

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

FACULTAD DE INGENIERÍA EN INFORMÁTICA

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**SISTEMA DE METAS, PROYECCIONES, VISITAS, RENOVACIONES Y
VENTAS CLARO, HONDURAS**

SUSTENTADO POR

PHOL WILLIANS CÁRCAMO HENRÍQUEZ, 31711064

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
INFORMÁTICA**

TEGUCIGALPA

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

INGENIERÍA EN INFORMÁTICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ

DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

TEGUCIGALPA

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

**SISTEMA DE METAS, PROYECCIONES, VISITAS, RENOVACIONES Y
VENTAS CLARO, HONDURAS**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

INGENIERÍA EN INFORMÁTICA

ASESOR:

JOSÉ ALFREDO MARTÍNEZ CÁCERES.

TERNA EXAMINADORA:

NIDIA ARELY ROMERO

JOSE LUIS GARCIA MONTERO

CLAUDIO CESAR FIGUEROA

TEGUCIGALPA

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

DEDICATORIA

Le dedico este proyecto a mi Esposa Gloria Elizabeth Molina y a mi madre Lucy Henríquez Álvarez, por haberme apoyado en todo momento a lo largo de estos años de estudio universitario, por darme el interés humano, la fuerza motivacional que me llevó a elegir este proyecto y alentarme a seguir adelante en los momentos más difíciles de este proceso académico como también a disfrutar los momentos de éxito.

Phol Willians Cárcamo Henríquez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia, quienes son mi fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida. A mis compañeros que se volvieron amigos que me han apoyado y alentado para siempre salir adelante, quienes con su ayuda y esfuerzo fueron pieza clave para la culminación de este proyecto de vida, a mis catedráticos y asesor que no se guardaron ningún conocimiento y siempre estuvieron atentos que aprendiera cada día más y gracias a Claro Honduras por permitir trabajar en este proyecto para culminar mis estudios de pregrado.

Phol Willians Cárcamo Henríquez

RESUMEN EJECUTIVO

El departamento de Ventas Corporativas de Claro está compuesto por una fuerza de ventas con 30 vendedores, divididos en 5 equipos con sus respectivos jefes en Tegucigalpa y San Pedro Sula.

El presente informe tiene como finalidad contribuir a la identificación y análisis de las necesidades del departamento de Ventas Corporativas de Claro Honduras con el fin de promover una serie de soluciones para la mejorar las actividades del área, mediante metodología de investigación y desarrollo de vanguardia.

Brindando así un desarrollo para la gerencia corporativa, jefes intermedios y vendedores la visibilidad a nivel local del progreso de sus indicadores como las ventas diarias por los vendedores y por el área, así como las visitas, seguimiento de metas, renovación de clientes asignados, y cálculo de comisiones de los vendedores.

Mediante una investigación se encontró que al no tener esa visibilidad por la fuerza de ventas se presenta un contratiempo al final de cada mes en los procesos de venta y no cumplen con su meta establecida, dando como resultado un bajo rendimiento en sus indicadores.

Palabras clave: metas, ventas, indicadores

ABSTRACT

The Corporate Sales department of Claro is based of 30 salespersons, divided in five teams with their respective manager located in Tegucigalpa and San Pedro Sula.

The following report has the objective to contribute to identify and analyses the needs of the Corporate Sales department of Claro Honduras in order to promote a series of solutions to improve the activities in the area through research methodology and forefront development.

Providing a development to corporate management, intermediary managers and salespersons the visibility at the local level of the progress of their indicators as the daily sales by salespersons and by area; as the visits, goals follow up, assign customer renovation and estimate of the commission by salesperson.

Through research it found out that by not having this visibility by the salespersons by every end of the month has a setback in the sales process and they don't meet their stablish goal, providing a low performance in their indicators.

Keywords: Goals, Sales, Indicators

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
2.1	Antecedentes	2
2.2	Enunciado.....	3
2.3	Preguntas de Investigación.....	3
2.4	Hipótesis.....	4
2.5	Justificación.....	4
III.	OBJETIVOS.....	5
3.1	Objetivo General	5
3.2	Objetivos Específicos.....	5
IV.	MARCO TEORICO	6
4.1	Telecomunicaciones.....	6
4.2	Telefonía en Honduras	6
4.3	América Móvil	7
4.4	Telefonía móvil en Honduras.....	8
4.5	Telefonía Claro.....	8
4.6	Misión.....	9
4.7	Visión	9
4.8	Estructura Organizacional.....	9
4.9	Departamentos de Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo	11

V. METODOLOGÍA.....	13
5.1 Enfoque y Método.....	13
5.1.1 Enfoque.....	13
5.1.2 Métodos.....	13
5.2 Población y muestra.....	14
5.2.1 Población.....	14
5.2.2 Muestra.....	14
5.3 Unidad de análisis y respuesta.....	15
5.4 Técnicas e instrumentos aplicados.....	15
5.4.1 Entrevista.....	15
5.4.2 Encuesta.....	16
5.4.3 Observación.....	16
5.5 Fuentes de información.....	17
5.5.1 Fuentes Primarias.....	17
5.5.2 Fuentes Secundarias.....	17
5.5.3 Internet.....	17
5.6 Cronología de trabajo.....	19
5.6.1 Diagrama Gantt Fase 1.....	19
5.6.2 Diagrama Gantt Fase 2.....	20
VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	21
6.1 Encuestas.....	21

6.2	Entrevistas	37
6.2.1	Entrevista 1	37
6.2.2	Entrevista 2	39
6.3	Observación.....	40
VII.	CONCLUSIONES.....	42
VIII.	RECOMENDACIONES	43
IX.	APLICABILIDAD	44
9.1	Manual Técnico.....	44
9.1.1	Propósito	44
9.1.2	Alcance	44
9.1.3	Documentos de Referencia	45
9.1.4	Definiciones Importantes	45
9.1.5	Descripción de Módulos	49
9.1.6	Diccionario de Datos.....	60
9.1.7	Descripción de Interfaces con Otros Sistemas.....	77
9.2	Manual Usuario	89
9.2.1	Introducción	89
9.2.2	Uso del manual	89
9.2.3	Módulo de inicio del sistema (autenticación).	101
9.2.4	Usuario Administrador del Sistema.....	104
9.2.5	Usuario Jefe de ventas del Sistema.....	128

9.2.6	Usuario Vendedores del Sistema.....	149
X.	BIBLIOGRAFIAS.....	157
A.	ANEXOS.....	1
A.1.	Factibilidad del Proyecto.....	1
A.2.	Políticas de seguridad de Claro Honduras.....	6
A.3.	Análisis OWAP ZAP	8

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla V-1. Fuerza de ventas de la Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo</i>	14
<i>Tabla V-2. Unidad de Análisis y Respuesta</i>	15
<i>Tabla VI-1 Control de Ventas</i>	21
<i>Tabla VI-2 Herramienta Control de Ventas</i>	22
<i>Tabla VI-3 Apoyo de Sistema de Control de Ventas</i>	24
<i>Tabla VI-4 Visualización de Control de Ventas</i>	25
<i>Tabla VI-5 Lista de Renovaciones</i>	26
<i>Tabla VI-6 Listado de Renovaciones</i>	27
<i>Tabla VI-7 Solicitud de Renovaciones por el Cliente</i>	29
<i>Tabla VI-8 Cartera con Renovaciones</i>	30
<i>Tabla VI-9 Cálculo de Comisiones</i>	31
<i>Tabla VI-10 Formato para Cálculo de Comisiones</i>	32
<i>Tabla VI-11 Sistema de Cálculo de Comisiones</i>	33
<i>Tabla VI-12 Meta Mensual</i>	34
<i>Tabla VI-13 Venta Mensual contra Venta Real</i>	35
<i>Tabla VI-14 Tablero de Rendimiento</i>	36
<i>Tabla IX-1 Tabla de Usuarios</i>	62
<i>Tabla IX-2 Tabla de Usuarios_ Bitácora</i>	62
<i>Tabla IX-3 Tabla de Tipo_Usuarios</i>	63
<i>Tabla IX-4 Tabla de Metas</i>	64

<i>Tabla IX-5 Tabla de Meta_ Bitácora</i>	64
<i>Tabla IX-6 Tabla de Proyecciones</i>	65
<i>Tabla IX-7 Tabla de Ventas</i>	66
<i>Tabla IX-8 Tabla de Visitas</i>	67
<i>Tabla IX-9 Tabla de Visitas_ Bitácora</i>	67
<i>Tabla IX-10 Tabla de Clientes</i>	68
<i>Tabla IX-11 Tabla Bitácora de Clientes</i>	68
<i>Tabla IX-12 Tabla de Planes</i>	69
<i>Tabla IX-13 Tabla de Planes_ Bitácora</i>	69
<i>Tabla IX-14 Tabla de Líneas</i>	70

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura IV-1 Estructura Organizacional (Claro, Estructura Organizacional)</i> _____	10
<i>Figura IV-2 Organigrama de la Gerencia de Ventas (Claro, Organigrama Ventas Mercado Corporativo)</i> _____	12
<i>Figura V-1 Diagrama de Gantt para la realización del proyecto Fase1</i> _____	19
<i>Figura V-2 Diagrama de Gantt para la realización del proyecto Fase2</i> _____	20
<i>Figura VI-1 Gráfica pregunta 1</i> _____	22
<i>Figura VI-2 Gráfica pregunta 2</i> _____	23
<i>Figura VI-3 Gráfica pregunta 3</i> _____	24
<i>Figura VI-4 Gráfica pregunta 4</i> _____	26
<i>Figura VI-5 Gráfica pregunta 5</i> _____	27
<i>Figura VI-6 Gráfica pregunta 6</i> _____	28
<i>Figura VI-7 Gráfica pregunta 7</i> _____	29
<i>Figura VI-8 Gráfica pregunta 8</i> _____	30
<i>Figura VI-9 Gráfica pregunta 9</i> _____	31
<i>Figura VI-10 Gráfica pregunta 10</i> _____	33
<i>Figura VI-11 Gráfica pregunta 11</i> _____	34
<i>Figura VI-12 Gráfica pregunta 12</i> _____	35
<i>Figura VI-13 Gráfica pregunta 13</i> _____	36
<i>Figura VI-14 Gráfica pregunta 14</i> _____	37
<i>Figura IX-1 Módulo Autenticación</i> _____	49

<i>Figura IX-2 Módulo Usuario</i> _____	50
<i>Figura IX-3 Módulo de Meta</i> _____	51
<i>Figura IX-4 Módulo de Proyección</i> _____	52
<i>Figura IX-5 Módulo Visita</i> _____	53
<i>Figura IX-6 Módulo Renovación</i> _____	54
<i>Figura IX-7 Módulo Altas</i> _____	55
<i>Figura IX-8 Módulo Cartera</i> _____	56
<i>Figura IX-9 Módulo Bitácora</i> _____	57
<i>Figura IX-10 Módulo Reportes</i> _____	58
<i>Figura IX-11 Módulo de Dashboard.</i> _____	59
<i>Figura IX-12 Modelo Entidad - Relación</i> _____	60
<i>Figura IX-13 Diagrama Esquema de Tablas</i> _____	61
<i>Figura IX-14 Trigger Incremento de Tabla Clientes</i> _____	71
<i>Figura IX-15 Trigger Incremento de Tabla Líneas</i> _____	71
<i>Figura IX-16 Trigger Incremento de Tabla Meta Bitácora</i> _____	72
<i>Figura IX-17 Trigger Incremento de Tabla Metas</i> _____	72
<i>Figura IX-18 Trigger Incremento de Tabla Planes</i> _____	73
<i>Figura IX-19 Trigger Incremento de Tabla Planes Bitácora</i> _____	73
<i>Figura IX-20 Trigger Incremento de Tabla Tipo Usuarios</i> _____	74
<i>Figura IX-21 Trigger Incremento de Tabla Usuarios</i> _____	74
<i>Figura IX-22 Trigger Incremento de Tabla Usuarios Bitácora</i> _____	75

<i>Figura IX-23 Trigger Incremento de Tabla Ventas</i>	75
<i>Figura IX-24 Trigger Incremento de Tabla Visitas</i>	76
<i>Figura IX-25 Trigger Incremento de Tabla Visitas Bitácora</i>	76
<i>Figura IX-26 Página de descarga Java SE Development Kit</i>	77
<i>Figura IX-27 Inicio Proceso de Instalación de JDK</i>	78
<i>Figura IX-28 Selección de herramientas de JDK</i>	79
<i>Figura IX-29 Copiado de archivos de JDK</i>	79
<i>Figura IX-30 Instalación completa de JDK</i>	80
<i>Figura IX-31 Inicio de Instalación de IDE Netbeans</i>	81
<i>Figura IX-32 Customización de Instalación de IDE</i>	82
<i>Figura IX-33 Aceptación de licencia de IDE</i>	83
<i>Figura IX-34 Seleccionar carpeta y JDK para instalación</i>	84
<i>Figura IX-35 Seleccionar carpeta de Instalación</i>	85
<i>Figura IX-36 Instalación de Servidores para IDE</i>	86
<i>Figura IX-37 Extracción de información Base IDE</i>	87
<i>Figura IX-38 Instalación de IDE completada</i>	88
<i>Figura IX-39 Icono de IDE en Escritorio</i>	88
<i>Figura IX-40 Generalidades del Sistema</i>	90
<i>Figura IX-41 Barra Superior del Sistema</i>	90
<i>Figura IX-42 Botón para Cerrar la Sesión</i>	92
<i>Figura IX-43 Menú Lateral</i>	93

<i>Figura IX-44 Pantalla de Iniciar Sesión al Sistema</i>	102
<i>Figura IX-45 Vista general del acceso a Administrador.</i>	104
<i>Figura IX-46 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 1 Administrador.</i>	105
<i>Figura IX-47 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 2 Administrador.</i>	105
<i>Figura IX-48 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 3 Administrador.</i>	106
<i>Figura IX-49 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 4 Administrador.</i>	106
<i>Figura IX-50 Gráfica de barra ventas por mes Administrador.</i>	108
<i>Figura IX-51 Gráfica de pastel visitas programadas Administrador.</i>	108
<i>Figura IX-52 Carrusel con artes de promociones vigentes Administrador.</i>	109
<i>Figura IX-53 Módulo usuarios.</i>	114
<i>Figura IX-54 Módulo Metas.</i>	116
<i>Figura IX-55 Módulo Proyecciones.</i>	118
<i>Figura IX-56 Módulo Ventas.</i>	122
<i>Figura IX-57 Módulo Visitas.</i>	122
<i>Figura IX-58 Módulo Clientes.</i>	123
<i>Figura IX-59 Módulo Renovaciones.</i>	124
<i>Figura IX-60 Módulo Planes.</i>	125
<i>Figura IX-61 Módulo Bitácora.</i>	127
<i>Figura IX-62 Vista general del acceso al usuario de Jefe.</i>	128
<i>Figura IX-63 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 1 Jefes.</i>	129
<i>Figura IX-64 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 2 Jefes.</i>	130

<i>Figura IX-65 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 3 Jefes.</i>	130
<i>Figura IX-66 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 4 Jefes.</i>	131
<i>Figura IX-67 Gráfica barra ventas por mes Jefes.</i>	132
<i>Figura IX-68 Gráfica de pastel visitas programadas por vendedor Jefes</i>	133
<i>Figura IX-69 Carrusel con artes de promociones vigentes Jefes.</i>	134
<i>Figura IX-70 Módulo Metas.</i>	139
<i>Figura IX-71 Módulo Proyecciones.</i>	141
<i>Figura IX-72 Módulo Ventas.</i>	145
<i>Figura IX-73 Módulo Visitas.</i>	145
<i>Figura IX-74 Módulo Clientes.</i>	146
<i>Figura IX-75 Módulo Renovaciones.</i>	147
<i>Figura IX-76 Módulo Planes.</i>	148
<i>Figura IX-77 Vista general del acceso a Vendedores.</i>	149
<i>Figura IX-78 Módulo de Promociones.</i>	150
<i>Figura IX-79 Módulo de Metas.</i>	150
<i>Figura IX-80 Módulo de Proyecciones.</i>	151
<i>Figura IX-81 Módulo de Ventas.</i>	151
<i>Figura IX-82 Módulo de Visitas.</i>	152
<i>Figura IX-83 Módulo Clientes.</i>	154
<i>Figura IX-84 Módulo Renovaciones.</i>	155
<i>Figura IX-85 Módulo Planes.</i>	156

<i>Figura X-1 A.2.1. Manual de Seguridad de Sistemas de Información.</i>	6
<i>Figura X-2 A.2.2. Políticas Generales de Sistemas.</i>	7
<i>Figura X-3 A.2.3. Supervisión a la seguridad de accesos y corrección de deficiencias.</i>	8
<i>Figura X-4 Herramienta Análisis de Vulnerabilidades OWAP ZAP</i>	9
<i>Figura X-5 Recuento de alertas por riesgo y confianza.</i>	11
<i>Figura X-6 Recuento de alertas por sitio y riesgo.</i>	12
<i>Figura X-7 Recuentos de alertas por tipo de alerta</i>	13
<i>Figura X-8 Riesgo=Medio, Confianza=Alto (1)</i>	14
<i>Figura X-9 Riesgo=Medio, Confianza=Medio (2)</i>	14
<i>Figura X-10 Riesgo=Medio, Confianza=Bajo (1)</i>	15
<i>Figura X-11 Riesgo=Bajo, Confianza=Medio (2)</i>	15
<i>Figura X-12 Riesgo=Bajo, Confianza=Bajo (1)</i>	16
<i>Figura X-13 Riesgo=Informativo, Confianza=Bajo (3)</i>	16
<i>Figura X-14 Ausencia de tokens anti-CSRF</i>	17
<i>Figura X-15 El encabezado de la directiva de seguridad de contenido (CSP) no está establecido</i>	18
<i>Figura X-16 Falta el encabezado anti-clickjacking</i>	19
<i>Figura X-17 Biblioteca JS vulnerable</i>	20
<i>Figura X-18 Cookie sin atributo SameSite</i>	21
<i>Figura X-19 Divulgación de marca de tiempo – Unix</i>	21
<i>Figura X-20 Falta el encabezado X-Content-Type-Options</i>	22

<i>Figura X-21 Desajuste de charset (encabezado versus meta charset)</i>	22
<i>Figura X-22 Divulgación de información - Comentarios sospechosos</i>	23
<i>Figura X-23 Cookie de alcance flexible</i>	23

GLOSARIO

I

Ingresos: Se denomina ingreso al incremento de los recursos económicos que presenta una organización, una persona o un sistema contable, y que constituye un aumento del patrimonio neto de los mismos. (Editorial Etecé, 2022)

Indicadores: Un indicador es una característica específica, observable y medible que puede ser usada para mostrar los cambios y progresos que está haciendo un programa hacia el logro de un resultado específico. (Indicadores, 2010)

K

KPIs: Los KPI (Key Performance Indicators) o Indicadores Clave de Desempeño miden el nivel del desempeño de un proceso determinado, enfocándose en el “cómo” e indicando que tan efectivos son los procesos, de forma que se pueda alcanzar el objetivo fijado. (ISDI Digital Talent, 2021)

M

Metas: Una meta o fin es el resultado esperado o imaginado de un sistema, una acción o una trayectoria, es decir, aquello que esperamos obtener o alcanzar mediante un procedimiento específico. Las organizaciones, los individuos, los colectivos, todos se trazan metas y procedimientos para tornarlas realidad. (Editorial Etecé, 2021)

P

Procesos: Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. (Salazar, 2013)

Proyección: Es un cálculo estimado de cuánto venderá la empresa (ventas físicas o monetarias) en un determinado tiempo en el futuro. (Conexión ESAN , 2016)

R

Renovación: "...A la renovación tácita de la permanencia en las líneas de móviles, una práctica habitual de alguna operadora en los contratos con autónomos y empresas". (Pymes y autónomos, 2012)

S

Servicios fijos: Servicio de radiocomunicación entre puntos fijos determinados. (Gobierno del Encuentro, n.d.)

Servicios en la nube: Los servicios de nube son infraestructuras, plataformas o sistemas de software que alojan los proveedores externos y que se ponen a disposición de los usuarios a través de Internet. (Red Hat, 2019)

V

Ventas: Ventas son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. Básicamente consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador. (Thompson, 2020)

Ventas Corporativas: Es la división de negocio a negocio dentro de una empresa, en la que las ventas de materiales o bienes que son las ventas corporativas son administradas y completadas a otras empresas. (Mejias, 2018)

Visitas: Consiste en visitar al cliente antes de visitarle (o llamarle) realmente. Es esa fase de la venta en la que estudiamos a los clientes potenciales. (COMUNICACIÓN TREBEDE, 2017)

I. INTRODUCCIÓN

El propósito del presente trabajo investigativo es identificar las distintas necesidades operacionales que se pueden encontrar dentro del departamento de Ventas Corporativas de Claro. El conocer las necesidades o falencias en los procesos cotidianos es de suma importancia para la organización, generalmente algunas de las necesidades son pasadas por alto como tener la información actualizada de los indicadores y métricas del departamento al personal involucrado.

La esencia del siguiente estudio es ayudar a fomentar la mejora continua dentro del área en donde no existen antecedentes investigativos respecto a la visibilidad de la información.

El objetivo final de la investigación presentado es que este sirva de herramienta de seguimiento para la elaboración e implementación de soluciones integrales para poder solventar la mayoría de las necesidades encontradas y descritas en el presente documento.

En el contenido del informe se realiza el planteamiento del problema en donde se describirá el problema en cuestión, antecedentes, preguntas de investigación, sus posibles hipótesis y se explicará la justificación de la realización del estudio que sufre el departamento de Ventas Corporativas de Claro. Además, se muestra el objetivo general y objetivos específicos de la investigación, siendo el principal propósito la visibilidad y mejora de procesos para lograr los indicadores solicitados por la gerencia.

Se desarrollará a su vez la metodología de investigación donde se ostentará el enfoque, métodos, que se utilizaron para desarrollar el presente estudio.

El actual aporte es muy importante y significativo para la organización ya que servirá como un proceso de mejora dentro del área corporativa. Se presentará alternativa de solución a las necesidades encontradas y se brinda el desarrollo necesario mejorar los procesos operativos dentro del departamento de Ventas Corporativas de Claro.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

El departamento de Ventas Corporativos de Claro está compuesto por una fuerza de ventas con 30 vendedores, divididos en 5 equipos con sus respectivos jefes en Tegucigalpa y San Pedro Sula.

Los vendedores en cada venta deben de llenar una herramienta de rentabilidad en Excel, la cual es aprobada por sus jefes vía correo electrónico, para poder brindar un subsidio en cada una de las ventas, el departamento no dispone de un proceso que puede agilizar estas aprobaciones mediante un sistema de información web.

A inicio de cada mes la gerencia corporativa solicita a los jefes un memo de compromiso de meta, la cual es solicitada por la dirección país para el área que anda alrededor de 3000 líneas móviles, este memo se distribuye entre los vendedores para que firmen su compromiso personal y se tienen que estar solicitando a los jefes físicamente, se escanean y se envían a recursos humanos para posteriormente según las ventas se realice el pago de sus comisiones, los vendedores a pesar de comprometerse no cuentan con sus metas claras a lo largo del periodo del mes.

El departamento Corporativo cuenta con reportes diarios para conocer las ventas de líneas móviles y servicios fijos como la televisión e internet, en un reporte aparte se recibe las ventas de los servicios en la nube, pero estos no todo el personal tiene acceso, por lo que, en algunas ocasiones la fuerza de ventas no conoce su rendimiento diario a primera mano, además, no tienen un buen manejo de sus indicadores para cumplir con las metas que se comprometen a inicio de mes, en sus ventas y renovaciones, si los vendedores no cumplen con sus requeridos, todo el departamento de Ventas Corporativas no efectúa lo solicitado por el director país.

Los vendedores corporativos no tienen un control de las visitas a los clientes, por lo que, los jefes no saben si sus vendedores al salir están dándole seguimiento a clientes existente como renovaciones, ventas nuevas o captura de nuevos prospectos. Además, no tienen los planes

corporativos móviles disponibles para ventas lo que les quita tiempo realizar consultas de que pueden vender y que no.

2.2 Enunciado

Claro Honduras al ser una multinacional está regido a una alta presión región al respecto a los ingresos y altas que generan, en el departamento de ventas corporativas se requieren identificar las mejoras en la gestión, con el fin de mantener su alto nivel de servicio brindado a sus clientes para mejorar los ingresos esperados sin impactar en la operación diarias.

Debido a este crecimiento de clientes y de altas esperadas, ha surgido la necesidad de implementar, analizar y evaluar el actual proceso de ingreso de clientes, ventas y renovaciones del departamento corporativo siendo el encargado me mantener la empresa rentable mediante sus negociaciones.

Dicho lo anterior, se desea conocer de qué forma se puede ayudar a mejorar los procesos de ventas del departamento de ventas corporativas.

2.3 Preguntas de Investigación

- ¿Es necesario implementar y mantener una correcta gestión y visibilidad de ventas en el departamento de mercado corporativo?
- ¿Qué beneficio obtiene la empresa con la implementación de una nueva gestión de departamento de ventas corporativas?
- ¿Qué importancia tiene el mantener un proceso de ventas, renovaciones y metas diarias en el departamento de ventas corporativas?
- ¿Genera un mejor impacto en la percepción de los vendedores tener nueva gestión de ventas?

2.4 Hipótesis

- La implementación de un control de visualización de ventas, renovaciones y metas contribuye a la calidad de los indicadores solicitados por la empresa.
- Con un control de visitas se podrá mitigar la deficiencia en el proceso de seguimiento de clientes y prospectos del departamento de ventas corporativas.
- La ejecución de una gestión de metas optimizara los procesos, manejo y mantenimiento de documentos del departamento de ventas corporativas.

2.5 Justificación

El departamento de Ventas Corporativas de Claro cuenta con (71) colaboradores, que van desde el gerente de área, subgerentes de ventas y mercadeo, jefes de ventas, BackOffice entre otros. Por lo que las necesidades del área de ventas se centran en los indicadores de altas, renovaciones e ingreso percibidos, los vendedores que son la fuerza de venta determinan la necesidad de la calidad por parte del cliente, y va hasta que el producto o servicio es usado satisfactoriamente por el cliente, por lo que, esta investigación contribuirá para analizar y evaluar si la fuerza de ventas cuenta con el proceso de gestión correcto y tienen la visualización del trabajo realizado para lograr lo que empresarialmente necesita la empresa y así mejorar la eficiencia de la gestión diaria y generar un mejor flujo de las ventas, captación de nuevos clientes y renovaciones.

Con este contexto se busca lograr mantener la información oportuna y real del rendimiento de los KPI (Key Performance Indicators) como un factor determinante para el cumplimiento de gestión de venta, de esta forma poder general un modelo que permita contar con una solución integral que cumpla con la necesidad del área.

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Identificar y analizar las necesidades del departamento de Ventas Corporativas con el fin de promover una serie de soluciones para la mejora en las actividades del área, mediante metodología de investigación.

3.2 Objetivos Específicos

- Determinar las variables que influyen en el desempeño de la gestión de la fuerza de ventas del departamento corporativo.
- Analizar los problemas y debilidades en el proceso de gestión y ventas del departamento de ventas corporativas.
- Identificar el proceso de visitas de la fuerza de ventas con el propósito de brindar visibilidad a los jefes del área de ventas corporativas y la gerencia.

IV. MARCO TEORICO

4.1 Telecomunicaciones

Las telecomunicaciones es la transmisión a distancia de datos de información a través de medios electrónicos y/o tecnológicos. Los datos de información son transportados a los circuitos de telecomunicaciones mediante señales eléctricas.

Lo que usamos en nuestro día a día como la televisión, los ordenadores, nuestros dispositivos móviles son algunos de los ejemplos más habituales que se empelan como receptores de información en el ámbito de las telecomunicaciones. Debemos de saber que se trata de la interacción de información entre distancias, y hacen referencia a todos los tipos ya sea de transmisión de voz, datos o video. (Euroinnova Business School, n.d.)

¿Como funcionan las telecomunicaciones?

Las telecomunicaciones, en cuanto a la transmisión de información por medio de ondas electromagnéticas, funcionan con frecuencias, las que son emitidas por un potente emisor electromagnético, el que genera ondas de la misma índole con diferente frecuencia, todo dependiendo de la función que lleve a cabo; puede ser de alta frecuencia, ultra frecuencia, baja frecuencia, microondas, etc.

Es el estudio y aplicación de la técnica que diseña sistemas que permitan la comunicación a larga distancia, a través de la transmisión y recepción de señales. (Euroinnova Business School, n.d.)

4.2 Telefonía en Honduras

En 1891, se otorgó la primera concesión para el servicio Telefónico de Honduras, sin embargo, el servicio automático inició años más tarde.

En 1932, se instaló una central telefónica de 1,000 líneas en la ciudad de Tegucigalpa.

En 1951, siendo presidente de La República el Doctor Juan Manuel Galvez con el fin de sustituir la vieja central telefónica se contrató una nueva central con capacidad de 3,000 líneas.

En 1953, la nueva central que solamente funcionaba en Tegucigalpa fue trasladada también a San Pedro Sula y en la ciudad de La Ceiba se inauguró una central telefónica automática con capacidad de 200 líneas.

En 1963, Se contrató una nueva Central Telefónica para las ciudades de Tegucigalpa y Comayagüela, con capacidad de 10,000 líneas, de las cuales 200 líneas era para la zona de Toncontín y 400 para la zona de El Picacho.

En 1964, se instaló el primer sistema de microondas en el país para comunicar a las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula. En este año fue fundada la Dirección General de Telecomunicaciones.

En 1968, se reemplazó el antiguo sistema de microondas, esta vez para interconectar 13 ciudades y se instalaron 2 centrales de Telex para la ciudad de Tegucigalpa y San Pedro Sula.

En 1972, en vista de existir ya un discado directo entre las 3 principales ciudades del país, otras comunidades también solicitaron el servicio. Se instalaron 10 centrales telefónicas automáticas y 2 centrales de tránsito, integrándose al servicio telefónico automático las ciudades de Danlí, Choluteca, El Progreso, La Lima, Tela, Santa Rosa de Copán, Comayagua, Siguatepeque y Puerto Cortés.

En 1976, se creó la Empresa Hondureña de Telecomunicaciones, Hondutel, bajo decreto de Ley No. 431 del 7 de mayo de ese mismo año y comienza operaciones el 1º de enero de 1977.

En 1995, El Congreso Nacional de Honduras, bajo Decreto Legislativo No. 185-95 del 31 de octubre del mismo año emite la Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones y el 5 de diciembre se funda la Comisión Nacional de Telecomunicaciones “CONATEL” ente que desde entonces hasta la actualidad regula, administra y desarrolla las telecomunicaciones en el país, quedando Hondutel solamente como un operador de servicios. (XplorHonduras, 2018)

4.3 América Móvil

América Móvil es la empresa líder en servicios integrados de telecomunicaciones en Latinoamérica. Excluyendo China y la India, es la más grande a nivel mundial en términos de

suscriptores móviles. Con el despliegue de su plataforma de comunicaciones de clase mundial le permite ofrecer a sus clientes un portafolio de servicios de valor agregado y soluciones de comunicación mejoradas en 25 países de América Latina, los Estados Unidos y Europa Central y del Este. (América Móvil, n.d.)

América Móvil es una empresa global de conectividad, comunicación y soluciones de Tecnologías de Información. (Claro, n.d.)

Operamos con orgullo en 18 países de América y en 7 países de Europa, convirtiéndonos en la compañía más grande de Telecomunicaciones a nivel mundial en términos de líneas de accesos totales y la segunda más grande del mundo en suscriptores móviles, excluyendo a China e India.

En América Latina, América Móvil opera bajo las marcas: Telmex, Telcel y Claro, mientras que en Europa bajo la marca de A1. (Claro, n.d.)

4.4 Telefonía móvil en Honduras

En 1996, El Gobierno de Honduras le concede a la Empresa Celtel (Tigo) la Banda A, que anteriormente poseía Hondutel para que opere el servicio de telefonía móvil en el país.

En 2001, llega al país la segunda compañía operadora de telefonía Móvil, llamada Megatel, posteriormente cambió el nombre a Aló y actualmente se denomina Claro.

En 2007, durante la administración Presidencial de José Manuel Zelaya, se lanzó el servicio de telefonía móvil de Hondutel, denominado “Honducel”.

En 2008, inició operaciones la compañía de telefonía móvil Digicel y en el 2012 pasó a ser parte de Claro. (XplorHonduras, 2018)

4.5 Telefonía Claro

Claro Honduras es subsidiaria de América Móvil, S.A.B. de C.V. y opera en el país desde el 2001. Somos una empresa de comunicación, información y entretenimiento. Con un excelente

conocimiento del sector, una sólida estructura y nuestra vasta experiencia internacional nos ha permitido consolidarnos como una de las principales compañías de telecomunicaciones del país.

Cuentan con un programa de inversiones orientado a desplegar de forma sostenible una gran infraestructura de telecomunicaciones y esfuerzos por mejorar los sistemas de atención y autoatención y potenciar red 4.5G.

Asimismo, nos enfocados en ampliar el alcance de las conexiones de fibra disponibles en los sitios móviles, lo que permitirá seguir aportando al desarrollo del país, promoviendo la inclusión digital de cada vez más hondureños. (Claro, n.d.)

4.6 Misión

Proporcionar soluciones integrales y de calidad en telecomunicaciones, manteniendo el liderazgo en el mercado, altos estándares de responsabilidad en la gestión ambiental y social; y, nuestro compromiso con clientes, empleados, accionistas, proveedores y aliados. (América Móvil, n.d.)

4.7 Visión

Ser la empresa de telecomunicaciones de más rápido crecimiento y preservar nuestro liderazgo en la industria de las telecomunicaciones. (América Móvil, n.d.)

4.8 Estructura Organizacional

Claro cuenta con una estructura en cascada la cual se define con una dirección país con diferentes gerencias dependientes directamente del director país.

Cada gerencia cuenta con subgerentes de áreas, jefes y supervisores más colaboradores ya sea de campo en las áreas técnicas como operativos en las áreas administrativas.

El área de investigación de este informe depende de la Gerencia de Ventas Mercado Corporativo.



Figura IV-1 Estructura Organizacional (Claro, Estructura Organizacional)

4.9 Departamentos de Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo

El departamento conformado por un gerente, subgerente de venta y de mercadeo, jefes de ventas, ejecutivos y colaboradores administrativos.

Para poder conocer más de este departamento debemos conocer estos conceptos básicos sobre las ventas.

¿Qué son ventas?

Ventas son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. Básicamente consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador. (Thompson, 2020)

¿Qué son ventas corporativas?

Es la división de negocio a negocio dentro de una empresa, en la que las ventas de materiales o bienes que son las ventas corporativas son administradas y completadas a otras empresas. (Mejias, 2018)

El área de ventas es un departamento corporativo encargado de las actividades y procesos para lograr objetivos comerciales con otras empresas, con el propósito no solo de vender productos y servicios ya que asumen tareas de planeación y control de actividades para alcanzar el mejor funcionamiento del negocio corporativo.

La gerencia de ventas de mercado corporativo dispone de los siguientes tipos de servicios:

- Servicios Móviles
- Servicios Fijos
- Servicios en la Nube

Los servicios móviles son entregados mediante equipos como celulares, tablets y modems, mientras que los servicios fijos son brindados por medio de plantas telefonicas o equipo para la entrega de enlaces de datos o de internet.

Los servicios en la nube no son tangibles y son brindados en su totalidad mediante acceso web como soluciones de Colaboración, Seguridad, Presencia Web e Infraestructura. (Claro, 2016)

Organigrama de la Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo

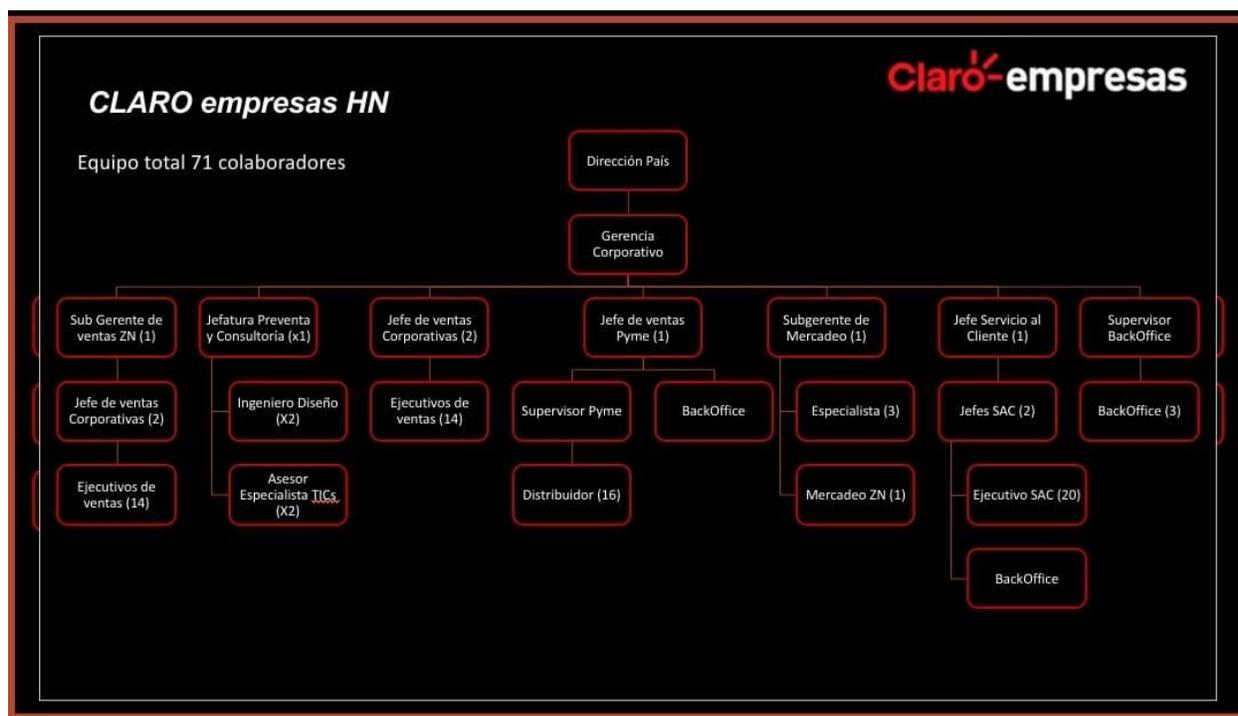


Figura IV-2 Organigrama de la Gerencia de Ventas (Claro, Organigrama Ventas Mercado Corporativo)

V. METODOLOGÍA

5.1 Enfoque y Método

5.1.1 Enfoque

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 534).

La investigación presente intenta encontrar una forma de poder visualizar los procesos y procedimientos que se llevan en la gestión de información en la zona de estudio.

Parte de la información para esta investigación se obtendrá de entrevistas y encuestas y la experiencia propia, se decide un enfoque mixto dado que tiene bondades que se mezclan beneficios tanto del enfoque cuantitativo como cualitativo.

5.1.2 Métodos

El propósito de los diseños transeccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 155).

No existe una investigación anterior que este caso de estudio, el método exploratorio es el que más cubre la problemática, con este método se podrán obtener el conjunto de variable necesarias para poder generar una conclusión de la situación.

5.2 Población y muestra

5.2.1 Población

...”la población (colectivo o universo) es el conjunto de entes o fenómenos que comparten cierta característica de interés para la observación y análisis estadístico. Puede tratarse, por ejemplo, de personas, empresas, regiones, momentos del tiempo, etc.” (Burón, 2017, p. 24).

La población de la investigación seta el departamento de la Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo de Claro, conformado por un equipo de 71 colaborados distribuidos alrededor del país, de los cuales la fuerza de venta son 33 entre jefes y vendedores de ventas.

5.2.2 Muestra

“Una muestra es un subconjunto de la población cuyos elementos no poseen ningún rasgo específico que los diferencie del resto” (Burón, 2017, p. 29)

Tomando en cuenta la población de la investigación conformada por la fuerza de ventas se tomará el 33% para la muestra correspondiente solamente a la ubicada en la ciudad de Tegucigalpa.

Tabla V-A. Fuerza de ventas de la Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo

Perfil de puesto	Población	Muestra
Jefes de ventas	5	2
Vendedores	28	10
Total	33	12

Este cuadro refleja la cantidad de colaboradores que conforman la fuerza de venta interna de mercado corporativo en Claro.

5.3 Unidad de análisis y respuesta

Tabla V-B. Unidad de Análisis y Respuesta

Unidad de Análisis	Respuesta
¿Qué beneficio obtiene la empresa con la implementación de una nueva gestión de departamento de ventas corporativas?	Colaboradores de Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo
¿Qué importancia tiene el mantener un proceso de ventas, renovaciones y metas diarias en el departamento de ventas corporativas?	Colaboradores de Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo
¿Genera un mejor impacto en la percepción de los vendedores tener nueva gestión de ventas?	Colaboradores de Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo

5.4 Técnicas e instrumentos aplicados

El concepto de técnicas de recogida de información engloba todos los medios técnicos que se utilizan para registrar las observaciones o facilitar el tratamiento. Dentro de la expresión “medios técnicos” están inmersos, por una parte, los instrumentos -objetos con entidad independiente y externa- y los recursos -medios utilizados para obtener y registrar la información-. (Pascual, 2016, p. 20)

5.4.1 Entrevista

Es el medio que permite la obtención de información de fuente primaria, amplia y abierta, en dependencia de la relación entrevistador entrevistado. Para ello es necesario que el

entrevistador tenga definido claramente los objetivos de la entrevista y cuáles son los aspectos relevantes sobre los que se pretende obtener información. (Chávez, 2019, p. 115)

Se decidió la utilización de entrevista en la presente investigación porque con este instrumento de recolección de datos la información será brindada de forma directa. El entrevistado tiene la facultad de expresar su punto de vista de manera abierta sobre lo que cree en cuestión a al tema de la investigación.

5.4.2 Encuesta

...” el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos de un proyecto de investigación, se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de analisis objeto de estudio y centro del problema de investigación” (Bernal, 2013, p. 245)

Teniendo en cuenta que esta herramienta de investigación como ser la encuesta, permite la recopilación de datos de forma expedita, por tal razón es usada en esta investigación. La encuesta es aplicada a diferentes vendedores de la gerencia de ventas de mercado corporativo sin ningún sesgo, con la finalidad de obtener información usando el mismo formato de preguntas y puntos de interés para esta investigación.

