

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Ciencias e Ingeniería

**La nueva forma de manejar clientes: La administración de clientes
usando tecnologías de la información en la empresa
Hawa Solutions CIA. LTDA.**

Byron Marcelo Domínguez Rodríguez

Fausto Pasmay, MS. MBA., Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Ingeniero en Sistemas

Quito, mayo de 2015

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Ciencias e Ingeniería

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

**La nueva forma de manejar clientes: La administración de clientes
usando tecnologías de la información en la empresa
Hawa Solutions CIA. LTDA.**

Byron Marcelo Domínguez Rodríguez

Fausto Pasmay, M.Sc.,

Director de Tesis

Miembro del Comité de Tesis

Daniel Fellig, M.Sc.,

Miembro del Comité de Tesis

Mauricio Iturralde, Ph.D.,

Miembro del Comité de Tesis

Ximena Córdova, Ph.D.,

Decana de la Escuela de Ingeniería

Colegio de Ciencias e Ingeniería

Quito, mayo de 2015

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Byron Marcelo Domínguez Rodríguez

C. I.: 171628851-7

Fecha: Quito, mayo de 2015

DEDICATORIA

Siempre me he sentido feliz por la familia que tengo, se han preocupado de mí desde el momento en que llegué a este mundo, me han formado para saber cómo luchar y salir victorioso ante las adversidades de la vida. Muchos años después, sus enseñanzas no cesan, aquí estoy en un nuevo logro exitosamente conseguido, mi proyecto de tesis.

Agradezco a mi familia por todo y lo bien que me siento por tenerla.

RESUMEN

La tecnología es el medio fundamental para que hoy en día una empresa sea exitosa en cualquier campo. La empresa Hawa Solutions CIA.LTDA no contaba con un sistema de manejo de clientes, por lo que este proyecto se enfoca en implementar uno de los sistemas de manejo de clientes más reconocidos con nombre CRM, por sus siglas en inglés que significan Customer Relationship Management. Los módulos que van hacer implementados son: módulo de atención al cliente, módulo de marketing, módulo de administración de datos y automatización de procesos. Estos módulos permitirán a la empresa trabajar de manera más eficaz y optimizar recursos, lo que ayudará a mejorar tanto sus ventas como el seguimiento al cliente. Con la optimización de recursos y una mejor atención al cliente la empresa puede esperar aumentar sus ventas y mejorar su servicio que ofrece a sus diferentes clientes.

ABSTRACT

Nowadays technology is one of the key aspects for a company to be successful in any field. The company Hawa Solutions CIA.LTDA did not have a customer management system, so this project focuses on implementing one of the most recognized customer management systems, better known by its acronym CRM - Customer Relationship Management. The modules to be implemented will be the following: customer service module, marketing module, data management module and process automation. These modules allow the company to work more efficiently and optimize resources, which will help improve both sales and customer tracking. With the optimization of resources and better customer service the company can expect to increase sales and improve its offered services to its various customers.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| Resumen | 6 |
| Abstract..... | 7 |
| CAPÍTULO 1. Introducción..... | 12 |
| 1.1 ¿Qué es HAWA SOLUTIONS CIA.LTDA? | 12 |
| 1.1.1 Misión..... | 12 |
| 1.1.2 Visión | 13 |
| 1.2 Justificación..... | 13 |
| 1.3 Objetivos..... | 15 |
| 1.3.1 Objetivo General | 15 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos | 15 |
| CAPÍTULO 2. Marco Teórico..... | 17 |
| 2.1.1. Definición de CRM..... | 17 |
| 2.1.2. Características de un CRM..... | 18 |
| 2.1.3. Módulos de un CRM..... | 19 |
| 2.1.4. Ventajas de un CRM..... | 20 |
| 2.1.5. Desventajas de un CRM..... | 21 |
| 2.2. Cloud Computing | 22 |
| 2.2.1. Infrastructure as a Service (IaaS) | 22 |
| 2.2.2. Platform as a Service (PaaS) | 23 |
| 2.2.3. Software as a Service (SaaS)..... | 23 |
| 2.3. Evaluación de CRMs..... | 24 |
| 2.3.1. Microsoft Dynamics..... | 24 |
| 2.3.2. Zoho CRM..... | 26 |
| 2.3.3. Salesforce CRM..... | 27 |
| 2.3.4. Tabla Comparativa..... | 29 |
| CAPÍTULO 3. Implementación del CRM | 34 |
| 3.1 Análisis para la Implementación del CRM..... | 34 |
| 3.1.1 Requisitos del Sistema | 34 |
| 3.2 Diseño Conceptual..... | 35 |
| 3.2.1 Diagramas de Casos de Uso..... | 36 |
| 3.2.2 Casos de Uso: Gestión de Casos | 38 |
| 3.2.3 Casos de Uso: Gestión de Tareas..... | 38 |
| 3.2.4 Casos de Uso: Gestión de Contactos | 39 |
| 3.2.5 Casos de Uso: Gestión de Campañas..... | 39 |
| 3.2.6 Casos de Uso: Gestión de Datos | 40 |
| 3.2.7 Casos de Uso: Gestión de Usuarios..... | 40 |
| 3.2.8 Casos de Uso: Gestión de Marketing..... | 40 |
| 3.3 Implementación del CRM..... | 41 |

| | |
|---|------------|
| 3.3.1 Fase de Preparación..... | 42 |
| 3.3.2 Fase de Planeación..... | 44 |
| 3.3.3 Fase de Análisis..... | 45 |
| 3.3.4 Fase de Deployment o Implementación..... | 47 |
| 3.3.5 Fase de Capacitación..... | 49 |
| 3.3.6 Fase de Cierre y Puesta en Marcha | 49 |
| 3.3.7 Entrega de Manual de Usuario y Manual Administrativo..... | 50 |
| CAPÍTULO 4. Análisis de Costo – Beneficio del CRM..... | 51 |
| 4.1 Costos de la Implementación del CRM | 51 |
| 4.1.1 Costos de Licencias..... | 51 |
| 4.1.2 Costo de Honorarios | 52 |
| 4.1.3 Costo Total del CRM por Año..... | 54 |
| 4.2 Justificación Financiera..... | 54 |
| 4.3 Conclusión Análisis Costo – Beneficio..... | 56 |
| CAPÍTULO 5. Análisis de Resultados..... | 57 |
| 5.1 Resultados de la entrevista del CRM | 57 |
| 5.1.1 Pregunta 1 | 57 |
| 5.1.2 Pregunta 2 | 58 |
| 5.1.3 Pregunta 3 | 58 |
| 5.1.4 Pregunta 4..... | 59 |
| 5.1.5 Pregunta 5..... | 59 |
| 5.1.6 Pregunta 6..... | 60 |
| 5.1.7 Pregunta 7 | 60 |
| 5.1.8 Pregunta 8..... | 61 |
| 5.1.9 Pregunta 9..... | 61 |
| 5.1.10 Pregunta 10..... | 61 |
| 5.2 Resultados de la Entrevista | 62 |
| CAPÍTULO 6. Conclusiones y Recomendaciones..... | 63 |
| 6.1 Conclusiones | 63 |
| 6.2 Recomendaciones | 65 |
| CAPÍTULO 7. REFERENCIAS..... | 68 |
| ANEXO A: Manual de Usuario | 70 |
| ANEXO B: Manual de Administrativo..... | 94 |
| ANEXO C: Acta de Entrega – Recepción de Manuales | 100 |
| ANEXO D: Preguntas y Respuestas de la Entrevista | 101 |

TABLA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Módulos a implantarse en la empresa | 19 |
| Figura 2. Diagrama de Caso de Uso de Gerencia..... | 36 |
| Figura 3. Diagrama de Caso de Uso de Empleados | 37 |
| Figura 4. Diagrama de Caso de Uso de Cliente..... | 37 |
| Figura 5. Diagrama de Caso de Uso de Salesforce CRM..... | 38 |
| Figura 6. Diagrama de Implementación de Salesforce CRM en Hawa Solutions..... | 42 |
| Figura 7. Tabla Costos de Licencias..... | 52 |
| Figura 8. Tabla de Costo de Honorarios..... | 54 |
| Figura 9. Tabla de Costo Total del CRM por Año | 54 |
| Figura 10. Tabla de Total de Ventas Anuales 2014 | 54 |
| Figura 11. Tabla de Valor 45% más en Ventas | 55 |

SUMARIO DE ACRÓNIMOS

1. CRM: Customer Relationship Management
2. ITIL: Information Technology Infrastructure Library
3. COBIT: Control Objectives for Information and Related Technology
4. ITSM: IT Service Management
5. IT: Information Technology
6. CSV: Comma Separated Values
7. SaaS: Software as a Service
8. PaaS: Platform as a Service
9. IaaS: Infrastructure as a Service
10. ERP :Enterprise Resources Planing

CAPÍTULO 1. Introducción

1.1 ¿Qué es HAWA SOLUTIONS CIA.LTDA?

Hawa Solutions CIA.LTDA. es una empresa de consultoría, desarrollo e integración de sistemas de información fundada en el 2010 que busca facilitar la alineación de las Tecnologías de Información con la estrategia de negocio de nuestros clientes. La misma está formada por profesionales, siendo su principal fortaleza el elemento humano que la integra; con amplia experiencia, capacitación técnica continua y sobre todo un gran compromiso para apoyar a nuestros clientes a lograr sus expectativas en lo referente a procesos de TI dentro del país.

Hawa Solutions CIA.LTDA. se dedica a brindar productos de TICs (Tecnologías de la información y la comunicación). Los productos que se ofrecen son: software para eventos y manejo de software para tecnologías de la información (ITSM). Los servicios que brinda están relacionados con consultoría informática, desarrollo de aplicaciones móviles, diseño web, diseño publicitario y capacitaciones ITIL (Information Technology Infrastructure Library) y COBIT (Control Objectives for Information and Related Technology).

1.1.1 Misión

Potenciar los beneficios de la alineación e integración de las tecnologías de la información con el negocio de las Empresas por medio de Soluciones Innovadoras basadas en estándares, normas, marcos de trabajo y metodologías.

1.1.2 Visión

Ser una empresa de tecnología líder en el Ecuador, que se integre a la gestión de los clientes con el fin de dar un valor agregado a los productos y servicios de sus clientes mediante el uso de las Tecnologías de la Información.

1.2 Justificación

En la Empresa Hawa Solutions CIA.LTDA. se va a implementar un sistema inteligente conocido como CRM (Customer Relationship Management); para esto es necesario contar con algunas decisiones y cambios dentro de la misma Empresa por parte de la gerencia. Estas decisiones se complican debido a algunos obstáculos como lo son la resistencia del personal a los cambios, el financiamiento de la implantación del programa, los beneficios que deberán materializarse y que los requerimientos sean cumplidos tal como se propone.

La implementación del sistema CRM permite tener disponibles datos para gestión de clientes, ahorrando tiempo y esfuerzo, gracias a que se encontrará rápidamente en línea la información que servirá para la optimización de tareas. Este sistema será de práctica utilidad a la Empresa Hawa Solutions para obtener información confiable en línea que ayudará a los directivos de la empresa a tomar decisiones eficaces y oportunas.

Hawa Solutions se ha dado cuenta que cada vez se hace más compleja la administración y le es necesario un cambio fundamental. Para esto es necesaria información confiable que ayude a mejorar las operaciones actuales. La Gerencia debe convencerse que

la habilidad de su compañía para lograr una ventaja competitiva depende de lograr entregar información en línea a todos sus colaboradores que mejoren la atención al cliente.

El sistema le permite a la Empresa:

- Centralizar y automatizar la información: La información va a tener mayor consistencia ya que no van a existir duplicados de datos donde esta sea editable. Esta estará siempre disponible para crear reportes y estadísticas automáticamente.
- Integrar a sus clientes, mediante estrategias.
- Integrar las áreas que tengan relación. De esta manera el funcionamiento entre ellas se optimiza, logrando eficacia y coordinación en el trabajo.
- Simplificar el trabajo. Las tareas serán más fáciles de realizar ya que se tendrá un mejor seguimiento de las mismas.
- Tener un mayor control sobre el talento humano y la información capturada en la base de datos que permita conocer al cliente para establecer una estrecha relación, y así aumentar las ventas.

Es necesario una capacitación continua al personal que va a utilizar esta plataforma informática.

Dado que hoy en día se habla de un mundo globalizado es necesario que las empresas comerciales o públicas, sean estas pequeñas o grandes, utilicen nuevas tecnologías que ayuden a sus directivos a tomar decisiones en base a información que permita optimizar los recursos. Con la implementación de sistemas informáticos de última generación, la economía de la Empresa mejorará sustentablemente.

Estos sistemas permiten conocer en todo momento las diferentes agendas de actividades y acceder a los datos relacionados de los contactos. Toda esta información puede

ser visualizada desde un navegador Web o desde un dispositivo móvil, mejorando así la eficacia de los procesos mediante la movilidad y disponibilidad.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Implementar los módulos de atención al cliente, automatización de marketing, administración de datos y automatización del CRM Salesforce para mejorar la administración de clientes en la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar los requisitos necesarios para que funcione el sistema de CRM en cada uno de los computadores que existen en la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA.
- Implementar el módulo de atención al cliente del CRM de Salesforce.
 - Configurar el módulo de atención al cliente con soluciones, ruta de casos, flujos de trabajo y conexión de email.
- Implementar el módulo de automatización de marketing del CRM de Salesforce.
 - Configurar el módulo de automatización con gestión de campañas y marketing por correo electrónico.
- Implementar el módulo administración de datos del CRM de Salesforce.
 - Configurar el módulo de datos con las opciones de privilegios de usuarios, verificación de datos e integridad de los datos.
- Implementar el módulo de automatización del CRM de Salesforce.

- Configurar el módulo de automatización con las siguientes tareas: flujo de trabajo, establecer respuestas automáticas, alertas y notificaciones por adelantado.
- Evaluar si el CRM fue implementado correctamente y si satisface las necesidades de la empresa.
 - Determinar si las diferentes funciones implementadas de CRM cumplen con las expectativas de la empresa mediante una entrevista al gerente de la empresa.
- Documentar la información del CRM para el desarrollo del manual de usuario y manual administrativo.
 - Desarrollar el manual de usuario para el mejor manejo del CRM.
 - Obtener la información necesaria para desarrollar el manual administrativo y poder añadir o quitar módulos del CRM.
- Capacitar a los empleados con la nueva plataforma que se va utilizar en la empresa.
- Determinar la nómina de los participantes a ser capacitados.

CAPÍTULO 2. Marco Teórico

2.1. Customer Relationship Management (CRM)

2.1.1. Definición de CRM

CRM, como sus siglas nos indican, significa Customer Relationship Management (“Administración de la Relación con el cliente” en español), es una herramienta informática que permite llevar una mejor relación con los clientes de la empresa y permite mejorar su trato con el cliente y así mejorar sus ventas. A continuación, algunos autores describen qué es un CRM:

Joseph S. Sherif, Michael y Newby explica brevemente qué es un CRM y para qué sirve: “Customer Relationship Management (CRM) es un sistema de información que rastrea las interacciones de los clientes con la empresa y permite a los empleados levantar información sobre los clientes, tales como las ventas pasadas, registros de servicio, registros pendientes; y problemas sin resolver se activan instantáneamente. Este trabajo tiene como objetivo proponer estrategias para la implementación exitosa de CRM y discute las barreras a la CRM en el e-business y m-business” (Thuy Uyen H, Sherif, & Newby, 2007).

Hoy en día los CRM han avanzado considerablemente y el número de funcionalidades han aumentado en gran cantidad. Chen nos dice brevemente qué es un CRM y para qué se utiliza: “Customer Relationship Management (CRM) es una combinación de personas, procesos y tecnología que trata de entender a los clientes de una empresa. Se trata de un enfoque integrado de la gestión de las relaciones, centrándose en la retención de clientes y el desarrollo de la relación.” (Injazz J & Popovich, 2003).

2.1.2. Características de un CRM

Los CRM tienen ciertas características básicas y cada CRM aumenta funcionalidades según su aplicación. Algunas características principales que muestra G2K son:

“El CRM está ideado para el almacenamiento del máximo volumen de información que pueden ser integradas con herramientas de Business Intelligence. Estos datos pueden ser transformados en información útil para toma de decisiones. El CRM permite decidir y actuar a tiempo. El correcto tratamiento de sus datos le permitirá tomar las decisiones estratégicas que van a definir la calidad y efectividad de su negocio frente a su competencia.” (CRM G. , 2015).

Algunas de las características de un CRM son:

- Tener una interfaz simple, donde el usuario pueda entender las diferentes funcionalidades sin mucho esfuerzo; un buen diseño de interfaz caracteriza a un CRM por su óptimo funcionamiento.
- Tener un alto nivel de accesibilidad, ya que en el ámbito laboral de hoy en día se necesita siempre estar conectado con la empresa para poder conocer su estado y así poder realizar en forma óptima y oportuna todos los procesos necesarios al tener la información en línea.
- Tener un mejor control de la empresa y saber en qué estado se encuentra para realizar alguna compra o venta.
- Ayuda a generar una mejor relación entre clientes y la empresa, empleados y proveedores, la cual beneficia tanto a la empresa como a los clientes que tendrán mayor fiabilidad.
- Permite manejar de mejor manera los datos de la empresa como por ejemplo: contactos, proveedores, vendedores, clientes en general, etc.

2.1.3. Módulos de un CRM

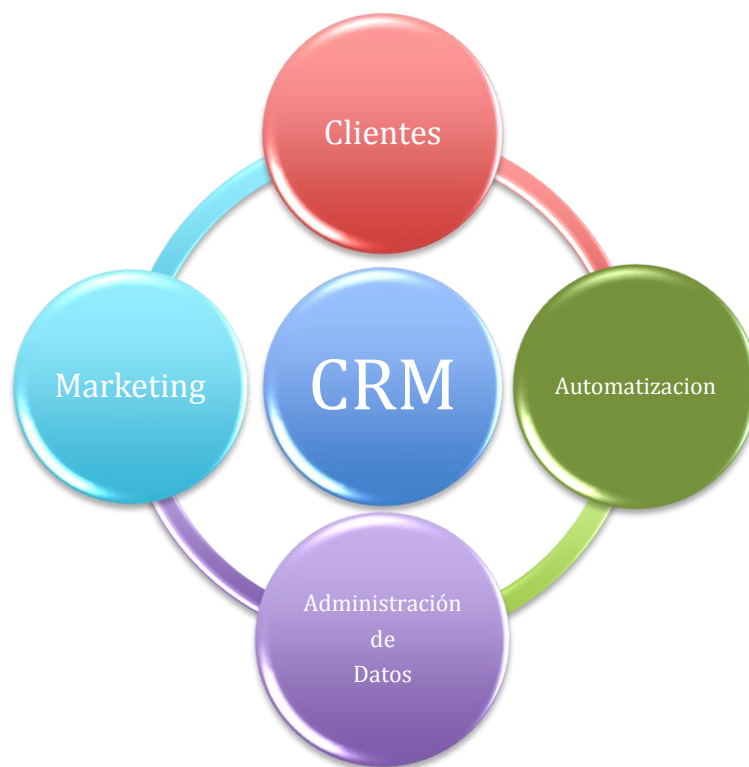


Figura 1. Módulos a implantarse en la empresa

Openweberp describe brevemente los módulos básicos que necesita un CRM:

“Algunos módulos básicos de Interés son los que tratan sobre la gestión de Contactos y sobre las funcionalidades propiamente dichas de CRM. Existen otros módulos que permiten agregar funcionalidad para aspectos relacionados con la contabilidad analítica, etc., pero en este post, sólo se mencionarán los más sencillos y básicos que han de ser instalados para una correcta gestión CRM” (Openweberp, 2015).

