

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción.....	xi
-------------------	----

PARTE I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

CAPÍTULO 1

UCBSCZ - PROYECTO CONTACTO AMIGO.....	2
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	2
1.2 MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA.....	3
1.3 PRINCIPIOS DE LA UCB.	4
1.4 ORGANIGRAMA PRINCIPAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA.....	5
1.5 PROYECTO CONTACTO AMIGO.....	6
1.6 PRINCIPALES ACTORES DEL PROYECTO “CONTACTO AMIGO”.....	7
1.6.1 Administrador.....	7
1.6.2 Contacto.....	7
1.6.3 Prospectos o Referidos.....	7
1.6.4 Director Contacto Amigo.....	7
1.7 ORGANIGRAMA GENERAL DEL SISTEMA COMERCIAL.....	8
1.8 ESTADÍSTICAS DE CONTACTO AMIGO.....	9
1.8.1 Resumen Anual Contactos vs. Referidos.....	9
1.8.2 Resumen Anual Contactos por Carrera.....	10
1.8.3 Carreras de los Referidos.....	11
1.8.4 Nacionalidad de los Contactos.	12
1.9 POLÍTICAS GENERALES APLICADAS AL PROYECTO CONTACTO AMIGO	13
1.10 DIAGRAMAS DE TRABAJO RELACIONADOS CON LAS POLÍTICAS MENCIONADAS ANTERIORMENTE.....	14
1.10.1 Estructura funcional para el sistema comercial.	14
1.10.2 Macro del sistema comercial.	15
1.10.3 Subsistema de alistamiento de la cita.....	16
1.10.4 Subsistemas pasos de la venta.	17
1.10.5 Subsistema de planeación estratégica comercial.	18
1.10.6 Subsistema administración de objeciones.	19
1.10.7 Subsistema control y evaluación del desempeño.	20
1.10.8 Subsistema de aplicación sistema de incentivos al estudiante.....	21
1.10.9 Subsistema reunión diaria de ventas.	22
1.10.10 Subsistema reunión diaria de ventas.....	23
1.11 PROYECTO CONTACTO AMIGO VS. FUERZA DE VENTAS.	24

CAPÍTULO 2

OBJETIVOS	25
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	25
2.2 OBJETIVOS	26
2.2.1 <i>Objetivo General</i>	26
2.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	26
2.3 JUSTIFICACIÓN	27
2.4 ALCANCE	27
2.4.1 <i>Módulo Marketing Multinivel “MLM”</i>	27
2.4.2 <i>Módulo Contacto Amigo</i>	28
2.4.3 <i>Módulo Accesibilidad y Seguridad</i>	28
2.4.4 <i>Módulo de Reportes</i>	28
2.5 METODOLOGÍA	29

PARTE II MARCO TEORICO

CAPÍTULO 3

MERCADOTECNIA POR MULTINIVELES “MLM” O “NETWORK MARKETING”	31
3.1 HISTORIA	31
3.1.1 <i>ventas directas</i>	33
3.1.2 <i>Ventajas multinivel</i>	35
3.1.3 <i>Desventajas</i>	36
3.1.4 <i>Manejo de la fuerza de ventas en el MLM</i>	36
3.2 PROCESO MLM	37
3.2.1 <i>Paso 1. Establecer objetivos para las fuerzas de ventas</i>	37
3.2.2 <i>Paso 2. Contratar y seleccionar personal de ventas</i>	39
3.2.3 <i>Paso 3. Entrenar al personal de ventas</i>	42
3.2.4 <i>Paso 4. Remunerar al personal de ventas</i>	44
3.2.5 <i>Paso 5. Motivar y supervisar al personal de ventas</i>	46
3.2.6 <i>Paso 6. controlar y evaluar la fuerza de ventas</i>	48
3.3 PLANES DE COMPENSACIÓN	49
3.4 MULTINIVEL EN LA PRÁCTICA	51
3.5 VENTAS FRENTE A FRENTE	52
3.5.1 <i>Estilos diferentes de comunicación</i>	52
3.6 EJEMPLOS DEL USO DEL MLM	53
3.6.1 <i>Amway, Calidad en Casa</i>	54
3.6.2 <i>Nu Skin</i>	56

CAPÍTULO 4

EL PROCESO UNIFICADO DE DESARROLLO DE SOFTWARE (PUDS)	57
4.1. DEFINICIÓN DEL PROCESO UNIFICADO	57
4.2. EL CICLO DE VIDA DEL PROCESO UNIFICADO	58
4.3. EL PROCESO UNIFICADO Y SUS CARACTERÍSTICAS	60
4.3.1 <i>El Proceso de Desarrollo está Dirigido por los Casos de Uso</i>	60
4.3.2 <i>El Proceso Unificado está Centrado en la Arquitectura</i>	61
4.3.3 <i>El Proceso Unificado es Iterativo o Incremental</i>	61