5.4.3 Observación

Es uno de los primeros métodos científicos utilizados en la investigación y se utiliza para la obtención de información primaria acerca de los objetos investigados o para la comprobación empírica de las hipótesis. La observación científica es sistemática, consciente y objetiva. (Chávez, 2019, p. 114)

Es uno de los primeros métodos científicos utilizados en la investigación y se utiliza para la obtención de información primaria acerca de los objetos investigados o para la comprobación empírica de las hipótesis. La observación científica es sistemática, consciente y objetiva. (Chávez, 2019, p. 114)

Se toma la decisión de utilizar la observación como herramienta porque se puede observar desde otra perspectiva el objeto de estudio y analizar la realidad estudiada.

5.5 Fuentes de información

Se puede tener una variedad de fuentes de información que brindan datos de mucha importancia para esta investigación, estas fuentes pueden ser primarias y secundarios, estas fuentes tienen aplicación en cualquier enfoque investigativo tanto el cuantitativo como el cualitativo.

5.5.1 Fuentes Primarias

Son aquellas en las que “la información se obtiene en contacto directo con el sujeto en estudio: observación, entrevista, cuestionario” (Chávez, 2019, p. 110)

Las fuentes de información primarias obtenidas sirven de apoyo para la presente investigación ha sido brindada por el personal directo de la Gerencia de Recursos Humanos y de Ventas de Mercado Corporativo.

5.5.2 Fuentes Secundarias

Son aquellas fuentes en las que “la información se obtiene mediante documentos u otras formas de registro de datos: historias clínicas, expediente académico, etc.” (Chávez, 2019, p. 110)

Para las fuentes secundarias de la investigación han sido tomadas de libros electrónicos disponibles por medio de plataformas como CRAI o referencias bibliotecarias, estas permiten confirmar hallazgos en la investigación y amplia el contenido.

5.5.3 Internet

Como resultado de la convergencia de las tecnologías de la computación y de las telecomunicaciones, Internet representa una verdadera revolución en los métodos de generación, almacenaje, procesamiento y transmisión de la información. La rapidez de distribución vía Internet es un factor determinante para el crecimiento exponencial de la

información en la red. (Tomaél, Catarino, Pomim Valentim, de Almeida Júnior, & da Silva, 2001)

Sin lugar a duda una de las fuentes hoy en día más utilizada es el internet, el uso de esta como técnica de obtención de información se ha convertido en uno de los principales medios de búsqueda.

5.6 Cronología de trabajo

5.6.1 Diagrama Gantt Fase 1

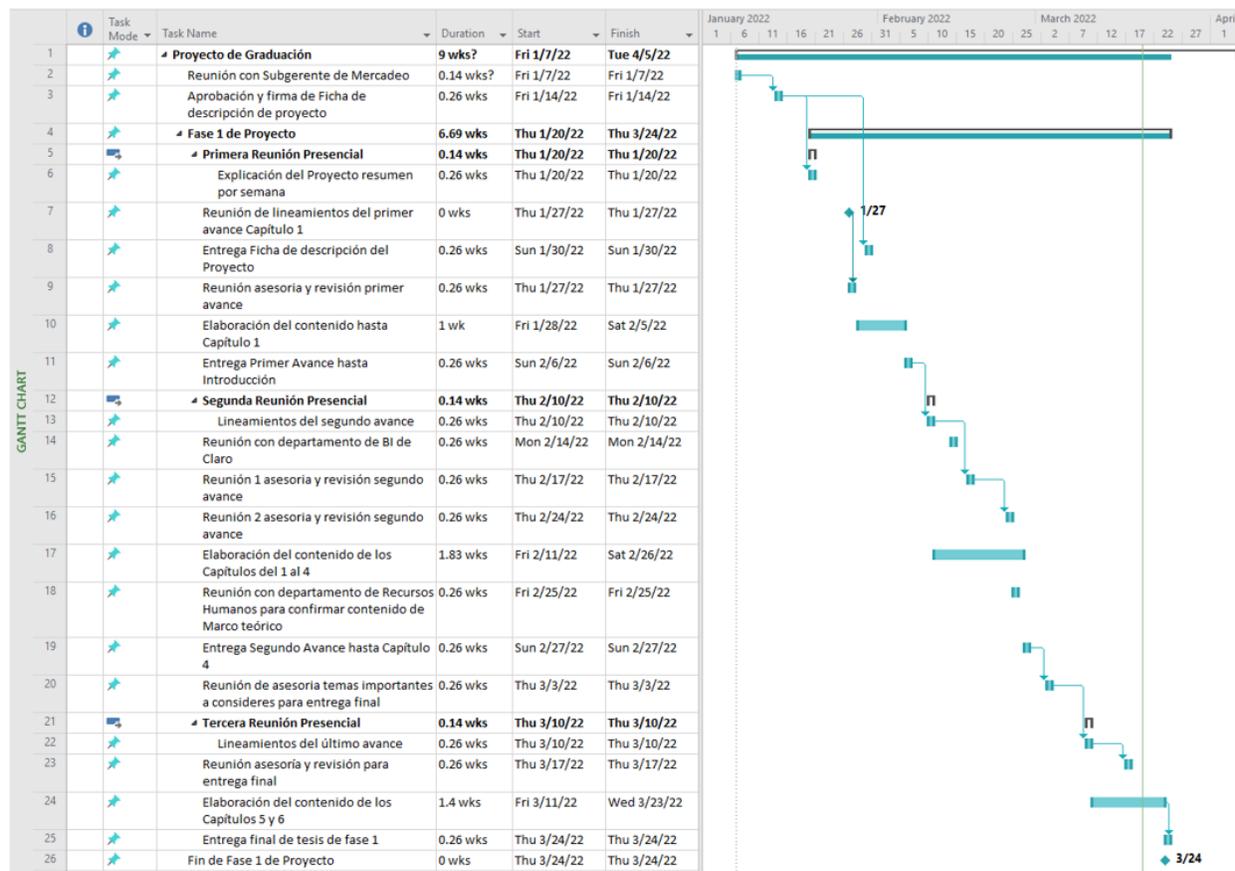


Figura V-1 Diagrama de Gantt para la realización del proyecto Fase1

Fuente: Captura Propia desde Microsoft Project

5.6.2 Diagrama Gantt Fase 2

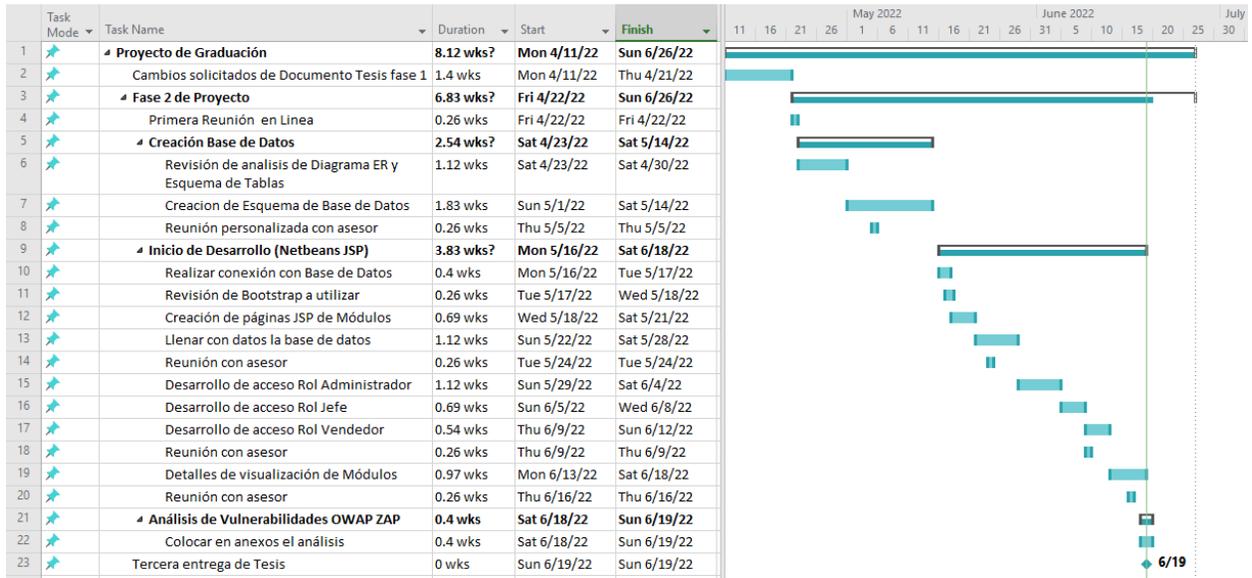


Figura V-2 Diagrama de Gantt para la realización del proyecto Fase2

Fuente: Captura Propia desde Microsoft Project

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Encuestas

1. ¿Usted lleva control de sus ventas diarias?

Con esta pregunta conocemos si la fuerza de ventas lleva un control de sus ventas de manera diaria, teniendo un total del 100% de los encuestados que si llevan un control.

Tabla VI-A Control de Ventas

Pregunta #1	Respuestas	Porcentaje
Si	10	100.0%
No	0	0.0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

1. ¿Usted lleva control de sus ventas diarias?

*

Si

No

1. ¿Usted lleva control de sus ventas diarias?

10 responses

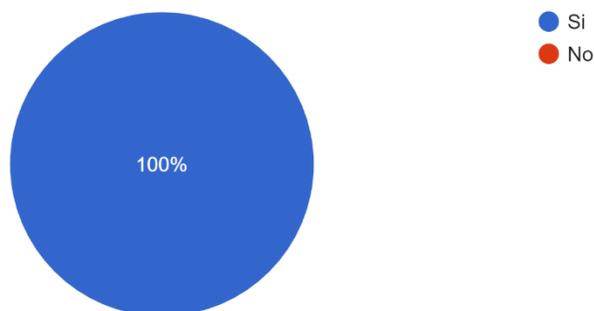


Figura VI-1 Gráfica pregunta 1

2. ¿En qué lleva su control de ventas?

Con esta pregunta se quiere conocer si la fuerza de ventas cuenta con alguna aplicación o herramienta que les sirva para el manejo de su control de ventas. Se pudo observar que en su totalidad los números de sus ventas los llevan en un Excel propio o creado por ellos mismos.

Tabla VI-B Herramienta Control de Ventas

Pregunta #2	Respuestas	Porcentaje
Excel	10	100.0%
Word	0	0.0%
Cuaderno	0	0.0%
Bloc de notas	0	0.0%
Sistema de información	0	0.0%

Total	10	100.0%
--------------	----	--------

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

2. Si su respuesta a la pregunta 1 es sí ¿en qué lleva su control de ventas? si su respuesta fue No seguir a la siguiente pregunta.

- Excel
- Word
- Cuaderno
- Bloc de notas
- Sistema de información

2. Si su respuesta a la pregunta 1 es sí ¿en qué lleva su control de ventas? si su respuesta fue No seguir a la siguiente pregunta.

10 responses

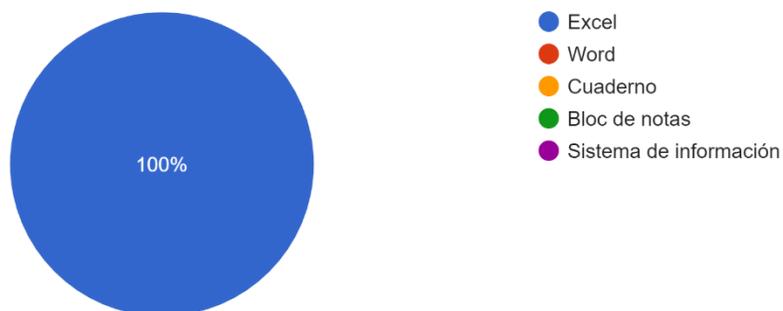


Figura VI-2 Gráfica pregunta 2

3. ¿Le servirá tener un sistema que le muestre sus ventas diarias?

Que tanto valor les podrá dar un sistema de información para poder visualizar las ventas, con esta pregunta se encontró que el 85.7% le será de utilidad contar con una solución.

Tabla VI-C Apoyo de Sistema de Control de Ventas

Pregunta #3	Respuestas	Porcentaje
Si	6	85.7%
No	1	14.3%
Total	7	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

3. Si su respuesta 1 fue no, ¿le servirá tener un sistema que le muestre sus ventas diarias?

Si

No

3. Si su respuesta 1 fue no, ¿le servirá tener un sistema que le muestre sus ventas diarias?

7 responses

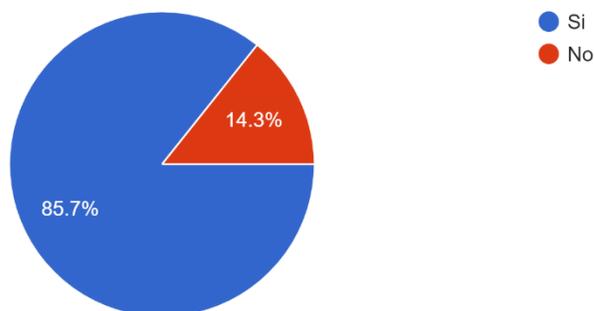


Figura VI-3 Gráfica pregunta 3

4. De tener un sistema de información, ¿de qué manera le gustaría visualizar sus ventas?

Con esta interrogante se conocerá el punto de vista y necesidad del encuestado, para conocer la importancia de la actualización de la información en una posible solución respecto a sus ventas diarias, semanales o mensuales.

Tabla VI-D Visualización de Control de Ventas

Pregunta #4	Respuestas	Porcentaje
Diarias	8	80.0%
Semanales	2	20.0%
Mensuales	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

4. De tener un sistema de información, ¿de qué manera le gustaría visualizar sus ventas? *

- Diarias
- Semanales
- Mensuales

4. De tener un sistema de información, ¿de qué manera le gustaría visualizar sus ventas?

10 responses

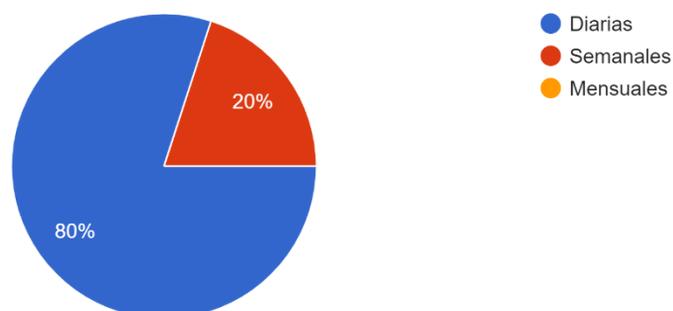


Figura VI-4 Gráfica pregunta 4

5. ¿Usted cuenta con un listado de renovación de su cartera?

Con esta pregunta, se necesitó conocer si la fuerza de ventas conoce las renovaciones que tienen sus clientes, debido a que las renovaciones son parte de sus metas, era crucial conocer la importancia de esta información, y se encontró que el 70% de la fuerza de ventas en esta muestra no tiene información de las fechas de vencimiento de los servicios/productos que tienen contratados sus clientes.

Tabla VI-E Lista de Renovaciones

Pregunta #5	Respuestas	Porcentaje
Si	3	30.0%
No	7	70.0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

5. ¿Usted cuenta con un listado de renovación de su cartera? *

Si

No

5. ¿Usted cuenta con un listado de renovación de su cartera?

10 responses

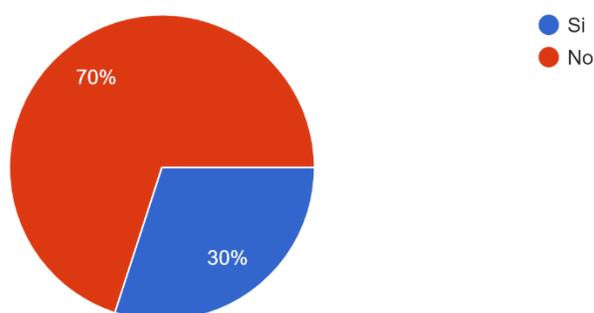


Figura VI-5 Gráfica pregunta 5

6. ¿El listado de renovaciones fue brindado por la empresa?

Se observó, que una pequeña cartera de clientes les es entregada a los vendedores solo con información básica, por lo que al hablar de renovaciones era necesario conocer si la fuerza de ventas contaba con esa información o la tienen la mano, el 75% mencionó que no les entregaron un listado con dicha información por lo que buscan otros medios para poder realizar sus renovaciones de los clientes.

Tabla VI-F Listado de Renovaciones

Pregunta #6	Respuestas	Porcentaje
Si	1	25.0%

No	3	75.0%
Total	4	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

6. Si su respuesta a la pregunta 5 es sí ¿el listado de renovaciones fue brindado por la empresa? si su respuesta la pregunta anterior fue No seguir a la siguiente.

Si

No

6. Si su respuesta a la pregunta 5 es sí ¿el listado de renovaciones fue brindado por la empresa? si su respuesta la pregunta anterior fue No seguir a la siguiente.

4 responses

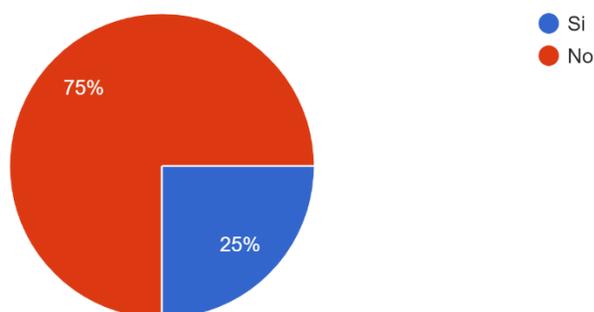


Figura VI-6 Gráfica pregunta 6

7. ¿Las renovaciones le son solicitadas por el cliente?

Al no tener visualización de las renovaciones de los clientes con esta pregunta, se evidencio que en el 80% es el cliente les solicitan las renovaciones de sus productos a los vendedores.

Tabla VI-G Solicitud de Renovaciones por el Cliente

Pregunta #7	Respuestas	Porcentaje
Si	3	30.0%
No	0	0.0%
Algunas veces	5	50.0%
Casi siempre	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

7. ¿Las renovaciones le son solicitadas por el cliente? *

- Si
- No
- Algunas veces
- Casi siempre

7. ¿Las renovaciones le son solicitadas por el cliente?

10 respuestas

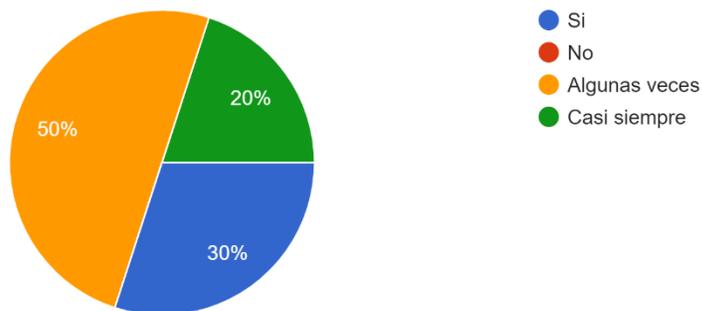


Figura VI-7 Gráfica pregunta 7

8. ¿Le daría ayuda en su trabajo contar con un sistema de información que le muestre un listado de su cartera con fechas de vencimiento para renovaciones?

En su totalidad del 100% de los encuestados estarían de acuerdo en que una solución les ayudaría a poder realizar las renovaciones en tiempo y forma.

Tabla VI-H Cartera con Renovaciones

Pregunta #8	Respuestas	Porcentaje
Si	10	100.0%
No	0	0.0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

8. ¿Le ayudaría en su trabajo contar con un sistema de información que le muestre un listado de su cartera con fechas de vencimiento para renovaciones? *

Si

No

8. ¿Le ayudaría en su trabajo contar con un sistema de información que le muestre un listado de su cartera con fechas de vencimiento para renovaciones?

10 respuestas

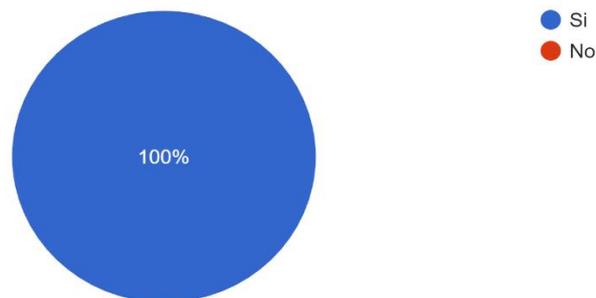


Figura VI-8 Gráfica pregunta 8

9. ¿Cuentan con un formato para cálculo de sus comisiones?

La fuerza de ventas lleva consigo un cuadro para realizar el cálculo de sus comisiones para poder tener una idea del ingreso o pago recibirán por su trabajo en sueldos variables, siendo el resultado de un 100% afirmativo.

Tabla VI-I Cálculo de Comisiones

Pregunta #9	Respuestas	Porcentaje
Si	10	100.0%
No	0	0.0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

9. ¿Cuentan con un formato para cálculo de sus comisiones? *

Sí

No

9. ¿Cuentan con un formato para cálculo de sus comisiones?

10 responses

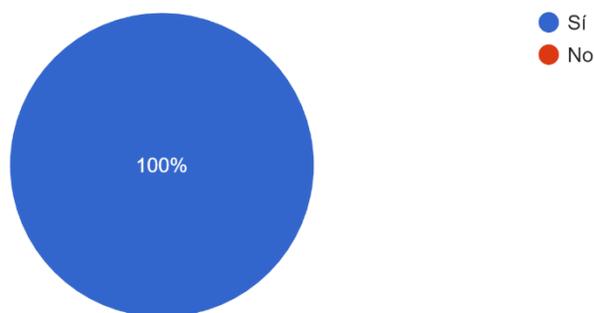


Figura VI-9 Gráfica pregunta 9

10. ¿Este formato está elaborado en?

Con esta pregunta se pretende conocer el tipo de herramienta con el que calculan su comisión, donde el 80% menciona que este formato es una hoja de cálculo como Excel.

Tabla VI-J Formato para Cálculo de Comisiones

Pregunta #10	Respuestas	Porcentaje
Excel	8	80.0%
Word	0	0.0%
Papel	0	0.0%
Sistema de información	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

10. Si su respuesta a la pregunta 9 es sí ¿Este formato está elaborado en...? *

- Excel
- Word
- Papel
- Sistema de información

10. Si su respuesta a la pregunta 9 es sí ¿Este formato está elaborado en...?

10 respuestas

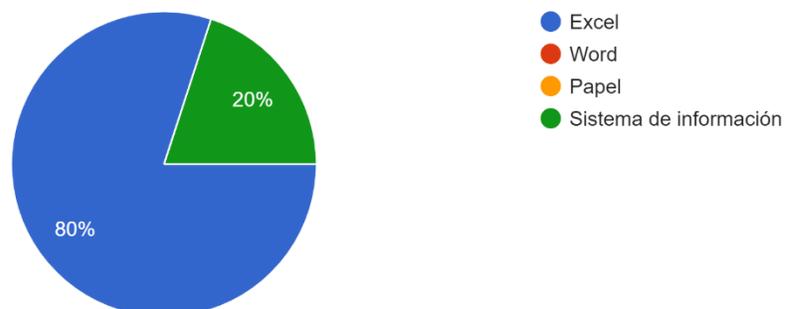


Figura VI-10 Gráfica pregunta 10

11. ¿Le gustaría tener un sistema de cálculo de comisiones automatizado?

El 100% de los encuestados están de acuerdo en que les gustaría contar con una solución donde puedan realizar y ver el estado de sus comisiones.

Tabla VI-K Sistema de Cálculo de Comisiones

Pregunta #11	Respuestas	Porcentaje
Si	10	100.0%
No	0	0.0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

11. ¿Le gustaría tener un sistema de cálculo de comisiones automatizado? *

Sí

No

11. ¿Le gustaría tener un sistema de cálculo de comisiones automatizado?

10 respuestas

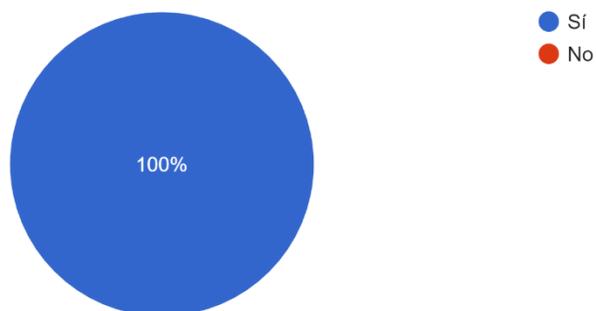


Figura VI-11 Gráfica pregunta 11

12. ¿Usted cuenta con una meta mensual?

Se evidencia que la fuerza de ventas cuenta con una meta asignada mensualmente, siendo el 100% el resultado unánime.

Tabla VI-L Meta Mensual

Pregunta #12	Respuestas	Porcentaje
Si	10	100.0%
No	0	0.0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

12. ¿Cuenta usted con una meta mensual? *

Sí

No

12. ¿Cuenta usted con una meta mensual?

10 responses

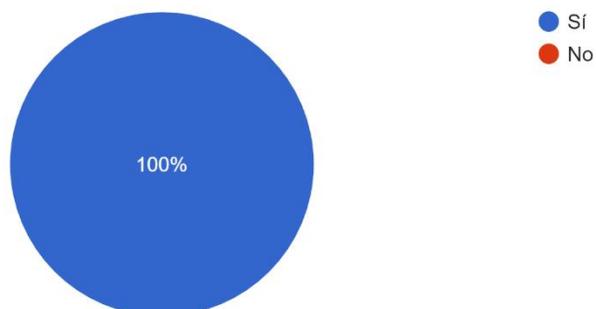


Figura VI-12 Gráfica pregunta 12

13. ¿Tiene visualización de su meta mensual contra venta real?

Pregunta de mucha importancia debido a que con esta se medirá directamente el crecimiento del vendedor respecto a las metas asignadas cada mes. El 20% respondieron que algunas veces tienen esta visibilidad y un 40% no tiene visibilidad alguna de la venta real contra su meta mensual.

Tabla VI-M Venta Mensual contra Venta Real

Pregunta #13	Respuestas	Porcentaje
Si	4	40.0%
No	4	40.0%
Algunas veces	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

13. ¿Tiene visualización de su meta mensual contra venta real? *

- Sí
- No
- Algunas veces

13. ¿Tiene visualización de su meta mensual contra venta real?

10 responses

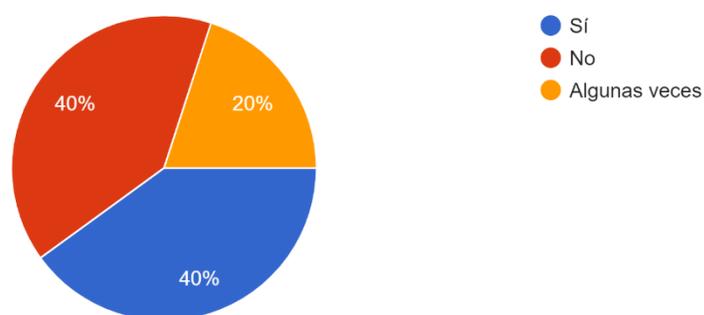


Figura VI-13 Gráfica pregunta 13

14. ¿Se ayudaría en su meta mensual contar con un tablero donde podría visualizar el rendimiento de sus indicadores?

Un resultado del 100% respondieron que les sería de mucha ayuda contar con una solución donde puedan observar el nivel de rendimiento de sus indicadores, mediante un tablero.

Tabla VI-N Tablero de Rendimiento

Pregunta #14	Respuestas	Porcentaje
Si	10	100.0%
No	0	0.0%

Total	10	100%
--------------	----	------

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a vendedores corporativos.

14. ¿Le ayudaría a su meta mensual contar con un tablero donde podría visualizar el rendimiento de sus indicadores? *

Sí

No

14. ¿Le ayudaría a su meta mensual contar con un tablero donde podría visualizar el rendimiento de sus indicadores?

10 responses

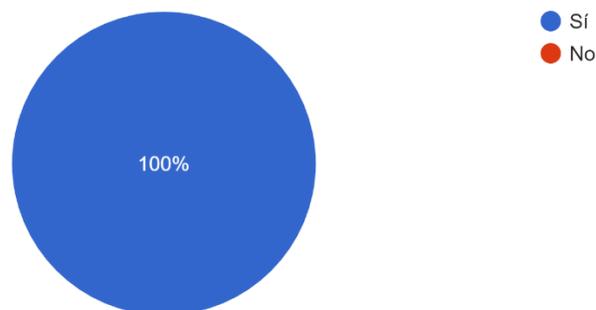


Figura VI-14 Gráfica pregunta 14

6.2 Entrevistas

La entrevista se realizó a 2 jefes de ventas, la obtención de información con la entrevista como instrumento se plantearon 6 preguntas y en base a las respuestas obtenidas se presentan los siguientes resultados:

6.2.1 Entrevista 1

1. ¿Cuán importante considera que es una buena gestión y visualización de ventas para los vendedores corporativos?

Es fundamental para los ingresos del departamento y de la misma empresa. Se considera que la debida gestión y el conocimiento en tiempo y forma de sus ventas será de mucha ayuda para el desarrollo de su trabajo en el transcurso de todo el mes.

2. ¿Cómo considera que pueden mejorarse los resultados en tiempo y forma las ventas del departamento?

Se coincide en que con una apropiada automatización o sistema de visualización los vendedores tendrán mayor control del proceso y de sus resultados, para poder programar con tiempo sus visitas y sus ventas.

3. ¿Qué grado de importancia tiene la información que se usa en el área sobre clientes y renovaciones?

Se considera de suma importancia. Con dicha información se generan datos relevantes como ser cantidad o existencia de clientes, si ingreso y cuando se debe de renovar para mantener el negocio estable.

4. ¿Qué solución propondría para resolver la situación actual?

Se propone la implementación de un sistema para la debida actualización datos de las ventas, renovaciones y seguimiento de metas.

5. ¿Cuáles serían las consecuencias de no aplicar una mejora a los procesos actuales de gestión de ventas?

El riesgo de que la información no esté actualizada, que se tenga que cargar la última semana del mes para poder ingresar todas las ventas posibles y poder cumplir con lo solicitado por la gerencia / dirección país más, cuando el ingreso de altas nuevos como renovaciones dependen en gran medida de otras áreas para sus activaciones.

6. ¿Es posible que el personal del área se acople a los cambios mejorados una vez realizada la implementación propuesta?

Se considera que, si es para el mejoramiento, ordenamiento y visualización a la mano y fidedigna de las tareas de manejo de información del área, serán bienvenidos por todo el personal.

6.2.2 Entrevista 2

1. ¿Cuán importante considera que es una buena gestión y visualización de ventas para los vendedores corporativos?

Si no venden no cumplen con lo requerido por la empresa y también no llevan a metas de comisión por lo que se ven afectados, al tener una buena gestión y poder ver día a día el crecimiento de sus indicadores podrán tener una idea más clara de cómo van en el mes.

2. ¿Cómo considera que pueden mejorarse los resultados en tiempo y forma las ventas del departamento?

La información a la mano es clave en toda empresa de que se dedica a las ventas, si esta información es ambigua o no se tiene a tiempo, por lo que tener esta información automatizada en un solo sistema de información será ideal para mejorar los resultados de ventas, ya que se podrá medir que días son los más productivos como los que no.

3. ¿Qué grado de importancia tiene la información que se usa en el área sobre clientes y renovaciones?

Muy alta, esta información son uno de los activos más valorados en las ventas, porque una empresa como esta se debe a la cantidad de clientes y las renovaciones de esta sirven para que el negocio siga adelante.

4. ¿Qué solución propondría para resolver la situación actual?

El desarrollo un sistema generalizado en ventas diarias, renovaciones, seguimiento de visitas y metas, solucionaría tanto el trabajo del vendedor como uno de jefe de ellos.

5. ¿Cuáles serían las consecuencias de no aplicar una mejora a los procesos actuales de gestión de ventas?

Seguiríamos trabajando sin una información de primera mano y creíble si no hasta el fin de mes que el área financiera y operaciones comerciales nos dan los números de cierre, debido que actualmente muchas veces creemos a ciegas en los numero que nos brinda los vendedores y que al final no se terminan cerrando negociaciones que se tomaban como aseguradas.

6. ¿Es posible que el personal del área se acople a los cambios mejorados una vez realizada la implementación propuesta?

Si, al trabajar con profesionales y colaboradores que trabajan en una empresa de telecomunicaciones y tecnología, no tendrán resistencia al cambio cuando si se les brindara una solución que les apoyara a tener mejor control de sus números.

6.3 Observación

Con esta técnica de la observación se pudo tener de primera mano que la gestión de los vendedores es complicada al no tener datos de sus ventas diariamente. Un dato importante y común es que todos trabajan el doble la última semana del mes preocupados por sus números para poder llegar a su meta.

Con respecto a las ventas no toda la fuerza de ventas es ordenada respecto a sus números que ingresan día a día, pero si al final del mes se les complica, cabe mencionar que las primeras dos semanas del mes son los días más tranquilos y no se ve la premura de la fuerza de ventas.

Con las renovaciones ellos tienen como meta llegar a un número específico, pero desconocen totalmente en su mayoría cuales son las fechas de renovaciones de los clientes por lo que se les complica al no tener a la mano información que pueda darles esa visibilidad para programarse en tiempo y forma y cumplir esta meta.

Los jefes no tienen visibilidad de las visitas que tienen programadas los vendedores, por lo que los vendedores están entregando los lunes en un cuadro en Excel mediante correo electrónico las visitas que tienen en la semana, al final de cada viernes entregan a sus respectivos jefes el cuadro con las observaciones sobre sus visitas, por lo que para los jefes es importante contar con una solución automatizada que les muestre esta información para poder apoyar en las negociaciones,

ya que hay clientes que necesitan poder ser visitados no solo por el vendedor si también por los jefes para darle mayor interés en la negociación.

VII. CONCLUSIONES

La Gerencia de Ventas de Mercado Corporativo no cuentan con una solución integral de información sobre las ventas, renovaciones, metas y visitas que pueda darle valor al área respecto al uso de la información para cumplir con los objetivos brindados por la gerencia de país. La información se limite por reportes o trabajo en Excel tanto para presentar a directivos ocales como regionales, a su vez esta es la única herramienta que usan para conocer los resultados.

La fuerza de ventas de la Gerencia de Mercadeo Corporativo al no tener una solución para la visualización de sus indicadores se ven limitados a desarrollar su trabajo en tiempo y forma, ya que dependen de análisis o trabajo de otras áreas para tener la información a la mano.

Los vendedores llevan control de sus indicadores en hojas de cálculo elaborados por ellos mismos, pero esta información se puede ver afectada si a nivel de facturadores no se cierran los procesos, por tal razón la información que puedan tener no es fidedigna hasta el cierre de la semana o el mes.

La fuerza de ventas cuenta con metas en ventas nuevas y renovaciones de los diferentes servicios y productos que comercializa, estos son indicadores sensibles para poder cumplir con los objetivos mensuales del departamento, la información de cada tipo de servicio es brindada por diferentes fuentes por lo que se ven afectados en el conocimiento de su información y no pueden planear su trabajo de la mejor manera en el transcurso de mes.

En general se considera que la información es determinante para la buena gestión del área, es un punto positivo que ya cuentan con datos en reportes y cualquier solución de mejora en el manejo de esta información será debidamente acogida por los colaboradores del área.

VIII. RECOMENDACIONES

Se necesita de un sistema de información como solución para mejorar el proceso de control de la información de clientes en ventas, renovaciones y visitas. El sistema debe de interactuar con bases de datos, lo que permitiría utilizar o beneficiarse de las ventajas que estas ofrecen.

Es recomendable una solución que interactúen todos los interesados en las ventas y que permita el resguardo, el debido respaldo y administración de la información de los clientes, con diferentes roles de usuarios, bases de datos y vistas amigables.

La implementación de nuevos controles o políticas sobre la información, para mejorar la seguridad de la información en el área. Se sugiere el uso de contraseñas seguras o dobles autenticaciones.

Se recomienda capacitar al personal que tenga acceso a esta información, concientizándoles lo delicado que es este activo de la empresa, los colaboradores que tengan acceso a este deberán evitar hacer uso indebido de la información y utilizarla para otros fines diferentes a su gestión.

IX. APLICABILIDAD

9.1 Manual Técnico

Al tener un sistema de información, el equipo de tecnología necesita de documentación específica y técnica, con la que puedan hacer mantenimiento de la solución y así resolver situaciones o mantenimientos necesarios.

Este documento cuenta con el siguiente manual que cubre esa necesidad en mención, permitiéndole al equipo de TI tener esas capacidad de resolver problemas y garantizar el buen manejo técnico del sistema de metas, proyección, visitas, renovaciones y ventas de la gerencia de ventas de mercado corporativo de Claro.

El presente manual proporciona una guía para las principales actividades técnicas de la solución.

9.1.1 Propósito

En su generalidad, la siguiente documentación tiene como único objetivo, brindar paso a paso la instalación y mantenimiento de las herramientas técnicas necesarias, que permita al personal de Tecnología la guía para conocer la estructura de datos, desarrollo y software utilizado, con el fin de dar mantenimientos, mejora y preservar la continuidad de la solución de desarrollo.

9.1.2 Alcance

La solución que se desarrolló para Claro Corporativo es un sistema de metas, proyección, visitas, renovaciones y ventas, el que permitirá a los usuarios de este, manejar información del área con una nueva herramienta desarrollada dinámicamente el propósito dicho.

El siguiente manual va dirigido al área de tecnología de Claro para que puedan realizar soporte técnico de mantenimiento y software, como gestores de base de datos y expertos sobre herramientas de desarrollo web.

9.1.3 Documentos de Referencia

La documentación de referencia que se utilizó para este desarrollo es propiedad del Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC). Además, información brindada por la Gerencia de Ventas del Mercado Corporativo de Claro:

- Presentaciones de Clases de bases de datos y programación web.
- Audiovisuales para Instalación de herramientas de desarrollo web y gestores de Base de Datos.
- Hojas de cálculo existentes con información de clientes.
- Reportes generados para la gerencia de corporativo.

9.1.4 Definiciones Importantes

La información conceptual siguiente representada en esta sección son claves en las herramientas de software que permitieron la correcta configuración del sistema y desarrollo correcto de la aplicación web de la solución.

9.1.4.1 Conceptos Generales

Sistema de metas, proyecciones, visitas, renovaciones y ventas es una aplicación web que puede ser accedida desde cualquier navegador, esta interfaz esta desarrollada entre el usuario y un servidor de base de datos, empleando el modelo de vista controlador dándole mayor seguridad a la solución.

9.1.4.1.1 HTML5

“HTML (hypertext markup language). Este es un formato de texto, por lo que podremos utilizar cualquier editor para crearlos. Como bien indica su nombre, se basa en marcas que indican que es cada parte del documento” (Recio García, 2016, p. 20).

9.1.4.1.2 CCS3

“Las CSS (Cascade Style Sheets) u hojas de estilo nos sirven para separar el contenido de su presentación” (Recio García, 2016, p. 22).

“[...] las hojas de estilo CSS sirven para indicar el formato de cualquier elemento de nuestro código HTML” (Recio García, 2016, p. 23). Las hojas de estilo ayudan a dar estética a nuestras aplicaciones web.

9.1.4.1.3 JavaScript

JavaScript es un lenguaje ejecutado por el navegador. Su sintaxis es similar a [...] lenguaje de programación Java —de ahí su nombre—. La idea básica de JavaScript es permitir acciones cuando ocurren ciertos eventos en el navegador: la página se ha cargado completamente, el usuario hace un clic, etc. (Recio García, 2016, p. 25)

9.1.4.1.4 JSON

JSON (JavaScript Object Notation) es un formato ligero para el intercambio de datos. El “problema” de XML es que las marcas de inicio y cierre son, en cierta manera, redundantes y suponen aumentar significativamente la cantidad de datos que hay que transmitir. Con JSON se transmite menos información, gracias a lo cual aumenta la velocidad de recepción y se consume un menor ancho de banda. (Recio García, 2016, p. 37)

9.1.4.1.5 JQuery

“JQuery es una librería de JavaScript muy popular entre los programadores web que permite simplificar significativamente el código” (Recio García, 2016, p. 27).

9.1.4.1.6 HTTP

“El lenguaje que los clientes y servidores web utilizan para comunicarse entre sí se conoce como HTTP (protocolo de transferencia de hipertexto). Todos los clientes y

servidores web deben ser capaces de “hablar” HTTP para enviar y recibir documentos hipermedia” (Recio García, 2016, p. 41).

9.1.4.1.7 Bootstrap

“Bootstrap es un framework creado por Twitter para desarrollar aplicaciones web. Es muy sencillo y está pensado para utilizarse en cualquier tipo de dispositivo (diseño adaptativo)” (Recio García, 2016, p. 187).

9.1.4.2 Sobre la Base de Datos

Una base de datos es un conjunto de datos almacenados en memoria externa que están organizados mediante una estructura de datos. Cada base de datos ha sido diseñada para satisfacer los requisitos de información de una empresa u otro tipo de organización, como, por ejemplo, una universidad o un hospital. Antes de existir las bases de datos se trabajaba con sistemas de ficheros. (Marqués, 2011, p. 10)

9.1.4.2.1 Sistema de Gestión Base de Datos

Es una aplicación que permite a los usuarios definir, crear y mantener la base de datos, además de proporcionar un acceso controlado a la misma. Los SGBD más utilizados en la actualidad son Oracle, SQL-Server, MySQL, DB2, SQLite, etc. (Eslava Muñoz, 2018, p. 152)

9.1.4.2.2 Lenguaje de Base de Datos SQL

SQL (Structured Query Language) es un lenguaje de programación para acceder y manipular bases de datos. SQL surgió de un proyecto de IBM en el que investigaba el acceso a bases de datos relacionales. Esto poco a poco se ha ido convirtiendo en un estándar de lenguaje de bases de datos y gran parte de ellas lo soportan. Por esta razón, se considera a SQL como un lenguaje normalizado, que nos permite interactuar con cualquier tipo de base de datos (MS Access, SQL Server, MySQL...). (Eslava Muñoz, 2018, p. 165)

9.1.4.3 Lenguaje Unificado de Modelado (UML)

“El lenguaje unificado de modelado (UML) es un lenguaje gráfico diseñado para especificar, visualizar, modificar, construir y documentar un sistema de información. El lenguaje UML incorpora una gran cantidad de diagramas que permiten representar el sistema desde diferentes perspectivas” (Conesa Caralt & Casas Roma, 2014, p. 30).

