|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **BLUE PRINT**  **MEJORA PRODUCTO ACTUAL** | Versión formato | 9 |
| Fecha | 30-07-2019 |



|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre del requerimiento** | **Avengers B2B** |
| **Fecha del requerimiento** | **30/07/2019** |
| **Fecha esperada Desarrollo TI** | **10/2019** |
| **Nombre del Producto**  *(Producto al cual está asociada la mejora solicitada)* | **Avengers**  **Proyecto PMO: CO-19-401** |
| **Impacto para el negocio**  *(Definido por el negocio, (Elegir opción)* | **Alta** |
| **Complejidad**  *(Definida con el BRL. Elegir opción)* | **Alta** |
| **Unidad de Negocio**  *(Elegir opción)* | ***Empresas y Gobierno*** |
| **Es Proyecto/BAU** | ***Proyecto*** |
| **Solicitante** | ***Vanessa Ramírez (Móvil)/Andrea Restrepo (Fijo)***  ***Alvaro Andres Aguilar Angarita /Tracking*** |

**Alcance del documento**

El presente documento contiene la información y características solicitadas a un producto existente con el fin de proporcionar a las áreas la información para validar el impacto en la operación. La información que no aplique no debe ser borrada, se debe aclarar porque no aplica. El documento se complementa con las respuestas de factibilidad entregadas por las áreas impactadas.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Historial de Versiones del documento** | | | |
| **Fecha** | **Versión** | **Descripción** | **Autor** |
| ***1/08/2019*** | ***1.0*** | ***Versión inicial*** | ***Vanessa Ramírez (Móvil)***  ***Andrea Restrepo C. (Fijo)*** |
| ***14/08/2019*** | ***2.0*** | ***Mejoramiento de BP*** | ***Vanessa Ramírez*** |
| ***02/09/2019*** | ***5.1*** | ***Mejoramiento especificaciones alcance fijo (internet) y precisiones del proyecto.*** | ***Andrea Restrepo C.*** |
| ***18/10/2019*** | ***7*** | ***Se retira del BP de la página 10 del BP (numeral 27 Tabla Matriz de Postventas): el siguiente texto: "a) Recarga: Abonarse al pago del primer CB de Avengers" ya que esto no apliva*** | ***Jakeline Vásquez*** |
| ***25/10/2019*** | ***8*** | ***Se actulizan paquetes prepago para habilitar en el plan de 8GB avenger*** | ***Jakeline Vásquez*** |
| ***27/11/2019*** | ***9*** | ***Se actualiza la tarifa del combo de movilidad de 8 Gigas*** | ***Vanessa Ramirez*** |
| ***20/12/2019*** | ***9*** | ***Se actualiza el BP para agregar a Alvaro Aguilar como funcional de Tracking*** | ***Jakeline Vásquez*** |

Contenido

[1 DESCRIPCIÓN DEL REQUERIMIENTO 3](#_Toc18333809)

[1.1 Propuesta de valor 4](#_Toc18333810)

[2 PROYECTO AVENGERS MOVIL: 5](#_Toc18333811)

[2.1 Renuncias Avengers Movil MVP (Fase 1) Vs. Avengers: 8](#_Toc18333812)

[2.2 Matriz de postventas: 8](#_Toc18333813)

[2.1 Creación de oferta Avengers Movil B2B: 18](#_Toc18333814)

[2.1.1 **Planes**: 18](#_Toc18333815)

[**2.1.2** **Componentes de la oferta.** 20](#_Toc18333816)

[**2.1.3** **Canales de servicio:** 21](#_Toc18333817)

[**2.1.4** **Descuentos Móviles para el MVP** 22](#_Toc18333818)

[3 AVENGERS FIJO 25](#_Toc18333819)

[**3.1** **Alcance y Mercado Objetivo** 25](#_Toc18333820)

[**3.2** **Resultados financieros:** 27](#_Toc18333821)

[**3.3** **Nuevo Plan Internet 120 Megas** 27](#_Toc18333822)

[**3.3.1** **Cobertura** 28](#_Toc18333823)

[**3.4** **Casilla de descuentos** 30](#_Toc18333824)

[**3.5** **Implementación del equipo repetidor wifi** 30](#_Toc18333825)

[- Para la entrega del equipo se construye el punto de red desde el cable modem hasta el equipo. 31](#_Toc18333826)

[**3.6** **Implementación ventana de administración en Siebel** 31](#_Toc18333827)

[**3.7** **Desarrollo oferta Avengers Smartflex** 32](#_Toc18333828)

[**3.7.1** **Capacidades por localidad.** 33](#_Toc18333829)

[4. VISUALIZACIÓN DE CLIENTE CONVERGENTE 33](#_Toc18333830)

[**4.1** **Consulta CRM** 33](#_Toc18333831)

[**4.2** **Insumos reportes de convergencia.** 34](#_Toc18333832)

[5. MERCADO OBJETIVO 35](#_Toc18333833)

[**5.1** **Demanda estimada** 35](#_Toc18333834)

[**5.2** **Cobertura Geográfica** 36](#_Toc18333835)

[6. JUSTIFICACIÓN 36](#_Toc18333836)

[7. INGRESOS COSTOS Y AHORROS 36](#_Toc18333837)

[8. ÁREAS PARTICIPANTES 36](#_Toc18333838)

[9. PROCESOS IMPACTADOS 37](#_Toc18333839)

[10 CONDICIONES Y REGLAS 37](#_Toc18333840)

[**10.1** **Reglas de precio** 37](#_Toc18333841)

[**10.2** **Reglas de Negocio** 38](#_Toc18333842)

[**10.3** **Reglas de Facturación** 39](#_Toc18333843)

[10.3.1 Reglas de Facturación Móvil 39](#_Toc18333844)

[10.3.2 Reglas de Facturación Fijo 42](#_Toc18333845)

[11 INFORMES REQUERIDOS 42](#_Toc18333846)

[12 RESPUESTAS A FACTIBILIDAD 43](#_Toc18333847)

[12.1 Impuestos 43](#_Toc18333848)

[12.2 Contabilidad 44](#_Toc18333849)

[12.3 Legal 45](#_Toc18333850)

[12.4 Tecnología 45](#_Toc18333851)

[12.5 Otras Áreas 46](#_Toc18333852)

# DESCRIPCIÓN DEL REQUERIMIENTO

Como punto de partida para la creación de este proyecto se diagnostica el mercado Micro y Small en Colombia, encontrando que para capturar más clientes de estos segmentos y retener los actuales, se deben realizar cambios importantes en el portafolio móvil, la creación de una nueva velocidad para fijo y funcionalidades para el producto de internet.

* **Simplificación de la propuesta de valor**

Un ordenamiento y simplificación de la oferta, coherencia en los beneficios, apalancando el portafolio de soluciones empresariales y equipos.

* **Apalancar nuestra propuesta de valor en nuestras redes fijas y móviles**

La mejor cobertura urbana 4G, los mejores ratios de descarga, carga y latencia en el país.

Nuestras redes fijas de Banda Ancha con amplia cobertura en zonas de Micro y Small y con capacidad de alta velocidad en HFC.

* **Mejora en la percepción del servicio**

Claridad en la factura

Asesores ideales empoderados de la oferta 100%

* **Diseñar un MVP ( Minimo producto viable) que impacte el mercado Micro/ Small**

Rediseñar el portafolio móvil pensando en estos segmentos

Atributos del producto que hacen sentido en el mercado empresarial

Arquitectura de producto sencilla

Procesos posventa automatizados.

Beneficios en descuentos por comprar convergente ( portafolio fijo y móvil)

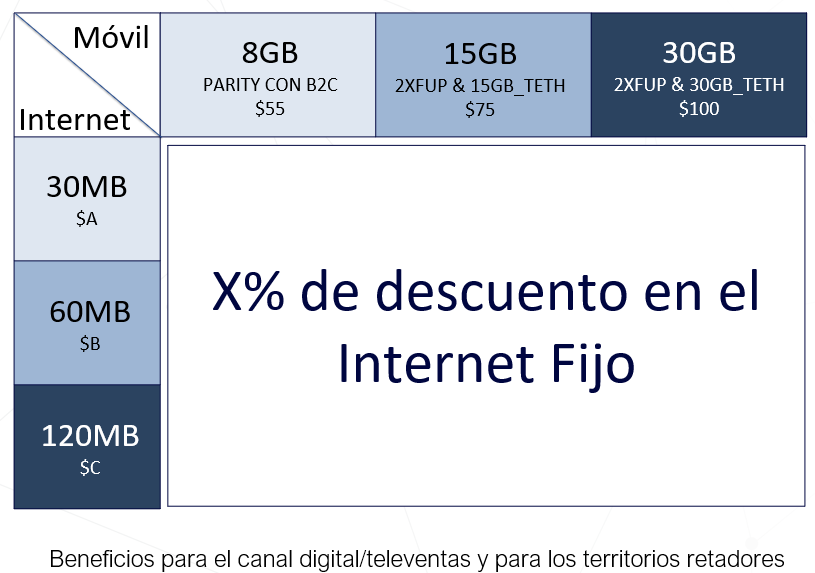
## Propuesta de valor



* **Oportunidad de Mercado:**

En 5 años la ambición es alcanzar un 23% de Market Share en el territorio centro asi como un ratio de convergencia del 23% en el resto de Colombia que en conjunto alcanzan un potencial de **$134M anuales para el 2023**

Atendiendo estas necesidades se creará a la oferta AVENGERS cuyo fin es crecer el mercado de clientes micro y small convergentes. La definición de convergencia se da cuando un cliente tiene portafolio fijo y portafolio móvil, para promover esta conversión se tendrá una oferta con beneficios comerciales (descuentos) en el producto fijo.



