

ENUNCIACION DEL REQUERIMIENTO POR PARTE DEL BHU							
ETAPA	GRUPO FUNCIONAL	ID	REQUERIMIENTO	ID2	DETALLE	TIPO	EJEMPLO
Gestión del cliente (Visión 360 BÁSICA)		1	Debe permitir personalizar la visión 360 en función de los perfiles del usuario y sectores (grupos de usuarios o usuario individual)	1.1	Debe permitir desplegar módulos de información diferentes.	RI	Perfil Comercial, Perfil Recupero, otros. Usuario: call center, básico, supervisor, auditor, administrador, otros.
				1.2	Debe permitir elegir qué campos se quieren visualizar y en qué orden.		
				1.3	Debe permitir parametrizar la cantidad de registros históricos a desplegar.		
		2	Debe proporcionar una visión integral de los datos personales del cliente.	2.1	La información debe viajar desde el sistema Core (SIGB) mediante una integración online y/o con un proceso batch parametrizable con actualización diaria.	RNI	Nombre, apellido, tipo y número de documento, fecha de nacimiento, teléfono fijo, celular, dirección, correo electrónico, estado civil, perfil (dependiente público/privado, profesional, otros) e ingresos, situación habitacional, relación con el crédito (Titular, codeudor, fiador, Socio) y datos de identificación de personas asociadas al crédito (nombre completo y cédula)
				2.2	Debe permitir cargas masivas.		
				2.3	Se usará como método standard para identificar al cliente, su documento de identidad.		
		3	Debe proporcionar información sobre los productos y cuentas del cliente vigentes y canceladas	3.1	La información debe viajar desde el sistema Core (SIGB) u otros sistemas mediante integración de manera que la información esté actualizada en tiempo real (on line).	RNI	Ahorro: Tipo, saldo, cotitulares, fecha de apertura/cierre, último movimiento, cantidad de movimientos y estado de la cuenta. Asistencia: Fecha de ingreso de solicitud de préstamo, de aprobación, fecha de escritura fijada y realizada. Morosidad: Créditos: Nombre y número de el/los producto/s con saldo (DCN-NCN), moneda/s; saldo/s adeudado/s, al día/cuotas de atraso, si existe retención de cuota, marcas, fecha de otorgado, fecha de realizado el último pago, calificación objetiva y subjetiva de cada producto. Garantías: Id, padrón (matriz, bloque y unidad), ubicación (Dirección, Departamento, Localidad Catastral/Barrio), ACH/ Id del conjunto, tasación (fecha y valor de la última realizada de modo presencial).
		4	Debe brindar una visión de la información histórica registrada del cliente que sea parametrizable.	4.1	La información debe viajar desde el sistema core mediante una integración online y/o proceso batch de forma diaria.	RI	Toda información registrada: por defecto y gestiones personales y telefónicas. Traer la Info Ampliada del Sigb de un determinado periodo
		5	Debe permitir a nivel de cliente / prospecto gestionar ABMC de archivos adjuntos en distintos formatos.	5.1	Los formatos deben ser parametrizables (gestionar límite de tamaño, tipo de formato permitido).	RI	Alta del cliente firmada, recibos de ingresos, certificados notariales, compraventas, cesiones de derechos, sucesiones.
				5.2	Debe mantener un histórico y la trazabilidad de los mismos.		
		6	Debe permitir realizar búsquedas avanzadas en la base de datos.	6.1	Las búsquedas deben ser parametrizables.	RI	Que permita buscar por un dato disinto al número de documento.