9.1.4.4 Servidor Apache

Es el servidor web más extendido en Internet. La mayoría de los sitios que usted visita a diario están corriendo sobre este servidor. Las razones son varias. Por una parte, es gratuito. [...]. Por otra parte, es uno de los servidores más robustos que existen, muy seguro ante los ataques en la Red. Además, es extremadamente fácil de configurar. Los pocos datos de configuración que necesitaremos retocar están almacenados en un archivo de texto plano. (López Quijado, 2014, p. 32)

9.1.4.5 Disparadores (Triggers)

Un disparador es un tipo especial de procedimiento almacenado que se ejecuta cuando se insertan, eliminan o actualizan datos de una tabla especificada y pueden ayudar a mantenerla integridad referencial conservando la consistencia entre los datos que están relacionados lógicamente de distintas tablas. (Pulido Romero, 2019, p. 153)

9.1.5 Descripción de Módulos

9.1.5.1 Módulo Autenticación

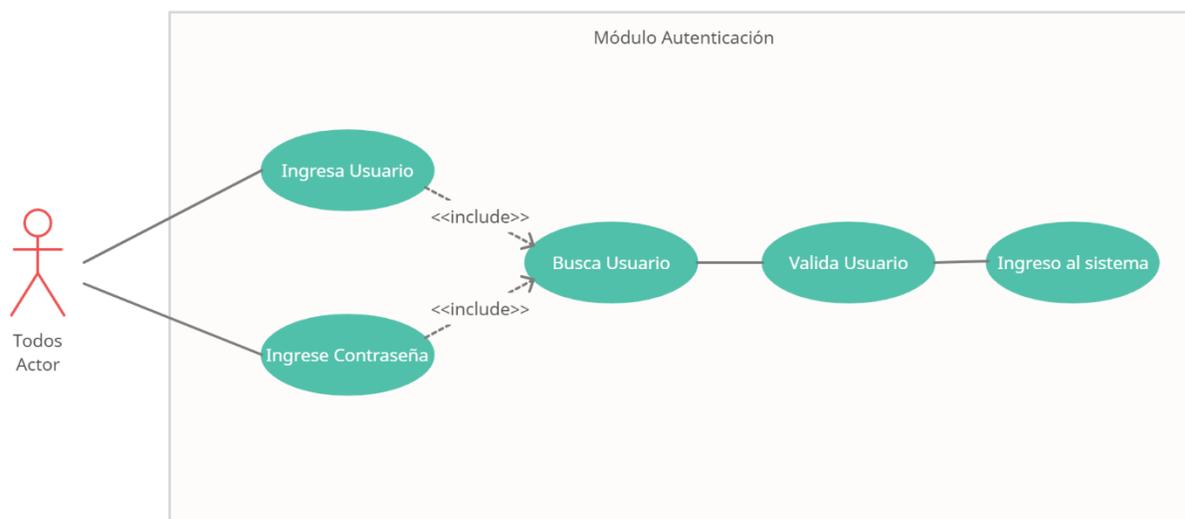


Figura IX-1 Módulo Autenticación

Fuente: Elaboración propia

Este módulo de autenticación es el que el usuario final ve al ingresar a la página principal, esta página contiene un formulario que solicitara el usuario y contraseña que servirán como credenciales para darle acceso a la solución, con verificar que el usuario este debidamente autenticado y con acceso al mismo.

9.1.5.2 Módulo Usuario

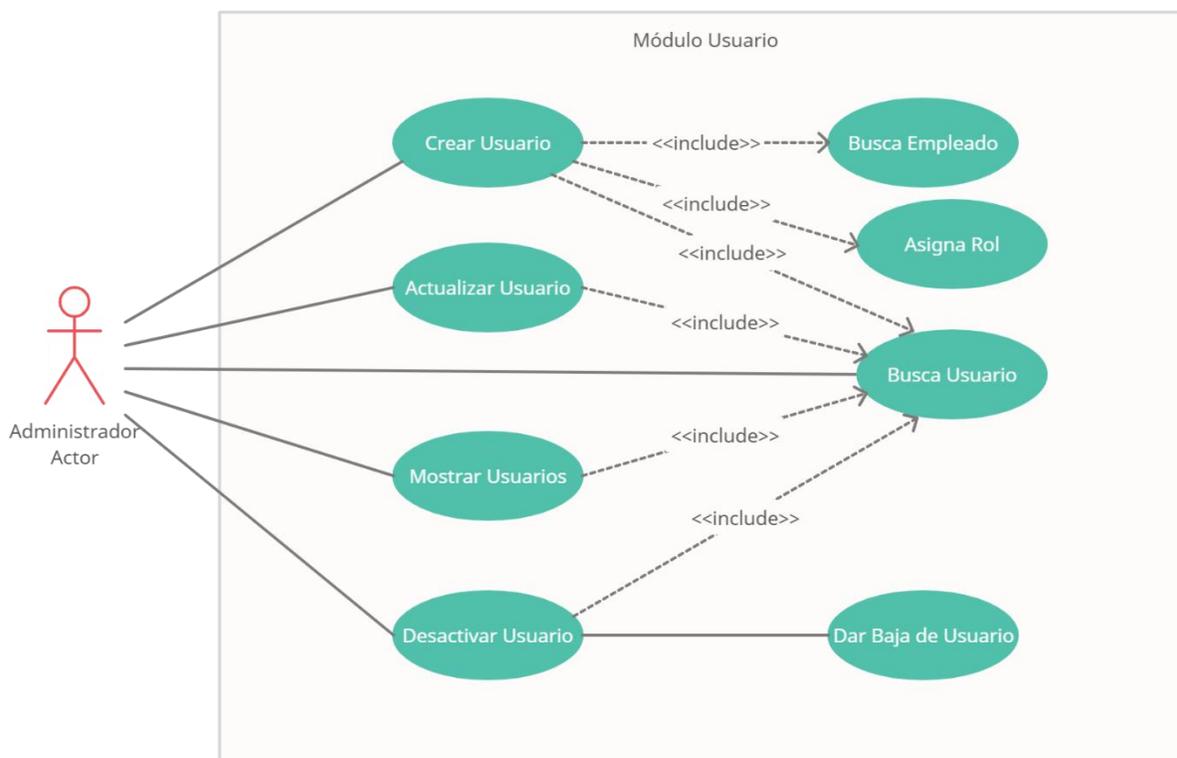


Figura IX-2 Módulo Usuario

Fuente: Elaboración propia

Se tendrán tres (3) diferentes roles de usuarios para el manejo de los módulos, estos roles serán administradores, jefes de ventas y vendedores. El administrador tendrá acceso a todas las actividades de la solución como la creación de nuevos usuarios y asignación de los diferentes roles. El jefe de ventas tendrá accesos como el administrador a excepción de la creación de nuevos usuarios y asignarlos, y los vendedores solo podrán visualizar la información de los módulos, pero si total accesos a la creación, modificación y buscar sus visitas programadas.

9.1.5.3 Módulo de Meta

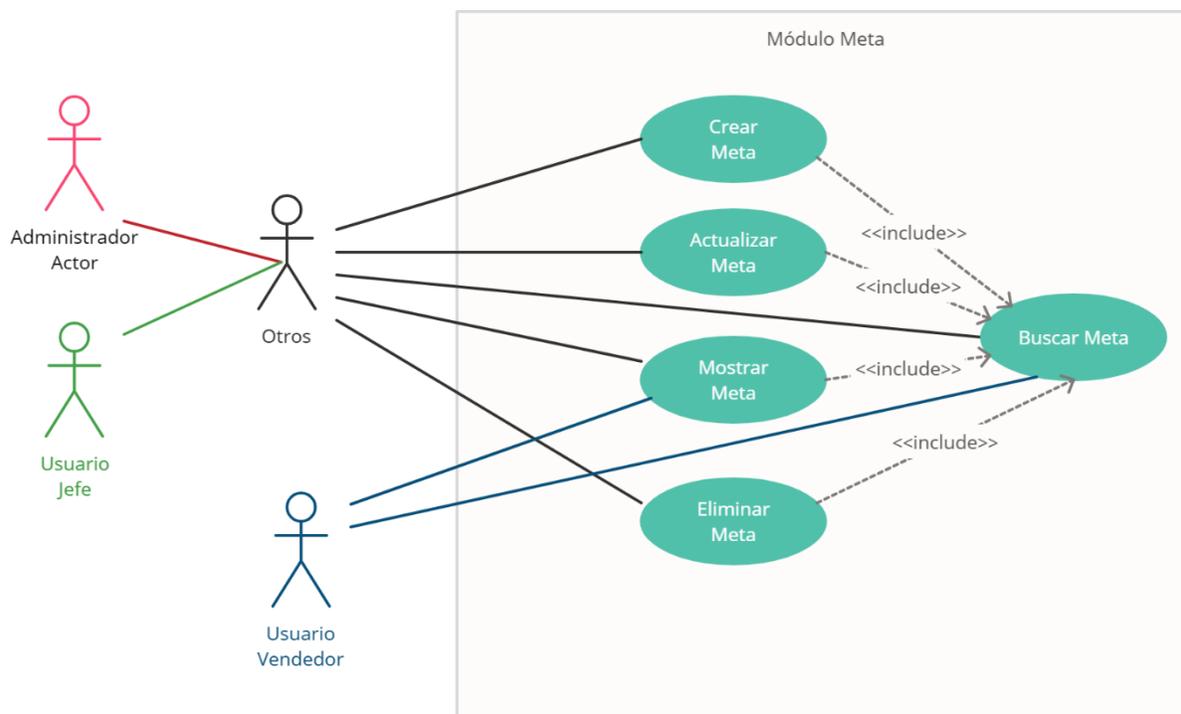


Figura IX-3 Módulo de Meta

Fuente: Elaboración propia

El módulo de meta es el que los jefes de ventas asignaran la meta de los vendedores en cantidad de líneas, cantidad de ingreso de productos fijos, ingresos en servicios en la nube y las renovaciones, esta asignación también podrá realizarla el administrador, mientras que los vendedores solo podrán ver las visualizar la meta y buscar metas anteriores.

En este módulo el administrador del sistema como los jefes de ventas podrán realizar el CRUD de las metas, el vendedor solamente podrá visualizar y buscar.

9.1.5.4 Módulo de Proyección

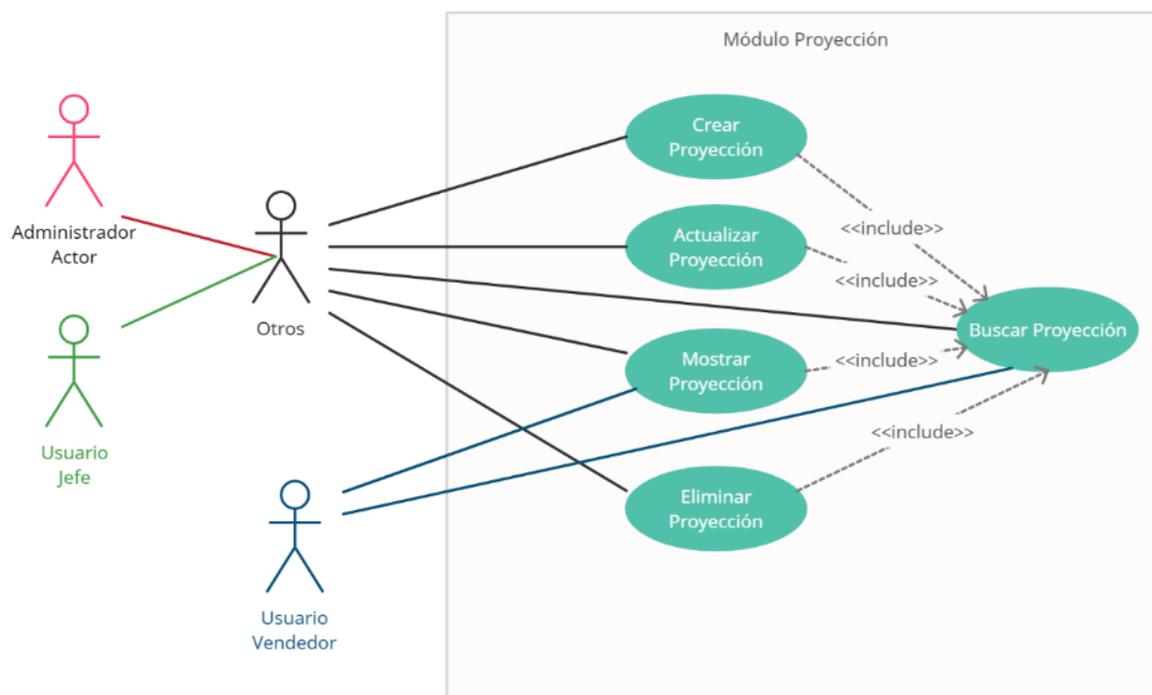


Figura IX-4 Módulo de Proyección

Fuente: Elaboración propia

El módulo de proyección funciona para que el usuario jefe de ventas pueda proyectar el seguimiento de las metas de los vendedores, en que oportunidades necesitan el apoyo de la jefatura para realizar vistas en conjunto y solicitar reuniones con áreas que pertenecen en el proceso de venta para agilizar las activaciones de los servicios contratados por los clientes. En este módulo el administrador del sistema como los jefes de ventas podrán realizar el CRUD de las proyecciones, el vendedor solamente podrá visualizar y buscar.

9.1.5.5 Módulo de Visita

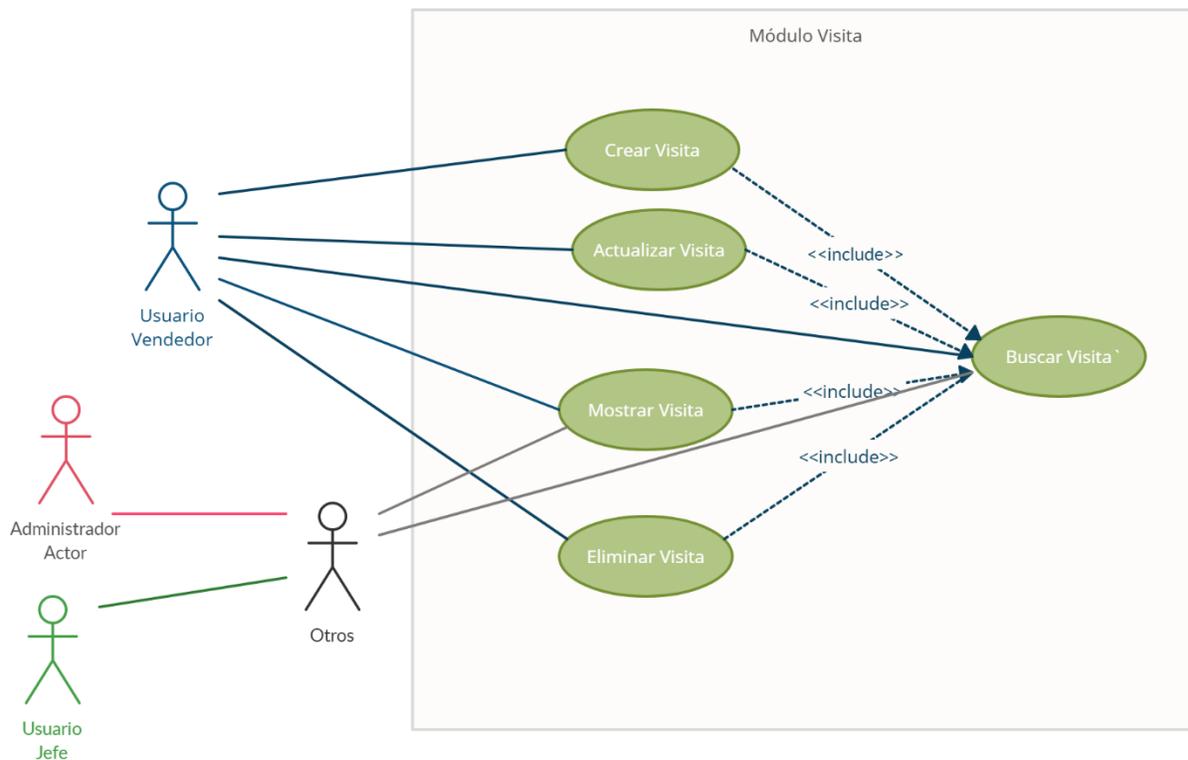


Figura IX-5 Módulo Visita

Fuente: Elaboración propia

Para el módulo de visitas el control del CRUD lo tendrá el usuario de vendedor, este servirá para que el jefe de ventas pueda llevar un control de las visitas que realizan los vendedores ya sea a clientes como prospectos, el jefe de ventas solo podrá visualizar las visitas programadas de los vendedores y busca visitas al igual que el rol de Administrador.

9.1.5.6 Módulo de Renovaciones

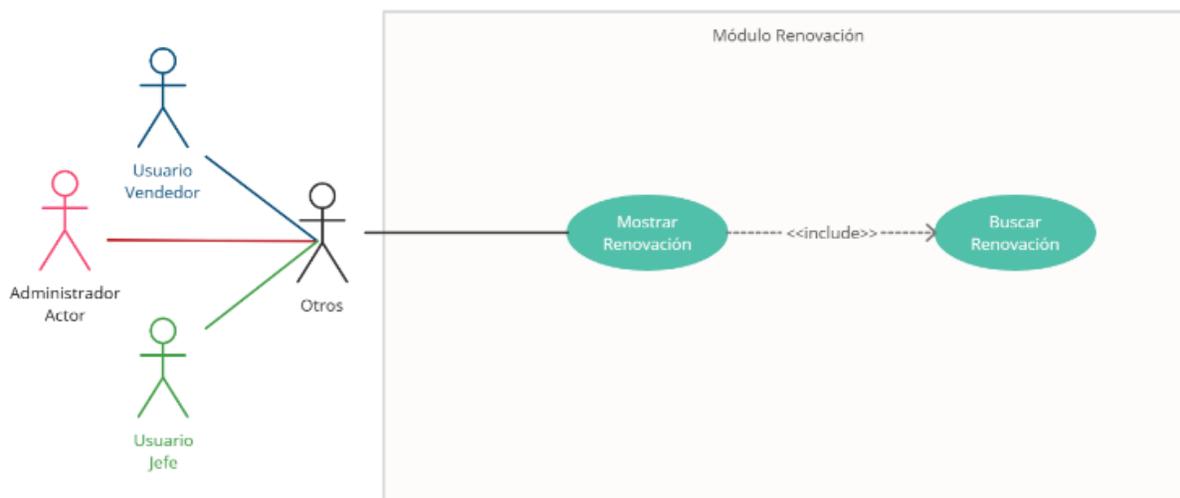


Figura IX-6 Módulo Renovación

Fuente: Elaboración propia

El módulo de renovación mostrará la información de los clientes donde se verán las fechas de activaciones de las líneas y sus fechas de terminación de contrato, por lo que los vendedores podrán visualizar las renovaciones del mes en curso como los de los demás meses de los clientes, esta misma visualización la tendrá el administrador como el jefe de ventas. Cada vendedor podrá ver solo la información de las líneas y clientes que tenga asignados.

9.1.5.7 Módulo de Ventas o Altas Móviles.

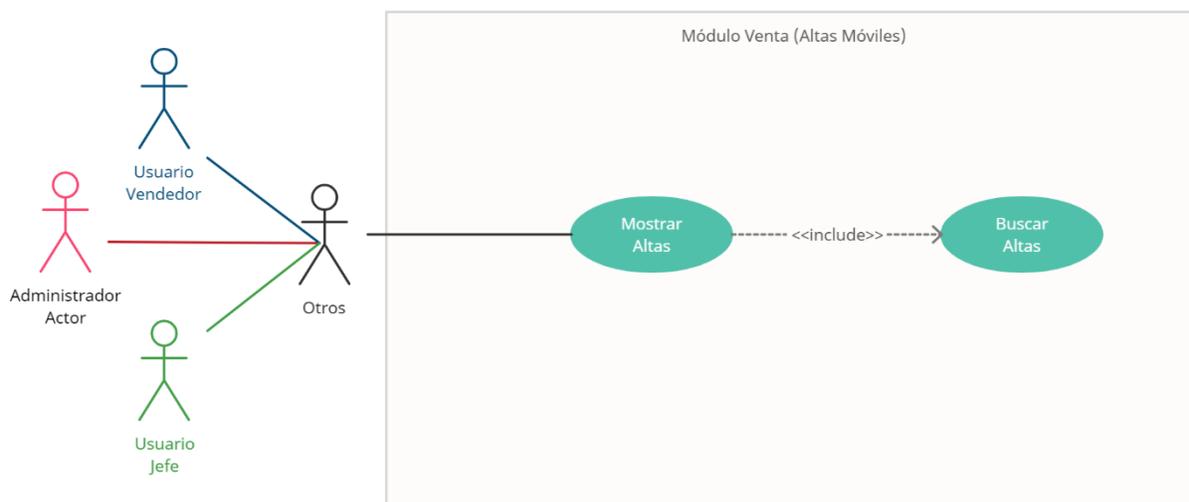


Figura IX-7 Módulo Altas

Fuente: Elaboración propia

El módulo de altas o ventas de líneas móviles corporativas mostrará la información de los clientes de ventas diarias, donde se mostrará los números de las líneas, plan contratado y las fechas de activaciones de las líneas, por lo que los vendedores podrán visualizar el día a día como van en sus métricas para el cumplimiento de sus metas. Esta misma visualización la tendrá el administrador como el jefe de ventas, pero de todos los vendedores.

9.1.5.8 Módulo de Cartera o Clientes.

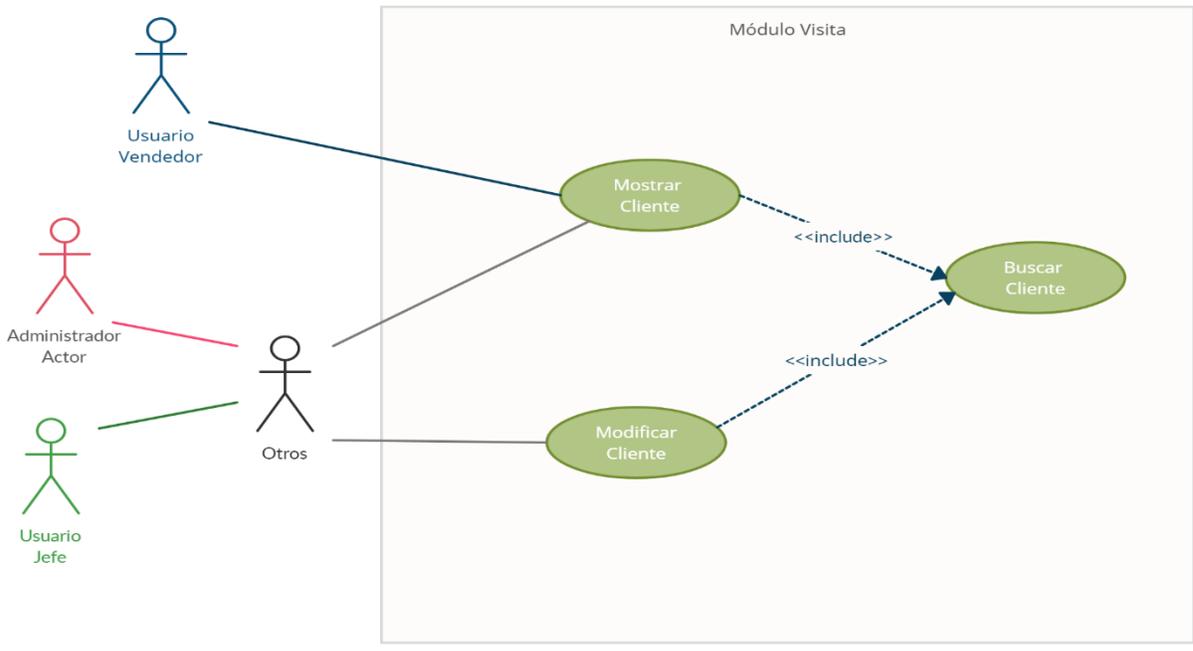


Figura IX-8 Módulo Cartera

Fuente: Elaboración propia

El módulo de cartera o clientes mostrará los clientes asignados y nuevos de los vendedores para darles los seguimientos necesarios, el jefe de ventas y administrador podrá visualizar toda la cartera que pertenece a los vendedores y a su vez podrán realizar cambios de vendedor de los clientes.

9.1.5.9 Módulo Bitácora

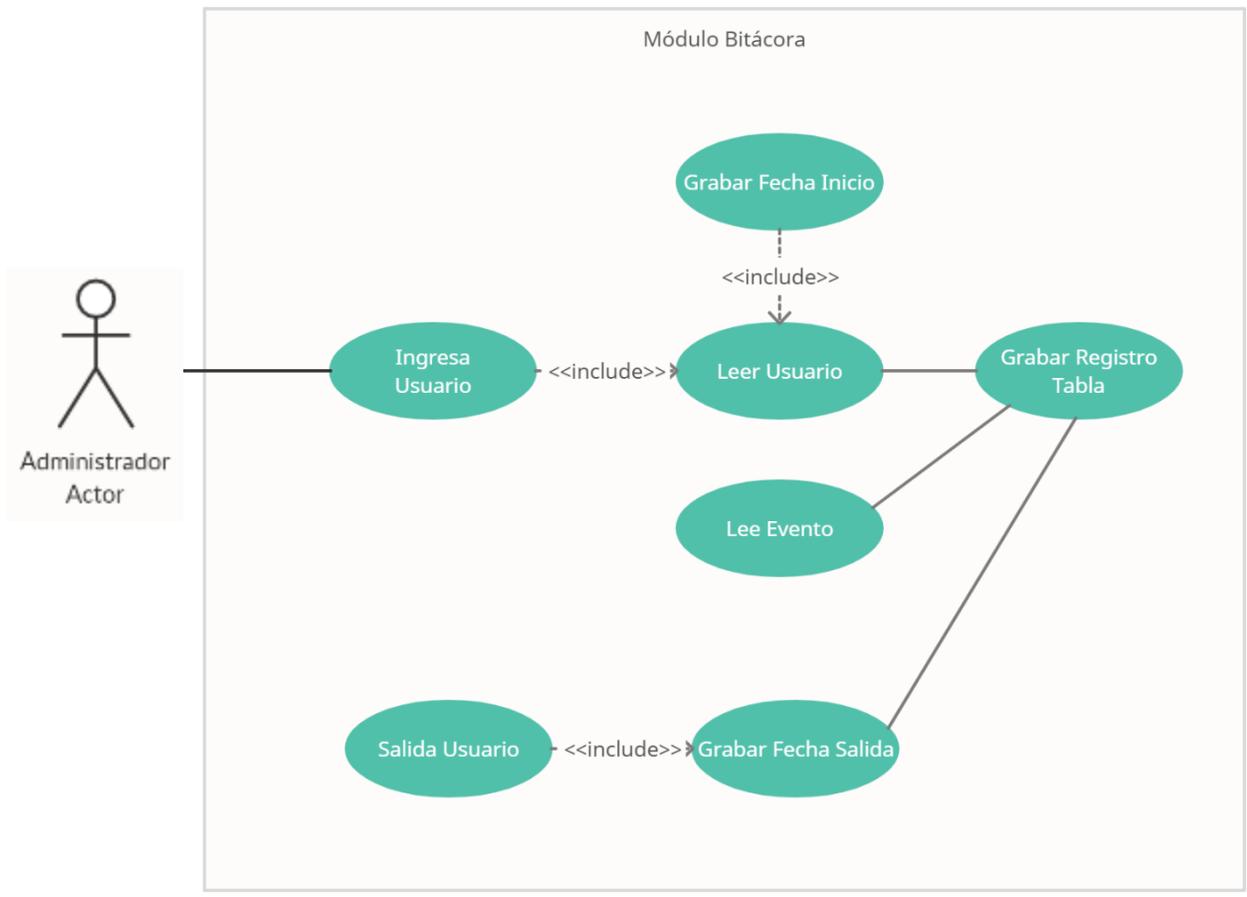


Figura IX-9 Módulo Bitácora

Fuente: Elaboración propia

El módulo de bitácora realizara registros automáticos de los CRUD que se realizaran en el sistema por parte de los usuarios, se registrara la fecha de modificación, el usuario de la base de datos. Este módulo solo podrá ser visualizado por el administrador del sistema.

9.1.5.10 Módulo de Reportes

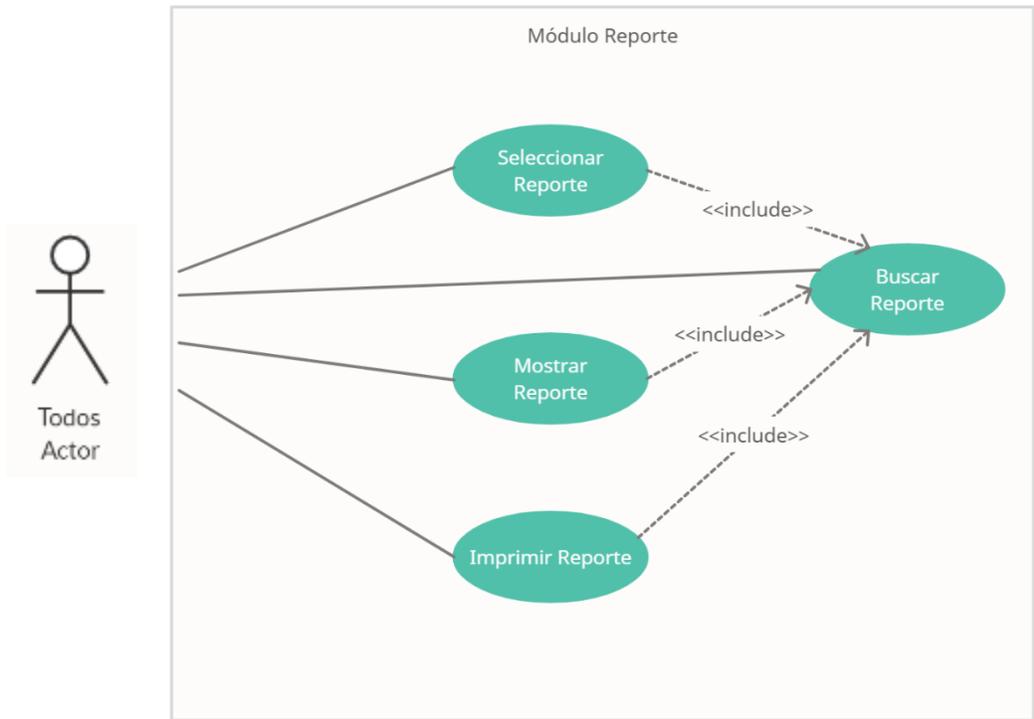


Figura IX-10 Módulo Reportes

Fuente: Elaboración propia

El módulo de reportes, las tablas de información se todos los usuarios tendrán la capacidad de poder descargarse en diferentes formatos o imprimirlas directamente.

9.1.5.11 Módulo de Dashboard.

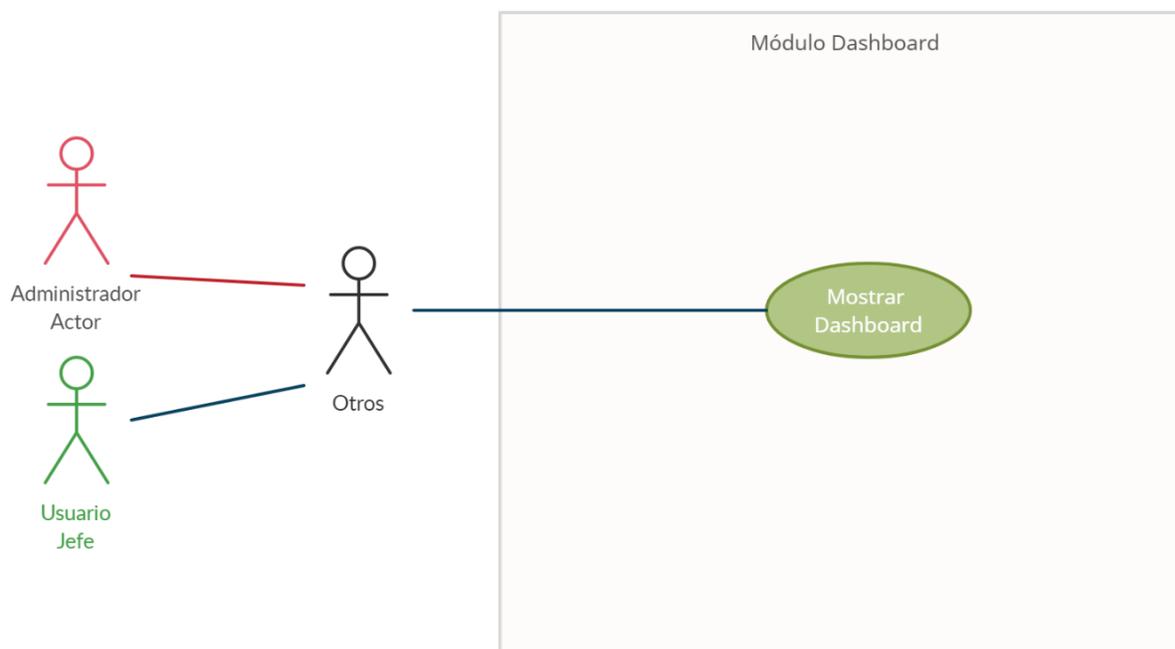


Figura IX-11 Módulo de Dashboard.

Fuente: Elaboración propia

En este módulo los usuarios Administradores como los jefes podrán ver un tablero con información relevante para su toma de decisiones.

9.1.6 Diccionario de Datos

9.1.6.1 Modelo entidad-relación

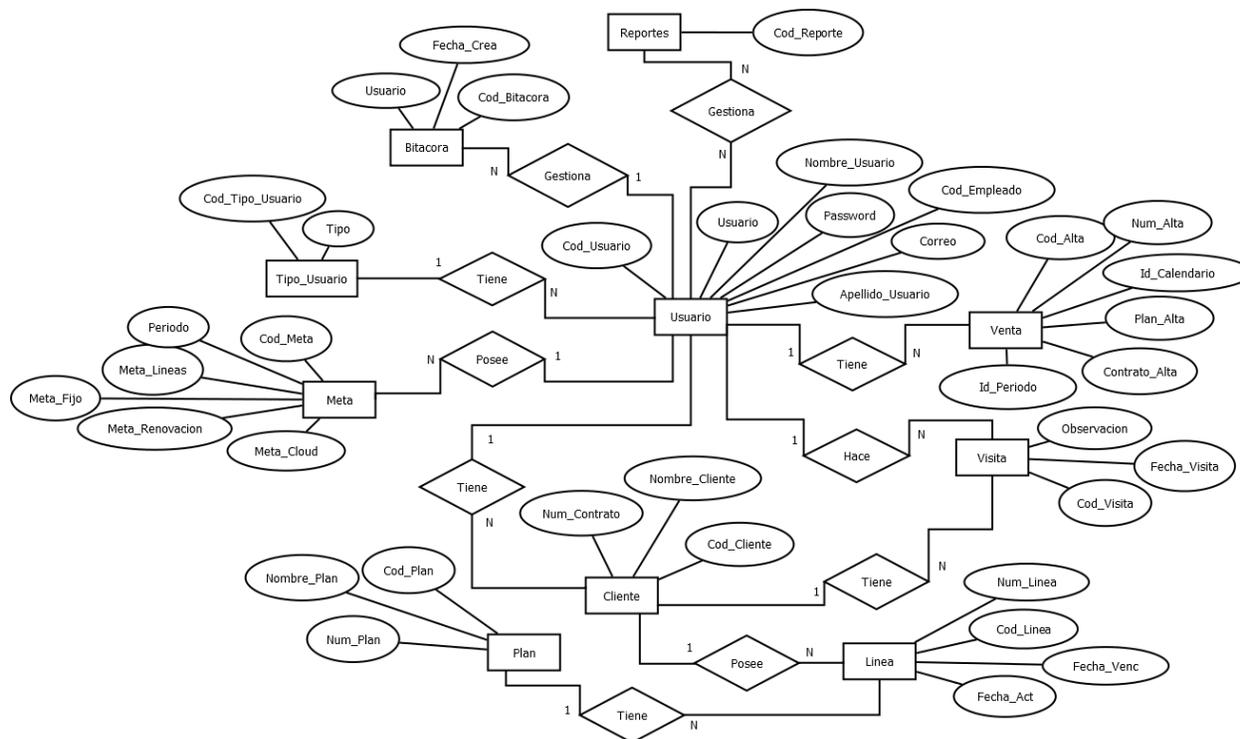


Figura IX-12 Modelo Entidad - Relación

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.2 Esquema de Tablas

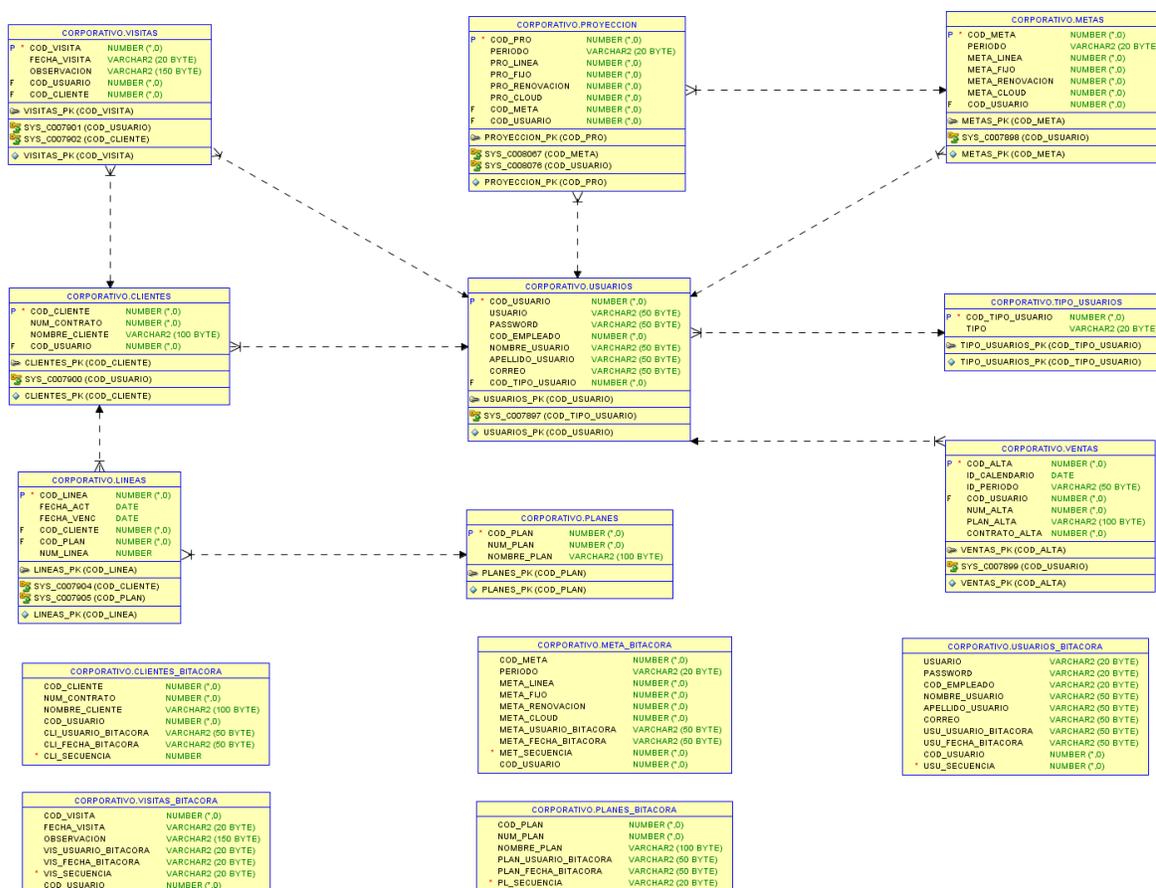


Figura IX-13 Diagrama Esquema de Tablas

Fuente: Diagrama obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.3 Distribución física y lógica de base de datos

Los servidores utilizados por Claro están ubicados en las oficinas principales regionales en Guatemala, pero alguna información es manejada en los servidores locales facilitando las consultas y el manejo de los productos, las gerencias se apoyan de un equipo especializado de BI para la obtención de información que sirva para sus tomas, todo el hardware como el software utilizado está debidamente con su licenciamiento actualizado.

Claro cuenta con el respaldo del Grupo América Móvil que consta con 5 servidores distribuidos en toda América, sirviendo de respaldo para todo el negocio y producción de sus servicios.

9.1.6.4 Tablas y vistas

Las siguientes tablas son las conformadas para el sistema de Ventas de Mercado Corporativo de Claro. Se detalla el nombre de la tabla, como sus campos o atributos y una breve descripción.