# PROYECTO AVENGERS MOVIL:

**A continuación, se detalla el alcance del producto móvil**

Los aspectos que se deben cambiar con el proyecto avengers, para todos los canales de venta de B2B, en todas las transacciones de venta, son:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Aspecto*** | ***Hoy*** | ***MVP Avengers Movil*** |
| *Día 1* | *El cliente, en cualquier canal B2B, compra el producto, el vendedor monta un pedido en venta móvil y/o salesforce, posterior a la legalización de la oferta, el back de B2B aprovisiona el producto, el cliente queda con recursos prorrateados el 1 dia de la activación, su ciclo será el próximo abierto en el sistema.* | *El cliente, en cualquier canal B2B entrega los documentos necesarios para adquirir un plan Avengers B2B, ejecutivo de venta toma el pedido y monta la petición por venta móvil y/o SaleForce y genera Firma electrónica.*  *El caso llega al Back (torre de control) quien, valida la coherencia de la información de oferta, datos del cliente y documentos, valida FE, si el control es positivo pasa a proceso de aprovisionamiento donde se procede a la activación de la(s) línea el cual quedan con la suscripción del cargo básico inmediatamente y queda con ciclo próximo y los recursos del plan contratado para el mismo día que se activó. Su ciclo de facturación será el día próximo de corte disponible abierto de esta forma se asegura que el cliente tenga facturación corriente y con servicio.*  *Desde el dia de la activación el cliente deberá quedar con sus recursos disponibles.*  *La activación se puede hacer de manera uno a uno y/o masiva según la cantidad de líneas que se vayan a activar.* |
| *Día 2* | *El cliente inicia su ciclo y en ese momento recibe los recursos del plan, además se genera la deuda de BRM para el siguiente ciclo.* | *Se reemplazan entregados el día anterior por los recursos que entrega el ciclo, en este momento BRM habrá legalizado los aspectos tributarios del recaudo (en lo concerniente con impuestos municipales)*  *. Para los* ***servicios adicionales*** *estos deben aparecer en la factura con el valor configurado para cada servicio y deben ser mapeados dentro del módulo de compras terceros.*  *Ver tabla (TABLA #3).* |
| *Ciclos* | *25 ciclos de facturación activos para el gross (sin el 28, 30 y 31 de cada mes) y hasta 28 con facturación en clientes de la base.* | *28 ciclos de facturación (Billing podrá apagar o encender ciclos, según la necesidad de balanceo del facturador)* |
| *Facturación* | *Al día 1, desde la activación, se genera la factura # 1 en el BRM y el día 15 le llega al cliente la factura (primera del facturador). Esta factura tiene vencimiento el día 25 del ciclo en curso* | *Al otro día la activación se genera la factura número 1 del cliente en el BRM. Esta factura tendrá los siguientes momentos:*  *Ver 1.8.3. Reglas de* [*Facturación*](#_Reglas_de_Facturación)   1. *FLP (Fecha límite de pago): 5 días después de la entrega de la factura al cliente* 2. *Suspensión parcial: FLP + 2 días (hábiles)* 3. *Suspensión total: 1 día antes del inicio del nuevo ciclo*   *La factura #2 se distribuirá conforme el ciclo en el que haya quedado el cliente para que le llegue, física, 5 días hábiles antes de la Fecha Límite de Pago (por Ley).* |
| *No pago* | *El día anterior al comienzo de un nuevo ciclo de facturación, dos cosas ocurren*  *Si el usuario pagó, recibirá al día siguiente sus recursos.*  *Si el usuario no paga, no se entregan los recursos del próximo ciclo y se emiten hasta 3 facturas de recursos “no entregados” pero si cobrados* | *El día anterior al comienzo de un nuevo ciclo de facturación, dos cosas pueden ocurrir*  *Si el usuario pagó, recibirá al día siguiente sus recursos.*  *Si el usuario no paga, se inhiben los eventos salientes, por tanto, NO le entregamos sus recursos del ciclo siguiente. Entra entonces en el proceso de cobranza con un máximo de 2 facturas (la del mes que consumió + una siguiente factura donde se hará nuevamente el cobro del servicio, de 2 meses). Cuando el cliente se ponga al día, en cualquier momento, después del ciclo que, si consumió, el sistema deberá entregarles los recursos del mes pagado, pero no consumido (equivalente a la segunda factura que el cliente pagó sin consumir). Estos recursos serán adicionales a los de su plan y tendrán una vigencia de 32 días para ser consumidos* |
| *Prorrateo* | *Aplica en activación, cambios de plan, suspensión y reconexión* | *Se propone desistir de las reglas del prorrateo para ventas y postventas. Todas las posventas asociadas a tiempos y planes, se ejecutarán una vez haya concluido el ciclo en curso. Así mismo en Prepago, el inicio del plan Avengers se hará en el momento de la activación del cliente y acumulará los recursos del plan + recursos que hay recargado.* |
| *Esquema de facturación* | *Corriente, vencido.* | *Se hace facturación corriente desde el día de activación* |
| *Intereses por mora* |  | *No habrá intereses de por mora porque solo se pueden aplicar a los recursos utilizados y no a los no utilizados / entregados* |
| *Riesgo de Cartera* | *No existe* | *FLP + 2 días + tiempo tomado por el cliente para pagar* |
| *Impuestos* | *Se liquidan después de la venta, cuando el cliente empieza a consumir el empaquetamiento y se legalizan en la primera factura BRM* | *Se liquidan el día del ciclo, en la primera factura el cliente vera los impuestos causados por la liquidación corriente.* |

## Renuncias Avengers Movil MVP (Fase 1) Vs. Avengers:

* Descuentos x volumen
* Cambios en el sistema actual de comisiones, de forma automática
* Cambios de plan directos.
* Jerarquías bajo esquema de líneas Dummy
* Cesión de contrato
* Conciliador automático entre telefonías (ATP y Avengers) para Cartera, Crédito y Cobranza
* Modificaciones a la política / reporte a centrales de riesgos
* Inmunidades comerciales para B2B
* Trazabilidad de eventos para los Activadores
* Compra de paquetes y recargas del plan de 15 y 30 Gigas
* Paquetes y servicios adicionales de B2B
* Activación pospago por Digital
* Bolsas de equipos.
* Marcación de contratos en el CRM
* Cambio de plan (**Ver Tabla *Cambios de plan “Tabla A1”)***

## Matriz de postventas:

*A continuación, se describe el impacto de este requerimiento en las postventas del servicio móvil. Aplicando a todos los clientes de la base, sin importar el canal de Adquisición*

