

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas



Ingeniería de Software

Aplicaciones Web - SI730

Informe de TB1

- **Sección:** SW51
- **Docente:** Juan Carlos Tinoco Licas
- **Ciclo:** 2023-02
- **Nombre del grupo:** Team 4
- **Nombre de la Startup:** LoyalSlip

Integrantes

Alumno	Código
Leonardo Paul López Huarcaya	U202124304
Sandro Fourfive Alarcon Rondon	U202114140
Louis Piero Alfaro Coveñas	U20191b299
José Carlos Isaac Ampudia Flores	U202112936
Jean Pierre Morin Fuentes	U202115348

Registros de versiones del Informe

Version	Fecha	Autor	Descripción de la modificación
1		Ampudia Flores	- Implementó
1		Alarcon Rondon	- Implementó
1		Morin Fuentes	- Implementó
1		Louis	- Implementó
1		Leonardo	- Implementó

Link del video y diapositiva:

<https://drive.google.com/drive/folders/1FBHclUB6UtwnrinxLWHTFOUb5ycSQL3-?usp=sharing>

Índice

1. Capítulo I: Introducción

- 1.1 Startup Profile
 - 1.1.1 Descripción de la Startup
 - 1.1.2 Perfiles de integrantes del equipo
- 1.2 Solution Profile
 - 1.2.1 Antecedentes y problemática
 - 1.2.2 Lean UX Process
 - 1.2.2.1 Lean UX Problem Statements
 - 1.2.2.2 Lean UX Assumptions
 - 1.2.2.3 Lean UX Hypothesis Statements
 - 1.2.2.4 Lean UX Canvas
- 1.3 Segmentos objetivo

2. Capítulo II: Requirements Elicitation & Analysis

- 2.1 Competidores
 - 2.1.1 Análisis competitivo
 - 2.1.2 Estrategias y tácticas frente a competidores
- 2.2 Entrevistas
 - 2.2.1 Diseño de entrevistas
 - 2.2.2 Registro de entrevistas
 - 2.2.3 Análisis de entrevistas
- 2.3 Needfinding
 - 2.3.1 User Personas
 - 2.3.2 User Task Matrix
 - 2.3.3 User Journey Mapping
 - 2.3.4 Empathy Mapping
 - 2.3.5 As-is Scenario Mapping

3. Capítulo III: Requirements Specification

- 3.1 To-Be Scenario Mapping
- 3.2 User Stories
- 3.3 Impact Mapping
- 3.4 Product Backlog

4. Capítulo IV: Product Design

- 4.1 Style Guidelines
 - 4.1.1 General Style Guidelines
 - 4.1.2 Web Style Guidelines
- 4.2 Information Architecture
 - 4.2.1 Organization Systems
 - 4.2.2 Labeling Systems
 - 4.2.3 SEO Tags and Meta Tags
 - 4.2.4 Searching Systems
 - 4.2.5 Navigation Systems
- 4.3 Landing Page UI Design
 - 4.3.1 Landing Page Wireframe
 - 4.3.2 Landing Page Mock-up
- 4.4 Web Applications UX/UI Design
 - 4.4.1 Web Applications Wireframes

- 4.4.2 Web Applications Wireflow Diagrams
- 4.4.3 Web Applications Mock-ups
- 4.4.4 Web Applications User Flow Diagrams
- 4.5 Web Applications Prototyping
- 4.6 Domain-Driven Software Architecture
 - 4.6.1 Software Architecture Context Diagram
 - 4.6.2 Software Architecture Container Diagrams
 - 4.6.3 Software Architecture Components Diagrams
- 4.7 Software Object-Oriented Design
 - 4.7.1 Class Diagrams
 - 4.7.2 Class Dictionary
- 4.8 Database Design
 - 4.8.1 Database Diagram

5. Capítulo V: Product Implementation, Validation & Deployment

- 5.1 Software Configuration Management
 - 5.1.1 Software Development Environment Configuration
 - 5.1.2 Source Code Management
 - 5.1.3 Source Code Style Guide & Conventions
 - 5.1.4 Software Deployment Configuration
- 5.2 Landing Page, Services & Applications Implementation
 - 5.2.X Sprint n
 - 5.2.X.1 Sprint Planning n
 - 5.2.X.2 Sprint Backlog n
 - 5.2.X.3 Development Evidence for Sprint Review
 - 5.2.X.4 Testing Suite Evidence for Sprint Review
 - 5.2.X.5 Execution Evidence for Sprint Review
 - 5.2.X.6 Services Documentation Evidence for Sprint Review
 - 5.2.X.7 Software Deployment Evidence for Sprint Review
 - 5.2.X.8 Team Collaboration Insights during Sprint

Student Outcome

Criterio específico	Acciones Realizadas	Conclusiones
Participa en equipos multidisciplinarios con eficacia, eficiencia y objetividad, en el marco de un proyecto en soluciones de ingeniería de software.	Tareas	Conclusion
Conoce al menos un sector empresarial o dominio de aplicación de soluciones de software.	Tareas	Conclusion

Capitulo 1: Introducción

1.1 Startup Profile

1.1.1 Descripción de la Startup

Nuestra aplicacación **"LOYALSIPS"** de nuestro equipo **"TechSolutions"** ha sido creado con la finalidad de mejorar el sistema de administracion para el sector de bares y mejorar la experiencia del cliente por medio de beneficios como descuentos, y promociones.

Misión

La misión de nuestra App es generar facilidad de interacción entre clientes y bares, como también mejorar las herramientas de gestión para-ambos sectores.

Visión

Nuestra visión es que la aplicación que desarrollemos marque un nuevo hito entre las aplicaciones similares que existen y que nuestros usuarios nos respaldan considerando a ésta una de las mejores del rubro.

1.1.2 Perfiles de integrantes del equipo

Foto	Miembro	Habilidades	Codigo
------	---------	-------------	--------

	Ampudia Flores, Jose Carlos Isaac	Actualmente soy estudiante del 6to ciclo de la carrera de Ingeniería de Software en la UPC. Cuento con conocimientos en programación orientado a objetos en el lenguaje de C++, manejo de base de datos relacional y no relacional. Además he elaborado algunos videojuegos y programas para trabajos de la universidad.	u202112936
	Alarcon Rondon, Sandro Fourfive	Actualmente soy estudiante de la UPC y curso en el 6to ciclo en la carrera de Ing. de Software. Tengo experiencia en el desarrollo de sitios web y conocimientos en los lenguajes de programación C++ y CSS	u202114140
	Morin Fuentes, Jean Pierre	Estoy cursando el 6to ciclo de la carrera de ingeniería de software, tengo conocimiento del lenguaje de programación C++ y he aprendido lo básico de HTML, tengo conocimiento de páginas webs.	u202115348
	Louis Alfaro Coveñas	Soy una persona que le fascina la tecnología en sus múltiples aspectos y, además, le gusta trabajar en equipo. En base a mis skills, destacan el tema de liderazgo, conocimientos de marcos de trabajos ágiles, programación en lenguajes tales como C++, HTML, CSS y manejo de base de datos como MySQL, SQL Server y MongoDB.	u202110458
	Leonardo Paul Lopez Huarcaya	Actualmente estudiando la carrera de Ingeniería de Software. Yo como estudiante de esta carrera hasta el momento ya sé manejar el código en C++, python y un poco de java, manejando estructuras, ciclos repetitivos y más. Soy entusiasta, perseverante y gracias a ello podré siempre mantener al equipo unido para cumplir con todas las actividades a tiempo.	u20201b895

Capítulo 1: Introducción

1.1 Startup Profile

1.1.1 Descripción de la Startup

Misión

La misión de nuestra App es generar facilidad de interacción entre clientes y bares, como también mejorar las herramientas de gestión para-ambos sectores.

Visión

Nuestra visión es que la aplicación que desarrollemos marque un nuevo hito entre las aplicaciones similares que existen y que nuestros usuarios nos respaldan considerando a ésta una de las mejores del rubro.

1.2. Solution Profile

Nuestra solución ante la problemática que explicaremos mediante el uso de las 5"W" y 2"H" será la creación de una website, cuando nuestros clientes quieran salir a tomar podrán usar nuestra aplicación y podrán generar puntos en la app para tener descuentos, así se motivará a seguir comprando por nuestra app.

1.2.1 Antecedentes y problemática

What? - ¿Qué?

En la actualidad, las personas cuando van algún bar a tomar un trago, sienten que los precios son un poco elevados, no encuentran ofertas, muchas veces no los atienden rápido o también no encuentran una mesa para sentarse.

Para aportar ayuda a solucionar este problema se va a realizar una website simple a la vista de los clientes, así ellos podrán encontrar ofertas en los tragos y también que puedan reservar una mesa con un debido tiempo de anticipación.

Uno de los beneficios que tendrán nuestros clientes al momento de usar nuestra website es que podrán acumular puntos para así tener un descuento especial. Esto hará que nuestros clientes vuelvan a usar nuestra website y se sientan cómodos con lo que les ofrecemos.

When? – ¿Cuándo?

Esta problemática ocurre cuando las personas que se desean divertir algún día de la semana o un feriado largo, se dan con la sorpresa que los precios están muy caros o que los bares están repletos.

Where? – ¿Dónde?

El problema surge en varios lugares. Sin embargo, nos vamos a centrar en los Bares de Lima Metropolitana porque se tiene más conocimiento sobre la localidad.

Who? - ¿Quién?

La aplicación servirá para todos los residentes de Lima Metropolitana con intención de poder ir a un bar y que se sientan cómodos con la atención brindada en el bar como también en nuestra website.

Why? - ¿Por qué?

La razón de realizar el proyecto es que uno de los principales factores que pudimos detectar en la población de Lima Metropolitana fue que las personas cuando van a un bar muchas veces están llenos, no hay ningún tipo de oferta y que se demoran demasiado para atenderlos. Entonces, nosotros al ver esta problemática decidimos innovar una website que te permita comprar tus tragos y que puedas reservar una mesa con anticipación, así los clientes se evitan malos momentos en los bares.

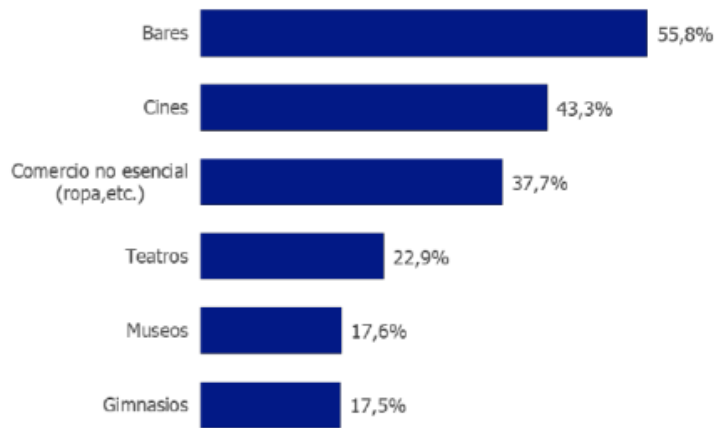
How? - ¿Cómo?

Tener una base de datos con información fácil y didáctica con la que los usuarios puedan elegir sus tragos o bebidas en los bares y también que puedan hacer reservas de mesas cuando lo vean conveniente.

How much? - ¿Cuánto?

Se ha investigado que en el Perú el 55.8% de las personas salen todos los fines de semana a relajarse en discotecas y bares.

Además, en el Perú muy pocas personas utilizan una website para reservar espacios en los bares y tampoco para comprar bebidas o tragos.



Base: Muestra total (1.002 casos).

1.2.2 Lean UX Proccess

1.2.2.1 Lean UX Problem Statements

Después de analizar la problemática y los factores que la ocasionan, podemos tener un panorama de cómo solucionar la necesidad del usuario declarando supuestos, lo cual corresponde al siguiente paso de la Lean UX. Por ello, es necesario tener un conocimiento previo de las empresas que tienen características similares a las nuestras y cómo estas se han desarrollado con el paso del tiempo.

Con una investigación rigurosa que hicimos podemos declarar que existe una competencia indirecta. Esta competencia vendrían a ser las apps sobre la gestión online de bares.