9.1.6.4.1 Tabla de Usuarios

Tabla IX-A Tabla de Usuarios

Atributo	Tipo	Descripción
cod_usuario	int (6)	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
usuario	varchar (50)	Campo identificador para usuario
password	varchar (50)	Campo identificador para contraseña
cod_empleado	int (6)	Id único de empleado
nombre_usuario	varchar (50)	Campo de Nombre del Usuario
apellido_usuario	varchar (50)	Campo del Apellido del Usuario
correo	varchar (50)	Campo para Correo del Usuario

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.2 Tabla de Bitácora de Usuarios

Tabla IX-B Tabla de Usuarios_ Bitácora

Atributo	Tipo	Descripción
-----------------	-------------	--------------------

cod_usuario	int (6)	Campo código de usuario
usuario	varchar (20)	Campo identificador para usuario
password	varchar (20)	Campo identificador para contraseña
cod_employado	int (6)	Id único de empleado
nombre_usuario	varchar (50)	Campo de Nombre del Usuario
apellido_usuario	varchar (50)	Campo del Apellido del Usuario
correo	varchar (50)	Campo para Correo del Usuario
usu_usuario_bitacora	varchar (50)	Campo identificador de usuario bitácora
usu_fecha_bitacora	varchar (50)	Campo identificador de fecha bitácora
usu_secuencia	Int (6)	Campo no nulo, auto incremental

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.3 Tabla de Tipo de Usuarios

Tabla IX-C Tabla de Tipo_Usuarios

Atributo	Tipo	Descripción
cod_tipo_usuario	int (6)	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
tipo	varchar (20)	Campo de nombre del tipo de usuario

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.4 Tabla de Metas

Tabla IX-D Tabla de Metas

Atributo	Tipo	Descripción
cod_meta	int (6)	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
periodo	date	Campo identificador de mes de la meta
meta_linea	int (6)	Campo identificador de meta en líneas
meta_fijo	int (6)	Campo identificador meta ingreso en servicios fijos
meta_renovacion	int (6)	Campo identificador meta de ingreso renovaciones
meta_cloud	int (6)	Campo identificador meta ingreso en servicios Cloud

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.5 Tabla de Bitácora de Metas

Tabla IX-E Tabla de Meta_ Bitácora

Atributo	Tipo	Descripción
cod_meta	int (6)	Campo de código de meta
periodo	date	Campo identificador de mes de la meta
meta_linea	int (6)	Campo identificador de meta en líneas

meta_fijo	int (6)	Campo identificador meta ingreso en servicios fijos
meta_renovacion	int (6)	Campo identificador meta de ingreso renovaciones
meta_cloud	int (6)	Campo identificador meta ingreso en servicios Cloud
meta_usuario_bitacora	varchar (50)	Campo identificador de usuario bitácora
meta_fecha_bitacora	varchar (50)	Campo identificador de fecha bitácora
met_secuencia	int	Campo no nulo, auto incrementable
cod_usuario	Int (6)	Campo de código de usuario

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.6 Tabla de Proyecciones

Tabla IX-F Tabla de Proyecciones

Atributo	Tipo	Descripción
cod_pro	int (6)	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
periodo	varchar (20)	Campo identificador de mes de la proyección
pro_linea	int (6)	Campo identificador de proyección en líneas

pro_fijo	int (6)	Campo identificador proyección ingreso en servicios fijos
pro_renovacion	int (6)	Campo identificador proyección de ingreso renovaciones
pro_cloud	int (6)	Campo identificador proyección ingreso en servicios Cloud

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.7 Tabla de Ventas

Tabla IX-G Tabla de Ventas

Atributo	Tipo	Descripción
cod_alta	int (6)	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
id_calendario	date	Campo identificador de día de venta
id_periodo	varchar (50)	Campo identificador de mes/año de venta
num_alta	int	Campo identificador del número de línea que se dio de alta
plan_alta	Varchar(100)	Campo identificador del plan que se dio de alta
contrato_alta	int	Campo identificador del número de contrato de la línea o venta

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.8 Tabla de Visitas

Tabla IX-H Tabla de Visitas

Atributo	Tipo	Descripción
cod_visita	int	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
fecha_visita	date	Campo identificador de fecha de visita
observacion	varchar (150)	Campo de observaciones sobre la visita

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.9 Tabla de Bitácora de Visitas

Tabla IX-I Tabla de Visitas_ Bitácora

Atributo	Tipo	Descripción
cod_visita	int	Campo de código de visita
fecha_visita	date	Campo identificador de fecha de visita
observacion	varchar (150)	Campo de observaciones sobre la visita
vis_usuario_bitacora	varchar (20)	Campo identificador de usuario bitácora
vis_fecha_bitacora	varchar (20)	Campo identificador de fecha bitácora
vis_secuencia	Int	Campo no nulo, auto incrementable

cod_usuario	Int	Campo código de usuario
--------------------	-----	-------------------------

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.10 Tabla de Clientes

Tabla IX-J Tabla de Clientes

Atributo	Tipo	Descripción
cod_cliente	int	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
num_contrato	int	Campo de Número Contrato de Cliente
nombre_cliente	varchar (100)	Campo de Nombre del Cliente

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.11 Tabla Bitácora de Clientes

Tabla IX-K Tabla Bitácora de Clientes

Atributo	Tipo	Descripción
cod_cliente	int	Campo de Número Código de Cliente
num_contrato	int	Campo de Número Contrato de Cliente
nombre_cliente	varchar (100)	Campo de Nombre del Cliente
cod_usuario	int	Campo de Número Código de Usuario
cli_usuario_bitacora	varchar (50)	Campo de Nombre del Usuario Administrador

cli_fecha_bitacora	varchar (50)	Campo de Fecha de la acción de la Bitácora
cli_secuencia	int	Campo no nulo, auto incrementable

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.12 Tabla de Planes

Tabla IX-L Tabla de Planes

Atributo	Tipo	Descripción
cod_plan	int	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
num_plan	int	Campo de Número identificador de Plan
nombre_plan	varchar (100)	Campo identificador para Nombre de Plan

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.13 Tabla de Bitácora de Planes

Tabla IX-M Tabla de Planes_Bitácora

Atributo	Tipo	Descripción
cod_plan	int	Campo código de plan
num_plan	int	Campo de Número identificador de Plan
nombre_plan	varchar (100)	Campo identificador para Nombre de Plan

plan_usuario_bitacora	varchar (50)	Campo identificador de usuario bitácora
plan_fecha_bitacora	varchar (50)	Campo identificador de fecha bitácora
pl_secuencia	int	Campo no nulo, auto incrementable

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.4.14 Tabla de Líneas

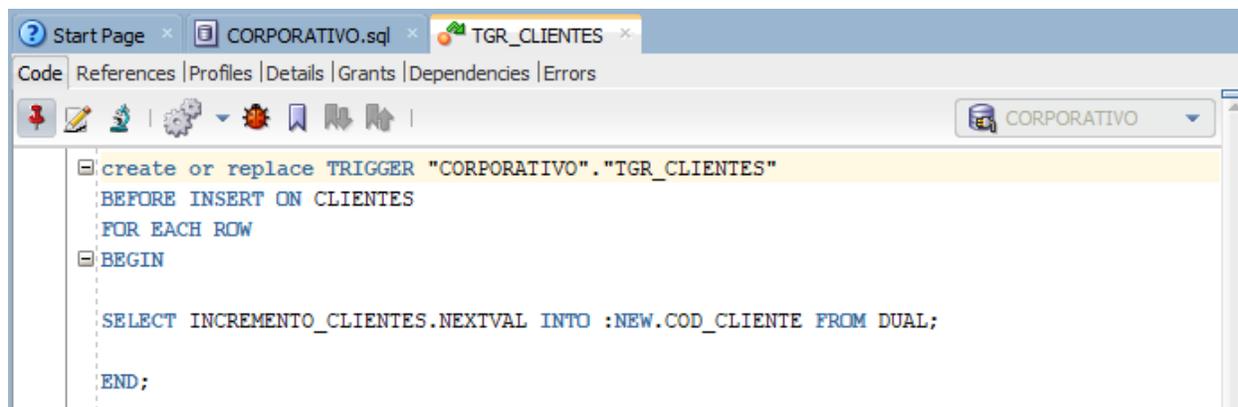
Tabla IX-N Tabla de Líneas

Atributo	Tipo	Descripción
cod_linea	int	Llave primaria, única, no nula, auto incrementable
fecha_act	date	Campo identificador de fecha de Activación
fecha_venc	date	Campo identificador de fecha de Vencimiento
num_linea	int	Campo identificador de numero de línea

Fuente: Elaboración propia

9.1.6.5 Triggers

9.1.6.5.1 Trigger Incremento de Tabla Clientes

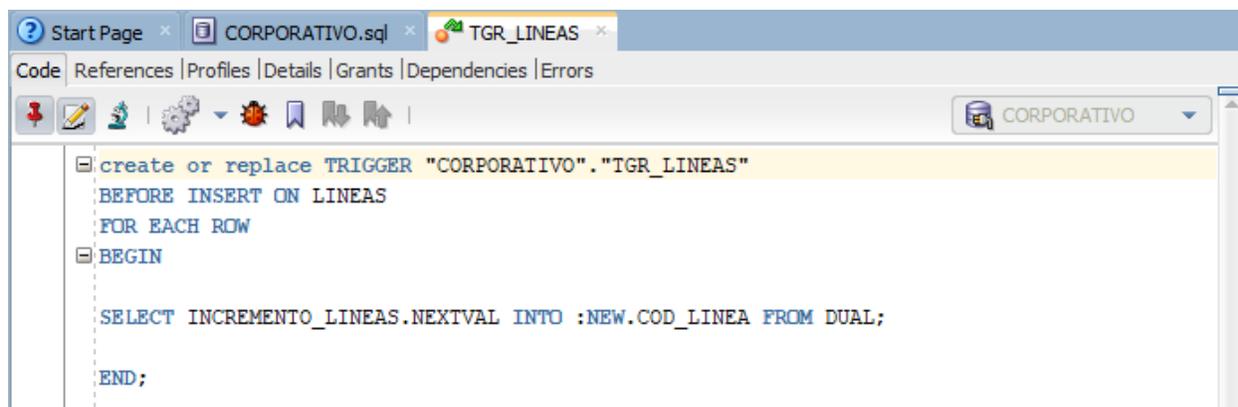


```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_CLIENTES"
BEFORE INSERT ON CLIENTES
FOR EACH ROW
BEGIN
    SELECT INCREMENTO_CLIENTES.NEXTVAL INTO :NEW.COD_CLIENTE FROM DUAL;
END;
```

Figura IX-14 Trigger Incremento de Tabla Clientes

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.2 Trigger Incremento de Tabla Líneas

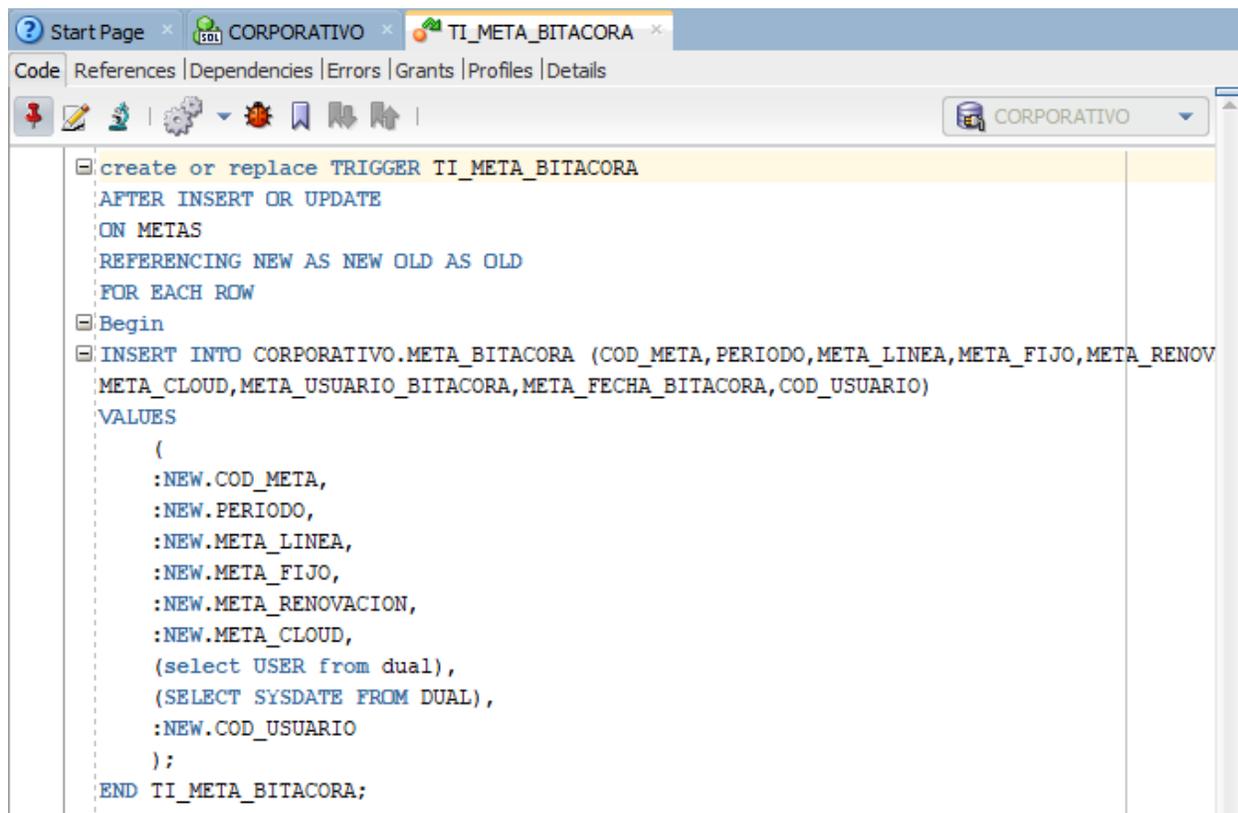


```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_LINEAS"
BEFORE INSERT ON LINEAS
FOR EACH ROW
BEGIN
    SELECT INCREMENTO_LINEAS.NEXTVAL INTO :NEW.COD_LINEA FROM DUAL;
END;
```

Figura IX-15 Trigger Incremento de Tabla Líneas

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.3 Trigger Incremento de Tabla Meta Bitácora



```

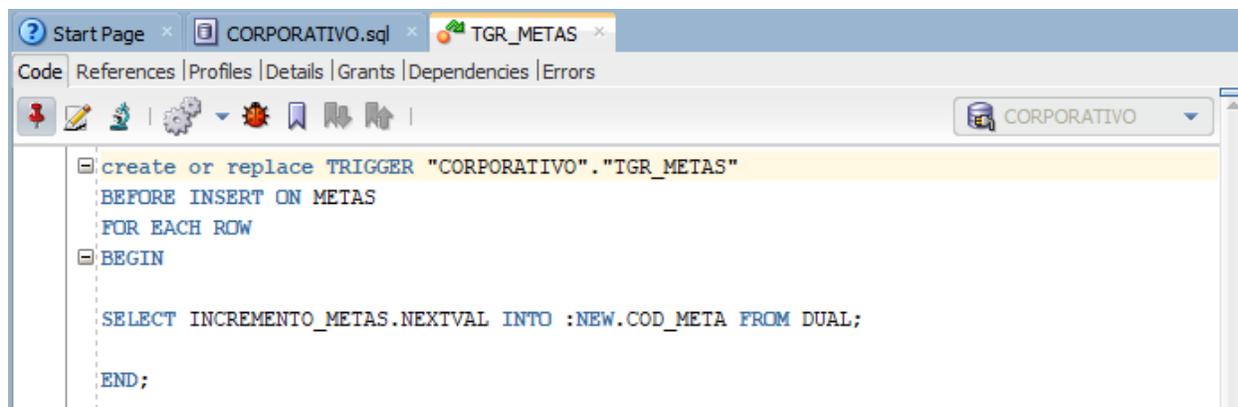
create or replace TRIGGER TI_META_BITACORA
AFTER INSERT OR UPDATE
ON METAS
REFERENCING NEW AS NEW OLD AS OLD
FOR EACH ROW
Begin
INSERT INTO CORPORATIVO.META_BITACORA (COD_META, PERIODO, META_LINEA, META_FIJO, META_RENOV
META_CLOUD, META_USUARIO_BITACORA, META_FECHA_BITACORA, COD_USUARIO)
VALUES
(
:NEW.COD_META,
:NEW.PERIODO,
:NEW.META_LINEA,
:NEW.META_FIJO,
:NEW.META_RENOVACION,
:NEW.META_CLOUD,
(select USER from dual),
(SELECT SYSDATE FROM DUAL),
:NEW.COD_USUARIO
);
END TI_META_BITACORA;

```

Figura IX-16 Trigger Incremento de Tabla Meta Bitácora

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.4 Trigger Incremento de Tabla Metas



```

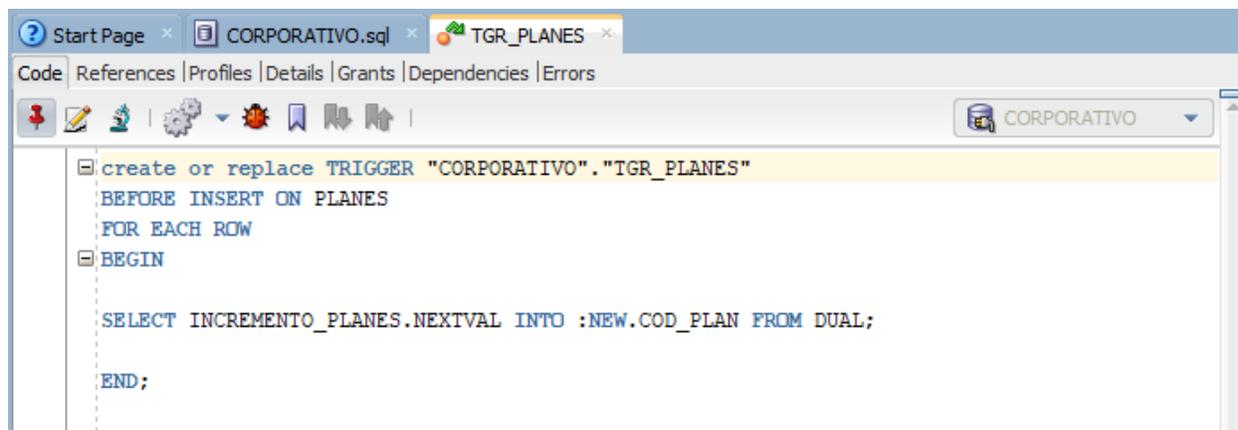
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_METAS"
BEFORE INSERT ON METAS
FOR EACH ROW
BEGIN
SELECT INCREMENTO_METAS.NEXTVAL INTO :NEW.COD_META FROM DUAL;
END;

```

Figura IX-17 Trigger Incremento de Tabla Metas

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.5 Trigger Incremento de Tabla Planes



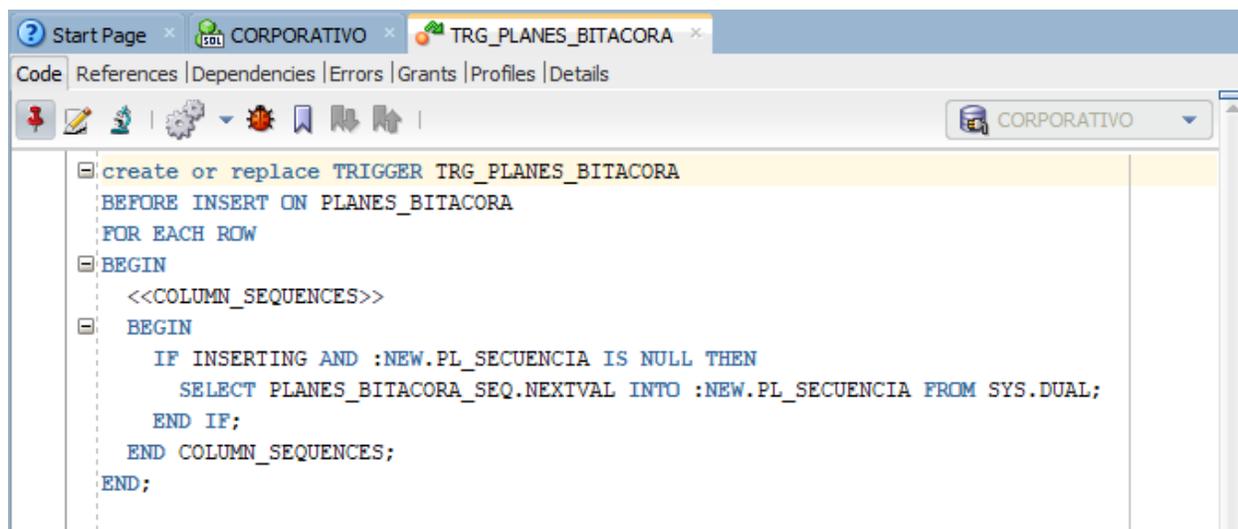
```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_PLANES"
BEFORE INSERT ON PLANES
FOR EACH ROW
BEGIN
SELECT INCREMENTO_PLANES.NEXTVAL INTO :NEW.COD_PLAN FROM DUAL;

END;
```

Figura IX-18 Trigger Incremento de Tabla Planes

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.6 Trigger Incremento de Tabla Planes Bitácora

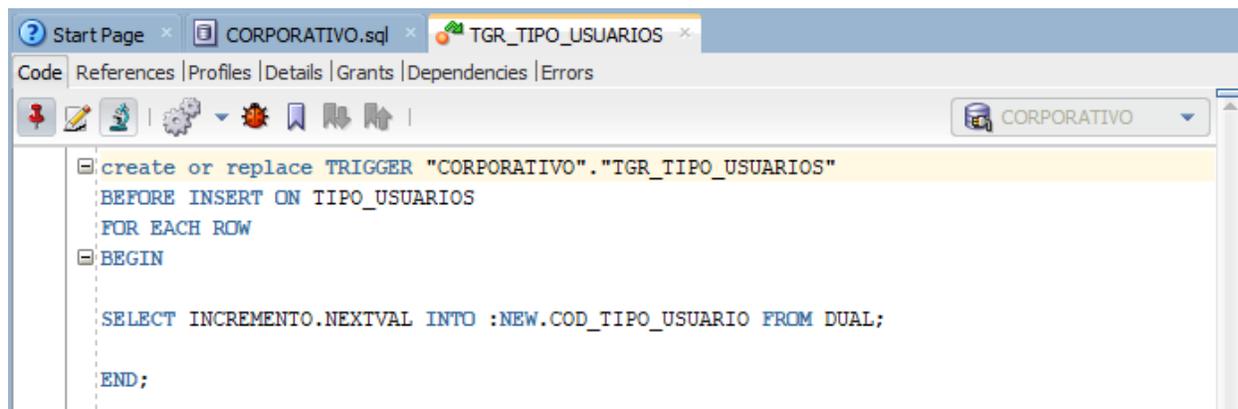


```
create or replace TRIGGER TRG_PLANES_BITACORA
BEFORE INSERT ON PLANES_BITACORA
FOR EACH ROW
BEGIN
<<COLUMN_SEQUENCES>>
BEGIN
IF INSERTING AND :NEW.PL_SECUENCIA IS NULL THEN
SELECT PLANES_BITACORA_SEQ.NEXTVAL INTO :NEW.PL_SECUENCIA FROM SYS.DUAL;
END IF;
END COLUMN_SEQUENCES;
END;
```

Figura IX-19 Trigger Incremento de Tabla Planes Bitácora

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.7 Trigger Incremento de Tabla Tipo Usuarios

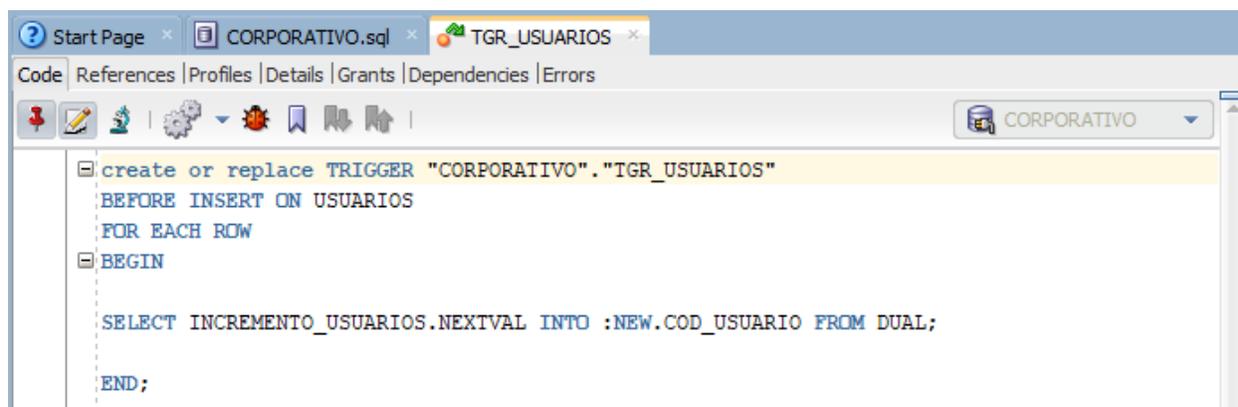


```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_TIPO_USUARIOS"
BEFORE INSERT ON TIPO_USUARIOS
FOR EACH ROW
BEGIN
SELECT INCREMENTO.NEXTVAL INTO :NEW.COD_TIPO_USUARIO FROM DUAL;
END;
```

Figura IX-20 Trigger Incremento de Tabla Tipo Usuarios

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.8 Trigger Incremento de Tabla Usuarios

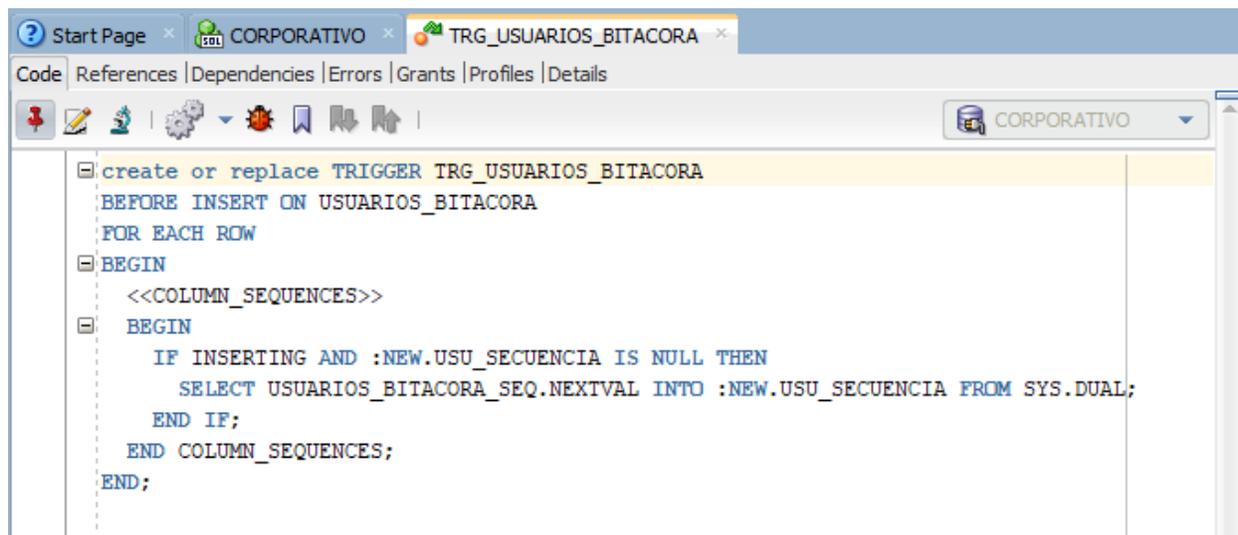


```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_USUARIOS"
BEFORE INSERT ON USUARIOS
FOR EACH ROW
BEGIN
SELECT INCREMENTO_USUARIOS.NEXTVAL INTO :NEW.COD_USUARIO FROM DUAL;
END;
```

Figura IX-21 Trigger Incremento de Tabla Usuarios

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.9 Trigger Incremento de Tabla Usuarios Bitácora

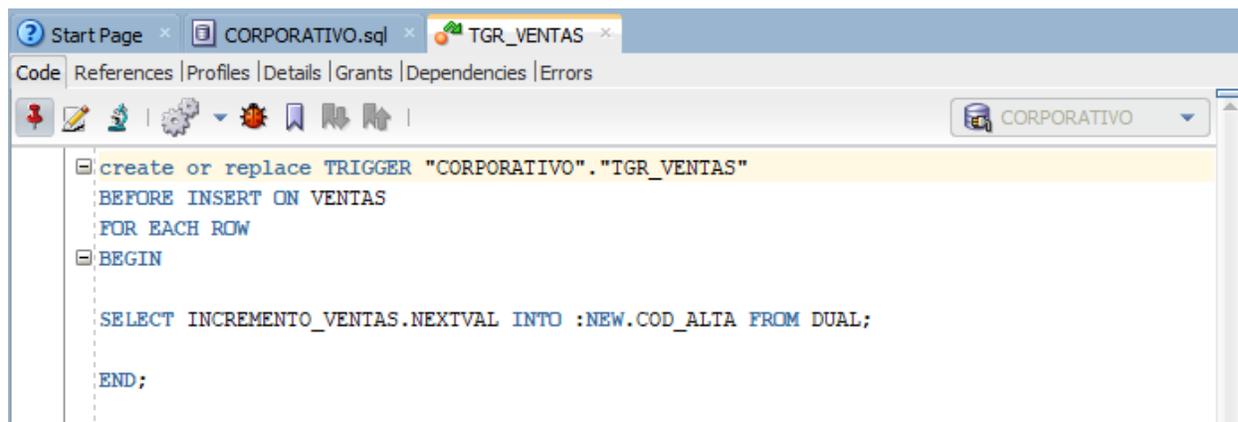


```
create or replace TRIGGER TRG_USUARIOS_BITACORA
BEFORE INSERT ON USUARIOS_BITACORA
FOR EACH ROW
BEGIN
  <<COLUMN_SEQUENCES>>
  BEGIN
    IF INSERTING AND :NEW.USU_SECUENCIA IS NULL THEN
      SELECT USUARIOS_BITACORA_SEQ.NEXTVAL INTO :NEW.USU_SECUENCIA FROM SYS.DUAL;
    END IF;
  END COLUMN_SEQUENCES;
END;
```

Figura IX-22 Trigger Incremento de Tabla Usuarios Bitácora

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.10 Trigger Incremento de Tabla Ventas

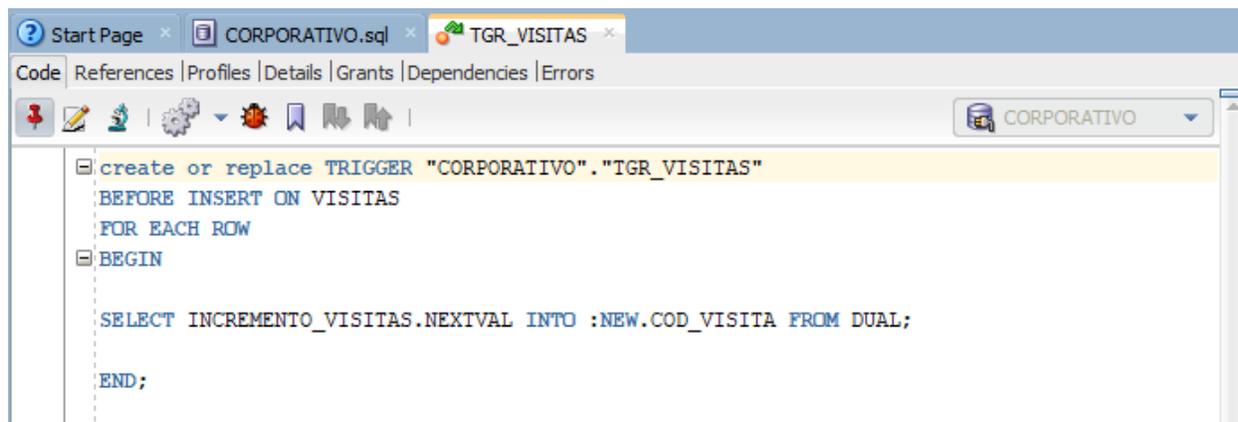


```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_VENTAS"
BEFORE INSERT ON VENTAS
FOR EACH ROW
BEGIN
  SELECT INCREMENTO_VENTAS.NEXTVAL INTO :NEW.COD_ALTA FROM DUAL;
END;
```

Figura IX-23 Trigger Incremento de Tabla Ventas

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.11 Trigger Incremento de Tabla Visitas

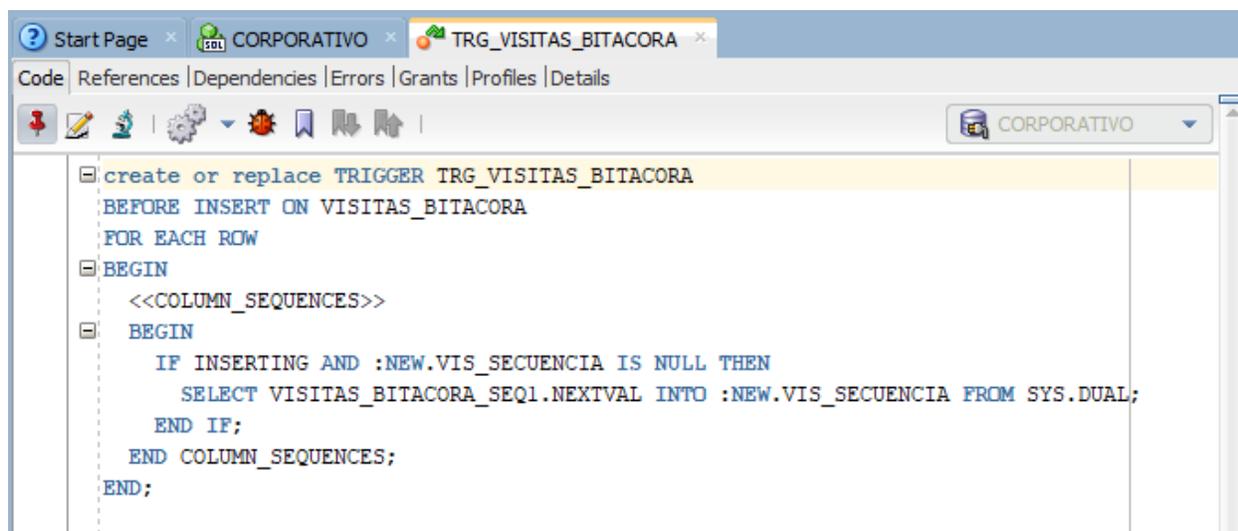


```
create or replace TRIGGER "CORPORATIVO"."TGR_VISITAS"
BEFORE INSERT ON VISITAS
FOR EACH ROW
BEGIN
SELECT INCREMENTO_VISITAS.NEXTVAL INTO :NEW.COD_VISITA FROM DUAL;
END;
```

Figura IX-24 Trigger Incremento de Tabla Visitas

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.6.5.12 Trigger Incremento de Tabla Visitas Bitácora



```
create or replace TRIGGER TRG_VISITAS_BITACORA
BEFORE INSERT ON VISITAS_BITACORA
FOR EACH ROW
BEGIN
<<COLUMN_SEQUENCES>>
BEGIN
IF INSERTING AND :NEW.VIS_SECUENCIA IS NULL THEN
SELECT VISITAS_BITACORA_SEQ1.NEXTVAL INTO :NEW.VIS_SECUENCIA FROM SYS.DUAL;
END IF;
END COLUMN_SEQUENCES;
END;
```

Figura IX-25 Trigger Incremento de Tabla Visitas Bitácora

Fuente: Obtenido mediante Oracle SQL Developer desde la Base de Datos del Sistema.

9.1.7 Descripción de Interfaces con Otros Sistemas

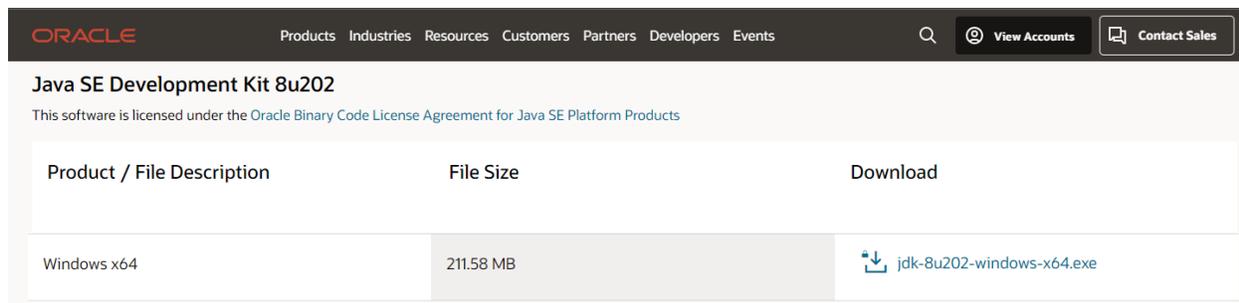
9.1.7.1 Instalación de Java SE Development Kit

El JDK es un entorno de desarrollo para la creación de aplicaciones utilizando el lenguaje de programación Java. (Oracle, n.d.)

El JDK incluye herramientas útiles para desarrollar y probar programas escritos en el lenguaje de programación Java y que se ejecutan en la plataforma Java™. (Oracle, n.d.)

Paso 1: Descargar JDK.

Se puede descargar la versión para Windows x64 gratis desde la página de Oracle: [Descargas de archivos Java - Java SE 8 \(oracle.com\)](#) (Oracle, n.d.)



Product / File Description	File Size	Download
Windows x64	211.58 MB	jdk-8u202-windows-x64.exe

Figura IX-26 Página de descarga Java SE Development Kit

Ya descargado el paquete, puedes ejecutarlo haciendo doble clic sobre el mismo.

Paso 3: Inicio de asistente de instalación.

Seguidamente, aparecerá la pantalla de inicio de asistente donde se guiará en el proceso de instalación de del JDK 8, para continuar con el proceso se deberá de dar clic en el botón de *Next*.

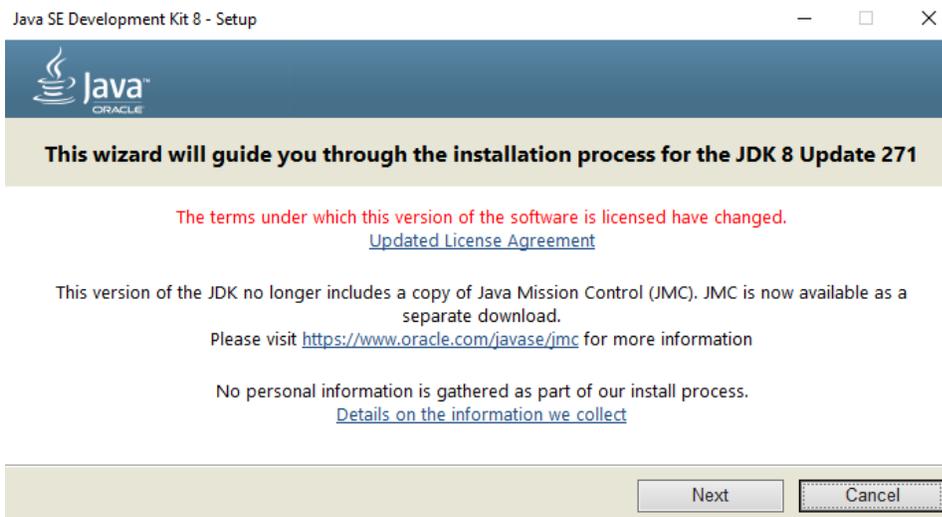


Figura IX-27 Inicio Proceso de Instalación de JDK

Paso 4: Instalación de características de JDK.

Se debe de seleccionar las herramientas de desarrollo, la que brindará la actualización de y características de Java Standard Edition Development Kit 8, donde además se mostrará el directorio de la instalación y el espacio requerido en el disco duro para su correcta aplicación, para continuar con el proceso se deberá de dar clic en el botón de *Next*.

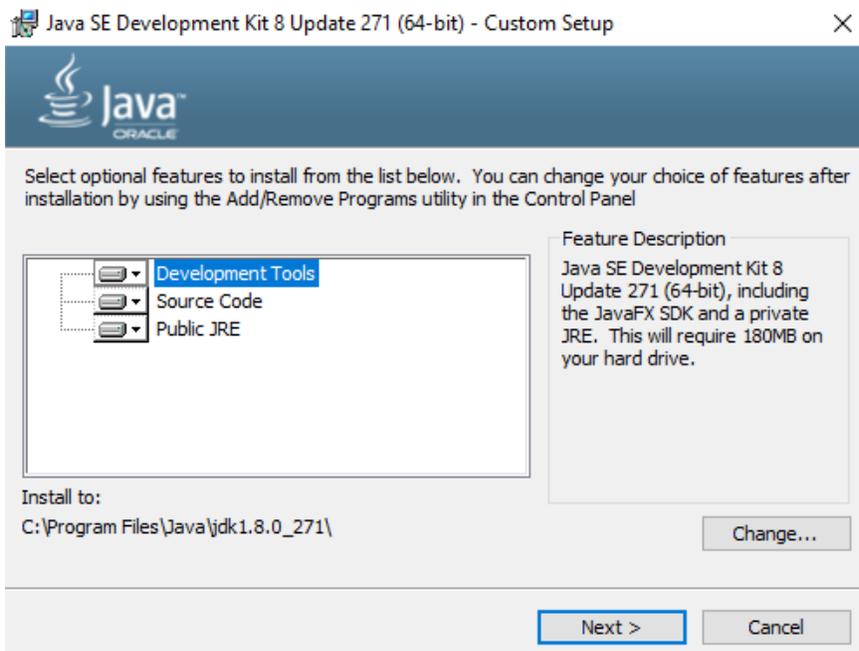


Figura IX-28 Selección de herramientas de JDK

Paso 5: Copiando archivos de instalación de JDK.

En este paso se muestra la barra del proceso de instalación donde se están copiando los nuevos archivos necesarios para la aplicación, se debe esperar que este termine para continuar.

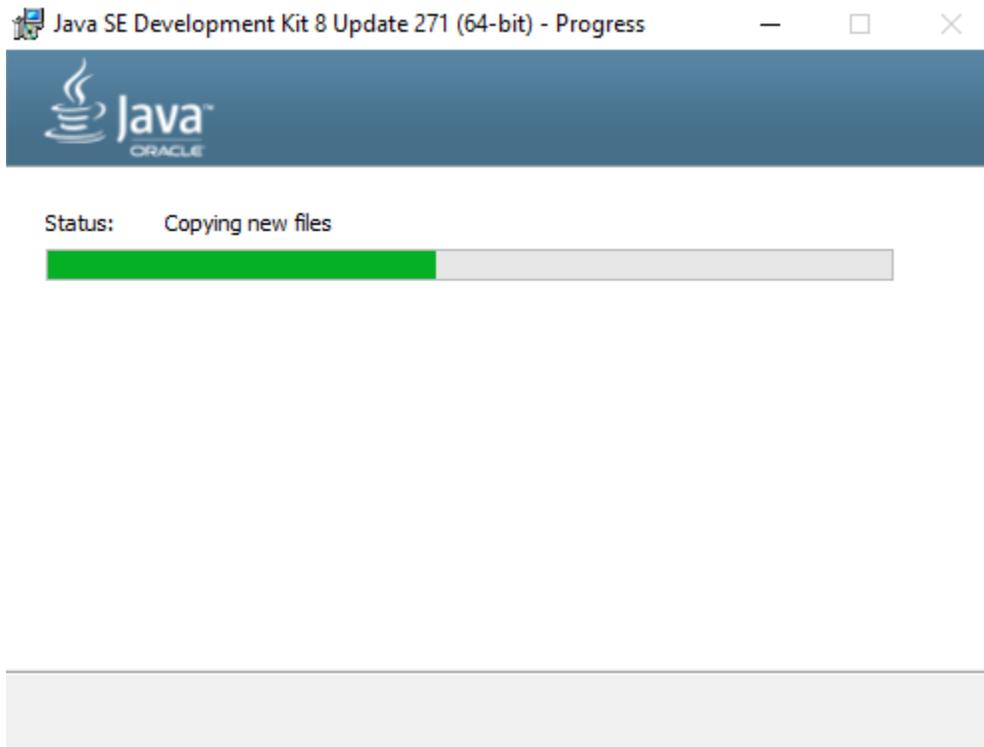


Figura IX-29 Copiado de archivos de JDK

Paso 6: Instalación exitosa de JDK.

Esta es la última pantalla de la instalación donde se dará la opción de verificar los tutoriales, materiales o ayuda necesaria para inicial con el JDK. Para finalizar con el proceso de instalación se deberá de dar clic en el botón de *Close*.