*“****Tabla #2****”:*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***ID*** | ***ESCENARIO*** | ***PROCESO*** | ***IMPACTO*** |
| 1 | *Consultas/Vistas* | *Vista 360 o pantalla Única* | *No aplican cambios. Se utilizará la vista actual / pantalla única que aplica en planes Control* |
| 2 | *Vista de ATP* | *No aplican cambios. Se utilizará la vista actual / pantalla única que aplica en planes Control* |
| 3 | *Activación/Portabilidad* | *Selling Process / Activaciones* | *En el momento de la activación, los recursos deben quedar activos inmediatamente (no puede haber asincronía).*  *El consumo de mes corriente se mostrará en el detalle de la primera factura BRM.*  ***Importante****: Todos los servicios adicionales B2B que el cliente adquiera en canales Venta (Roaming, numero privado, etc) deberán ser cobrados y facturados en la factura de BRM. según el valor comercial configurado para el lanzamiento,* |
| 4 | *Activación por portabilidad* | *Para portaciones la asignación del plan / recursos se deberá hacer justo después de la portación exitosa, posterior a las 3 ventanas de portación, pasando la línea de Prepago a Pospago para entregar, inmediatamente, los recursos del plan (el mismo día que la línea es portada a Tigo en pre, debe pasar a pospago con la suscripción del plan)*  *Cuando las portaciones de los diferentes canales sean rechazadas, no se debe generar factura y tumbar los recursos actuales.*  *Para Avengers no se recibirá dinero por ningún concepto ni tampoco se arranca una portabilidad hasta tanto el cliente no haya pasado el control en Crédito.*  *Toda portabilidad rechazada deberá anular la línea y los recursos asignados.* |
| 5 | *Servicios Adicionales “Tabla #3”* | *Administración de Servicio adicional- compra y cancelación de paquetes* | ***Se renuncia en este MVP a la compra de paquetes prepago en los planes de 15 y 30 Gigas.***  ***Para el combo de 8 Gigas estará disponible los paquetes prepago de la oferta de 5.0*** |
| 6 | *Gestion de Roaming Voz & Datos* | *La oferta que se cree deberá soportar las configuraciones que se realicen en la plataforma de roaming, esto para garantizar que las ofertas de negocios internacionales le apliquen a esta oferta de Avengers.*  *Avengers se debe ajustar a las políticas de Roaming de cartera actuales.* |
| 7 | *Cancelación* | *Cancelación por solicitud* | *Mantener la cuarentena del número MSISDN (80 días). Después de este periodo no podrá ser reconectada la línea porque está en reciclado.*  *Al momento de la cancelación el cliente deberá pagar la totalidad del valor del ciclo que esté cursando + los servicios adicionales “Tabla #3” contratados (los consumos adicionales realizados (hasta por 90 días, como por ejemplo en roaming y LDI). En ningún caso habrá devolución de dinero salvo que el cliente tenga saldo a favor por abono anticipado a la cuenta de facturación o pagos dobles. No habrá devolución de saldos vía recursos.*  *La cancelación se realizará, por norma, máximo 3 días hábiles antes del nuevo ciclo de facturación. Se debe mantener la programación de la cancelación para que el cliente no pierda sus recursos / saldo pagado con anticipación.*  *Eliminar los ajustes automáticos que hoy hacen devolución de dinero (Se deben garantizar que no se reverse CB en la cancelación ni se deben reversar los cargos no pagados).*  *Dado que no habrá prorrateo ni anticipos, Solo habrá devolución cuando el cliente se ponga al día en una factura con 2 meses en mora. El máximo para devolver, por cancelación, será 1 CBA.* |
| 8 | *Cancelación por cartera* | *- La cancelación total por cartera se mantiene de acuerdo con la política de cartera MIC.*  *- No se eximen de cobro de intereses.*  *- Se requiere ajustar en BRM todos los recursos programados que no se entregaron cuando se proceda con la cancelación por cartera.*  *En los acuerdos de pago el cliente siempre tendrá como máximo 2 pagos pendientes y un recurso programado pendiente de entrega.* |
| 9 | *Cancelación por fraude* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 10 | *Cancelación por Port- Out* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 11 | *Cesión/Actualización de datos* | *Cesión de contrato ( Pre- pos)* | ***Se renuncia a esta transacción en este MVP*** |
| 12 | *Actualización de Datos de Clientes B2B.* | *No aplican cambios al mecanismo actual.* |
| 13 | *Suspensión* | *Suspensión Voluntaria del Servicio* | *Se manejará ciclo contra ciclo (Calendarizado), el cliente deberá ponerse al día con el pago del ciclo en curso, antes de aplicar la posventa.*  *Tigo cuenta con 15 días, para aplicar la suspensión después de la solicitud.*  *Se podrá realizar máximo por 60 días continuos o 30 discontinuos por cada año de servicio.*  *No son son acumulables año a año.*  *Durante el tiempo de suspensión no se efectuará cobro del Cargo fijo mensual.*  *Si el cliente nos solicita la reactivación antes de los 30 ó 60 días, será reactivado el servicio y se comenzará a cobrar el Cargo Fijo a partir del día 31 ó 61.*  *El cliente debe estar al día en pagos y no presentar suspensiones para poder solicitar esta petición.*  *El sistema debe garantizar que al realizar esta petición no genere el cobro de multa.*  *El cliente podrá suspender todo su PostPago avengers o solicitar la suspensión de alguna de sus líneas en el caso de jerarquía ya sea que pertenezcan a la misma cuenta padre o no.*  *Que las suspensiones por solicitud de cliente se pueden Calendarizar para cumplir la fecha de Reconexión y se le asigne recursos hasta el día del corte.*  *Se apolítica clara que el año al que hace alusión la ley de los 60 días de suspensión es año calendario (enero a diciembre) así que habría riesgo en noviembre – diciembre – enero y febrero.* |
| 14 | *Suspensión total por cartera* | *Se mantiene de acuerdo con los días de mora, saldos vencidos y marca de inmunidades definido en la política.*  *Se require incluir en esta postventa el segmento “Corporativo Avengers” con el fin de asegurar la inclusión de la oferta.* |
| 15 | *Suspensión por Fraude* | *No aplican cambios.* ***No seguirá facturando y no habrá asignación de recursos.*** |
| 16 | *Suspensión por Robo/Perdida* | *No aplican cambios.* ***No seguirá facturando y no habrá asignación de recursos.*** |
| 17 |  | *Suspensión Parcial* | *Se debe garantizar que a los 2 días de la fecha límite de pago sin recaudo y basados en la política de cartera se aplique la suspensión parcial que restringe los eventos salientes del servicio.* |
| 18 | *Reconexión* | *Reactivación por promesa de Pago - reconexión por pago* | *En todos los casos al percibir el pago, el sistema restablecerá el servicio y otorgará los recursos del ciclo en curso. Para “Cartera” se entregarán al cliente, por 32 días, los recursos del mes “cobrado y no disfrutado” aunque haya inicio de ciclo durante esos 32 días* |
| 19 | *Reconexión por suspensión Voluntaria del Servicio* | *En todos los casos al percibir el pago, el sistema restablecerá el servicio y otorgará los recursos del ciclo en curso. Para “Cartera” se entregarán al cliente, por 32 días, los recursos del mes “cobrado y no disfrutado” aunque haya inicio de ciclo durante esos 32 días* |
| 20 | *Reconexión por cartera* | *En todos los casos al percibir el pago, el sistema restablecerá el servicio y otorgará los recursos del ciclo en curso. Para “Cartera” se entregarán al cliente, por 32 días, los recursos del mes “cobrado y no disfrutado” aunque haya inicio de ciclo durante esos 32 días* |
| 21 | *Reconexión por fraude* | *En todos los casos al percibir el pago, el sistema restablecerá el servicio y otorgará los recursos del ciclo en curso. Para “Cartera” se entregarán al cliente, por 32 días, los recursos del mes “cobrado y no disfrutado” aunque haya inicio de ciclo durante esos 32 días* |
| 22 | *Bloqueo/Desbloqueo de IMEI* | *Bloqueo/Desbloqueo de Equipo (Tener en cuenta las diferentes tipologías de Bloqueo)* | *No aplican*  *cambios al mecanismo actual* |
| 23 | *Cambio de IMEI/Chip* | *Reposición / Cambio de Equipo* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 24 | *DOA* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 25 | *Reposición de Simcard- cambio de chip* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 26 | *Cambio de plan. Esta información se complementa en la tabla* ***Cambios de plan “****Tabla #1 Cambios de Plan****”*** | *Cambio de Plan entre postpagos (Postpagos abierto – ATP Business y Control clásico) a Avengers B2B* | ***ATP Business a Prepago:***  ***En los casos de Migracion desde un ATP Business siempre se debera descomponer el catalogo primero, posterior las lineas quedaran en prepago.***  *Si el cliente solo ha pagado el ciclo en curso, calendarizar el cambio de plan para el próximo inicio de ciclo.*  ***Control / Postpago Abierto RTB a Postpago Avengers:***  *Deberá quedar en el plan Avengers B2B ,cuando el cliente solicite el cambio de telefonía, se asignaran recursos full del combo que compro inmediatamente se active via override, cuando se active el ciclo próximo se le cargaran los recursos cobrados.*  *\*\*\* Si por error un cliente ATP Business es borrado de ese producto, solo INCIDENCIAS y \*300 tendrán el perfil / acceso para volverlo a crear en el portafolio que tenía (cargo básico, combo, empaquetamiento de ATP Business) dado que, desde el lanzamiento de Avengers, ATP Business no será comercializable en algunos canales masivos.*  *Si el cliente se retracta del cambio de plan, después de entregados los recursos, se deberá poder devolver al cliente a la telefonía de origen solo pasados 30 días y deberá cancelar el valor de la primera factura. En los casos en que se retracte, pero ya haya iniciado el primer ciclo, el regreso a la telefonía de origen sea “cambio de plan de PostPago Avengers a XX”. En cualquiera de los 2 casos anteriores, si el cliente no desea continuar con el plan Postpago Avengers y desea ir a Prepago, se manejará a través de “Migración de Pos a Pre” (con origen Postpago Avengers). (Ver tabla cambios de plan)*  ***En todos los cambios de plan se debe garantizar que se conserve la antigüedad del cliente, en los sistemas de información y el cobro de la primera factura.*** |
| 27 | *Migra de Prepago a Postpago Avengers* | *Se deberá aplicar la lógica de suscripción inmediata al activar los planes Postpago Avengers, cuando el cliente solicite el cambio de telefonía, se asignaran recursos full del combo que compro inmediatamente se active via override, cuando se active el ciclo próximo se le cargaran los recursos cobrados.*  *Si el cliente tiene saldo prepago, se debe poder abonar así:*  ***Recursos****: Sumarse a los recursos del plan Avengers, al momento de activar el plan Postpago Avengers.*  *En todos los cambios de plan se debe garantizar que se conserve la antigüedad del cliente, en los sistemas de información* |
| 28 | *Re-empaquetamiento entre combos* | *No aplica re-empaquetamiento porque solo habrá una opción de recursos, por cargo básico* |
| 29 | *Incremento de cargo básico* | *El facturador cobrará el nuevo CB en el siguiente ciclo. Dado que no se cambian ni aumentan los recursos durante el ciclo en curso, no se hará prorrateo en la próxima factura. Eso implica que todo se hará hasta el próximo ciclo.*  *En todos los cambios de plan se debe garantizar que se conserve la antigüedad del cliente, en los sistemas de información* |
| 30 | *Reducción de cargo básico* | *El facturador cobrará el nuevo CB en el siguiente ciclo. Dado que no se cambian ni aumentan los recursos durante el ciclo en curso, no se hará prorrateo en la próxima factura. Eso implica que todo se hará hasta el próximo ciclo*  *En todos los cambios de plan se debe garantizar que se conserve la antigüedad del cliente, en los sistemas de información* |
| 31 | *Pagos/Recaudo* | *Módulo de pagos* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 32 | *Calendarización* | *Calendarizaciones* | *No aplican cambios al mecanismo actual, ver “Seguimiento a calendarizaciones”* |
| 33 | *PQR* | *Gestión de Reclamos - PQRS* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 34 | *Listas blancas/negras* | *Administración de listas blancas o listas negras (No referente a IMEI)* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 35 | *Cobros adicionales* | *Cobro o aplicación de cargos adicionales a la factura* | *No aplican cambios al mecanismo actual de cobro en BRM. Se solicita que los servicios adicionales “Tabla #3” facturados por epos, sean cobrados / legalizados por BRM* |
| 36 | *Tigodocs* | *TigoDocs* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 37 | *Conciliación de línea* | *Conciliación de línea* | *No aplican cambios al mecanismo actual, en caso de que la línea pertenezca a una jerarquía se debe garantizar que al aplicar conciliación esta no pierda sus atributos.* |
| 38 | *Procesos masivos* | *Masivos* | *Todo cambio masivo de Cambio plan, Activación, Jerarquización, Cancelación, Cesión*  *Debe poder ser ejecutada de manera masiva para B2B.* |
| 39 | *Incidencias* | *Soporte a la operación BackOffice/Incidencias \*300 PQRs* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 40 | *Cambio de Número* | *Cambio de Número* | *No aplican cambios al mecanismo actual* |
| 41 | *Cambio de Ciclo* | *Cambio de Ciclo* | *Esta posventa NO estará activa en Avengers.* |
| 42 | *Comunidades/Recursos compartidos* | *Administración de Comunidades (CUG, Bolsas, share Dataplan, Favoritos)* | *No estarán disponibles en el producto Avengers* |
| 43 | *Jerarquías / Desjerarquización* | *Administración de jerarquías (Facturación)* | 1. ***Nueva Jerarquía****: Se requiere que el sistema jerarquización solo se aplique sobre líneas del mismo producto Avengers se rija bajo el método de jerarquización bajo una línea real del cliente, quien será la línea papa de la jerarquía.* 2. ***Línea Nueva****: Toda línea nueva se activa bajo la jerarquía existente, se rige bajo el ciclo de la cuenta padre y se aplica el cargue de recursos inmediatamente via Override.* 3. ***Línea existente****: La línea debe pasar por cambio de plan a Avengers y se activa bajo la jerarquía existente el día del ciclo de destino, todo lo anterior se hace mediante calendarización.* 4. ***Desjeraquiza****r: Se cancela la línea para que quede en prepago.*   *Se aplica cambio de plan al plan de destino y se asigna el ciclo automático. Arrastre los recursos que tenga asignados en prepago.*  *Se mantiene la vigencia de los recursos que tiene desde el plan postpago.*   1. ***Varias Jerarquías****: Todo cliente de Avengers podrá tener tantas cuentas padre y sus jerarquías como su negocio lo necesite… Ej: por Área, por región etc, con facturas independientes por cuenta padre.* |
| 44 | *Ajustes* | *Ajustes de Facturación y Saldo* | *Se mantendrán los ajustes actuales con el mismo mecanismo* |
| 45 | *Fidelización, Retención* | *Campañas de Descuentos, entregas de más recursos, paquetes cero pesos.*  *Inmunización de líneas* | *El esquema se explica en el capítulo Fidelización, Retención y Migraciones* |
| 46 | *Conciliar usuario en plataformas* |  | *Los clientes de ATP Business serán migrados a Prepago antes de migrarlos a Postpago Avengers.* |
| 47 | *BuyBack* |  | *No aplican cambios* |

***Cambios de plan “Tabla #1”***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Origen** | **Destino** | **Con Saldo a favor** | **Sin Saldo a favor** |
| *PostPago Avengers* | *Prepago* | *Se calendariza el cambio de plan* | *Se crea el cliente en el clico del día y se asignan recursos* |
| *Prepago* | *Avengers* | *Se hace cambio de plan y se arrastran los recursos de prepago a la partición prepaga Postpago Avengers* |  |
| *PostPago Abierto RTB 655* | *Postpago Avengers* | *Dado que es corriente se aplica de una vez el cambio de plan y se le cobra la deuda que tenga del postpago abierto RTB. Se aplican los recursos del plan Postpago Evolución B2B.*  *(Prorrateo en factura de origen)* | *Se Calendariza el cambio de plan contra la fecha de finalización del ciclo de origen.* |
| *Control* | *Postpago Avengers* | *Se hace cambio de plan y se arrastran los recursos de prepago a la partición prepaga Postpago Avengers* |  |
| *Avengers* | *Avengers* | *Se calendariza el cambio de plan contra la fecha de finalización del ciclo de origen y si resulta saldo a favor de CFM o de otros conceptos se abonan a la cuenta de la cuenta de Postpago Evolución B2B.* |  |
| ***Para no generar doble cobro este cambio de plan se debe hacer únicamente el día del corte (aplica igual para jerarquías).*** *Funciona como cambio de plan y la diferencia de tarifa entre el plan actual y el nuevo se legalizará con la factura del siguiente ciclo.* | |
| *PostPago 5.1 5.2 y 5.3 B2C* | *Postpago Avengers* | *Funciona como cambio de plan y la diferencia de tarifa entre el plan actual y el nuevo se legalizará con la factura del siguiente ciclo, esto solo para las negociaciones donde aplica este cambio.* | | *N/A* |

# Creación de oferta Avengers Movil B2B:

* + 1. **Planes**:

Crear Planes específicos para Avengers movil, con cuentas contables exclusivas de B2B donde se mapeen los ingresos.

