

PRÁCTICAS EMPRESARIALES BBVA



JUAN SEBASTIÁN RODRÍGUEZ VILLOTA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2023

PRÁCTICAS EMPRESARIALES BBVA

JUAN SEBASTIÁN RODRÍGUEZ VILLOTA

Trabajo presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

JESUS ANDRES VELASQUEZ BALAGUERA

Profesional en Negocios Internacionales

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2023

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. Eduardo GIL GONZALES, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O.P

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Dr. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

El presente trabajo es posible gracias al apoyo de mi familia especialmente mis padres que me permitieron acceder a una carrera profesional y por ellos es que me encuentro en la finalización de mi profesión. Armando Rodriguez y Edilma Villota quienes me apoyaron moral y económicamente en este proceso. Igualmente, a mi hermano Juan Pablo Rodriguez que indirectamente ha sido también esa compañía en algunas noches de estudio. Finalmente, a mis amigos que han estado presentes en los semestres de formación académica, quienes han contribuido a llegar a este punto de la carrera gracias a ese apoyo integral y fraterno.

Agradecimientos

Primeramente, agradecer a la vida a Dios y mi familia como los primeros pilares que componen mis éxitos alcanzados y la razón por la cual me encuentro a puertas de mi obtención de mi título profesional. A mis amigos del programa que han sido esa compañía en el camino y que son parte intrínseca de mi aprendizaje en la universidad, con ellos buenas y malas venturanzas que ya tienen un sello en la historia de mi vida. Por último, la universidad que me dio la oportunidad, los espacios y la enseñanza, motivó el cual me encuentro realizando este trabajo, ser un profesional tomasino.

Contenido

Glosario.....	8
Resumen.....	9
Abstract	10
Introducción	11
1 Objetivos.....	12
1.1 Objetivo general	12
1.2 Objetivos específicos.....	12
2. Empresa BBVA	13
2.1. Portafolio de servicios.....	13
2.2 Historia.....	15
2.3 Misión.....	16
2.4 Visión	16
2.6 Aspectos del mercado que atiende	17
2.7 Principios corporativos.....	18
3. Cargo y Funciones	20
3.1 Funciones desarrolladas:	20
4. Aportes.....	21
Conclusiones	22
Recomendaciones	23
Referencias bibliográficas.....	24

Lista de figuras

Figura 1	Presentación gráfica de la historia de BBVA	15
Figura 2	Estructura organizacional	17
Figura 3	Principios corporativos.	18
Figura 4	Valores Corporativos.	19

Glosario

- División del trabajo: “Este es un principio de especialización, considerado necesario para obtener un uso eficiente del factor trabajo” (Chiavenato, I., 2001)”
- Monitorear: “Abarca el seguimiento de los procesos individuales, mediante información accesible y estadísticas con el fin de relacionarlos con las estrategias de la organización” (López, F. M. S., & de la Cruz, E. G. S., 2012).
- Equipo de trabajo: “Las organizaciones deben tratar de entender las características personales de sus equipos de trabajo, que son las que mueven el entusiasmo, la lealtad y el talento de la fuerza de ventas; son impulsos que ponen en movimiento la voluntad” (Valbuena, N. I. L., 2013).
- Gestión de procesos: “La gestión de procesos se define como un sistema completo cuyo principal objetivo es enfocarse en la mejora continua del funcionamiento de las actividades de una organización” (López, F. M. S., & de la Cruz, E. G. S., 2012).
- Ventas: “Las ventas pueden significar el inicio o el final de la cadena de valor de una empresa, siendo su pilar fundamental ya que es la única actividad que genera ingresos” (Valbuena, N. I. L., 2013).
- Administración “Desde que los seres humanos comenzaron a formar grupos para lograr objetivos que no podían alcanzar como individuos, la administración ha sido esencial para asegurar la coordinación de los esfuerzos individuales” (Chiavenato, I., 2001)”

Resumen

El presente informe presenta al lector el paso por BBVA y su trayectoria nacional; se evidenciará su historia y cómo desde España han logrado liderar procesos de internacionalización tal y como sucedió en Colombia, su misión y visión, aspectos del mercado que atiende en la actualidad y como este enmarca el escenario de una empresa sólida respaldada por su trayectoria de 166 años en el mercado de los cuales ha estado presente 37 en Colombia. Por último, se presentará el rol y funciones que se desempeñaron en el transcurso de estos seis meses en la sede principal del departamento del Meta ubicada en la Carrera 31 #38-18 y las perspectivas como estudiante de negocios internacionales en el contexto de una entidad financiera.