A continuación se describe los módulos básicos que debería tener un CRM dentro de una empresa:

- Módulo de Ventas, dentro de este módulo se tiene todo lo relacionado a ventas como: catálogo de productos, catálogo de precios, oportunidades de ventas, campañas de ventas, manejo de cuentas, manejo de oportunidades contactos y manejo de tareas.
- Módulo de Marketing. Dentro del módulo de marketing tenemos manejo de campañas de marketing, marketing por e-mail, contactos, clientes e informes.
- Módulo de Servicios y Soporte. Contiene servicios de mantenimiento del sistema y soporte técnico.
- Módulo de Reportes. En este módulo está contemplado todo informe estadístico que se solicite, la presentación de los reportes puede ser en gráficos o por medio de datos.
- Módulo de Manejo de Datos. Dentro de este módulo tenemos importación y exportación de datos, backups de las bases de datos, los cuales son acumulativos, de ser necesario se eliminarán los registros en forma masiva.

Estos módulos son los básicos en todos los CRM. Además se puede agregar módulos extras como por ejemplo: conexión a dispositivos móviles, almacenamiento en la nube, todo lo que se refiere a plugins de aplicaciones externas al CRM.

2.1.4. Ventajas de un CRM

El sistema CRM trae varias ventajas, como explica Marianna Sigala: “El CRM sirve para reducir los costos de operación y mejorar la eficacia global de las operaciones de negocio, centrándose en la calidad, la velocidad, la flexibilidad y el tiempo de comercialización” (Sigala, 2004) beneficios a la empresa los cuales se describen brevemente a continuación:

- Mejora la fiabilidad de los clientes.
- Optimiza los procesos internos de la compañía o empresa.
- El CRM ayuda a identificar qué tiene la empresa.
- Las bases de datos van a ser más sólidas.
- El marketing y las ventas van a incrementar.
- CRM ayuda a que el cliente tenga un trato personalizado, el cual se basa en la información necesaria.

2.1.5. Desventajas de un CRM

Los CRM traen beneficios a la empresa, pero también se pueden dar desventajas como por ejemplo: “Ante todo, equivocarse en la elección de las herramientas puede complicar el CRM. Por eso hay que pensar previamente en la clase de herramientas que le conviene a la estructura para seguir la relación con sus clientes y sus prospectos. El CRM no es fácil de establecer, hay que tener cuidado con elegir correctamente las herramientas” (Talcod, 2013) A continuación se mencionan otras desventajas que tiene un CRM:

- El alto costo que implica la implementación.
- Si el CRM no tienen un buen diseño de interface dificultará el manejo por lo que la aplicación puede caer en desuso y por ende existirá resistencia al cambio por parte del personal.
- La conectividad con internet muchas veces ocasiona problemas. Como por ejemplo saturación de la red, no tener acceso a internet entre otras.

2.2. Cloud Computing

Cloud Computing se refiere a usar recursos mediante internet, los cuales pueden ser servicios como data centers, almacenamiento y aplicaciones. Existen tres tipos de nubes: nube privada, nube pública y nube híbrida.

Algunas características del Cloud Computing son la virtualización, es escalable y el multipropósito. Estas características hacen que el Cloud Computing sea una buena alternativa para pequeñas empresas dado que el gasto no es elevado. “Al igual que en el comercio electrónico, Cloud Computing es una de las terminologías técnicas más vagas de la historia. Una de las razones es que la computación en nube puede ser utilizado en muchos escenarios, la otra razón es que la computación en nube será promocionada por muchas empresas para la promoción de negocios” (Zhang, Cheng, & Boutaba, 2010)

El Cloud Computing tiene tres niveles de servicio que se enumeran a continuación:

- Infrastructure as a Service (IaaS)
- Platform as a Service (PaaS)
- Software as a Service (SaaS)

2.2.1. Infrastructure as a Service (IaaS)

El primer pilar del segmento de la computación en nube es la infraestructura que representa en gran medida la columna vertebral de todo el concepto de Cloud Computing: “Infraestructura como Servicio (IaaS) sirve como capa de base para los demás modelos de entrega, y la falta de seguridad en esta capa sin duda afectará a los otros modelos de entrega, es decir PaaS y SaaS, que se construyen sobre la capa IaaS” (Dawoud, Takouna, & Meinel, 2010). Se refiere a dar servicios de almacenamiento, servidores, conectividad, firewalls,

routers, switches, etc. Los cuales son virtualizados y pueden tener acceso por internet. Ejemplo: Amazon Web Services EC2.

2.2.2. Platform as a Service (PaaS)

La plataforma de computación en nube permite a los usuarios acceder a aplicaciones en servidores centralizados, sustentándose en la infraestructura de la nube. De esta manera, permite el funcionamiento de las aplicaciones y facilita la implementación de las mismas sin el costo y la complejidad de mantener múltiples capas de hardware y software como ha ocurrido hasta ahora. Las ofertas de PaaS pueden dar servicio a todas las fases del ciclo de desarrollo y pruebas del software o pueden estar especializadas en cualquier área en particular, tal como la administración de la plataforma.

Plataforma como servicio se refiere a una solución que no sólo proporciona la infraestructura de hardware, sino también el software y plataformas de desarrollo para su equipo. “El proveedor del sistema hace que la mayor parte de las decisiones que determinan el funcionamiento de la infraestructura de aplicaciones se han tomada por ellos y no por el usuario de la plataforma” (Lawton, 2008). Por ejemplo tenemos Google App Engine, Windows Azure o Wordpress que permiten el desarrollo de aplicaciones o páginas web directamente en la nube.

2.2.3. Software as a Service (SaaS)

Es el más conocido de los tres niveles. Estos programas son de clientes o instituciones finales que utilizan el software para ayudar, mejorar o cubrir algunos de los procesos de su empresa. “Software as a Service siempre se usa a través del navegador y es también un modelo de negocio que crece según la demanda que cada empresa o usuario tenga” (Ma,

2007). Tiene flexibilidad o escalabilidad para añadir o quitar usuarios que hacen uso de esta plataforma. Muchos de estos sistemas se utilizan en empresas, y algunos sistemas que se encuentran en la nube son CRM o ERPs (Enterprise Resources Planing).

Existen varios tipos de nube que son los siguientes: nube privada, nube comunitaria, nube pública y nube híbrida (Mell, 2011). Software as a Service es una de las capas que los usuarios utilizan más en comparación a las demás. Uno de estos sistemas como servicio en la nube es el CRM Salesforce en el que se enfoca este trabajo.

2.3. Evaluación de CRMs

2.3.1. Microsoft Dynamics



En la página oficial de Microsoft Dynamics, está un breve resumen acerca de este CRM que dice:

“Microsoft Dynamics CRM es nuestra solución de negocios de administración de relaciones con los clientes (CRM) que impulsa la productividad de ventas y la eficacia del marketing, mediante conocimientos de redes sociales, inteligencia de negocios y administración de campañas en la nube, de forma local, o con una combinación híbrida.

La administración de relaciones con los clientes (CRM) le ayuda a reducir costos y aumentar la rentabilidad, al organizar y automatizar los procesos de negocio que promueven la satisfacción y fidelidad del cliente en los campos de ventas, marketing y servicio al cliente. Las soluciones CRM pueden entregar retorno de inversión mediante la automatización de marketing, servicio al cliente y la automatización de la fuerza de ventas.

Ofrecemos también plataformas y aplicaciones CRM móviles que permiten administrar las relaciones con los clientes en dispositivos móviles, junto con herramientas que integran datos y creación de informes de medios sociales directamente desde la aplicación CRM.” (Microsoft, Microsoft Dynamics CRM - Administración de las relaciones con los clientes, s.f.)

Este CRM tiene 4 módulos que se enfocan en diferentes áreas de la empresa. El primer módulo es ventas: Dynamics CRM se enfocará en tener mayor conocimiento de sus clientes, lo que ayudará a tomar decisiones de compra antes de que se relacione con los clientes. El departamento de ventas de la empresa se debe adaptar a esta nueva herramienta. Microsoft Dynamics CRM permitirá centrarse y vender más productos.

El segundo módulo es servicio que se enfocará en la atención al cliente en todo momento. Este módulo ayudará a que los clientes tengan una mejor calidad de servicio a la hora de tener algún inconveniente. Este módulo ayudará a ganar fidelidad, potenciar a sus agentes e impulsar la resolución con un servicio excelente.

El tercer módulo es Marketing. Este se encuentra en cambio constante y tiene que convencer a los clientes de nuevas formas por medio de nuevos medios mostrando la rentabilidad de las inversiones. Microsoft Dynamics ayudará a cautivar a los clientes y demostrar el impacto.

El último módulo es Social que se enfoca en analizar las redes sociales e informar sobre las excelentes experiencias del cliente, a la vez que destacan las tendencias del mercado e impacto de su marca.

Algunas desventajas de Dynamics CRM son el costo de implementación, el proceso de implementación que puede tener retrasos por molestias durante el proceso, el tiempo de

implementación es un poco más que otras CRMs por su complejidad a la hora de la implementación, y otro riesgo es que puede que no sea eficaz y adaptable para la empresa.

La lista de precios de Microsoft Dynamics CRM la podemos encontrar en el siguiente link <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/pricing-list.aspx?SortField1=Ecuador>. Y el precio del CRM Online básico es de \$30 dólares/usuario/mes y tenemos varios productos donde varia el precio según su funcionalidad. (Microsoft, Microsoft Dynamics, s.f.)

2.3.2. Zoho CRM



Zoho es una plataforma de IT que se encuentra compitiendo en el mercado.

Zoho CRM es desarrollado por AdvenNet que fue fundada en 1996. Zoho está enfocada a pequeñas y medianas empresas. Es un CRM que se encuentra en la nube y tiene varios módulos: módulo de ventas, mercadeo, inventario, soporte, reportes, personalización, seguridad, flujos de trabajo, formularios web y plugins. Algunas ventajas de este CRM es que es robusto, flexible y muy intuitivo para el usuario por su diseño de interfaz, tiene altos estándares de seguridad, se puede abrir desde cualquier navegador de internet sin necesidad de instalar complementos, y da una visión general de todo el negocio, entre otros.

Zoho CRM cuenta con varios paquetes y para empresas pequeñas tiene un paquete gratis. El paquete estándar tiene el precio de \$12 dólares por usuario/mes, el paquete profesional tiene un valor de \$20 dólares por usuario/mes y el último paquete Enterprise

tiene un valor de \$35 dólares por usuario/mes. Lo que varía entre los paquetes son funcionalidades que se les va añadiendo al CRM. (Zoho, s.f.)

2.3.3. Salesforce CRM



SalesForce CRM es un sistema para el manejo de relación de clientes diseñada en plataforma Web, el cual se encuentra en la última capa de Cloud Computing, más conocida como SaaS. El sistema ayuda al usuario a ser más eficiente y eficaz al momento de implantar, administrar y operar la información en beneficio de la empresa.

La aplicación CRM genera resultados para la toma de decisiones y con los datos que obtenemos se puede reorganizar o mantener una estructura adecuada que optimice y maximice los recursos de la empresa.

“Las herramientas que ofrece este sistema está completamente orientadas al usuario final permitiéndole una planeación, orientación, dirección, ejecución y control de la empresa, lo que le permite en forma oportuna monitorear diariamente todo lo que la empresa hace a fin de cumplir sus metas” (CRM S. , What is CRM?, s.f.).

SalesForce CRM al igual que los demás CRM cuenta con diferentes módulos.

El primer módulo es el de ventas, el cual va a permitir a la empresa encontrar más clientes potenciales, con mayor rapidez y crear su red de clientes de manera más

rápida. Este módulo también permite automatizar todos los procesos de ventas y también ayudará al personal tomar decisiones más inteligentes.

El segundo módulo es servicio, el cual permitirá a la empresa ser más flexible en el soporte, más intuitivo y más responsivo al momento de dar servicio al cliente. Siempre se podrá dar soporte a los clientes cuando ellos lo necesiten, en cualquier hora y en cualquier lugar. Otra ventaja es que tiene un soporte multicanal, el cual permitirá servir a los clientes de mejor manera por dispositivos o aplicaciones que los clientes usarán diariamente.

El tercer módulo es el de marketing. Con este módulo se tendrá una mayor interacción con el cliente. Con la creación personalizada de marketing, los clientes tendrán varios canales personalizados que ofrezcan experiencias de marca excepcionales a través de correo electrónico, móvil, redes sociales y web. Se puede crear comunicaciones personalizadas que van a ser enviadas en tiempo real a los clientes. También se puede planear, personalizar y optimizar las agendas de los clientes mediante todos los canales, dispositivos y etapas del ciclo de vida.

El cuarto módulo que ofrece este CRM es el de comunidad. Con este módulo se puede conectar clientes, proveedores y personal de una forma directa con la información, aplicaciones o personas expertas que ellos necesiten para completar cualquier proceso. Acelera los proyectos colaborativos con las agencias, vendedores y proveedores y construye una buena relación interactuado directamente con los clientes. Un quinto módulo que tiene Salesforce CRM es el de Analytics, el cual crea análisis rápidos de cualquier información que se necesite. Con este módulo se ahorrará tiempo determinando nuevas oportunidades, los desarrolladores podrán construir, personalizar

y enviar análisis personalizados para cualquier proceso de compra o venta que se esté realizando.

Los precios de este CRM varían según la funcionalidad al igual que los demás. Salesforce cuenta con 4 planes, los cuales se pagan por usuario cada mes. El primer paquete se llama Group que sirve hasta 5 usuarios y tiene un valor de \$25 dólares por usuario/mes, el segundo paquete es el Professional, el cual tiene un valor de \$65 dólares por usuario/mes y no tiene un límite en el tamaño de la empresa. El tercer plan es Enterprise el cual tiene un valor de \$125 dólares por usuario/mes y el cuarto plan es Unlimited que tiene un valor de \$300 dólares por usuario/mes (CRM S. , Salesforce Pricing & Editions, s.f.).

2.3.4. Tabla Comparativa

A continuación se compara los diferentes CRMs que se analizó para implementar en la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA.

| CRM Feature List | Zoho CRM | Microsoft Dynamics CRM | Salesforce CRM |
|---|-----------------|-------------------------------|-----------------------|
| Precio / usuario / mes | \$12 | \$44 | \$65 |
| Precio / usuario / año | \$130 | \$528 | \$780 |
| Límites de Usuarios | Ilimitado | Ilimitado | Ilimitado |
| VENTAS | | | |
| Cuentas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Seguimiento e historial de actividades | Incluido | Incluido | Incluido |
| Business to Business (B2B) configuration | Incluido | Incluido | Incluido |
| Business to Consumer (B2C) configuration | Incluido | Incluido | Incluido |
| Seguimiento de la competencia | | | Incluido |
| Contactos | Incluido | Incluido | Incluido |
| gestión de contratos | Incluido | Incluido | Incluido |
| Proceso de ventas personalizable | Incluido | Incluido | Incluido |
| Documentación y biblioteca de contenido integrado | Incluido | Incluido | Incluido |
| CRM Feature List | Incluido | Incluido | Incluido |

| | | | |
|---|----------|----------|-----------|
| Precio / usuario / mes | Incluido | Incluido | Incluido |
| Seguimiento de Oportunidades | Incluido | Incluido | Incluido |
| Catálogo de productos y seguimiento | Incluido | Incluido | Incluido |
| Manejo de Citas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Previsión de Ventas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Equipo de Ventas | Incluido | Incluido | |
| Gestión del Territorio | Incluido | | |
| Metodologías de ventas de terceros | Incluido | | Plugin |
| MARKETING | | | |
| Cuadros de Campaña | Incluido | Incluido | Incluido |
| Campañas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Marketing por Email | Incluido | Incluido | Incluido |
| Google AdWords | | | Incluido |
| Campañas de Marketing | Incluido | Incluido | Incluido |
| Reportes de Marketing | Incluido | Incluido | Incluido |
| Email Masivo | Incluido | Incluido | Incluido |
| Límites de Emails Masivos por día | 250 | | 500 |
| Manejador de Hoja Informativo | Incluido | Incluido | Incluido |
| SOPORTE TECNICO | | | |
| Seguimiento de Errores | Incluido | Incluido | Incluido |
| Call Center | Incluido | Incluido | Incluido |
| Escalada de Caso y Colas | | | Incluido |
| Manejo de Casos | Incluido | Incluido | Incluido |
| Atención al cliente en manejo de Emails | Incluido | Incluido | Incluido |
| Correo Electrónico | Incluido | Incluido | Incluido |
| Facebook | Incluido | | Plugin |
| Google Apps | Incluido | | Incluido |
| LinkedIn | Incluido | | Plugin |
| Maps | Incluido | | Incluido |
| Ventas inteligentes | Incluido | | Incluido |
| Colaboración Social con los clientes | Incluido | | |
| Twitter | Incluido | | Plugin |
| MOBILE CRM | | | |
| Acceso desde SmartPhones | Incluido | Incluido | Incluido |
| App para Android | Incluido | | |
| App para BlackBerry | | | Adicional |
| App para iPad | Incluido | | |
| App para iPhone | Incluido | | Adicional |
| App para Windows Mobile | | Incluido | Adicional |
| GLOBAL CRM | | | |
| Numero de Idiomas | 20 | 41 | 16 |
| Soporte Multi-moneda | | Incluido | Incluido |
| Email; Plug-in para Microsoft Outlook | Incluido | Incluido | Incluido |

| | | | |
|---|-----------------------|----------|-----------|
| Archivador de correo electrónico | Incluido | Incluido | Incluido |
| Cliente nativo de correo electrónico | Incluido | Incluido | |
| Plantillas y seguimiento de Emails | Incluido | Incluido | Incluido |
| Integración con Google Docs | Incluido | | Incluido |
| Páginas Destino | Incluido | Incluido | Incluido |
| Integración con Word & Excel | Incluido | Incluido | Incluido |
| Acceso Fuera de Línea | Tablets y smartphones | Incluido | Adicional |
| Recordatorios y alertas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Búsquedas y Búsquedas Globales | Incluido | Incluido | Incluido |
| Tareas | Incluido | Incluido | Incluido |
| REPORTERÍA | | | |
| Gráficos Avanzados | Incluido | Incluido | Incluido |
| Análisis Instantáneos | Incluido | | Incluido |
| Reportes Personalizados | Incluido | Incluido | Incluido |
| Previsión Personalizable | Incluido | Incluido | Incluido |
| Cuadros de Mando | Incluido | Incluido | Incluido |
| Cuadros de Mando – Personalizable | Incluido | Incluido | Incluido |
| Cuadros de Mando – Flujo de Ventas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Informes en Tablas | Incluido | Incluido | Incluido |
| Informes pre construidos | Incluido | Incluido | Incluido |
| Acceso a Reportes de solo lectura | Incluido | Incluido | |
| Informes Programados | Incluido | Incluido | Incluido |
| COLABORACIÓN | | | |
| Manejo de Actividades | Incluido | Incluido | Incluido |
| Flujo de Actividades | | | Incluido |
| Adjunto y manejo de documentos | Incluido | Incluido | Incluido |
| Automatización del Flujo de Trabajo | Incluido | Incluido | |
| PROJECT MANAGEMENT | | | |
| Manejo de Proyectos | Módulo Zoho Project | | |
| Gráficos y cuadrículas de Gantt | Módulo Zoho Project | | Incluido |
| CONFIGURATION | | | |
| Asignación de Notificaciones | Incluido | Incluido | Incluido |
| Celdas Calculadoras | Incluido | | Incluido |
| Pestañas Configurables | Incluido | Incluido | Incluido |
| Celdas Personalizables | Incluido | Incluido | Incluido |
| Celdas personalizables por Modulo u objetos | 130 | 213 | 100 |
| Diseños Personalizados con Drag-and-drop | Incluido | Incluido | Incluido |
| Campos de Imagen | Incluido | Incluido | Incluido |

| | | | |
|--|----------|----------|-----------|
| Reglas de automatización del flujo de trabajo | Incluido | Incluido | |
| USUARIO INTERFACE CONFIGURATION | | | |
| Arrastre para personalizar la página de inicio | Incluido | Incluido | Incluido |
| Módulo Constructor | Incluido | Incluido | Incluido |
| PERSONALIZACIÓN | | | |
| Módulos Personalizados/Objetos Personalizados | Incluido | Incluido | Incluido |
| Tipos de Registro Personalizado | Incluido | Incluido | Incluido |
| Aplicaciones Integradas de Terceros | Incluido | Plugin | Plugin |
| SEGURIDAD | | | |
| Control de acceso por Usuario | Incluido | Incluido | Incluido |
| Control de Acceso por Grupo o Equipo | Incluido | Incluido | Incluido |
| Control de Acceso por Rol | Incluido | Incluido | Incluido |
| Manejo avanzado del Password | Incluido | Incluido | Incluido |
| MANEJO DE DATOS Y RESPALDOS DE LA BASE DE DATOS | | | |
| Importador de Datos | Incluido | Incluido | Incluido |
| Cargador de Información | Incluido | | |
| Base de Datos backup y exportación | Incluido | Incluido | Incluido |
| Soporte para Microsoft SQL Server | Incluido | Incluido | |
| CLOUD COMPUTING | | | |
| Copia de seguridad de base de datos programada y exportación | Incluido | | Adicional |
| Nube Partner | Incluido | Incluido | |
| Nube Proveedor (alojado SaaS) | Incluido | Incluido | Incluido |
| PARTNER | | | |
| La Gestión de Canales de Socio | Incluido | | |
| Portal de socios y comunidad | Incluido | | |
| Colaboración de Partners en tiempo real | Incluido | | Incluido |