				6.2	Las búsquedas deben permitir el uso de filtros, comodines, concatenación de criterios y campos.		
				6.3	Las búsquedas deben poder gestionarse a través de un histórico que lleve una bitácora de las mismas.		
7	Debe permitir que los campos que componen los datos de los clientes, prospectos, trámites y actividades a ingresar sean parametrizables.	7.1	Debe permitir que haya campos mandatorios (obligatorios de completar).	RI	Menú desplegable, tabulado donde el usuario opte según corresponda. Ejemplos de campos a parametrizar: tipo de contacto con el cliente (presencial, telefónica, correo electrónico, otros); y tipo de gestión: consulta sobre productos, de información, ingreso de créditos, apertura de cuentas, seguimiento de crédito (pago de cuotas, reestructura, amortización, cancelación), acción prejudicial y judicial (citación, telegrama, expediente), otros. Los tipos de campos podrán ser diversos (numérico, alfanumérico, texto, con y sin límite de caracteres, imágenes, otros). Debe contener un campo para escribir observaciones y permitir la posibilidad de establecer campos obligatorios. Registrará por defecto operador y fecha.		
		7.2	Debe permitir campos de distintos tipos (numérico, alfanumérico, fecha, imagen, lógico, comentarios, ubicación geográfica).				
		7.3	Debe permitir fijar condiciones de validación a los campos (fecha máxima, número máximo de caracteres, validación de dígito verificador de cédula).				
		7.4	Debe permitir limitar el contenido de un campo mediante el ingreso de distintos tipos de controles (listas desplegables, botones radiales, casillas de verificación).				
8	Debe permitir registrar todas las acciones realizadas a nivel del cliente / prospecto	8.1	Debe registrar y asociar al cliente / prospecto todas las acciones realizadas de manera manual sobre el mismo.	RI	Manual: El usuario agrega comentarios sobre las actuaciones realizadas (Registrará por defecto operador y fecha). Automático: que deje registro cuando el sistema envía un mensaje al cliente.		
		8.2	Debe registrar y asociar al cliente / prospecto todas las acciones realizadas de manera automática sobre el mismo.				
		8.3	Debe dejar registro automático del usuario, fecha y hora de las acciones realizadas.				
Gestión de oportunidades	9	Debe permitir ABMC de prospectos (clientes potenciales), que podrán ser personas físicas o jurídicas.	9.1	Debe permitir ABMC de prospectos mediante la interacción del usuario.	RNI		
			9.2	Debe permitir ABMC de prospectos de manera automatizada, a través de integraciones online con sistemas internos o externos (web del Banco, redes sociales).			
			9.3	Los campos que componen la información de los prospectos deberán ser personalizables y modificables.			
			9.4	Debe permitir carga masiva inicial.			
10	Debe permitir la gestión de las oportunidades de ventas	10.1	Debe permitir crear y configurar reglas de negocio y flujos de trabajo para la gestión de las oportunidades de venta.	RI			
		10.2	Debe poder segmentar la base de clientes \ prospectos para disparar campañas personalizadas de oportunidades de ventas.				
		10.3	Debe permitir generar reportes personalizados de las oportunidades de ventas.				
Gestión del cliente (Alertas)	11	Debe permitir gestionar alertas (ABMC) sobre un cliente, prospecto o producto que notificarán al usuario (o grupo de usuarios) la necesidad de realizar una acción.	11.1	Las alertas deben poder programarse en función de los datos de los clientes y/o productos de manera automática.	RI	Que avise al usuario cuando se cumplió el plazo otorgado a un cliente para entregar documentación / pagar una cuota. En caso de ausencia del usuario el supervisor podrá gestionar las alertas y reasignarlas si corresponde. Entrega de documentación (notarial, informes de tasación, del cliente), vencimientos (de la actualización de datos, del Seguro de Vida, de la Aprobación del Crédito, compromiso de gestión del Banco, para ingreso de solicitud de Cancelación Notarial).	
			11.2	Las alertas deben poder configurarse de manera que aparezcan en la bandeja de entrada de tareas del usuario o grupo de usuarios.			
			11.3	Las alertas deben poder configurarse para que se envíen notificaciones a través de distintos medios (correo electrónico, sms, whatsapp).			