Palabras claves: Internacionalización, visión, empresa, banco, comercial.

Abstract

This report introduces the reader to BBVA and its national trajectory; it will show its history and how from Spain they have managed to lead internationalization processes as it happened in Colombia, its mission and vision, aspects of the market it currently serves and how this frames the scenario of a solid company backed by its 166 years of experience in the market of which it has been present for 37 years in Colombia. Finally, the role and functions that were performed in the course of these six months in the main headquarters of the department of Meta located at Carrera 31 #38-18 and prospects as an international business student in the context of a financial institution.

Key words: Internationalization, vision, company, bank, comercial.

Introducción

El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria constituye una de las entidades financieras más sólidas del mundo, su sede principal está ubicada en Bilbao y sus principales mercados en fuerza de venta están ubicados en Argentina, Colombia, México, España y Uruguay. Sus portafolios están relacionados con servicios integrales, banca personal e integral médico los cuales brindan al cliente una atención integral por medio de la oferta de productos y servicios que propician transaccionalidad al momento de manejar recursos financieros, los cuales serán mencionados más adelante en el presente informe.

El ser practicante del banco BBVA brindó a mi formación un enfoque práctico basado en: mejor adaptabilidad al mercado laboral, conocimiento de las exigencias actuales del mercado y conocimiento de la realidad laboral en el proceso de orientar mi carrera profesional. Las prácticas profesionales estuvieron supervisadas por Diana Julieth calderón Roza de quien hablaremos más adelante.

1 Objetivos

1.1 Objetivo general

Establecer los puntos de convergencia entre los conceptos académicos afines a mi formación y los aplicados en el contexto de las entidades financieras como BBVA, desde el cargo asignado para el desarrollo de mi práctica profesional.

1.2 Objetivos específicos

- Investigar la aparición de BBVA en el mercado colombiano con el objetivo de atender al consumidor financiero de la región y sus propuestas de valor para alcanzar los objetivos desde sus inicios.
- Determinar la posición desempeñada en la entidad y su relevancia en el cumplimiento de sus principios, tareas y procesos internos para la consecución de sus estrategias establecidas enfocadas en la atención al cliente.
- Consolidar los conceptos representativos de los procesos operativos y comerciales de la entidad BBVA de acuerdo a la experiencia contraída en los 6 meses de pasantía y los aportes recíprocos con la misma.

2. Empresa BBVA

BBVA (2023) señala que el banco comienza a funcionar en el mercado en Bilbao, una ciudad ubicada en el norte de España y fue en 1857 cuando la Junta de Comercio promovió la creación de *Banco de Bilbao* como iniciativa pionera hasta la última década del siglo XIX. Su crecimiento fue exponencial, tanto así que su rentabilidad y eficiencia lo han llevado a ser la primera entidad financiera de México, contar con una sólida posición en España y poseer franquicias líderes en América del Sur.

Por lo anterior, BBVA cuenta con un amplio equipo de profesionales de la comunicación que operan desde países como España, Colombia, Argentina, Estados Unidos, México, Perú, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Turquía. Con ellos el banco se asegura de brindar contenidos eficientes sobre finanzas, economía, innovación, banca responsable y ‘fintech’.