1.2.2.2. Lean UX Assumptions.

FEATURES

- Registro de los clientes hacia la website para tener la facilidad de poder supervisar los puntos acumulados, además de visualizar el catálogo de productos con los que pueden ser canjeados.
- Bonificar a los clientes de un respectivo bar a través de puntos que los clientes irán ganando por cada cierta compra de productos al bar, este acuerdo lo define el bar.
- Los clientes tendrán la facilidad de recibir correos electrónicos para que se mantengan informados sobre los puntos que van acumulando u ofertas.
- Existirá un área donde el cliente podrá calificar nuestro website, esto nos ayudará a mejorar nuestro servicio.
- El servicio también proporcionará al bar un sistema de control de inventario que podrá controlar que productos están agotándose, de tal manera que el encargado solicite nuevos productos por medio de la revisión del website que nosotros implementemos.

BUSINESS OUTCOMES

1. ¿Qué estamos tratando de lograr?

Incrementar las ganancias de los bares por medio de que los clientes sean más fieles al bar, de tal forma que las ventas del bar sean mayores.

2. ¿Qué tipo de objetivos tienen?

El objetivo principal es facilitar al bar a incrementar sus ganancias y de la misma forma apoyar en el control de inventario para facilitar el trabajo de los encargados en dicho rubro. Además, se tiene como objetivo secundario, que no solo 1 bar use nuestro servicio, sino muchos.

3. ¿Qué tipos de usuarios necesita?

Nuestros usuarios serán los empresarios de los bares, e indirectamente los clientes de los bares, que consumirán nuestro servicio.

USER BENEFITS

- Facilidad y flexibilidad del sitio web para el beneficio del usuario.
- Notificar por medio de correo electrónico al usuario sobre sus puntos ganados y posibles canjes.

SUPUESTOS DEL NEGOCIO

1. **Creemos que nuestros clientes necesitan:** Recibir ofertas o eventos que se realizarán en el bar para que puedan motivarse a ir.
2. **Creemos que podemos solucionar con:** Envío de notificaciones a los clientes por medio de sus correos electrónicos o números de celular.
3. **Mis clientes iniciales son (o serán):** Empresarios de bares, e indirectamente, los clientes de los bares, es decir, personas mayores de 18 años.
4. **El valor #1 que un cliente quiere de mi servicio es:** Que nuestro servicio sea sencillo de entender y usar.
5. **Voy a adquirir la mayoría de mis clientes a través de:** Recomendación de los empresarios por nuestro servicio útil, además con el uso de anuncios en internet.
6. **Mi competencia principal del mercado será:** Sitios web dedicadas a facilitar la venta del sector de bares.
7. **Lo venceremos por medio de:** Nuestro sitio web se diferenciará porque además de proporcionar puntos al cliente por cada compra realizada, proporcionará al bar un servicio de control de inventario, por lo que la empresa del bar estará ligada a nuestro servicio, sirviéndoles de gran apoyo.
8. **Nuestro principal riesgo de producto es:** que el sitio web sea algo confuso de entender para los clientes que no están acostumbrados a la tecnología de hoy en día.
9. **Lo resolveremos a través de:** Implementar un sitio web amigable y sencillo de usar para el usuario y empresario.

10. **Creemos que:** Nuestro servicio será de gran ayuda en generar más ganancias a las empresas de licorería, como son los bares, lo cual motivará a los clientes a consumir más en dicho bar.

SUPUESTOS DEL USUARIO

1. **¿Dónde encaja nuestro producto en su trabajo o vida?**

Creemos que nuestro proyecto aporta de manera esencial a las empresas de licorería que deseen generar más ganancias por medio de que los clientes preferirán el bar por el sitio web de puntos de bonificación.

2. **¿Qué problemas tiene nuestro producto y como se pueden resolver?**

Un problema de nuestro proyecto es que en algún momento exista una saturación por exceso de usuarios usando la aplicación en simultáneo, lo cual lo resolveremos aumentando nuestro servicio cloud en los meses de uso más frecuentes.

USUARIO

1. **¿Quién es el usuario?**

Los empresarios de los bares, y todas las personas mayores de 18 años.

2. **¿Cuándo y cómo será usado nuestro producto?**

Nuestro producto será usado diariamente, porque es cierto que los bares tienen clientes de manera diaria, es por eso que mientras el bar esté en funcionamiento, por ende, estarán usando nuestro servicio, de tal forma que el usuario podrá visualizar en el sitio web sus puntos y poder ver qué productos pueden ser canjeados por dichos puntos.

CARACTERÍSTICAS

1. **¿Qué características son importantes?**

Que el sitio web sea sencillo, interactivo y fácil de usar, de tal forma que las funciones no sean recargadas y cumplan el objetivo principal que es el acumulador de puntos y servicio de control.

2. **¿Cómo debe verse nuestro producto y como debe comportarse?**

Debe tener un diseño minimalista, pero a la vez atractivo, con colores que combinen con el propósito del servicio, el comportamiento debe ser sencillo y eficaz, sin tanto rodeo, para evitar confundir al cliente.

1.2.2.3. Lean UX Hypothesis Statements.

Hipótesis 1:

Creemos que implementando un sitio web, este podrá ser usado tanto en dispositivos Android como IOS, sin la necesidad de crear una aplicación para cada sistema operativo. Por parte de las empresas tendrán la

misma facilidad con el control de inventario.

Sabremos que hemos tenido éxito.

Cuando en el primer trimestre de ser lanzado nuestro servicio, la empresa obtenga mejoras considerables en las ganancias.

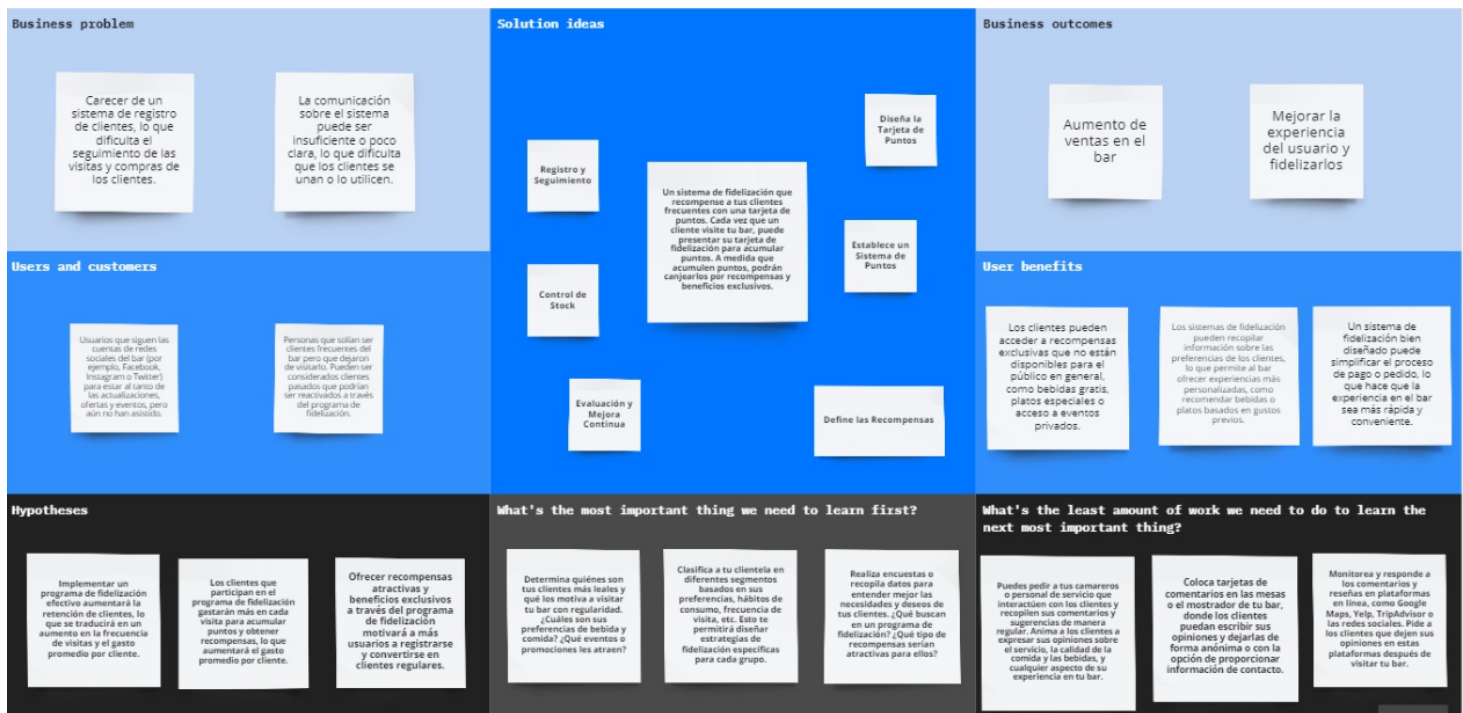
Hipótesis 2:

Creemos que implementar un sistema de control de inventario para la empresa, ayudará a esta misma a facilitar el trabajo de los encargados, de tal forma que sea más fácil llevar un control.

Sabremos que hemos tenido éxito.

Cuando en el primer año que nuestro producto sea lanzado, sea solicitado por más empresas de licorería, de tal forma que sea un producto que favorezca al incremento de ganancias para muchos bares y no solo a uno.

1.2.2.4 Lean UXCanvas



1.3 Segmentos Objetivos

Cientes Frecuentes: Este es uno de los segmentos más importantes. Los clientes que visitan tu bar con regularidad son ideales para la fidelización. Puedes ofrecer recompensas específicas para mantener su lealtad y aumentar su frecuencia de visita.

Amantes de la Música en Vivo: Si ofreces música en vivo o actuaciones en tu bar, puedes dirigirte a aquellos que disfrutan de estos eventos. Ofrece recompensas como acceso gratuito a conciertos o asientos prioritarios.





Empresarios de bares: En bares más grandes o cadenas de establecimientos, el dueño o empresario puede pasar más tiempo en una oficina o área de gestión dedicada. Desde allí, pueden supervisar y coordinar las operaciones de varios locales y trabajar en estrategias de negocio a largo plazo.

Capítulo II: Requirements Elicitation & Analysis -

2.1. Competidores. -

2.1.1. Análisis competitivo

Competitive Analysis Landscape		
¿Qué llevar cabo en este análisis?	Debido al analisis de los competidores del mercado actual, hemos logrado identificar las fortalezas y	

	debilidades de nuestros competidores. Esto nos ayuda a identificar que estrategias tomar para posicionarnos dentro del mercado y como diferenciarnos de ellos.	
¿Quienes son nuestros principales competidores y que nos diferencia de ellos?		
		<div></div> <div></div> <div></div> <div></div>
PERFIL	Overview	<div><p>Drink go es una aplicacion que busca agilizar y facilitar la forma de consumir en las barras de los eventos musicales. Esta aplicación te evitará usar pulseras, tokens o efectivo para pagar tu bebida. Puedes obtener puntos por cada</p></div> <div><p>Kyte es un sistema de punto de venta para bares para cualquiera que busque digitalizar, puede manejar su establecimiento y vender en línea o de forma presencial sin perderse y con más libertad, ya que puede controlar su negocio desde</p></div> <div><p>Yelp es una aplicación que permite a los usuarios encontrar puntos de ventas de bares, restaurantes, etc. Permite a los clientes conocer información a cerca de estos lugares, atención, promociones, reseñas y más.</p></div> <div><p>Loyalsips es una aplicacion que permite a los dueños de bares, administrar y promover sus negocios, como tambien permite a los clientes conocer a cerca de los bares, y recibir promociones, anuncios y premios.</p></div>

		compra, y Podrás canjearlos por entradas, camisetas, etc.	su celular, tableta o computadora.		
PERFIL	Ventaja competitiva ¿Que valor ofrece a los clientes?	Agilización de procesos en tiempo de atención y obtencion de recompensas al cliente y de la administración de inventario para bares.	Gestión digitalizada para vender, y administrar inventario de negocio.	Comunicación interactiva de los usuarios dentro la plataforma.	Administracion para la gestion de inventario y ventas para el bar y recompensas y premios para los clientes.
Perfil de Marketing	Mercado Objetivo	Bares que busquen agilizar procesos de ventas y promover el consumo a clientes.	Bares que busquen gestionar el inventario y sus ventas.	Bares que busquen darse a conocer en el rubro con alta interaccion con los usuarios.	Bares que necesiten gestionar el inventario, y sus eventos.
Perfil de Marketing	Estrategias de Marketing	Marketing a través de campañas digitales en redes sociales, realizar eventos, promociones y ofrecer recompensas.	Promocionar por medio de Google Ads para encontrar en los resultados de los navegadores.	Promocionar por medio de Google Ads para encontrar en los resultados de los navegadores. Campañas digitales en redes sociales,	Marketing a través de campañas digitales en redes sociales, realizar eventos, promociones y ofrecer recompensas. Uso de Google Ads para encontrar