			11.4	Las alertas deben ser gestionables ante ausencia de un usuario.			
	12	Debe permitir programar alertas generales sobre cumplimiento de condiciones de clientes, prospectos o productos, que notificarán la necesidad de realizar una acción y/o disparar una campaña	12.1	Debe permitir que sean gestionables y parametrizables.	RI	Se podrá programar una alerta ante el cumplimiento de las siguientes condiciones: cuando un ahorrista (producto Yo ahorro) alcance los 18 depósitos, tenga el mínimo de ahorro establecido, y cumpla otras condiciones de acuerdo al manual de políticas de otorgamiento de créditos.	
			12.2	Las alertas deben poder programarse en función de los datos de los clientes y/o productos de manera automática.			
12.3			Las alertas deberán poder emitirse por distintos medios (por ejemplo correo electrónico, sms, whatsapp).				
13	Debe posibilitar generar mensajes emergentes de alerta/aviso importante sobre un determinado cliente/prospecto.	13.1	El mensaje debe emerger cuando el usuario digita el número de documento del cliente y debe permitir minimizarlo para continuar con la gestión.	RI	Casos de clientes particulares que antes de gestionarlos debe consultarse a un supervisor.		
		13.2	Debe permitir ABMC de los mensajes.				
			14.1	Debe permitir configurar diferentes criterios de segmentación.			
			14.2	Debe permitir segmentar sobre datos estáticos (ej. datos personales del cliente o prospecto) y dinámicos (ej. actividades, campañas).			

1	Gestión comercial	14	Debe permitir la segmentación de información de clientes / prospectos	14.3	Debe permitir el uso de filtros avanzados, comodines, concatenación de criterios y campos.	RI	Segmentar un grupo de clientes en base a los siguientes filtros: moneda, productos, cantidad de cuotas vencidas, total de deuda, fecha de última gestión, ingreso o no al Clearing, ubicación y/o valor de la garantía, otros; de manera de poder realizar una determinada acción.
				14.4	Debe permitir ABMC de las reglas de segmentación manteniendo un histórico.		
				14.5	Debe permitir cargar la información a segmentar desde distintos sistemas y bases de datos.		
				14.6	Debe permitir cargar la información a segmentar desde distintos tipos de formatos.		
	15	Debe permitir la carga masiva de datos	15.1	Debe permitir la carga masiva de datos desde fuentes externas mediante integraciones.	RI	Cargar la lista de clientes amparados por el FGCH que emite mensualmente la ANV.	
			15.2	Debe permitir la carga masiva de datos desde fuentes externas mediante archivos en distintos formatos.			
			15.3	Debe permitir marcar o cargar información a un grupo determinado de clientes / prospectos.			
	16	Debe proporcionar una gestión integral de campañas	16.1	Debe permitir ABMC de campañas masivas configurables.	RI	Campañas de comercial para colocar préstamos nuevos. Campañas de recupero para clientes con cuotas vencidas. Aviso a clientes de cambio de normativas.	
			16.2	Debe permitir llevar un histórico auditable con los datos de las campañas.			
			16.3	Debe permitir el envío de campañas masivas con archivos adjuntos.			
			16.4	Debe permitir ABMC de plantillas de mensajes configurables.			
			16.5	Debe permitir seleccionar clientes / prospectos individuales o en grupos a partir de una segmentación o base de datos.			
			16.6	Debe permitir autocompletar determinados datos de manera dinámica a partir de bases de datos del CRM o fuentes externas.			
	17	Debe permitir el envío de mensajes masivos (campañas) a través de distintos medios	17.1	Debe permitir el envío automático de mensajes de correo electrónico.	RI		
			17.2	Debe permitir el envío automático de mensajes SMS.			
			17.3	Debe permitir el envío automático de mensajes de Whatsapp.			
			17.4	Debe permitir el envío automático de mensajes de voz (llamadas automáticas).			
			17.5	Debe permitir el envío automático de mensajes a través de redes sociales (ej. LinkedIn, Twitter, Facebook messenger).			
			17.6	Debe permitir la emisión de campañas en distintos formatos (excel, txt, csv, xml) de manera que puedan ser gestionadas a través de un tercero (ej. contact center).			