Los planes y sus capacidades asociadas se entregarán como anexo.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Planes Avengers B2B*** | ***DATOS*** | ***SMS*** | ***VOZ*** | ***PRECIO*** |
| ***Pospago 5.1 Empresarial*** | *8 Gigas* | *ilimitados* | *Ilimitada* | *$0* |
| ***Pospago 5.2 Empresarial*** | *15 Gigas* | *ilimitados* | *Ilimitada* | *$0* |
| ***Pospago 5.3 Empresarial*** | *30 Gigas* | *ilimitados* | *ilimitada* | *$0* |

* Se adjunta caso de negocios Avengers Fijo y Movil



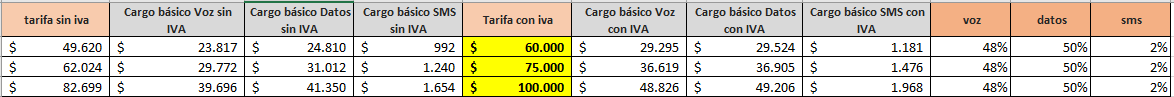
* A continuación se detallan los indicadores financieros del pricing Móvil:



Conclusión:

Se aprueba la oferta de Avengers Movil, según lo presentado en el Comité de precios del 27 de Agosto de 2019.

* Se adjunta desagregación de tarifas móviles para los 3 combos





* A continuación se detallan los indicadores financieros del pricing Fijo:

**Resultados financieros:**

Se realiza la modelación con tecnología GPON básico (que es un poco más costosa que HFC) y con canal de comercialización “Agencias”, que es el más costoso en el modelo. Se tomaron las tarifas más bajas (“Convergentes”) para documentar el caso más ácido.

A continuación, las resultas financieras de la modelación de las tarifas anteriores:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Velocidad** | **Acción** | **Tarifa sin IVA** | **Tarifa con IVA** | **Margen** | **Payback** |
| 30Mb | Venta | $ 75.546 | $ 89.900 | 47% | 8 |
| 60Mb | Venta | $ 105.798 | $ 125.900 | 43% | 7 |
| 120Mb | Venta | $ 164.622 | $ 195.900 | 39% | 8 |
| 30Mb | Retención | $ 75.546 | $ 89.900 | 61% | 9 |
| 60Mb | Retención | $ 105.798 | $ 125.900 | 57% | 7 |
| 120Mb | Retención | $ 164.622 | $ 195.900 | 53% | 6 |

**Conclusión:**

Se aprueba la oferta de Avengers Fijo, según lo presentado en el Comité de precios del 13 de Agosto de 2019.

* + 1. **Componentes de la oferta.**



* Aplicar política de uso justo para consumos en el PCRF & DPI. Para los planes vengers se solicita que una vez consuma la capacidad contratada el cliente pueda seguir navegando a 512klbs.
* Cada plan Avengers deberá tener asociado un paquete con las capacidades difinidad en la oferta de Voz, SMS, Datos, LDI, Roaming etc.
* El combo de 8 Gigas siempre deberá ser igual al de Nintendo ya que como unidades de negocio B2B/B2C vamos parity en este combo.
* El combo de 8 gigas deberá permitir comprar paquetes prepago habilitados para la oferta de B2C móvil 5.0, se adjuntan en la siguiente tabla:

|  |  |
| --- | --- |
| **Package (one time, multiple instance cannot be purchased at a given time)** | **Price - Validity** |
| Paquete datos  40 MB | $1.000 COP  1 day |
| Paquete datos 150 MB | $3.000 COP  2 days |
| Paquete 500 MB + Min y SMS Ilimit | $5.000 COP  3 days |
| Paquete 1 GB + Min y SMS Ilimit | $10.000 COP  7 days |
| Paquete 2 GB + Min y SMS Ilimit | $20.000 COP  15 days |

Además se deben incluir los siguientes 3 paquetes de LDI:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **SHORT**  **\_CODE** | **KEYWORD** | **NAME** | **APP\_**  **EVENT** | **APP\_**  **EVENT\_**  **PRICE** |
| shop4140 | giveWeekVoiceLDI | 30 Minutos Larga Distancia | 51345 | 15600 |
| shop4140 | tigo10 | 10 Minutos Larga Distancia | 51313 | 5400 |
| shop4140 | esp | 5 Minutos Larga Distancia | 51312 | 3100 |

* Los combos de 15 Gigas y 30 Gigas podrán utilizar sus recursos de voz para llamar al grupo 1 LDI y adicional 150 Minutos para llamar a grupo 2 de LDI.
* **TETERING:** Los Planes Avengers deben permitir compartir el 100% de los recursos de datos contratados para todos sus planes.
* Si el cliente acumula capacidades entre ciclos siempre se los podrá consumir en su totalidad a Full velocidad.
* **Documentos**: Los tipos de documento para activar la nueva oferta Avengers son: Nit, Cedula, cedula de extranjería y pasaporte.
* **Canales de venta**: canal corporativo, canal telefónico (SAC), pymes, tiendas, Back.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CANALES DE VENTA** | | **FASE I** |
| Tiendas | Back / Primera entrega | Back |
| FDV | Back | Back |
| Agencias | Back | Back |
| Televentas | No presencial | Back |
| Chat Digital | No presencial | Back |

Se adjuntan los códigos CIS que deben aplicar en la oferta de Avengers:



* + 1. **Canales de servicio:**

Se debe asegurar que la herramienta que provee la información de consumos de los planes del cliente, reporte de manera coherente y actualizada esta información para dar tranquilidad y credibilidad de nuestro servicio a nuestros clientes. Para este caso en particular PANTALLA UNICA.

|  |  |
| --- | --- |
| **CANALES SERVICIO** | |
| SAC | No presencial |
| Ejecutivos de servicio | Back |
| Chat Digital | No presencial |
| Retención | Back / No presencial |

* **Herramienta de activación: CRM**
  + Habilitar la disponibilidad de los planes a los analistas del BackOffice.
  + El plan Avengers debe estar asociado al cargo en CIS en Canal corporativo y canal tiendas propias.
  + Al momento de activación NO generar recaudo en la caja cuando se active Avengers por CRM.
  + Los servicios adicionales serán comprados y/o instalados por CRM asociados a los planes configurados.
* **Jerarquización:** Paralas líneas Avengers en la activación y en la posventa (*ver tabla de jerarquización en postventas*), Se solicita que este que para Cambios de plan con jerarquías no se presente (doble cobro “ciclo de la cuenta previa y ciclo de la cuenta padre de la jerarquía”) por tratarse de facturación corriente.
* **Comisiones**: debemos tener las siguientes reglas en el cubo de comisiones DWH
  1. Plan nuevo (debe traer el neto sin impuestos)
  2. Cambio de plan (Solo debe traer la diferencia en revenue positiva o negativa)
* **Desempeño**: estos planes deben aparecer en los cubos del DWH para medir el desempeño del negocio, flujos de usuario, Revenue, activador.

.

* **Acceso a la oferta Avengers:** Se solicita asignar los perfiles necesarios a los equipo de **soporte corporativo** & **BackOffice** para garantizar acceso a consulta, activación y demás posventas de los plan Avengers B2B, sobre los sistemas de Información actuales (**CRM** y/o **Consulta Integral**).
* **Notificaciones del Journey del cliente:**

Durante todo el proceso, el cliente deberá ser notificado por SMS de los comportamientos de su pago y servicio. Por ejemplo: Activación del plan con XX GB y XX Minutos all net, Pago no percibido, Pago realizado, Suspensión en proceso, Reconexión en proceso, etc.