2.1. Portafolio de servicios

El portafolio de servicios de BBVA comprende lo siguiente:

- Seguros
- Tarjetas de crédito
- Cuentas Nómina
- Cuentas de Ahorro
- Fondos de inversión
- Cuentas pasivo
- Pensiones
- Pymes y Agro
- Créditos de nómina y préstamos personales
- Crédito de vehículo
- Créditos hipotecarios
- Cambios al Aviso de Privacidad
-

El portafolio mencionado anteriormente constituye los principales servicios de BBVA, a continuación, se detalla de manera breve los más relevantes y mayormente involucrados indirectamente en el proceso de formación en la entidad.

En cuanto a los seguros refiere a la seguridad que se brinda al consumidor en los conceptos de: hurto de tarjetas, familia vital, Cuota segura. El seguro de hurto de tarjetas refiere a casos de algún robo o movimientos de la cuenta o tarjeta de crédito que se desconozca el banco haga valido la devolución del dinero, el seguro familia vital aplica cuando algún siniestro deja a la persona en condiciones de incapacidad parcial o permanente; el banco responde ante lo ocasionado con hasta 70 millones de pesos de ser requeridos para cirugías y demás, y por las obligaciones haya contraído con el banco. El seguro hogar para proteger la casa y sus pertenencias ante situaciones de fuerza mayor, derrumbes, colapso o daños y seguro de cuota segura que se brinda si el cliente llega a quedar desempleado; el banco le exonera 6 meses de cuota hasta que consiga un nuevo trabajo.

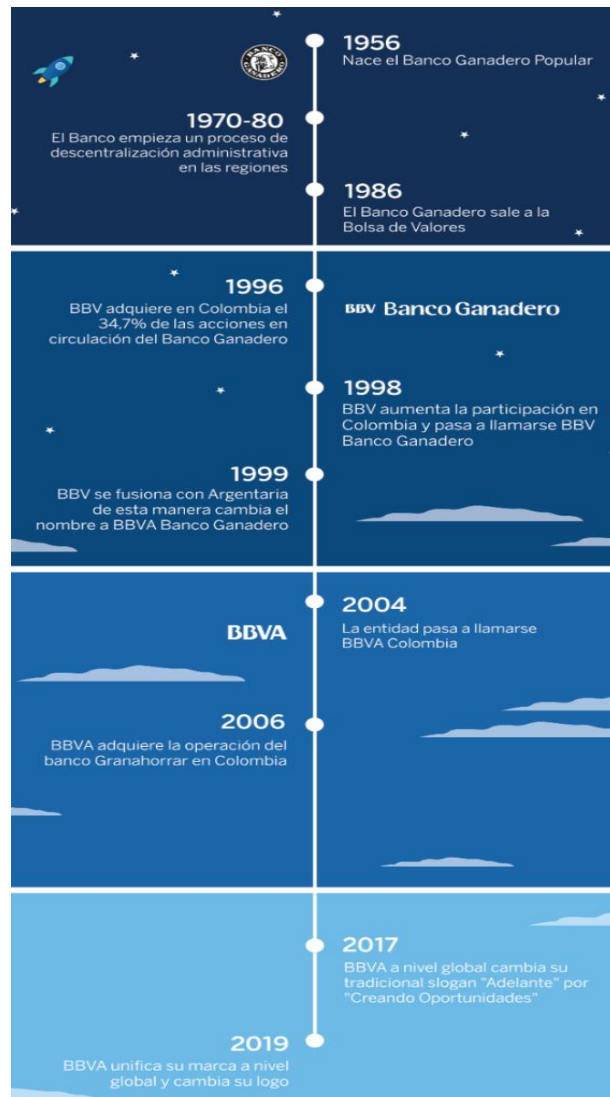
En cuanto a las tarjetas de crédito se manejan las tradicionales que son las tarjetas visa y MasterCard, la visa clásica, oro, Platinum e Infinite. Cada clasificación depende del cupo asignado y de acuerdo a la elección del cliente por preferencias de franquicia o uso.

