

## ¿Quién es el cliente?

**Seguros del Valle** es una empresa mexicana con 25 años de trayectoria en el sector asegurador. Su portafolio incluye pólizas de **vida, daños, autos y gastos médicos**, y cuenta con una sólida presencia nacional a través de oficinas físicas en las principales ciudades del país, donde se gestionan solicitudes y atención de siniestros.

Actualmente, la compañía busca consolidarse como una competidora directa de las grandes aseguradoras del mercado nacional. Sin embargo, durante los últimos tres años no ha logrado superar los niveles de crecimiento alcanzados en periodos anteriores.

En este contexto, Seguros del Valle ha orientado sus esfuerzos estratégicos hacia el ramo de **vida grupo**, debido a que este segmento representa una menor carga operativa en comparación con otros ramos.

## ¿Cuál es el problema del cliente o cuál es la oportunidad?

Actualmente, **Seguros del Valle** enfrenta un reto estratégico en la comercialización de su portafolio de pólizas de vida grupo experiencia global. Aunque las metas de **experiencia propia** se han cumplido, esta línea de negocio representa una fuente inestable, ya que su **renovación es altamente volátil** y depende de factores externos que escapan al control de la aseguradora.

Al interior de la organización existe una disputa entre las áreas de **suscripción y ventas**. Mientras suscripción argumenta que el volumen de cotizaciones ingresadas por ventas no se alinea con el apetito de riesgo institucional, el equipo comercial considera que no pueden crecer sin una mejora operativa. El problema es claro:

Actualmente, **la capacidad operativa está al límite**.

A esto se suma que:

- No es viable aumentar el volumen de cotizaciones sin ampliar el personal.
- Reducir los tiempos de análisis en experiencia propia comprometería la calidad del cálculo de primas, afectando la rentabilidad.
- La **generación manual de reportes** consume tiempo crítico, ya que requiere descargar archivos desde diferentes fuentes y hacer cruces de información uno a uno.

Todo este escenario limita la posibilidad de crecimiento del ramo de experiencia global, obstaculiza la eficiencia interna y crea tensiones entre áreas clave.

### **Oportunidad identificada:**

Automatizar tareas repetitivas, liberar tiempo operativo y facilitar la toma de decisiones permitirá a Seguros del Valle escalar su operación sin sacrificar calidad ni aumentar costos estructurales.

## ¿Cuál es el beneficio más importante del cliente?

Los beneficios más importantes son:

- **Homogeneización de criterios:** todas las oficinas recibirán las mismas primas bajo las mismas condiciones.
- **Identificación de áreas de mejora:** se podrá detectar en qué oficinas es necesario impulsar la captación de agentes o reforzar la capacitación en torno al apetito de riesgo de la compañía.
- **Agilidad operativa:** se reducirá significativamente el tiempo de respuesta al automatizar el proceso de cotización de pólizas experiencia global.
- **Mayor capacidad analítica:** al liberar la carga operativa de los suscriptores, podrán enfocarse en análisis más profundos para la captación y renovación de pólizas experiencia propia, así como en la supervisión de siniestros de alta severidad.
- **Transparencia y soporte en la toma de decisiones:** se generarán reportes con una visión independiente, útiles para resolver disputas entre las áreas de ventas y suscripción.

## ¿Cómo sabes lo que tu cliente necesita o quiere?

El cliente ha manifestado que su **sistema central está operando al límite**. Durante varias franjas horarias del día, la demanda de uso por parte de todas las áreas provoca lentitud e incluso desconexiones inesperadas, lo que genera **reprocesos y pérdida de productividad**.

Ante esta limitación, el área de suscripción ha trasladado parte de sus procesos a **plantillas de Excel**, replicando funciones clave para cumplir con los tiempos de respuesta. Sin embargo, este esquema **no es automatizado** y depende completamente del usuario, lo que vuelve el proceso frágil y poco escalable.

El cliente ha sido claro: necesita una **solución externa al sistema central**, que sea **escalable** y le permita, con el mismo equipo actual, **duplicar el volumen de cotizaciones y emisiones** mediante una mejor asignación de esfuerzos y automatización.

## ¿Cómo se ve la experiencia del cliente?

La experiencia está diseñada para ser **ágil, simple y autónoma**. Con solo un clic o unas cuantas líneas de comando, el usuario podrá generar todas las cotizaciones necesarias para sus clientes. El único requisito será colocar los insumos en la carpeta correspondiente y luego enviar al cliente el archivo generado en la carpeta de salida.

Además, a través de un **enlace único**, cualquier usuario autorizado dentro de la compañía podrá acceder a un **reporte dinámico** con toda la información clave de las cotizaciones. Este reporte está pensado para responder de forma rápida y clara las preguntas más frecuentes de la dirección, facilitando la toma de decisiones a nivel operativo y estratégico.