Tabla 1 - Tabla Comparativa CRMs

Editado por: Byron Domínguez

Comparando las diferentes características de los CRMs, se puede determinar que el CRM más adecuado para la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA. es Salesforce CRM, el cual cuenta con los componentes necesarios para que la empresa tenga un rendimiento óptimo y sin desperdiciar recursos del CRM. Comparando con Zoho CRM, este tiene

muchas funcionalidades extras, pero por la popularidad, estabilidad y comentarios de este CRM, no se lo consideró para implementarlo en la empresa ya que la estabilidad y popularidad hacen que un CRM sea más considerado que otro. Microsoft Dynamics CRM tiene características similares a los demás, pero se descartó por su dificultad al momento de implantarlo en la empresa, ya que tiene una compleja interacción de los componentes de Microsoft como Exchange Server, SQL Server y Windows Server y este proceso conlleva mucho tiempo y recursos (Microsoft, Requisitos del sistema y tecnologías necesarias de Microsoft Dynamics CRM 2015, s.f.).

Aparte de que se debía comprar licencias y tener un servidor con licencias Windows para que funcione adecuadamente.

Se optó implementar un CRM con mucha popularidad, estable y fácilmente escalable a cualquier empresa. Salesforce CRM es la mejor opción para ser implementado en Hawa Solutions CIA.LTDA. por las características y las ventajas que brindará a la empresa.

CAPÍTULO 3. Implementación del CRM

3.1 Análisis para la Implementación del CRM

En este capítulo se detallan los principales procesos que se van a realizar con el personal de la empresa, utilizando diagramas de casos de uso, como el proceso de gerencia y de otros empleados. En esta parte se explicará el diseño conceptual de la implementación del CRM Salesforce que se realizó. Para iniciar una implementación se comienza con lo que dice Franka Piskar y Armand Faganel:

“La implementación del CRM comienza con la decisión estratégica de cambiar o mejorar los procesos de negocio en la organización y de invertir en un sistema de información mejorado. Apoyado de la dirección y del gerente del proyecto la introducción sistemática del mismo son de esencial importancia. El director del proyecto tiene que saber el entorno externo e interno de la organización. Esto significa que el gerente del proyecto tiene que conocer a los clientes, su demandas y anticipaciones, oportunidades y amenazas en el mercado, fortalezas y debilidades dentro de la organización, y que debe tener la capacidad para imponerlo” (Piskar & Faganel, 2009)

3.1.1 Requisitos del Sistema

Los requerimientos del sistema para que el CRM funcione correctamente son mínimos ya que al tratarse de una plataforma web lo que básicamente se requiere es lo siguiente:

- Conexión a internet. Necesita un buen ancho de banda para poder utilizar el CRM.
Requerimiento mínimo 2 MB de descarga y subida.

- Sistema Operativo: Windows 7, Windows 8, Mac y Linux. El sistema operativo es irrelevante ya que el CRM se encuentra en la nube.
- Navegador: Firefox y Chrome (Internet Explorer no se admite).
- Memoria RAM: 1GB como requerimiento mínimo.
- Procesador: Atom o superior.

Todos estos requerimientos ya se encuentran presentes en las computadoras portátiles de la empresa, Estas son de alto desempeño con características mucho más altas a las que requiere el CRM. Es así que se determina que la empresa se encuentra lista para implementar Salesforce CRM.

3.2 Diseño Conceptual

En el diseño conceptual existen 3 actores principales:

- Gerente. - Persona que va a tener total acceso a las funcionalidades del CRM y puede interactuar tanto con el vendedor como con el cliente. Es el actor que tiene mayor acceso sobre el CRM, además puede dar los permisos correspondientes a cada usuario del sistema según las funciones designadas al personal.
- Vendedor. - Persona que tiene acceso al CRM, pero no a todas sus funcionalidades por motivos de roles administrativos. Se encargará de realizar cotizaciones, enviar correos electrónicos, manejar la agenda de clientes, lista de contactos, etc. Tiene limitación en algunas funcionalidades del CRM ya que dependerá de los permisos de usuario que tenga.
- Cliente. - Persona que se va a beneficiar con el uso del CRM por parte de la empresa, no tiene ningún acceso al CRM. El cliente no va a tener acceso al CRM, pero es el

que se va a beneficiar más con el sistema porque la empresa tendrá la información necesaria para un mejor seguimiento y atención al cliente.

3.2.1 Diagramas de Casos de Uso

A continuación, se muestra el diagrama de casos de uso para cada uno de los actores y también un diagrama de uso del CRM que permitirá observar cómo es la relación entre gerente de la empresa, empleado y cliente. A su vez, la relación específica que cada uno ellos tienen entre sí.

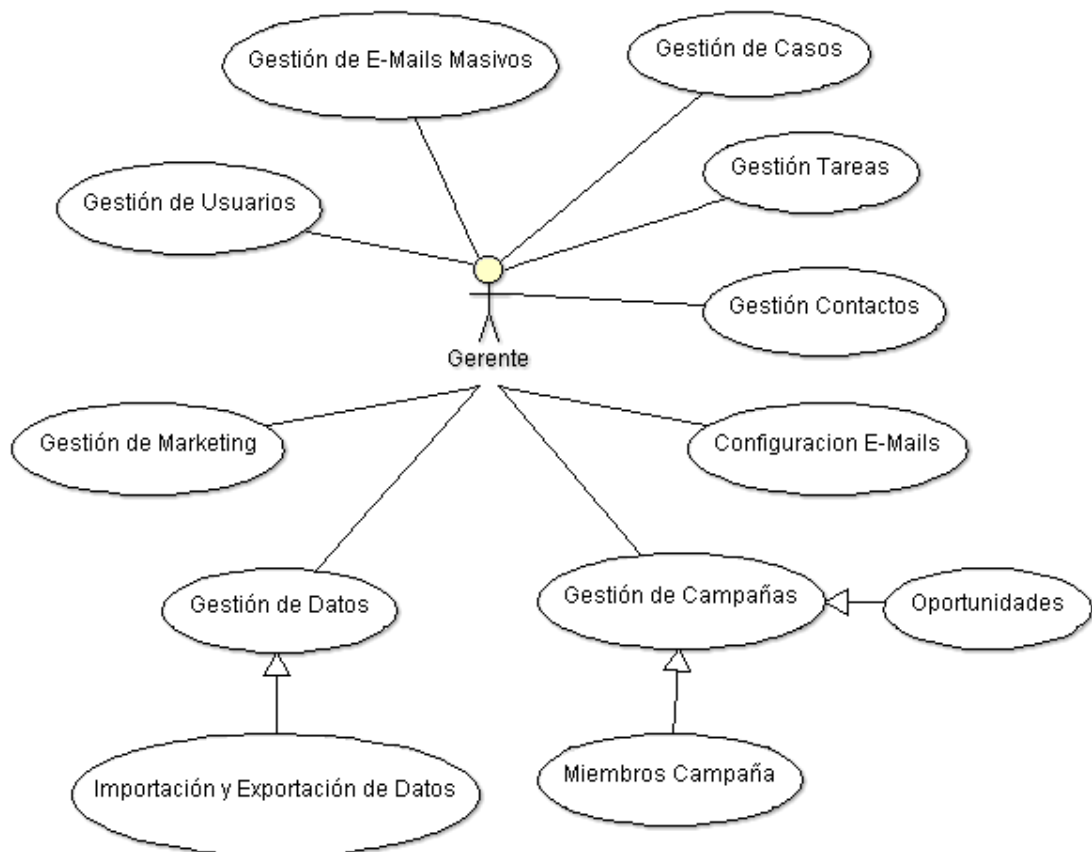


Figura 2. Diagrama de Caso de Uso de Gerencia

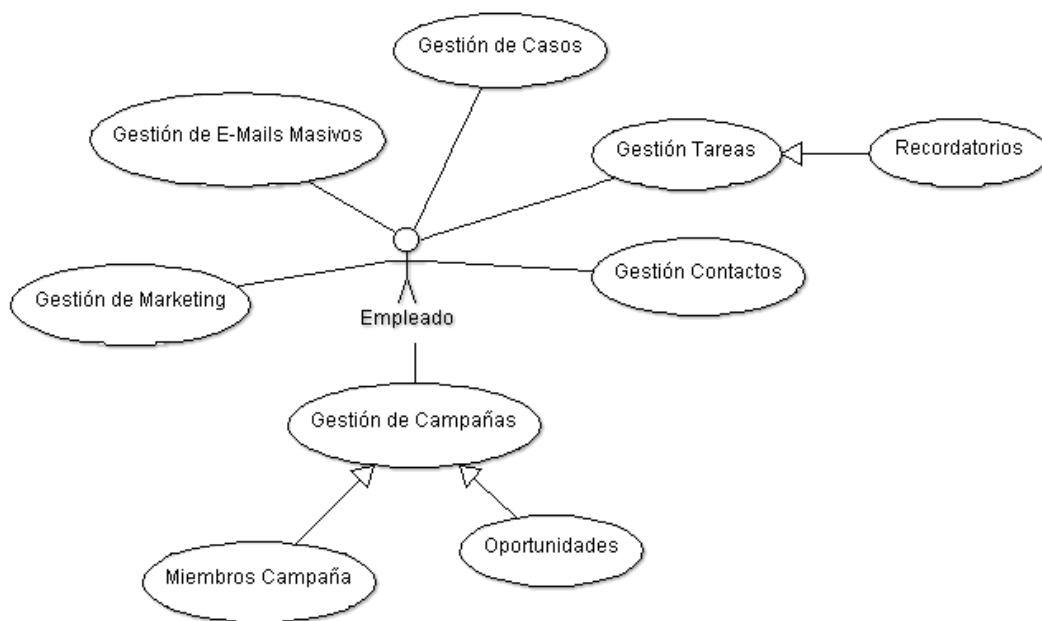


Figura 3. Diagrama de Caso de Uso de Empleados

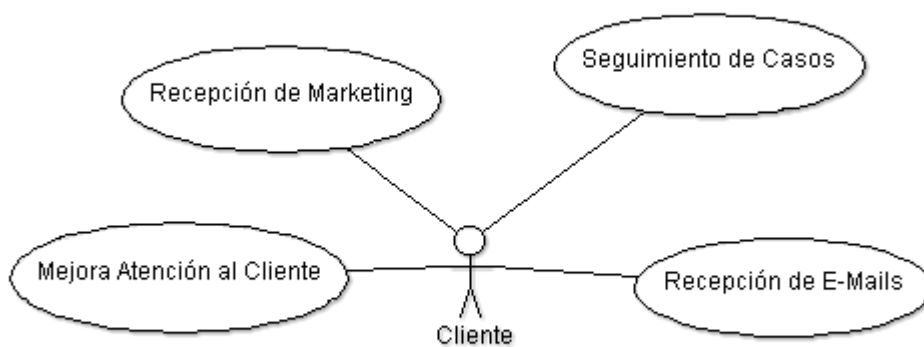


Figura 4. Diagrama de Caso de Uso de Cliente

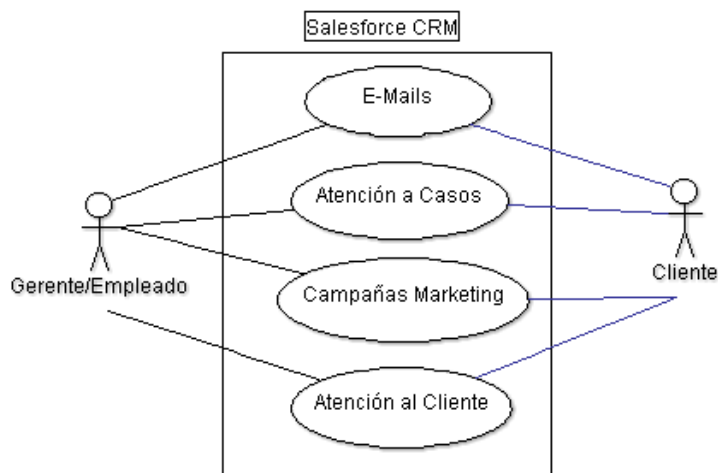


Figura 5. Diagrama de Caso de Uso de Salesforce CRM

3.2.2 Casos de Uso: Gestión de Casos

Actores: Gerente, empleado y cliente

Actividades: El cliente presenta mediante email, vía telefónica o presencialmente que tiene algún inconveniente con el programa, el equipo o comunicara algún otro inconveniente. El gerente o empleado procederá a crear un nuevo caso para escribir los requerimientos que el usuario necesita que sean atendidos.

Descripción: El Gerente o el empleado deberán crear el caso y asignar a algún encargado de la empresa que lo procese. Los casos se manejarán con prioridades para agilizar ciertas acciones que la empresa pueda realizar.

3.2.3 Casos de Uso: Gestión de Tareas

Actores: Gerente y empleado.

Actividades: El gerente o un empleado experimentado pueden asignar tareas a empleados con menor experiencia dentro de la empresa.

Descripción: El Gerente o empleado crea una tarea, la cual debe ser asignada a otra persona o a un grupo de trabajo, donde se tiene recordatorios para estar pendientes de la tarea. El gerente puede monitorear el estado de la tarea para ver si se están cumpliendo las metas de la empresa.

3.2.4 Casos de Uso: Gestión de Contactos

Actores: Gerente o empleado

Actividades: El gerente o empleado se encargará de crear un nuevo contacto si es que no existe. También se puede determinar el tipo de contacto que es; el gerente o empleado deberá validar que toda la información del nuevo contacto sea correcta para que los datos en el sistema sean consistentes.

Descripción: En la gestión de contactos, el gerente o los empleados deberán crear un contacto si este no existe. También se puede clasificar los contactos por categorías para un mejor seguimiento del cliente, los datos pueden ser importados al CRM tanto de clientes, proveedores o clientes potenciales.

3.2.5 Casos de Uso: Gestión de Campañas

Actores: Gerente, empleado y cliente

Actividades: El gerente o empleado podrá crear campañas para anunciar productos o servicios, promociones o descuentos mediante correo electrónico masivo. El cliente recibirá en su correo electrónico el boletín que la empresa haya enviado.

Descripción: El gerente o empleado deberá crear la campaña mediante correo electrónico masivo, las campañas pueden ser ofreciendo productos nuevos, noticias de la empresa, descuentos o servicios que está ofreciendo la empresa. El cliente estará

pendiente a los boletines que la empresa envía ya que toda esta información llegará a su correo electrónico. Existe la posibilidad de crear listas definidas de contactos por lo que las campañas pueden estar destinadas a personas que tengan intereses en común.

3.2.6 Casos de Uso: Gestión de Datos

Actores: Gerente

Actividades: El gerente será el encargado de respaldar, validar y borrar la información de la empresa.

Descripción: El gerente deberá sacar respaldos de las bases de datos en tiempos determinados de acuerdo a las necesidades de la empresa, importar y exportar contactos, además podrá borrar registros en forma masiva y personalizar reportes basados en los datos de la empresa.

3.2.7 Casos de Uso: Gestión de Usuarios

Actores: Gerente

Actividades: El gerente podrá crear usuarios para que puedan acceder al CRM.

Descripción: El gerente será el encargado de dar los privilegios correspondientes a cada usuario, también deberá asignar un nombre a cada usuario.

3.2.8 Casos de Uso: Gestión de Marketing

Actores: Gerente o empleados

Actividades: El gerente o empleado podrá realizar la gestión de marketing, lo que consiste en creación de plantillas para promocionar los servicios o productos que la empresa está ofreciendo, enviar correos electrónicos masivos a contactos y a clientes frecuentes.

Descripción: El gerente o empleado será el encargado de crear, editar y enviar los correos electrónicos masivos, con el propósito de dar a conocer sus productos a los diferentes contactos. También será posible ver y editar los informes que el CRM nos presenta automáticamente para tomar decisiones más coherentes y acertadas en beneficio de la empresa.

3.3 Implementación del CRM

La implementación de Salesforce se realizará mediante varias fases que se explican detalladamente en las siguientes secciones, los módulos que van a ser implementados en la empresa se muestran junto a las fases en la figura 6. En este diagrama se puede observar las diferentes fases por las cuales debe pasar la empresa para poder implementar el CRM sin ningún inconveniente, también se muestran los 4 módulos que serán implementados en Hawa Solutions CIA.LTDA.

Las 7 fases como se muestra en la figura 6 son las necesarias para que un CRM se implemente correctamente y que el personal de la empresa lo sepa utilizar adecuadamente. El grupo de trabajo debe tener una total noción del nuevo sistema y conocer todo lo que puede realizar, si no conoce las ventajas que este sistema trae a la empresa no podrá poner en práctica en una forma óptima que le permita mejorar en todo aspecto la empresa. La empresa debe capacitar al personal para obtener una optimización de tiempo y recursos a la hora de interactuar con el cliente.

A continuación se explicará cada una de las fases, dando a conocer los cambios que se van a realizar en la empresa.