4.4.	LOS FLUJOS DE TRABAJO FUNDAMENTALES.....	61
4.4.1.	<i>Captura de Requisitos como Casos de Uso.....</i>	62
4.4.2.	<i>Análisis.....</i>	63
4.4.3.	<i>Diseño.....</i>	64
4.4.4.	<i>Implementación.....</i>	66
4.4.5.	<i>Prueba.....</i>	67
4.5.	FASES DE DESARROLLO.....	68
4.5.1.	<i>Fase de Inicio.....</i>	68
4.5.2.	<i>Fase de Elaboración.....</i>	68
4.5.3.	<i>Fase de Construcción.....</i>	69
4.5.4.	<i>Fase de Transición.....</i>	69

PARTE III DESARROLLO DEL SISTEMA

CAPÍTULO 5.....	71
------------------------	-----------

PROPUESTA MLM CONTACTO AMIGO.....	71
--	-----------

5.1	USUARIOS DEL SISTEMA.....	71
------------	----------------------------------	-----------

5.1.1	<i>Administrador.....</i>	71
-------	---------------------------	----

5.1.2	<i>Director Contacto Amigo.....</i>	71
-------	-------------------------------------	----

5.1.3	<i>Contacto.....</i>	72
-------	----------------------	----

5.1.4	<i>Prospecto.....</i>	72
-------	-----------------------	----

5.2	POLÍTICAS GENERALES APLICADAS AL PROYECTO CONTACTO AMIGO MLM.....	72
------------	--	-----------

5.3	DIAGRAMAS DE TRABAJO RELACIONADOS CON LAS POLÍTICAS MENCIONADAS ANTERIORMENTE.....	73
------------	---	-----------

5.3.1	<i>Estructura funcional MLM para Contacto Amigo.....</i>	73
-------	--	----

5.3.2	<i>Paso1. Establecer objetivo para las Fuerzas de Ventas "MLM".....</i>	74
-------	---	----

5.3.3	<i>Paso 2. Contratar y seleccionar personal de ventas "MLM".....</i>	75
-------	--	----

5.3.4	<i>Paso 3. Entrenar al personal de ventas "MLM".....</i>	76
-------	--	----

5.3.5	<i>Paso 4. Remunerar al Personal Ventas "MLM".....</i>	77
-------	--	----

5.3.6	<i>Paso 5. Motivar y supervisar al personal de ventas "MLM".....</i>	78
-------	--	----

5.3.7	<i>Paso 6. Controlar y evaluar personal de ventas "MLM".....</i>	79
-------	--	----

CAPÍTULO 6

CAPTURA DE REQUISITOS.....	80
-----------------------------------	-----------

6.1.	MODELO DE NEGOCIOS.....	80
-------------	--------------------------------	-----------

6.1.1.	<i>Concepto de Diagramas de Actividades.....</i>	80
--------	--	----

6.1.2.	<i>Diagrama de Actividad y Diagrama de Estados.....</i>	81
--------	---	----

6.2.	FLUJO DE TRABAJO CAPTURA DE REQUISITOS.....	84
-------------	--	-----------

6.2.1.	<i>El Papel de los Requisitos en el Ciclo de Vida del Software.....</i>	84
--------	---	----

6.2.2.	<i>Identificar Actores y Casos de Uso.....</i>	86
--------	--	----

6.2.3.	<i>Priorizar Casos de Uso.....</i>	89
--------	------------------------------------	----

6.2.4.	<i>Detallar Casos de Uso.....</i>	90
--------	-----------------------------------	----

6.2.5.	<i>Construir Prototipos.....</i>	99
--------	----------------------------------	----

CAPÍTULO 7

ANÁLISIS DE SISTEMA	105
7.1. ANÁLISIS DE LA ARQUITECTURA	105
7.1.1. <i>Identificación de Paquetes</i>	105
7.1.2. <i>Diagrama Inicial de Paquetes</i>	106
7.2. ANÁLISIS DE CASOS DE USO	109
7.2.1. <i>Diagramas de Colaboración</i>	110
7.2.2. <i>Diagrama de Clases del Análisis</i>	118
7.3. ANÁLISIS DE PAQUETES	119
7.3.1. <i>Exploración de Paquetes</i>	119
7.3.2. <i>Dependencia de Paquetes</i>	121

CAPÍTULO 8

DISEÑO DEL SISTEMA	122
8.1. DISEÑO DE LA ARQUITECTURA	122
8.1.1. <i>Diagrama de Paquetes</i>	122
8.1.2. <i>Diagrama de Despliegue</i>	123
8.2. DISEÑO DE CASOS DE USO	124
8.2.1. <i>Diagramas de Secuencia</i>	124
8.3. DISEÑO DE DATOS	132
8.3.1. <i>Diseño Conceptual de la Base de Datos</i>	132
8.3.2. <i>Diseño Lógico de la Base de Datos</i>	133
8.3.3. <i>Diseño Físico de la Base de Datos</i>	139

CAPÍTULO 9

IMPLEMENTACION DEL SISTEMA	145
9.1. DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA DE DESARROLLO	145
9.2. COMPONENTES	146
CONCLUSIONES	147
RECOMENDACIONES	148
BIBLIOGRAFÍA	149
OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN	152
ENTREVISTAS	155
ANEXOS	156