			17.7	Debe permitir asociar los mensajes enviados a través de distintos medios a los clientes / prospectos correspondientes.			
	18	Debe permitir la medición de campañas	18.1	Debe permitir configurar y parametrizar los datos que componen las campañas.	RI		
			18.2	Debe permitir ABMC de indicadores para evaluar, medir y comparar la efectividad de las campañas.			
			18.3	Debe llevar un histórico de los indicadores asociados a las campañas.			
19	Debe permitir la gestión de una agenda parametrizable	19.1	Debe permitir el ABMC de citas	RI	Agenda de trámites gestionada por el usuario: ingreso de solicitudes de préstamos, fechas de escrituras, cancelaciones notariales de préstamos, otros.		
		19.2	Debe poder ser configurable en cuanto a los campos de información.				
		19.3	Debe permitir adjuntar distintos tipos de archivos a las citas.				
		19.4	Debe poder conectarse a sistemas de agenda externos (en particular Microsoft Outlook)				
		19.5	Debe funcionar en sincronía con el resto de los módulos de la solución CRM.				
		19.6	Debe permitir guardar el registro de clientes que no asistan a la cita.				
		19.7	Debe permitir enviar notificaciones parametrizables a los usuarios y a los clientes / prospectos a través de distintos medios.				
		19.8	Debe permitir configurar diferentes criterios de segmentación.				
20	Debe permitir la segmentación de información de clientes	20.1	Debe permitir segmentar sobre datos estáticos (ej. datos personales del cliente o prospecto) y dinámicos (ej. actividades, campañas).	RI	Se aplicarán filtros de datos: Moneda, productos, cantidad de cuotas vencidas, total de deuda, fecha de última gestión, ingreso o no al Clearing, ubicación y/o valor de la garantía, otros; a fin de obtener una base sobre la cual decidir acciones a tomar (envío a Clearing, inicio de expediente, citación mediante call center, otros). Formato: excel, texto limitado por comas.		
		20.2	Debe permitir el uso de filtros avanzados, comodines, concatenación de criterios y campos.				
		20.3	Debe permitir ABMC de las reglas de segmentación manteniendo un histórico.				
		20.4	Debe permitir cargar la información a segmentar desde distintos sistemas y bases de datos.				
		20.5	Debe permitir cargar la información a segmentar desde distintos tipos de formatos.				
		20.6	Debe permitir cargar la información a segmentar desde distintos tipos de formatos.				
21	Debe poder emitir listados (en distintos formatos) para que un contact center realice campañas personalizadas	21.1	Debe emitir listados en formatos digitales imprimibles.	RI			
		21.2	Debe permitir parametrizar y configurar la información a emitir.				
22	Debe permitir la gestión avanzada de reportes (ABMC)	22.1	Debe permitir generar y extraer reportes configurables.	RI	Informes para Comité Comercial que contienen información sobre cantidad de trámites ingresados, créditos otorgados, clientes/prospectos atendidas y otros.		
		22.2	Debe permitir que los reportes se emitan en diferentes formatos (como mínimo formatos compatibles con EXCEL y PDF)				
		22.3	Debe permitir parametrizar el contenido y disposición de la información de los reportes (diseño).				
		22.4	Debe permitir generar gráficos de distintos tipos (como mínimo gráficos de pastel, de líneas y de barras).				
		22.5	Debe mantener un histórico de los reportes generados.				
23	Debe permitir la conexión a través de distintas tecnologías y configuraciones	23.1	Debe permitir la integración con otras aplicaciones y plataformas tecnológicas vía web services.	RNI			
		23.2	Debe permitir la integración con otras aplicaciones y plataformas tecnológicas mediante procesos batch parametrizables.				