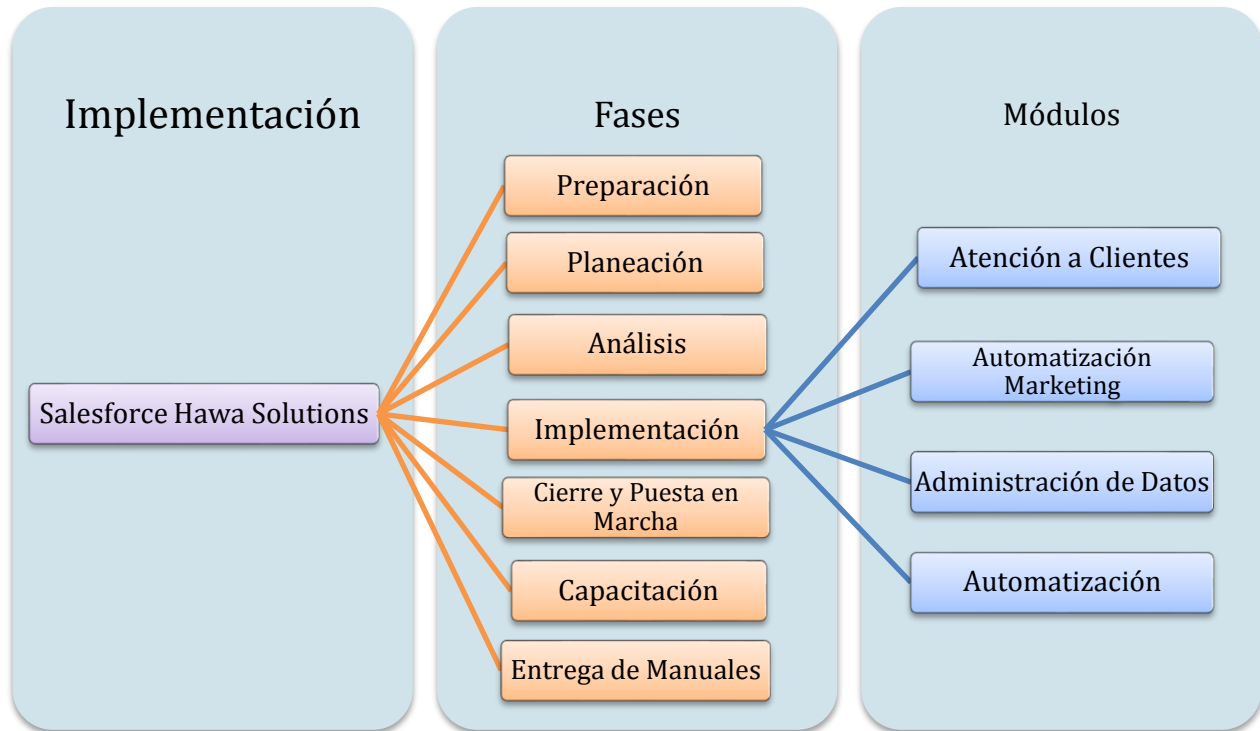


Figura 6. Diagrama de Implementación de Salesforce CRM en Hawa Solutions

3.3.1 Fase de Preparación

En esta fase de preparación la empresa debe tener el suficiente conocimiento para la implementación del CRM. Para eso se toma en consideración lo siguiente:

- Digitalizar información, La información de los clientes deben ser digitalizadas, esto significa que los datos o información deben estar ingresados en archivos virtuales; estos archivos deben ser consistentes con la información que se encuentra físicamente en la empresa. Esta digitalización de información servirá para que posteriormente en la implementación del CRM sea más fácil cargar los datos de la empresa, también se debe digitalizar todos los contactos que estén en formato físico. Esto se realiza mediante el uso de hojas de datos (Excel) donde se colocará la

información de cada uno de los contactos que se van a importar al CRM, para luego de ello exportarlo a un formato CSV para su posterior importación al CRM, se puede exportar los contactos desde las cuentas de correo electrónico que la empresa utiliza habitualmente para la comunicación con los clientes, utilizando las herramientas de cada uno de los correos electrónicos, los archivos deberán estar en formato CSV para su importación a Salesforce.

- Explicación de funcionamiento del CRM, este sistema se encuentra en la nube y tendrá una sola base de datos la cual podrá ser accedida por los usuarios que tengan los permisos. Los usuarios del sistema deben conocer que cualquier cambio que realice se verán reflejados en la nube inmediatamente. Al tener una base centralizada se optimizan los recursos, pero también existen riesgos, como que alguien por equivocación borre datos de la misma. Estos riesgos pueden ocurrir y deben ser tomados en cuenta cuando se utiliza el CRM ya que puede ocasionar problemas para la empresa.
- Estar dispuestos al cambio, los usuarios que van ocupar el CRM deberán estar dispuestos al cambio ya que siempre existe la expectativa del nuevo sistema. Los usuarios deben estar conscientes de que el nuevo sistema facilitará varias tareas a la empresa y optimizará recursos y tiempo. Es normal que exista resistencia al cambio ya que van a dejar de usar métodos tradicionales que utilizaba la empresa y van a comenzar a usar un sistema interactivo totalmente nuevo diferente al que se estaba utilizando en forma manual.
- Determinación de usuarios, se deberá determinar el personal a quien va a ser asignado el CRM, además se determinará el tipo de perfil de cada uno de los usuarios

del CRM. El tipo de perfil dependerá de la función que el empleado o personal realice. Salesforce tiene varios perfiles de usuarios ya predeterminados.

- Configuración de navegadores, los navegadores de los equipos que se va a utilizar frecuentemente el CRM deberán ser configurados para que no presenten problemas y funcionen correctamente. Al ser este un CRM que es online este podrá ser accedido por dispositivos móviles, pero es responsabilidad de cada uno de los usuarios acceder por este medio. Para configurar los navegadores se deberá importar los datos del navegador que se maneja frecuentemente al que se va a utilizar, después de esto se recomienda borrar todas las cookies importadas para que funcione sin ningún problema el navegador. Los navegadores que tienen una alta compatibilidad para el uso de este CRM son Firefox, Google Chrome o Safari en caso de Mac. Se descarta totalmente el uso de Internet Explorer como navegador para utilizar este CRM.

3.3.2 Fase de Planeación

En esta fase se determina qué metodología se utilizará para la implementación del CRM. Existen varias metodologías de implementación como en paralelo que consiste en trabajar con el sistema nuevo y el sistema antiguo a la par sin que se interfiera con la implementación del nuevo sistema.

Otra metodología es quitar el sistema antiguo y colocar inmediatamente el nuevo sistema. Existe el riesgo que algunos usuarios no se acostumbren con rapidez y se pierda mucho tiempo en capacitaciones para su correcto uso, además que se podría perder información y tiempo de trabajo.

Un tercer tipo de metodología de implementación es la metodología modular o por fases, la cual consiste en ir instalando un módulo a la vez del nuevo sistema. Al finalizar la implementación de un módulo se realizaría las pruebas necesarias para ver que este se encuentra funcionando correctamente, cuando el módulo ha sido probado y que se constate su correcto funcionamiento se procede a la instalación del siguiente módulo hasta finalizar toda la implementación del sistema. Esta metodología es la que se va a utilizar para la implementación de Salesforce en la empresa ya que se optimiza tiempo y se puede realizar avances mucho más eficaces que las demás metodologías propuestas. Por seguridad de los datos es necesario y recomendable mantener en paralelo el uso de los sistemas.

3.3.3 Fase de Análisis

En esta fase se analizaron los diferentes módulos que tiene Salesforce, donde determina los módulos que serán necesarios para la empresa. Los módulos que la empresa requiere en este momento son cuatro principales para seguir con los demás funcionalidades del CRM. Los módulos que se requieren son: atención a clientes, automatización de marketing, administración de datos y automatización. Estos módulos se planean implementar en la empresa para que ya puedan trabajar con el CRM.

Estos módulos pueden derivar en varias otras actividades que no se encuentran explicadas en este documento ya que, por la amplitud y las muchas utilidades que tiene el sistema, se debe limitar a lo propuesto anteriormente en los objetivos.

A continuación se describen los módulos que van a ser implementados en la empresa.

- Módulo de Atención al Cliente, la atención al cliente dentro de la empresa es muy importante ya que la empresa depende del cliente. El cliente al ser una parte principal de la empresa necesita una excelente atención para sentirse satisfecho

con la empresa que le ofrece el servicio o producto. Esta razón es una de las principales para que este módulo sea implementado en la empresa.

El módulo permitirá a la empresa llevar un mejor control y seguimiento sobre el cliente, además de tener varias funcionalidades como creación de contactos, seguimiento de casos, asignación de tareas, etc., lo que permitirá a la empresa mejorar la atención al cliente y optimizar las tareas.

- **Módulo de Marketing.** El marketing se necesita en todas las empresas ya que es donde se anuncia sus productos o servicios, es un módulo vital para que cualquier empresa prospere, además que el marketing es muy importante para captar clientes nuevos para la empresa. La compañía al no contar con un sistema de correos electrónicos masivos para poder anunciar sus nuevos productos y servicios, enviaba correos electrónicos desde el correo empresarial. Esto provocaba algunos problemas por lo que se dejó esta práctica. Salesforce tiene un sistema de correos electrónicos masivos muy bueno el cual facilitará el envío de promociones o anuncios de la compañía hacia sus clientes, gracias al CRM se puede mejorar estas campañas de marketing atrayendo a nuevos clientes.
- **Módulo de Automatización.** Este módulo se encargará de alertar mediante notificaciones o alertas lo que se debe realizar para cumplir alguna tarea o cubrir algún evento. El módulo de automatización ayudará a la empresa a no pasar por alto las tareas a realizar en un tiempo determinado. El hacer esperar al cliente causa problemas y puede provocar la pérdida del mismo por no cumplir a tiempo sus expectativas. El módulo de automatización se encuentra dentro de cada uno de los módulos ya que existen notificaciones de eventos, alertas de tareas, automatización de envío de correos electrónicos masivos que pertenecen a cada

uno de los módulos del sistema. El calendario y la pantalla inicial estarán siempre mostrando las alertas o notificaciones para el día o el transcurso de la semana. Estas funcionalidades que brinda Salesforce hacen que la empresa tome las consideraciones necesarias para cumplir con sus tareas o compromisos a tiempo, lo cual dará seguridad y confianza al cliente.

- **Módulo de Administración de datos.** Este módulo es necesario en todas las empresas que utilizan un sistema informático. Es el encargado de importar o exportar datos del sistema. Dentro de este módulo se tiene diferentes funcionalidades de importación. Se puede importar contactos, cuentas, candidatos y oportunidades, además tiene exportación de todos los datos del sistema y se puede realizar los respaldos de la base de datos en el momento que sea necesario, o se pueden programar exportaciones semanales para tener un registro y un respaldo de todo lo que la empresa ha realizado.

Estos son los módulos que se ha determinado para ser implementados y que son los básicos que una empresa debe solicitar para comenzar a utilizar un CRM de manera correcta. Salesforce facilita muchas funcionalidades gracias al diseño y los tutoriales que tiene. Cabe decir que dentro del análisis realizado se determinó los módulos a ser implementados, los cuales fueron aceptados por parte de los directivos de Hawa Solutions CIA.LTDA.

3.3.4 Fase de Deployment o Implementación

La implementación del CRM se realizará en dos etapas. La primera configuración de equipos y cuentas, mientras que la segunda consiste en realizar las pruebas piloto para determinar que el CRM esté bien implementado.

- **Etapas de Implementación**

El primer paso para empezar la implementación será instalar los navegadores correctos en las computadoras en las que se va a utilizar el CRM. También se debe verificar que las computadoras que ya existían cuenten con la versión actualizada para que el sistema funcione de la mejor manera.

El segundo paso para la implementación es crear un usuario, el cual será el encargado del sistema. Este usuario tendrá el perfil para poder crear nuevos usuarios para la empresa y generará claves para el acceso al sistema, este usuario es el cliente que realizará la adquisición de Salesforce.

Luego de crear este usuario, el mismo deberá crear las demás cuentas de la empresa, se procederá a crear cinco cuentas en total, las cuales mediante correo electrónico serán notificadas a los usuarios correspondientes.

El siguiente paso es migrar todos los datos de los contactos y clientes de la empresa al sistema, este proceso será realizado mediante el asistente de importación de contactos que tiene el CRM. Al finalizar la importación de todos los datos al CRM se debe verificar si los datos fueron migrados correctamente ya que puede suceder que algún dato se pierda. Después de revisar y confirmar que los datos están agregados correctamente la empresa estará lista para poder interactuar con el CRM y realizar las pruebas necesarias para determinar si la implementación es correcta.

El último paso es utilizar los diferentes módulos que están implementados en Salesforce en los cuales se incluyen los módulos de atención al cliente, automatización de marketing, automatización y gestión de datos.

- Etapa de Pruebas

En esta etapa se realizan pruebas a las diferentes funcionalidades del CRM para ver si existe alguna incompatibilidad en el sistema o algún error. Además se trata de

probar utilizando los datos más reales que existan para poder determinar si está funcionando correctamente. Las pruebas se realizan con cada una de las funcionalidades donde muchas de ellas se encuentran conectadas entre sí.

Si las pruebas realizadas son satisfactorias y no existieron errores ni incongruencias en los datos migrados al sistema, se determina que el CRM fue implementado correctamente. Para que se concluya la etapa de prueba, el sistema se presenta a la gerencia de la empresa donde se podrá utilizar el CRM para que realice pruebas preliminares y se pueda determinar si existen fallos o no en el sistema. Se deberá emitir un informe respecto a si el sistema está correctamente implementado, funciona adecuadamente y cumple con los requisitos solicitados.

3.3.5 Fase de Capacitación

La fase de capacitación se realizará en base a los manuales que se encuentran en el anexo A para los usuarios y el anexo B para el personal que va a administrar el CRM. Las capacitaciones se realizarán en las instalaciones de la empresa, las mismas que servirán para hacer una demostración del nuevo sistema y aclarar las dudas acerca del uso del CRM.

Las capacitaciones ayudarán al personal a tener un mejor conocimiento del sistema, se capacitará a una persona que será la encargada de administrar el CR. La empresa también recibirá el manual de usuario y manual administrativo los cuales ayudarán a resolver algún inconveniente que exista con las funciones que realiza Salesforce.

3.3.6 Fase de Cierre y Puesta en Marcha

El CRM se pone en marcha una vez realizadas las pruebas necesarias del sistema, se realiza un demo del sistema al personal para dar a conocer que el sistema está funcionando

correctamente. De esta manera el personal puede determinar los beneficios que este sistema proporciona al usuario.

3.3.7 Entrega de Manual de Usuario y Manual Administrativo

Los manuales se entregarán al gerente de la empresa sin ninguna novedad, el cual es el encargado de firmar y recibir el acta de entrega y recepción de manuales de usuario (Anexo A) y los manuales administrativos (Anexo B).

Los manuales contienen toda la información requerida para el buen uso del CRM, en los cuales está debidamente desarrollada la información para usuarios. El manual de usuarios describe y explica los diferentes módulos y el manual administrativo que es para el usuario encargado de administrar el sistema. El CRM cuenta con una gran comunidad para resolver cualquier problema que no se encuentre especificado en ninguno de estos manuales.

CAPÍTULO 4. Análisis de Costo – Beneficio del CRM

La implementación de Salesforce dentro de la empresa tiene diferentes costos, los cuales van a ser analizados en esta sección para poder determinar si el sistema ayudará a la empresa a mejorar sus ventas y obtener algunos beneficios del sistema implementado. Para el análisis se tomará en cuenta valores reales de la empresa, se analizará el total de ingresos con una proyección a un año para poder determinar si el sistema optimiza sus ventas y mejora el trato con el cliente. Si después del análisis los valores no son alentadores para la empresa se recomendará tomar la decisión que la empresa crea conveniente, si el análisis de resultados es positivo se podría seguir utilizando este CRM ya que beneficia a la empresa.

Los datos con respecto a los ingresos y egresos de la empresa se obtuvieron de la Superintendencia de compañías, valores y seguros del Ecuador. Los documentos económicos utilizados para el análisis corresponden al año 2013 y los datos se encuentran en los documentos “Estado de Resultado Integral” y “Balance / Estado de Situación Financiera” donde se encontró la información necesaria para poder realizar el análisis.

A continuación se detalla cada uno de los costos que tiene la implementación y se realiza una proyección a un año de la utilización del CRM.

4.1 Costos de la Implementación del CRM

Los costos de la implementación de Salesforce en la empresa Hawa Solutions CIA, LTDA son los siguientes: licencia del producto y costo de honorarios.

4.1.1 Costos de Licencias

El paquete que se adquirió para la empresa es el profesional, que cumple con las expectativas de la empresa y tiene un costo de \$65.00 (Sesenta y cinco dólares americanos)

por usuario mensualmente, adicional a este valor se debe cancelar el 5% de salida de divisas del país.

El número de licencias necesarias para la empresa son 5, la forma de pago del CRM será mediante tarjetas de crédito ya que la empresa propietaria del CRM no se encuentra en el país.

Costo de 5 licencias por mes:

$$\$65 \times 5(\text{usuarios}) = \$325(\text{mes})$$

Costo del año del sistema sin salida de capital:

$$\$325 \times 12(\text{meses}) = \$3900$$

Salida de Capital:

$$\$3900 \times 5\% = \$195$$

Costo total de licencias por un año:

$$\$3900 + \$195 = \$4095$$

| | Valores |
|--|---------|
| Costo del sistema con 5 licencias por un año | \$3900 |
| Salida de capital | \$195 |
| Total | \$4095 |

Figura 7. Tabla Costos de Licencias

4.1.2 Costo de Honorarios

Para el costo de honorarios se tomó en cuenta 5 factores. El primer factor fue el tiempo de duración de la implementación del CRM, el segundo factor es el costo de los servicios de la persona encargada de la implementación, el tercer factor es las horas

trabajadas diariamente, el cuarto factor es el valor promedio del costo de una hora de trabajo y el quinto factor es el valor promedio de una capacitación.

- Duración de la implementación. El tiempo que se tomará en implementar el sistema en la empresa es de 3 meses, donde constan las diferentes etapas de implementación que se mencionan en el capítulo 3.
- Costo de los servicios de la persona encargada de la implementación. El costo de los servicios de la persona encargada de la implementación se calcula según las horas trabajadas y el valor por hora.
- Horas trabajadas. Se estiman que serán 5 horas diarias durante los 5 días laborales.
- Valor de la hora de trabajo de un ingeniero de sistemas. Se tomó que el valor por hora trabajada sería de \$5.
- Valor capacitación. El valor que se tomó para una capacitación es de \$200 para todo el personal de la empresa.

Con estos factores podemos obtener el costo de los honorarios que van a estar involucrados en la implementación de los 4 módulos del CRM.

Número de horas trabajadas por semana:

$$5 \text{ (horas)} \times 5 \text{ (días)} = 25 \text{ (Horas Semanales)}$$

Número de horas por mes:

$$25 \text{ (Horas Semanales)} \times 4 = 100 \text{ (horas mensuales)}$$

Número total de horas de la implementación:

$$100 \text{ (horas)} \times 3 \text{ (meses)} = 300 \text{ (horas)}$$

Costo total de honorarios

$$300 \text{ (horas)} \times \$5 \text{ (por hora)} = \$1500$$

| | Valor |
|---|-----------|
| Salario del Ingeniero en Sistemas por mes | \$500 |
| Numero de meses trabajados | 3 (Meses) |
| Capacitación | \$200 |
| Total Honorarios | \$1700 |

Figura 8. Tabla de Costo de Honorarios

4.1.3 Costo Total del CRM por Año

Para obtener el costo total del CRM se suman los valores obtenidos del costo de licencias con el costo de honorarios.

| | Valor |
|---------------------------------|--------|
| Costo de 5 licencias por un año | \$4095 |
| Costo total de honorarios | \$1700 |
| Total | \$5795 |

Figura 9. Tabla de Costo Total del CRM por Año

4.2 Justificación Financiera

Para la justificación financiera se utilizó los datos financieros del 2013 de la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA obtenidos de las superintendencias de compañías y se realiza una proyección de un año.

| | |
|------------------------------|--------------|
| Total de ventas anuales 2014 | \$131.324,04 |
|------------------------------|--------------|

Figura 10. Tabla de Total de Ventas Anuales 2014

Con la utilización del CRM se espera tener un aumento del 45% en las ventas de la empresa en el año que sigue. Lo que da como resultado lo que se muestra en la figura 11.

| | |
|---|-------------|
| 45% más en las ventas del año siguiente | \$59.095,82 |
|---|-------------|

Figura 11. Tabla de Valor 45% más en Ventas

El total de ventas al año con el aumento de 45% de las ventas para el siguiente año es de \$190.419,85. Este valor que se espera obtener en ventas menos el costo total de la implementación del CRM nos indica si la empresa va a obtener beneficio del CRM.