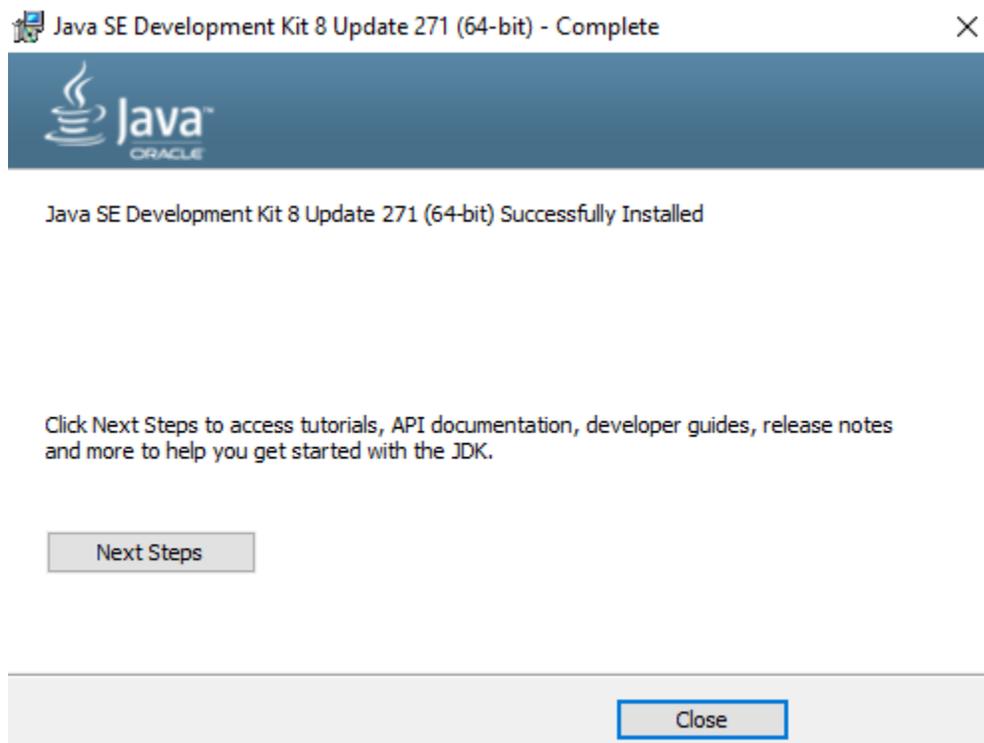


Figura IX-30 Instalación completa de JDK

9.1.7.2 Instalación IDE Netbeans.

NetBeans IDE no es otra cosa entonces que un entorno de desarrollo visual de código abierto, pensado para los productos Java, que ha sido uno de los lenguajes de programación más utilizados en todo el mundo en los últimos años. [...]. éste es uno de los más sencillos, y eso lo ha vuelto también muy popular. (Usitility, n.d.)

Paso 1: Descargar Netbeans IDE 8.2

Se puede descargar la versión 8.2 de Netbeans gratis desde la siguiente página: [NetBeans IDE - Descargar para Windows 10 \(usitility.com\)](#). (Usitility, n.d.)

Paso 2: Personalizar la instalación de Netbeans IDE 8.2.

Se deberá de personalizar la instalación dando un clic en la en el botón *Customize*.

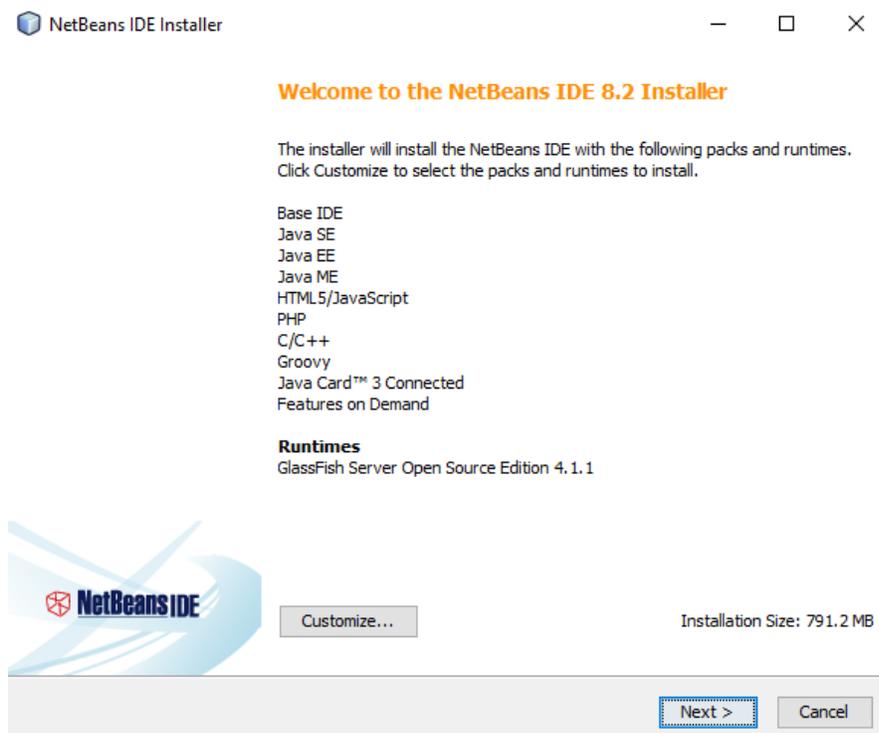


Figura IX-31 Inicio de Instalación de IDE Netbeans

Paso 3: Selección de Paquetes de Instalacion de IDEN Netbeans.

Se deberán de tener seleccionado todos paquetes, el Netbenas IDE tiene la capacidad de poder programar en diferentes lenguajes como se JavaScript que es el necesario para el desarrollo de la solicion, tambien es posible instalar los paquetes de PHP, C/C++ si fuera el caso, importante dtener selccionado los servidores de GlassFish y Apache Tomcat los cuales son necesarios para poder publicar a la Web la pagina. Para continuar con el proceso de instalación se deberá de dar clic en el botón de *OK*.

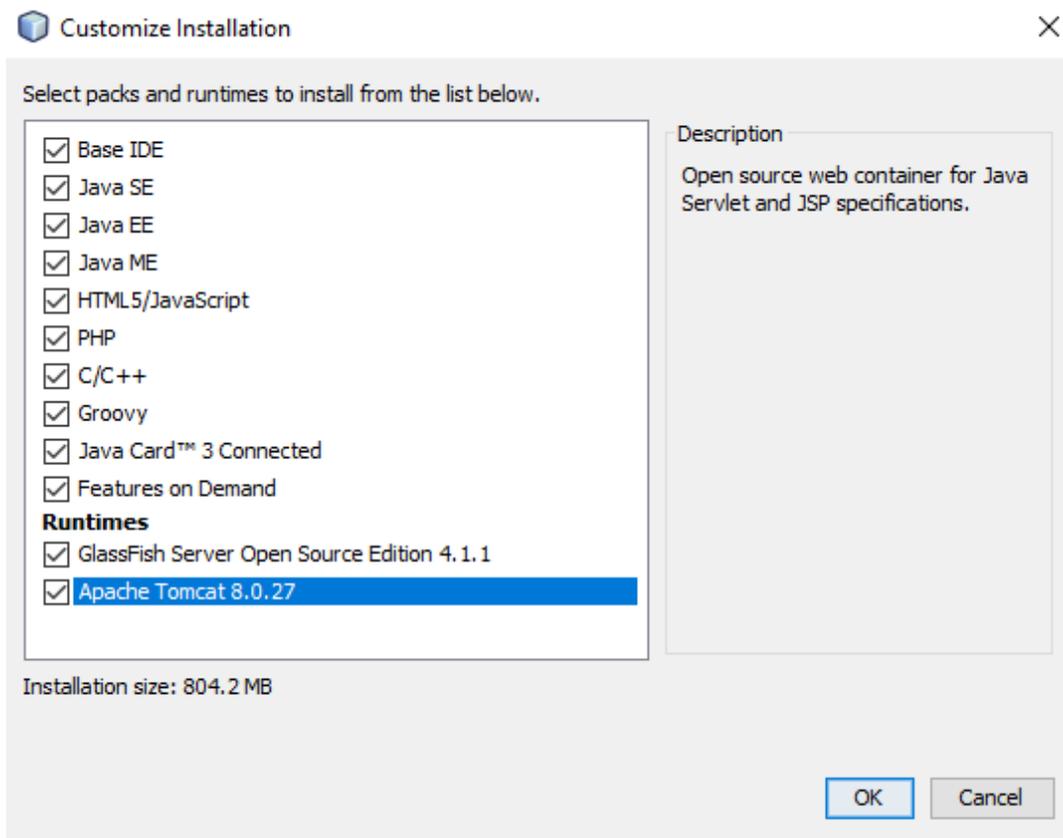


Figura IX-32 Customización de Instalación de IDE

Paso 5: Aceptación de términos y condiciones.

La siguiente pantalla es el acuerdo del licenciamiento brindado por Oracle para el uso del IDE, donde se encuentran todos los términos y condiciones como las limitaciones de este, de no aceptar el licenciamiento no será posible la instalación. Para continuar con el proceso de instalación se deberá de dar un *check* mediante un clic la aceptación de los términos y luego en el botón *Next*.

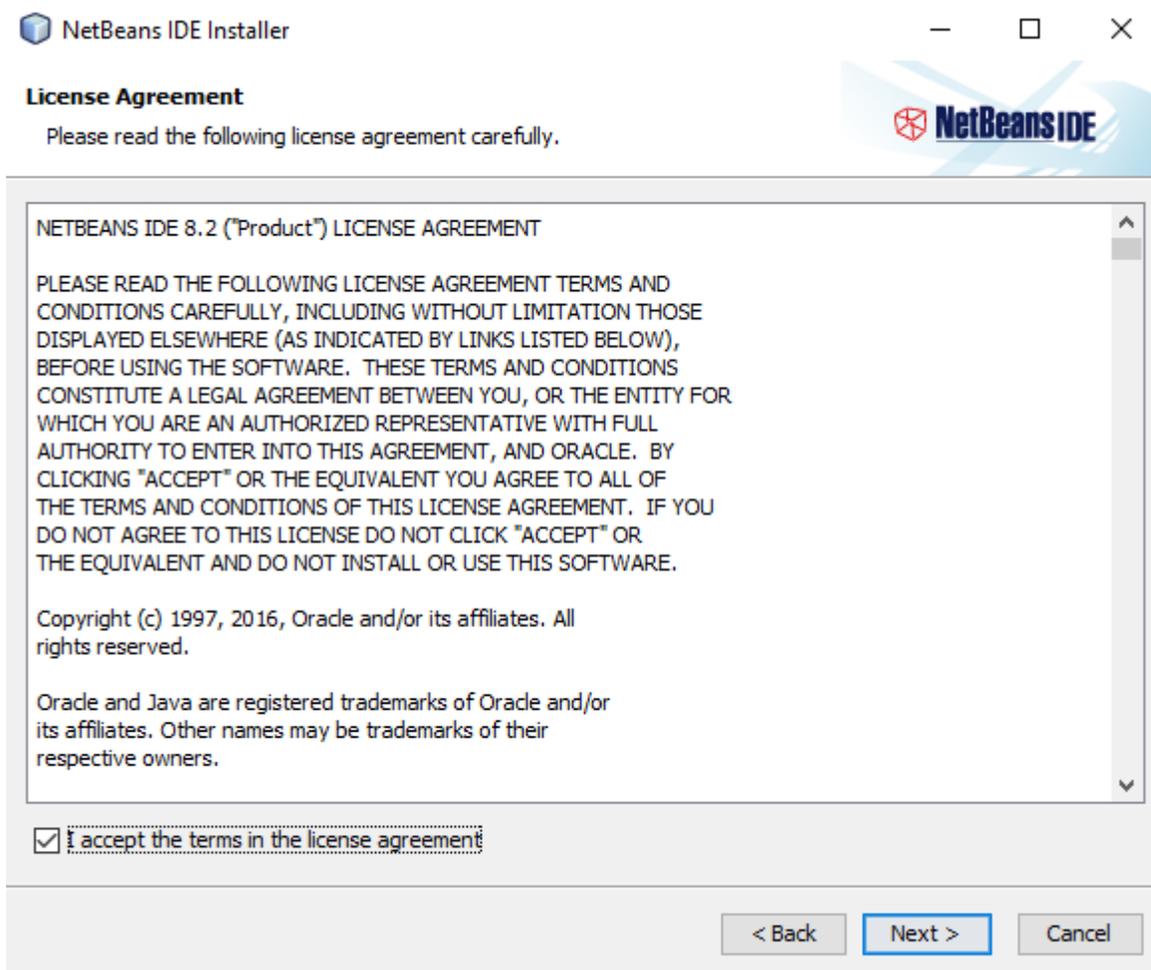


Figura IX-33 Aceptación de licencia de IDE

Paso 6: Seleccionar la carpeta de instalación del IDE Netbeans.

Se define la carpeta y dirección para la instalación de Netbeans 8.2, la cual predeterminadamente se crea en la única C:\ Archivos de Programas, para continuar con el proceso se deberá de dar clic en el botón de *Next*.

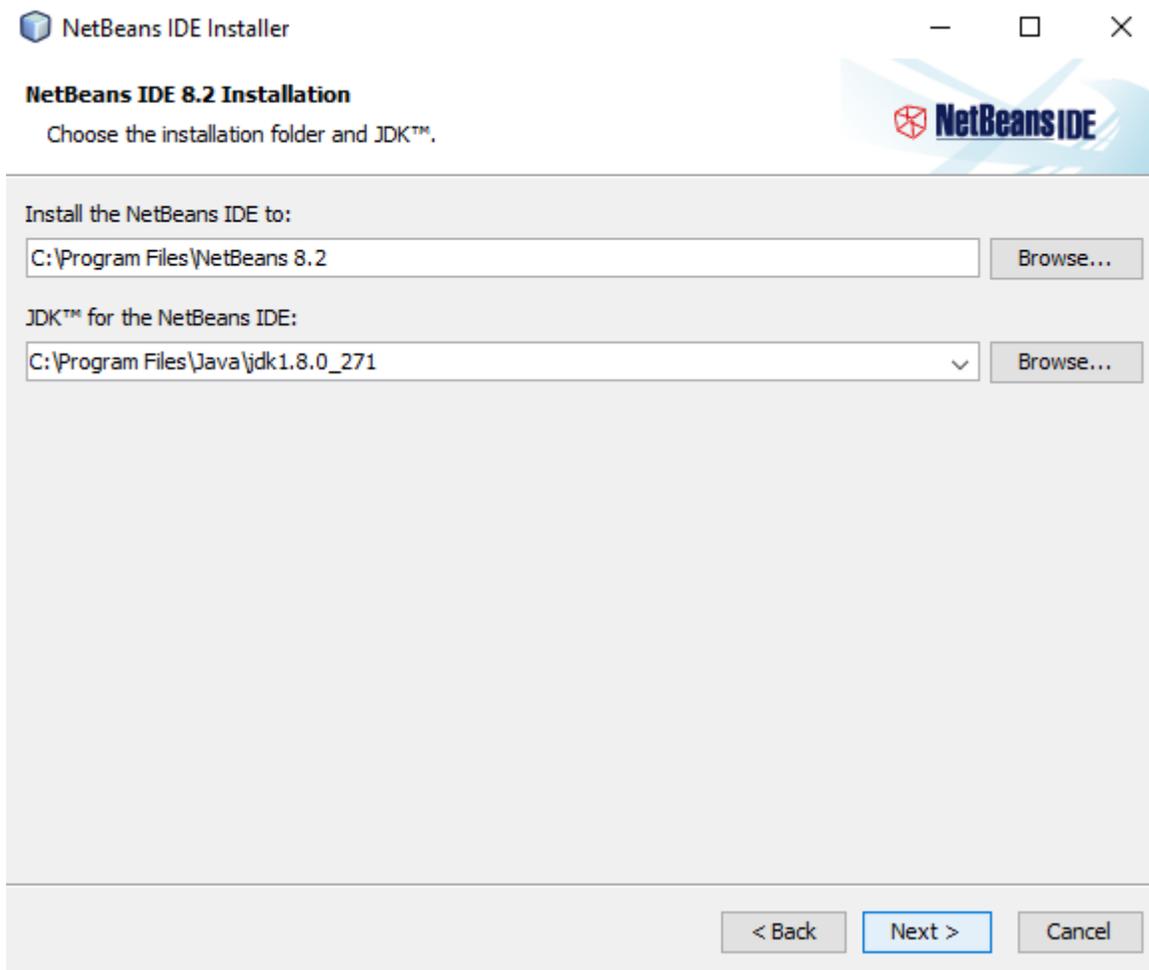


Figura IX-34 Seleccionar carpeta y JDK para instalación

Paso 7: Seleccionar la carpeta de instalación de Servidores del IDE Netbeans.

Se define la carpeta y dirección para la intalación de los servidores Glassfish y Apache Tomcat de Netbeans 8.2, la cual predeterminadamente se crea en la unica C:\ Archivos de Programas, para continuar con el proceso se deberá de dar clic en el botón de *Next*.

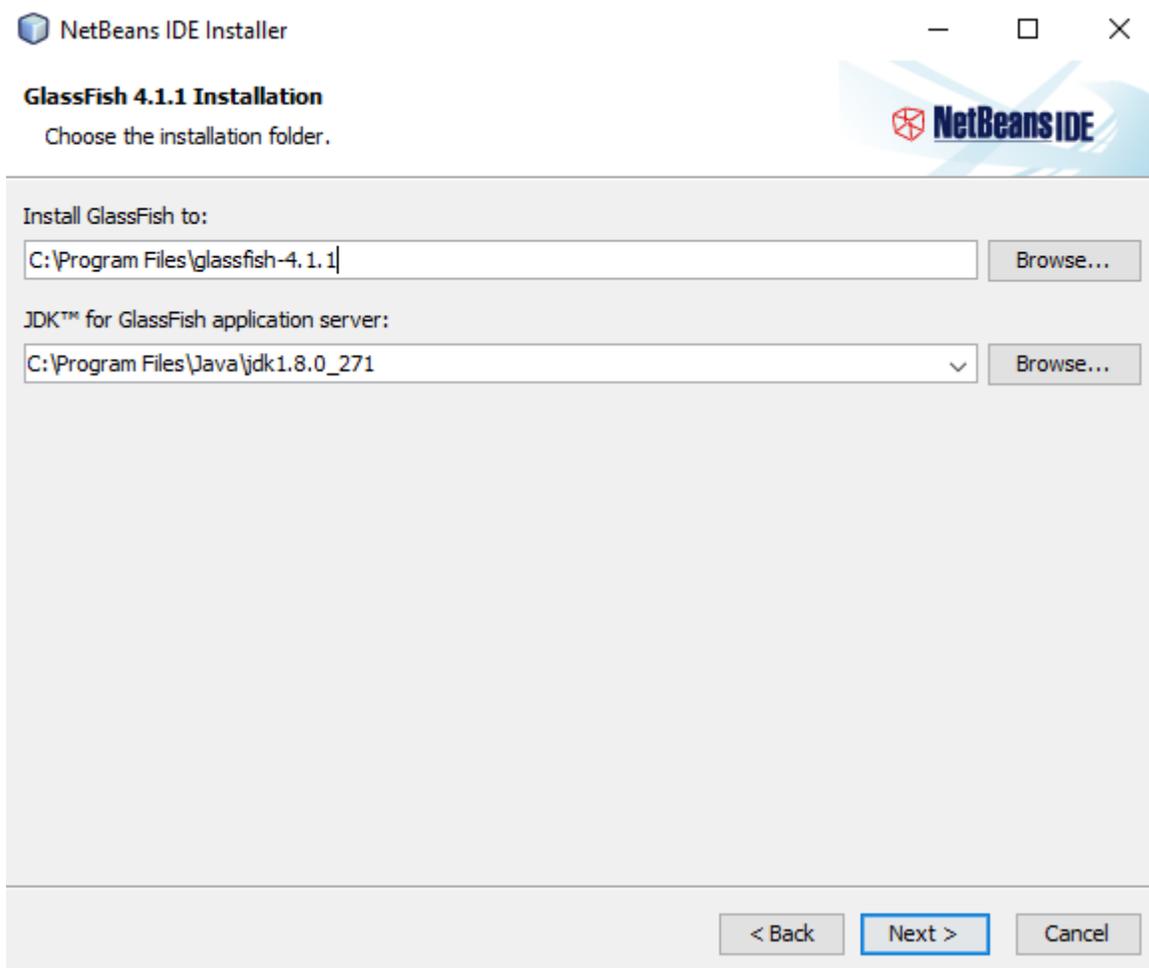


Figura IX-35 Seleccionar carpeta de Instalación

Paso 8: Resumen previo a instalación

Se debe de dar un *Check* para buscar automáticamente las actualizaciones de Netbeans y la instalación de sus complementos. Para continuar con el proceso se deberá de dar clic en el botón de *Install*.

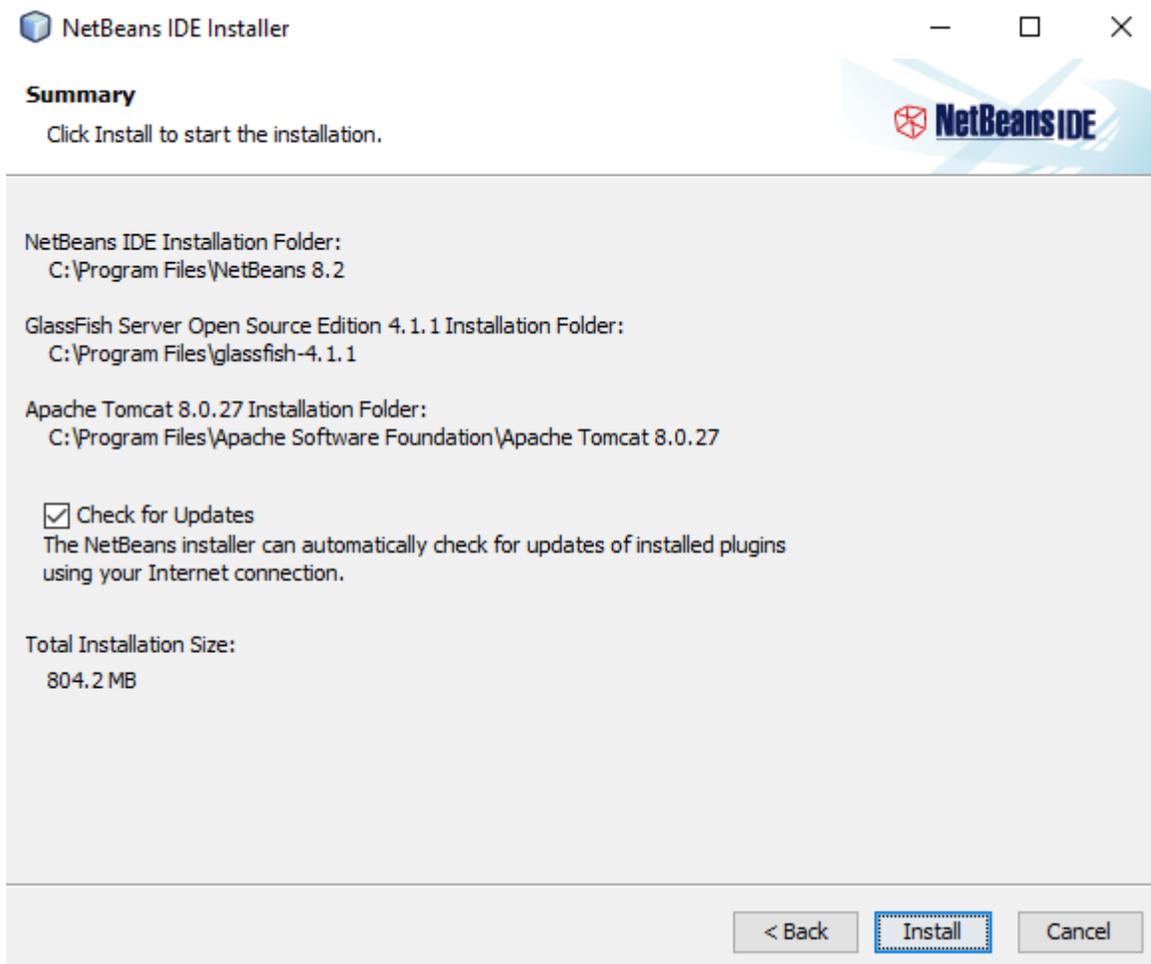


Figura IX-36 Instalación de Servidores para IDE

Paso 9: Copiando archivos de instalación de JDK.

En este paso se muestra la barra del proceso de instalación donde se están copiando los nuevos archivos necesarios para la aplicación, se debe esperar que este termine para continuar.

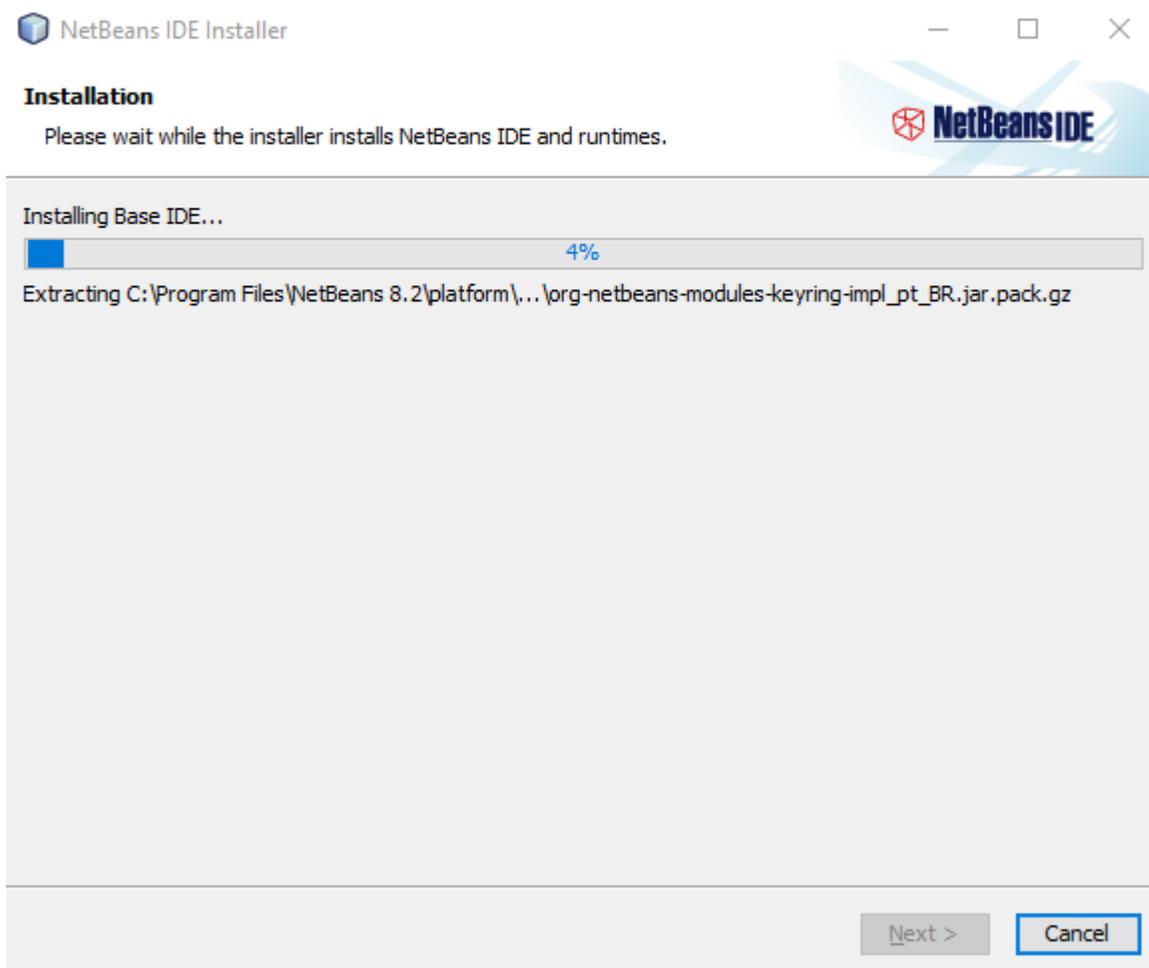


Figura IX-37 Extracción de información Base IDE

Paso 10: Instalación exitosa de Netbenas IDE 8.2.

Esta es la última pantalla de la instalación donde de podrá ver más información la opción de verificar los tutoriales, materiales o ayuda necesaria para inicial con el JDK. Para finalizar con el proceso de instalación se deberá de dar clic en el botón de *Finish*.

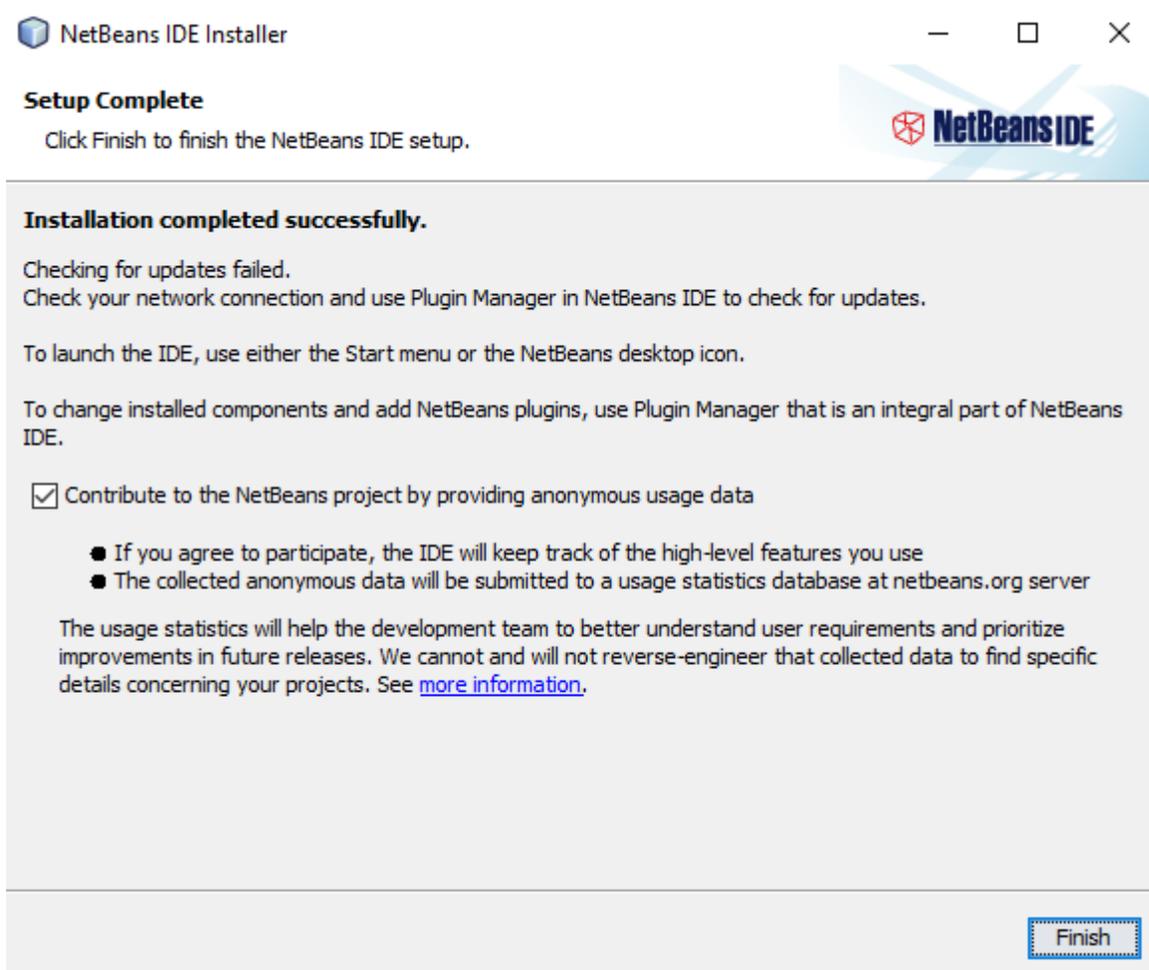


Figura IX-38 Instalación de IDE completada

9.1.7.3 Icono de Netbeans IDE 8.2.



Figura IX-39 Icono de IDE en Escritorio

9.2 Manual Usuario

9.2.1 Introducción

En el presente Manual de Usuario se explicará la forma funcional mediante la visualización de la aplicación web que se ha desarrollado. Cabe mencionar que, en algunos módulos del sistema, los botones y las barras pueden estar visibles o no, dependiendo de las acciones a ejecutar. El sistema ha sido desarrollado para trabajarse o accederse como una aplicación web. Para ello se necesita básicamente de un explorador web (Microsoft Edge, Chrome, Mozilla, Opera, etc.), además de las respectivas credenciales de acceso al mismo.

9.2.2 Uso del manual

El manual consta con vistas del sistema (por capturas de pantalla) y en estas existen viñetas numeradas que indican los puntos más importantes. Seguido se cuenta con una breve explicación de que es lo que hace la parte señalada.

9.2.2.1 Generalidades

Todas las pantallas y sus módulos cuentan con una barra superior, una barra lateral de menús y el área de trabajo, en la cual aparecen tablas, ventanas modales, e imágenes.

9.2.2.1.1 Vista general

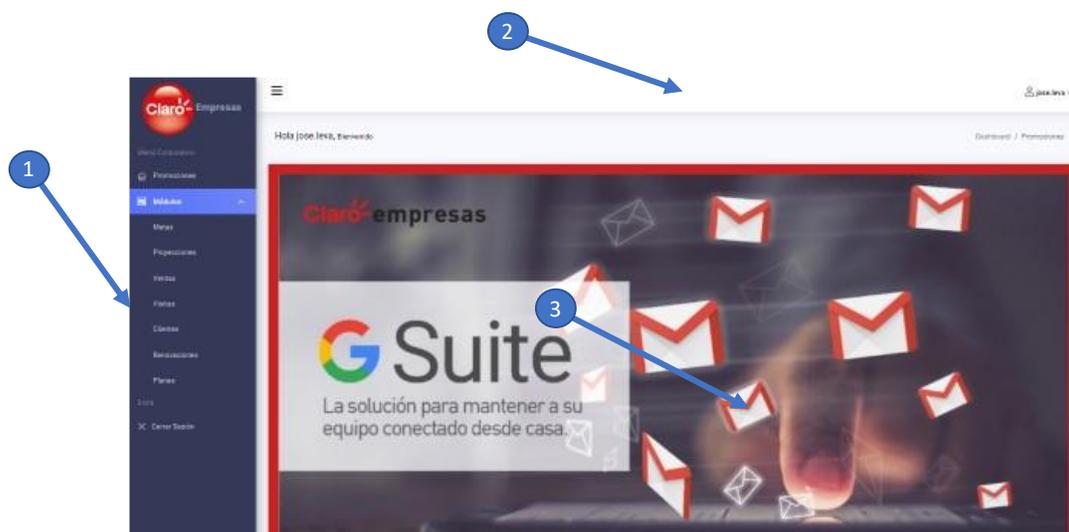


Figura IX-40 Generalidades del Sistema

Fuente: Captura propia

- 1 Menú Lateral
- 2 Barra Superior
- 3 Área de Trabajo

9.2.2.1.2 Encabezado o barra superior del sistema

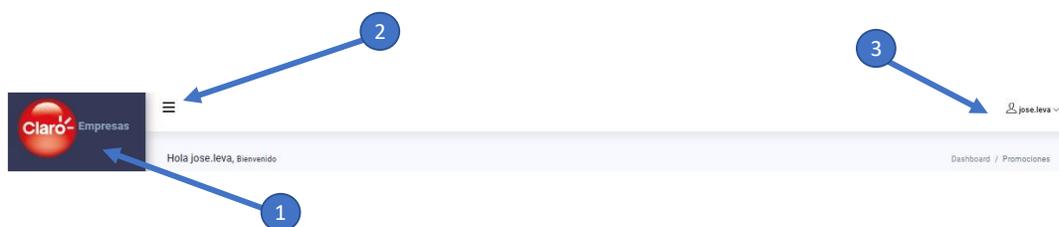


Figura IX-41 Barra Superior del Sistema

Fuente: Captura propia

- 1 Logo del Sistema (Empresa)



Este representa el logo del sistema que representa la empresa. Al oprimir con el cursor, nos llevará al menú de inicio del sistema según el perfil del usuario.

- 2 Botón de despliegue del Menú Lateral



Con este botón se puede ocultar o desplegar la barra de menú lateral que contiene el acceso a los diferentes módulos del sistema).

- 3 Usuario en sesión activa



En el encabezado se encuentran la información del usuario de la persona en sesión activa en el sistema. Aquí se encuentra además el acceso al botón de salir del sistema.

9.2.2.1.3 Salir del Sistema

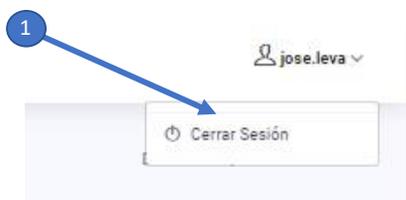
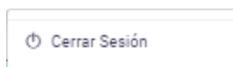


Figura IX-42 Botón para Cerrar la Sesión

Fuente: Captura propia

1 Botón de salir del sistema



Se accede a este botón a través del avatar del usuario en sesión activa. Este permite salir del sistema.

9.2.2.1.4 Menú Lateral

La barra izquierda o menú lateral, una vez que se despliega muestra los distintos accesos a los módulos de los usuarios.

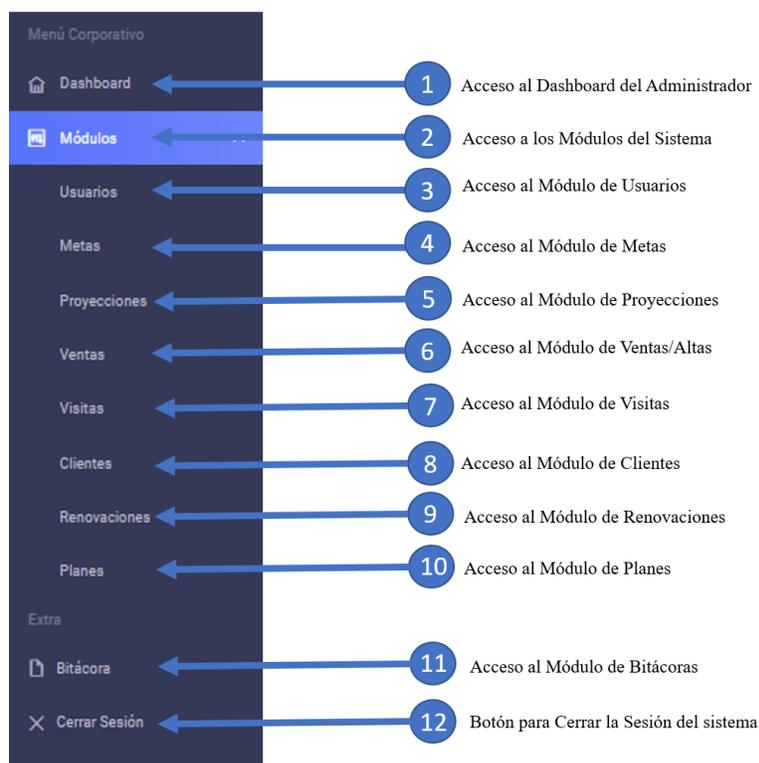
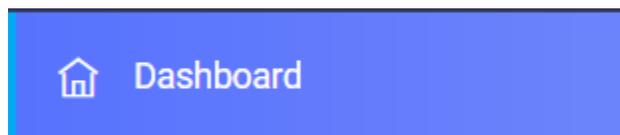


Figura IX-43 Menú Lateral

Fuente: Captura propia

- 1 Acceso al Dashboard del Administrador y jefe de Ventas.



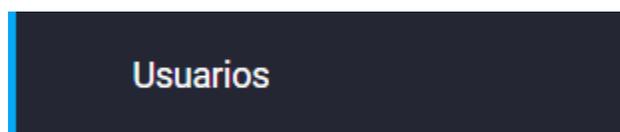
Este acceso mostrara el dashboard de información relevante al Administrador del sistema y jefe de Ventas.

- 2 Acceso a los Módulos del Sistema



Este acceso despliega los módulos disponibles del sistema.

3 Acceso al Módulo de Usuarios



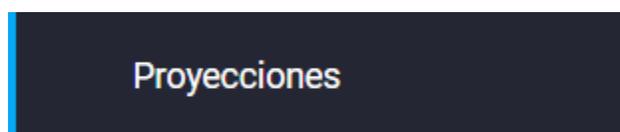
Este acceso le mostrara información relevante de los usuarios al Administrador del sistema.

4 Acceso al Módulo de Metas



Este acceso muestra las metas programadas a los vendedores.

5 Acceso al Módulo de Proyecciones



Este acceso se configurará y verán las proyecciones brindadas por los vendedores.

6 Acceso al Módulo de Ventas/Altas



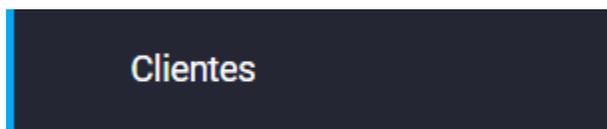
Este acceso se podrán visualizar las ventas/altas en configuradas en el facturador de Claro.

7 Acceso al Módulo de Visitas



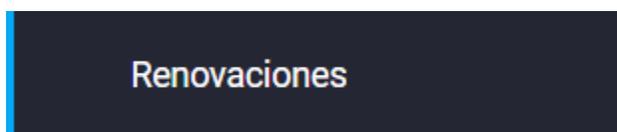
Este acceso se podrá configurar y visualizar las visitas programadas por los vendedores.

8 Acceso al Módulo de Clientes



Este acceso se mostrarán los clientes en el sistema.

9 Acceso al Módulo de Renovaciones



Este acceso mostrara las fechas de renovaciones de los clientes en el sistema.

10 Acceso al Módulo de Planes



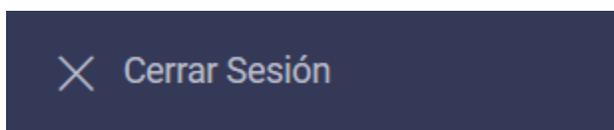
Este acceso mostrara los planes disponibles para ventas.

11 Acceso al Módulo de Bitácoras



Este acceso mostrara las tablas de bitácoras para el administrador del sistema.

12 Botón para Cerrar la Sesión del sistema



Este botón podrá cerrar sesión del usuario en el sistema.

9.2.2.1.5 Tablas Dinámicas

Las tablas importantes son dinámicas, cuentan con accesos de búsqueda, ordenamiento y diferentes opciones de descargas, sus características son las siguientes:

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Editar Usuario	Eliminar Usuario
3	noe.garcia	905047	Noe	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
5	cinthia.avila	904548	Cinthia	Avila	cinthia.avila@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
9	lucero.perdomo	904551	Lucero	Perdomo	lucero.perdomo@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
27	claudia.galeas	904553	Claudia	Galeas	claudia.galeas@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
28	dunia.suazo	904554	Dunia	Suazo	dunia.suazo@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
29	dunia.perez	904555	Dunia	Perez	dunia.perez@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
30	ela.hernandez	904551	Ela	Hernandez	ela.hernandez@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
31	michael.corralez	904550	Michael	Corralez	michael.corralez@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
35	hilda.pagoaga	904561	Hilda	Pagoaga	hilda.pagoaga@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
37	nora.falope	904563	Nora	Falope	nora.falope@claro.com.hn	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]

Showing 1 to 10 of 25 entries Previous Next

1 Ordenamiento de columna



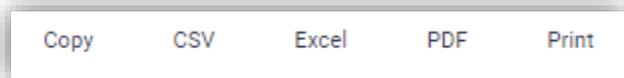
Los datos de la tabla pueden ordenarse por columna de forma ascendente y descendente al darle un clic en el nombre de esta.