					en los resultados de los navegadores
Perfil de Producto	Productos y servicios	Servicio de gestion de ventas en la aplicacion.	Servicio de gestion de ventas en la aplicacion. Servicio de gestion inventario.	Servicio de gestion de reservas.	Servicio de gestion inventario. Servicio de gestion publicitaria en la aplicacion.
Perfil de Producto	Precio y costo	Descarga Gratis Comision por venta entre 3.5% a 5.5%.	Descarga Gratis con funciones limiadas. Suscripciones premium de US\$ 7.99/Mes US\$ 11.99/Mes US\$ 19.99/Mes con mayor opcion de funciones.	Descarga Gratis Anucios dentro es oscilan entre 0, 30y4.	Descarga Gratis Suscripciones premium de US\$ 7 /Mes US\$ 10/Mes CPC entre 0, 10y1,5.
Perfil de Producto	Canales de distribucion	Móvil	Web y movil	Web y movil	Web y movil
Perfil de Producto	Canales de distribucion	Móvil	Web y movil	Web y movil	Web y movil
Análisis SWOT	Fortalezas	Uso rápido y fácil de la aplicación.	Facil manejo y control de funcionalidades para el bar.	La interaccion constante de los usuarios en la plataforma.	Uso de herramientas publicitarias para

					promocionar bares.
Análisis SWOT	Debilidades	Baja tasa de interacion de los usuarios en Perú	Baja interacción con los usuarios, soporte bajo nivel de asistencia.	No disponible en Perú	Sistema de filtrado de busquedas.
Análisis SWOT	Oportunidades	Integracion de mayor funcionalidades de publicidad para los bares.	Incrementar el numero de usuarios en su plataforma.	Crecimiento de personas interesadas en conocer nuevos lugares en Perú.	Crecimiento de publico objetivo interesados en la aplicacion
Análisis SWOT	Amenazas	Solo contar con el movil para interactuar con la aplicacion.	Soporte rápido para personas que sean de Brasil.	Sotware con problemas de mantenimiento	Tiempo de respuesta del servidor.

2.1.2. Estrategias y tácticas frente a competidores.

- Nosotros superaremos a la competencia al tener un completo grupo de profesionales que estarán constantemente actualizando productos con los que pueden ser canjeados por puntos.
- Nuestro servicio permitirá que los clientes acumulen puntos, además, simultáneamente brindaremos un servicio de control de inventario de los productos del bar, con la finalidad de facilitar el trabajo a los encargados de ese rubro.
- Se implementarán actualizaciones cada cierto plazo, de manera que se solucione todos los inconvenientes y quejas con respecto a nuestros usuarios.
- Seremos un servicio mucho más completo, ofrecemos más funciones que la competencia para el uso de nuestros usuarios y por parte del empresario.
- Nuestro servicio será mucho más accesible al estar disponible en todos los dispositivos ya que será un sitio web responsive.
- Tendremos mucho más alcance con nuestra publicidad y alianzas estratégicas.
- Implementaremos un sector en el que los usuarios puedan comentar algunas sugerencias con respecto a la aplicación, es decir, podrán comentar o calificar con un rango de estrellas, el cual sea de su preferencia, para mantenernos informados y realizar mejoras a nuestro servicio.

2.2. Entrevistas.

2.2.1. Diseño de entrevistas.

USUARIOS:

1. *¿Cómo fue tu experiencia en el último bar que visitaste?*
2. *¿El bar al que fuiste poseía una plataforma digital?*
3. *¿Alguna vez imaginaste poder acumular puntos por cada compra realizada en un bar? ¿Qué piensas de eso?*
4. *¿Qué tipos de reclamos o recompensas te motivarían a acumular muchos más puntos en los bares que visitas?*
5. *Qué te parece más atractivo: ¿descuentos en bebidas, canjear un producto por una cierta cantidad de puntos acumulados u otras ofertas?*
6. *¿Has participado en programas que ofrezcan puntos al cliente por cada compra en los bares que has visitado?*
7. *¿Qué aspectos crees que hicieran único al programa de fidelización, porque es lo que es, en este caso, el acumulador de puntos, desde tu perspectiva como cliente?*
8. *¿Cómo preferirías recibir notificaciones o actualizaciones sobre los puntos que vas ganando u ofertas de los productos?*
9. *¿Hay algo extra que te gustaría compartir o sugerir con respecto a este programa de fidelización que nosotros vamos a desarrollar?*

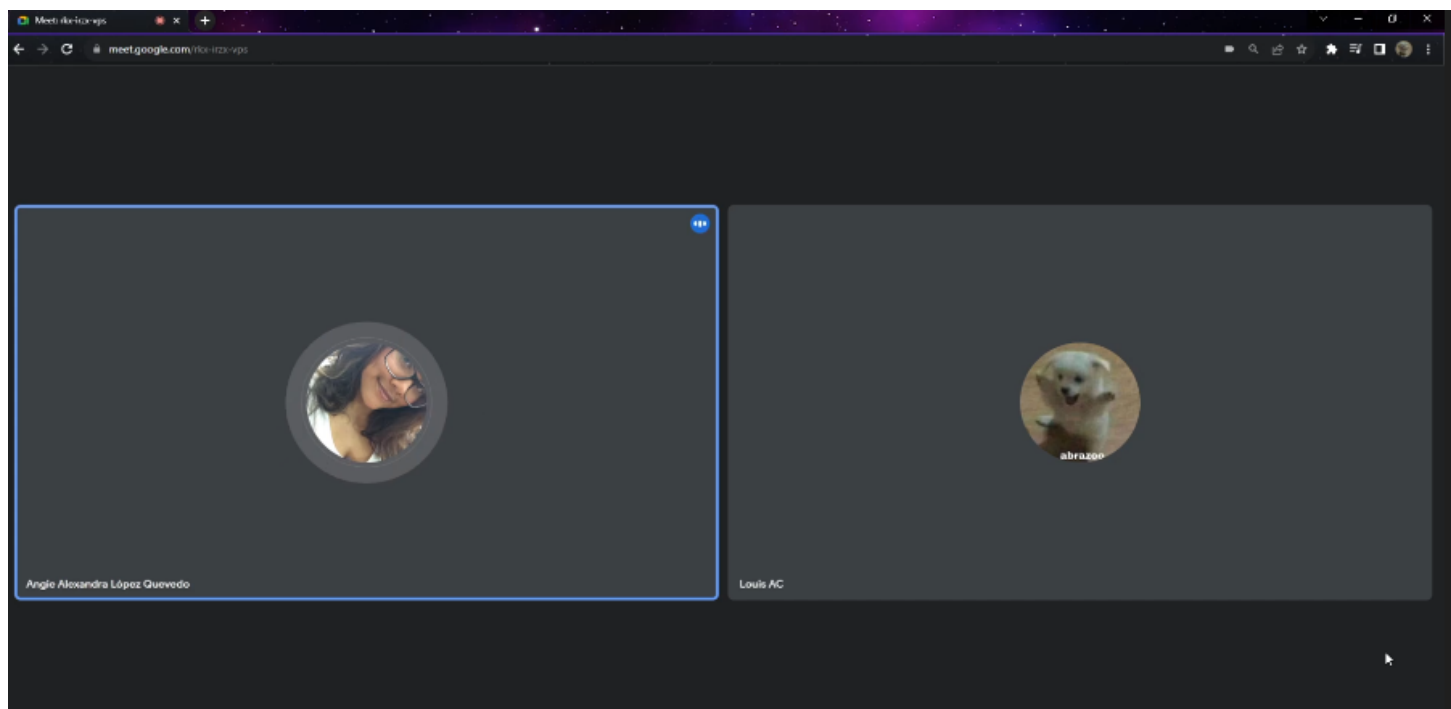
EMPRESA:

1. *¿Alguna vez imaginaste generar más ganancias con plataformas digitales que ayuden a tu negocio a ser más innovador?*
2. *¿Crees que un sistema de acumulación de puntos a los clientes podría beneficiar a tu negocio?*
3. *Además, tengo entendido que el hecho de controlar lo vendido en un bar es algo trabajoso, sobre todo, verificar que los productos se están agotando, ¿cómo vienes desarrollando esta labor con respecto a tu bar?*
4. *¿Conoces bares que manejen este sistema tecnológico? ¿Por qué crees que el ámbito tecnológico ayudaría a tu negocio?*
5. *Tanto el sistema de control de inventarios como el de acumular puntos a los clientes para que posteriormente sean canjeados por nuevos productos y ofertas, ¿De que manera crees que estos sistemas ayudarían a tu negocio?*
6. *¿Estarías dispuesto a ofrecer descuentos o promociones especiales a los clientes que acumulen puntos? Teniendo en cuenta que esto generará una alianza entre el cliente y tu negocio, motivándolo a ir más seguido e ir motivando a demás personas.*
7. *¿Qué método de comunicación preferirías para mantenerte informado sobre las novedades del servicio y actualizaciones?*

8. *¿Existe algo extra que te gustaría compartir o sugerir con respecto a este programa que vamos a desarrollar? ¿Crees que es algo innovador en el sector de los bares?*

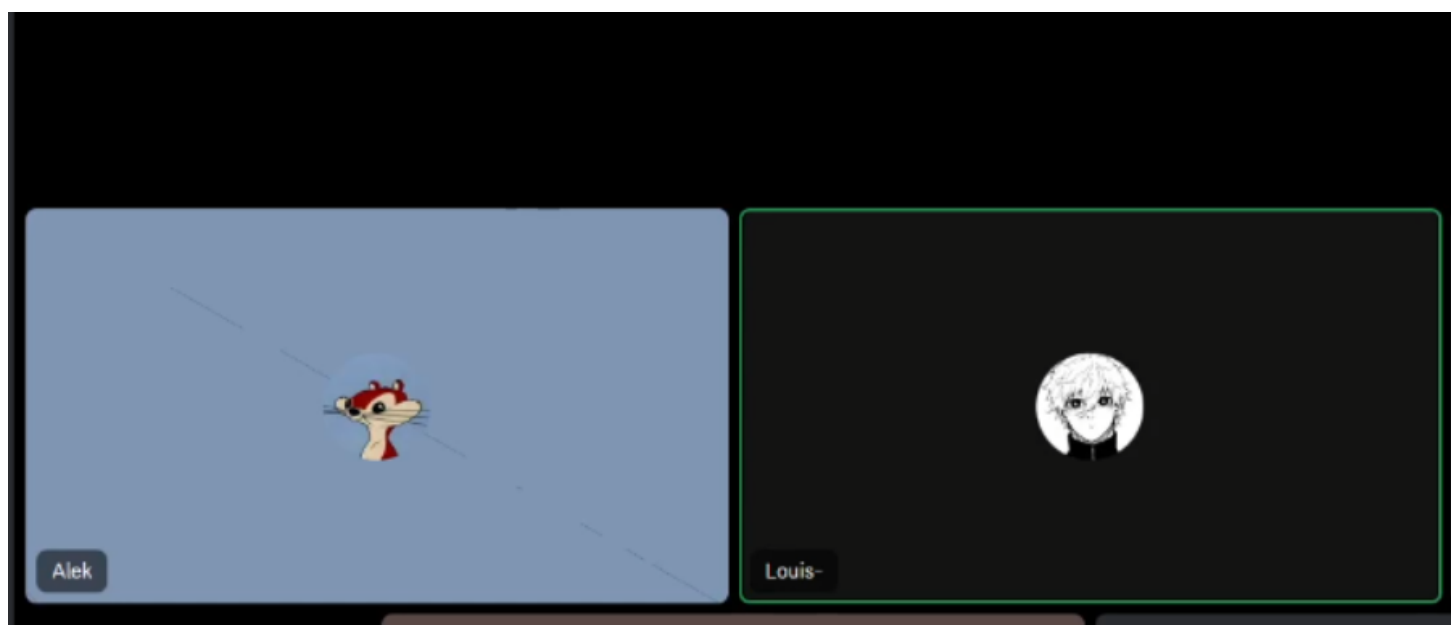
2.2.2. Registro de entrevistas.