Por otro lado, se encuentran las cuentas de nómina que es un servicio para las personas que van a laborar con una empresa, donde la entidad a la cual prestan su servicio realiza sus depósitos pertinentes ya sea mensuales o quincenales a su cuenta bancaria por concepto de salario. Igualmente se encuentran las cuentas de ahorro que son de carácter común y están disponibles para cualquier persona que desea destinar de una forma diferente todos sus ingresos a diferencia de la cuenta de nómina los montos que allí reposen no refieren a depósitos directos enviados por el empleador, sino que obedece al uso que el titular desee dar a la cuenta.

También existe cuentas del pasivo que otorgan rentabilidad, conformadas por el CDT, Ahorro fijo y fondos de inversión los cuales, consiste en bloquear los recursos del cliente por cierto tiempo para que estos generen rendimientos sobre el valor retenido. Finalmente, como entidad bancaria están los préstamos: Servicios destinados a satisfacer una necesidad o un proyecto o un sueño. Existen préstamos de vehículo, libre inversión y libranza con tasas preferenciales de acuerdo a los convenios manejados.

2.2 Historia

Figura 1 Presentación gráfica de la historia de BBVA



Nota: BBVA en Colombia a través del tiempo. Esquema adaptado de la página web de BBVA: <https://www.bbva.com.co/personas/historia.html>.

El Banco Ganadero en 1996 era una entidad de carácter financiero de economía mixta que funcionaba por medio de inversionistas particulares y participación del Gobierno, se fundó con la intención de impulsar el sector agropecuario en Colombia, así fue hasta que se fusionó con BBVA. De lo anterior sus objetivos y visiones han sido modificados de acuerdo a los días que corren y el perfil del cliente.

2.3 Misión

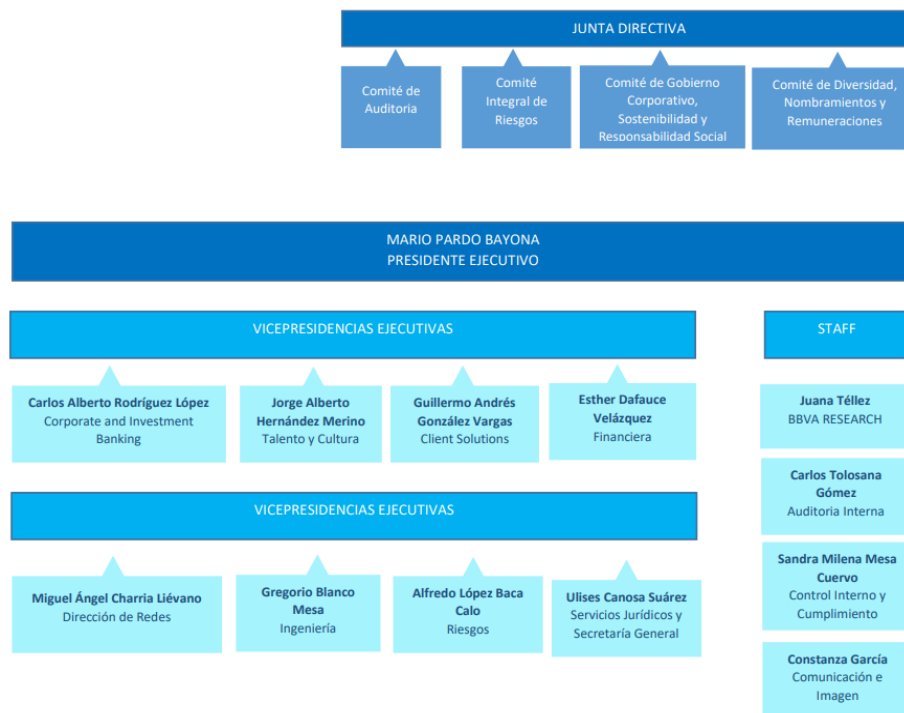
Brindar oportunidades que estén a la mano y alcance de todos en esta nueva era, por tal razón su propósito se refleja en la atención eficiente que se encamina en ofrecer las mejores soluciones bancarias que impacten la vida de las personas de manera positiva. Por último, BBVA enmarca sus objetivos en ayudar a todos sus clientes a tomar las mejores decisiones financieras para que estas tengan impactos positivos en la sociedad. (BBVA, 2023)