Ventas Finales:

Para obtener las ganancias finales de las ventas podemos hacer la proyección del 45% de aumento de ventas menos el costo total de la implementación del CRM. Donde se obtiene el valor de las ventas finales utilizando el CRM.

$$\$19.0419,85 - \$5.795 = \$184.624,85$$

Restando el valor de ventas anuales del 2014 del valor obtenido de las ventas finales del año proyectado se obtiene la ganancia que da la utilización de Salesforce en la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA

$$\$184.624,85 - \$131.324,04 = \$53.300,81$$

El total de ganancias con la utilización del CRM en un año se estima que será de \$53.300,81 comparado con el total de ventas del año 2014. Lo que representa que las ventas aumentarían en realidad un 40.5% del año 2014 con la utilización del CRM y tomando en cuenta el costo de implementación de Salesforce.

4.3 Conclusión Análisis Costo – Beneficio

La implementación del nuevo sistema de manejo de clientes si beneficia a la empresa considerablemente, además de mejorar el trato con el cliente también va a mejorar sus ventas. Como se muestra anteriormente se espera que exista un aumento del 45% en las ventas de la empresa para poder obtener una ganancia superior a la de años pasados. Esta ganancia restada el costo del CRM será de \$53.300,81 que en porcentaje representa el 40.5%. Y la tasa mínima de retorno es de 4.41% para recuperar el capital invertido en la implementación del CRM.

Se puede concluir que el proyecto es viable y aceptable por la empresa ya que se espera un gran aumento en las ventas utilizando el sistema, además la tasa mínima de retorno es sumamente baja en comparación con el aumento en las ventas que se espera con la utilización del CRM. Esto permite a la empresa estar convencidos de que un sistema informático como Salesforce mejorará sus ventas y por ende aumentará sus ganancias.

CAPÍTULO 5. Análisis de Resultados

En este capítulo se analiza los resultados obtenidos en la entrevista realizada al gerente de la empresa, el tema a tratar se concentra en la implementación del sistema CRM en la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA.

Se decidió hacerlo por el método de entrevista ya que, el análisis por medio de encuestas, al ser solamente 5 usuarios no resulta viable para una muestra.

La entrevista permitió determinar si la implementación se realizó correctamente, y conocer el criterio con respecto a los beneficios que traerá este sistema para la empresa, y tener una perspectiva a futuro para ver si la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA continuará utilizando el sistema. Desde luego esto se podrá determinar en una forma objetiva luego de haber trabajado durante un tiempo y ver los resultados positivos.

5.1 Resultados de la entrevista del CRM

La entrevista se realizó en la empresa donde participó el gerente de la misma contestando las preguntas que permitían determinar si el CRM estaba correctamente implementado y si este sistema cumple con sus expectativas.

La entrevista constó de 10 preguntas las cuales se analizarán a continuación para poder determinar si Salesforce cumple con los requisitos y si este fue bien implementado.

5.1.1 Pregunta 1

¿Cree que el CRM ayudó a la empresa optimizando recursos?

Respuesta:

“Efectivamente. El hecho de poder documentar y definir el relacionamiento que estamos teniendo con nuestros clientes es de mucha ayuda, nos permite

conocer qué estamos haciendo mal o qué estamos haciendo bien para poder incrementar nuestras ventas.”

Analizando la respuesta el CRM; sí ayuda y beneficia a la empresa como indica el gerente. Esto es una respuesta positiva a la implementación del CRM en la compañía y se espera incrementar las ventas.

5.1.2 Pregunta 2

¿El costo del CRM parece adecuado por las funcionalidades que tiene?

Respuesta:

“Este tipo de alternativas estilo SaaS son bastante cómodas para poder trabajar en empresas como la nuestra ya que tenemos el acceso a sistemas muy completos a un costo accesible.”

Las aplicaciones en plataforma SaaS ayudan significativamente a empresas pequeñas ya que toda la aplicación se encuentra en la nube y no es necesario tener servidores que resultarían más costosos a la compañía. El costo de esta aplicación es de \$65 (Sesenta y cinco dólares) por usuario mensualmente. El tener un sistema completo de CRM a este precio es una alternativa bastante llamativa para mejorar las ventas y tener más clientes.

5.1.3 Pregunta 3

¿Cree que el CRM siga funcionando en la empresa después de 6 meses? ¿Sí o no? ¿Por qué?

Respuesta:

“Sí. Esperamos seguir con el proyecto del CRM y seguir aumentando las funcionalidades de acuerdo a lo que nuestra organización vaya determinando.”

El gerente apoya la utilización del CRM ya que mejorará varios factores en la empresa. Por esta razón se cree que el proyecto permanecerá por algún tiempo en la empresa, si es necesario incrementar algún otro módulo esto se podrá realizar posteriormente.

5.1.4 Pregunta 4

¿Cree usted que Salesforce va a mejorar el seguimiento al cliente para brindar un mejor servicio?

Respuesta:

“Sí. Solo con el simple hecho de documentar el seguimiento del cliente, puedo conocer claramente que es lo que necesita y puedo desarrollar mejores estrategias.”

Con esta respuesta podemos determinar que Salesforce sí traerá beneficios a la empresa y ayudará a tomar decisiones de una forma más eficaz y eficiente.

5.1.5 Pregunta 5

¿Cree usted que necesitarán más funcionalidades del CRM en un futuro?

Respuesta:

“Al momento el proyecto tiene más funcionalidades de las que la empresa puede necesitar así que nuevas funcionalidades no serán prioritarias por el momento.”

El paquete de Salesforce que adquirió la empresa es el profesional, el mismo que tiene muchas funcionalidades que no se describen en este documento, pero pueden ser

utilizadas por la compañía si lo desea. La respuesta fue positiva y el paquete adquirido ayudará a la empresa considerablemente gracias a las numerosas funcionalidades que tiene este sistema.

5.1.6 Pregunta 6

¿Por qué pensaría usted que la implementación del CRM puede fracasar?”

Respuesta:

“La implementación podría fallar por varios factores. Uno de los factores más importantes es la gente, ya que puede existir cierta resistencia al cambio que podría perjudicar a la empresa.”

De esta pregunta podemos determinar que el CRM puede fallar, pero no por problemas técnicos del CRM sino por factores externos como la adaptación del personal al nuevo sistema.

5.1.7 Pregunta 7

¿El marketing de la empresa mejorara gracias al uso del CRM? ¿Por qué?

Respuesta:

“Sí. El marketing busca posicionar la marca en la mente de los clientes claves, por lo tanto conocer más a nuestros clientes nos permitirá llegar mucho más a nuestro mercado.”

La respuesta que se obtuvo es positiva y ayuda en el marketing de la empresa. Salesforce con este módulo de marketing, correos electrónicos masivos, campañas, etc. Da muchas ventajas a la compañía.

5.1.8 Pregunta 8

¿La capacitación que recibió el personal fue la correcta?

Respuesta:

“Sí. La ventaja es que estos nuevos sistemas son muy didácticos y fáciles de manejar así que la capacitación fue adecuada.”

El buen diseño de usuario que tiene Salesforce ayuda mucho a la utilización al ser interactivo y de fácil manejo, además la capacitación que se brindó al personal de la empresa fue la adecuada para el mejor uso del sistema.

5.1.9 Pregunta 9

Con respecto al manual administrativo y al manual del usuario ¿Cree que cubren todas las indicaciones necesarias para el buen uso del CRM?

Respuesta:

“Sí. Adicionalmente, la herramienta también tiene un portal de ayuda que permite realizar consultas o cualquier inquietud que se tenga.”

La respuesta es positiva y además se tiene un portal que ayuda a resolver cualquier inquietud que no consten en los manuales.

5.1.10 Pregunta 10

¿Cree que en el CRM sea necesario tener una cuenta para cada persona de la empresa? o ¿Creería que no es necesario? ¿Por qué?

Respuesta:

“No creo que es necesario por cada persona ya que el manejo de clientes solo lo realiza el tema comercial.”

El numero creado de usuarios fueron 5 por los cuales se paga \$325 mensuales, estas personas son las encargadas de realizar lo comercial de la empresa, al ser una entidad de desarrollo existen varias personas que no necesitarían cuentas porque no le darían un uso correcto.

5.2 Resultados de la Entrevista

Los resultados de la entrevista fueron positivos ya que el sistema mejorará varios aspectos de la empresa. Además, los manuales y la implementación fueron hechos correctamente. Las preguntas y respuestas de esta entrevista se encuentran en el Anexo D de este documento. Se concluye que la implementación fue realizada con éxito y se espera que el CRM se utilice por más de un año en la empresa.

CAPÍTULO 6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

- El análisis de los CRMs permitió que la selección de Salesforce CRM sea la correcta para la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA. cumple con sus requerimientos.
- El análisis realizado anteriormente de los módulos a implementar en la empresa permitió delimitar correctamente el proyecto para una buena implementación en la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA.
- Las conversaciones que se mantuvo con el gerente de la empresa permitieron que el CRM se implemente correctamente.
- Salesforce es uno de los CRMs más utilizados y fáciles de usar gracias a su buen diseño y compatibilidad con varios navegadores que son muy usados en las empresas.
- Las pruebas del CRM con datos reales permitió determinar si existían problemas con la implementación del sistema.
- El asistente de importación es de mucha ayuda ya que permite importar de diferentes sitios la información necesaria para que el CRM se encuentre con datos y pueda funcionar correctamente.
- La importación de datos se realizó correcta y fácilmente gracias al uso del asistente de importación que nos brinda el CRM; muchos de estos datos fueron importados directamente de las cuentas de correo electrónico del personal.

- Las capacitaciones al personal se realizaron con éxito. El personal comenzó a utilizar el CRM sin ninguna dificultad.
- El manual de usuario fue debidamente desarrollado, práctico y comprensible para todo el personal que va a utilizar el sistema. El manual contiene información detallada de cada una de las funciones del CRM.
- El manual administrativo es claro y preciso y permite a la persona encargada del sistema realizar el mantenimiento y respaldos de los datos que se encuentren en el CRM.
- Salesforce permite a Hawa Solutions CIA.LTDA. mejorar el seguimiento de casos ingresados al sistema y por ende atender de una mejor manera las necesidades de los clientes.
- Los correos electrónicos masivos se encuentran configurados con el servidor de correos del CRM, lo que ayuda a que el correo del cliente llegue a la bandeja de entrada y no al spam.
- Los correos electrónicos masivos mejoraran las campañas de marketing.
- Las plantillas de correos electrónicos masivos están diseñadas con membretes y con plantillas de texto lo que permite al cliente o contacto ver el correo electrónico de manera correcta sin importar en que dispositivo se encuentre.
- Tener una base centralizada ayuda a que exista consistencia en los datos de la empresa en el sistema y acceder inmediatamente a los datos.
- La automatización de la gestión de datos que tiene el CRM ayuda a que los respaldos sean exportados semanalmente.

- El análisis Costo – Beneficio nos ayudó a determinar si el CRM representa el costo que se está pagando por el servicio del sistema. Se pudo determinar si es correcto tener un CRM tan costoso en la empresa.
- Con la utilización del CRM se ganó la fidelidad de los clientes y se le presta mayor atención en el momento en que ellos requieren.
- Las notificaciones de eventos y alertas permiten que el personal trabaje de una mejor manera ya que siempre estará pendiente en las tareas que faltan por realizar.
- Las campañas de marketing por correo electrónico serán más fáciles y más rápidas de realizar, tendrán un mejor seguimiento de productos y oportunidades que se ganan en cada campaña.
- El análisis Costo – Beneficio permitió a la empresa asegurarse que sus ventas en años posteriores aumentarían considerablemente gracias a los beneficios que trae la utilización de un CRM.
- Se concluye que el costo del CRM sí representa un gran beneficio para la empresa, se espera un gran aumento en el porcentaje de las ventas, sin embargo, si no se cumple esto la tasa mínima de retorno es sumamente baja, lo que es fácilmente recuperable.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Hawa Solutions utilizar todas las funcionalidades que el CRM ofrece. El plan que se está pagando cubre muchas otras funcionalidades que podrían ayudar a la empresa a optimizar recursos y ser mucho más eficaces.

- Si el CRM resulta muy costoso se podría cambiar el plan a uno más económico para reducir gastos y analizar qué funcionalidades ya no se tienen en ese plan. También para reducir costos se puede eliminar cuentas del CRM ya que por el momento el sistema tiene 5 cuentas.
- Si la empresa crece considerablemente en algunos años se puede analizar la opción de subir de plan de CRM, ya que contará con muchas más funcionalidades. Además de aumentar el espacio de almacenamiento, envío y número de registros en el CRM.
- Se recomienda capacitar a otra persona para que pueda administrar el sistema en alguna emergencia para que la persona encargada tenga algún problema o inconveniente.
- Se recomienda realizar un plan en caso de desastres ya que puede suceder que el sistema se caiga y necesiten algún otro medio para poder trabajar en la empresa. Además, es importante saber qué se tiene que hacer en caso de emergencia.
- Por motivos de seguridad las claves deberían ser cambiadas cada 30 días si el sistema se sigue utilizando. Por seguridad no se recomienda usar el CRM en un local donde se renten computadoras ya que la información como contraseñas e información pueden ser robadas.
- Las claves son personales e intransferibles; responsabilidad del usuario al que se le asignaron.
- Si ingresan nuevos usuarios al CRM se recomienda que sean capacitados para que no existan inconvenientes a la hora de utilizar el sistema.

- Se recomienda también que en cada exportación semanal se coloque: fecha que se toma como inicio de la exportación hasta la fecha en la que se baja la información para poder tener un seguimiento de los datos que se están ingresando en el sistema y tener buenos respaldos de la información.

Ejemplo: Desde: año/mes/día (AAAA/MM/DD)

Hasta: año/mes/día (AAAA/MM/DD)

CAPÍTULO 7. REFERENCIAS

- CRM, G. (2015). *Principales características del CRM G2K*. Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de <http://www.g2k.es/principales-caracter%C3%ADsticas-del-crm.html>
- CRM, S. (s.f.). *Salesforce Pricing & Editions*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de Obtenga la aplicación de ventas n.º 1 del mundo.: <http://www.salesforce.com/mx/crm/editions-pricing.jsp>
- CRM, S. (s.f.). *What is CRM?* Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de ¿Qué es un CRM? - Sales Force CRM: <http://www.salesforce.com/es/crm/what-is-crm.jsp>
- Dawoud, W., Takouna, I., & Meinel, C. (28 de Marzo de 2010). *Infrastructure as a service security*. Recuperado el 13 de Mayo de 2015, de Challenges and solutions. In Informatics and Systems (INFOS): http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&arnumber=5461732&url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D5461732
- Guru, C. (2002). *THE BLUEPRINT*. Obtenido de <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4804048>
- Injazz J, C., & Popovich, K. (2003). *Understanding customer relationship management (CRM): People, process and technology*. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/14637150310496758>
- Lawton, G. (24 de Junio de 2008). *Developing software online with platform-as-a-service technology*. doi:10.1109/MC.2008.185
- Ma, D. (Julio de 2007). *The business model of" software-as-a-service*. Recuperado el 13 de Mayo de 2015, de In Services Computing, 2007. SCC 2007. IEEE International Conference on (pp. 701-702).: http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&arnumber=4278733&url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D4278733
- Mell, P. &. (2011). *The NIST definition of cloud computing*. Recuperado el 13 de mayo de 2015, de <http://faculty.winthrop.edu/domanm/csci411/Handouts/NIST.pdf>
- Microsoft. (s.f.). *Microsoft Dynamics*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de Dynamics: <http://www.microsoft.com/es-es/dynamics/default.aspx>
- Microsoft. (s.f.). *Microsoft Dynamics CRM - Administración de las relaciones con los clientes*. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de www.microsoft.com: <http://www.microsoft.com/es-xl/dynamics/crm.aspx>
- Microsoft. (s.f.). *Requisitos del sistema y tecnologías necesarias de Microsoft Dynamics CRM 2015*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de <http://technet.microsoft.com/es-es/library/hh699831.aspx>

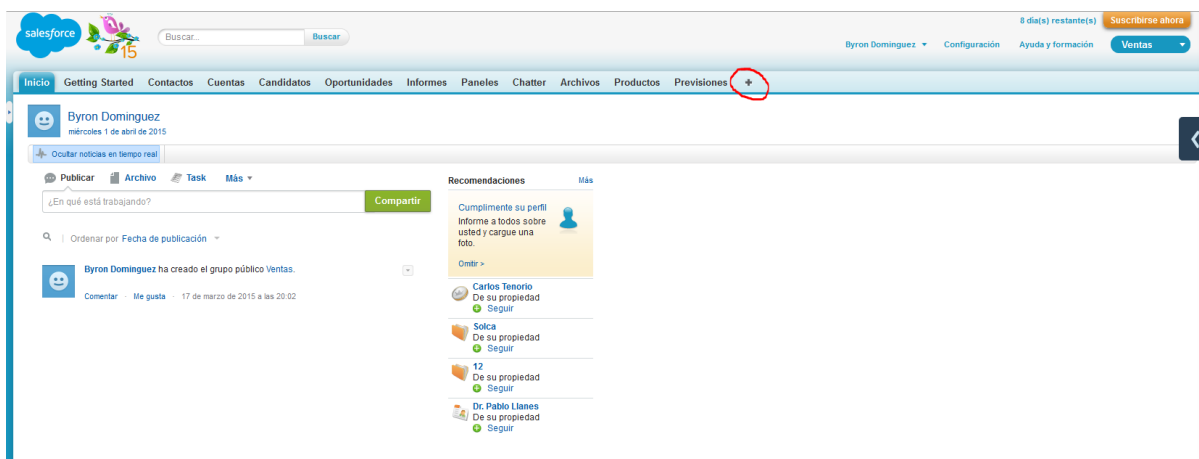
- Openweberp. (2015). *www.openerpweb.es*. Recuperado el 13 de Mayo de 2015, de Modulos CRM basicos: <http://www.openerpweb.es/modulos-crm-basicos/>
- Piskar, F., & Faganel, A. (Septiembre de 2009). *A Successful CRM Implementation Project*. Recuperado el 13 de Mayo de 2015, de <http://www.degruyter.com/view/j/orga.2009.42.issue-5/v10051-009-0017-y/v10051-009-0017-y.xml>
- Sigala, M. (Enero de 2004). *Customer Relationship Management (CRM) Evaluation: Diffusing CRM Benefits into Business Processes*. (ECIS) Recuperado el 13 de Mayo de 2015, de http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1154&context=ecis2004&sei-redir=1&referer=http%3A%2F%2Fscholar.google.es%2Fscholar%3Fq%3DCRM%2Bbenefits%26btnG%3D%26hl%3Des%26as_sdt%3D0%252C5#search=%22CRM%20benefits%22
- ThuyUyen H, N., Sherif, J., & Newby, M. (2007). *Strategies for successful CRM implementation*. Recuperado el 5 de Febrero de 2015, de Information Management & Computer Security: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1603104&show=abstract>
- Zhang, Q., Cheng, L., & Boutaba, R. (2010). *Cloud computing*. Recuperado el 13 de Mayo de 2015, de state-of-the-art and research challenges. *Journal of internet services and applications*: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-10665-1_63#page-2
- Zoho, C. (s.f.). *Online CRM and Marketing Automation - Zoho CRM*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de Compare Zoho CRM Editions: <https://www.zoho.com/crm/comparison.html>

ANEXO A: Manual de Usuario

1. Atención al Cliente

- Creación de Casos

Para la creación de casos se debemos ubicarnos en la pantalla principal, luego buscar en todo el contenido de Salesforce la opción de casos como se muestra en la siguiente figura, que es el signo “+”, al presionar este botón se nos abrirán todas las opciones que tiene el CRM.