2 Botón de ordenamiento de columna



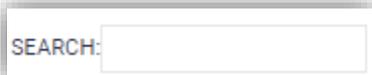
Muestra número de registros que se pueden mostrar por tabla. “Show” = Mostrar, “Entries” = Entradas.

3 Botones de opciones de descargar tabla



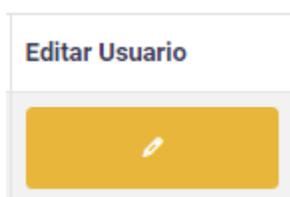
Al darle un clic a cualquiera de las opciones podrá descargar la tabla de acuerdo con la necesidad del usuario. “Copy” = Copiar, “Print” = Imprimir.

4 Campo de búsqueda de Información



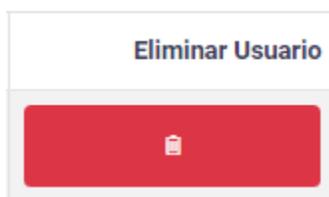
En este espacio podrá buscar automáticamente información que se encuentre en cualquier campo de la tabla.

5 Botón para modificar línea



Al darle un clic al botón con icono de lápiz se desplegará nueva tabla para realizar modificación de algún dato de la línea de la tabla.

6 Botón para eliminar línea



Al darle un clic al botón con icono de basurero se eliminada automáticamente la línea de la tabla.

7 Descripción de posición de entradas



Muestra la posición de las estradas que se encuentra la tabla y el número total de líneas que tiene.

8 Botones de páginas de la tabla

Previous 1 2 3 Next

Con esta opción se puede adelantar o retroceder entre páginas de la tabla.

9.2.2.1.6 Ventanas Modales o emergentes

El sistema se apoya de ventanas modales las que sirven ya sea para crear nuevos datos o modificaciones, estas cuentan con un título que las representa.

Claro⁺
empresas

1

2

Registra nuevo Plan Corporativo

TMCODE
Ingrese TMCODE

3

NOMBRE
Ingrese Nombre Plan

4

AGREGAR

2

CERRAR

Diagrama de una ventana modal de registro de un plan corporativo. La ventana tiene un título "Registra nuevo Plan Corporativo". Hay dos campos de texto: "TMCODE" con el subtexto "Ingrese TMCODE" y "NOMBRE" con el subtexto "Ingrese Nombre Plan". Debajo de los campos hay dos botones: "AGREGAR" (azul) y "CERRAR" (gris). Hay una barra de cierre "x" en la esquina superior derecha. Se muestran cuatro anotaciones numeradas: 1 apunta al logo "Claro+ empresas" en la parte superior izquierda; 2 apunta a la barra de cierre "x"; 3 apunta al campo de texto "Ingrese TMCODE"; 4 apunta al botón "AGREGAR".

1 Botón logo que regresa a página anterior.



Al darle clic al logo regresara a página anterior cerrando ventana modal.

2 Botones de cierre de ventana.



Al darle clic cerrara ventana modal.

3 Campos de formulario.

TMCODE

NOMBRE

Estos son llenados por el usuario y cuentan con validaciones.

4 Botón de acción.



Al darle clic aprueba la acción del formulario.

Los campos que son validados con restricciones hacen uso de alertas que indican al usuario el llenado de estos:

NOMBRE

Rellena este campo.

APELLIDO

Todas las tablas como el sistema cuentan con la configuración responsiva:



9.2.3 Módulo de inicio del sistema (autenticación).

La autenticación (“*login*”) tiene el propósito de presentar al usuario del sistema el acceso mediante un formulario para ingresar al sistema. Este cuenta con nombre del sistema como la solicitud del usuario, contraseña con opción a poder visualizar, una casilla de para recordar contraseña como botón de ingreso.

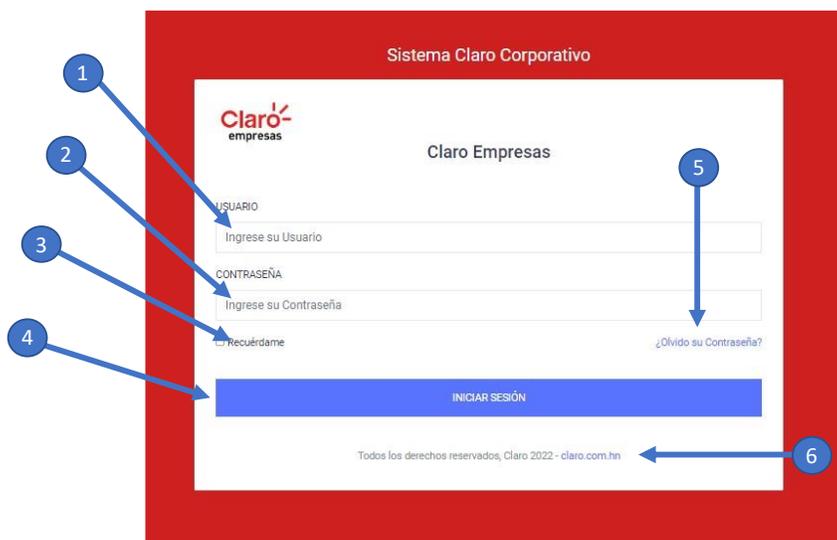


Figura IX-44 Pantalla de Iniciar Sesión al Sistema

Fuente: Captura propia

- 1 Campo para ingresar el usuario.

USUARIO

- 2 Campo para ingresar contraseña

CONTRASEÑA

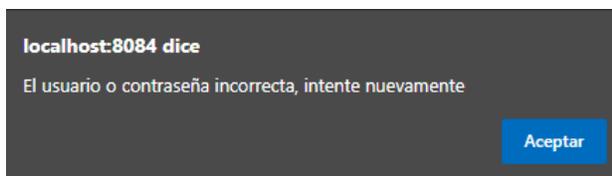
- 3 Casilla para recordar contraseña.

 Recuérdame

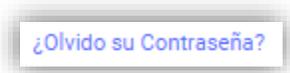
4 Botón de inicio al sistema



Mediante este botón se envían los datos del formulario a la autenticación del sistema para ser validados, si son correctos le permitirá el ingreso si son incorrectos le mostrara el siguiente mensaje de error el cual le indicara que intente nuevamente:



5 Enlace de acceso para poder recuperar contraseña



9.2.4 Usuario Administrador del Sistema.

9.2.4.1 Vista general del acceso a Administrador

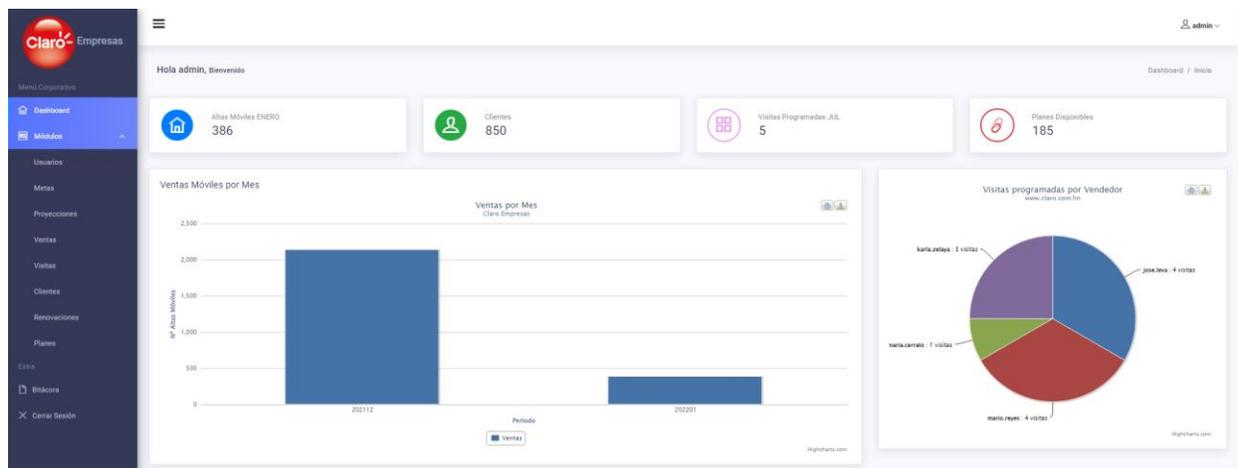
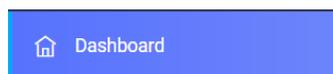


Figura IX-45 Vista general del acceso a Administrador.

Fuente: Captura propia

9.2.4.2 Módulo de Tablero (“Dashboard”).



Este cuenta con información relevante para la toma de decisiones de la gerencia y jefaturas del departamento de ventas del mercado corporativo de Claro, el cual muestra la siguiente información en el área de trabajo:

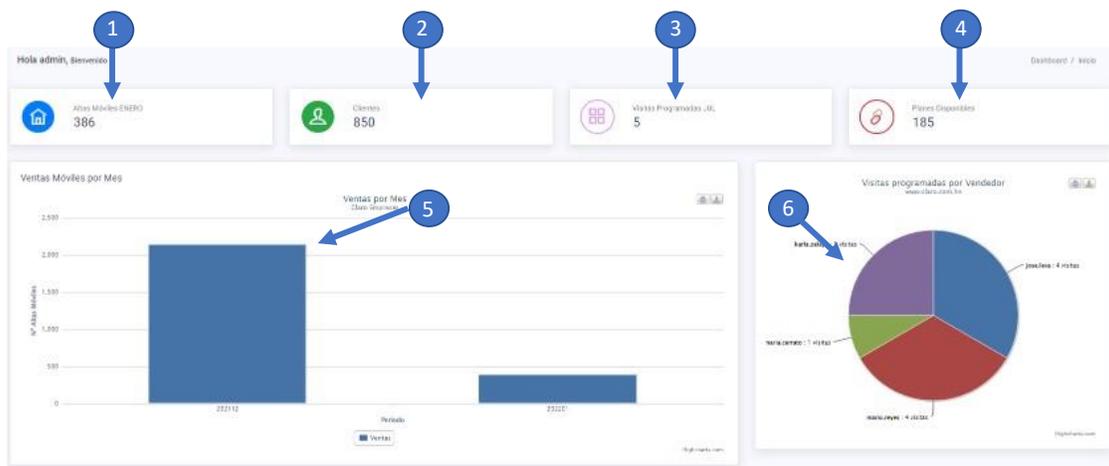


Figura IX-46 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 1 Administrador.

Fuente: Captura propia

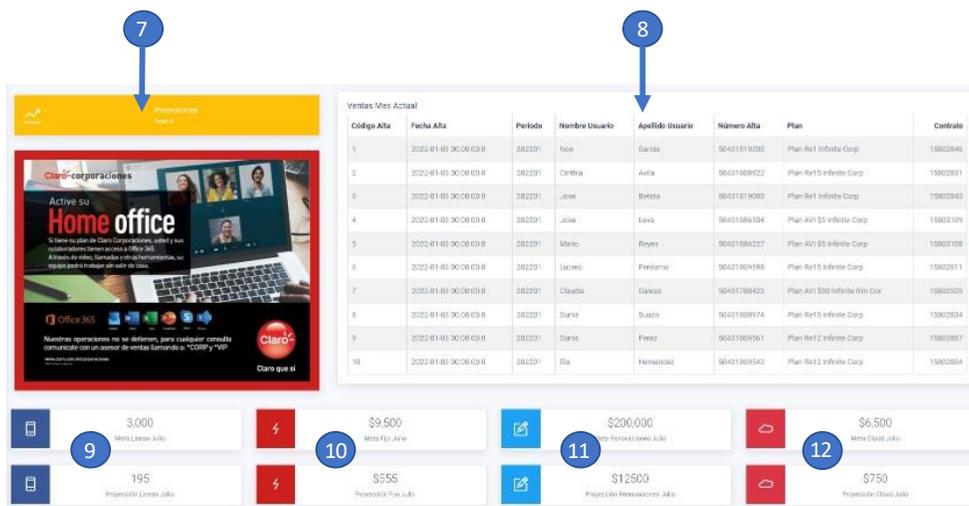


Figura IX-47 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 2 Administrador.

Fuente: Captura propia

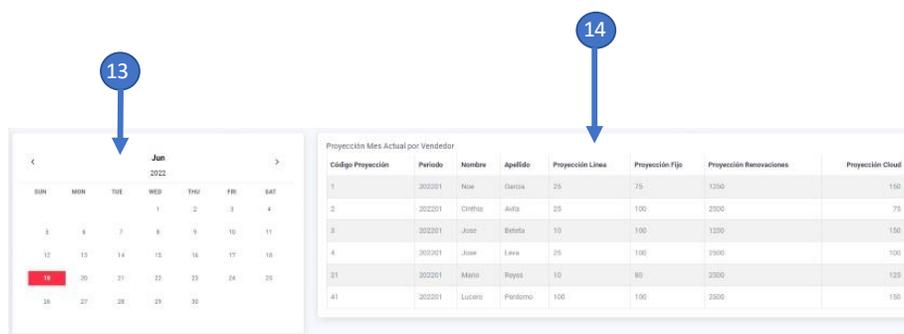


Figura IX-48 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 3 Administrador.

Fuente: Captura propia

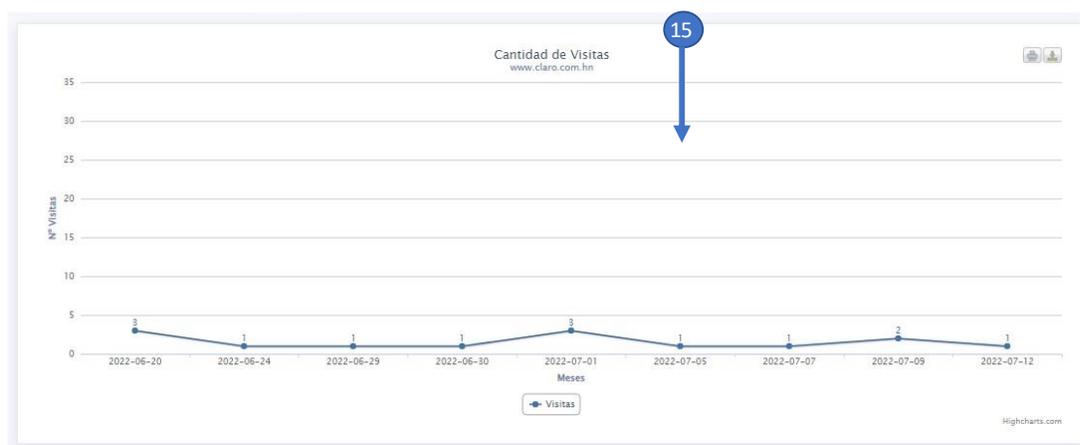
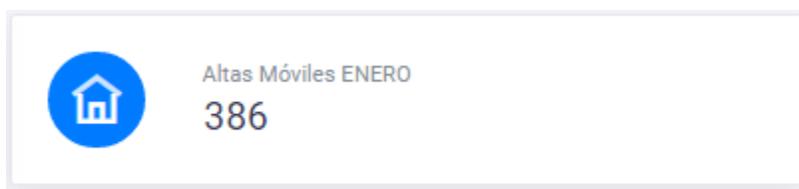


Figura IX-49 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 4 Administrador.

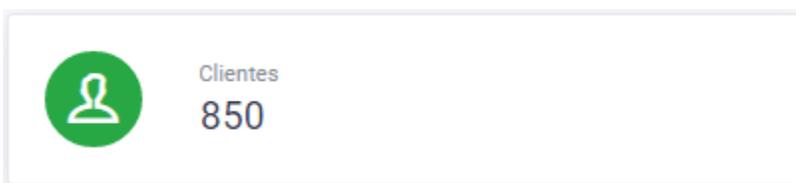
Fuente: Captura propia

1 Altas móviles del mes.



Muestra la cantidad de altas o ventas de líneas móviles vendidas en el mes, este dato es generado diariamente por el servidor facturador de Claro.

2 Cantidad de clientes.



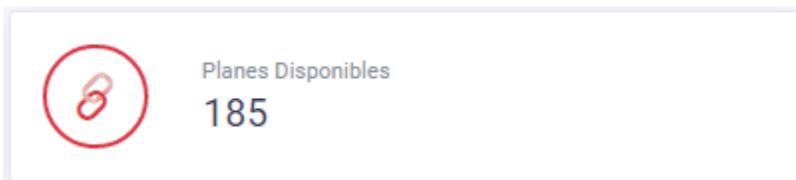
Muestra la cantidad de clientes activos en el facturador diariamente, por clientes nuevos o clientes cancelados. Este dato es generado por el servidor facturador de Claro.

3 Visitas programadas.



Muestra la cantidad de visitas programadas por los vendedores en el transcurso del mes en curso, estas son creadas desde el módulo de visitas del usuario vendedor.

4 Planes disponibles.



Muestra la cantidad de planes que se encuentran en la oferta corporativa de mercadeo.

5 Gráfica de barra ventas por mes.

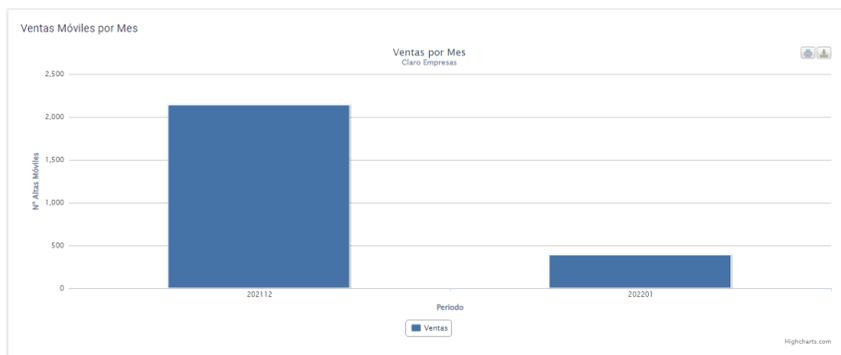


Figura IX-50 Gráfica de barra ventas por mes Administrador.

Fuente: Captura propia

Muestra una gráfica de ventas por mes, esta es alimentada automáticamente por el servidor facturador que envía las altas o ventas nuevas diariamente.

6 Gráfica de pastel visitas programadas.

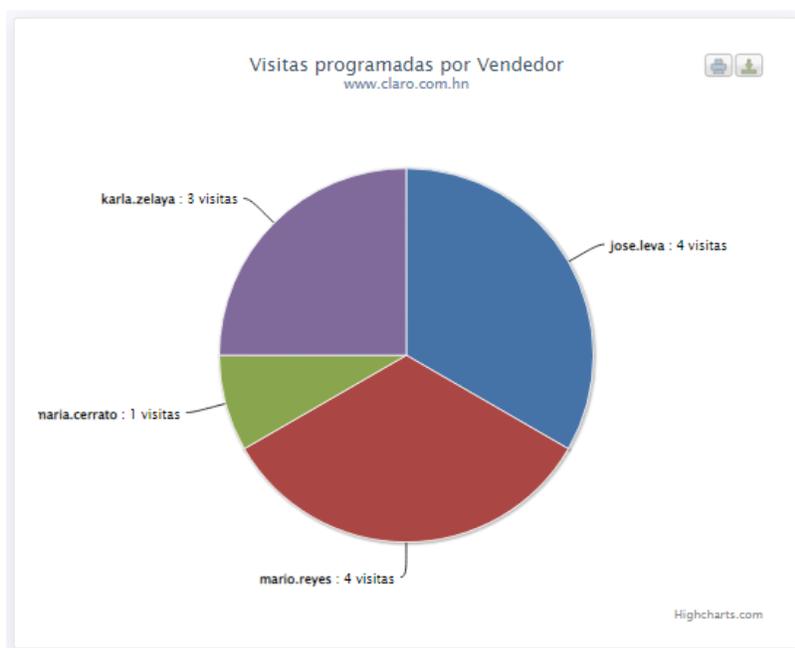


Figura IX-51 Gráfica de pastel visitas programadas Administrador.

Fuente: Captura propia

7 Carrusel con artes de promociones vigentes.



Figura IX-52 Carrusel con artes de promociones vigentes Administrador.

Fuente: Captura propia

Se muestran las promociones vigentes, estas son vistas en el usuario vendedor en el Módulo de promociones.

8 Tabla de ventas del mes.

Ventas Mes Actual							
Código Alta	Fecha Alta	Periodo	Nombre Usuario	Apellido Usuario	Número Alta	Plan	Contrato
1	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Noe	Garcia	50431819200	Plan Re1 Infinite Corp	15802846
2	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Cinthia	Avila	50431808922	Plan Re15 Infinite Corp	15802831
3	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Beteta	50431819080	Plan Re1 Infinite Corp	15802843
4	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431886504	Plan AVI S5 Infinite Corp	15803109
5	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Mario	Reyes	50431886227	Plan AVI S5 Infinite Corp	15803108
6	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Lucero	Perdomo	50431809598	Plan Re15 Infinite Corp	15802811
7	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Claudia	Galeas	50431788423	Plan AVI S30 Infinite Ilim Cor	15802525
8	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Suazo	50431808974	Plan Re15 Infinite Corp	15802834
9	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Perez	50431809561	Plan Re12 Infinite Corp	15802807
10	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Ela	Hernandez	50431809543	Plan Re12 Infinite Corp	15802804

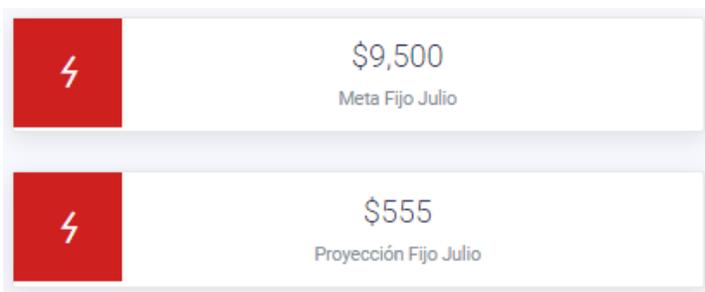
Muestra las ultimas líneas o ventas registradas en el sistema.

9 Metas móviles mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ventas, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

10 Metas servicios fijos mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ingreso en servicios fijos, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

11 Metas Renovaciones mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ingreso en renovaciones, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

12 Metas Servicios en la nube mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ingreso en servicios en la nube, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

13 Calendario con fecha actual.

Jun 2022						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

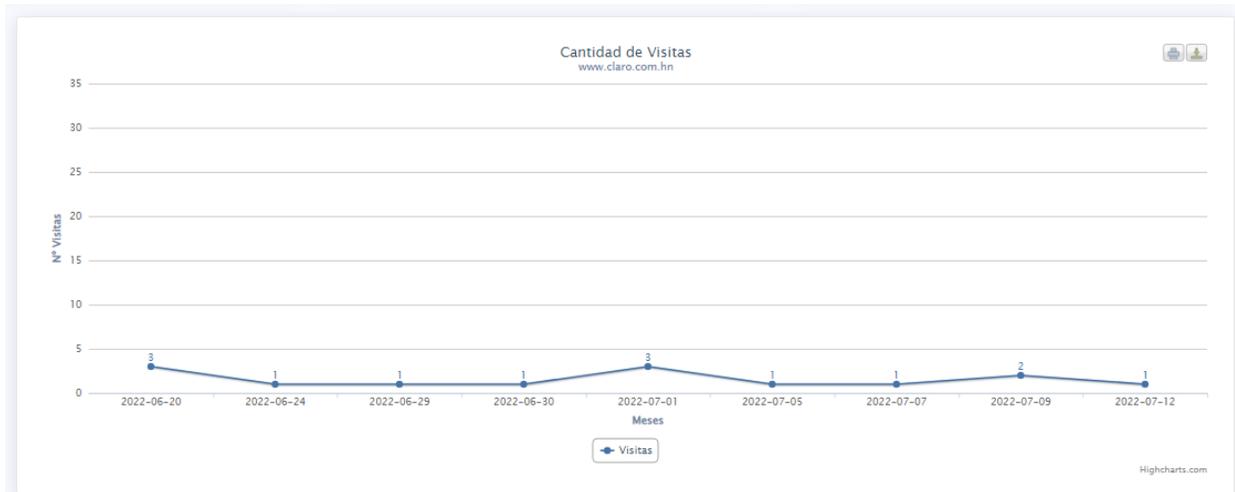
Muestra calendario con fecha actual.

14 Tabla de Proyección por Vendedor.

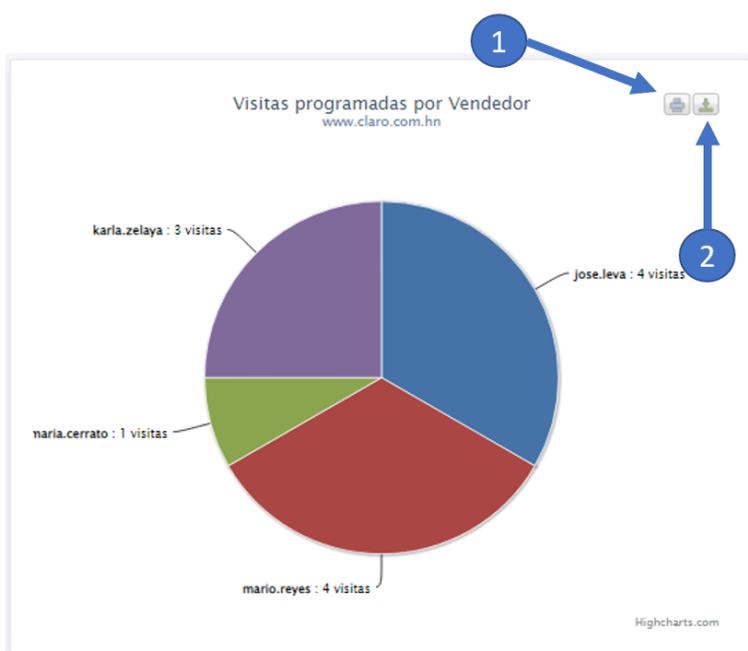
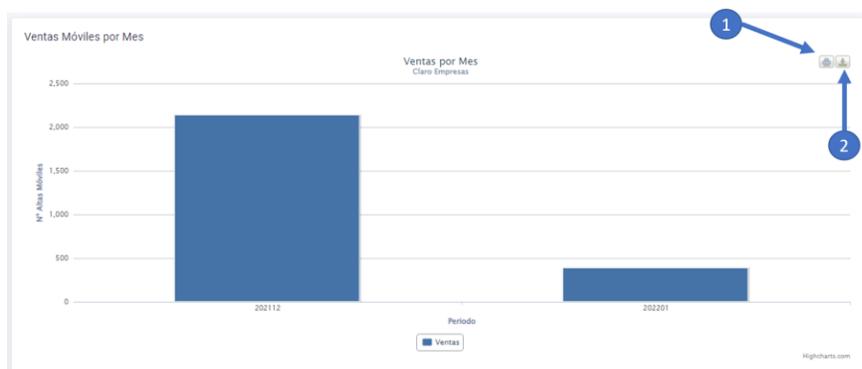
Código Proyección	Periodo	Nombre	Apellido	Proyección Línea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud
1	202201	Noe	Garcia	25	75	1250	150
2	202201	Cinthia	Avila	25	100	2500	75
3	202201	Jose	Beteta	10	100	1250	150
4	202201	Jose	Leva	25	100	2500	100
21	202201	Mario	Reyes	10	80	2500	125
41	202201	Lucero	Perdomo	100	100	2500	150

Muestra la proyección que tiene cada vendedor del mes.

15 Gráfica línea de cantidad de visitas por día.



Las gráficas tienen la opción de poder imprimirlas o descargarlas según sea la necesidad del usuario:

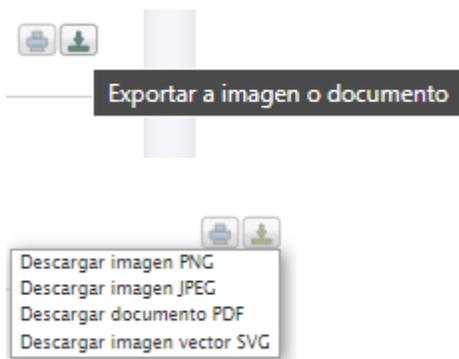


1 Imprimir la Grafica



Imprimir el grafico

2 Descargar la Grafica.



9.2.4.3 Módulo usuarios.

En este módulo se podrán crear nuevos usuarios de cualquiera de los 3 roles disponibles.

(Vendedor, jefe de ventas o administrador).

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Editar Usuario	Eliminar Usuario
3	roel garcia	903047	Roel	García	roel.garcia@claro.com.ve	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
5	cynthia arile	904548	Cynthia	Arile	cynthia.arile@claro.com.ve	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
8	lucero perdomo	904551	Lucero	Perdomo	lucero.perdomo@claro.com.ve	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]
27	claudia galeas	904553	Claudia	Galeas	claudia.galeas@claro.com.ve	Vendedor	[Editar]	[Eliminar]

Figura IX-53 Módulo usuarios.

Fuente: Captura propia

1 Módulo disponible de Usuarios.

Usuarios

2 Botón para crear nuevo usuario.

Usuarios

Este botón activara una ventana modal con un formulario para crear nuevos usuarios:

Registra nuevo Usuario

NOMBRE
Ingrese Nombre

APELLIDO
Ingrese Apellido

NÚMERO DE EMPLEADO
Ingrese número de Empleado

CORREO ELECTRÓNICO
Ingrese Correo

USUARIO
Ingrese Usuario

CONTRASEÑA
Ingrese Contraseña

TIPO DE USUARIO
Vendedor

REGISTRAR

CLOSE

3

Tabla de usuarios creados en base de datos.

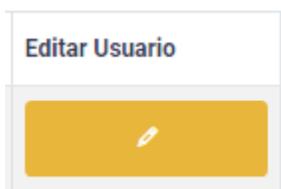
SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH:

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Editar Usuario	Eliminar Usuario
3	noe.garcia	905047	Noe	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	Vendedor		
5	cinthia.avila	904548	Cinthia	Avila	cinthia.avila@claro.com.hn	Vendedor		
9	lucero.perdomo	904551	Lucero	Perdomo	lucero.perdomo@claro.com.hn	Vendedor		
27	claudia.galeas	904553	Claudia	Galeas	claudia.galeas@claro.com.hn	Vendedor		
28	dunia.suazo	904554	Dunia	Suazo	dunia.suazo@claro.com.hn	Vendedor		
29	dunia.perez	904555	Dunia	Perez	dunia.perez@claro.com.hn	Vendedor		
30	ela.hernandez	904551	Ela	Hernandez	ela.hernandez@claro.com.hn	Vendedor		
31	michael.corrales	904560	Michael	Corrales	michael.corrales@claro.com.hn	Vendedor		
35	hilda.pagoaga	904561	Hilda	Pagoaga	hilda.pagoaga@claro.com.hn	Vendedor		
37	nora.falope	904563	Nora	Falope	nora.falope@claro.com.hn	Vendedor		

Showing 1 to 10 of 26 entries Previous 123 Next

4

Botón para modificar usuario.

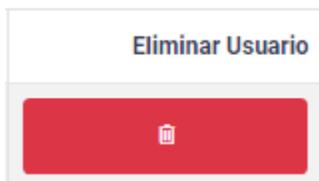


Con este botón se podrá modificar datos del usuario, mediante una nueva tabla que se desplegará.

Realizar los Cambios

Código	<input type="text" value="3"/>	Usuario	<input type="text" value="noe.garcia"/>
Nombre	<input type="text" value="Noe"/>	Apellido	<input type="text" value="Garcia"/>
Correo	<input type="text" value="noe.garcia@claro.com.hn"/>	Tipo	<input type="text" value="Ingrese número 1 para Vendedor o 2 para Jefe"/>
<input type="button" value="MODIFICAR"/>			

5 Botón para eliminar usuario.



9.2.4.4 Módulo Metas.

En este modulo se podran crear nuevas metas a los vendedores y ver las metas asignadas por periodo.

La imagen muestra una interfaz de usuario para el módulo 'Metas'. En la parte superior izquierda, hay un saludo 'Hola admin, Bienvenido' y un botón 'Ver Metas asignadas' etiquetado con el número 1. A la derecha, se muestra 'Dashboard / Metas'. El cuerpo principal contiene una tabla con los siguientes datos:

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Crear Meta
3	noe.garcia	905047	Noe	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	Vendedor	<input type="button" value="Crear Meta"/>
5	cartha.aria	904548	Cartha	Aria	cartha.aria@claro.com.hn	Vendedor	<input type="button" value="Crear Meta"/>
128	jose.beteta	905057	Jose	Beteta	jose.beteta@claro.com.hn	Vendedor	<input type="button" value="Crear Meta"/>

El nombre 'Noe' en la tercera columna de la primera fila está etiquetado con el número 2. El botón 'Crear Meta' de la primera fila está etiquetado con el número 3.

Figura IX-54 Módulo Metas.

Fuente: Captura propia

1 Botón metas asignadas

Metas

 Ver Metas asignadas

Este botón despliega una ventana modal con la tabla de Metas asignadas.

Meta Asignadas x

Show 10 entries Copy CSV Excel PDF Print

Search:

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Linea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud
1	202201	Noe	Garcia	100	300	6000	150
3	202201	Cinthia	Avila	80	300	6000	150
21	202201	Jose	Beteta	80	300	6000	150
22	202201	Jose	Leva	120	300	6000	150
23	202201	Mario	Reyes	20	100	1500	20
24	202201	Lucero	Perdomo	100	300	6000	150
25	202201	Claudia	Galeas	120	300	5000	150
26	202201	Dunia	Suazo	100	300	1500	20
41	202201	Dunia	Perez	80	300	1500	150
42	202201	Eia	Hernandez	100	300	1500	20

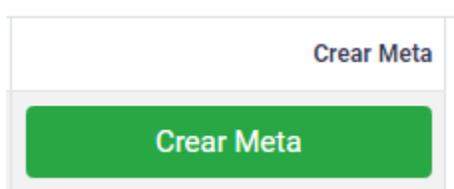
Showing 1 to 10 of 13 entries Previous 1 2 Next

Cerrar

2 Tabla de Usuarios con opción a crearles nueva Meta.

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Crear Meta
3	noe.garcia	905047	Noe	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	Vendedor	Crear Meta
5	cinthia.avila	904548	Cinthia	Avila	cinthia.avila@claro.com.hn	Vendedor	Crear Meta
128	jose.beteta	905057	Jose	Beteta	jose.beteta@claro.com.hn	Vendedor	Crear Meta

- 3 Botón para crear meta a vendedor seleccionado.



Este botón despliega una tabla para crear meta a vendedor seleccionado.

Crear la Meta

Código	3	Nombre	Noe
Apellido	García	Periodo	Año Mes 202202
Meta Líneas	Ingrese meta de Líneas	Meta Fijo	Ingrese meta de Fijo
Meta Renovaciones	Ingrese meta de Renovaciones	Meta Cloud	Ingrese meta de Cloud
<input type="button" value="Asignar Meta"/>			

9.2.4.5 Módulo Proyecciones.

Este módulo muestra la proyección creada por el jefe de ventas en conjunto con los vendedores en el acceso de jefe.

Proyecciones

Proyecciones

- 1 Ver Proyecciones
- 2 Editar Proyecciones

Proyecciones Corporativas

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Línea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud	Crear Proyección
1	202201	Noe	García	100	300	6000	150	<input type="button" value="CREAR PROYECCIÓN"/>
3	202201	Christina	Avila	80	300	6000	150	<input type="button" value="CREAR PROYECCIÓN"/>
21	202201	Jose	Señeta	80	300	6000	150	<input type="button" value="CREAR PROYECCIÓN"/>

4

Figura IX-55 Módulo Proyecciones.

Fuente: Captura propia

1

Botón para ver Proyecciones creadas.



Este botón despliega una ventana modal con la tabla de proyecciones creadas por vendedor.

Proyecciones Asignadas x

Show 10 entries Copy CSV Excel PDF Print

Search:

Código Proyección	Periodo	Nombre	Apellido	Proyección Línea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud
1	202201	Noe	Garcia	25	75	1250	150
2	202201	Cinthia	Avila	25	100	2500	75
3	202201	Jose	Beteta	10	100	1250	150
4	202201	Jose	Leva	25	100	2500	100
21	202201	Mario	Reyes	10	80	2500	125
41	202201	Lucero	Perdomo	100	100	2500	150

Showing 1 to 6 of 6 entries Previous Next

Cerrar

2

Botón para Editas Proyecciones creadas.



Este botón despliega una ventana modal con la tabla de proyecciones creadas por vendedor con la acción de modificar.

Modificar Proyecciones Asignadas

x

Ido	Nombre	Apellido	Proyección Línea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud	Modificar
:01	Noe	Garcia	25	75	1250	150	Modificar
:01	Cinthia	Avila	25	100	2500	75	Modificar
:01	Jose	Beteta	10	100	1250	150	Modificar
:01	Jose	Leva	25	100	2500	100	Modificar
:01	Mario	Reyes	10	80	2500	125	Modificar
:01	Lucero	Perdomo	100	100	2500	150	Modificar

Cerrar



Al darle un clic al acceso de [Modificar](#) despliega una tabla con la opción de modificar solamente la proyección de líneas, ingreso de servicios fijos, renovaciones e ingresos de los servicios en la nube.

Modificar Proyección

Codigo	<input type="text" value="21"/>	Código Usuario	<input type="text" value="130"/>
Nombre	<input type="text" value="Mario"/>	Apellido	<input type="text" value="Reyes"/>
Periodo	<input type="text" value="202201"/>	Proyección Líneas	<input type="text" value="50"/>
Proyección Fijo	<input type="text" value="80"/>	Proyección Renovaciones	<input type="text" value="2500"/>
Proyección Cloud	<input type="text" value="125"/>		
MODIFICAR			

3

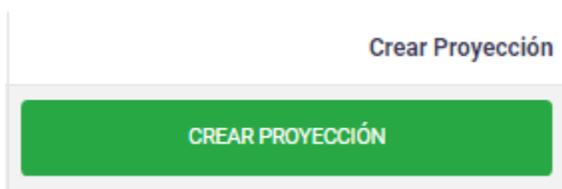
Tabla de Meta por usuario.

Proyecciones Corporativas

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Línea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud	Crear Proyección
1	202201	Noe	García	100	300	6000	150	
3	202201	Cinthia	Avila	80	300	6000	150	

Esta tabla tiene la opción de asignar una proyección al usuario.

1 Botón de Crear Proyección.



Al darle un clic a este botón despliega un formulario para crearle una proyección al vendedor seleccionado.

Crear Proyección

Código	<input type="text" value="1"/>	Código Usuario	<input type="text" value="3"/>
Nombre	<input type="text" value="Noe"/>	Apellido	<input type="text" value="García"/>
Periodo	<input type="text" value="202201"/>	Proyección Líneas	<input type="text" value="Ingrese proyección de Líneas"/>
Proyección Fijo	<input type="text" value="Ingrese proyección de Fijo"/>	Proyección Renovaciones	<input type="text" value="Ingrese proyección de Renovaciones"/>
Proyección Cloud	<input type="text" value="Ingrese proyección de Cloud"/>		
			

9.2.4.6 Módulo Ventas.

Este módulo muestra una tabla con las ventas generadas por los vendedores, esta información es brindada automática por el servidor de facturación diariamente.



SHOW 10 ▾ ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH:

Código Alta	Fecha Alta	Periodo	Nombre Usuario	Apellido Usuario	Número Alta	Plan	Contrato
1	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Noe	Garcia	50431819200	Plan Re1 Infinite Corp	15802846
2	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Cinthia	Avila	50431808922	Plan Re15 Infinite Corp	15802831
3	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Beteta	50431819080	Plan Re1 Infinite Corp	15802843
4	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431886504	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803109
5	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Mario	Reyes	50431886227	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803108
6	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Lucero	Perdomo	50431809598	Plan Re15 Infinite Corp	15802811
7	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Claudia	Galeas	50431788423	Plan AVI \$30 Infinite Ilm Cor	15802525
8	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Suazo	50431808974	Plan Re15 Infinite Corp	15802834
9	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Perez	50431809561	Plan Re12 Infinite Corp	15802807
10	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Ela	Hernandez	50431809543	Plan Re12 Infinite Corp	15802804

Showing 1 to 10 of 2,523 entries Previous 12345...253 Next

Figura IX-56 Módulo Ventas.

Fuente: Captura propia

9.2.4.7 Módulo Visitas.

Este módulo muestra una tabla con las visitas generadas por los vendedores, esta información es generada desde el acceso de Vendedores.

SHOW 10 ▾ ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH:

Código Visita	Fecha Visita	Ciente u Observación	Vendedor
35	2022-06-29	Visita 3 Alcaldia de SPS	jose.leva
36	2022-06-29	Visita 1	jose.leva
41	2022-07-01	Visita 2	jose.leva
42	2022-06-30	Visita Pancitos Juanita Bolsa	mario.reyes
43	2022-07-05	Reunion Inv. La Paz	mario.reyes
65	2022-06-24	Detalle Factura en Conatel	mario.reyes
66	2022-07-09	Visita Moto Mundo Bulevar Morazan	mario.reyes
67	2022-07-01	Visita Firma de Propuesta Pepsicola	maria.cerrato
81	2022-06-20	Visita Ficohsa	karia.zelaya
82	2022-06-20	Visita Banco Atlantida	karia.zelaya

Showing 1 to 10 of 12 entries Previous 12 Next

Figura IX-57 Módulo Visitas.

Fuente: Captura propia

9.2.4.8 Módulo Clientes.

Este módulo muestra una tabla con los clientes activos, esta información es brindada automática por el servidor de facturación diariamente, esta va creciendo según sea el comportamiento con clientes nuevos o clientes que cancelan sus servicios.

Clientes

Código Cliente	Contrato	Nombre Cliente	Vendedor	Editar Vendedor
1	15911135	CASA PRESIDENCIAL	jose leva	
2	9995683	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo	

Figura IX-58 Módulo Clientes.