* + 1. **Descuentos Móviles para el MVP**
* **El sistema debe soportar los siguientes descuentos:** 
  + **Tipos de promoción de debe permitir el modulo de promociones para B2B:** 
    - PROMOCIÓN RECURSOS BUYBACK: Si es una promoción de recursos.
    - PROMO BONO TELEFONO: Si es de bono por dinero.
    - CARGO BÁSICO: Si entrega un porcentaje de descuento sobre el cargo básico.
  + **Vigencia de los descuentos:** 12, 24 meses
  + **Acceso al modulo de administración y configuración de promociones**: El administrador de este modulo podrá buscar las promociones configuradas, editarlas o crear nuevas.
  + Los descuentos deberán poderse mostrar en la factura en el campo cobros adicionales, mostrando la base del descuento y cuál fue el aplicado.
  + Los descuentos se deberán poder ser consultados por los puntos de contacto de B2B en el sistema, esto para garantizar de cara a cliente que fueron ingresados por el sistema.
  + Variables promocionales que se podrán parametrizar para B2B:
    - Evento: El evento hace referencia a la actividad que genera el "disparo" hacia el módulo de promociones, ya sea activación, upgrade de CB, portabilidad numérica, cambio de pre a Avengers.
    - Plan: El plan hace referencia al cargo básico para el cual se le va a asignar una promoción.
    - Punto de venta: Punto de venta se refiere a la tienda en la cual se vendió/activó la línea o evento que generará la promoción.
    - Regional: Las promociones se pueden orientar específicamente a regionales del país.
    - Canal: Canal utilizado para la venta del servicio/equipo.
    - Método de pago: Método utilizado para el pago del producto/servicio.
    - PLU: Las promociones se pueden otrograr exclusivamente a quien compre un equipo de determinado. El PLU hace referencia al número con el que se identifica especficamente un modelo de equipo. Ej iPhone 3 = 8009393
    - Tipo de cambio: Cambios realizados sobre cargos básicos, ya que puede ser upgrade o downgrade
    - Lista Blanca: Se refiere a un grupo selecto de usuarios
    - PLAN\_TYPE\_SOURCE: Hace referencia al origen de un cambio de plan, de donde se está cambiando
    - Tipo de plan: Hace referencia al destino de un cambio de plan, a qué se cambio el cliente.
* Reglas promocionales: Se configurarían las condiciones de colisión de las promociones. Estas reglas son:
* Acumular con nueva promo: Significa que la promoción es acumulable con otras. Si el cliente obtuvo una promoción previamente, se le acumulará con la nueva.
* Cancelar y dar nueva promo: Indica que, si el cliente ya cuenta con una promoción, se le cancela y se le otorga la nueva.
* No dar nueva promo: Si el cliente ya cuenta con una promoción, no se le concederá la nueva y se le mantiene la anterior.
  + Excepción cancelación: Las promociones se le pueden cancelar al cliente por diversos motivos (como cambiarse a prepago, cancelar la línea, etc.). En esta opción del módulo se permite marcar los eventos de excepción de cancelación, es decir, si se quiere mantenerle la promoción al cliente así reporte una actividad como la mencionada previamente, se deberá poder marcar la opción correspondiente para que no se le vaya a cancelar el beneficio al usuario.
  + Consulta de promociones: Espacio dispuesto para la consulta específica de las promociones con las que cuenta un usuario, donde se permite buscar por MSISDN (además permite delimitar la ventana de las promociones a consultar, aunque los campos de fechas no son obligatorios para realizar la búsqueda). Una vez ingresado el MSISDN del cliente haga clic en buscar, el resultado de la búsqueda arrojará todos los datos de las promociones obtenidas por el cliente.
  + Gestión de agrupaciones: las agrupaciones hacen referencia al tipo de promoción (recursos, dinero).
  + Gestión de listas VIP: Una lista VIP, hace referencia a lo que se conoce comúnmente como “lista blanca”, que básicamente es una lista de un grupo de clientes o usuarios seleccionados. El objetivo de usar una lista VIP a la hora de una promoción, es poder segmentar la promoción a un grupo selecto de usuarios. El módulo permite realizar consultas ingresando el tipo y el número de documento de algún cliente, al hacer clic en buscar conocerá si el cliente pertenece a alguna lista blanca.

La plantilla que se debe seleccionar es la siguiente:

La plantilla presenta los siguientes campos:



* Tipo documento: CC, TI, etc.
* Número Documento: El número de identidad del cliente.
* Lista Vip: El nombre de la lista a la cual asignará el cargue masivo del cliente, si el nombre de la lista no corresponde a una lista existente se creará una nueva.
* Msisdn: Número de la línea del cliente.
  + Gestión de variables: Este espacio está disponible para buscar algún tipo de variable, crear o editar una existente.
    - Edición de Variables
    - Agregar Variable
    - Eliminar Variables
  + Gestión de incidencias: Esta alternativa permite asignar promociones de manera arbitraria, con solo el MSISDN se permite asignar cualquier promoción existente a esa línea. Tenga en cuenta que esto ÚNICAMENTE se utiliza en situaciones críticas.
  + Gestión de incidencias CE: Esta selección está diseñada para otorgar promociones a clientes que reporten algún tipo de incidencias, a diferencia de la opción anterior, esta primero valida la actividad del cliente y se revisa si previamente pudo haber sido beneficiado por alguna promoción. Si la respuesta a lo anterior es negativa, no se podrá otorgar manualmente la promoción.

1. **AVENGERS FIJO**

***A continuación, se detalla el alcance del producto fijo de internet***

* 1. **Alcance y Mercado Objetivo**

El alcance son clientes nuevos y existentes del segmento micro y small.

Se tiene esperado un crecimiento en el primer año de 8k clientes y al final de los 5 años tener un total de 282k clientes.

Se busca beneficiar al cliente por adquirir servicios del portafolio fijo y móvil.

Esta oferta implica para el producto de internet:

* **Mayores velocidades:** Tener disponibles las velocidades 30, 60 y 120 en HFC y GPON Básico.
* **Mayor alcance de la red fija:** Incluir como componente adicional al servicio de internet un equipo AP repetidor WiFi que se entrega en comodato para el plan de 120 Megas y en arrendamiento para 30 y 60.
* **Presencia Web:** Proveer al cliente de herramientas para lograr la presencia web y posicionamiento de su negocio. Dando el acompañamiento para que se logren los objetivos comerciales. Esto requiere tener visibilidad de los servicios complementarios al internet para la administración.
* **Descuentos comerciales por convergencia:** Contar con una casilla de descuento para poder entregar los descuentos que se planteen en la matriz de beneficios por convergencia.
* **Plan de beneficios por convergencia:** Identificación del cliente cuando tenga portafolio fijo y móvil para visualización de todos los canales y clasificación del cliente convergente, de acuerdo al tipo de plan fijo x móvil.

El alcance se ilustra en el siguiente diagrama:

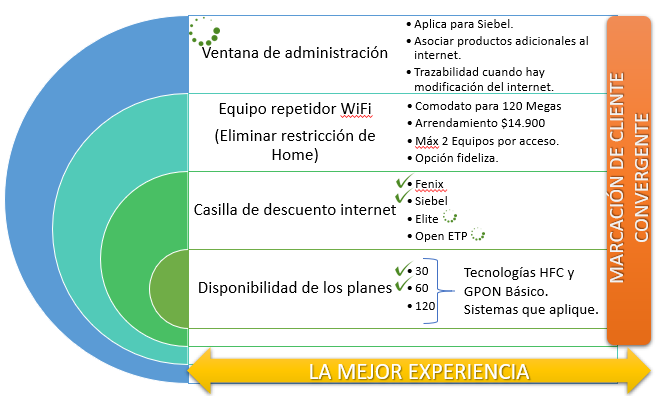


Ilustración 1Alcance Necesidade Avengers Fijo

* 1. **Resultados financieros:**

Se realiza la modelación con tecnología GPON básico (que es un poco más costosa que HFC) y con canal de comercialización “Agencias”, que es el más costoso en el modelo. Se tomaron las tarifas más bajas (“Convergentes”) para documentar el caso más ácido.

A continuación, las resultas financieras de la modelación de las tarifas anteriores:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Velocidad | Acción | Tarifa sin IVA | Tarifa con IVA | Margen | Payback |
| 30Mb | Venta | $ 75.546 | $ 89.900 | 47% | 8 |
| 60Mb | Venta | $ 105.798 | $ 125.900 | 43% | 7 |
| 120Mb | Venta | $ 164.622 | $ 195.900 | 39% | 8 |
| 30Mb | Retención | $ 75.546 | $ 89.900 | 61% | 9 |
| 60Mb | Retención | $ 105.798 | $ 125.900 | 57% | 7 |
| 120Mb | Retención | $ 164.622 | $ 195.900 | 53% | 6 |

Conclusión:

Se aprueba la oferta de Avengers Fijo, según lo presentado en el Comité de precios del 13 de Agosto de 2019.

* 1. **Nuevo Plan Internet 120 Megas**

Creación del plan de 120 Megas en tecnologías HFC y GPON. Con todas las transacciones asociadas en los sistemas de información

***Tecnología HFC y Gpon Básico:***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Plan*** | ***Tarifa Nominal*** | ***Tarifa Paquete*** | ***Down*** | ***Up*** | ***Tipo de Plan*** |
| 120 Mbps | $XX.XXX | $XX.XXX | 120 Mbps | 20Mbps | Banda ancha |

***Tarifa de Conexión:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***TIPO DE SERVICIO*** | ***SERVICIO*** | ***TARIFA CONEXIÓN*** | ***TARIFA INCREMENTAL*** |
| *Plus* | *Internet Banda Ancha Empresarial* | *$174.789,92* | *$91.596,64* |

* Si el cliente acepta suscribir contrato con permanencia mínima de doce (12) meses, tendrá una tarifa de cargo por instalación/conexión de cero ($0) pesos. En caso contrario tendrá el cobro que se haya definido de acuerdo con la tabla.
* Para los servicios que tengan contrato con cláusula de permanencia mínima y el cliente decida terminar anticipada y unilateralmente sus servicios antes de que venza dicho periodo de permanencia mínima, se cobrará de manera proporcional los valores definidos en la tabla correspondientes a la suma de los meses faltantes.
* Si el cliente contrata varios servicios por la misma tecnología, siempre el cargo de conexión estará asociado al valor más alto y para los demás productos se cobrarán los incrementales.

**Servicios incluidos:** el cliente puede solicitar, en cualquier momento, la activación de estos servicios.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PLAN PLUS** | | | | |
| **Servicios Incluidos** | **IP V4** | | **Contenidos** | **Cobertura** |
| **Incluida** | **Adicional** | **Categoría** |
| IP Fija V4 | 1 | 0 | 1 | Nacional |

**El servicio de Internet Presencia incluye** las siguientes categorías de servicios:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CATEGORÍA** | **SERVICIOS INCLUIDOS** | **CANTIDAD** |
| Internet Presencia Web | Dominio con extensión com.co | 1 |
| Pag web | 1 |
| Mail-Hosting – iniciadores | 1 |

|  |  |
| --- | --- |
| **MAILHOSTING: PLAN INICIADOR** | |
| Buzones de correo | 20 |
| Capacidad total en gigas | 20GB |
| Capacidad promedio por buzón | 1GB |
| **Disco Duro Virtual: Plan Iniciador** | |
| Capacidad en gigas | 1GB |