En esta pantalla se despliega todo el contenido del CRM, donde se debe buscar la opción “Casos”. A continuación se muestra la figura donde se encuentran las opciones y dónde se debe dar clic.

Todas las fichas

Utilice los vínculos siguientes para ir rápidamente a una ficha. También puede [agregar una ficha](#) a la pantalla para que se adapte mejor a su manera de trabajar.

Ver: Todas las fichas ▾

| | |
|---|--|
| Activos | Informes |
| Archivos | Inicio |
| Campañas Más información. | Insignias |
| Candidatos | Insignias recibidas |
| Casos | Listas de precios |
| Chatter | Noticias en tiempo real del perfil |
| Consola | Oportunidades |
| Contactos | Paneles |
| Contratos | Pedidos |
| Cuentas | Perfil |
| Data.com | Personas |
| Descripción de perfiles | Previsiones |
| Documentos | Productos |
| Getting Started | Reconocimiento |
| Grupos | Soluciones |

Procedemos a dar clic en “casos”; se nos desplegará la página de inicio de “casos”. En esta pantalla se muestran los casos recientes, los informes de los casos, herramientas y crear nuevos casos como se muestra en la figura.

Casos Inicio Más información. | Ayuda para esta página ?

Ver: Todos los casos abiertos ▾ Ir [Modificar](#) | [Crear nueva vista](#)

Casos recientes Nuevo Vistos recientemente ▾

| Número del caso | Asunto | Fecha/Hora de apertura | Prioridad |
|-----------------|--|------------------------|-----------|
| 00001006 | Se congelo la pagina web | 19/03/2015 13:20 | High |

Informes

- [Casos totales creados](#)
- [Casos totales creados por agente](#)
- [Casos totales abiertos por agente](#)
- [Informe detallado de las funciones de los contactos](#)
- [Informe del historial de casos](#)

[Ir a Informes »](#)

Herramientas

- [Envío masivo de correo electrónico a casos](#)
- [Eliminación masiva de casos](#)

[Chat](#)

Para crear un nuevo caso, se debe dar clic en “nuevo” donde se desplegará la página de nuevo caso. Aquí se debe ingresar toda la información correspondiente. Aquí hay campos

que son obligatorios y campos que son opcionales, los campos obligatorios tienen una señal roja al lado izquierdo. En la figura se pueden observar los diferentes campos del nuevo caso y sus diferentes opciones. También tiene opciones de notificar al contacto mediante correo electrónico que su caso está siendo procesado.

Modificación de caso
Caso nuevo

Ayuda para esta página

Modificar Caso Guardar Guardar y cerrar Guardar y nuevo Comprobar ortografía Cancelar

Información del caso - Información obligatoria

Propietario del caso Byron Dominguez
Nombre del contacto
Nombre de la cuenta

Información adicional

Estado New
Origen del caso --Ninguno--
Prioridad Medium
Tipo --Ninguno--
Motivo del caso --Ninguno--

Descripción

Asunto
Descripción
Comentarios internos

Opcional

Asignar mediante las reglas de asignación activas
 Enviar correo electrónico de notificación a contacto

Guardar Guardar y cerrar Guardar y nuevo Comprobar ortografía Cancelar

En la siguiente pantalla se muestra la información del caso como el detalle, información adicional, información del sistema, además existen más funcionalidades como soluciones ya existentes o crear una nueva solución para el caso, crear nuevas tareas, el historial de actividades, comentarios del caso, historial del caso y archivos adjuntos.

Caso 00001007 Personalizar la página | Modificar formato | Versión para imprimir | Ayuda para esta página

Mostrar noticias en tiempo real Haga clic en agregar temas

Soluciones 00 | Actividades abiertas 00 | Historial de actividades 00 | Comentarios del caso 00 | Historial del caso 00 | Archivos adjuntos 00

Detalle de Caso Modificar | Eliminar | Cerrar caso | Duplicar

| | | | |
|----------------------|---------------------------|---------------------------------|--|
| Propietario del caso | Byron Dominguez [Cambiar] | Teléfono del contacto | |
| Número del caso | 00001007 | Correo electrónico del contacto | |
| Nombre del contacto | Pablo Llanas | | |
| Nombre de la cuenta | 12 | | |

▼ Información adicional

| | | | |
|------------------------|---|----------------------|------------------|
| Estado | New | Tipo | Problem |
| Origen del caso | Email | Motivo del caso | Existing problem |
| Prioridad | Medium | | |
| Asunto | Fallas en el diseño | | |
| Descripción | La pagina web presenta fallos en el diseño ya que no se entiende. | | |
| Fecha/Hora de apertura | 1/04/2015 12:36 | Fecha/Hora de cierre | |

▼ Información del sistema

Creado por Byron Dominguez, 1/04/2015 12:36 Última modificación por Byron Dominguez, 1/04/2015 12:38

Modificar Eliminar Cerrar caso Duplicar

Soluciones Ver soluciones sugeridas Buscar solución Ayuda de Soluciones

No se han adjuntado soluciones

Actividades abiertas Nueva tarea Evento nuevo Ayuda de Actividades abiertas

No hay registros que mostrar.

Historial de actividades Registrar una llamada Combinación de correo Enviar un mensaje de correo electrónico Ayuda de Historial de actividades

No hay registros que mostrar.

Comentarios del caso Nuevo Ayuda de Comentarios del caso

No hay registros que mostrar.

Historial del caso Ayuda de Historial del caso

| Fecha | Usuario | Acción |
|-----------------|-----------------|-----------------------------|
| 1/04/2015 12:38 | Byron Dominguez | Se ha cambiado Descripción. |
| 1/04/2015 12:36 | Byron Dominguez | Creado. |

Chat

• Creación de Tareas

En la página de detalle de caso podremos encontrar varias opciones, donde se debe dar clic en “nueva tarea” que se encuentra en actividades abiertas como se muestra en la siguiente figura.

Actividades abiertas Nueva tarea Evento nuevo Ayuda de Actividades abiertas

No hay registros que mostrar.

Se abrirá la página de nueva tarea. Dentro de esta página se debe ingresar la información de la tarea que se debe realizar como el asunto, comentarios, fecha de vencimiento, prioridad, a quién se le asigna la tarea, el estado de la tarea, a quien está relacionado este caso, y el contacto como está relacionado, el cual puede ser por caso, campaña, cuenta, oportunidad, pedido, presupuesto, producto y solución. Existe la opción de crear repeticiones recurrentes de las tareas, también se tiene la opción de

poner un recordatorio de la tarea y adjuntar archivos. En la siguiente figura se puede observar los diferentes campos que fueron mencionados anteriormente.

Cuando se crea la tarea esta se añade al detalle del caso de la siguiente manera. En la figura se puede observar que la tarea fue creada y asignada para la realización de la misma.

| Actividades abiertas | | | | | | | | Ayuda de Actividades abiertas ? |
|--|--------------------------|------------------------------|-------|----------------------|--------|-----------|---------------------------------|---|
| Acción | Asunto | Nombre | Tarea | Fecha de vencimiento | Estado | Prioridad | Asignado a | |
| Modificar Cerrar | Problema | Pablo Llanes | ✓ | 1/04/2015 | Open | Normal | Byron Dominguez | |

- **Correo Electrónico Masivo a Contactos**

Para enviar un correo masivo se debe dirigir a la “pestaña de contactos”. Aquí se desplegará la página de contactos donde se tiene los contactos y herramientas. En “herramientas” existe la opción enviar correo electrónico masivo como se muestra en la siguiente figura.

Se debe dar clic en este link y se abrirá una página donde se elige a qué contactos va a estar destinado el correo electrónico, donde se puede crear una nueva lista si no existe la deseada como se muestra en la figura.

A continuación se desplegará una lista de contactos los cuales podrán ser elegidos o descartados para el correo electrónico. Después se escogerá una plantilla de correo electrónico, si no existe la plantilla deseada en la siguiente sección se explicará cómo crear una plantilla. En vista previa se puede observar cómo está el diseño del correo electrónico.

Correo electrónico masivo Ayuda para esta página ?

Selección de plantilla

Paso 2. Seleccione una plantilla de correo electrónico Paso 2 de 4

[Anterior](#) [Siguiente](#) [Cancelar](#)

Seleccione una plantilla de correo electrónico para utilizar. Para crear una plantilla, salga del proceso de envío masivo de correo electrónico y créela en la sección de configuración personal.

Carpeta | Mis plantillas de correo electrónico personales

| Vista previa | Nombre | Tipo | Descripción |
|------------------------------|--|------|-------------|
| Vista previa | <input checked="" type="radio"/> Informativo 1 | HTML | |

[Anterior](#) [Siguiente](#) [Cancelar](#)

En la pantalla siguiente se coloca el asunto del correo electrónico y podemos programar un envío si es que se desea o enviar en ese mismo momento.

Correo electrónico masivo Ayuda para esta página ?

Confirmación

Paso 3. Revisar y confirmar Paso 3 de 4

[Anterior](#) [Enviar](#) [Cancelar](#)

Actualmente cuenta con 1 destinatario(s) seleccionados para que reciban este correo electrónico.

Opciones de procesamiento ! = Información obligatoria

Incluir mi dirección en Cco en un mensaje

Almacenar una actividad para cada mensaje

Nombre de correo electrónico masivo

Opciones de envío

Enviar ahora

Programado para enviar el Zona horaria

[Anterior](#) [Enviar](#) [Cancelar](#)

Damos clic en siguiente y si el correo electrónico masivo fue enviado correctamente se mostrará la siguiente página como se muestra en la figura.

Correo electrónico masivo Ayuda para esta página ?

Completo

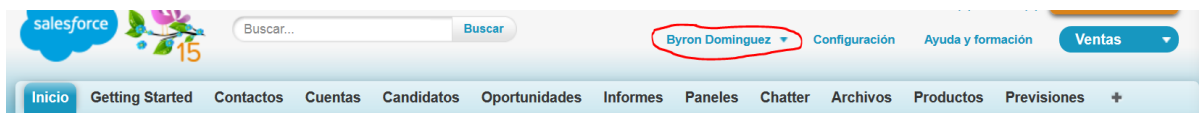
Paso 4. Sus correos electrónicos se han enviado para su procesamiento. Paso 4 de 4

Enhorabuena, ha finalizado correctamente el asistente para envío masivo de correo electrónico.

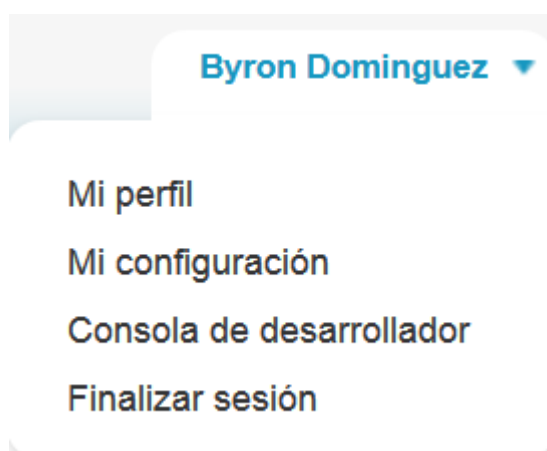
Finalizado

- **Creación de Plantillas para Correos Electrónicos Masivos**

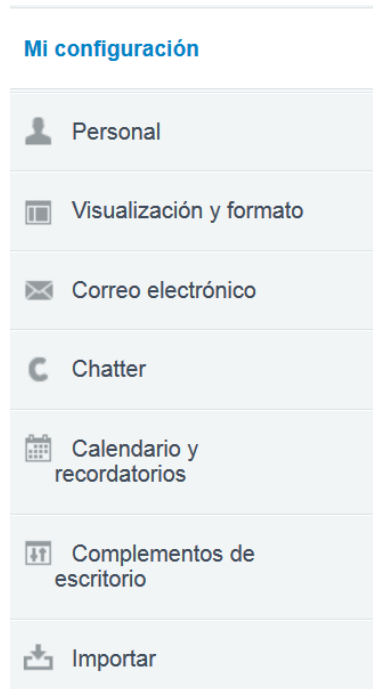
A continuación se detallará como se puede crear plantillas personalizadas para correos electrónicos masivos. Para esto se debe dirigir al panel principal superior y dar clic en el “nombre de la cuenta”, como se muestra en la figura.



Se desplegará un menú, donde debemos ir a “Mi configuración”, como se muestra en la siguiente figura.



Se desplegará una página de configuración, donde a lado izquierdo existe un menú. Se debe dar clic en “Correo Electrónico”. A continuación se muestra el menú.



Se desplegará un submenú de varias opciones del correo electrónico donde se debe dar clic a “Plantillas de correo electrónico”. A continuación en la figura se muestra el submenú.



Se desplegará una pantalla donde se mostraran todas las plantillas creadas, donde se puede eliminar, modificar o crear una nueva. Para crear una plantilla nueva nos dirigimos al botón “Plantilla Nueva”. En la figura se puede observar la pantalla de “Plantillas de correo electrónico”.

Plantillas de correo electrónico [Ayuda para esta página](#)

A continuación, se muestra una lista de todas las plantillas de correo electrónico de la carpeta seleccionada. Haga clic en el botón Nuevo para una plantilla de correo electrónico nueva con formato de texto, HTML, personalizada o Visualforce. Puede usar estas plantillas de correo electrónico cuando envíe mensajes de correo individuales. Para el envío de correo masivo, sólo se pueden usar plantillas con formato de texto, HTML y personalizado.

Carpeta [Crear una carpeta nueva](#)

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | Ñ | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z | Otros [Todos](#)

[Plantilla nueva](#)

| Acción | Nombre de la plantilla de correo electrónico ↑ | Tipo de plantilla | Disponible para el uso | Descripción | Autor | Fecha de la última modificación |
|--|--|-------------------|------------------------|-------------|-------|---------------------------------|
| Modificar Eliminar | informativo 1 | HTML | ✓ | | BDomi | 19/03/2015 |

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | Ñ | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z | Otros [Todos](#)

Para la creación de una plantilla nueva se debe escoger el tipo de plantilla, donde existen varios tipos como texto, HTML (Con membrete), personalizar (sin membrete) y visualforce. Se seleccionará la plantilla “HTML (con membrete)” ya que la empresa va a utilizar esta en la mayoría de casos. En la figura se puede observar los diferentes tipos de plantillas.

Plantillas de correo electrónico [Ayuda para esta página](#)

Plantilla nueva

Paso 1. Plantilla de correo electrónico: Plantilla nueva

[Siguiete](#) [Cancelar](#)

Seleccione el tipo de plantilla de correo electrónico que desea crear.

Texto

HTML (con Membrete)

Personalizar (sin Membrete)

Visualforce

[Siguiete](#) [Cancelar](#)

En el siguiente paso se debe ingresar la información necesaria de la plantilla, como la carpeta donde se guardará la plantilla, si está disponible para su uso, el nombre de la plantilla de correo electrónico, el nombre exclusivo de la plantilla se pondrá automáticamente, el membrete que se va a utilizar, en el siguiente literal se indica cómo crear un membrete, se elige el formato del correo electrónico, la codificación y una breve descripción de la plantilla. Damos clic en “siguiente” donde se desplegará la página de creación del HTML.

Paso 2. Plantilla de correo electrónico HTML: Plantilla nueva Paso 2 de 4

Anterior **Siguiete** Cancelar

Información acerca de la plantilla de correo electrónico = Información obligatoria

Carpeta

Disponible para el uso

Nombre de la plantilla de correo electrónico

Nombre exclusivo de plantilla i

Membrete

Formato de correo electrónico Ver las opciones de formato de correo electrónico

Codificación

Descripción

Anterior **Siguiete** Cancelar

En esta pantalla que se muestra en la figura se procederá a añadir la información que va a estar contenida en el correo electrónico, además de poder modificar el diseño con el tipo, color y tamaño de letra. En la parte superior existe una barra de “Campos de combinación disponibles” donde se puede elegir la información que va a estar en la plantilla. Primero se selecciona un tipo de campo, luego el campo por ejemplo “Apellido” y al lado derecho se desplegará un valor correspondiente al campo seleccionado. Este valor debe ser copiado y pegado en cualquier parte de la plantilla de correo electrónico.

Controles de formato

Fuente Tamaño

Campos de combinación disponibles

Seleccionar tipo de campo: Campos de contactos

Seleccionar campo: Apellidos

Copiar valor de campo de combinación: {!Contact.LastName}

Copiar y pegar el valor del campo de combinación en una sección siguiente.

Y en la siguiente figura se observa el diseño de la nueva plantilla.

Paso 3. Crear versión HTML Paso 3 de

Vista previa Anterior **Siguiente** Cancelar

Contenido de correo electrónico HTML ! = Información obligatoria

Asunto

Hola {!Contact.FirstName} {!Contact.LastName}

Nuestra empresa esta realizando un evento gratuito de programación agil. En donde desearamos contar con su presencia.

Gracias por su atención,

En el siguiente paso se crea una versión texto de la plantilla HTML, donde se da clic en copiar texto de la versión HTML. Y por último se debe dar clic en guardar para ya tener una nueva plantilla de correo electrónico y también se desplegará el detalle de la plantilla.

Paso 4. Crear versión sólo texto Paso 4 de 4

[Anterior](#) [Guardar](#) [Cancelar](#)

[Copiar texto de la versión HTML](#)

Contenido de correo electrónico de sólo texto

| Asunto | Invitación |
|------------------|---|
| Cuerpo del texto | Hola {!Contact.FirstName} {!Contact.LastName} Nuestra empresa esta realizando un evento gratuito de programación agil. En donde desearamos contar con su presencia. Gracias por su atención, Saludos Cordiales Hawa Solutions S.A |

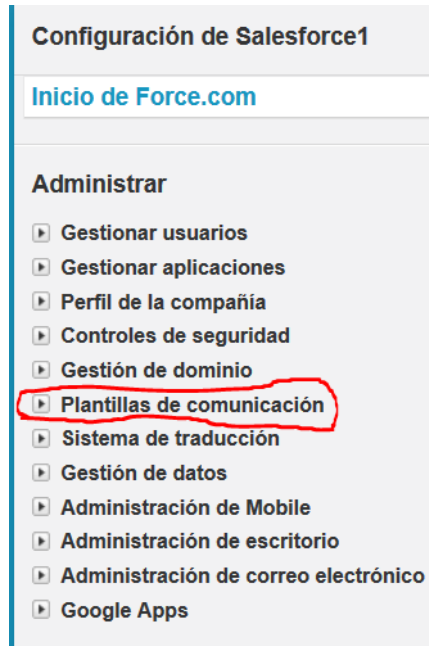
[Anterior](#) [Guardar](#) [Cancelar](#)

- **Creación de Membretes**

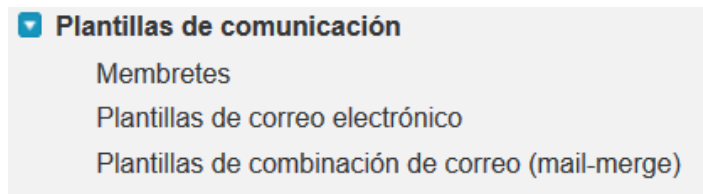
Para la creación de membretes se debe dirigir al menú superior principal y dar clic en “configuración”. Como se muestra en la figura.



