Perú cuenta a la fecha con más de 1000 usuarios, tanto en la casa central como en las regionales y en las sucursales, que analizan información diaria, semanal, mensual y anual vía Intranet, accediendo a informes por medio de MicroStrategy Web y recibiendo información por mail vía MicroStrategy Narrowcast Server. El volumen de información de los datamarts alcanza aproximadamente los 450GB, conteniendo información histórica de dos años normalmente salvo excepciones en que requieren cinco o más años de información.

Como futuras iniciativas, Arenaza confirma: *“Planeamos trabajar más en la oportunidad, confiabilidad y disponibilidad de la información, calidad de datos y generación de Dashboards y Scorecards. También queremos optimizar proyectos particulares donde la mejor confección de los modelos ayudaría a mejorar los tiempos de respuesta”.*

Con su experiencia en el campo de Business Intelligence, Karin Arenaza recomienda varios puntos para aquellos que recién comienzan con la implementación de estos proyectos: *“Recomiendo usar herramientas que les permita acelerar los ciclos de entrega de información (time to market). Trabajar con una plataforma BI robusta, amigable para el usuario y de fácil uso. Capacitar al personal de BI y a los usuarios en el uso de estas herramientas.”.*

Beneficios

- Plataforma única e integrada para el análisis y gestión de la información
- Interfase amigable para el usuario
- Mejoras en Oportunidad de Información
- Estandarización de conceptos y definiciones de negocio
- Mayor independencia del usuario para generar sus reportes
- Envío personalizado de reportes y por eventos
- Disponibilidad de información
- Distribución de información a grandes comunidades de usuarios
- Análisis de grandes volúmenes de información
- Apropiada utilización de los recursos de la Base de Datos

Resumen

Las necesidades de información de las áreas usuarias para las campañas, análisis de los clientes, productos, bancas, etc. era cada vez más crecientes. Mucha de esta información se proporcionaba generando reportes por pedidos, obteniendo fotos de la información y con un gran esfuerzo para la obtención de los datos.

Para el apoyo en la gestión y análisis se definieron indicadores y ratios en los diferentes datamarts que se construyeron. Se definió MicroStrategy como la Plataforma de Business Intelligence de Banco de Crédito de Perú.