Fuente: Captura propia

1 Tabla de clientes con el vendedor asignado.

Código Cliente	Contrato	Nombre Cliente	Vendedor	Editar Vendedor
1	15911135	CASA PRESIDENCIAL	jose leva	
2	9995683	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo	
3	11700745	JOSE ANTONIO BORJAS MASSIS	ela.hernandez	
4	13989649	BRENDA MAVEL CARDONA	dunia.suazo	
5	10286288	INVERSIONES MEJIA LOPEZ	dunia.suazo	
6	12737926	JOSE WILFREDO SALINAS AGUIRRE	cinthia.avila	
7	14215205	ANA MARIA RIVERA AVILEZ	cinthia.avila	
8	11949984	IDERMA SPA IDERMA SPA	dunia.perez	
9	15917639	MOLINEROS COMERCIAL	dunia.perez	
10	15101646	COMPAÑIA DE TELEVISION VIA SATELITE SA	dunia.suazo	

Showing 1 to 10 of 850 entries Previous 12345... 85 Next

2 Botón de Modificar Vendedor asignado.

Editar Vendedor

Realizar los Cambios

Codigo	<input type="text" value="1"/>	Contrato	<input type="text" value="15911135"/>
Nombre Cliente	<input type="text" value="CASA PRESIDENCIAL"/>	Vendedor	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;"> Vendedores <ul style="list-style-type: none"> gladys izaguirre fernando castro noe garcia felix zuniga cynthia avila </div>
<div style="background-color: #007bff; color: white; padding: 5px 10px; border: 1px solid #007bff; display: inline-block;">MODIFICAR</div>			

9.2.4.9 Módulo Renovaciones.

En este módulo se podrán ver las renovaciones de las líneas móviles con el cliente y el vendedor asignado.

Renovaciones

Renovaciones

SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH

Código Línea	Fecha Activación	Fecha Vencimiento	Número Línea	Código Cliente	Nombre Cliente	Vendedor
1	2022-03-04 00:00:00.0	2022-09-04 00:00:00.0	50433307888	1	CASA PRESIDENCIAL	jose.leva
2	2014-10-13 00:00:00.0	2023-02-28 00:00:00.0	50431650347	2	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo
3	2016-06-30 00:00:00.0	2023-09-02 00:00:00.0	50433932562	3	JOSE ANTONIO BORJAS MASSIS	ela.hernandez
4	2019-08-05 00:00:00.0	2020-02-05 00:00:00.0	50498517847	4	BRENDA MAVEL CARDONA	dunia.suazo
5	2015-01-26 00:00:00.0	2022-09-09 00:00:00.0	50432683432	5	INVERSIONES MEJIA LOPEZ	dunia.suazo
6	2017-10-26 00:00:00.0	2022-04-22 00:00:00.0	50499989450	6	JOSE WILFREDO SALINAS AGUIRRE	cynthia.avila
7	2019-10-21 00:00:00.0	2021-04-21 00:00:00.0	50495199659	7	ANA MARIA RIVERA AVILEZ	cynthia.avila
8	2016-10-25 00:00:00.0	2022-11-24 00:00:00.0	50432008879	8	IDERMA SPA IDERMA SPA	dunia.perez
9	2022-03-10 00:00:00.0	2023-09-10 00:00:00.0	50433392451	9	MOLINEROS COMERCIAL	dunia.perez
10	2020-11-17 00:00:00.0	2021-05-17 00:00:00.0	50433284692	10	COMPAÑIA DE TELEVISION VIA SATELITE SA	dunia.suazo

Showing 1 to 10 of 850 entries Previous 12345... 85 Next

Figura IX-59 Módulo Renovaciones.

Fuente: Captura propia

9.2.4.10 Módulo Planes.

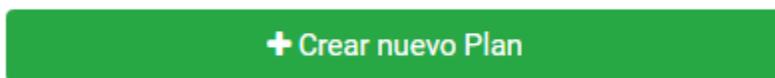
En este módulo se podrán crear, modificar o eliminar planes corporativos que se encuentran en la oferta.

Figura IX-60 Módulo Planes.

Fuente: Captura propia

- 1 Botón para crear un nuevo plan corporativo.

Planes Móviles Corporativos



Este botón despliega una ventana modal con un formulario para la creación del nuevo Plan.



x

Registra nuevo Plan Corporativo

TMCODE

NOMBRE

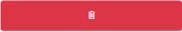
AGREGAR

CERRAR

2

Tabla con Planes creados.

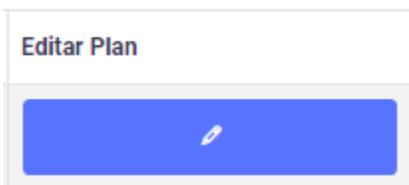
SHOW 10 ▾ ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH:

Código Plan	TMCODE Plan	Nombre Plan	Editar Plan	Eliminar Plan
1	1666	Plan Corp-Esp \$640 Opcion B		
2	1667	Plan Corp-Esp \$3500 opcion B		
3	1744	Plan Corp-Especial \$3500 Op C		
4	2290	Plan AVI Especial \$2000 Opc. B		
5	2404	PLAN AVI ESPECIAL \$2250 OP B		
6	2839	HND PLAN AVI \$300 ESPECIAL		
7	2840	HND Plan AVI Esp. \$840 Ob B		
8	2941	Plan AVI Especial \$1100 Op. B		
9	2982	Plan AVI Especial \$1000 Op B		
10	3550	Plan AVI \$3500 op D		

Showing 1 to 10 of 185 entries Previous 12345...19 Next

3

Botón de Modificar Plan.



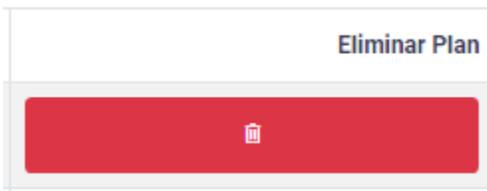
Esta ventana despliega un formulario para modificar el nombre del plan.

Realizar los Cambios

Codigo	<input type="text" value="1"/>	TMCODE	<input type="text" value="1666"/>
Nombre Plan	<input type="text" value="Plan Corp-Esp \$640 Opcion B"/>		
<input type="button" value="MODIFICAR"/>			

4

Botón de Eliminar Plan.



9.2.4.11 Módulo Bitácora.

En este módulo se podrán visualizar una bitácora de las tablas más significativas del sistema. (Usuarios, Clientes, Metas, Visitas, Planes).

Bitácora

Bitácoras

Usuarios Clientes Metas Visitas Planes

Bitácora de Usuarios

SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH

Código Bitácora	Código Usuario	Usuario	Nombre	Apellido	Correo	Número de Empleado	Fecha de Acción	Usuario Bitácora
1	null	maria.cerrato	María		maria.cerrato@claro.com.hn	905066	16-JUN-22	CORPORATIVO
2	156	maria.cerrato	María	Cerrato	fernanda.cerrato@claro.com.hn	905066	16-JUN-22	CORPORATIVO
3	null	karen.meza	Karen	Meza	karen.meza@claro.com.hn	905067	16-JUN-22	CORPORATIVO
4	157	karen.meza	Karen Cecilia	Meza	karen.meza@claro.com.hn	905067	16-JUN-22	CORPORATIVO
5	157	karen.meza	Karen	Meza	karen.meza@claro.com.hn	905067	16-JUN-22	CORPORATIVO
6	156	maria.cerrato	María	Cerrato	fernanda.cerrato@claro.com.hn	905066	17-JUN-22	CORPORATIVO
7	156	maria.cerrato	María	Cerrato	maria.cerrato@claro.com.hn	905066	17-JUN-22	CORPORATIVO
8	156	maria.cerrato	María Fernanda	Cerrato	maria.cerrato@claro.com.hn	905066	17-JUN-22	CORPORATIVO
21	3	noe.garcia	Noe Arcenio	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	905047	19-JUN-22	CORPORATIVO
22	3	noe.garcia	Noe Arcenio	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	905047	19-JUN-22	CORPORATIVO

Showing 1 to 10 of 12 entries Previous 12 Next

Figura IX-61 Módulo Bitácora.

Fuente: Captura propia

1 Menú de tablas de bitácoras.



Muestra las bitácoras de las tablas de Usuarios, Clientes, Metas, Visitas y Planes.

2 Tabla bitácora.

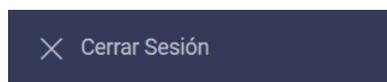
SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH:

Código Bitácora	Código Usuario	Usuario	Nombre	Apellido	Correo	Número de Empleado	Fecha de Acción	Usuario Bitácora
1	null	maria.cerrato	Maria	Cerrato	maria.cerrato@claro.com.hn	905066	16-JUN-22	CORPORATIVO
2	156	maria.cerrato	Maria	Cerrato	fernanda.cerrato@claro.com.hn	905066	16-JUN-22	CORPORATIVO
3	null	karen.meza	Karen	Meza	karen.meza@claro.com.hn	905067	16-JUN-22	CORPORATIVO
4	157	karen.meza	Karen Cecilia	Meza	karen.meza@claro.com.hn	905067	16-JUN-22	CORPORATIVO
5	157	karen.meza	Karen	Meza	karen.meza@claro.com.hn	905067	16-JUN-22	CORPORATIVO
6	156	maria.cerrato	Maria	Cerrato	fernanda.cerrato@claro.com.hn	905066	17-JUN-22	CORPORATIVO
7	156	maria.cerrato	Maria	Cerrato	maria.cerrato@claro.com.hn	905066	17-JUN-22	CORPORATIVO
8	156	maria.cerrato	Maria Fernanda	Cerrato	maria.cerrato@claro.com.hn	905066	17-JUN-22	CORPORATIVO
21	3	noe.garcia	Noe Arcenio	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	905047	19-JUN-22	CORPORATIVO
22	3	noe.garcia	Noe Arcenio	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	905047	19-JUN-22	CORPORATIVO

Showing 1 to 10 of 12 entries Previous 12 Next

Esta tabla muestra de fecha de modificación o creación de datos como el usuario de la base de datos.

9.2.4.12 Botón cierre del sistema.



Este botón cierra la sesión del usuario en el sistema.

9.2.5 Usuario Jefe de ventas del Sistema.

9.2.5.1 Vista general del acceso al usuario de Jefe.

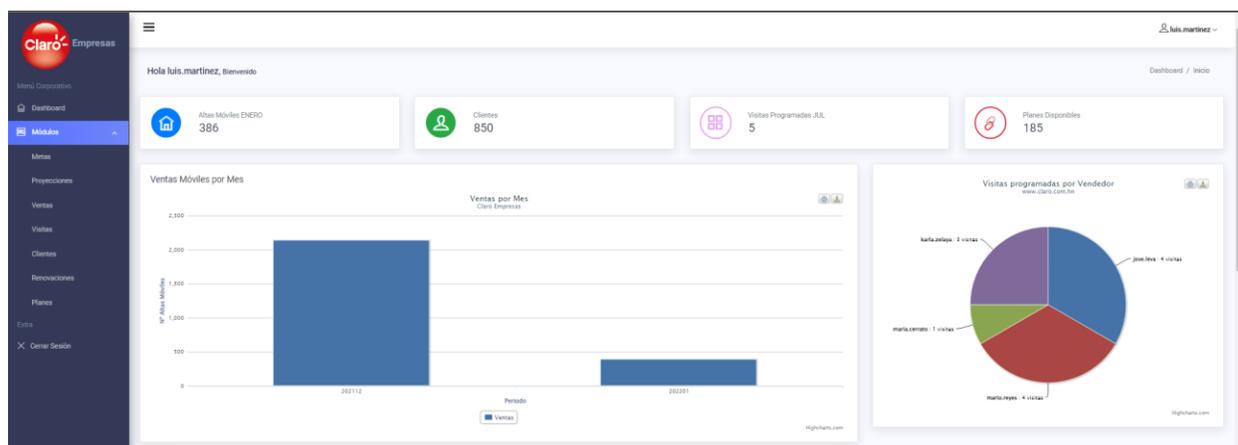
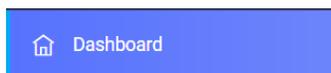


Figura IX-62 Vista general del acceso al usuario de Jefe.

Fuente: Captura propia

9.2.5.2 Módulo de Tablero (“Dashboard”).



Este cuenta con información relevante para la toma de decisiones de la gerencia y jefaturas del departamento de ventas del mercado corporativo de Claro, el cual muestra la siguiente información en el área de trabajo:



Figura IX-63 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 1 Jefes.

Fuente: Captura propia

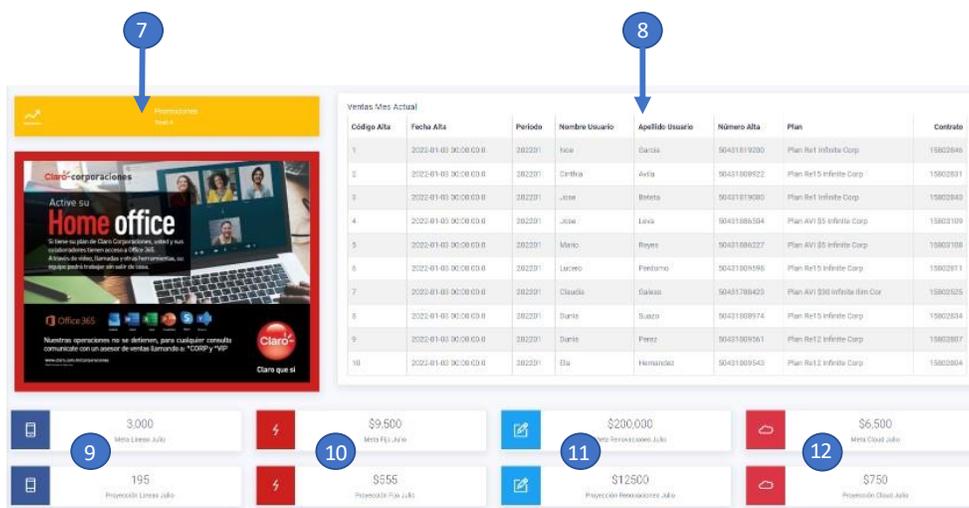


Figura IX-64 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 2 Jefes.

Fuente: Captura propia

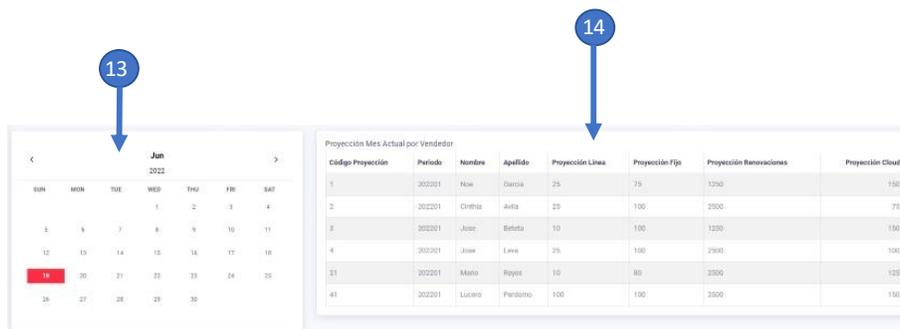


Figura IX-65 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 3 Jefes.

Fuente: Captura propia

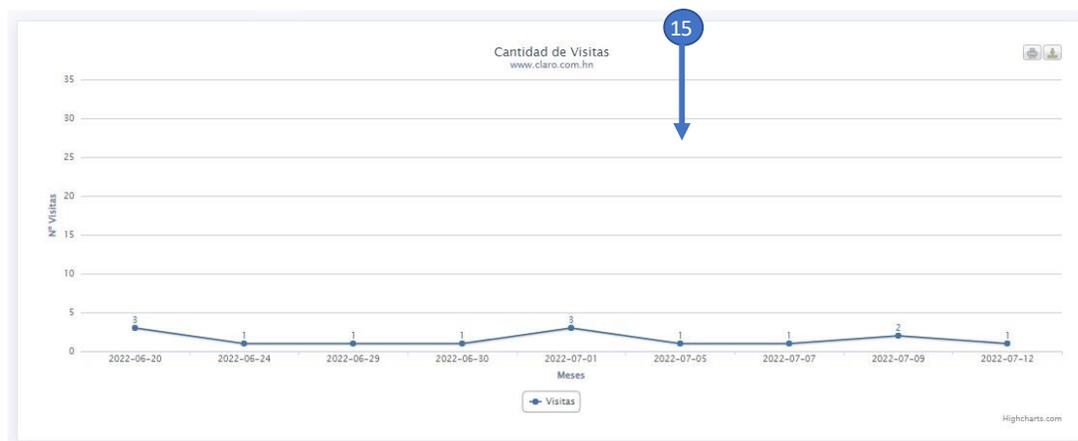


Figura IX-66 Módulo de Tablero (“Dashboard”) 4 Jefes.

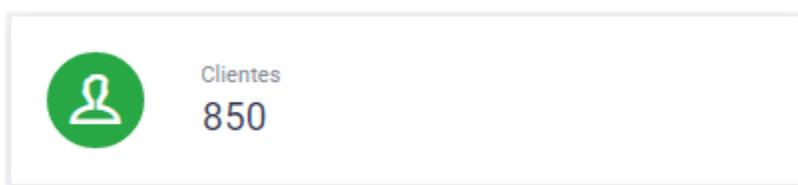
Fuente: Captura propia

1 Altas móviles del mes.



Muestra la cantidad de altas o ventas de líneas móviles vendidas en el mes, este dato es generado diariamente por el servidor facturador de Claro.

2 Cantidad de clientes.



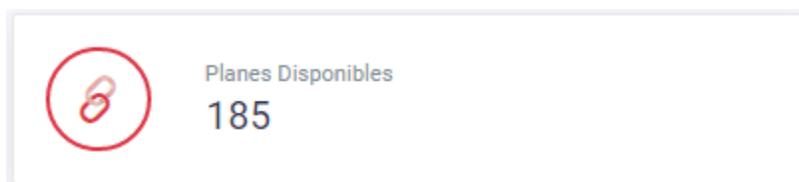
Muestra la cantidad de clientes activos en el facturador diariamente, por clientes nuevos o clientes cancelados. Este dato es generado por el servidor facturador de Claro.

3 Visitas programadas.



Muestra la cantidad de visitas programadas por los vendedores en el transcurso del mes en curso, estas son creadas desde el módulo de visitas del usuario vendedor.

4 Planes disponibles.



Muestra la cantidad de planes que se encuentran en la oferta corporativa de mercadeo.

5 Gráfica de barra ventas por mes.

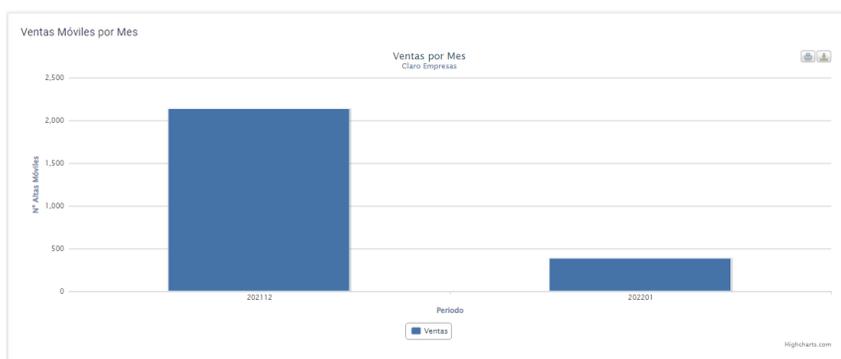


Figura IX-67 Gráfica barra ventas por mes Jefes.

Fuente: Captura propia

Muestra una gráfica de ventas por mes, esta es alimentada automáticamente por el servidor facturador que envía las altas o ventas nuevas diariamente.

6 Gráfica de pastel visitas programadas.

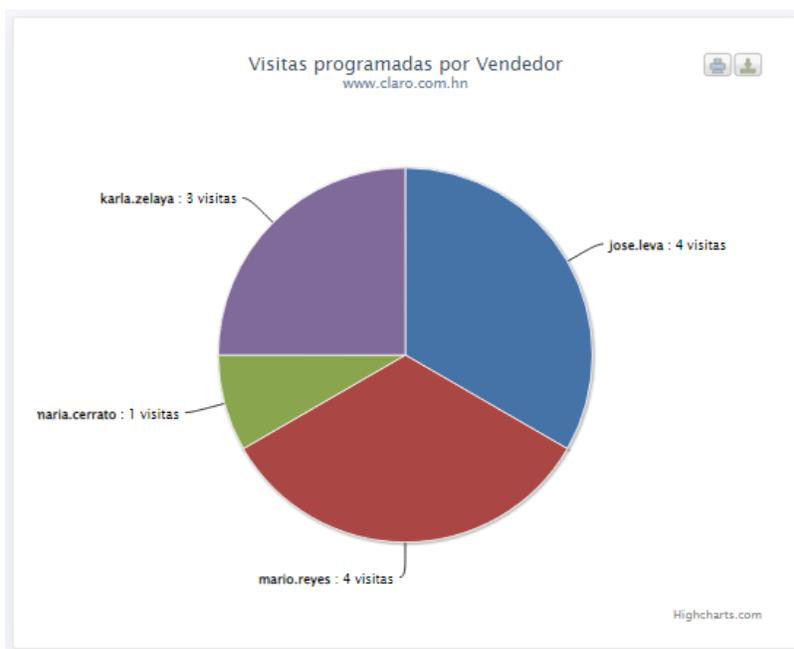


Figura IX-68 Gráfica de pastel visitas programadas por vendedor Jefes

Fuente: Captura propia

7 Carrusel con artes de promociones vigentes



Figura IX-69 Carrusel con artes de promociones vigentes Jefes.

Fuente: Captura propia

Se muestran las promociones vigentes, estas son vistas en el usuario vendedor en el Módulo de promociones.

8

Tabla de ventas del mes.

Código Alta	Fecha Alta	Periodo	Nombre Usuario	Apellido Usuario	Número Alta	Plan	Contrato
1	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Noe	Garcia	50431819200	Plan Re1 Infinite Corp	15802846
2	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Cinthia	Avila	50431808922	Plan Re15 Infinite Corp	15802831
3	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Beteta	50431819080	Plan Re1 Infinite Corp	15802843
4	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431886504	Plan AVI S5 Infinite Corp	15803109
5	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Mario	Reyes	50431886227	Plan AVI S5 Infinite Corp	15803108
6	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Lucero	Perdomo	50431809598	Plan Re15 Infinite Corp	15802811
7	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Claudia	Galeas	50431788423	Plan AVI S30 Infinite Ilim Cor	15802525
8	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Suazo	50431808974	Plan Re15 Infinite Corp	15802834
9	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Perez	50431809561	Plan Re12 Infinite Corp	15802807
10	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Ela	Hernandez	50431809543	Plan Re12 Infinite Corp	15802804

Muestra las últimas líneas o ventas registradas en el sistema.

9

Metas móviles mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ventas, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

10 Metas servicios fijos mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ingreso en servicios fijos, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

11 Metas Renovaciones mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ingreso en renovaciones, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

12 Metas Servicios en la nube mensuales versus Pronostico mensual.



Muestra la meta asignada por la Gerencia de País contra el pronóstico de ingreso en servicios en la nube, se actualiza semanalmente por parte del jefe de ventas con los vendedores.

13 Calendario con fecha actual.

The image shows a calendar for June 2022. The days of the week are listed at the top: SUN, MON, TUE, WED, THU, FRI, SAT. The dates are arranged in a grid. The date 19 is highlighted with a red background.

Jun 2022						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

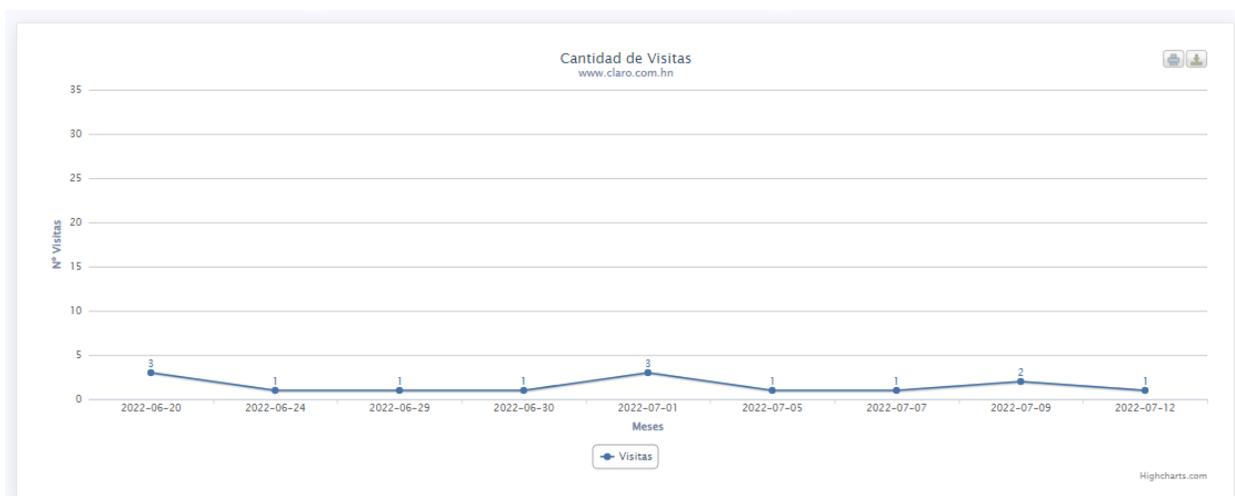
Muestra calendario con fecha actual.

14 Tabla de Proyección por Vendedor.

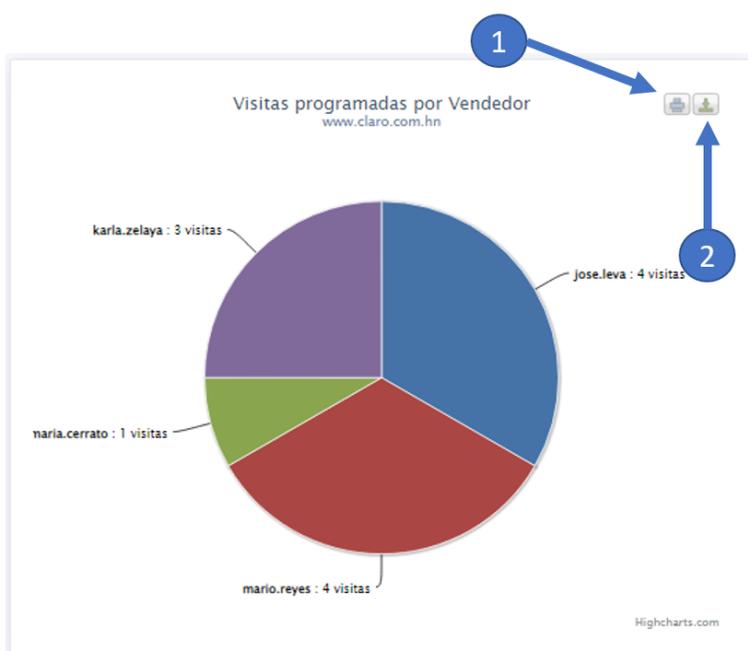
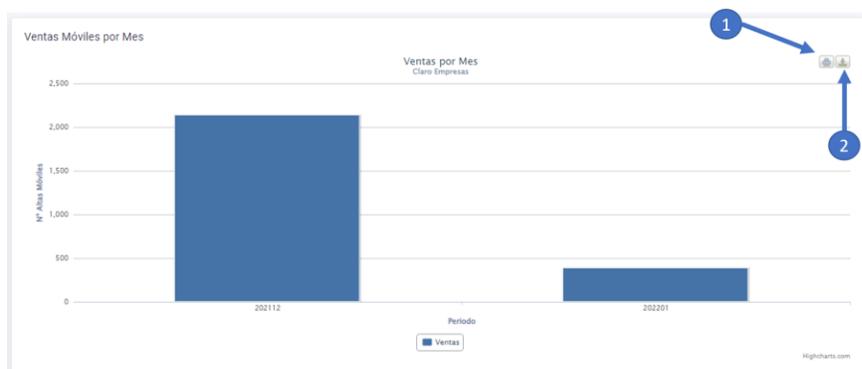
Proyección Mes Actual por Vendedor							
Código Proyección	Periodo	Nombre	Apellido	Proyección Línea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud
1	202201	Noe	García	25	75	1250	150
2	202201	Cinthia	Avila	25	100	2500	75
3	202201	Jose	Beteta	10	100	1250	150
4	202201	Jose	Leva	25	100	2500	100
21	202201	Mario	Reyes	10	80	2500	125
41	202201	Lucero	Perdomo	100	100	2500	150

Muestra la proyección que tiene cada vendedor del mes.

15 Gráfica línea de cantidad de visitas por día.



Las gráficas tienen la opción de poder imprimirlas o descargarlas según sea la necesidad del usuario:

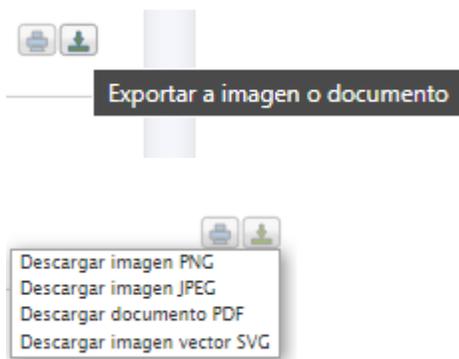


1 Imprimir la Grafica



Imprimir el grafico

2 Descargar la Grafica.



9.2.5.3 Módulo Metas.

En este modulo se podran crear nuevas metas a los vendedores y ver las metas asigandas por periodo.

Hola admin, bienvenido

Dashboard / Metas

Metas

Ver Metas asignadas

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Crear Meta
3	HOW GERON	905043	HOW	GERON	how.geron@claro.com.bo	Vendedor	Crear Meta
5	CINTHA AVILA	904548	CINTHA	AVILA	cintha.avila@claro.com.bo	Vendedor	Crear Meta
128	JOSE BETISTA	905057	JOSE	BETISTA	jose.betista@claro.com.bo	Vendedor	Crear Meta

Figura IX-70 Módulo Metas.

Fuente: Captura propia

1 Botón metas asignadas

Metas



Este botón despliega una ventana modal con la tabla de Metas asignadas.

Meta Asignadas

Show 10 entries Copy CSV Excel PDF Print

Search:

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Linea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud
1	202201	Noe	Garcia	100	300	6000	150
3	202201	Cinthia	Avila	80	300	6000	150
21	202201	Jose	Beteta	80	300	6000	150
22	202201	Jose	Leva	120	300	6000	150
23	202201	Mario	Reyes	20	100	1500	20
24	202201	Lucero	Perdomo	100	300	6000	150
25	202201	Claudia	Galeas	120	300	5000	150
26	202201	Dunia	Suazo	100	300	1500	20
41	202201	Dunia	Perez	80	300	1500	150
42	202201	Ela	Hernandez	100	300	1500	20

Showing 1 to 10 of 13 entries Previous 1 2 Next

Cerrar

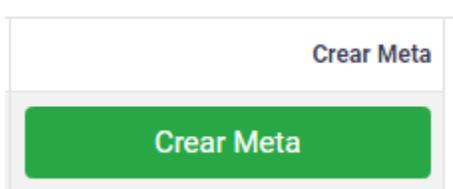
2

Tabla de Usuarios con opción a crearles nueva Meta.

Código Usuario	Usuario	Número de Empleado	Nombre	Apellido	Correo	Tipo	Crear Meta
3	noe.garcia	905047	Noe	Garcia	noe.garcia@claro.com.hn	Vendedor	Crear Meta
5	cinthia.avila	904548	Cinthia	Avila	cinthia.avila@claro.com.hn	Vendedor	Crear Meta
128	jose.beteta	905057	Jose	Beteta	jose.beteta@claro.com.hn	Vendedor	Crear Meta

3

Botón para crear meta a vendedor seleccionado.



Este botón despliega una tabla para crear meta a vendedor seleccionado.

Crear la Meta

Código	<input type="text" value="3"/>	Nombre	<input type="text" value="Noe"/>
Apellido	<input type="text" value="García"/>	Periodo	<input type="text" value="Año Mes 202202"/>
Meta Líneas	<input type="text" value="Ingrese meta de Líneas"/>	Meta Fijo	<input type="text" value="Ingrese meta de Fijo"/>
Meta Renovaciones	<input type="text" value="Ingrese meta de Renovaciones"/>	Meta Cloud	<input type="text" value="Ingrese meta de Cloud"/>

9.2.5.4 Módulo Proyecciones.

Este módulo muestra la proyección creada por el jefe de ventas en conjunto con los vendedores en el acceso de jefe. Para crear una proyección de venta es necesario haber asignado una meta al vendedor.

Proyecciones

Proyecciones

1

2

Proyecciones Corporativas

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Línea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud	Crear Proyección
1	202201	Noe	García	100	300	6000	150	<input type="button" value="CREAR PROYECCIÓN"/>
3	202201	Christina	Avila	80	300	6000	150	<input type="button" value="CREAR PROYECCIÓN"/>
21	202201	Jose	Beltrán	80	300	6000	150	<input type="button" value="CREAR PROYECCIÓN"/>

3

4

Figura IX-71 Módulo Proyecciones.

Fuente: Captura propia

1 Botón para ver Proyecciones creadas.



Este botón despliega una ventana modal con la tabla de proyecciones creadas por vendedor.

Proyecciones Asignadas x

Show 10 entries Copy CSV Excel PDF Print

Search:

Código Proyección	Periodo	Nombre	Apellido	Proyección Linea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud
1	202201	Noe	Garcia	25	75	1250	150
2	202201	Cinthia	Avila	25	100	2500	75
3	202201	Jose	Beteta	10	100	1250	150
4	202201	Jose	Leva	25	100	2500	100
21	202201	Mario	Reyes	10	80	2500	125
41	202201	Lucero	Perdomo	100	100	2500	150

Showing 1 to 6 of 6 entries Previous Next

2

Botón para Editas Proyecciones creadas.

 Editar Proyecciones

Este botón despliega una ventana modal con la tabla de proyecciones creadas por vendedor con la acción de modificar.

Modificar Proyecciones Asignadas

Ido	Nombre	Apellido	Proyección Línea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud	Modificar
:01	Noe	Garcia	25	75	1250	150	Modificar
:01	Cinthia	Avila	25	100	2500	75	Modificar
:01	Jose	Beteta	10	100	1250	150	Modificar
:01	Jose	Leva	25	100	2500	100	Modificar
:01	Mario	Reyes	10	80	2500	125	Modificar
:01	Lucero	Perdomo	100	100	2500	150	Modificar

[Cerrar](#)

[Modificar](#)

Al darle un clic al acceso de [Modificar](#) despliega una tabla con la opción de modificar solamente la proyección de líneas, ingreso de servicios fijos, renovaciones e ingresos de los servicios en la nube.

Modificar Proyección

Codigo	<input type="text" value="21"/>	Código Usuario	<input type="text" value="130"/>
Nombre	<input type="text" value="Mario"/>	Apellido	<input type="text" value="Reyes"/>
Periodo	<input type="text" value="202201"/>	Proyección Líneas	<input type="text" value="50"/>
Proyección Fijo	<input type="text" value="80"/>	Proyección Renovaciones	<input type="text" value="2500"/>
Proyección Cloud	<input type="text" value="125"/>		

[MODIFICAR](#)

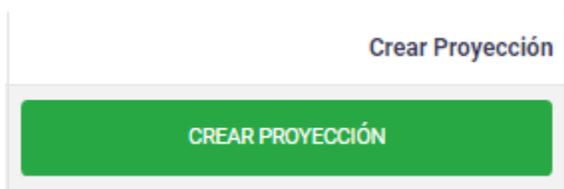
3 Tabla de Meta por usuario.

Proyecciones Corporativas

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Línea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud	Crear Proyección
1	202201	Noe	García	100	300	6000	150	
3	202201	Cinthia	Avila	80	300	6000	150	

Esta tabla tiene la opción de asignar una proyección al usuario.

1 Botón de Crear Proyección.



Al darle un clic a este botón despliega un formulario para crearle una proyección al vendedor seleccionado.

Crear Proyección

Código	<input type="text" value="1"/>	Código Usuario	<input type="text" value="3"/>
Nombre	<input type="text" value="Noe"/>	Apellido	<input type="text" value="García"/>
Periodo	<input type="text" value="202201"/>	Proyección Líneas	<input type="text" value="Ingrese proyección de Líneas"/>
Proyección Fijo	<input type="text" value="Ingrese proyección de Fijo"/>	Proyección Renovaciones	<input type="text" value="Ingrese proyección de Renovaciones"/>
Proyección Cloud	<input type="text" value="Ingrese proyección de Cloud"/>		
			

9.2.5.5 Módulo Ventas.

Este módulo muestra una tabla con las ventas generadas por los vendedores, esta información es brindada automática por el servidor de facturación diariamente.



Código Alta	Fecha Alta	Periodo	Nombre Usuario	Apellido Usuario	Número Alta	Plan	Contrato
1	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Noe	Garcia	50431819200	Plan Re1 Infinite Corp	15802846
2	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Cinthia	Avila	50431808922	Plan Re15 Infinite Corp	15802831
3	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Beteta	50431819080	Plan Re1 Infinite Corp	15802843
4	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431886504	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803109
5	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Mario	Reyes	50431886227	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803108
6	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Lucero	Perdomo	50431809598	Plan Re15 Infinite Corp	15802811
7	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Claudia	Galeas	50431788423	Plan AVI \$30 Infinite Ilm Cor	15802525
8	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Suazo	50431808974	Plan Re15 Infinite Corp	15802834
9	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Dunia	Perez	50431809561	Plan Re12 Infinite Corp	15802807
10	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Ela	Hernandez	50431809543	Plan Re12 Infinite Corp	15802804

Showing 1 to 10 of 2,523 entriesPrevious12345...253Next

Figura IX-72 Módulo Ventas.

Fuente: Captura propia

9.2.5.6 Módulo Visitas.

Este módulo muestra una tabla con las visitas generadas por los vendedores, esta información es generada desde el acceso de Vendedores.

Visitas

Código Visita	Fecha Visita	Ciente u Observación	Vendedor
35	2022-06-29	Visita 3 Alcaldia de SPS	jose.leva
36	2022-06-29	Visita 1	jose.leva
41	2022-07-01	Visita 2	jose.leva
42	2022-06-30	Visita Pancitos Juanita Bolsa	mario.reyes
43	2022-07-05	Reunion Inv. La Paz	mario.reyes
65	2022-06-24	Detalle Factura en Conatel	mario.reyes
66	2022-07-09	Visita Moto Mundo Bulevar Morazan	mario.reyes
67	2022-07-01	Visita Firma de Propuesta Pepsicola	maria.cerrato
81	2022-06-20	Visita Ficohsa	karia.zelaya
82	2022-06-20	Visita Banco Atlantida	karia.zelaya

Showing 1 to 10 of 12 entriesPrevious12Next

Figura IX-73 Módulo Visitas.

Fuente: Captura propia

9.2.5.7 Módulo Clientes.

Este módulo muestra una tabla con los clientes activos, esta información es brindada automática por el servidor de facturación diariamente, esta va creciendo según sea el comportamiento con clientes nuevos o clientes que cancelan sus servicios.

Clientes

Código Cliente	Contrato	Nombre Cliente	Vendedor	Editar Vendedor
1	15911135	CASA PRESIDENCIAL	jose leva	
2	9995683	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo	

Figura IX-74 Módulo Clientes.

Fuente: Captura propia

1 Tabla de clientes con el vendedor asignado.

Código Cliente	Contrato	Nombre Cliente	Vendedor	Editar Vendedor
1	15911135	CASA PRESIDENCIAL	jose leva	
2	9995683	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo	
3	11700745	JOSE ANTONIO BORJAS MASSIS	ela.hernandez	
4	13989649	BRENDA MAVEL CARDONA	dunia.suazo	
5	10286288	INVERSIONES MEJIA LOPEZ	dunia.suazo	
6	12737926	JOSE WILFREDO SALINAS AGUIRRE	cinthia.avila	
7	14215205	ANA MARIA RIVERA AVILEZ	cinthia.avila	
8	11949984	IDERMA SPA IDERMA SPA	dunia.perez	
9	15917639	MOLINEROS COMERCIAL	dunia.perez	
10	15101646	COMPAÑIA DE TELEVISION VIA SATELITE SA	dunia.suazo	

Showing 1 to 10 of 850 entries Previous 12345... 85 Next

2 Botón de Modificar Vendedor asignado.

Editar Vendedor

Realizar los Cambios

Codigo	<input type="text" value="1"/>	Contrato	<input type="text" value="15911135"/>
Nombre Cliente	<input type="text" value="CASA PRESIDENCIAL"/>	Vendedor	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;"> Vendedores <ul style="list-style-type: none"> gladys izaguirre fernando castro noe garcia felix zuniga cinthia avila </div>

9.2.5.8 Módulo Renovaciones.

En este módulo se podrán ver las renovaciones de las líneas móviles con el cliente y el vendedor asignado.

Renovaciones

Renovaciones

SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH

Código Línea	Fecha Activación	Fecha Vencimiento	Número Línea	Código Cliente	Nombre Cliente	Vendedor
1	2022-03-04 00:00:00.0	2022-09-04 00:00:00.0	50433307888	1	CASA PRESIDENCIAL	jose.leva
2	2014-10-13 00:00:00.0	2023-02-28 00:00:00.0	50431650347	2	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo
3	2016-06-30 00:00:00.0	2023-09-02 00:00:00.0	50433932562	3	JOSE ANTONIO BORJAS MASSIS	ela.hernandez
4	2019-08-05 00:00:00.0	2020-02-05 00:00:00.0	50498517847	4	BRENDA MAVEL CARDONA	dunia.suazo
5	2015-01-26 00:00:00.0	2022-09-09 00:00:00.0	50432683432	5	INVERSIONES MEJIA LOPEZ	dunia.suazo
6	2017-10-26 00:00:00.0	2022-04-22 00:00:00.0	50499989450	6	JOSE WILFREDO SALINAS AGUIRRE	cinthia.avila
7	2019-10-21 00:00:00.0	2021-04-21 00:00:00.0	50495199659	7	ANA MARIA RIVERA AVILEZ	cinthia.avila
8	2016-10-25 00:00:00.0	2022-11-24 00:00:00.0	50432008879	8	IDERMA SPA IDERMA SPA	dunia.perez
9	2022-03-10 00:00:00.0	2023-09-10 00:00:00.0	50433392451	9	MOLINEROS COMERCIAL	dunia.perez
10	2020-11-17 00:00:00.0	2021-05-17 00:00:00.0	50433284692	10	COMPAÑIA DE TELEVISION VIA SATELITE SA	dunia.suazo

Showing 1 to 10 of 850 entries Previous 12345... 85 Next

Figura IX-75 Módulo Renovaciones.

Fuente: Captura propia

9.2.5.9 Módulo Planes.

En este módulo se podrán visualizar en una tabla los planes móviles disponibles en la oferta corporativa.