2-A	Integración	24	Debe permitir la conexión con diferentes sistemas y aplicaciones	23.3	Debe permitir la integración sincrónica y asincrónica.	RNI	
				23.4	Debe permitir integración con el CORE vía procesos online y/o proceso batch.		
				24.1	Debe permitir conexión para la subida y bajada de archivos.		
				24.2	Debe permitir conexión con páginas web.		
				24.3	Debe permitir conexión con sistemas de correo electrónico.		
				24.4	Debe permitir conexión con sistemas de sms.		
	Seguridad	25	Debe permitir ABMC de usuarios administradores del sistema	25.1	Debe permitir tener un perfil de usuario que permita administrar a otros usuarios.	RI	
				25.2	Debe permitir tener un perfil de usuario que pueda gestionar la seguridad de la solución.		
		26	Debe permitir ABMC de distintos perfiles de usuarios con acceso a módulos y funcionalidades específicas	26.1	Debe permitir la definición de perfiles configurables de acuerdo a los roles de los usuarios.	RI	
				26.2	Debe denegar el acceso a los objetos, flujos y funciones que el usuario tiene restringido de acuerdo a su perfil.		
				26.3	Debe permitir el acceso a los objetos, flujos y funciones que el usuario tiene permitido de acuerdo a su perfil.		
		27	Debe permitir la autenticación y acceso del usuario a través de usuario y una contraseña personal y única	27.1	Debe permitir establecer políticas de contraseñas (longitud, complejidad, tiempo de validez).	RI	
				27.2	Debe permitir establecer autenticación en dos pasos.		
				27.3	Debe permitir que la autenticación (usuario y contraseña) coincida con la usada para acceder a la red del Banco (sincronizada con Microsoft Active Directory)		
		28	Debe permitir la correcta auditoría del sistema	28.1	Debe mantener un log auditable histórico que pueda ser exportable.	RI	Formatos: pdf, excel.
				28.2	El log debe registrar todas las actividades (manuales y automáticas) generadas por los usuarios o por la aplicación mediante actuaciones automáticas.		
				28.3	Debe registrar en el log usuario, evento o acción realizada, día y hora de toda y cada una de las actuaciones como mínimo.		
		29	Debe permitir definir reglas de negocio y flujos de trabajo con distintos niveles de autorización	29.1	Debe permitir el configurar que solicite contraseña para determinadas acciones.	RI	
	29.2			Debe permitir niveles de autorización parametrizables.			
	Gestión del cliente (Visión 360 AVANZADA)	30	Debe brindar la información sobre los antecedentes del cliente / prospecto en el sistema financiero y otras bases de datos internas y externas.	30.1	La información debe viajar desde bases de datos externas vía integraciones online	RNI	BdN y DNIC por defecto. A opción del usuario (botón de acceso): Clearing, Lideco, Banco Central, Historial migrado de morosidad, MOCASIST, DGI, BPS, Rectos del BSE
				30.2	La información de bases internas debe viajar mediante una integración online y/o porceso batch.		
				30.3	Debe permitir parametrizar los datos que traerá por defecto y cuáles a opción.		
		31	Debe permitir una gestión integral de trámites y actividades del cliente / prospecto ante el BHU.	31.1	Debe permitir ABMC de los trámites y actividades del cliente, mediante la interacción del usuario.	RNI	Tipo de trámites: Apertura y cierres de cuentas, cancelaciones y/o amortizaciones de préstamos, solicitud de préstamos y seguimiento de la misma, consultas realizadas de forma presencial, telefónica y vía mail, citas agendadas a través de la web, otros.
				31.2	Debe permitir ABMC de los trámites y actividades del cliente, de manera automatizada, a través de integraciones online con el sistema Core (SIGB) u otros sistemas internos o externos (web del Banco, APIA, numeradores).		
31.3				La información debe permanecer en un histórico gestionable, parametrizable y con trazabilidad.			
31.4				Debe proporcionar información integral de trámites y actividades del cliente / prospecto ante el BHU. La información podrá obtenerse de otras plataformas tecnológicas vía integraciones online y/o proceso batch.			