2.4 Visión

Búsqueda constante y permanente de un mejor futuro para todas las personas, basados en tres pilares: integridad, prudencia y transparencia. Integridad como una manifestación ética de sus acciones frente a sus grupos de interés, prudencia como un principio de cautela en la toma de riesgos existentes en el sector bancario y transparencia al momento de ofrecer un acceso claro y veraz de la información que están condensados en los límites de la legalidad e integridad. (BBVA, 2023)

2.5 Estructura organizacional

Figura 2 Estructura organizacional.



Nota: Presentación de la estructura organizacional de BBVA. Organigrama adaptado de la página web de BBVA: <https://www.bbva.com.co/personas/atencion-al-inversionista/gobierno-corporativo/organigrama.html>

2.6 Aspectos del mercado que atiende

Los mercados atendidos en BBVA se pueden destacar tres que corresponden al mayor porcentaje de clientes:

- ❖ Agro o Pyme: El banco cuenta con un segmento destinado a las pymes y el agro donde se encarga de brindar beneficios a estos consumidores con la finalidad de incrementar las inversiones de agricultura al ser un sector representativo en el PIB nacional. Hay funcionarios dedicados a este segmento los cuales se encargan de brindar asesoramiento personalizado.
- ❖ Clientes de banca personal o premium: Son consumidores que normalmente trabajan para entidades del estado o aquellas personas que su actividad económica les contribuye en ingresos iguales o superiores a 10 millones de pesos.

- ❖ Clientes clásicos con proyectos y necesidades a satisfacer: Son personas que están interesadas comúnmente en créditos, pueden tener nómina o no.

2.7 Principios corporativos

Figura 3 Principios corporativos.



Nota: Diagrama que representa lo que el banco BBVA quiere interiorizar para la ejecución de sus actividades corporativas. Adaptado de la página web: <https://extranetperu.grupobbva.pe/memoria2015/ibr/vision-y-mision.html>.

Figura 4 Valores Corporativos.



Nota: Presentación detallada de los siete principios de BBVA en la actualidad y los valores que establecen para aplicar en el quehacer diario. Adaptado de la página web: <https://extranetperu.grupobbva.pe/memoria2018/ibr/nuestros-valores.html>.

El cumplimiento de los principios de BBVA evidencia que esta empresa del sector bancario forma parte de un invariable compromiso para fortalecer su función social. El objetivo es hacer negocios con compromiso para hacer más sencilla la vida de las personas. De acuerdo a lo interior, se asimila a nuestro perfil profesional como negociadores internacionales en la parte ética e integral pensando en la satisfacción del cliente.

3. Cargo y Funciones

Cargo: Asistente de dirección de Zona

Jefe inmediato: Diana Julieth Calderón Rozo

Lugar de trabajo: BBVA

Sede: Villavicencio (Meta)

Área en donde desempeña funciones: Vicepresidencia Direcciones de redes-Territorial
Bogotá y Centro-Zona oriente

3.1 Funciones desarrolladas:

- Apoyo al director de Zona en tareas administrativas. Esta labor consiste en crear informes, asistir a los gerentes de cada oficina de la seccional en sus solicitudes y organizar comités debido a que el jefe de Zona trabaja de manera remota realizando visitas seguidas a las sedes de BBVA y en reuniones virtuales. Por último, el apoyo brindado a la sede era constante y permanente por tal razón era el responsable directo de la sede principal.
- Servicio a los equipos de oficinas. Al ser el encargado directo de la sede principal todas las demás oficinas contaban con mis datos e información de contacto ante inconvenientes, donde solía atender conflictos que se presentaban en esas oficinas como los relacionados a fallas en los cajeros electrónicos, billetes falsos dispensados en cajeros, hurto y entrega parcial de dinero en los usuarios.
- Construcción y análisis de informes de productividad. Recolectar datos de cada oficina en temas de productividad como libre inversión, desembolso, tarjetas de crédito y recursos nuevos como CDT o ahorros fijos para unificarlos en informes que eran presentados ante la junta en comités trimestrales y mensuales en cada oficina.
- Construcción y seguimiento a campañas comerciales e internas creadas para la zona. Existen bases de datos y campañas que las oficinas deben de atender por medio de llamadas para hacer un seguimiento a clientes interesados los cuales son gestionados por medio de base de datos, es decir que se contacta al cliente para aprovechar las campañas que existen en la empresa.
- Preparación de comités mensuales e informes de seguimientos a oficinas. Labor ligada al seguimiento de las oficinas y que estas cumplan sus metas establecidas para hacer un informe de porcentaje de cumplimiento.