Se registró la primera entrevistada de los 2 segmentos objetivos que en este caso es del segmento Empresario de un bar



https://youtu.be/T5lmt_ndV2Q

Se registró la primera entrevistada de los 2 segmentos objetivos que en este caso es del segmento Cliente frecuente de un bar



2.2.3. Análisis de entrevistas.

1. Entrevista con Angie Alexandra Lopez Quevedo, Joven Dueña de Bar Angie Alexandra Lopez Quevedo, una joven dueña de un bar de 25 años, compartió sus pensamientos sobre la implementación de tecnología en su negocio y su interés en mejorar el stock y el marketing para atraer a más clientes. Angie reconoce que no tiene experiencia en tecnología pero cree que podría ser beneficiosa para gestionar el stock y mejorar las estrategias de marketing de su bar. Además, está a favor de utilizar herramientas de acumulación de puntos para atraer a nuevos clientes, aunque no conoce bares que utilicen este sistema en su área. Cree que la tecnología está en constante evolución en el Perú y puede contribuir a un mejor manejo de la economía de su bar. En cuanto a la comunicación, Angie prefiere utilizar correos electrónicos, ya que le resulta más conveniente y le permite priorizar sus respuestas. Está muy interesada en implementar software que le ayude a gestionar el stock y a mejorar la economía de su bar. En resumen, Angie está abierta a la idea de incorporar tecnología en su bar, especialmente para el control de stock y el marketing. Ve el potencial en herramientas como la acumulación de puntos para atraer clientes y está dispuesta a aprender sobre estas soluciones tecnológicas para mejorar su negocio en constante crecimiento en el Perú.
2. Entrevista con Alek Ramirez, Joven Cliente Frecuente de un Bar Alek Ramirez, un joven cliente frecuente de 22 años de un bar tradicional, compartió su experiencia reciente en el bar y expresó su entusiasmo por la idea de implementar un sistema de puntos en establecimientos similares. Destacó la amabilidad en la atención recibida durante su última visita al bar y considera que un sistema de puntos sería muy beneficioso para recompensar a los clientes habituales. Alek sugiere que un sistema de puntos podría permitirle obtener tragos gratuitos o canjear bebidas a cambio de una cierta cantidad de puntos acumulados, lo que sería un incentivo adicional para seguir siendo un cliente frecuente. Además, menciona que hasta ahora no ha encontrado bares que utilicen este tipo de sistema para el control de stocks y puntos, lo que despierta su interés por la innovación en este campo. El cliente enfatiza la importancia de personalizar el sistema de puntos, basándose en las preferencias de los clientes y sus consumos habituales. También prefiere la comunicación a través del correo electrónico, lo que facilita su interacción con el bar y la gestión de sus recompensas. En resumen, Alek recomienda que el sistema de puntos en el bar sea más personalizable y basado en los gustos y consumos individuales de los clientes. Está emocionado por la posibilidad de obtener recompensas como tragos gratuitos o canjes de productos a cambio de puntos acumulados y considera que esta iniciativa podría incentivar aún más su lealtad como cliente frecuente.

2.3. Needfinding.

En esta sección se presentan los artefactos del proceso de análisis de la información recopilada de nuestros segmentos objetivos. Se incluyen las secciones de User Personas, User Task Matrix, User Journey Mappin, Empathy Mapping y As-Is Scenario Mapping.

2.3.1. User Personas.

En esta sección presentaremos dos fichas de User Persona para nuestro producto, el cual se enfoca en el cliente que va consumir algún trago y en la Empresa. Estas fichas están basadas en las principales características y necesidades identificadas en el análisis de entrevistas y de la competencia.

2.3.1.1 Segmento Objetivo 1: Cliente



**Carlos P.
Forner**

19 años Universitario
 Soltero Lima

Background

Carlos P. Forner es un amante de la diversión y la innovación. Disfruta de experiencias únicas, la música y la buena compañía. Su enfoque moderno y su deseo de una experiencia de usuario excepcional hacen de él un usuario ideal para la startup. Está dispuesto a explorar nuevas oportunidades y espera con ansias disfrutar de más momentos emocionantes en lugares innovadores.

OBJETIVOS

Aprovechar las ventajas del sistema de acumulación de puntos: Carlos P. Forner desea acumular puntos de manera constante y utilizarlos de manera inteligente en sus futuras compras. Su objetivo es obtener beneficios significativos a través de este sistema de recompensas.

FRUSTRACIONES

Experiencias de usuario deficientes: Si la página web de la startup no cumple con sus expectativas en términos de facilidad de uso, diseño atractivo o navegación intuitiva, Carlos P. Forner podría sentirse frustrado al buscar información o interactuar con la plataforma.

HABILIDADES

EXTROVERTIDO

BAILAR

CANTAR

TECNOLOGIA

MOTIVACIONES

Compartir experiencias con amigos: Carlos P. Forner puede estar motivado por la posibilidad de compartir sus experiencias positivas con amigos y familiares. La recomendación de lugares y actividades que disfruta es una forma de compartir su entusiasmo y hacer que otros también se diviertan.



2.3.1.2 Segmento Objetivo 1: Empresario



Carmen R. Greco

35 años Empresaria
 Soltera Lima

Backgroud

Carmen es una empresaria que tiene un bar, ella nos cuenta que si tuviera una aplicacion que le ayudara a tener un proceso mas agil al momento de contabilizar todo su inventario y tambien al momento de ver las ganancias del dia. Ademas se siente muy contenta porque le va bien en su empresa.

OBJETIVOS

Dar a conocer su bar y que los clientes se sientan comodoss al momento de estar divirtiendosse

FRUSTRACIONES

Muchas veces no va gente al bar y se siente frustrada porque no genera nada ese dia.

HABILIDADES

- RESPONSABLE
- CARISMATICA
- PARTICIPATIVA
- TRABAJADORA

MOTIVACIONES

Dar a conocer su bar.
Que sus clientes se sientan comodoss en su bar y tengan una buena experiencia para que regresen.



2.3.2. User Task Matrix.

Esta sección llamada User Task Matrix es una herramienta que nos sirve para poder entender las tareas y objetivos que cada User Persona desea lograr a la hora de utilizar nuestro producto. En esta sección, se presentarán las matrices de tareas para los User Personas previamente definidos.

TASK MATRIX

USER CONSUMIDOR:
Carlos P.

USER FABRICANTE:
carmen R.

FRECUENCIA

IMPORTANCIA

FRECUENCIA

IMPORTANCIA

Buscar bares por internet

RARELY

LOW

NEVER

-

Buscar los tragos mas
vendidos

OFTEN

LOW

RARELY

HIGH

Ir a reversar una mesa en el
bar

OFTEN

LOW

NEVER

-

Buscar ofertas de tragos

ALWAYS

HIGH

RARELY

-

2.3.3. User Journey Mapping.

Usuario Cliente

Journey Steps Which step of the experience are you describing?	Etapas de Conciencia (Awareness)	Etapas de Consideración (Consideration):	Etapas de Acción (Action)	Etapas de Lealtad (Loyalty)
Actions What does the customer do? What information do they look for? What is their context?	El dueño reconoce la necesidad de fidelizar a los clientes y busca información sobre programas de fidelización.	Decide implementar un programa que incluye recompensas y promociones.	Crea un programa y capacita al personal para su implementación.	Mide el éxito del programa y ajusta las recompensas según sea necesario.
Needs and Pains What does the customer want to achieve or avoid? <i>Tip: Reduce ambiguity, e.g. by using the first person narrator.</i>	Quiere retener a los clientes existentes y aumentar la frecuencia de las visitas.	Necesita una estrategia efectiva para comunicar el programa a los clientes.	Desea recopilar datos sobre las interacciones de los clientes y sus compras.	Quiere mantener el programa fresco y atractivo para mantener la lealtad de los clientes.
Touchpoint What part of the service do they interact with?	Puede sentirse abrumado por la idea de implementar un programa de fidelización efectivo.	Puede enfrentar resistencia inicial de los clientes a unirse al programa.	Puede enfrentar desafíos en la recopilación y análisis de datos.	Puede encontrar dificultades en mantener el programa interesante con el tiempo.
Customer Feeling What is the customer feeling? <i>Tip: Use the emoji app to express more emotions</i>	😬	😬	😬	😬
Backstage				
Opportunities What could we improve or introduce?	Investigar y adoptar sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para comprender mejor las preferencias de los clientes. Capacitación en marketing para comprender cómo retener clientes.	Desarrollar un programa de fidelización sólido que sea atractivo para los clientes. Comunicar claramente los beneficios de unirse al programa y cómo funcionará.	Implementar una plataforma de seguimiento de datos para recopilar información sobre las compras y preferencias de los clientes. Proporcionar capacitación al personal sobre cómo promocionar el programa y animar a los clientes a unirse.	Analizar constantemente los datos recopilados para personalizar recompensas y promociones para clientes individuales. Mantener el programa interesante con actualizaciones frecuentes y recompensas exclusivas para clientes leales. Implementar un sistema de retroalimentación de clientes para mejorar continuamente el programa.