31.5				Debe permitir extraer un reporte en distintos formatos digitales imprimibles.			
31.6				Debe permitir parametrizar bloques de información de clientes / prospectos.			
32		Debe permitir parametrizar bloqueo de clientes / prospectos.	32.1	Debe permitir seleccionar clientes y/o prospectos que no puedan ser objetivo de una campaña.	RNI	Bloquear la posibilidad de que un cliente reciba comunicaciones de una determinada campaña (aunque esté dentro del perfil) porque está embargado.	
			32.2	Debe permitir llevar un histórico de los bloqueos que permita una trazabilidad de los mismos.			
33		Debe permitir modelar procesos y gestionar flujos de trabajo (para poder establecer circuitos de recupero estandarizados)	33.1	Debe permitir configurar reglas de negocio.	RI	Se definirán acciones según la cantidad de cuotas de atraso (envío de notify, agenda mediante call center, alta/baja en Clearing, alta de expediente de ejecución, otros) y un flujo a seguir de acuerdo a si se regulariza total o parcialmente el atraso, estableciendo niveles de autorización.	
			33.2	Debe permitir asignar flujos de trabajo a distintos usuarios o grupos de usuarios de acuerdo a determinadas reglas.			
			33.3	Debe permitir configurar distintos niveles de aprobación parametrizables.			
			33.4	Debe permitir disparar comunicados y alertas en función de criterios parametrizables.			
34		Debe permitir gestionar ABMC de reclamos asociándolo a un cliente	34.1	Debe poder levantar casos, generando un número de ticket.	RNI	Todo reclamo ingresado por INFO, SMS, WEB, el CRM debe tomarlo, generarle número de reclamo, y asociarlo al cliente, generando un histórico	
			34.2	Debe permitir levantar casos manualmente por un usuario.			
			34.3	Debe permitir levantar casos de manera automatizada recibiendo la información de sistemas externos (correo electrónico, página web, MVD).			
	34.4		Debe permitir mantener un histórico de los reclamos.				
35	Debe permitir modelar procesos y flujos de trabajo	35.1	Debe permitir establecer reglas de negocio parametrizables.	RI	Si el reclamo requiere la intervención de más de un sector, el CRM debe permitir la actuación de distintos sectores así como disparar alertas de asignación de casos.		
		35.2	Debe permitir distintos niveles de aprobación.				
		35.3	Debe permitir cambiar el estado a un caso.				
		35.4	Debe permitir reasignar o derivar la atención de un caso a otro usuario o grupos de usuarios.				
36	Debe permitir medir la gestión de reclamos	36.1	Debe permitir definir estadísticas e indicadores de los reclamos.	RI	Filtrar por distintos criterios: resultado (AF del Cliente, AF del Banco), tiempo (2 días, 2 a 15 días, más de 15 días, en espera), por producto (ahorro, credito, WEB, otros), Elaboración de gráficas		
		36.2	Debe permitir segmentar y filtrar la información de los reclamos con distintos criterios.				
		36.3	Debe permitir mantener un historico de los indicadores.				
		36.4	Debe permitir emitir reportes configurables sobre la gestión de reclamos.				

		37	Debe permitir emitir alertas automatizadas	37.1	Debe emitir alertas a los usuarios de actividades a realizar.	RNI	Alertas de plazo para resolución. Ante la resolución del reclamo, permitir enviar respuesta automática al cliente, ya sea mediante plantilla pre-existente o no.
				37.2	Debe emitir comunicaciones a los clientes de manera automatizada a través de distintos medios (correo electrónico, sms, whatsapp)		
		38	Debe permitir generar reportes normativos	38.1	Debe permitir generar nuevos reportes con distintos formatos y campos.	RI	Normativa BCU: R.N.R.C.S.F Libros IV (art 318), V, VI, VII (art.662 al final) y CC 2220/15
				38.2	Debe permitir generar el reporte normativo al regulador (BCU) de manera automatizada.		
	Integración	39	Debe permitir la conexión con diferentes sistemas y aplicaciones	39.1	Debe permitir conexión con sistemas de telefonía IP (PBX)	RNI	
				39.2	Debe permitir conexión con sistemas de IVR.		
	Gestión del cliente (Visión 360 BÁSICA)	40	Debe permitir ABMC de relaciones entre 2 o más clientes / prospectos.	40.1	Debe permitir asociar clientes/prospectos entre si de manera que algunas actividades generadas (debe ser parametrizable) para un determinado cliente pueden también figurar en los clientes/prospectos relacionados.	RNI	Asociar cónyuges, titular y codeudor, otras relaciones. Desasociar cuando sea necesario.
