

# Tabla de Contenido

- Introducción ..... 12
- 1. Antecedentes Generales ..... 13
  - 1.1 Antecedentes del sector de seguros ..... 13
  - 1.2 Dinámica competitiva ..... 16
- 2. La compañía ..... 18
  - 2.1 Caracterización de la compañía ..... 18
    - 2.1.1 Posición Competitiva ..... 20
    - 2.1.3 Incursión en otros negocios no relacionados ..... 21
    - 2.1.4 Participación de mercado ..... 21
    - 2.1.5 Reaseguro ..... 22
    - 2.1.6 Inversiones ..... 22
  - 2.2 Planteamiento estratégico ..... 22
    - 2.2.1 Misión y Visión ..... 22
    - 2.2.2 Análisis interno y externo ..... 23
    - 2.2.2 El modelo delta de Arnoldo Hax ..... 25
    - 2.2.3 Posicionamiento estratégico de Banchile Vida ..... 26
  - 2.3 Modelo de negocios Banchile Vida ..... 27
    - 2.3.1 Propuesta de Valor ..... 27
    - 2.3.2 Beneficios económicos ..... 28
    - 2.3.3 Procesos clave ..... 28

2.3.4 Recursos clave.....	28
3. Descripción del proyecto .....	29
3.1 Necesidad que da origen al proyecto .....	29
3.2 Objetivos y alcance .....	30
3.3 Evaluación económica .....	30
3.3.1 Flujos de caja .....	31
3.3.2 Análisis de sensibilidad .....	36
4. Marco teórico y conceptual .....	40
4.1 Ingeniería de negocios.....	40
4.2 Arquitectura de procesos.....	41
4.3 Inteligencia de negocios y minería de datos.....	45
4.4 Gestión del cambio .....	47
5. Arquitectura de Procesos .....	48
5.1 Seguros de Vida.....	51
5.2 Administración de relación con canales y clientes .....	52
5.3 Marketing y análisis de mercado .....	53
5.4 Analizar comportamiento de venta, clientes y prospectos .....	54
5.4.1 Preparar datos de ventas y clientes .....	56
5.4.2 Desarrollar modelos de comportamiento de clientes .....	58
5.4.3 Control de modelos de comportamiento de clientes .....	59
5.5 Arquitectura del canal de ventas .....	59
6. Diseño del apoyo tecnológico.....	66
6.1 Diagramas UML .....	66

6.1.1 Paquetes.....	66
6.1.2 Casos de uso .....	67
6.1.4 Clases.....	69
6.1.4 Secuencia .....	72
6.2 Modelo de datos .....	77
6.3 Lógica inteligente .....	80
7. Implementación.....	84
7.1 Prototipo .....	84
7.1.1 Metodología .....	84
7.1.2 Evaluación de efectividad.....	85
7.1.3 Creación del modelo .....	85
7.1.4 Campaña de Tele marketing.....	95
7.1.5 Resultados .....	96
7.2 Gestión del cambio .....	97
7.2.1 Primera etapa: CREAR UN CLIMA PARA EL CAMBIO .....	97
7.2.2 Segunda etapa: COMPROMETER Y HABILITAR A TODA LA ORGANIZACIÓN .....	98
7.2.3 Tercera etapa: IMPLANTAR Y MANTENER LA TRANSFORMACIÓN .....	99
8. Generalización de la experiencia y puntos de extensión .....	101
8.1 <i>Framework</i> de generalización .....	101

8.1.1 Dominio del <i>framework</i> .....	101
8.1.2 Lógica de negocio genérica.....	103
8.2 Puntos de extensión.....	106
9. Conclusiones .....	107
9.1 Resultados directos.....	107
9.2 Resultados indirectos.....	107
9.3 Sobre los resultados del prototipo .....	108
9.4 Conclusión .....	109
10. Bibliografía .....	110