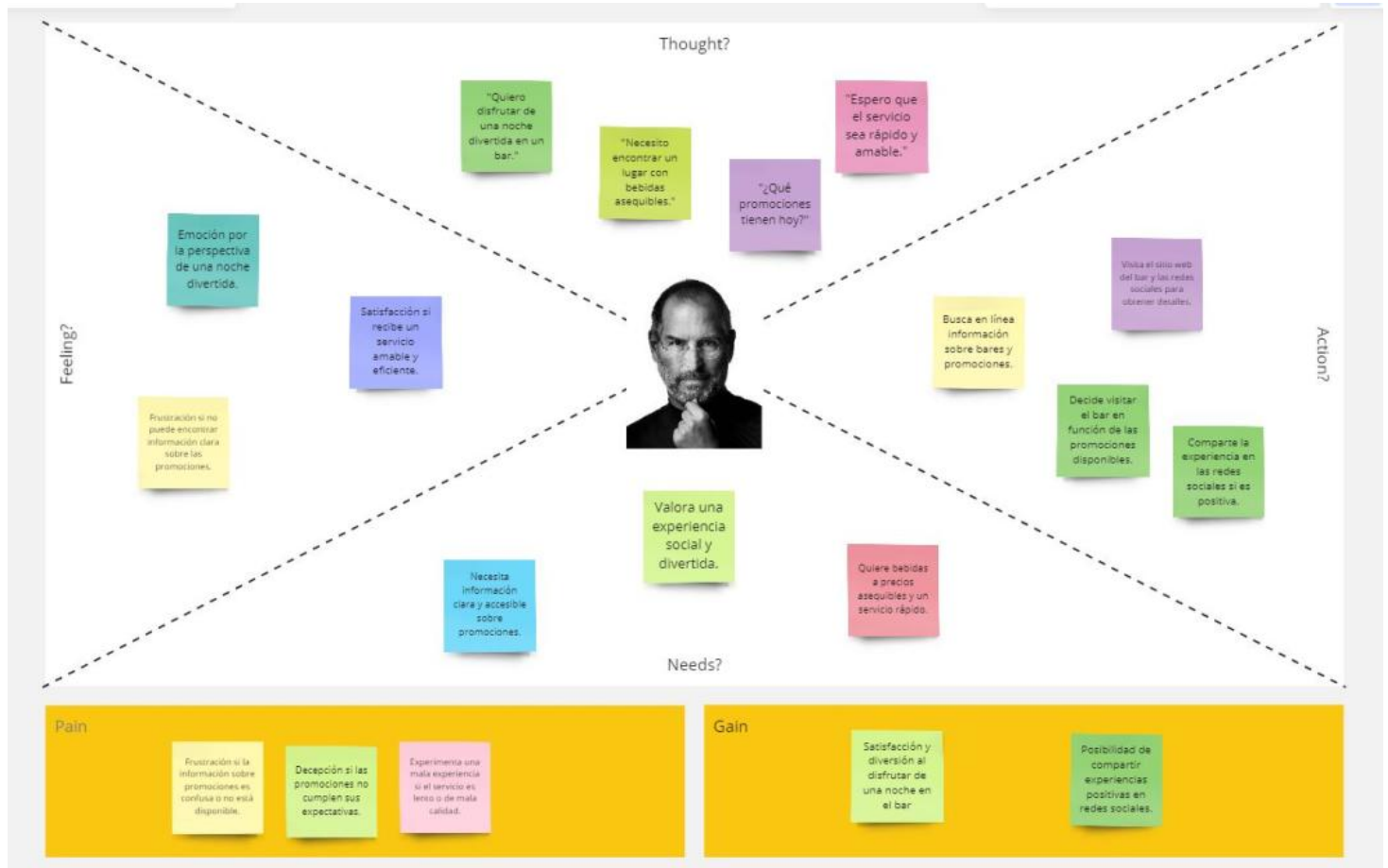
Usuario Empresario

Journey Steps Which step of the experience are you describing?	Etapas de Conciencia (Awareness)	Etapas de Consideración (Consideration):	Etapas de Acción (Action)	Etapas de Lealtad (Loyalty)
Actions What does the customer do? What information do they look for? What is their context?	El cliente ve anuncios del bar en las redes sociales y escucha sobre él a través de amigos.	Investiga en línea para obtener más información sobre el bar, como ubicación y horario.	Decide visitar el bar en una fecha específica para aprovechar las promociones en bebidas.	Si tiene una experiencia positiva, puede regresar al bar y compartir su experiencia en las redes sociales.
Needs and Pains What does the customer want to achieve or avoid? <i>Tip: Reduce ambiguity, e.g. by using the first person narrator.</i>	Quiere encontrar un lugar divertido para salir y disfrutar de bebidas a precios asequibles.	Valora la claridad y la accesibilidad de la información sobre promociones y eventos especiales.	Espera un ambiente amigable, un servicio rápido y bebidas de calidad.	Valora la consistencia en la calidad y las promociones continuas para mantener su lealtad.
Touchpoint What part of the service do they interact with?	Puede sentirse frustrado si la información sobre las promociones no está clara.	Se frustra si no puede encontrar fácilmente la información que necesita.	Experimenta una mala experiencia si el servicio es lento o la calidad de las bebidas no es buena.	Puede perder interés si las promociones dejan de ser atractivas o si tiene experiencias negativas repetidas.
Customer Feeling What is the customer feeling? <i>Tip: Use the emoji app to express more emotions</i>	😬 😬	😬	😬	😬
Backstage				
Opportunities What could we improve or introduce?	El bar puede aumentar la conciencia mediante una estrategia de marketing más sólida en redes sociales y asociaciones locales. También puede ofrecer recompensas a los clientes por referir amigos.	Mejorar la claridad y accesibilidad de la información sobre promociones en el sitio web y las redes sociales. Podría implementar una aplicación móvil para proporcionar información en tiempo real.	Garantizar un servicio rápido y de calidad para mantener a los clientes satisfechos. Implementar programas de lealtad donde los clientes puedan ganar recompensas por compras repetidas.	Mantener una comunicación activa con los clientes a través de redes sociales y correo electrónico para informarles sobre eventos futuros y promociones. Ofrecer descuentos especiales o recompensas exclusivas para clientes leales.

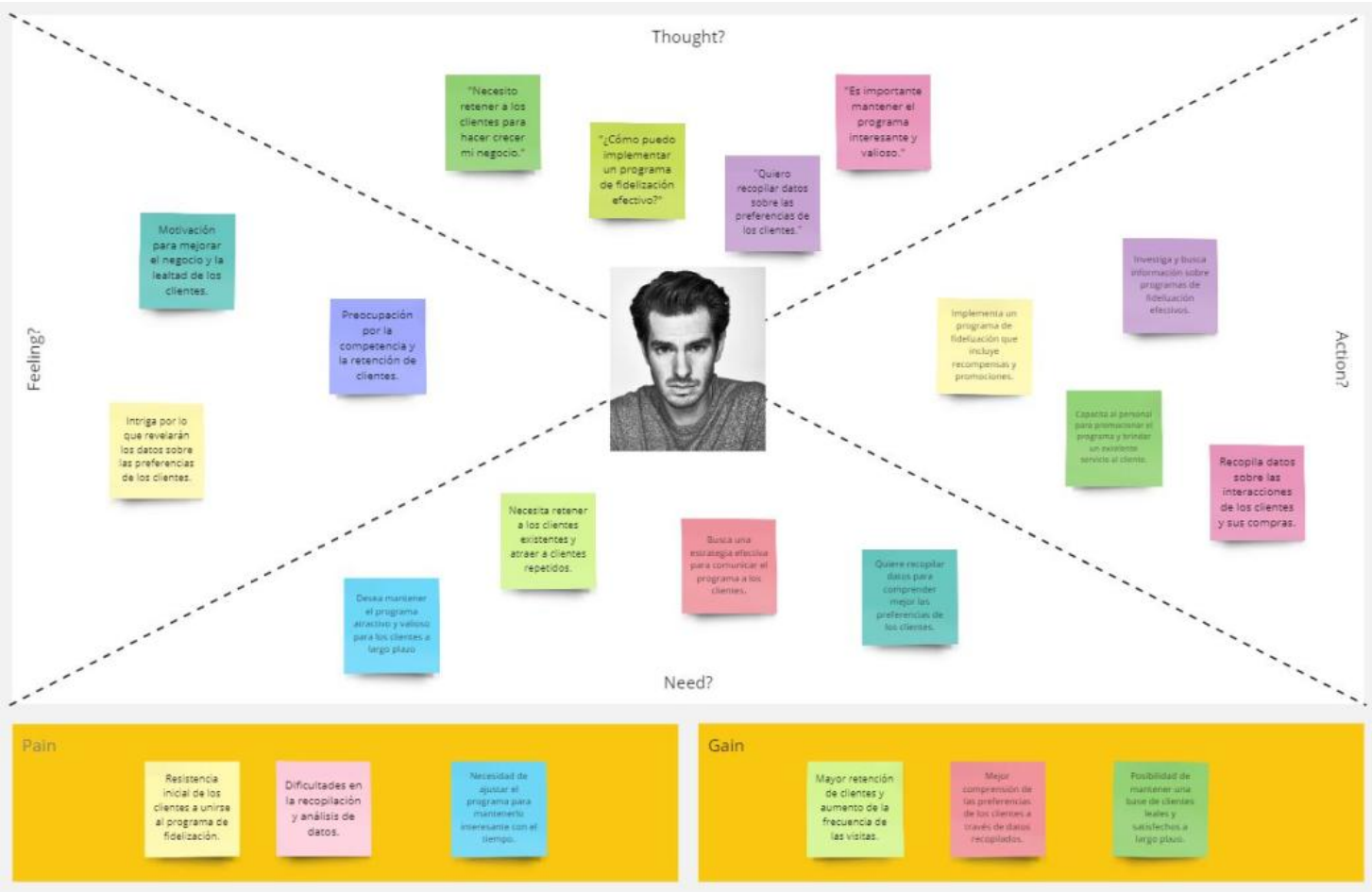
Link de Miro -> https://miro.com/app/board/uXjVMnMLrn0=?share_link_id=713054034361

2.3.4. Empathy Mapping.

Usuario Cliente



Usuario Empresario



Link del miro -> https://miro.com/app/board/uXjVMqvoKoU=?share_link_id=430670075921

2.3.5. As-Is Scenario Mapping.

Usuario (Cliente):

Fases	Abrir el sitio Web	Ganar puntaje	Ver puntaje	Reclamar Puntos
Hace	Aun no hay un sitio web al que acceder.	Al realizar compras de licores no acumula puntos.	No se puede ver los puntajes.	Debido a que no se implemento un sistema de puntuación, no puede reclamar nada aun.
Piensa	Me gustaria tener una app para poder reservar mas rapido	Me gustaria ganar puntos por las compras, para	Me gustaria poder ver mis puntos	Que grandioso canjear puntos,

	y asimismo que ofrescan promociones	poder conjeearlas mas adelante	para administralos yo mismo	para asi ser cliente de este local.
Siente	Frustracion por que aun el bar no tiene un sistema digital.	Desepcionado ya que el bar no realizan ninguna promoción	Desilucionado ya que no puedo monitorear algo que no hay	Desanimado ya que al no haver ninguna promocion no me siento con ganas de volver al bar

Empresa (Dueño del Bar):

Fases	Abrir el sitio Web	Ver puntaje	Reclamar puntos	Control de inventario
Hace	No hay ningun sitio web al que poder acceder	No se pueden visualizar los puntos de ningun cliente	Aun no se pueden dar promociones por los puntos.	Se tiene que contar los productos uno a uno y supervisar mensualemnte nuestros almacenes
Piensa	Seria increible tener un sitio web de mi bar para brindar servicios mas eficientes	Me agrada la idea de tener un sistema de puntos para mis clientes	Me interesa poder dar a mis clientes las promociones con los puntos	Me facinaria poder tener mi control de inventario digital para ser mas eficiente con la administración
Siente	Tristeza ya que no tiene un apartado virtual para sus clientes y el mismo	Desanimado ya que al no tener ninguna promocion puede que pierda a sus lientes	Desesperado ya que los clientes pueden buscar otros lugares donde haya una atencion mas eficiente	Cansado ya que al momento de realizar las cuentas de su almacen, pierde mucho tiempo, aveces se confunde y ocasiona varios conflictos con los empleados

Capítulo III: Requirements Specification

3.1. To-Be Scenario Mapping.

Usuario (Cliente):

Fases	Abrir el sitio Web	Ganar puntaje	Ver puntaje	Reclamar Puntos
Hace	Si el usuario, abre el sitio web tendrá que registrarse, seguidamente se mostrará la interfaz principal. En caso ya se encuentre registrado, se muestra la interfaz principal.	Realiza compras de licores, de esta manera el cliente generará puntaje a medida que compre licor.	Verifica sus puntos obtenidos en el sitio web, el cual se mostrará en una barra y consulta al personal del bar.	Consulta al personal sobre el proceso de reclamo de puntos cuando la barra de puntaje haya llegado al máximo.
Piensa	“Me agrada no esperar mucho tiempo al ingresar al sitio web”	“¡Vaya!, estoy ganando muchos puntos, lo reclamaré cuando la barra se llene por completo”	Me gusta poder ver mi puntaje y poder saber qué productos puedo reclamar, la visualización por forma de barra es atractiva.	Me agrada poder canjear mis puntos de manera sencilla con la dependienta del bar.
Siente	Siente satisfacción porque el registro de usuario es sencillo y no toma mucho tiempo.	El usuario se siente contento por conocer su puntaje y saber que puede reclamar tragos.	El usuario siente satisfacción porque la barra se visualiza muy bien y entendible.	Se siente contento porque puede reclamar productos con los puntos obtenidos.

Empresa (Dueño del Bar):

Fases	Abrir el sitio Web	Ver puntaje	Reclamar puntos	Control de inventario
Hace	El empresario se registra como empresario y se muestra una interfaz distinta a la del usuario	Los encargados del bar en el sector del sitio web visualizan los puntajes de cada cliente	El usuario se acerca a ver sus puntos, el empresario pide el nombre del cliente y lo busca en el sitio web, en el que puede observar su puntaje y poder reclamar por los productos disponibles.	Usa nuestro sitio web, en la interfaz de empresario, existe una sección para controlar inventario, el empresario ingresa a dicha sección y puede controlar sus productos.
Piensa	“Que satisfacción ingresar a un sitio web de manera rápida”	Me parece un sistema entendible, en el que puedo ver los puntos de cada cliente de manera ordenada.	Me parece muy bien poder hacer esta operación de manera automática, es un sistema innovador.	Me gusta la eficiencia y la reducción de errores en el control de inventario.
Siente	Siente satisfacción porque puede observar los clientes asociados al sitio web de forma entendible.	El encargado siente satisfacción por la facilidad de entender rápidamente el sitio web.	Se siente contento porque de esta manera los clientes crean una fidelización con el bar, haciendo que los clientes vuelvan de manera continua.	Siente felicidad porque observa una reducción de problemas relacionados con el stock del producto.