* + 1. **Cobertura**

Alcance Nacional desarrollo de los planes de acuerdo en las plazas de acuerdo a la tabla a continuación.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Regional** | **Departamento** | **Municipio** | **Sistema** |
| Eje Cafetero | Caldas | Manizales | Elite |
| Eje Cafetero | Caldas | Villamaría | Elite |
| Eje Cafetero | Quindío | Armenia | Elite |
| Eje Cafetero | Quindío | Calarcá | Elite |
| Eje Cafetero | Quindío | Circasia | Elite |
| Sur | Valle del Cauca | Buga | Elite |
| Centro | Tolima | Ibagué | Elite |
| Noroccidente | Antioquia | Barbosa | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Girardota | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Copacabana | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Bello | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Medellín | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Itagüí | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Envigado | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | La Estrella | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Caldas | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | El Retiro | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | La Ceja | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | La Unión | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | El Carmen de Viboral | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | El Santuario | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Marinilla | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Rionegro | Fenix |
| Noroccidente | Antioquia | Guarne | Fenix |
| Eje Cafetero | Quindío | Montenegro | OPEN ETP |
| Eje Cafetero | Quindío | Quimbaya | OPEN ETP |
| Eje Cafetero | Quindío | La Tebaida | OPEN ETP |
| Eje Cafetero | Risaralda | Pereira | OPEN ETP |
| Eje Cafetero | Risaralda | Dosquebradas | OPEN ETP |
| Eje Cafetero | Risaralda | Santa Rosa de Cabal | OPEN ETP |
| Eje Cafetero | Risaralda | La Virginia | OPEN ETP |
| Sur | Valle del Cauca | Cartago | OPEN ETP |
| Norte | Cesar | Valledupar | Siebel |
| Norte | Magdalena | Santa Marta | Siebel |
| Norte | Atlántico | Barranquilla | Siebel |
| Norte | Atlántico | Soledad | Siebel |
| Norte | Atlántico | Puerto Colombia | Siebel |
| Norte | Atlántico | Galapa | Siebel |
| Norte | Bolívar | Cartagena | Siebel |
| Norte | Bolívar | Turbaco | Siebel |
| Norte | Sucre | Sincelejo | Siebel |
| Norte | Córdoba | Montería | Siebel |
| Norte | Córdoba | Cereté | Siebel |
| Noroccidente | Antioquia | Sabaneta | Siebel |
| Sur | Valle del Cauca | Tuluá | Siebel |
| Sur | Valle del Cauca | Palmira | Siebel |
| Sur | Valle del Cauca | Jamundí | Siebel |
| Sur | Valle del Cauca | Yumbo | Siebel |
| Sur | Valle del Cauca | Cali | Siebel |
| Sur | Cauca | Popayán | Siebel |
| Sur | Nariño | Pasto | Siebel |
| Centro | Meta | Villavicencio | Siebel |
| Centro | Cundinamarca | Bogotá D.C. | Siebel |
| Centro | Cundinamarca | Funza | Siebel |
| Centro | Cundinamarca | Fusagasugá | Siebel |
| Centro | Cundinamarca | Mosquera | Siebel |
| Oriente | Boyacá | Tunja | Siebel |
| Oriente | Boyacá | Sogamoso | Siebel |
| Oriente | Santander | Barrancabermeja | Siebel |
| Oriente | Santander | Bucaramanga | Siebel |
| Oriente | Santander | Floridablanca | Siebel |
| Oriente | Santander | Piedecuesta | Siebel |
| Oriente | Santander | Girón | Siebel |
| Oriente | Norte de Santander | Cúcuta | Siebel |
| Oriente | Norte de Santander | Los Patios | Siebel |
| Oriente | Norte de Santander | Villa del Rosario | Siebel |

* 1. **Casilla de descuentos**

Se requiere una casilla de descuentos de valor digitado (Entre 0% y 100%) que afecte el valor del cargo básico y debe tener asociado un plazo del descuento (en meses) también editable.

Esta casilla debe estar activa desde el momento del ingreso del servicio y debe estar habilitada también para trámites post-venta. Este descuento debe quedar desagregado en la factura del cliente. Hoy se tiene activa en los sistemas Fenix y Siebel, pero se requiere que se entregue en producción para Elite y Open ETP.

* 1. **Implementación del equipo repetidor wifi**

Este equipo está en proceso de desarrollo para home, para que este pueda ser utilizado en B2B es necesario habilitar su uso eliminando la restricción. Este desarrollo ya contempla todo el ciclo de aprovisionamiento y facturación del equipo cuando aplique. Se replican las políticas de producto definidas en el desarrollo de home. Se utilizará la misma referencia en ambos segmentos lo que optimiza las actividades de manejo de inventario e instalaciones.

* El equipo se entrega en comodato para la velocidad de 120 Megas en HFC y GPON Básico. Este estado indica que viene incluido con el servicio y no genera cobro.
* El equipo se puede entregar en arrendamiento para las velocidades de 30 y 60 Megas HFC y GPON Básico. Esta opción generará un cobro recurrente mensual.
* El equipo tendrá una opción de entrega en comodato para las velocidades de 30 y 60 Megas únicamente para retención. Esta opción solo la puede entregar el equipo de retención. Esta opción se denominará fideliza.
* El equipo se debe visualizar asociado al servicio de internet.
* El cliente puede tener hasta 2 equipos en las siguientes combinaciones:
  + Comodato + Arrendamiento
  + Comodato + Fideliza
  + Arrendamiento + Arrendamiento
  + Fideliza + Arrendamiento
  + Fideliza + Fideliza
* Si el cliente cambia de plan de 120 Megas, a una velocidad menor sobre el mismo acceso el equipo debe de cambiar de estado en comodato a arrendamiento y comenzará a facturar mensualmente el valor correspondiente.

# Para la entrega del equipo se construye el punto de red desde el cable modem hasta el equipo.

* 1. **Implementación ventana de administración en Siebel**

Se requiere tener la trazabilidad de los servicios complementarios al internet Siebel ante cualquier modificación que sufra el acceso de internet (ejemplo: si un cliente de internet plus retira el servicio, no se genera automáticamente la notificación para la entrega de la administración del dominio, así mismo se debe desaprovisionar la página web, etc).

La administración se dará al momento de solicitar la activación o desactivación de un servicio, pues esta actividad debe generar una cola al back de contenido para que realice el aprovisionamiento y solo hasta que esta se configure se podrá cumplir la nueva cola.

El back de contenidos podrá descargar un reporte todas las actividades que se esten cursando. Además debe ser posible en cualquier momento consultar cuantas se han realizado, cuantas faltan y cuales, y generar informes.

La ventana será utilizada para nuevos, peticiones y retiros de la siguiente manera:

**Pedidos**

* Al momento del ingreso del servicio de internte, se debe permitir seleccionar los servicios adicionales que el cliente requiera para su actividad comercial. Como estos servicios adicionales solo se pueden activar cuando el acceso este cumplido, la orden para la activación de estos se debe generar automaticamente al momento del cumplido del banda ancha empresarial.
* La orden debe especificar que servicios se deben activar; esta orden debe quedar en un estado pendiente hasta que los servicios solicitados esten activos, el cumplido de esta cola debe exigir el número de pedido con el cual se realizó la transacción solicitada. Despues del cumplido debe bajar a “portafolio” con los servicios que se solicitaron, que estan activos y la cantidad.
* La generación de esta cola para administrar los adicionales no debe afectar el normal desarrollo de la instalación del servicio de Banda Ancha Empresarial.

**Peticiones:**

* En cualquier momento se podrá modificar la ventana de administración de servicios complementarios, sea solicitando la configuración de nuevos servicios o el retiro de alguno de ellos.
* Esta petición / cambio generará una orden al back de contenidos informando la actividad solicitada por el cliente. El back debe realizar la actividad correspondiente y cuando esta se haya llevado a cabo, se debe cumplir la cola informando el número del pedido con el cual se realizó la actividad.

**Retiro:**

* Al momento del retiro del producto internet se deben generar de forma automatica una orden para desactivar todos los adicionales que el cliente tenga activos.
* Esta actividad será dirigida al Back de Contenido, quién realizará los retiros correspondiente de acuerdo a la orden, posterior a la confirmación de cada uno de los retiros, cumplirá esta orden informando cada uno de los pedidos con los que se solicitaron y cumplieron los retiros.

**Orden de trabajo (Cola):**

Esta cola debe generar uan actividad por cada servicio así se le podra asociar el número de pedido con el cual realizaron la actividad solicitada. Debe ser posible gestionar esta cola de manera masiva o individual. Esta cola debe generar tres estados:

* Ingresar pedido
* Se ingreso pedido
* Cumplido
  1. **Desarrollo oferta Avengers Smartflex**

En pro de la simplificación de la oferta y la unificación de un discurso comercial a nivel nacional, el cual sea comparable con el portafolio de home se requiere la creación de los planes de 30, 60 y 120 Megas en tecnología GPON para las localidades del territorio conocido como EDATEL.

* La Dorada.
* Puerto Boyacá.
* Bosconia.
* Agustin Codazzi.
* Magangué.
* Aguachica.
* Coveñas.

La oferta en smartflex debe contar con las mismas características descritas en este documento que se cumplen a nivel general de la oferta:

Casilla de descuentos (Numeral 3.4)

Repetidor WiFi (Numeral 3.5)

Ventana de administración (Numeral 3.6)

Las capacidad calculada de acuerdo a las proyecciones de ventas y aumentos de velocidad es la siguiente:

* + 1. **Capacidades por localidad.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Concepto** | **Und** | **LA DORADA** | **PUERTO BOYACA** | **AGUACHICA** | **MAGANGUE** | **COVEÑAS** | **BOSCONIA** | **AGUSTIN CODAZZI** |
| Nuevos x 12 Meses | Mb | 7.526 | 5.789 | 3.184 | 1.592 | 1.158 | 289 | 145 |
| Aumentos base instalada | Mb | 4.956 | 4.335 | 3.042 | 1.742 | 1.135 | 1.015 | 1.118 |
| **Capacidad TOTAL** | **Mb** | **12.482** | **10.124** | **6.226** | **3.334** | **2.293** | **1.305** | **1.263** |

1. **VISUALIZACIÓN DE CLIENTE CONVERGENTE**

La oferta Avengers busca incrementar la cantidad de clientes convergentes entregando beneficios por cumplir esta condición. Un cliente convergente tiene bajo el mismo NIT o Cédula con actividad comercial servicios del portafolio fijo y servicios del portafolio móvil. En el caso de la oferta Avengers, sobre el producto fijo, se podrá otorgar un descuento por tener o adquirir al menos una línea móvil de algún plan Pospago 5.0 empresarial.

Para el control de beneficios y la gestión de las campañas es necesario conocer la clasificación de los clientes

La consulta del cliente debe hacerse por NIT o Cedula con actividad comercial y las condiciones de la clasificación se deberán dar de acuerdo a las siguientes políticas.

* Portafolio Fijo: Solo Fijo
* Portafolio Móvil: Solo Móvil
* Al menos un producto del portafolio fijo y al menos 1 línea móvil: Convergente.
* Internet en planes 30, 60 y 120 Megas + al menos 1 línea móvil en los planes pospago 5.0 empresarial: Convergente 5.0 Empresarial.
  1. **Consulta CRM**

En el momento que un cliente sea consultado por NIT o Cédula con actividad comercial en algún CRM tanto de fijo como de móvil, debe aparecer la clasificación del cliente de acuerdo al tipo de portafolio que tenga, según la marcación anterior.

En la consulta, en la vista general del cliente debe existir un campo que indique el tipo de clasificación.

Esta clasificación se da de acuerdo a las reglas en el momento de la consulta y deberá estar visible para todos los puntos de contacto del negocio B2B.

El portafolio debe estar actualizado tanto en el CRM móvil como en el fijo, y agrupado por tipo de documento, esto quiere decir que se debe garantizar que el documento en la fuente de consulta se encuentre homologado para fijo y móvil.

Se deberá realizar la homologación de los documentos del cliente en los sistemas fijos y móviles, de manera que la base actual pueda tener la marcación de cliente convergente, este diagnostico deberá realizarse entre TI y BI para efectos de homologación de la data.