Se abrirá una nueva página donde a lado derecho existe un menú de configuración, en la sección de administrar se debe buscar la opción “Plantillas de comunicación” y dar clic.



Se desplegarán tres opciones y se dará clic en “Membretes”.



Cuando se da clic en membretes se abrirá una nueva pantalla donde nos indica que es un membrete y se debe dar clic en siguiente.

Qué son los membretes

[Ayuda para esta página](#)

Siguiendo

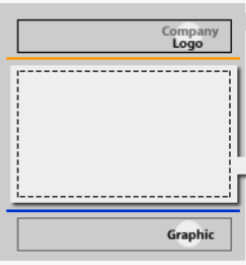
Configure el membrete para lograr un aspecto estándar de las plantillas de correo electrónico HTML.

¿Qué es un membrete?


Company Logo

Graphic

Crear un membrete sólo una vez.



Seleccionar un formato de correo electrónico para diseñar la copia del cuerpo del correo electrónico HTML.



No volver a mostrar esta página

En la siguiente pantalla que se despliega se mostrarán todos los membretes que existan. Para crear un nuevo membrete se debe dar clic en “Membrete Nuevo” como se muestra en la figura.

Todos Ayuda para esta página

Los membretes definen el aspecto de sus plantillas de correo electrónico HTML. Estas plantillas pueden heredar la configuración de logotipo, color y texto de un membrete. A continuación, se incluye una lista de los membretes de su organización.

Sugerencia: Cree solamente un membrete para su compañía. Utilice este membrete como base para todas las plantillas de correo electrónico HTML.

Ver: Todos [Crear nueva vista](#)

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | Ñ | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z | Otros **Todos**

| Acción | Etiqueta de membrete ↑ | Disponible para el uso | Descripción |
|--|------------------------|------------------------|-------------|
| Modificar Eliminar | Membrete 1 | ✓ | |

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | Ñ | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z | Otros **Todos**

En la siguiente pantalla se deberá ingresar los datos del membrete, como si está disponible para el uso, la etiqueta del membrete, nombre exclusivo del membrete y una descripción. Por último, se da clic en “guardar”.

Propiedades del Membrete Ayuda para esta página

Membrete nuevo

Modificar Membrete Guardar Cancelar

Propiedades del membrete I = Información obligatoria

Disponible para el uso

Etiqueta de membrete

Nombre exclusivo de membrete i

Descripción

Guardar Cancelar

En la siguiente pantalla se deberá modificar y personalizar el gusto del empleado el membrete. Se puede cambiar colores y añadir logotipos de la empresa. A continuación en la figura se muestra la pantalla de diseño del membrete y cuando se finalice con el diseño se da clic en “guardar”.

Propiedades del Membrete

Membrete 2

Personalice el aspecto de su membrete a continuación. Utilice el botón Vista previa para ver el membrete en una ventana aparte.

Guardar Vista previa Cancelar

Modificar el color de fondo

Modificar propiedades del encabezado Seleccionar el logotipo Eliminar el logotipo

HawaSolutions
Innovando con calidad

Modificar la línea superior

Modificar los colores del cuerpo

Modificar la línea intermedia

Modificar las propiedades del pie de página Seleccionar el logotipo Eliminar el logotipo

HawaSolutions
Innovando con calidad

Modificar la línea inferior

Chat

A continuación se muestra el detalle del membrete y su diseño. Como se puede ver en la figura.

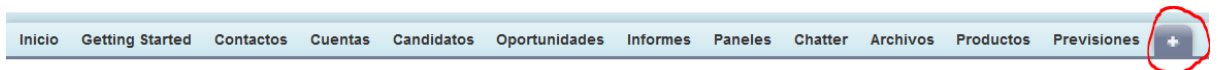
Detalle de Membrete Modificar propiedades Modificar membrete Eliminar

| | |
|------------------------------|----------------------------------|
| Etiqueta de membrete | Membrete 2 |
| Nombre exclusivo de membrete | Membrete_2 |
| Disponible para el uso | ✓ |
| Descripción | Informativo |
| Creado por | Byron Dominguez, 5/04/2015 13:33 |
| Modificado por | Byron Dominguez, 5/04/2015 13:47 |

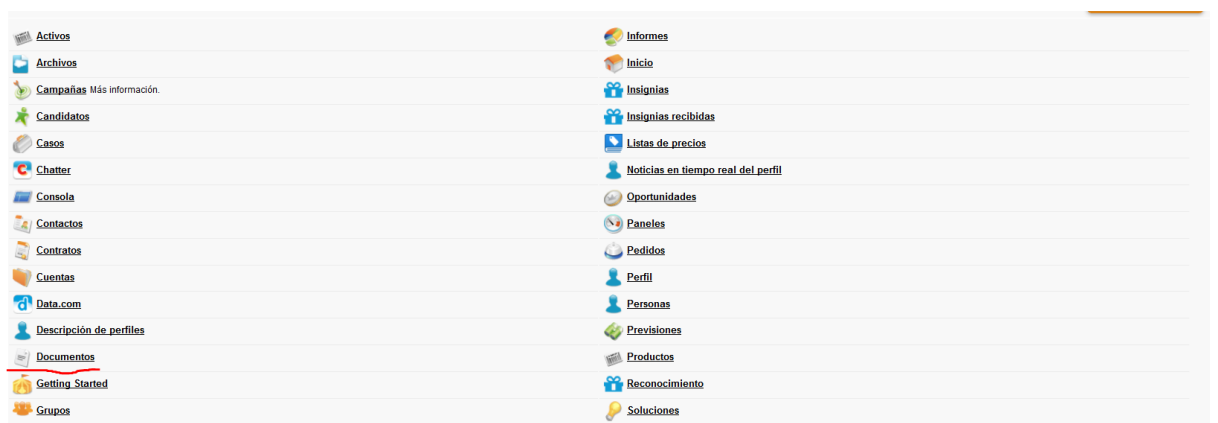


- **Carga de Documentos**

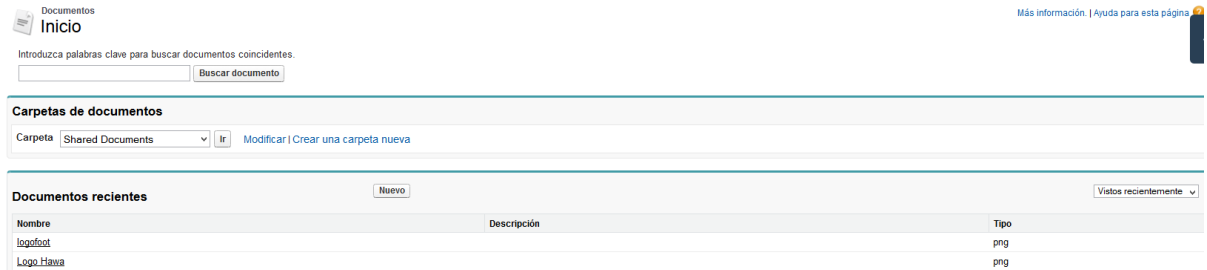
Para la carga de documentos se debe dirigir al signo “+” como se muestra en la figura.



Donde se desplegarán todas las opciones del CRM, en el listado que se despliega se busca la opción “Documentos” que se indica en la siguiente figura.



Donde estaremos en la nueva página de inicio de documentos. Tiene un buscador, existen diferentes carpetas y los documentos que recientemente fueron añadidos, como se muestra en la figura. Para la carga de un nuevo documento se da clic en “nuevo”



Se nos desplegara la página de carga de documentos, donde se deberá ingresar la información correspondiente al documento como el nombre del documento, el nombre exclusivo del documento que se asigna automáticamente, la carpeta donde se va a guardar el documento, descripción, se deberá añadir el documento de la PC o desde alguna URL como se muestra en la figura, por último se guardara el documento en el CRM.

Por último, se desplegara el detalle del documento cargado en el CRM como se muestra en la siguiente figura.

Documento
logofoot

< Volver a la lista: Documentos

Ayuda para esta página

Detalle de Documento

Modificar propiedades Eliminar Reemplazar el documento Enviar documento por correo electrónico

| | |
|--|--|
| Nombre del documento | logofoot |
| Nombre exclusivo de documento | foot |
| Para uso interno solamente | <input type="checkbox"/> |
| Imagen disponible de modo externo | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Contenido de documento que permite búsquedas | <input type="checkbox"/> |
| Carpeta | Mis documentos personales |
| Autor | Byron Dominguez [Cambiar] |
| Extensión de archivo | png |
| Tipo MIME | image/png |
| Tamaño | 5KB |
| Descripción | |
| Palabras clave | |
| Imagen |  |

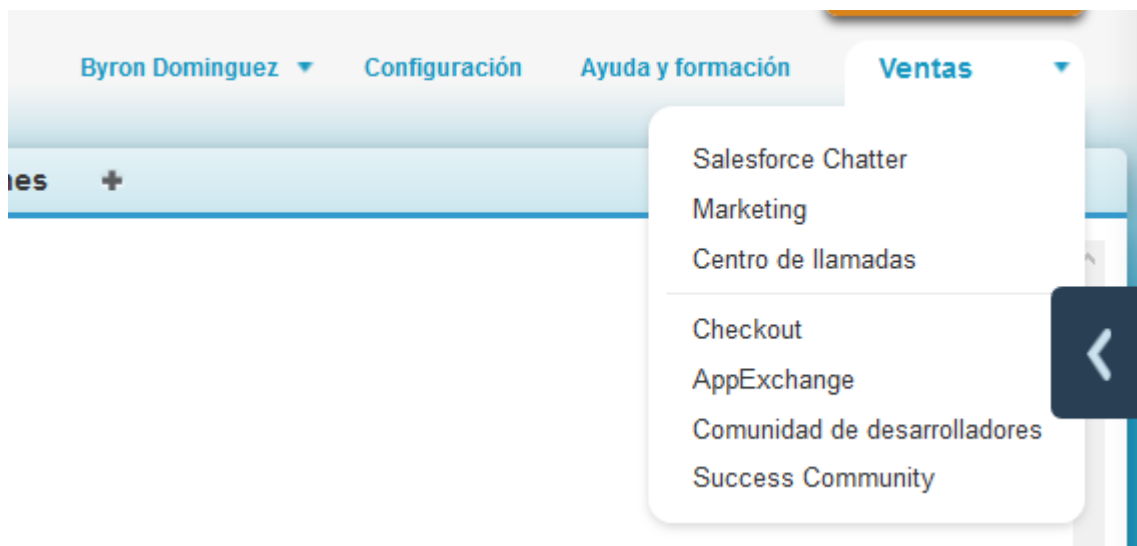
Creado por Byron Dominguez, 5/04/2015 13:43 Modificado por Byron Dominguez, 5/04/2015 13:43

Modificar propiedades Eliminar Reemplazar el documento Enviar documento por correo electrónico

2. Automatización de Marketing

- Creación de Campañas

Primero, para comenzar con marketing, debemos cambiar la pantalla a marketing. Ir al lado superior derecho y dar clic en el botón azul que dice “Ventas”. Luego de esto se desplegará un menú donde saldrá marketing y otras opciones, damos clic en “marketing”. En la figura se muestra el botón y las opciones.



Cuando se selecciona marketing la pantalla inicial cambiará y saldrán opciones específicas para marketing. Como se muestra a continuación en la figura.



Para crear una campaña nos dirigimos a la pestaña “Campaña”, donde se desplegará una pantalla con un pequeño buscador, campañas recientes e informes de las campañas. A continuación se muestra lo mencionado anteriormente en la figura.



El siguiente paso es dar clic en “Nuevo”, donde se abrirá la ficha para crear una nueva campaña. Se debe ingresar el nombre de la campaña, si es que está activa o no, campaña principal si es que existe, tipo de campaña, descripción, estado, fecha de inicio y fecha final con lo que respecta a información. Con lo que respecta a planeación es número privado, respuesta prevista, coste presupuestado, coste real e ingreso previsto. A continuación se muestra la figura correspondiente a esta pantalla.

Modificación de campañas Ayuda para esta página ?

Campaña nueva

Modificar Campaña Guardar Guardar y nuevo Cancelar

Información de la campaña = Información obligatoria

| | |
|--|--|
| Nombre de la campaña <input type="text"/> | Propietario de la campaña Byron Dominguez |
| Activo <input type="checkbox"/> | Estado Planned |
| Campaña principal <input type="text"/> | Fecha de inicio <input type="text"/> [5/04/2015] |
| Tipo Conference | Fecha final <input type="text"/> [5/04/2015] |
| Descripción <div style="border: 1px solid #ccc; height: 40px; width: 100%;"></div> | |

Planificación

| | |
|--|--|
| Número enviado <input type="text" value="0"/> | Coste presupuestado <input type="text"/> |
| Respuesta prevista (%) <input type="text" value="0,00"/> | Coste real <input type="text"/> |
| | Ingreso previsto <input type="text"/> |

Guardar Guardar y nuevo Cancelar

Cuando se guarda la campaña se despliega el detalle de la campaña que se muestra en la figura.

Campaña Personalizar la página | Modificar formato | Versión para imprimir | Ayuda para esta página ?

Nuevos servicios

[Mostrar noticias en tiempo real](#) [Haga clic en agregar temas](#)

[« Volver a la lista: Campañas](#)

Miembros de campaña [0] | Jerarquía de campaña [1] | Oportunidades [0]

Detalle de Campaña Modificar Eliminar Duplicar Gestionar miembros Configuración avanzada

| | |
|---|--|
| Nombre de la campaña Nuevos servicios [Ver jerarquía] | Propietario de la campaña Byron Dominguez [Cambiar] |
| Activo <input checked="" type="checkbox"/> | Estado In Progress |
| Campaña principal | Fecha de inicio 5/04/2015 |
| Tipo Email | Fecha final 7/04/2015 |
| Descripción | |

Planificación

| | |
|------------------------------|---------------------|
| Número enviado 0 | Coste presupuestado |
| Respuesta prevista (%) 0,00% | Coste real |
| | Ingreso previsto |

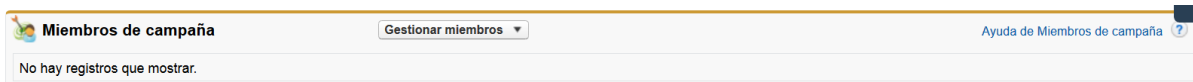
Estadísticas de campaña

| | |
|------------------------------|---|
| Número total de respuestas 0 | Núm. de oportunidades totales 0 |
| Candidatos totales 0 | Núm. de oportunidades ganadas 0 |
| Candidatos convertidos 0 | Valor total de oportunidades =0 |
| Contactos totales 0 | Valor total de oportunidades ganadas =0 |

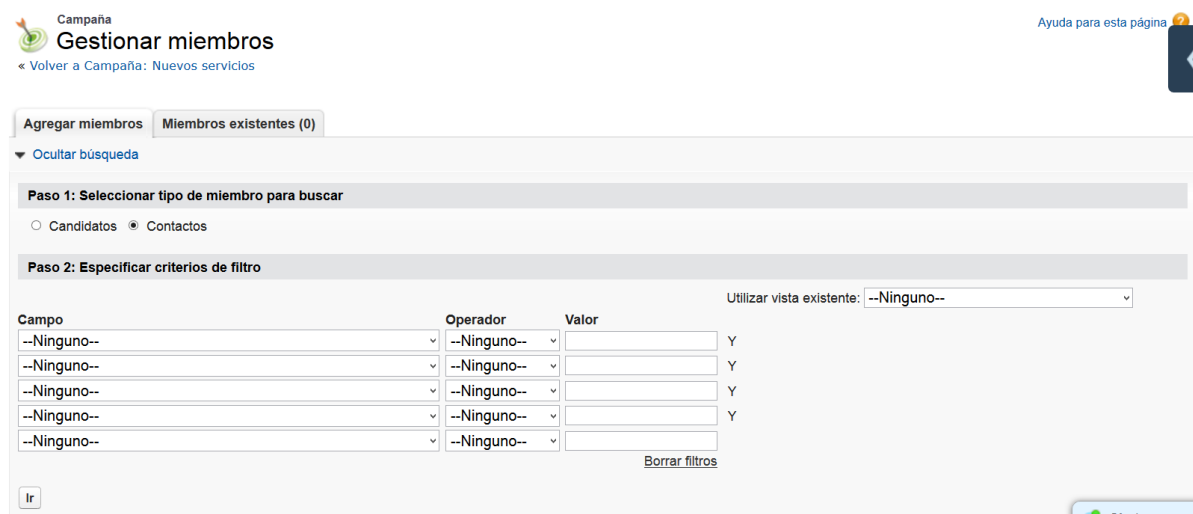
Creado por Byron Dominguez, 5/04/2015 18:42 Última modificación por Byron Dominguez, 5/04/2015 18:42

[Chat](#)

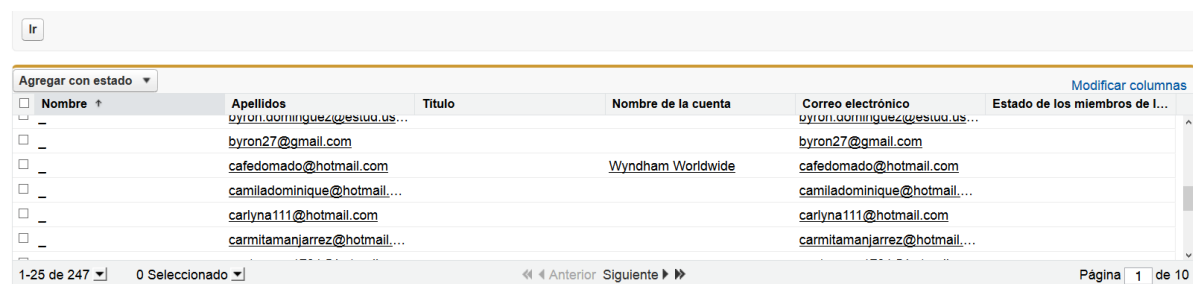
En esta página se tiene miembros de campaña y oportunidades que se ganan en cada campaña. Se explica cómo añadir miembros a la campaña. Nos dirigimos al menú de “Miembro de campaña” como se muestra en la figura.



Se debe dar clic en “Gestionar miembros” y posteriormente “agregar miembros”. Donde se desplegará una nueva pantalla, seleccionamos contactos o candidatos, para luego de esto seleccionar el tipo de filtro y obtener los posibles candidatos para la campaña. En la figura se muestra los pasos para agregar miembros a la campaña.



Para realizar la búsqueda se da clic en “Ir” donde se desplegarán los diferentes contactos que se encuentren en el CRM.



Se selecciona los contactos que se desean que sean miembros de la campaña, para agregar el contacto se debe dar clic en “Agregar con estado” enviado o respondido donde se añadirán los miembros a la campaña como se muestra en la figura.