3.2. User Stories

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
HU01	Crear cuenta	Como usuario del servicio web, quiero	Escenario 1: Crear cuenta con un usuario y contraseña	Epic 1

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
	común	una sección de creación de cuenta para tener y acceder con una cuenta propia. (los 2 segmento)	<p>Dado que el usuario desea crear una cuenta Cuando entre a la página del servicio</p> <p>Y seleccione la opción “Crear cuenta”.</p> <p>Entonces la plataforma brindará un formulario con los apartados “nombre”, “correo”, “nombre usuario” y “contraseña”</p> <p>Y al validar los datos enviados se creará una cuenta en la plataforma.</p>	
HU02	Crear cuenta con otras plataformas	<p>Como usuario del servicio web, quiero una sección de diversos métodos para la creación de cuenta.(los 2 segmento)</p>	<p>Escenario 1: Crear cuenta con otra plataforma</p> <p>Dado que el usuario desea crear una cuenta</p> <p>Cuando entre a la página del servicio</p> <p>Y seleccione un icono de “Crear cuenta con:”</p> <p>Entonces la plataforma validara si escogió “gmail”, “facebook”, “instagram” o “twitter”</p> <p>Y verifique la cuenta, la plataforma creará una cuenta vinculada.</p>	Epic 1
HU03	Entrar a la página como invitado	<p>Como usuario del servicio web, quiero una sección de entrar como invitado para la que no sea necesario la creación de</p>	<p>Escenario 1: Entrar a la plataforma como invitado</p> <p>Dado que el usuario desea ingresar a la plataforma</p> <p>Cuando entre a la página del servicio</p> <p>Y seleccione la opción de</p>	Epic 1

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
		cuenta. (los 2 segmento)	“Ingresar como invitado” Entonces la plataforma validará a esa cuenta como usuario, limitando algunas funcionalidades	
HU04	Catálogo de Bares	Como usuario del servicio web, quiero una sección de catálogos de bares que cuentan con diversos filtros para poder seleccionar con facilidad los bares cercanos, por el costo u otros. (segmento cliente)	Escenario 1: Catálogo de bares Dado que el usuario desea ver los bares registrados en la plataforma Cuando ingrese a la página del servicio Y seleccione la opción de “Ver bares” Entonces la plataforma mostrará un catálogo de bares registrados, con una breve descripción e imágenes. Escenario 2: Catálogo de bares con filtros Dado que el usuario desea ver los bares registrados en la plataforma Cuando ingrese a la página del servicio Y seleccione la opción de “Ver bares” Y en la sección de filtros en la casilla de “lugares” y seleccione “barranco”. Entonces la plataforma mostrará un catálogo de bares registrados, con una breve descripción e imágenes del distrito de	Epic 2

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
			<p>barranco.</p> <p>Escenario 3: Catálogo de bares con filtros</p> <p>Dado que el usuario desea ver los bares registrados en la plataforma</p> <p>Cuando ingrese a la página del servicio</p> <p>Y seleccione la opción de “Ver bares”</p> <p>Y en la sección de filtros en la casilla de “los más visitados”</p> <p>Entonces la plataforma mostrará un catálogo de bares registrados con altas demandas en el último mes, con una breve descripción e imágenes.</p>	
HU05	Añadir bar	<p>Como usuario del servicio web, quiero registrar mi bar para que los clientes puedan interactuar con él.(segmento negociante)</p>	<p>Escenario 1: Registrar bar</p> <p>Dado que el usuario desea registrar su bar en la plataforma</p> <p>Cuando ingrese a la página del servicio Y seleccione la opción de “Registrar Bar”</p> <p>Entonces la plataforma emitirá un formulario más complejo con los siguientes ítems a completar: “Nombre del bar”, “Dirección”, “capacidad”, “imagen de la licencia de funcionamiento”, “imágenes del local”, “números de contacto”, “correos de contacto”,</p>	Epic 2

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
			"descripción" y una contraseña para que pueda modificar o eliminar su bar. Y al validar estos datos se registrará el local.	
HU06	Modificar mi Bar	Como usuario del servicio web, quiero modificar datos de su bar para que los clientes puedan tener los datos actualizados. (segmento negociante)	Escenario 1: Modificar mi bar Dado que el usuario desea modificar datos de su bar en la plataforma Cuando ingrese a la página del servicio Y seleccione la opción de "Mi Bar" Y valide el nombre y la contraseña del bar Entonces la plataforma ingresara a la sección de mi bar con campos editables Y al momento de registrar se guardarán todos los cambios realizados.	Epic 2
HU07	Eliminar mi Bar	Como usuario del servicio web, quiero eliminar mi bar registrado para que los clientes ya no miren el servicio. (segmento negociante)	Escenario 1: Eliminar mi bar Dado que el usuario desea eliminar su servicio de bar en la plataforma Cuando ingrese a la página del servicio Y seleccione la opción de "Mi Bar" Y valide el nombre y la contraseña del bar Y seleccione eliminar mi bar Entonces la plataforma emitirá una confirmación a	Epic 2

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
			<p>su correo y un campo de sus motivos por el cual lo hace (opcional).</p> <p>Y se eliminará el servicio de bar.</p>	
HU08	Mostrar mesas disponibles	<p>Como usuario del servicio web, quiero ver las mesas disponibles en los bares para poder reservar y no perder tiempo en la espera de alguna. (segmento cliente)</p>	<p>Escenario 1: Mostrar mesas mediante la plataforma</p> <p>Dado que el usuario desea ver las mesas de var mediante la plataforma</p> <p>Cuando ingrese a la página del servicio</p> <p>Y entre al catálogo de bar, seleccione uno</p> <p>Y seleccione la opción reservar</p> <p>Y ingrese una fecha y hora de reserva</p> <p>Entonces la plataforma mostrará las mesas disponibles para esa fecha con datos adicionales (sillas, ubicación e imágenes).</p>	Epic 3
HU09	Reservar mesas	<p>Como usuario del servicio web, quiero reservar el bar vía online y rápido para no perder tanto tiempo.(segmento cliente)</p>	<p>Escenario 1: Reservar mesas</p> <p>Dado que el usuario desea reservar mesas de var mediante la plataforma</p> <p>Cuando ingrese a la página del servicio</p> <p>Y entre al catálogo de bar, seleccione uno</p> <p>Y seleccione la opción reservar</p>	Epic 3

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
			<p>Y ingrese una fecha y hora de reserva</p> <p>Y ingrese a una mesa</p> <p>Y presione en reservar (pagando o no de acuerdo a lo que solicitó el dueño)</p> <p>Entonces la plataforma notificará al dueño y éste confirmará mediante su correo la reserva del lugar.</p> <p>Y el sitio web marcará como reservado la mesa.</p> <p>Escenario 2: Reservar mesas</p> <p>Dado que el usuario desea reservar mesas de var mediante la plataforma</p> <p>Cuando ingrese a la página del servicio</p> <p>Y entre al catálogo de bar, seleccione uno</p> <p>Y seleccione el número de teléfono asociado.</p> <p>Entonces la plataforma mostrará los números registrados del bar para que se comuniquen directamente.</p>	
HU10	Almacén de los productos	Como usuario del servicio web, quiero tener un centro de datos de mis productos del bar en tiempo real para mantener los stock de todos los	<p>Escenario 1: Agregar productos</p> <p>Dado que el usuario desea agregar productos a su almacén digital.</p> <p>Cuando ingrese a la página del servicio</p> <p>Y entre a “mi bar” con su</p>	Epic 4

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
		productos y poder organizarlo mejor. (segmento negociante)	usuario y contraseña. E ingrese a “mi almacén” Y ingrese agregar producto Entonces la plataforma pedirá el nombre, fecha de vencimiento, código de barra y cantidad del producto para el registro de este en la plataforma.	
HU11	Administrar los productos	Como usuario del servicio web, quiero administrar todos los movimientos de mis productos para así poder supervisar mejor y más rápido la parte administrativa. (segmento negociante)	<p>Escenario 1: Venta de producto Dado que el usuario desea administrar mejor su negocio cuando requiera vender un producto Cuando ingrese a “mi bar” E ingrese a generar venta Y escanee mediante el o los productos que venderá Entonces la plataforma mostrará el precio individual y acumulado de acuerdo a la cantidad Y emitirá una boleta o factura sobre la venta. Y actualizará el almacén digital.</p> <p>Escenario 2: Rendición de cuenta Dado que el usuario desea administrar mejor su negocio, cuando requiera sacar el balance de un determinado tiempo Cuando ingrese a “mi bar” E ingrese a generar</p>	Epic 4

Epic/Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (Epic ID)
			“balance de ventas” Y seleccione un intervalo de fechas. Entonces la plataforma mostrará todas las ventas de ese mes, mostrando cuánto se vendió cada día y el total de esas fechas.	

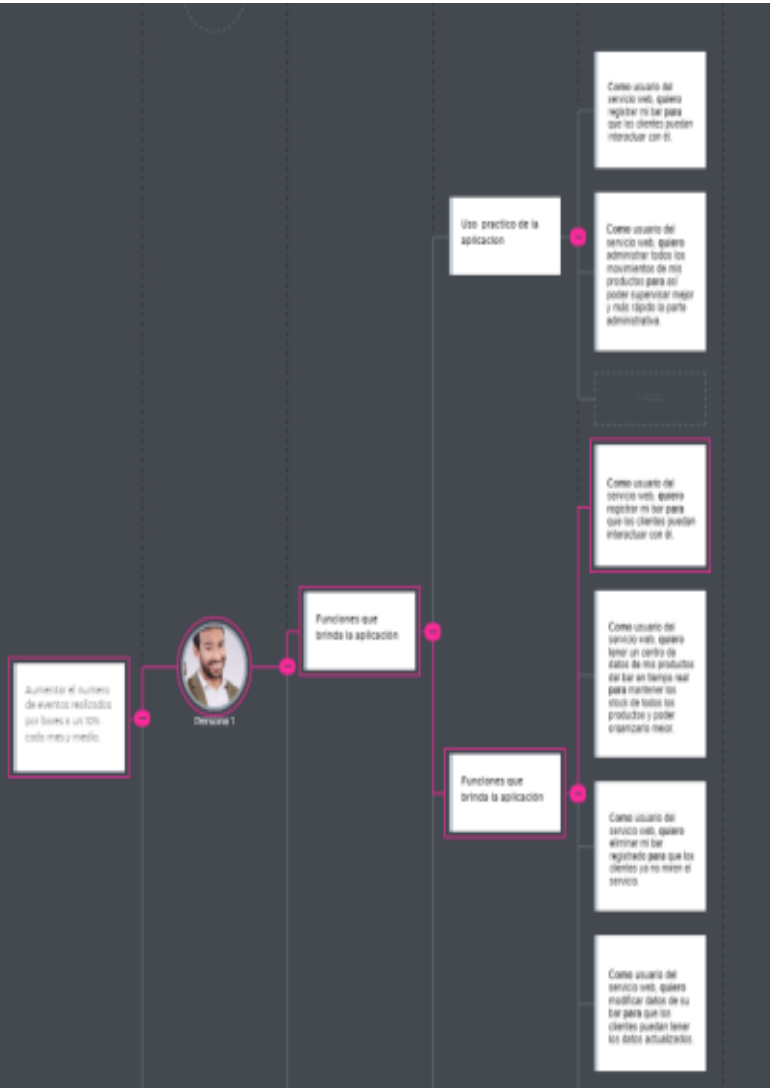
3.3. Impact Mapping

La herramienta Impact Mapping representa de forma visual las metas que nos planteamos para llegar a cada sector de nuestro publico.

User Bar:



Realizamos el impact Mapping para el usuario Bar, que representa a los dueños bares, y según los User Stories realizadas por nuestro equipo, desarrollamos alternativas para solucionar y satisfacer sus necesidades.



Hemos llevado a cabo un proceso de Impact Mapping dirigido al usuario llamado "cliente", quien representa a los clientes que consumen en bares. A partir de las historias de usuario generadas por nuestro equipo, hemos elaborado diferentes opciones para abordar y satisfacer sus requerimientos.