				41	Debe permitir mantener una bitácora con los cambios realizados en los datos de los prospectos		
		41.2	Debe permitir exportar en formato digital imprimible los cambios realizados a los prospectos				
	Gestión del cliente (Visión 360 AVANZADA)	42	Debe proporcionar información ampliada sobre los productos y cuentas del cliente.	42.1	La información debe viajar desde el sistema Core (SIGB) u otros sistemas mediante una integración de manera que la información esté actualizada en tiempo real (on line).	RNI	Ahorro: Cantidad depósitos. Morosidad: fecha de otorgado, fecha de realizado el último pago, calificación objetiva y subjetiva de cada producto. Ubicación de la garantía (Dirección, Departamento, Localidad Catastral/Barrio).
				43	Debe permitir identificar datos faltantes o erróneos en la información de los clientes / prospectos de manera de poder mejorar la calidad de los datos		
		43.2	Debe poder aplicar reglas de validación para evaluar la integridad de los datos.				
		43.3	Debe poder aplicar reglas de validación para evaluar la consistencia de los datos.	43.4	Debe poder aplicar reglas de validación para evaluar la frescura de los datos.		
		44	Debe permitir replicar la información histórica registrada de clientes / prospectos relacionados entre sí.	44.1	Debe permitir parametrizar y configurar qué actividades y trámites que figuran en un cliente / prospecto deben hacerlo también en aquellos clientes / prospectos relacionados.	RNI	Que a opción del usuario (botón "replicar") si se agrega información en el campo observaciones de un cliente, que se replique automáticamente en el relacionado (titular y codeudor).
2-B	Gestión comercial	45	Debe proporcionar información de la actividad del cliente / prospecto proveniente de fuentes externas.	45.1	Debe poder traer información desde sitios web (en particular de los sitios del BHU) mediante integraciones.	RD	El sistema obtendrá y guardará la información de búsquedas del cliente en la web sobre préstamos y/o inmuebles.
				45.2	Debe poder traer información desde redes sociales (Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram) mediante integraciones.		
				45.3	La información a importar debe poder ser parametrizable.		
				45.4	La información importada debe poder ser gestionada en un histórico.		
		46	Debe permitir medir la gestión del usuario	46.1	Debe permitir definir indicadores	RNI	Se definirán gestiones que realizará el usuario (consulta de información, apertura de cuentas, ingreso de solicitud de préstamo, reestructura, otros). Se medirán los tiempos de gestión de cada usuario. En recuperio (por ejemplo) la cantidad de contactos con el cliente para regularizar. Calidad de la información ingresada.
		46.2	Debe mantener un histórico que permita medir la evolución de los indicadores.				
	Gestión de encuestas	47	Debe permitir ABMC de encuestas	47.1	Debe permitir generar y guardar modelos de encuestas	RD	Encuestas para medir satisfacción de clientes y necesidades de prospectos.
				47.2	Debe permitir enviarlas por diferentes medios a un grupo de clientes preseleccionados.		
				47.3	Debe permitir ABMC de encuestas de manera automática a través de integraciones con otras aplicaciones via procesos online y / o procesos batch parametrizables..		