* 1. **Insumos reportes de convergencia.**

Se requiere tener un repositorio de información donde se pueda extraer el inventario de clientes y su clasificación. Este inventario deberá quedar al alcance del equipo de BI para generar reportes de seguimiento de la convergencia.

Con respecto al portafolio fijo se debe poder tener acceso a la información de descuentos aplicados en cada facturador: Open, Elite, Etp y Smartflex. El exporte del facturador deberá contener los siguientes campos:

**Información del facturador:**

* Sistema facturador.
* Contrato
* Ciclo
* Fecha de instalación
* Fecha última facturación
* Fecha de retiro
* Estado del servicio
* Plan de facturación
* Producto
* Servicio suscrito.
* Elemento de medición.
* Abonado (para Elite).
* ID Componente. (En los casos que aplique)
* Fecha inicio del componente.
* Descuento con todos los decimales asociados.
* Tiempo de duración del descuento.
* Fecha Inicio descuento.
* Fecha fin descuento.
* Fecha de exporte.

Estos campos complementan la información del cliente disponible en el CRM y se debe poder agrupar mediante e ID del servicio o agrupador / elemento de medición / abonado (para Elite) y así poder construir los reportes.

1. **MERCADO OBJETIVO**
   1. **Demanda estimada**

En 5 años la ambición es alcanzar un 23% de Market Share en el territorio centro asi como un ratio de convergencia del 23% en el resto de Colombia que en conjunto alcanzan un potencial de **$134M anuales para el 2023**

* 1. **Cobertura Geográfica**

*(Especificar la cobertura territorial departamento, Ciudad y Municipio en el cual aplica).*

Aplica a nivel nacional de acuerdo a la disponibilidad técnica del servicio.

# JUSTIFICACIÓN

*(Seleccionar los objetivos que se pretenden alcanzar con la mejora solicitada):*

|  |  |
| --- | --- |
| Aumento de ingresos | *X* |
| Fortalecimiento de portafolio | *X* |
| Innovación | *X* |
| Reducción de Costos |  |
| Reducción de Gastos |  |
| Aumento de productividad |  |
| Mejora de procesos/ahorro de tiempo |  |
| Mejora experiencia cliente | *X* |
| Otro ¿Cuál? |  |

1. **INGRESOS COSTOS Y AHORROS**

*Se detallan en el caso de negocio Avengers*

1. **ÁREAS PARTICIPANTES**

*Relacionar las áreas identificadas que deben participar en la mejora del producto/oferta.*

|  |
| --- |
| **Área** |
| *Gestión de la demanda* |
| *CRM* |
| *BRM* |
| *Aseguramiento de producto* |
| *R.A* |
| *Facturación* |
| *Cartera* |
| *BackOffice B2B* |
| *Ventas* |
| *PQR* |
| *Producto Móvil* |
| *TI* |
| *Ventas* |
| *Gestión Base* |

1. **PROCESOS IMPACTADOS**

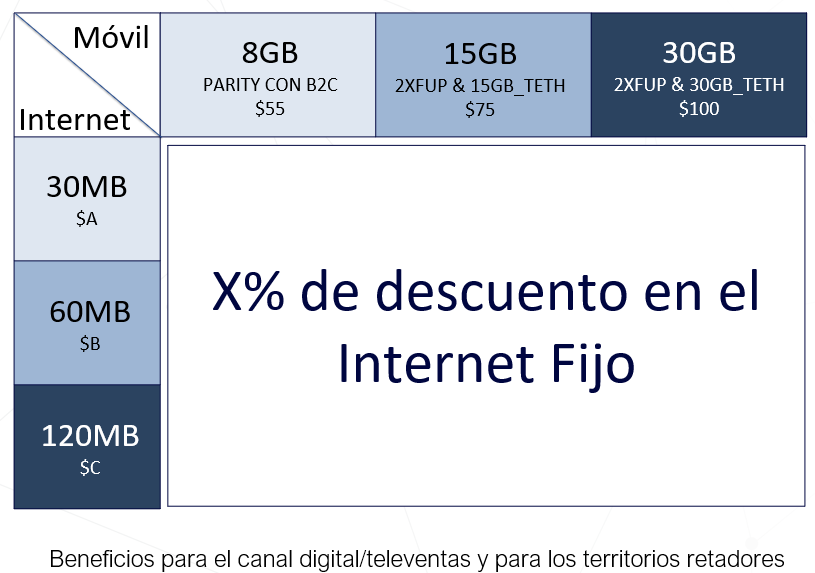
*Seleccionar los procesos de la compañía que se impactan con el desarrollo de la mejora. Ver documento Lista de chequeo Impacto Procesos Desarrollo Producto. Complementar en caso de aplicar la información con la respuesta de factibilidad entregada por las áreas.*

|  |  |
| --- | --- |
| ***PROCESO DE LA CADENA DE VALOR*** | ***Marcar con una X los procesos impactados con el Desarrollo*** |
| ***Relación con el cliente*** | ***X*** |
| ***Venta*** | ***X*** |
| ***Activación del Servicio*** | ***X*** |
| ***Postventa (Peticiones*** | ***X*** |
| ***Retención*** | ***X*** |
| ***Desactivación del Servicio*** | ***X*** |
| ***Facturación, recaudo y cobro*** | ***X*** |
| ***Experiencia cliente*** | ***X*** |
| ***Abastecimiento*** | ***X*** |
| ***Gestión IT*** |  |
| ***Gestión OT*** |  |

* + - * 1. **CONDICIONES Y REGLAS**
  1. **Reglas de precio**

El concepto de la oferta es entregar un beneficio comercial en el producto fijo por tener ambos portafolios. Se aplicará el descuento sobre el internet, este descuento obedecerá a las políticas que se definan desde oferta de acuerdo a la velocidad y el plan de la línea móvil. Se garantiza desde la concepción de la oferta que cada producto cumplirá los indicadores financieros de la compañía. El descuento tendrá un plazo definido de XX Meses.

La condición de convergencia no modifica la tarifa del producto móvil.



* 1. **Reglas de Negocio**

El cliente debe tener ambos servicios tanto el fijo como el móvil bajo el mismo documento para poder acceder a los beneficios de convergencia. Las condiciones de negocio para la entrega de descuento son las siguientes:

**Cliente existente de internet que quiere adquirir una línea móvil de algún plan Pospago 5.0 empresarial.**

* Si el cliente tiene un servicio en una velocidad menor a 30 Megas en HFC/ Gpon Básico podrá hacer el aumento de velocidad con la tarifa Avenger, incluso si este cambio representa una disminución en el cargo básico del internet.
* Si el cliente ya tiene servicio en una velocidad de 30 o 60 Megas en HFC/ Gpon Básico y adquiere una línea en plan pospago 5.0 Empresarial puede acceder al descuento en el internet incluso si este representa una disminución en el cargo básico. *(Es posible que el cliente al adquirir la línea no se le aplique el descuento en el internet, pero igualmente queda convertido en cliente Avengers.)*
* Cliente con servicio de internet en plan de oferta avanzada. Esta campaña de descuento no aplica para oferta avanzada.

**Cliente existente con líneas móviles en planes diferente a Pospago 5.0 Empresarial que quiere adquirir servicio de internet.**

* Si el cliente desea adquirir el servicio de internet con descuento el plan de móvil de la línea debe ser pospago 5.0 Empresarial, no aplica descuento de internet si la condición de convergencia por el producto móvil es un plan diferente a pospago 5.0 Empresarial, esto aplica para segmentos Micro y Small.

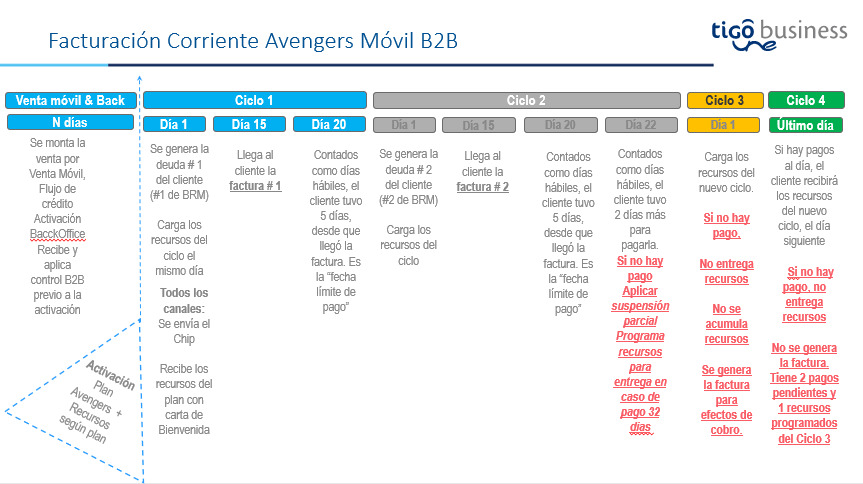
**Cliente con portafolio fijo y portafolio móvil.**

* Este cliente podrá ser sujeto de migración a la oferta Avengers en ambos portafolios. En este caso podrá acceder a los beneficios definidos en la oferta fija incluso si hay disminución del cargo básico.
* Si el cliente ya cuenta con servicio de internet en una velocidad de 30 y 60 Mega y cuenta con algún descuento proveniente de otras promociones se podrá realizar el cambio en el beneficio entregando el descuento Avenger, o si el beneficio que tiene es mejor que el entregado por Avenger podrá conservarlo.
* Los cambios de planes no modifican los acuerdos de permanencia del producto fijo, es decir, el cliente debe cumplir con lo pactado desde la adquisición del producto.
  1. **Reglas de Facturación**

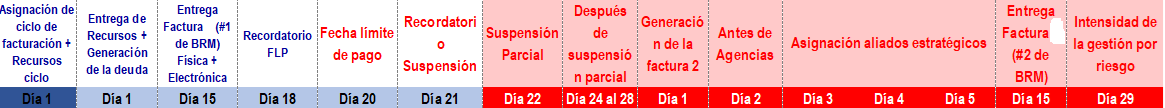
### Reglas de Facturación Móvil

Esquema de facturación corriente: se activa el cliente y recibe recursos gratuitos full esto pasara hasta que el facturador le asigne el próximo ciclo disponible abierto, los excenarios en que se presenta este regalo son:

* Portación
* Línea Nueva
* Adición de una línea a la jerarquía.

**

* Este esquema de facturación debe ser **CORRIENTE** de manera que el valor de la factura se cobra en el mes que está en curso.
* Las políticas de suspensión y reconexión para Avengers se aplican según modelo.