Link de Miro y Uxpressiar ->
https://miro.com/welcomeonboard/Mk5wZzhZdGppbjI0Y0VZWlIDeWtlZ3g3emt6R1NvTHhqdDJ5dUt6MGNoYWRORm5GTHpyNTZOa3paSVRpZ1hJeXwzMdc0NDU3MzU3MTA0ODcyOTA0fDI=?share_link_id=659519633230
<https://uxpressia.com/w/6aurq/p/428Tr/i/RkESc>

3.4. Product Backlog.

#Orden	User Story ID	Título	Descripción	Story Points (1 / 2 / 3 / 5 / 8)

1	US1	Crear cuenta común	Como usuario, quiero poder crear una cuenta en la plataforma utilizando mi dirección de correo electrónico y una contraseña, para poder acceder a las funciones de la plataforma y personalizar mi experiencia.	3
2	"US2"	Crear cuenta con otras plataformas	Como usuario, quiero tener la opción de registrarme en la plataforma utilizando las credenciales de otras redes sociales o servicios (por ejemplo, Facebook o Google), para simplificar el proceso de registro y acceso	5
3	US3	Entrar a la página como invitado	Como usuario, quiero tener la opción de explorar la plataforma como invitado, sin necesidad de registrarse o iniciar sesión, para conocer las características básicas antes de comprometerme con una cuenta.	2
4	US4	Catálogo de Bares	Como usuario, quiero poder explorar un catálogo de bares disponibles en la plataforma, para conocer las opciones cercanas a mi ubicación o preferencias.	4
5	US5	Añadir bar	Como propietario de un bar, quiero poder agregar mi bar a la plataforma proporcionando detalles como el nombre del bar, ubicación, horario de apertura y cierre, tipo de cocina, y otros detalles relevantes.	8
6	US6	Modificar mi Bar	Como propietario de un bar, quiero tener la capacidad de editar la información de mi bar en la plataforma, incluyendo detalles como el horario de funcionamiento, el menú, la ubicación, etc.	6
7	US7	Eliminar mi Bar	Como propietario de un bar, quiero poder eliminar mi bar de la plataforma si ya no está en funcionamiento o si ya no deseo estar listado en ella.	4
8	US8	Mostrar mesas disponibles	Como usuario, quiero ver la disponibilidad de mesas en los bares registrados en la plataforma para planificar mi visita.	3

9	US9	Reservar mesas	Como usuario, quiero poder reservar una mesa en un bar seleccionado, proporcionando detalles como la fecha, hora, número de personas y preferencias específicas.	7
10	US10	Almacén de los productos	Como propietario de un bar, quiero gestionar un almacén de productos en la plataforma, para tener un registro de los productos disponibles en mi establecimiento.	5
11	US11	Administrar los productos	Como propietario de un bar, quiero poder agregar, editar y eliminar productos en mi almacén, incluyendo detalles como el nombre del producto, precio, descripción y cantidad en stock.	6

4 CAPÍTULO IV: PRODUCT DESIGN

4.1 Style Guidelines.

Nuestro producto de aplicación web que se diseñara es LoyalSips, la cual ofrece al cliente una solución tecnológica para que el problema de separar mesas en un bar o que los precios de los bares sean muy altos, en nuestra web podra reservar un espacio comodo y tambien encontrara ofertas de bebidas, un plus que tiene nuestra web es que cada vez que el cliente compre un trago se le incluiran puntos para que pueda canjear un trago cuando llegue a los puntos requeridos Para los estilos utilizados se tomará en cuenta la satisfacción del cliente y su experiencia.

Los colores que se están utilizando para nuestra solución (Landing Page y Web site) son los siguientes:

#40E0D0 (64,224,208)	#000000 (0,0,0)	#645188 (100,81,136)
-------------------------	--------------------	-------------------------

Por otro lado Usamos el tipo de letra San Francisco.

San Francisco

San Francisco

San Francisco

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnop

qrstuvwxyz

1234567890

4.1.2 Web Style Guidelines.

Para el diseño de la web se establecieron los colores ya antes mencionados, Turquesa, negro y morado. El estilo de letra que se utilizará en la aplicación web es San Francisco. Para todo esto hemos tenido en cuenta que cada cliente tiene un distinto dispositivo, por esta razón hemos decidido hacer nuestra web con los principios responsive.

4.2. Information Architecture.

En esta sección se enfoca en la organización del contenido de la website LoyalSips en buscar el 100% de satisfacción en nuestros clientes durante la navegación de nuestra website.

A continuación, podemos ver los temas de Labelling Systems, Organization Systems, Seo Tags and Meta Tags, Searching Systems y Navigation Systems.

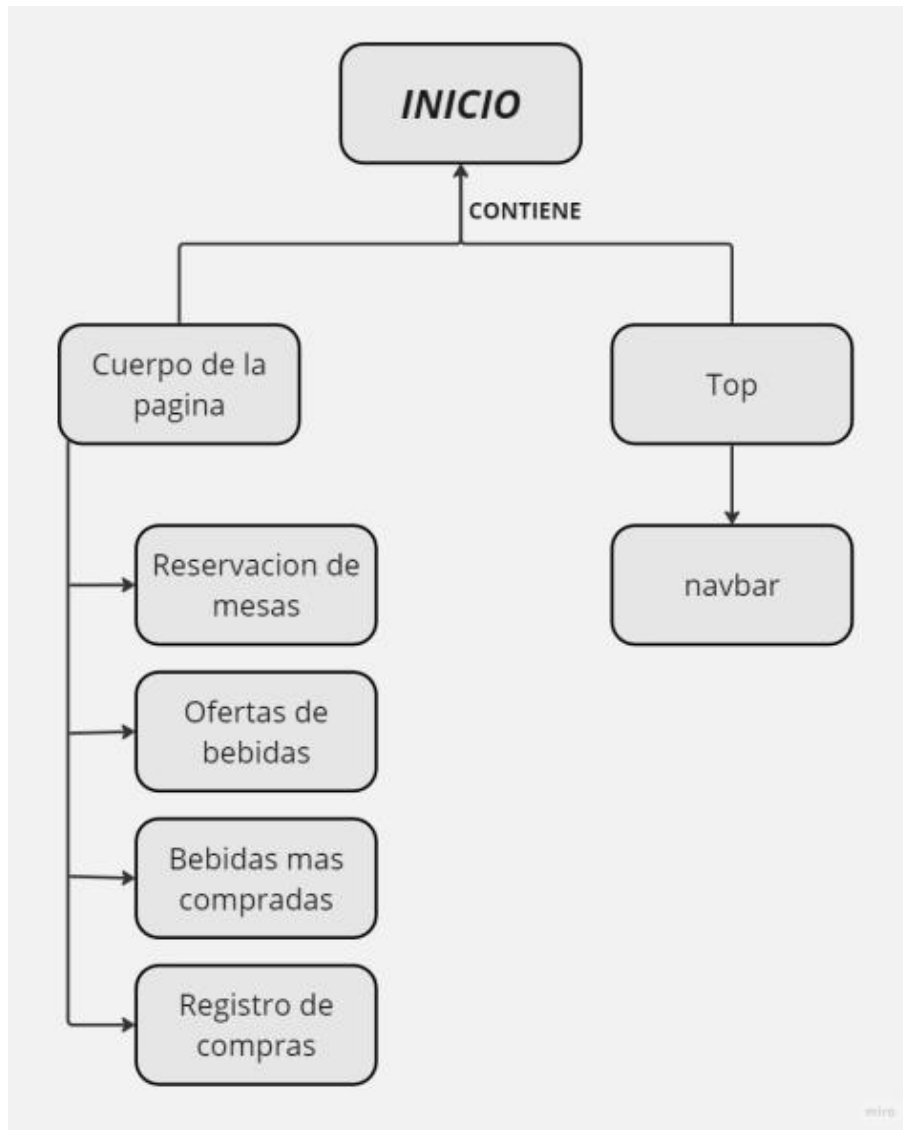
4.2.1. Organization Systems.

En la organización visual tenemos:

- Fomar jerárquica:

Esta forma de organización se implementará en la pantalla de inicio del usuario, para esto las secciones de “Reservación de mesas” y “Ofertas de bebidas” poseen una mayor jerarquía por

ser de importancia para el usuario, por otro lado, “Registro de compras” tendrán una menor jerarquía en el inicio. Esta manera de organización se mantendrán segmentadas.



- Organización matricial

La organización matricial se incluirá a través de las Bebidas más compradas y el Registro de compras.

- Esquemas de Organización

En nuestra aplicación habrá una organización separada por todos los usuarios.

En la segmentación de los usuarios: En el apartado de las Bebidas más compradas se organizará de acuerdo al precio del más alto al más bajo. Para el Registro de las compras, esta organización se dará cada vez que el usuario compre una bebida mediante la app así su podrá generar puntos y podrá canjear una bebida gratis. Además el usuario tendrá todo su registro guardado para que no tenga ninguna confusión.

4.2.2. Labeling Systems.

Para el sistema de etiquetado hemos utilizado, en su mayoría, un lenguaje formal de fácil identificación para los usuarios. Tenemos:

Apartados	Abrir el sitio Web
Login	El empresario se registra como empresario y se muestra una interfaz distinta a la del usuario
Reservacion de mesas	“Que satisfacción ingresar a un sitio web de manera rápida”
Ofertas de bebidas	Siente satisfacción porque puede observar los clientes asociados al sitio web de forma entendible.
Bebidas mas compradas	Siente satisfacción porque puede observar los clientes asociados al sitio web de forma entendible.
Registro de compras	Siente satisfacción porque puede observar los clientes asociados al sitio web de forma entendible.

4.2.3. SEO Tags and Meta Tags

```
«meta charset="UTF-8">
«meta name="Author"lang="es" content= "The Crackelets Group' «meta name="tittle" content="Evento
social"»
«meta name="description"
content="Sitio web acerca de preferencia de bares">
«meta name-"application-name" content="The big fun">
ameta
name="keywords"
content="bar,party,availability,music,drinks,girls,stock,places"-
«meta name="viewport" content="*width=device-width, initial-scale=1.0">
```

4.2.4. Searching Systems.

Los usuarios podrán buscar en nuestra plataforma a través de las categorías y el resultado será eventos que queden físicamente cerca a ordenado alfabéticamente, este resultado tendrá la información muy bien organizada como, por ejemplo, nombre del bar, aforo, fecha, hora, acompañado de una foto que describa el lugar que visita y las recomendaciones hechas por otros usuarios.

4.2.5. Navigation Systems.

Nuestro landing page está dividido por secciones para que el usuario pueda ubicarse dentro de cada sección según sea su interés, cada sección provee información clara y concisa con imágenes que inviten al usuario a conocer más de nuestro servicio.

4.2.5. Navigation Systems.

4.5. Web Applications Prototyping.

4.3. Landing Page UI Design.

Esta sección tendrá un enfoque sobre el diseño de nuestra Landing Page utilizando conceptos del diseño general y el diseño de la interfaz. Para el desarrollo del diseño, se utilizó el software de Figma para el desarrollo del Mock-Ups y Wireframes.

4.3.1. Landing Page Wireframe.

Para la elaboración de los wireframes de la Landing Page tanto en el sector de móvil como para escritorio se usaron los principios, elementos de diseño, en el que engloba la arquitectura de información y el diseño inclusivo.

Vista previa del wireframe para el apartado móvil.



Link del apartado móvil: <https://www.figma.com/file/N8EmdAUWapHigf4Lk8sGHR/Web-Application-Wireframes?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=DfFWWAqT7hgXSXLE-1>

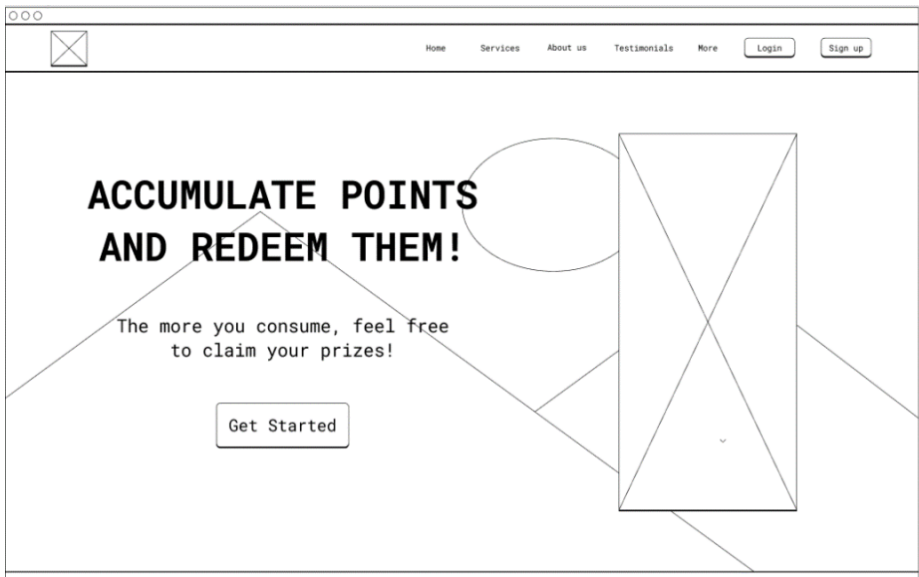
Vista previa del wireframe para el apartado de escritorio.