				47.4	Debe permitir ABMC de encuestas de manera manual a través del usuario.		
				47.5	Debe permitir procesar los datos obtenidos generando reportes en diferentes formatos.		
	Integración	48	Debe permitir la conexión con diferentes sistemas y aplicaciones	48.1	Debe permitir conexión con redes sociales.	RNI	
				48.2	Debe permitir la conexión con sistemas de numeradores de atención al público.		
				48.3	Debe permitir conexión con whatsapp o similar		
	Gestión del cliente (Visión 360 AVANZADA)	49	Debe permitir ABMC de clientes	49.1	Debe permitir ABMC de clientes mediante la interacción del usuario.	RD	
				49.2	Debe permitir ABMC de clientes de manera automatizada, a través de integraciones online con sistemas internos o externos (web del Banco).		
				49.3	Debe permitir que los campos que componen la información de los clientes sean personalizables y modificables.		
				49.4	Debe incorporar la posibilidad de flujos de trabajo parametrizables, con distintos niveles de aprobación.		
				49.5	Debe poder validar y enriquecer la información del cliente, con bases de datos externas a través de integraciones.		
				49.6	Debe poder exportar la información al sistema core mediante una integración online y / o a través de un proceso batch parametrizable.		
	Gestión de cobranza	50	Debe permitir la consolidación de deuda	50.1	Debe permitir la consolidación de la deuda del cliente parametrizando reglas sobre los productos del cliente	RD	
3		51	Debe permitir la gestión avanzada de información para la toma de decisiones (análisis predictivo)	51.1	Debe permitir analizar la información proveniente de diferentes fuentes encontrando patrones en común.	RD	
				51.2	Debe sugerir y recomendar acciones a tomar en función de criterios parametrizables.		
		52	Debe permitir cruzar y comparar información de distintas bases de datos.	52.1	Debe permitir configurar reglas parametrizables.	RD	
				52.2	Debe permitir integrar información de distintas bases de datos.		
		52.3	Debe permitir integrar información de diferentes formatos.				
		52.4	Debe permitir la integración mediante procesos online y / o procesos batch parametrizables.				

	Inteligencia de negocio	53	Debe permitir gestionar y medir los procesos y flujos de trabajo.	52.5	Debe permitir disparar alertas.	RD	Para crear y parametrizar distintos tipos de scoring mediante la aplicación de algoritmos sobre diferentes combinaciones de datos (de clientes, prospectos o personas integrantes de bases de datos externas) de manera de que se pueda seleccionar un scoring de los pre configurados en el sistema y aplicarlo, ya sea a una persona individual o la/s base/s de datos que se seleccionen. Automáticamente, el sistema "devolverá", respectivamente, el resultado individual o un listado de todo el universo de personas seleccionado con los puntajes asignados. Los listados obtenidos mediante este proceso deben poder ordenarse, filtrarse y truncarse por valores mínimos, máximos o intervalos de valores del scoring y, a demanda del usuario, asociarle al subconjunto de personas resultante una acción predeterminada en el sistema para su ejecución automática (por ejemplo "envío de email tipo 1")
				52.6	Debe permitir obtener reportes.		
		54	Debe permitir gestionar la performance de los distintos sectores	53.1	Debe contar con herramientas de medición de la gestión parametrizables (indicadores de gestión)	RD	
				54.1	Debe permitir definir metas asociadas a los usuarios y / o grupos de usuarios.		
				54.2	Debe permitir gestionar indicadores sobre las metas.		
				54.3	Debe conservar un histórico de los indicadores.		
	Gestión de scoring	55	Debe permitir la gestión de distintos tipos de scoring	54.4	Debe poder recomendar acciones a tomar en función de la evolución de los indicadores.	RD	
				55.1	Debe permitir ABMC de distintos indicadores de scoring parametrizables.		
				55.2	Debe permitir crear y configurar reglas de negocio como parte del proceso de creación de los indicadores.		
				55.3	Debe permitir interactuar con fuentes de datos externas como parte del proceso de creación de los indicadores.		
				55.4	Debe poder clasificar y segmentar la base de datos de clientes / prospectos aplicándoles los indicadores		
				55.5	Debe poder asignar, disparar tareas, actividades y campañas en función del resultado del score.		
	55.6	Debe mantener un histórico de los puntajes (scores) asignados.					