Ir

Agregar con estado

| | Apellidos | Título | Nombre de la cuenta | Correo electrónico | Estado de los miembros de l... |
|--------------------------|----------------------------|--------|---------------------|----------------------------|--------------------------------|
| | byron.dominquez@stud.us... | | | byron.dominquez@stud.us... | Enviado |
| <input type="checkbox"/> | bender-3@hotmail.com | | | bender-3@hotmail.com | Enviado |
| <input type="checkbox"/> | byron.dominguez@stud.us... | | | byron.dominguez@stud.us... | |
| <input type="checkbox"/> | byron27@gmail.com | | | byron27@gmail.com | |
| <input type="checkbox"/> | cafedomado@hotmail.com | | Wyndham Worldwide | cafedomado@hotmail.com | |
| <input type="checkbox"/> | camiladominique@hotmail... | | | camiladominique@hotmail... | |

1-25 de 247 0 Seleccionado Anterior Siguiente Página 1 de 10

Si los contactos fueron agregados correctamente nos saldrá la siguiente pantalla.

Campaña **Gestionar miembros** Ayuda para esta página

< Volver a Campaña: Nuevos servicios

Ha agregado 2 miembro(s) correctamente.
Puede agregar más miembros a esta campaña utilizando la ficha Agregar miembros.

- **Crear Oportunidades**

Para crear oportunidades debemos regresar a la campaña creada y buscar la opción de “Oportunidades” y dar clic en “Nueva oportunidad” como se muestra en la figura.

Oportunidades Nueva oportunidad Ayuda de Oportunidades

No hay registros que mostrar.

Se abrirá una nueva pantalla para ingresar la oportunidad nueva, se debe ingresar la información como nombre de la oportunidad, nombre de la cuenta, tipo, origen de campaña principal si existe, fecha de cierre, etapa, probabilidad, importe, paso siguiente, descripción y origen del candidato.

Modificación de la oportunidad Luis Aguas Ayuda para esta página

Modificar Oportunidad Guardar Guardar y nuevo Cancelar

Información de la oportunidad Información obligatoria

Nombre de la oportunidad Luis Aguas Propietario de la oportunidad Byron Dominguez

Nombre de la cuenta Particular Fecha de cierre 7/04/2015 [5/04/2015]

Tipo New Business Etapa Prospecting

Origen de la campaña principal Nuevos servicios Probabilidad (%) 10

Importe

Información adicional

Paso siguiente Origen del candidato --Ninguno--

Descripción

Guardar Guardar y nuevo Cancelar

Si se grabó la oportunidad se desplegará el detalle de la oportunidad a continuación como se muestra en la figura.

| Detalle de Oportunidad | | Modificar | Eliminar | Duplicar |
|----------------------------------|----------------------------------|---|----------------------------------|----------|
| Nombre de la oportunidad | Luis Aguas | Propietario de la oportunidad Byron Dominguez [Cambiar] | | |
| Nombre de la cuenta | Particular | Fecha de cierre | 7/04/2015 | |
| Tipo | New Business | Etapa | Prospecting | |
| Origen de la campaña principal | Nuevos servicios | Probabilidad (%) | 10% | |
| | | Importe | | |
| ▼ Información adicional | | | | |
| Paso siguiente | Origen del candidato | | | |
| Descripción | | | | |
| ▼ Información del sistema | | | | |
| Creado por | Byron Dominguez, 5/04/2015 19:01 | Última modificación por | Byron Dominguez, 5/04/2015 19:01 | |
| | | Modificar | Eliminar | Duplicar |

- **Marketing por Correo**

Para realizar marketing por correo se utiliza el procedimiento que fue indicado en la parte 1 de este anexo que es “Correo Electrónico masivo a contactos”.

ANEXO B: Manual de Administrativo

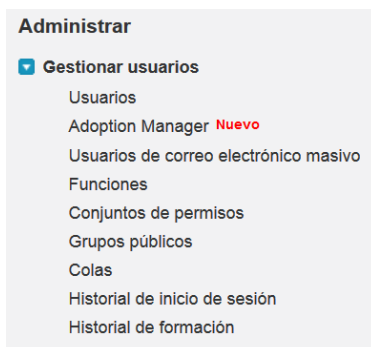
1. Administración de Datos

- **Creación de Usuarios**

Para la creación de usuario la única persona que está permitida para crear usuarios es el gerente o algún empleado designado por la gerencia. Para la creación de usuario, se debe dirigir a “Configuración” en el menú principal. Como se muestra en la figura.



Donde se desplegará la pantalla de configuración, donde se debe dirigir a “Administrar” y buscar la opción “Gestionar usuarios” como se muestra en la figura.



Se procede a dar clic en “Usuarios”, donde se desplegará la página de usuarios. En esta página se puede crear un nuevo usuario, restablecer las contraseñas o agregar varios usuarios. Para crear un nuevo usuario damos clic en “Nuevo Usuario” como se muestra en la siguiente figura

Todos los usuarios Ayuda para esta página

Ver: Todos los usuarios [Modificar](#) [Crear nueva vista](#)

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | Ñ | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z | Otros [Todos](#)

| Acción | Nombre completo | Alias | Nombre de usuario | Último inicio de sesión | Función | Activo | Perfil |
|---------------------------|------------------|---------|--|-------------------------|---------|-------------------------------------|---------------------------|
| Modificar | Chatter Expert | Chatter | chatty00dj00000028wnjeaa.32yuau0ws5vg@chatter.salesforce.com | | | <input checked="" type="checkbox"/> | Chatter Free User |
| Modificar | Dominguez, Byron | BDomi | byrond27@gmail.com | 5/04/2015 18:28 | | <input checked="" type="checkbox"/> | Administrador del sistema |

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | Ñ | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z | Otros [Todos](#)

Al dar clic en “Nuevo usuario” se despliega la información que debe ser ingresada para crear el nuevo usuario como se muestran en las figuras. En perfil es donde se da los roles de cada uno de los usuarios que utilizaran el CRM.

Modificar Usuario [Guardar](#) [Guardar y nuevo](#) [Cancelar](#)

Información general ! = Información obligatoria

| | | | |
|--------------------|----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre | <input type="text"/> | Función | <No se ha especificado ninguno> |
| Segundo nombre | <input type="text"/> | Licencia de usuario | Salesforce |
| Apellidos | <input type="text"/> | Perfil | --Ninguno-- |
| Sufijo | <input type="text"/> | Activo | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Alias | <input type="text"/> | Usuario de marketing | <input type="checkbox"/> |
| Correo electrónico | <input type="text"/> | Usuario de Offline | <input type="checkbox"/> |
| Nombre de usuario | <input type="text"/> | Usuario de Sales Anywhere | <input type="checkbox"/> |
| Apodo | <input type="text"/> | Usuario de Salesforce Classic | <input type="checkbox"/> |
| Cargo | <input type="text"/> | Configuración de Mobile | <input type="text"/> |
| Empresa | <input type="text"/> | Modo de accesibilidad | <input type="checkbox"/> |
| Departamento | <input type="text"/> | Paleta daltoniana en los gráficos | <input type="checkbox"/> |
| División | <input type="text"/> | Menú de acceso rápido de Force.com | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | | Permitir realización de provisiones | <input type="checkbox"/> |
| | | Formalización de pago activada | <input type="checkbox"/> |
| | | Centro de | <input type="text"/> |

[Chat](#)

Dirección de correo

Pais: United States

Dirección:

Ciudad:

Estado/Provincia: --Ninguno--

Código postal:

Parámetros de la configuración regional

Zona horaria: (GMT-05:00) Hora de Perú (America/Lima)

Configuración regional: español

Idioma: Español

Configuración del boletín de salesforce.com

Recibir boletín de salesforce.com

Recibir boletín administrativo de salesforce.com

Generar nueva contraseña y notificar al usuario inmediatamente

[Guardar](#) [Guardar y nuevo](#) [Cancelar](#)

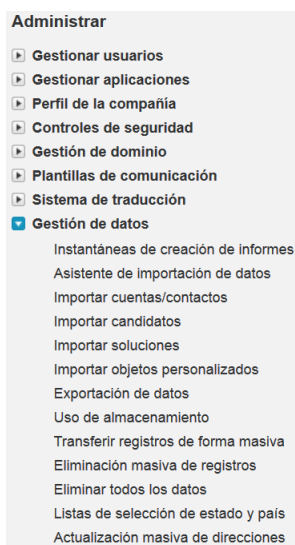
Cuando se ingresa toda la información el CRM se encargará de enviar un correo electrónico al nuevo usuario, donde le pedirá que ingrese su contraseña y usuario para acceder a Salesforce.

- **Importación de datos**

Para realizar una importación de datos, se debe dirigir a “Configuración” como se muestra en la figura.



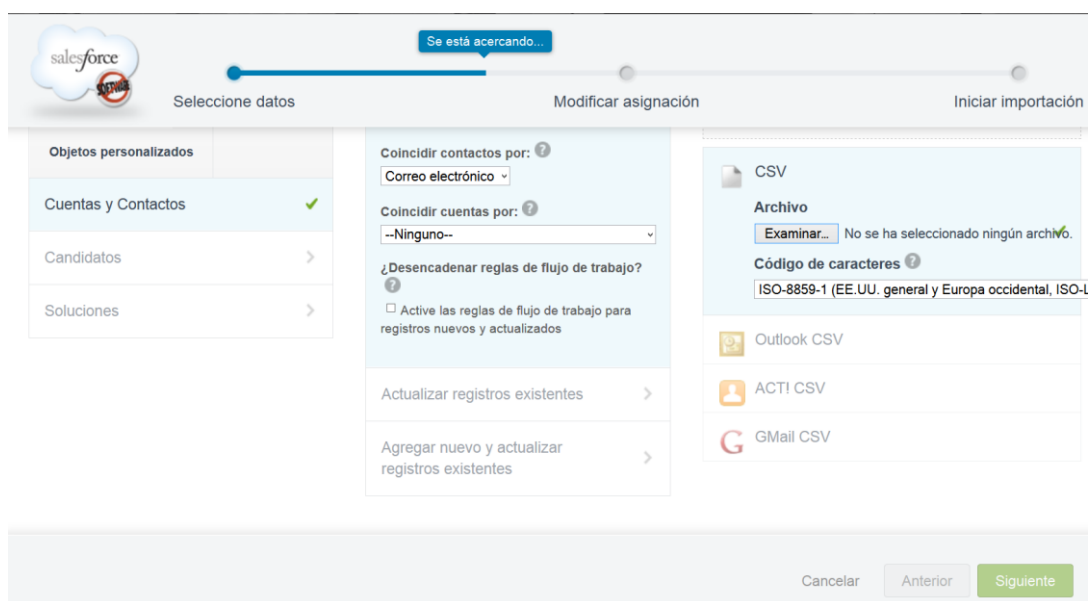
Donde se desplegará un menú al lado izquierdo, se debe buscar la opción “Administrar” y dar clic en “Gestión de datos” como se muestra en la siguiente figura.



El siguiente paso es dar clic en “Asistente de importación de datos” donde se desplegará una nueva pantalla. Existen varias formas para importar contactos los cuales pueden ser directos de un correo electrónico o desde un archivo CSV de Excel. Se debe dar clic en “Inicie el asistente”



En el siguiente paso el asistente desplegará una nueva pantalla donde se debe seleccionar que se va a importar, en este caso cuentas y contactos, que se quiere hacer y de donde provienen los datos. En el último paso se debe tener un archivo CSV de los datos de los contactos, cuando se agrega el archivo CSV se da clic en siguiente y los datos de los contactos se añadirán en unos minutos.

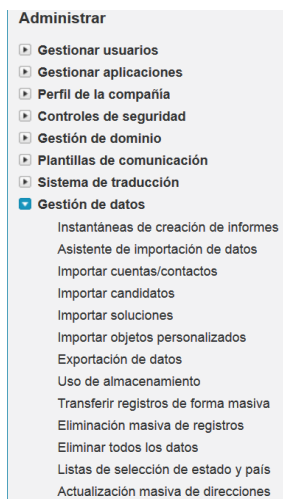


- **Exportación de Datos**

Para realizar la exportación de datos se debe dirigir a configuración en la página principal como se muestra en la figura.



El siguiente paso es dirigirse a “Gestión de datos” y dar clic, donde se desplegarán varias opciones. En estas opciones se debe ir a “Exportación de datos”.

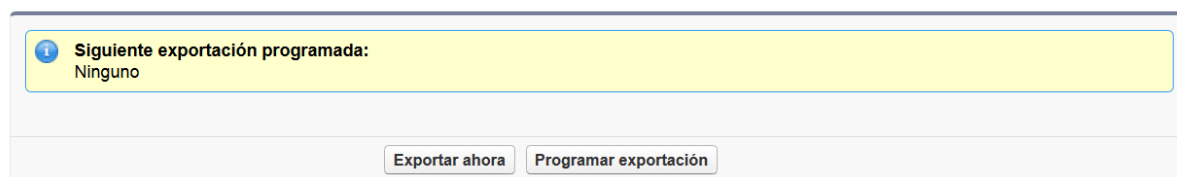


Al dar clic se desplegará una pantalla donde se podrá “exportar ahora” o “programar exportación” de todos los datos que se encuentren en el CRM. A continuación se muestra la figura de esta pantalla.

Servicio de exportación semanal

[Ayuda para esta página](#)

La exportación de datos le permite preparar una copia de todos sus datos en salesforce.com. Desde esta página puede iniciar el proceso de exportación manualmente o programarlo para que se ejecute automáticamente. Cuando una exportación esté lista para su descarga, recibirá un correo electrónico con un vínculo que le permitirá descargar los archivos. Los archivos de exportación también están disponibles en esta página durante 48 horas, tras lo cual se eliminan.



Al exportar los datos se puede seleccionar que datos que se requiere respaldar con un simple menú que se muestra en la figura.

Servicio de exportación semanal Ayuda para esta página ?

Codificación de archivo de exportación: ISO-8859-1 (EE.UU. general y Europa occidental, ISO-LATIN-1)

Incluir imágenes, documentos y archivos adjuntos

Incluya archivos de Chatter y versiones de documento de Salesforce CRM Content

Reemplazar retornos de carro con espacios

[Iniciar exportación](#) [Cancelar](#)

Datos exportados
 Seleccione qué tipo de información desearía incluir en la exportación. Los tipos de datos enumerados a continuación utilizan los nombres API de Apex. Si no está familiarizado con estos nombres, seleccione incluir todos los datos para la exportación en cuestión.

Incluir todos los datos

| | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> RecordType | <input type="checkbox"/> Contract | <input type="checkbox"/> Order |
| <input type="checkbox"/> OrderItem | <input type="checkbox"/> Approval | <input type="checkbox"/> ContractContactRole |
| <input type="checkbox"/> EntityHistory | <input type="checkbox"/> FieldHistory | <input type="checkbox"/> EmailRoutingAddress |
| <input type="checkbox"/> Campaign | <input type="checkbox"/> CampaignMember | <input type="checkbox"/> Account |
| <input type="checkbox"/> Contact | <input type="checkbox"/> Lead | <input type="checkbox"/> Opportunity |
| <input type="checkbox"/> OpportunityContactRole | <input type="checkbox"/> OpportunityHistory | <input type="checkbox"/> OpportunityLineItem |
| <input type="checkbox"/> OpportunityCompetitor | <input type="checkbox"/> Partner | <input type="checkbox"/> ForecastingAdjustment |

Cuando se da clic en iniciar exportación se pone en cola para crear la exportación de los datos del CRM y se enviará una notificación por correo electrónico para indicar que la exportación finalizo. A continuación se muestra la figura de esta pantalla.

Siguiente exportación programada:
 Actualmente, la organización tiene una exportación de datos en curso.

[Exportar ahora](#) [Programar exportación](#)

La exportación se ha colocado en cola. Recibirá una notificación por correo electrónico una vez finalizada.

| | |
|--|--|
| Programado por | Byron Dominguez |
| Fecha de programación | 5/04/2015 |
| Codificación de archivo de exportación | ISO-8859-1 (EE.UU. general y Europa occidental, ISO-LATIN-1) |

Cuando ya se realiza la exportación de los datos se notifica mediante correo electrónico y se puede descargar de la página. A continuación se muestra la figura de la exportación.

| Acción | Nombre de archivo | Tamaño del archivo |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------|
| descarga | WE_00Dj00000028wnjEAA_1.ZIP | 45.0K |

ANEXO C: Acta de Entrega – Recepción de Manuales**ACTA DE ENTREGA – RECEPCIÓN DE MANUALES**

Fecha: Quito, 2015/Abril/22

Para: Ing. Carlos Regalado - Gerente de Hawa Solutions CIA.LTDA.

De: Byron Domínguez

Asunto: Acta de entrega – recepción de los manuales de usuario y administrativos del CRM Salesforce a la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA.

En la ciudad de Quito a los 22 días del mes de abril del año 2015 se procede a realizar la entrega de los siguientes manuales: **Manual de Usuario y Manual Administrativo** correspondientes a la implementación del CRM Salesforce a la empresa Hawa Solutions CIA.LTDA

Entregue conforme:

Recibí conforme:

Byron Domínguez

Ing. Carlos Regalado

Gerente de Hawa Solutions CIA.LTDA

ANEXO D: Preguntas y Respuestas de la Entrevista

1. ¿Cree que el CRM ayudo a la empresa optimizando recursos?

Efectivamente, el hecho de poder documentar y definir el relacionamiento que estamos teniendo con nuestros clientes es de mucha ayuda nos permite conocer que estamos haciendo mal o que estamos haciendo bien para poder incrementar nuestras ventas.

2. ¿El costo del CRM parece adecuado por las funcionalidades que tiene?

Este tipo de alternativas estilo SaaS son bastante cómodas para poder trabajar en empresas como la nuestra ya que tenemos el acceso a sistemas muy completos a un costo accesible,

3. ¿Cree que el CRM siga funcionando en la empresa después de 6 meses? ¿Si, no? ¿Por qué?

Si, Esperamos seguir con el proyecto del CRM y seguir aumentando las funcionalidades de acuerdo a lo que nuestra organización vaya terminando.

4. ¿Cree que Sales force va a mejorar el seguimiento al cliente para brindar un mejor servicio?

Si, solo con el simple hecho de documentar el seguimiento del cliente puedo conocer claramente que es lo que necesita mi cliente y poder desarrollar mejores estrategias.

5. ¿Cree que necesitaran más funcionalidades del CRM en un futuro?

Al momento el proyecto tiene más funcionalidades de las que la empresa puede necesitar así que nuevas funcionalidades no serán prioritarias por el momento.

6. ¿Por qué pensaría que la implementación del CRM puede fracasar?

La implementación podría fallar por varios factores, uno de los factores más importantes es la gente ya que puede existir cierta resistencia al cambio que podría perjudicar a la empresa.

7. ¿El marketing de la empresa mejorara gracias al uso del CRM? ¿Por qué?

Si, el marketing busca posicionar la marca en la mente de los clientes claves por lo tanto conocer más a nuestros clientes nos permitirá llegar mucho más a nuestros clientes.

8. ¿La capacitación que recibió el personal fue la correcta?

Si, la ventaja es que estos nuevos sistemas son muy didácticos y fáciles de manejar así que la capacitación fue adecuada.

9. Con respecto a los manuales administrativos y de usuario ¿Crees que cubren todas las indicaciones necesarias para el uso del CRM?

Si, adicional la herramienta también tiene un portal de ayuda que permite realizar consultas o cualquier inquietud que se tenga.

10. ¿Cree que en el CRM sea necesario tener una cuenta para cada persona de la empresa? o ¿Creerías que no es necesario? ¿Por qué?

No creo que es necesario por cada persona ya que el manejo de clientes son solo lo realiza el tema comercial.