4. Aportes

Los aportes brindados durante este proceso de formación empresarial a BBVA fueron: el hecho de ser joven pues el manejo de aplicativos hace las cosas más sencillas para quienes tienen experiencia, apoyo a la zona de la cual era responsable para la resolución de inconvenientes que surgían en cada oficina y la contribución de nuevas ideas de organización de documentos o comités.

Por otra parte, los aportes a mi formación profesional estuvieron relacionados con el manejo de ofimática sobre todo Excel, lograr ilustrar el funcionamiento general de los bancos y comprender la importancia de tener una estructura organizacional para el desarrollo de funciones dentro de una empresa.

Conclusiones

La entidad BBVA ha realizado adecuaciones necesarias para vincularse sobre el mercado colombiano, haciendo sus variantes o adecuando sus productos y servicios en otros países al contexto colombiano para no tener conflictos de ingreso sobre el ideal financiero del cliente colombiano. Sin embargo, procura buscar oportunidades para sus clientes y buscando ampliar su cuota de mercado con la búsqueda de nuevos clientes con propuestas desde dirección estratégica del comportamiento del consumidor financiero.

El cargo ocupado tiene una visual amplia del funcionamiento del banco BBVA en la dependencia de dirección de redes que es aquella que refiere a todo lo relacionado con las oficinas físicas. En esta parte del organigrama resalta lo operativo, administrativo y comercial del banco porque es el segmento el cual tiene el primer contacto con el cliente. Lo más fundamental que es convergente a la parte académica está relacionado con la atención al cliente, buenas relaciones y comunicación para concretar negocios además de crear un propio marketing para convencer y vender los servicios ofertados por el banco y que al final del día son consolidados en informes de productividad o comités que responden a los porcentajes de cumplimiento de las metas que en esta sección del banco es el pilar fundamental.

Recomendaciones

En mi transcurso como practicante evidencié ciertas irregularidades en el manejo operacional de la empresa, por tanto, recomiendo al banco BBVA Villavicencio lo siguiente:

- 1) Ampliar la planta de funcionarios para una mejor calidad de servicio al cliente.
- 2) Actualizar los sistemas obsoletos de hardware y software.
- 3) Implementar otros tipos de inducción al personal nuevo en los cargos y no realizar aprendizaje sobre la marcha.
- 4) Invertir en instalaciones de oficina para mejorar la fachada y comodidad del cliente de acuerdo a la competencia.

Referencias bibliográficas

- Banco Bilbao Viscaya Argentaria de Colombia (BBVA). (2023, 23 enero). Bienvenido a la Banca Virtual <https://www.bbva.com.co/>
- Chiavenato, I. (2001). Administración. Proceso Administrativo. Editorial McGraw-Hill,
- BBVA México SA. (s.f) Información Inversionistas de BBVA - Institución de Banca Múltiple. Grupo Financiero BBVA
- BBVA México SA. (s. f.). Misión. <https://investors.bbva.mx/es/mision/>
- López, F. M. S., & de la Cruz, E. G. S. (2012). Aplicación práctica de bpm para la mejora del subproceso de picking en un centro de distribución logístico. Industrial Data, 15(2), 120-127. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81629470016.pdf>
- Valbuena, N. I. L. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 19(2), 379-389. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>