* La activación se realizará en los ciclos disponibles y abiertos en el area de facturación para el segmento B2B.
* El diseño de la factura debe ser la misma de Nintendo, se solicita un nuevo segmento llamado “Avengers Corporativo”, ya que todo cliente marcado en BRM con este segmento se deben realizar los siguientes ajustes:
* Cambio en el nombre de los paquetes cargos básicos del plan
* Cambio del mensaje de bienvenida
* Descripción del plan

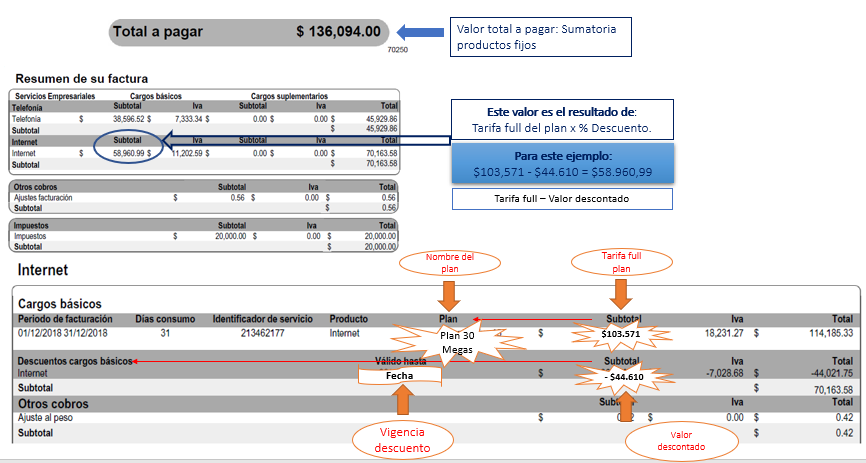


* La factura por pagar mostrará el consumo del cliente (histograma), del mes anterior. No se solicita mostrar el consumo del mes en curso porque será una fracción del ciclo
* La apertura de los impuestos se debe manejar tal como está configurada actualmente en el facturador, para los tributos nacionales y municipales
* Se causan impuestos en el mismo momento que se causan los ingresos (se reconoce lo que se debe pagar a la DIAN cuando se causa el ingreso) / Se causa IVA con la factura.
* Primero reconocemos la factura en un pasivo y a los 30 segundos se reconoce ingreso cuando se entreguen los recursos al usuario.
* Si el cliente no paga, el monto a cobrar se debe guardar en el pasivo por 180 días y cuando se cumpla este plazo se debe realizar la logística inversa de cuenta por cobrar, pasivo e impuestos de los servicios no entregados. Los servicios consumidos por demanda o modalidad vencidos se siguen cobrando
* Se requiere que hagamos un corte al cierre de cada mes y reversemos el ingreso relacionado con los recursos no consumidos por los usuarios. Esto mediante proceso automático.

| ***NOMBRE*** | ***DESCRIPCIÓN*** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Formato***  *Indicar las condiciones especiales que se quieren mostrar en la factura, condiciones especiales de impresión para que el área de facturación recomiende el más adecuado o requiera un formato nuevo.* | *Se solicita que todo cliente marcado en el facturador como Avengers Corporativo se aplique el mensaje de Bienvenida que se defina, se cambien los nombres de los planes y su descripción en la factura.* | | | | |
| ***Esquema de cobro***  *Indicar si es prepago, postpago, anticipado o vencido.* | *Corriente desde el ciclo 1 / mes 1* | | | | |
| ***Detalle de cobros***  *Indicar información que debe ser mostrada en la factura para gestión comercial y requisitos de entes regulatorios.* | *No aplican cambios al mecanismo* | | | | |
| ***Estratificación***  *Indicar si aplica o no* | *Se mantienen las condiciones actuales* | | | | |
| ***Prorrateo***  *Especificar que cobros se prorratean teniendo en cuenta que el prorrateo se aplica de acuerdo con la fecha de activación o retiro.* | *No aplica* | | | | |
| ***Subsidios***  *Aplican de acuerdo con el tipo de servicio, según la normatividad externa. Seleccione la opción definida con Jurídica.*  *Tener en cuenta que los servicios comerciales no subsidian.* | *Básico* |  | *Valor agregado* |  |  |
| *Básico Teleservicio* |  | *Básico Portador* |  |  |
| *Otro (especificar)* | |  | | |
| ***Conceptos financiables***  *Especificar qué elementos de la oferta son financiables y las condiciones de plazo y tasa. Además, indicar el plan que se va a utilizar definido con crédito y cartera.* | ***No aplica*** | | | | |
| ***Pago a proveedores o socios***  *Definir las políticas acordadas con el aliado estratégico en cuanto a porcentajes que cada uno asume para: reclamaciones, cartera, valor de la factura. Especificar si requiere automatización.* | *No aplica* | | | | |
| ***Nombre en factura***  *Especificar el nombre que aparecerá en la factura.* | *Factura de venta* | | | | |

### Reglas de Facturación Fijo

Se conserva las políticas de facturación existente. Es de precisar, que como a hoy, en a factura se debe discriminar el valor descontado y el plazo de este descuento.



**Principio del formulario**

**Principio del formulario**

1. **INFORMES REQUERIDOS**

*Describir si se requieren nuevos informes o ajuste a existentes del producto.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Informe requerido** | **Usuario** | **Sistema de información que lo soporta** |
| **Comisiones**: Debemos tener las siguientes reglas en el cubo de comisiones DWH   * Plan nuevo (debe traer el neto sin impuestos) * Cambio de plan (Solo debe traer la diferencia en revenue positiva o negativa) |  | DWH |
| Ingresos: se debe replicar la información de estos nuevos Planes en los cubos de ingreso del DWH |  | DWH |
| **Seguimiento a clientes convergentes**: Conocer mes a mes la clasificación de los clientes y los cambios de clasificación que se realicen. Se debe tener acceso al portafolio asociado al cliente. | Dirección go to market y diseño de oferta | CRM fijo y móvil |
| **Control de descuentos:** Se necesita conocer los descuentos asociados a los planes de internet. | Dirección go to market y diseño de oferta | Facturadores: Open, Elite, Etp y Smartflex. |
| **Seguimiento a campaña Avengers:** Se debe conocer cómo se están realizando las ventas convergentes, por tipo de planes, cuales son las combinaciones fijo x móvil, ventas por canal, detalle por cliente. | Dirección go to market y diseño de oferta | Equipo de BI |

1. **RESPUESTAS A FACTIBILIDAD**

### Impuestos

Los impuestos de los paquetes son los especificados en la reforma tributaria: 19% IVA, 4% Impoconsumo de voz, 4% Impoconsumo de datos sobre el valor superior a 1,5 UVT de la factura.

|  |  |
| --- | --- |
| **Responsable** | *Área de impuestos* |
| **Fecha respuesta** | *Fecha entrega respuesta* |

| **Concepto que genera impuesto** | **Tipo de impuesto** | **%** | | **Tipo de cobro** | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | IVA  *Especificar el concepto al cual está aplicando* | Causado |  | Recurrente |  |
| Recaudado |  | No recurrente |  |
|  | Timbre | Recurrente | | |  |
| No recurrente | | |  |
|  | ICA | Recurrente | | |  |
| No recurrente | | |  |
|  | Otros *describirlo, Ejemplo: estampilla, telefónicos.* | Recurrente | | |  |
| No recurrente | | |  |

| **Concepto con exclusiones y/o exenciones de impuestos** | **Impuesto** | **Descripción de la exclusión y/o exención** |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

### Contabilidad

*Especificar elementos contables que deben considerarse en el desarrollo del producto u oferta.*

*Se debe enunciar la cuenta contable,*

Las cuentas contables asignadas para Avengers Móvil son:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **R30301** | **R30302** | **R30400** | **R30600** | **R33301** | **R33302** | **R35000** | **R36011** |

Las cuentas contables asignadas para Avengers Fijo son:

|  |  |
| --- | --- |
| **Responsable** | *Nombre del responsable del área que entrega la respuesta.* |
| **Fecha respuesta** | *Fecha entrega respuesta* |

| **Elemento del producto/oferta** | **Método de Contabilización**  **Por elemento de la oferta medio de pago, ingreso por anticipado, ingresos, recaudo** |
| --- | --- |
|  |  |

| **Requisitos para la interfaz contable** | **Descripción**  **necesidades de contabilidad para poder contabilizar los ingresos/recaudo** |
| --- | --- |
|  |  |

Final del formulario

### Legal

* Para efectos de suspensión por MORA debemos asegurar que de acuerdo con la Resolución 5111 inciso 3 del artículo 2.1.12.1. Cuando el servicio sea suspendido, se suspenderá la facturación del mismo
* Para suspensión voluntaria:

De acuerdo con el artículo 2.1.8.2 de la 5111 la suspensión se puede realizar hasta por 2 meses (ciclos de facturación) continuos o discontinuos.

|  |  |
| --- | --- |
| **Responsable** | *Diana Eslava* |
| **Fecha respuesta** | *Fecha entrega respuesta* |

| **Normatividad** | **Elementos a considerar o que se deben cumplir** |
| --- | --- |
| Suspensión de facturación | Resolución 5111 inciso 3 del artículo 2.1.12.1 |
| Suspensión Voluntaria | Artículo 2.1.8.2 de la 5111 la suspensión se puede realizar hasta por 2 meses (ciclos de facturación) continuos o discontinuos. |

### Tecnología

|  |  |
| --- | --- |
| **Responsable** | *Nombre del responsable del área que entrega la respuesta (BRL).* |
| **Fecha entrega Levantamiento de Requisitos** |  |
| **Gestor de Demanda Asignado** |  |

### Otras Áreas

*Consolidar las respuestas del impacto y ajustes requeridos en la operación de otras áreas de la compañía.*

|  |  |
| --- | --- |
| **Área** | *Nombre del área* |
| **Responsable** | *Nombre del responsable del área que entrega la respuesta.* |
| **Fecha respuesta** | *Fecha de entrega de respuesta* |
| **Capacidad de operación para el producto/oferta**  *(Indicar si requiere capacidad adicional para atender el producto/oferta, incluir si se requiere ajustar alianzas o contratos actuales con proveedores, ejemplo ajuste al contrato de distribución de facturación)* | |
|  | |
| **Herramientas/Sistemas requeridos**  (*Indicar si se requiere una herramienta, control especial, característica o perfil, ajuste o configuración de sistemas actuales para atender el producto/oferta).* | |
|  | |
| **Procesos Impactados**  *(Indicar que procesos son impactados por el producto/oferta de la cadena de valor de la Compañía)* | |
|  | |
| **Capacitaciones**  *(Indicar capacitaciones requeridas y públicos impactados)* | |
| Lanzamiento de producto a las áreas comerciales, del back y preventa | |
| **Costos**  *(Indicar si aplican costos asociados a modificaciones o ajustes en la operación del área).* | |
|  | |
| **Casos de Prueba**  *(Indicar las transacciones que se deben probar una vez esté realizado el desarrollo, ingreso de una venta, activación, transacciones posventa, entre otros).* | |
|  | |