



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMÓN
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS



Evaluación de Calidad Salesforce Módulo de Productos y Listas de Precios

Modalidad: Diplomado de Doble Titulación

Elaborado por: Carlos Eduardo Caballero Burgoa

Cochabamba - Bolivia

Índice general

1. Introducción	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Definición del problema	1
1.3. Objetivos	2
1.3.1. Objetivo General	2
1.3.2. Objetivos Específicos	2
1.4. Justificación	2
1.5. Innovación tecnológica	2
1.6. Alcance	2
2. HTSM	3
2.1. Entorno de proyecto	3
2.1.1. Misión	3
2.1.2. Fuentes de Información	3
2.1.3. Equipamiento	4
2.1.4. Cronograma	6
2.1.5. Elementos a evaluar	6
2.1.6. Documentos entregables	6
Bibliografía	7

Índice de figuras

2.1. Participación de mercado de los navegadores hasta Noviembre del 2018.	5
------------------------------------------------------------------------------------	---

Índice de cuadros

2.1. Herramientas auxiliares de apoyo para el proyecto.	4
-----------------------------------------------------------------	---

1

Introducción

Salesforce es una compañía americana conocida por producir *Sales Cloud* un CRM (*Customer relationship management*), es decir, un software para la administración de la relación con los clientes. Y de entre los elementos que componen este software, uno de los puntos fundamentales es la administración de sus productos, y sus precios.

En este documento se detalla todo el proceso de planificación, diseño, y ejecución de casos de prueba para garantizar los atributos de calidad deseados en el componente de gestión de productos, precios, y listas de precios. También se definen los problemas, los objetivos fundamentales, y los factores que despertaron el interés por resolverlos.

1.1. Antecedentes

1.2. Definición del problema

Por lo mencionado se define el problema como:

“El componente de gestión de productos y precios en la plataforma Sales Cloud, siendo un componente fundamental para el éxito del producto requiere”.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Promover el intercambio de información entre los estudiantes, mediante el uso de una red social para mejorar los métodos de adquisición del conocimiento.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Agilizar la creación de espacios virtuales para incrementar la cantidad y variabilidad de estos.
- Facilitar el intercambio de recursos entre los estudiantes para acelerar la adquisición de experiencia.
- Mejorar los canales de comunicación entre estudiantes y docentes para facilitar la retroalimentación.
- Planear estrategias que fomenten la participación para mantener activo el sistema.

1.4. Justificación

1.5. Alcance

Es necesario mencionar que escapan de las funciones de este sistema la interacción entre el sistema desarrollado y otras redes sociales, sea para provisión o consumo de recursos.

Otra restricción impuesta será el registro cerrado para usuarios, esta será exclusivamente por medio de invitaciones, todo esto para crear una red social de conexiones lo menos dispersas posibles.

2

HTSM

HTSM (Heuristic Test Strategy Model) fue creado por James Bach en 1996 para que lo usen los evaluadores profesionales como una colección estructurada de recordatorios de qué pensar cuando están creando pruebas, divide el pensamiento de la creación de pruebas en diferentes ejes de análisis, que, cuando se unen, permiten al evaluador crear una estrategia de prueba holística[1].

En este capítulo desglosaremos, y describiremos todos sus componentes, de tal forma que este construya un marco sólido para la planificación, y ejecución de las pruebas de calidad del producto.

2.1. Entorno de proyecto

2.1.1. Misión

La misión del proyecto es:

Evaluar la calidad de las funcionalidades provistas por *Salesforce* que componen el módulo de gestión de productos y listas de precios, con el diseño y ejecución de múltiples técnicas de evaluación, para que de esta manera se pueda garantizar la calidad del producto para los clientes.

2.1.2. Fuentes de Información

Para evaluar los componentes antes citados, se encontraron las siguientes fuentes de información respecto al producto:

Herramienta	Descripción
XMind	Herramienta para la elaboración de los mapas mentales.
Pairwise	Herramienta para la generación de pruebas combinatorias.
Postman	Herramienta para la solicitud de peticiones HTTP para el uso de API.
Testlink	Herramienta basada en web que facilita el proceso de gestión de calidad de software.

Cuadro 2.1: Herramientas auxiliares de apoyo para el proyecto.

Centro de Ayuda Salesforce ofrece un amplio conjunto de documentación, información general, preguntas frecuentes, y contacto con el servicio de asistencia técnica desde su sitio de ayuda (<https://help.salesforce.com/>).

Estos recursos serán útiles para conocer las reclamaciones de los usuarios, las características críticas del producto, y las estrategias del fabricante hacia sus clientes.

Centro de Desarrollo Salesforce también posee un sitio web específicamente para compartir recursos de desarrollo sobre la plataforma (<https://developer.salesforce.com/>).