Planes

Planes Móviles Disponibles

SHOW 10
ENTRIES
Copy
CSV
Excel
PDF
Print
SEARCH:

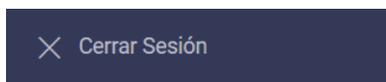
Código Plan	TMCODE Plan	Nombre Plan
1	1666	Plan Corp-Esp \$640 Opcion B
2	1667	Plan Corp-Esp \$3500 opcion B
3	1744	Plan Corp-Especial \$3500 Op C
4	2290	Plan AVI Especial \$2000 Opc. B
5	2404	PLAN AVI ESPECIAL \$2250 OP B
6	2839	HND PLAN AVI \$300 ESPECIAL
7	2840	HND Plan AVI Esp. \$840 Ob B
8	2941	Plan AVI Especial \$1100 Op. B
9	2982	Plan AVI Especial \$1000 Op B
10	3550	Plan AVI \$3500 op D

Showing 1 to 10 of 185 entries/Previous12345...19Next

Figura IX-76 Módulo Planes.

Fuente: Captura propia

9.2.5.10 Botón cierre del sistema.



Este botón cierra la sesión del usuario en el sistema.

9.2.6 Usuario Vendedores del Sistema.

9.2.6.1 Vista general del acceso a Vendedores.

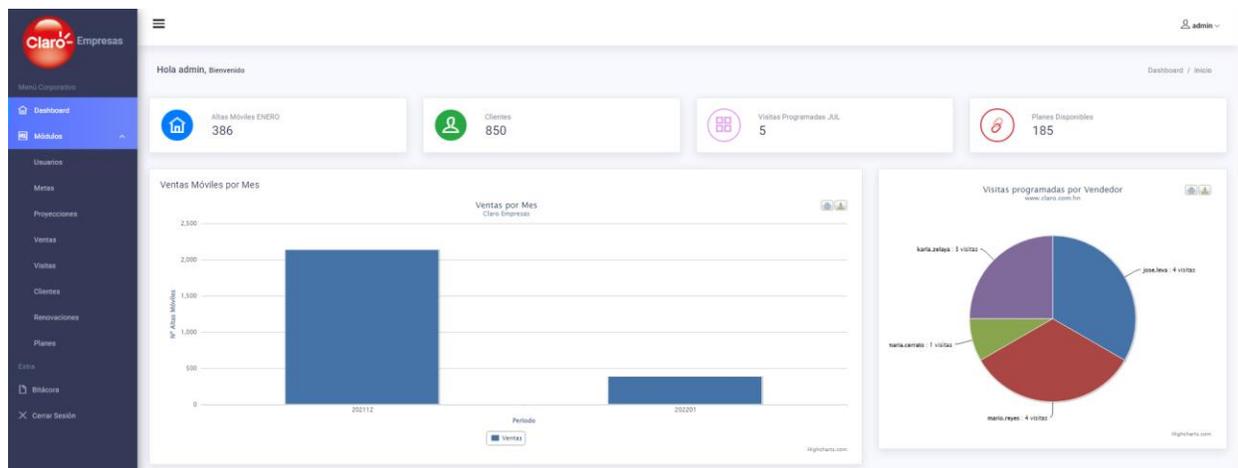


Figura IX-77 Vista general del acceso a Vendedores.

Fuente: Captura propia

9.2.6.2 Módulo de Promociones.



En este módulo podrán ver los artes en forma de carrusel las promociones vigentes para corporativo.



Figura IX-78 Módulo de Promociones.

Fuente: Captura propia

9.2.6.3 Módulo de Metas.



En este módulo se podrá visualizar una tabla la meta asignada por el jefe de ventas corporativas.

Código Meta	Periodo	Nombre	Apellido	Meta Linea	Meta Fijo	Meta Renovaciones	Meta Cloud
22	202201	Jose	Leva	120	300	6000	150

Figura IX-79 Módulo de Metas.

Fuente: Captura propia

9.2.6.4 Módulo de Proyecciones.



Este módulo se podrá visualizar una tabla con la proyección configurada en el acceso del jefe de ventas.

Proyecciones

Código Proyección	Periodo	Nombre	Apellido	Proyección Línea	Proyección Fijo	Proyección Renovaciones	Proyección Cloud
4	202201	Jose	Leva	25	100	2500	100

Showing 1 to 1 of 1 entries Previous Next

Figura IX-80 Módulo de Proyecciones.

Fuente: Captura propia

9.2.6.5 Módulo de Ventas.



Este módulo se podrá visualizar una tabla con las ventas móviles generadas desde el servidor de facturación de Claro diariamente.

Ventas Corporativas

Código Alta	Fecha Alta	Periodo	Nombre Usuario	Apellido Usuario	Número Alta	Plan	Contrato
4	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431886504	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803109
23	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431886517	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803112
42	2022-01-03 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431809765	Plan Re15 Infinite Corp	15802815
61	2022-01-04 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431818838	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803428
80	2022-01-04 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431800035	Plan AVI \$5 Infinite Corp	15803423
99	2022-01-05 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431887720	Plan Re1 Infinite Corp	15805656
118	2022-01-06 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50432021694	Plan Re2 Infinite Corp	15807420
137	2022-01-06 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50432957503	Plan AVI \$12 Plata Corp	15807765
156	2022-01-06 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431804350	Plan Re1 Infinite Corp	15807062
175	2022-01-06 00:00:00.0	202201	Jose	Leva	50431804238	Plan Re3 Infinite Corp	15807055

Showing 1 to 10 of 137 entries Previous 12345... 14 Next

Figura IX-81 Módulo de Ventas.

Fuente: Captura propia

9.2.6.6 Módulo de Visitas.



Este módulo se podrá crear, modificar, eliminar y visualizar las visitas programadas por el vendedor.

Visitas Corporativas

Crear Visita Nueva

1

Visitas Programadas

SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH

Código Visita	Fecha Visita	Cliente u Observación	Acción Visita
35	2022-05-29	Visita 3 Alcaldía de SPS	<p>3</p> <p>4</p>

Figura IX-82 Módulo de Visitas.

Fuente: Captura propia

1 Botón para crear visita.

Visitas Corporativas



Este botón despliega una ventana modal con un formulario para crear visita en la que solicita fecha de visita, cliente/observación.

Agrega Nueva Visita x

Fecha

dd/mm/aaaa 

Cliente u Observación

Ingrese observacion

Agregar

Cerrar

2

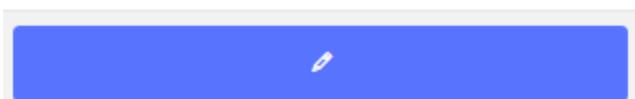
Tabla de visitas programadas del vendedor.

Código Visita	Fecha Visita	Cliente u Observación	Acción Visita
35	2022-06-29	Visita 3 Alcaldía de SPS	 
36	2022-06-29	Visita 1	 

Esta tabla tiene la opción de Modificar o Eliminar la visita programada.

3

Botón modificar Visita.



Este botón al pasar el cursor encima mostrara la palabra “Modificar”, botón con icono de Lápiz. A su vez, desplegara un formulario para poder modificar la fecha y observación de la visita.

Realizar los Cambios

Código	35	Fecha Visita	29/06/2022
Cliente u Observación	Visita 3 Alcaldía de SPS		
MODIFICAR			

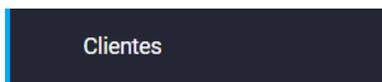
4 Botón eliminar visita.



Este botón al pasar el cursor encima mostrara la palabra “Eliminar”, botón con icono de basurero.

9.2.6.7 Módulo Clientes.

Este módulo muestra una tabla con los clientes activos que pertenecen a su cartera, esta información es brindada automática por el servidor de facturación diariamente, esta va creciendo según sea el comportamiento con clientes nuevos o clientes que cancelan sus servicios.



Cartera de Clientes Corporativos

Código Cliente	Contrato	Nombre Cliente	Vendedor
1	15911135	CASA PRESIDENCIAL	jose.leva
21	14999207	DEL HOGAR RODNEY HENRY LAGOS MACIAS	jose.leva
25	9000136	DISTRIBUIDORA SAGLEN DE HONDURAS	jose.leva
33	13356823	INVERSIONES CRUZ S DE RL	jose.leva
43	15817480	CONDOMINIOS TERRANOVA S A	jose.leva
64	14833774	RONNY MAURICIO REYES PADILLA	jose.leva
74	15350558	JOSE SANTOS CACERES MATUTE	jose.leva
97	15245040	VIAJES BETEL	jose.leva
111	14128624	ANDREA YAMILETH ZUNIGA MEDINA	jose.leva
134	15795895	PROMASIS SRL CV	jose.leva

Showing 1 to 10 of 12 entries Previous 1 2 Next

Figura IX-83 Módulo Clientes.

Fuente: Captura propia

9.2.6.8 Módulo Renovaciones.

En este módulo se podrán ver las renovaciones de las líneas móviles con el cliente y el vendedor asignado.

Renovaciones

Renovaciones

SHOW 10 ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH

Código Línea	Fecha Activación	Fecha Vencimiento	Número Línea	Código Cliente	Nombre Cliente	Vendedor
1	2022-03-04 00:00:00.0	2022-09-04 00:00:00.0	50433307888	1	CASA PRESIDENCIAL	jose.leva
2	2014-10-13 00:00:00.0	2023-02-28 00:00:00.0	50431650347	2	DISANPE DAVID SALOMON ESCOLERO	allan.suazo
3	2016-06-30 00:00:00.0	2023-09-02 00:00:00.0	50433932562	3	JOSE ANTONIO BORJAS MASSIS	ela.hernandez
4	2019-08-05 00:00:00.0	2020-02-05 00:00:00.0	50498517847	4	BRENDA MAVEL CARDONA	dunia.suazo
5	2015-01-26 00:00:00.0	2022-09-09 00:00:00.0	50432683432	5	INVERSIONES MEJIA LOPEZ	dunia.suazo
6	2017-10-26 00:00:00.0	2022-04-22 00:00:00.0	50499989450	6	JOSE WILFREDO SALINAS AGUIRRE	cinthia.avila
7	2019-10-21 00:00:00.0	2021-04-21 00:00:00.0	50495199659	7	ANA MARIA RIVERA AVILEZ	cinthia.avila
8	2016-10-25 00:00:00.0	2022-11-24 00:00:00.0	50432008879	8	IDERMA SPA IDERMA SPA	dunia.perez
9	2022-03-10 00:00:00.0	2023-09-10 00:00:00.0	5043392451	9	MOLINEROS COMERCIAL	dunia.perez
10	2020-11-17 00:00:00.0	2021-05-17 00:00:00.0	50433284692	10	COMPañIA DE TELEVISION VIA SATELITE SA	dunia.suazo

Showing 1 to 10 of 850 entries Previous 12345... 85 Next

Figura IX-84 Módulo Renovaciones.

9.2.6.9 Módulo Planes.

En este módulo se podrán visualizar en una tabla los planes móviles disponibles en la oferta corporativa.

Planes

Planes Móviles Disponibles

SHOW 10 ▾ ENTRIES Copy CSV Excel PDF Print SEARCH:

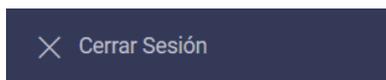
Código Plan	TMCODE Plan	Nombre Plan
1	1666	Plan Corp-Esp \$640 Opcion B
2	1667	Plan Corp-Esp \$3500 opcion B
3	1744	Plan Corp-Especial \$3500 Op C
4	2290	Plan AVI Especial \$2000 Opc. B
5	2404	PLAN AVI ESPECIAL \$2250 OP B
6	2839	HND PLAN AVI \$300 ESPECIAL
7	2840	HND Plan AVI Esp. \$840 Ob B
8	2941	Plan AVI Especial \$1100 Op. B
9	2982	Plan AVI Especial \$1000 Op B
10	3550	Plan AVI \$3500 op D

Showing 1 to 10 of 185 entries Previous 12345...19 Next

Figura IX-85 Módulo Planes.

9.2.6.10 Módulo Planes.

9.2.6.11 Botón cierre del sistema.



Este botón cierra la sesión del usuario en el sistema.

X. BIBLIOGRAFIAS

- Alonso, M. H. (s.f.). *https://academy.seguridadcero.com.pe/*. Obtenido de Seguridad Cero:
<https://academy.seguridadcero.com.pe/blog/escaneo-vulnerabilidades-autom%C3%A1tico-OWASP-ZAP#:~:text=ZAP%20est%C3%A1%20dise%C3%B1ado%20espec%C3%ADficamente%20para,podr%C3%A1s%20adaptarlo%20a%20tus%20necesidades>.
- América Móvil. (s.f.). *Acerca de Nosotros*. Obtenido de www.americamovil.com:
<https://www.americamovil.com/Spanish/acerca-de-nosotros/nuestra-empresa/default.aspx>
- Bernal, C. (2013). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Pearson Education.
- Burón, C. G. (2017). *Estadística I: elementos de estadística descriptiva y de teoría de la probabilidad*. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga.
- Chávez, C. F. (2019). *Metodología de la investigación: así de fácil*. El Cid Editor.
- Claro. (2016). *Claro Cloud*. Obtenido de www.clarocloud.com.hn:
<https://www.clarocloud.com.hn/portal/hn/cld/>
- Claro. (s.f.). Estructura Organizacional. *Estructura Organizacional*. Claro, Tegucigalpa.
- Claro. (s.f.). Organigrama Ventas Mercado Corporativo. *Organigrama Ventas Mercado Corporativo*. Claro, Tegucigalpa.
- Claro. (s.f.). *Quiénes Somos*. Obtenido de www.claro.com: <https://www.claro.com/>
- Claro. (s.f.). *Sobre nosotros*. Obtenido de www.claro.com.pe:
<https://www.claro.com.pe/institucional/sobre-nosotros/>
- COMUNICACIÓN TREBEDE. (28 de septiembre de 2017).
www.programagestioncomercial.es. Obtenido de Tipos de visitas comerciales:
<https://www.programagestioncomercial.es/tipos-visitas->

- ISDI Digital Talent. (1 de noviembre de 2021). *¿Qué es un KPI y para qué sirve?* Obtenido de [www.isdi.education: https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve](https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve)
- López Quijado, J. (2014). *Domine PHP y MySQL (2a. ed.)*. RA-MA Editorial.
- Marqués, M. (2011). *Bases de datos*. D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Mejias, A. (15 de junio de 2018). *¿Qué son las ventas corporativas?* Obtenido de [www.cuidatudinero.com: https://www.cuidatudinero.com/13113445/que-son-las-ventas-corporativas](https://www.cuidatudinero.com/13113445/que-son-las-ventas-corporativas)
- Oracle. (s.f.). *Descargas de archivos java SE 8 (JDK 8u202 y versiones anteriores)*. Obtenido de [www.oracle.com: https://www.oracle.com/java/technologies/javase/javase8-archive-downloads.html](https://www.oracle.com/java/technologies/javase/javase8-archive-downloads.html)
- Pascual, J. A. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/unitechn/titulos/48876>
- Pulido Romero, E. -E.-N. (2019). *Base de datos*. Grupo Editorial Patria.
- Pymes y autónomos. (31 de marzo de 2012). *www.pymesyaautonomos.com*. Obtenido de La renovación tácita de la permanencia en las líneas de móviles es un enriquecimiento injusto: <https://www.pymesyaautonomos.com/tecnologia/la-renovacion-tacita-de-la-permanencia-en-las-lineas-de-moviles-es-un-enriquecimiento-injusto>
- Recio García, J. A. (2016). *HTML5, CSS3 y JQuery: curso práctico*. Grupo Editorial Ra-Ma.
- Red Hat. (11 de diciembre de 2019). *www.redhat.com*. Obtenido de ¿Qué son los servicios de nube?: [https://www.redhat.com/es/topics/cloud-computing/what-are-cloud-services#:~:text=Los%20servicios%20de%20nube%20son,desde%20los%20clientes%20frontend%20\(p](https://www.redhat.com/es/topics/cloud-computing/what-are-cloud-services#:~:text=Los%20servicios%20de%20nube%20son,desde%20los%20clientes%20frontend%20(p)
- Salazar, H. (1 de mayo de 2013). *Definición de Proceso*. Obtenido de [economia.org: https://economia.org/proceso.php](https://economia.org/proceso.php)

Thompson, I. (1 de noviembre de 2020). *Portal de Mercadotecnia*. Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>:

<https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>

Tomaél, M. I., Catarino, M. E., Pomim Valentim, M. L., de Almeida Júnior, O. F., & da Silva, T.

E. (2001). Evaluación de fuentes de información en Internet: Criterios de calidad. En

Ciencias de la Información.

Usitility. (s.f.). *NetBeans IDE - Descargar gratis*. Obtenido de www.usitility.com:

<https://www.usitility.com/es/netbeans-ide/>

XplorHonduras. (2018). *Las Telecomunicaciones en Honduras*. Obtenido de

www.xplorhonduras.com: <https://www.xplorhonduras.com/las-telecomunicaciones-en-honduras/>

A. ANEXOS

A.1. Factibilidad del Proyecto

A.1.1. Técnica

Tabla A1-1 Factibilidad Técnica Hardware

No	Hardware	Especificaciones técnicas
1	Computadora laptop o de escritorio.	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Intel 5ta generación. • 8 GB RAM. • 500 GB capacidad de disco duro o 250 SSD. • Tarjeta de video 1 GB o superior. • Pantalla de 15 o superior,

Fuente: Elaboración propia

Tabla A1-2 Factibilidad Técnica Software

No	Software	Licencias versiones Ext.
1	Sistema operativo Windows.	• Windows 10 o Windows 11
2	Google Chrome	• 101.0.4951.67

Fuente: Elaboración propia

Tabla A1-3 Factibilidad Técnica Conexión de Datos

No	Conexiones	Velocidad, Direcciones IP
1	Conexión Internet	<ul style="list-style-type: none"> • 20Mbps o mayor.
2	Conexión Servidor	<ul style="list-style-type: none"> • IP Topología designada.
3	Conexión VPN	<ul style="list-style-type: none"> • VPN propia de Claro

Fuente: Elaboración propia

Tabla A1-4 Recurso Humano

No	Conexiones	Habilidades
1	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de paquetes ofimáticos básicos de bases de datos, buena redacción (informes), liderazgo, iniciativa, toma de decisiones, organizado.
2	Técnico	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de paquetes ofimáticos y conceptos básicos de bases de datos, iniciativa, ser organizado

Fuente: Elaboración propia

A profundidad el análisis de la viabilidad de la Aplicación Web para la realización de gestión de solicitudes se evalúa y profundiza a manera de obtener las fortalezas, ventajas, debilidades que representan para la alta gerencia y al área de ventas corporativas, a continuación, se detalla de la siguiente manera:

Fortalezas:

Ahorra tiempo en el proceso de consolidar el estado de solicitudes por los empleados y dando prioridad a sus metas.

Ventajas:

- Fácil manejo del sistema por parte de los usuarios.
- Reportes de bitácora.

Debilidades:

Si el estado de solicitudes es demasiado extenso por la gran cantidad de datos, puede que el aplicativo tarde un tiempo en cargarlo.

A.1.2. Operativa

Los colaboradores de la Gerencia de Ventas del Mercado Corporativo, cuenta con la capacidad de uso de herramientas en su trabajo, además utilizan otras aplicaciones para los procesos de ventas como qflow, herramientas de facturación y carga de material.

Así mismo, debido a que la empresa tiene un área de tecnología de la información y área de soporte técnico con personal idóneo, no se tendrá inconveniente alguno para brindar al sistema el mantenimiento necesario. Adicionalmente a las personas que utilizarán el aplicativo serán capacitados, con la finalidad de orientar su conocimiento a las diferentes funcionalidades del sistema para conllevar al control y gestión de actividades que podrán realizar los diversos métodos.

Para consumir se espera que la aplicación cumpla con las políticas u estándares que maneja el área de seguridad de la información para que pueda ser aprobado en su totalidad para el uso oportuno que permitirá optimar las gestiones en el área de IT.

A.1.3. Económica

Tabla A1-5 Factibilidad económica del hardware

No.	Equipo	Cantidad	Precio	Valor
			(L.)	(L.)
1	Computadora de trabajo	1	18,000.00	18,000.00
2	Computadora	35	11,000.00	385,000.00
Total				403,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla A1-6 Factibilidad económica del software

No.	Equipo	Cantidad	Precio	Valor
			(L.)	(L.)
1	Sistema operativo propietario	36	2,500.00	90,000.00
2	Oracle SQL Developer	1	0	0
3	Google Chrome	1	0	0
4	Microsoft EDGE	1	0	0
5	Netbeans + JDK	1	0	0
Total				90,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla A1-7 Factibilidad económica de Conexión de Datos

No.	Equipo	Cantidad	Precio	Valor
			(L.)	(L.)
1	Administrador	1	26,500.00	26,500.00
2	Técnico	2	29,600.00	59,200.00
			Total	233,700

Fuente: Elaboración propia

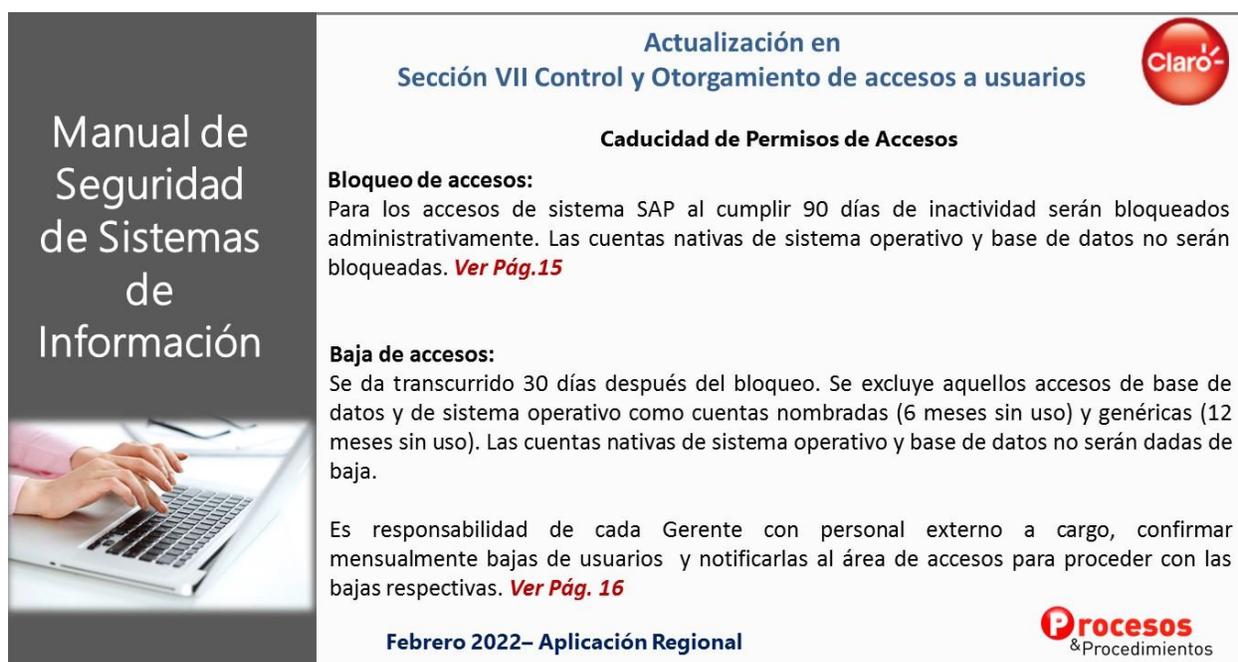
Tabla A1-8 Resumen Económico

No.	Equipo	Valor
		(L.)
1	Hardware	403,000.00
2	Software	90,000.00
3	Telecomunicaciones (en doce meses)	12,000.00
4	Recursos Humanos (en doce meses)	2,804,400.00
Total (12 meses)		2,929,400.00

Fuente: Elaboración propia

A.2. Políticas de seguridad de Claro Honduras

A.2.1. Manual de Seguridad de Sistemas de Información.



Manual de Seguridad de Sistemas de Información

Actualización en Sección VII Control y Otorgamiento de accesos a usuarios

Caducidad de Permisos de Accesos

Bloqueo de accesos:
Para los accesos de sistema SAP al cumplir 90 días de inactividad serán bloqueados administrativamente. Las cuentas nativas de sistema operativo y base de datos no serán bloqueadas. *Ver Pág.15*

Baja de accesos:
Se da transcurrido 30 días después del bloqueo. Se excluye aquellos accesos de base de datos y de sistema operativo como cuentas nombradas (6 meses sin uso) y genéricas (12 meses sin uso). Las cuentas nativas de sistema operativo y base de datos no serán dadas de baja.

Es responsabilidad de cada Gerente con personal externo a cargo, confirmar mensualmente bajas de usuarios y notificarlas al área de accesos para proceder con las bajas respectivas. *Ver Pág. 16*

Febrero 2022- Aplicación Regional

Procesos & Procedimientos

Figura X-1 A.2.1. Manual de Seguridad de Sistemas de Información.

Fuente: Intranet Claro Honduras

A.2.2. Políticas Generales de Sistemas.

Procedimiento: Políticas Generales de Sistemas.



- **Alcance:**

Las Políticas de Sistemas son aplicables a todo el personal del Grupo -sin excepción- y a terceros que tengan relación o hagan uso de los activos informáticos del Grupo.



Figura X-2 A.2.2. Políticas Generales de Sistemas.

Fuente: Intranet Claro Honduras

A.2.3. Supervisión a la seguridad de accesos y corrección de deficiencias.

Procedimiento: Supervisión a la seguridad de accesos y corrección de deficiencias.



- **Objetivo:**
Detectar y corregir parámetros incorrectos en las cuentas de usuario ya creadas, así mismo, verificar que cada usuario esté registrado y autorizado en la CMDB.
- **Alcance:**
Inicia cuando los administradores de las aplicaciones generan y envían los reportes de usuarios activos al Supervisor de Seguridad, quien al recibirlos revisa y corrige las fallas, posteriormente genera un informe donde detalla los hallazgos encontrados, lo imprime y firma como constancia del trabajo realizado, solicitando al Administrador de Accesos y Subgerente de Seguridad la firma en el mismo, archivándolo en carpeta de su máquina. El procedimiento finaliza cuando el Supervisor de Seguridad envía a las Gerencias los usuarios y sus perfiles, creados en sus respectivas áreas.



Figura X-3 A.2.3. Supervisión a la seguridad de accesos y corrección de deficiencias.

Fuente: Intranet Claro Honduras

A.3. Análisis OWAP ZAP

OWASP ZAP (Zed Attack Proxy) es el escáner web de vulnerabilidades más utilizado en todo el mundo, es gratuito y de código abierto, por tanto, puede ser adaptarlo a cualquier necesidad (Alonso, n.d.)d.

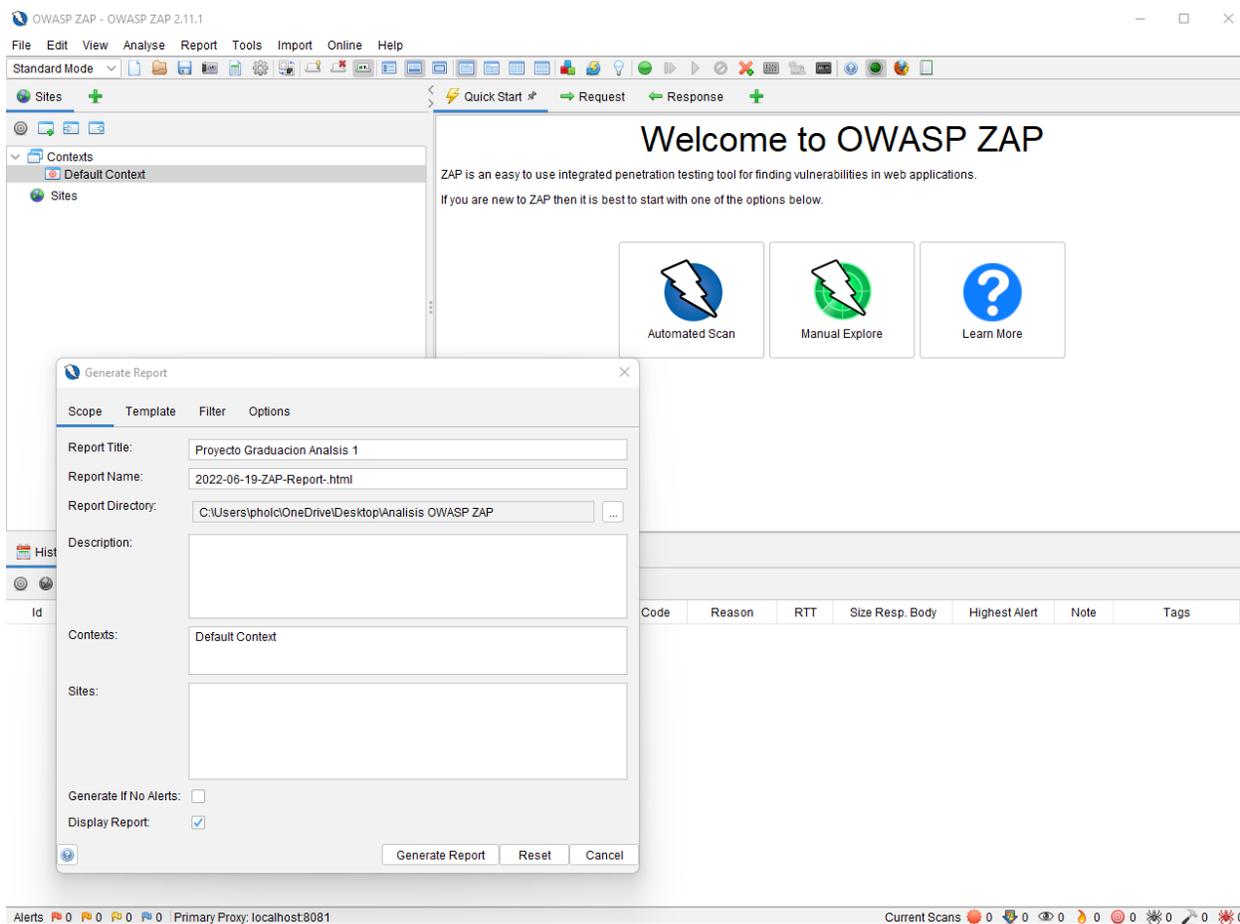


Figura X-4 Herramienta Análisis de Vulnerabilidades OWAP ZAP

Fuente: Captura propia de Aplicación OWASP ZAP.

Esta herramienta permite una amplia selección de ataques para exponer las vulnerabilidades de un sistema. Los niveles de confianza son catalogados desde un falso positivo, pasando por los valores de; bajo, medió y alto hasta llegar a un nivel confirmado de riesgo. Los niveles de riesgo se catalogan como un evento informacional, bajo, medios y finalmente altos.

Para efectos de este proyecto se efectuó un escaneo rápido el cual arrojó los siguientes resultados:

Acerca de este informe

Parámetros del informe

Contextos

No se seleccionó ningún contexto, por lo que todos los contextos se incluyeron de forma predeterminada.

Sitios

Se incluyeron los siguientes sitios:

- <http://localhost:8084>

(Si no se seleccionó ningún sitio, todos los sitios se incluyeron de forma predeterminada).

Un sitio incluido también debe estar dentro de uno de los contextos incluidos para que sus datos se incluyan en el informe.

Niveles de riesgo

Incluye: Alto, Medio, Bajo, Informativo

Excluido: Ninguno

Niveles de confianza

Incluye: Confirmado por el usuario, Alto, Medio, Bajo

Excluido: Usuario confirmado, Alto, Medio, Bajo, Falso positivo

Resúmenes

Recuento de alertas por riesgo y confianza

Esta tabla muestra el número de alertas para cada nivel de riesgo y confianza incluido en el informe.

(Los porcentajes entre paréntesis representan el recuento como porcentaje del número total de alertas incluidas en el informe, redondeado a un decimal).

		Confianza				Total
		Usuario confirmado	Alto	Medio	Bajo	
Riesgo	Alto	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
	Medio	0 (0,0%)	1 (10,0%)	2 (20,0%)	1 (10,0%)	4 (40,0%)
	Bajo	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (20,0%)	1 (10,0%)	3 (30,0%)
	Informativo	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (30,0%)	3 (30,0%)
	Total	0 (0,0%)	1 (10,0%)	4 (40,0%)	5 (50,0%)	10 (100%)

Figura X-5 Recuento de alertas por riesgo y confianza.

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Recuento de alertas por sitio y riesgo

Esta tabla muestra, para cada sitio para el que se generaron una o más alertas, el número de alertas generadas en cada nivel de riesgo.

Las alertas con un nivel de confianza de "Falso Positivo" han sido excluidas de estos recuentos.

(Los números entre paréntesis son el número de alertas generadas para el sitio en o por encima de ese nivel de riesgo).

		Riesgo			
		Alto (= Alto)	Medio (>= Medio)	Bajo Informativo (> > = Bajo) = Informativo)	
Sitio	http://localhost:8084	0 (0)	4 (4)	3 (7)	3 (10)

Figura X-6 Recuento de alertas por sitio y riesgo.

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Recuentos de alertas por tipo de alerta

Esta tabla muestra el número de alertas de cada tipo de alerta, junto con el nivel de riesgo del tipo de alerta.

(Los porcentajes entre paréntesis representan cada recuento como un porcentaje, redondeado a un decimal, del número total de alertas incluidas en este informe).

Tipo de alerta	Riesgo	Contar
Ausencia de tokens anti-CSRF	Medio	2 (20,0%)
El encabezado de la directiva de seguridad de contenido (CSP) no está establecido	Medio	4 (40,0%)
Falta el encabezado anti-clickjacking	Medio	2 (20,0%)
Biblioteca JS vulnerable	Medio	1 (10,0%)
Cookie sin atributo SameSite	Bajo	1 (10,0%)
Divulgación de marca de tiempo - Unix	Bajo	65 (650,0%)
Falta el encabezado X-Content-Type-Options	Bajo	12 (120,0%)
Desajuste de charset (encabezado versus meta charset)	Informativo	2 (20,0%)
Divulgación de información - Comentarios sospechosos	Informativo	5 (50,0%)
Cookie de alcance flexible	Informativo	3 (30,0%)
Total		10

Figura X-7 Recuentos de alertas por tipo de alerta

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Alertas

Riesgo=Medio, Confianza=Alto (1)



Figura X-8 Riesgo=Medio, Confianza=Alto (1)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Riesgo=Medio, Confianza=Medio (2)



Figura X-9 Riesgo=Medio, Confianza=Medio (2)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Riesgo=Medio, Confianza=Bajo (1)



Figura X-10 Riesgo=Medio, Confianza=Bajo (1)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Riesgo=Bajo, Confianza=Medio (2)



Figura X-11 Riesgo=Bajo, Confianza=Medio (2)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Riesgo=Bajo, Confianza=Bajo (1)



Figura X-12 Riesgo=Bajo, Confianza=Bajo (1)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Riesgo=Informativo, Confianza=Bajo (3)

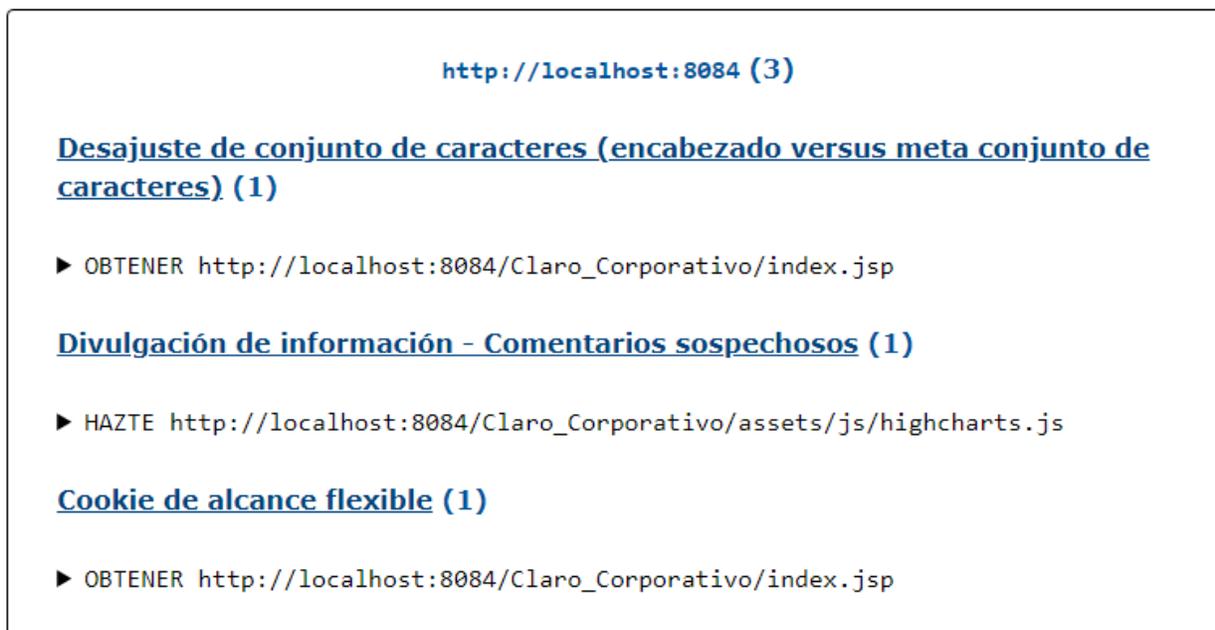


Figura X-13 Riesgo=Informativo, Confianza=Bajo (3)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Apéndice

Tipos de alerta

Esta sección contiene información adicional sobre los tipos de alertas del informe.

Ausencia de tokens anti-CSRF

Ausencia de tokens anti-CSRF

Fuente	generado por un escáner pasivo (ausencia de tokens anti-CSRF)
CWE ID	352
WASC ID	9
Referencia	<ul style="list-style-type: none">▪ http://projects.webappsec.org/Cross-Site-Request-Forgery▪ http://cwe.mitre.org/data/definitions/352.html

Figura X-14 Ausencia de tokens anti-CSRF

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

El encabezado de la directiva de seguridad de contenido (CSP) no está establecido

El encabezado de la directiva de seguridad de contenido (CSP) no está establecido

Fuente	generado por un analizador pasivo (encabezado de directiva de seguridad de contenido (CSP) no establecido)
CWE ID	693
WASC ID	15
Referencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/Security/CSP/Introducing_Content_Security_Policy ▪ https://cheatsheetseries.owasp.org/cheatsheets/Content_Security_Policy_Cheat_Sheet.html ▪ http://www.w3.org/TR/CSP/ ▪ http://w3c.github.io/webappsec/specs/content-security-policy/csp-specification.dev.html ▪ http://www.html5rocks.com/en/tutorials/security/content-security-policy/ ▪ http://caniuse.com/#feat=contentsecuritypolicy ▪ http://content-security-policy.com/

Figura X-15 El encabezado de la directiva de seguridad de contenido (CSP) no está establecido

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Falta el encabezado anti-clickjacking

Falta el encabezado anti-clickjacking

Fuente	levantado por un escáner pasivo (encabezado anti-clickjacking)
CWE ID	1021
WASC ID	15
Referencia	<ul style="list-style-type: none">▪ https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/HTTP/Headers/X-Frame-Options

Figura X-16 Falta el encabezado anti-clickjacking

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Biblioteca JS vulnerable

Biblioteca JS vulnerable

Fuente	generado por un escáner pasivo (Biblioteca JS vulnerable)
CWE ID	829
Referencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ https://nvd.nist.gov/vuln/detail/CVE-2012-6708 ▪ https://github.com/jquery/jquery/issues/2432 ▪ http://research.insecurelabs.org/jquery/test/ ▪ http://blog.jquery.com/2016/01/08/jquery-2-2-and-1-12-released/ ▪ http://bugs.jquery.com/ticket/11290 ▪ https://blog.jquery.com/2019/04/10/jquery-3-4-0-released/ ▪ https://nvd.nist.gov/vuln/detail/CVE-2019-11358 ▪ https://nvd.nist.gov/vuln/detail/CVE-2015-9251 ▪ https://github.com/jquery/jquery/commit/753d591aea698e57d6db58c9f722cd0808619b1b ▪ https://blog.jquery.com/2020/04/10/jquery-3-5-0-released/

Figura X-17 Biblioteca JS vulnerable

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Cookie sin atributo SameSite

Cookie without SameSite Attribute

Source	raised by a passive scanner (Cookie without SameSite Attribute)
CWE ID	1275
WASC ID	13
Reference	<ul style="list-style-type: none"> ▪ https://tools.ietf.org/html/draft-ietf-httpbis-cookie-same-site

Figura X-18 Cookie sin atributo SameSite

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Divulgación de marca de tiempo – Unix

Divulgación de marca de tiempo - Unix

Fuente	generado por un escáner pasivo (divulgación de marca de tiempo)
CWE ID	200
WASC ID	13
Referencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ http://projects.webappsec.org/w/page/13246936/Information%20Leakage

Figura X-19 Divulgación de marca de tiempo – Unix

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Falta el encabezado X-Content-Type-Options

Falta el encabezado X-Content-Type-Options

Fuente	generado por un analizador pasivo (falta el encabezado X-Content-Type-Options)
CWE ID	693
WASC ID	15
Referencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ http://msdn.microsoft.com/en-us/library/ie/gg622941%28v=vs.85%29.aspx ▪ https://owasp.org/www-community/Security-Headers

Figura X-20 Falta el encabezado X-Content-Type-Options

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Desajuste de charset (encabezado versus meta charset)

Desajuste de charset (encabezado versus meta charset)

Fuente	levantado por un escáner pasivo (Charset Mismatch)
CWE ID	436
WASC ID	15
Referencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ http://code.google.com/p/browsersec/wiki/Part2#Character_set_handling_and_detection

Figura X-21 Desajuste de charset (encabezado versus meta charset)

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Divulgación de información - Comentarios sospechosos

Divulgación de información - Comentarios sospechosos

Fuente	generado por un escáner pasivo (Divulgación de información - Comentarios sospechosos)
CWE ID	200
WASC ID	13

Figura X-22 Divulgación de información - Comentarios sospechosos

Fuente: Herramienta OWASP ZAP

Cookie de alcance flexible

Cookie de alcance flexible

Fuente	generado por un escáner pasivo (Loosely Scoped Cookie)
CWE ID	565
WASC ID	15
Referencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ https://tools.ietf.org/html/rfc6265#section-4.1 ▪ https://owasp.org/www-project-web-security-testing-guide/v41/4-Web_Application_Security_Testing/06-Session_Management_Testing/02-Testing_for_Cookies_Attributes.html ▪ http://code.google.com/p/browsersec/wiki/Part2#Same-origin_policy_for_cookies

Figura X-23 Cookie de alcance flexible

Fuente: Herramienta OWASP ZAP