

01

ANÁLISIS OBJETIVO - ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Cada compañía cuenta con un subinforme independiente que analiza las características y funcionalidades de su herramienta web. Todos los informes comparten la misma estructura de contenidos alrededor de los siguientes puntos analizados:

1. **ESTRUCTURA GENERAL:** Visión general de la estructura del portal. Información presente en la portada o «front-page», disposición y contenido de los menús de apartados y análisis de la homogeneidad estética.
2. **CONSULTA DE MOVIMIENTOS Y OPERACIONES DIARIAS:** Apartados que permiten visualizar y consultar, mediante sus correspondientes filtros, los movimientos diarios generados por la gestión del mediador.
3. **CONSULTA DE DOCUMENTACIÓN GENERADA:** Análisis sobre la existencia de apartados que reúnen y permiten consultar (normalmente en formato .pdf), en un único entorno, la documentación generada por la gestión diaria del mediador.
4. **COMUNICADOS CORPORATIVOS Y NOVEDADES:** Apartados dónde la compañía comunica informaciones de naturaleza corporativa y novedades que pueden afectar a la gestión diaria de los mediadores. Naturaleza y categorización de la información comunicada.
5. **BUCLIENTEDORES:** Se determina si el portal cuenta buCLIENTEador integrado que permite localizar pólizas, clientes, siniestros, recibos, etc. en un mismo entorno o bien cuenta con distintos buCLIENTEadores diseminados en los diferentes apartados. Naturaleza y funcionamiento de los buCLIENTEadores.
6. **TARIFICACIÓN Y EMISIÓN:** Estructura y funcionamiento de las herramientas de tarificación y emisión. Análisis sobre las distintas modalidades de cotización, la posibilidad de aplicar descuentos, las restricciones a la emisión y la localización y recuperación de proyectos no finalizados.
7. **GENERACIÓN DE FICHEROS:** Funcionalidades que permiten la deCLIENTErga de ficheros con información de la cartera. El mediador carga estos ficheros en su herramienta externa de gestión.
8. **SINIESTRO:** Apartados que permiten comunicar nuevos siniestros y realizar un seguimiento de los expedientes de los previamente aperturados.
9. **MODIFICACIONES Y SUPLEMENTOS:** Naturaleza de las herramientas utilizadas para realizar modificaciones sobre pólizas de cartera.
10. **GESTIÓN DE RECIBOS:** Apartados que permiten la consulta, mantenimiento, liquidación, anulación y duplicado de recibos.
11. **ESTADO DE CUENTAS COMPAÑÍA-MEDIADOR:** Información estadística y administrativa sobre las cuentas entre la compañía y el mediador.
12. **RENOVACIÓN/DEFENSA DE CARTERA:** Mecanismos de defensa para retener a clientes ante el vencimiento de pólizas de cartera.
13. **FICHA DE POSICIÓN GLOBAL DE CLIENTE:** Fichas que permiten una visión global del cliente. Datos personales, pólizas, siniestros, recibos, acciones comerciales recomendadas, etc.
14. **MARKETING, CAMPAÑAS Y DOCUMENTACIÓN:** Apartados con información comercial, descripción de campañas vigentes y finalizadas y documentación técnica de productos.

02

ESTRUCTURA

	COMPAÑÍA 1	COMPAÑÍA 2	COMPAÑÍA 3	COMPAÑÍA 4	COMPAÑÍA 5
Apartados estructurados en menús	✓	✓	✓	✓	✓
Estética homogénea en todo el portal	✓	X (3 entornos diferenciados)	✓	X (diferentes herramientas de emisión y tarificación según ramos)	✓
Consulta de últimos movimientos	✓	✓	✓	X	X
Apartado de consulta de documentación generada	✓	X	X	X	X
Sección noticias y novedades	✓	✓	✓	✓	✓
Existencia de buCLIENTEdores	✓	✓	✓	✓	✓
BuCLIENTEdores integrados en un mismo apartado	✓	✓	X (buCLIENTEdores diseminados en diferentes apartados)	✓	X (buCLIENTEdores diseminados en diferentes apartados)

10. GESTIÓN DE RECIBOS

- Los recibos asociados a una póliza pueden consultarse y gestionarse a partir de las funcionalidades incluidas en el apartado de «Administración», subapartado «Gesycore», disponibles en el «Escritorio Área Comercial». Allí se pueden consultar, cobrar y enviar recibos al banco, así como consultar, modificar y cerrar liquidaciones (ver fig. 21).

Gestión de recibos Cobro Cliente MAPFRE

Personas: NIF/CIF:

COBRO DE RECIBOS

Detalles del cobro

Forma de Cobro: * Efectivo Cheque: CCC

Observaciones: Efectivo, Cheque, Tarjeta

Recibos a Cobrar

Entidad	Póliza	Rebo	F.Efecto	Importe al Cobro	Estado
MAPFRE FAMILIAR Div. Auto			01-01-2018		PENDIENTE DE VENCIMIENTO

Moneda: EUR

⚠ El recibo ya ha sido enviado al banco

Totales: Nº de recibos: 1 Prima: Importe al Cobro:

fig.21 gestión de recibos

11. ESTADO DE CUENTAS COMPAÑÍA-AGENTE

- En el apartado de «Administración», subapartado «Liquicom», disponibles en el «Escritorio Área Comercial», el agente cuenta con amplia información de carácter contable sobre su relación con la compañía.

