

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	1
2	FUNDAMENTOS	2
2.1	ANTECEDENTES	2
2.2	OBJETIVOS	3
2.2.1	OBJETIVO GENERAL.....	3
2.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
2.2.3	HIPÓTESIS.....	3
2.2.4	ALCANCE.....	3
2.2.5	METODOLOGIA.....	4
3	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	4
3.1	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	4
3.2	QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	5
3.3	POR QUE LAS EMPRESAS DEBEN TRANSFORMARSE	7
3.4	PILARES HABILITADORES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	11
4	ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACION DIGITAL	13
4.1	CONSUMIDORES	13
4.1.1	ESTRATEGIA DE ACCESO.....	15
4.1.2	ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN.....	16
4.1.3	ESTRATEGIA DE PERSONALIZACIÓN.....	16
4.1.4	ESTRATEGIA DE COLABORACIÓN.....	16
4.1.5	ESTRATEGIA DE CONEXIÓN.....	17
4.1.6	HERRAMIENTA PARA GENERAR ESTRATEGIA DE RED DE CLIENTES.....	18
4.1.7	DEFINICIÓN DEL IMPACTO.....	20
4.2	RETOS ORGANIZACIONALES PARA LA RED DE CLIENTES	20
4.2.1	HABILITACIÓN DE UNA RED INTERNA.....	20
4.2.2	AGREGAR NUEVAS HABILIDADES Y REEMPLAZAR VIEJOS HÁBITOS.....	21
4.2.3	PUNTEANDO LOS SILOS.....	21
4.3	CONVERTIR LOS DATOS EN ACTIVOS	21
4.3.1	DATOS COMO ACTIVOS INTANGIBLES.....	22
4.3.2	CADA EMPRESA NECESITA UNA ESTRATEGIA DE DATOS.....	22
4.3.3	RECOPIRAR DIVERSOS TIPOS DE DATOS.....	22
4.3.4	DÓNDE ENCONTRAR LOS DATOS QUE NECESITA.....	23
4.3.5	CONVERTIR LOS DATOS DEL CLIENTE EN VALOR COMERCIAL.....	24
4.3.6	HERRAMIENTA PARA EL GENERADOR DE VALOR DE DATOS.....	25
4.3.7	RETOS ORGANIZACIONALES PARA LOS DATOS.....	27
4.4	UNA ESTRATEGIA CON UNA MIRADA PRÁCTICA Y DE CONOCIMIENTO EN EL NEGOCIO	28
4.4.1	ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DE NEGOCIOS.....	29

4.4.2	EXPERIENCIA DE CLIENTES	29
4.4.3	DATOS	30
4.4.4	INTEGRACIÓN EN PROCESOS	31
5	CAMINANDO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.....	32
5.1	RESEÑA HISTORICA DE RETAIL FINANCIERO	32
5.2	DEFINICION ESTRATEGICA DE RETAIL FINANCIERO	33
5.2.1	LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	34
5.3	REPLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	36
5.4	ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO	37
5.4.1	FOCOS ESTRATÉGICOS:.....	38
5.4.2	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO:.....	38
5.4.3	RIESGOS Y LIMITACIONES	39
5.4.4	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	40
5.4.5	PORTFOLIO DE PROYECTOS E INICIATIVAS CLAVES	41
6	OBSERVACION DE RETAIL FINANCIERO CON UNA MIRADA HACIA LA TRANSFORMACION DIGITAL.....	44
6.1	FOCO EN LOS CLIENTES.....	45
6.2	SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, MODELO TECNOLÓGICO Y OPERATIVO	46
6.2.1	SOLUCIONES TECNOLÓGICAS	46
6.2.2	CLIENTES	47
6.2.3	DATOS.....	48
6.3	ADHERENCIA AL MARCO REGULATORIO	48
6.4	MODELO TECNOLÓGICO Y OPERACIÓN.....	50
6.5	ARQUITECTURA EMPRESARIAL.....	51
6.6	MARCO DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN	54
6.6.1	GOBIERNO DE TI.....	54
6.6.2	GESTION DE LA DEMANDA.....	56
6.6.3	PMO.....	56
6.6.4	GESTION Y CONTROL	57
6.6.5	COMPLIANCE	57
6.6.6	CONTINUIDAD OPERATIVA.....	57
6.6.7	ANALYTICS, BI Y BIGDATA	58
6.6.8	SEGURIDAD.....	58
6.7	ORGANIZACIÓN	59
6.8	CULTURA	60
6.9	COSTOS Y BENEFICIOS ESPERADOS	60
7	DISCUSIÓN SOBRE LAS HIPÓTESIS DE LA TESIS Y RECOMENDACIONES... 61	
7.1	DISCUSIÓN DE LA HIPÓTESIS 1.....	61

7.2	DISCUSIÓN DE LA HIPÓTESIS 2.....	63
7.3	RECOMENDACIONES.....	64
8	CONCLUSIÓN.....	65
9	BIBLIOGRAFÍA	68
10	ANEXOS	70