Este sitio se podrá aprovechar para consultar las referencias a las API del servicio, conocer acerca de los componentes y como pueden aprovecharse desde la perspectiva del desarrollador.

Recursos para administradores Sitio web enfocado a ofrecer experiencias, videos, herramientas, y un sin fin de recursos orientados a usuarios con el rol de administración de recursos sobre la plataforma (<https://admin.salesforce.com/resources>).

Comunidad Trailblazer Sitio web enfocado a conectar a miembros de la comunidad Salesforce, para compartir experiencias, aprender, y proveer de nuevas ideas sobre la utilización del servicio (<https://success.salesforce.com/>).

2.1.3. Equipamiento

En esta sección describiremos los recursos necesarios para la ejecución del proyecto.

Software

Se evaluarán las funcionalidades sobre el módulo sobre el navegador cuya participación en el mercado es la mayor, en este caso: *Google Chrome* como puede verse en la figura 2.1.

Herramientas

En diferentes etapas del proyecto se utilizarán múltiples herramientas que colaboren con tareas específicas del proceso de evaluación, ellas detalladas en el cuadro 2.1.

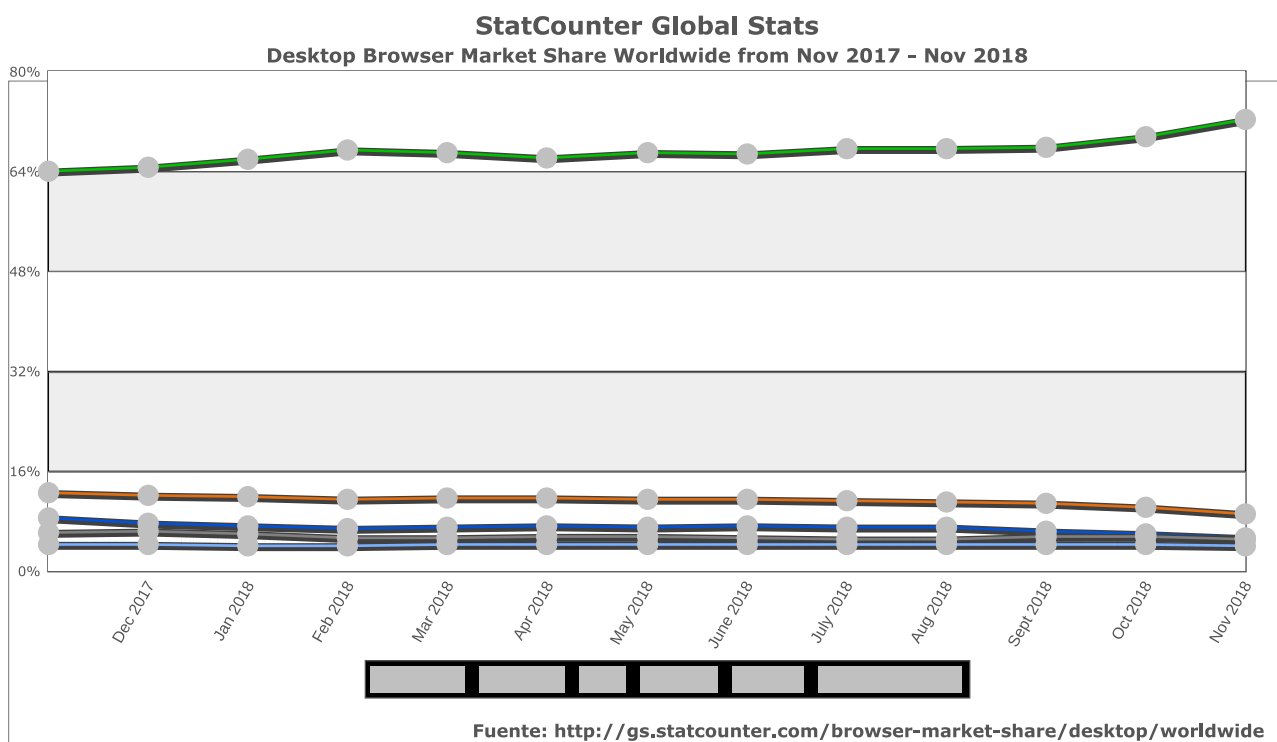


Figura 2.1: Participación de mercado de los navegadores hasta Noviembre del 2018.

2.1.4. Cronograma

Véase el cuadro ?? en la página ??.

2.1.5. Elementos a evaluar

Los elementos que se evaluarán los siguientes:

- Productos.
- Precios de productos.
- Listas de precios.

La evaluación se realizará a la plataforma, mediante la utilización del navegador web Google Chrome en su versión 68.0.

2.1.6. Documentos entregables

Bibliografía

- [1] Bach, James.
Heuristic Test Strategy Model.
Extraído el 01 de Diciembre del 2018, de
<https://www.satisfice.com/tools/htsm.pdf>