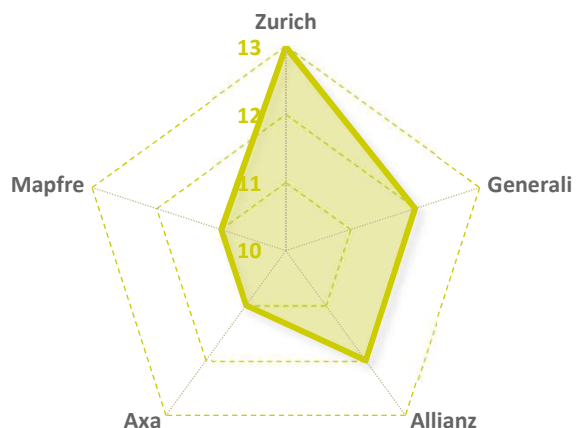
12. RENOVACIÓN/DEFENSA DE CARTERA

- El portal de CLIENTE no cuenta con una herramienta integral de Defensa de Cartera en la que el agente pueda ver todas las pólizas de próximo vencimiento y aplicar acciones de retención.
- El único mecanismo explícito de defensa de cartera realizable a través del portal es la aplicación de un descuento SAT (Sistema Ajuste Técnico) mediante suplemento. Sin embargo, este descuento sólo puede realizarse en determinadas pólizas (hace falta entrar en la ficha de póliza para comprobar si existe posibilidad) y el agente cuenta con una bolsa esporádica (no suele estar disponible todos los meses) de importe limitado.
- En cualquier caso, el agente siempre puede solicitar un descuento sobre una renovación de cartera a través del apartado de «Gestión de Operaciones» presente en la herramienta de «SGC Clientes».

B2

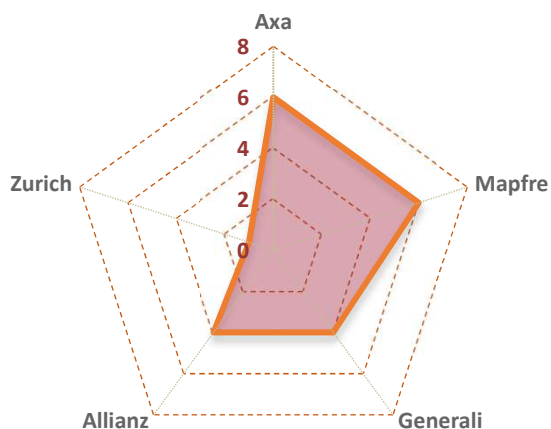
ESTRUCTURA DE CONTENIDO Y APARTADOS

MAPA DE MENCIONES DE ATRIBUTOS POSITIVOS



- A partir de esta expresión gráfica, podemos observar que, en este **bloque 2** (Estructura de contenido y Apartados), el número de menciones a atributos positivos es similar en todas las compañías analizadas.
- Con todo, la compañía que más menciones a atributos positivos ha generado es **ZURICH**, con un total de 13 menciones. Le siguen de cerca **GENERALI** y **ALLIANZ** con 12 menciones en ambas compañías.
- **COMPAÑÍA A** y **CLIENTE**, con 11, son las aseguradoras con menor número de menciones a atributos positivos.

MAPA DE MENCIONES DE ATRIBUTOS NEGATIVOS



- En relación a los atributos negativos detectados en el **bloque 2** (Estructura de contenido y Apartados), destacar las 6 menciones que atesoran tanto **COMPAÑÍA A** como **CLIENTE**.
- **GENERALI** y **CLIENTE** se sitúan en una posición intermedia y cuentan, en ambos casos, con 4 menciones a atributos negativos.
- Finalmente, **ZURICH** es compañía con menor número de menciones a atributos negativos: tan sólo se contabiliza una única mención.

B6

BALANCE Y VISIÓN GLOBAL DIRECTA DE LOS MEDIADORES

	PRINCIPALES FORTALEZAS	PRINCIPALES DEBILIDADES	MEJORAS A REALIZAR
COMPAÑÍA 1	Tarificación en una sola página Claridad y sencillez del portal (x2) Departamento CSM Catalogo de condicionados y folletos	Lentitud en carga de proyecto▶ Lentitud en tarificar▶ Apartado de defensa de cartera▶ No operatividad 24/7▶	Simplificar los proyectos Simplificar el proceso de tarificación Defensa cartera por listado y no póliza a póliza Conseguir operatividad 24/7
COMPAÑÍA 2	Simple y fácil de usar (x3) Buena imagen y muy completa Rápida en tarificaciones y acceso de proyectos	Condicionados no disponibles (x2)▶ Sesión caduca demasiado pronto (x2)▶ Rigidez en determinados procesos (p.e. en tarificación a más de 2 meses vista)▶	Condicionados disponibles en portal Ampliar tiempo de sesión Mayor flexibilidad en esos procesos
COMPAÑÍA 3	Documentación técnica de productos Herramienta completa (x2) Gestión de siniestros Rapidez y comodidad en las tarificaciones	Dificultad de uso por diversos entornos no homogéneos (Medianet, Iard, Web de Distribución) (x5)▶	Unificar aplicativos y simplificar operativa
COMPAÑÍA 4	Avisos nuevos movimientos en portada Herramienta completa Retención de Cartera Gestión de recibos Ficha posición global del cliente	Exceso apartados con información de poca utilidad (x2)▶ Menús mal organizados▶ Lentitud en tarificar▶ Usabilidad▶	Eliminar ciertos apartados corporativos Mejora estructura de los menús Simplificar el proceso de tarificación Renovación integral
COMPAÑÍA 5	Búsqueda de pólizas y clientes (x3) Estructura Clara Emisión y siniestros	Lentitud en tarificar (x4)▶ Estructura laberíntica▶	Simplificar el proceso de tarificación Renovación integral