El link del apartado de escritorio: [https://www.figma.com/file/xDKLEzeKIPV6A8uBfSIbC/Sanity-Sketching-Kit-\(Community\)?type=design&node-id=317-2245&mode=design&t=V3E4RrnPyXstUB4s-0](https://www.figma.com/file/xDKLEzeKIPV6A8uBfSIbC/Sanity-Sketching-Kit-(Community)?type=design&node-id=317-2245&mode=design&t=V3E4RrnPyXstUB4s-0)

Para la elaboración de los Wireframes de la Landing page, se tomó en cuenta los elementos y principios de diseño, esto se puede apreciar para la creación de formas usando los elementos de dirección y línea, las cuales lo usamos para diferenciar tanto las imágenes como los componentes que forman parte del landing page.

En este caso, se puede observar los distintos elementos que se usaron para diferenciar un componente de otro, así como las fuentes de las letras, sobre todo, detalle muy importante, que los colores están en escala de grises dado que es un boceto, lo cual puede cambiar para la elaboración del Mock-up.



4.3.2. Landing Page Mock-up.

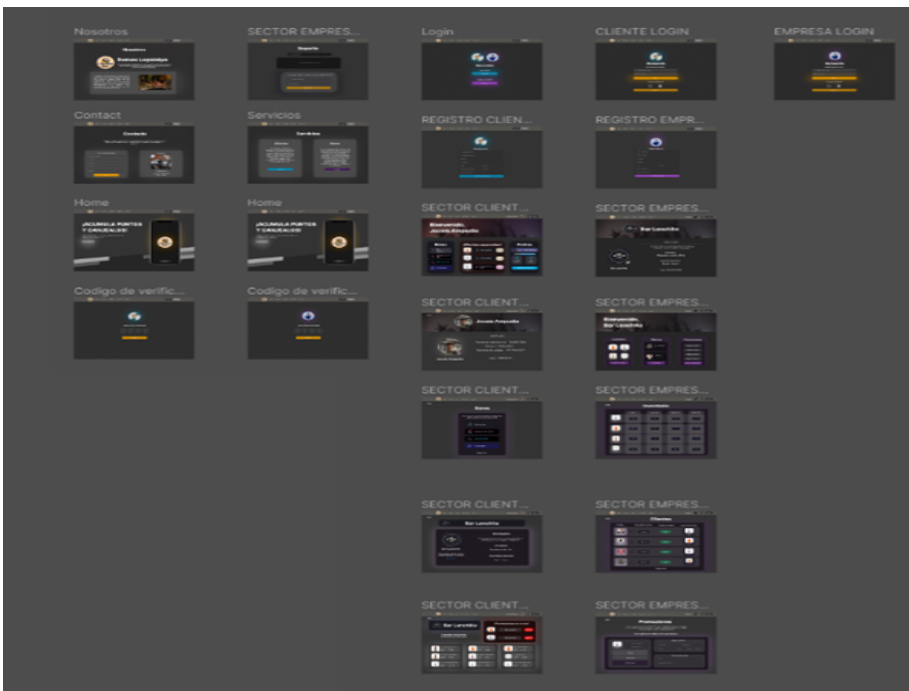
Para la elaboración del Mock-up del Landing page tanto para el apartado de escritorio como para móvil se usaron principios, elementos de diseño, diseño inclusivo y arquitectura de información que se planteó en puntos anteriores.

Vista previa del Mock-up para el apartado móvil.



Link del figma móvil: <https://www.figma.com/file/vE2mliJXJbycAVSDC0Tn3g/Landing-Page---Movil?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=qizxCWqTKyWhjUIy-1>

Vista previa del wireframe para el apartado de escritorio.



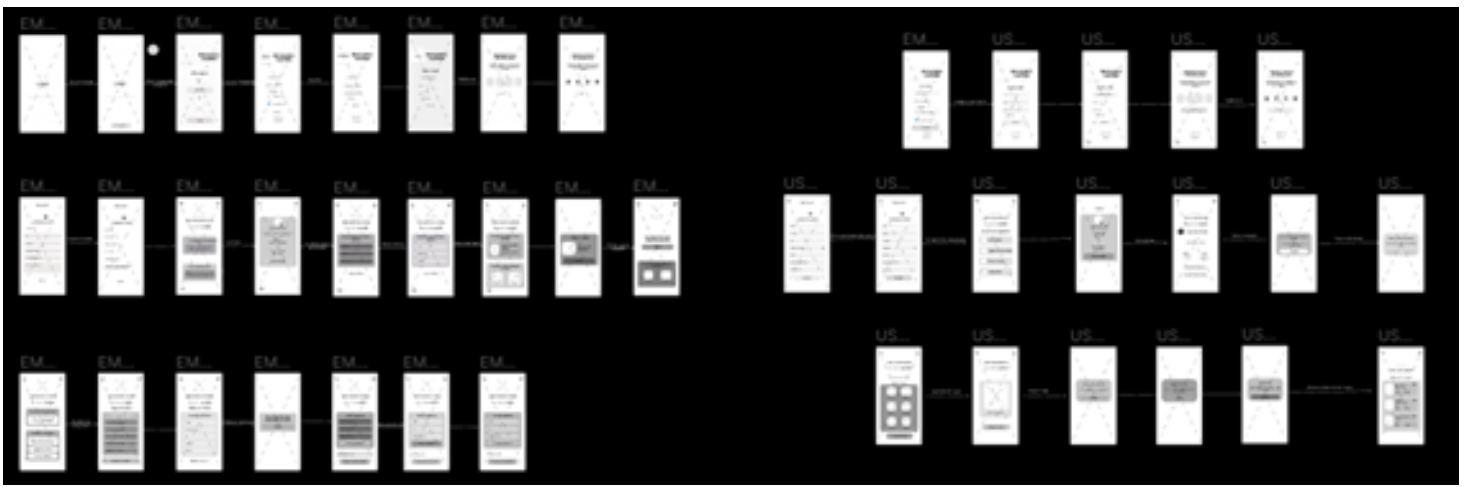
Link del figma de escritorio: <https://www.figma.com/file/WvBHU5rWPbgabHex3Er6jj/Landing-Page---LoyalSips?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=E225PHq1IOJ3Vlcx-1>

Para su diseño se aplicaron los 5 principios del diseño:

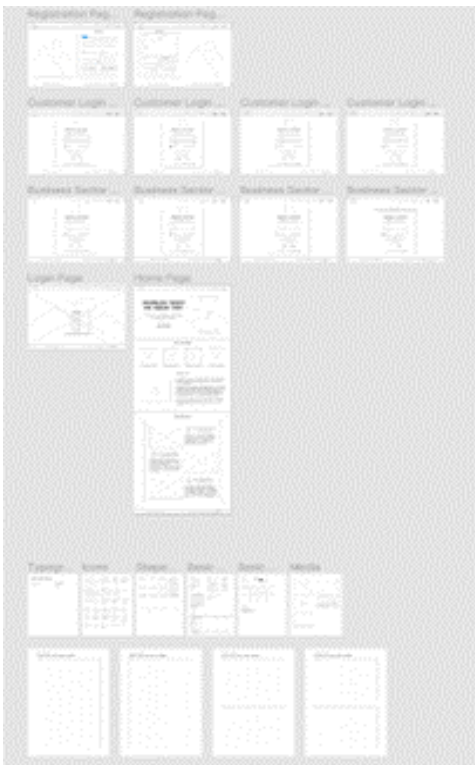
- Balance: Se equilibraron las imágenes grandes con texto a su costado para una mejor relación para la vista.
- Contraste: Para contrastar secciones con fondos de color claros que en nuestro caso sería el turquesa y morado, utilizamos el color negro para una mejor diferencia entre ellos.
- Alineación: Para este principio alineamos nuestros elementos a la izquierda y a la derecha así intercalando para que la vista no sea de una misma dirección, todos los elementos están dentro de pequeñas secciones.
- Proximidad: Este principio se aplicó en la creación de botones, ya que estas tienen una cierta elevación para diferenciar que están flotando.
- Espacio: Los elementos de nuestro diseño no están todos juntos, ellos tienen un espacio establecido para cada sección y no se alborote todos en una sola parte, de esta forma brindar un sitio limpio y entendible para el usuario.

4.5. Web Applications Prototyping.

Vista previa Mobile.



Vista previa Escritorio.



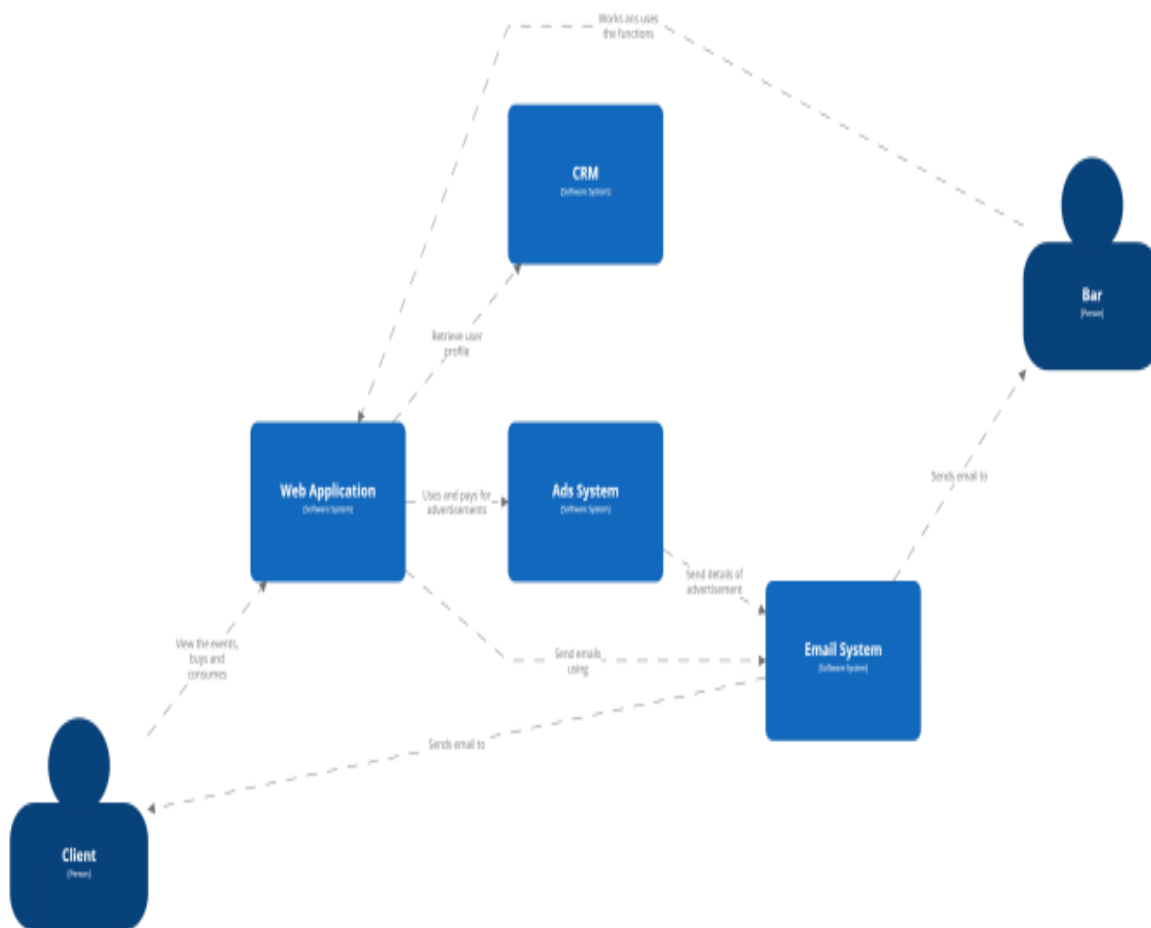
Link de videos https://drive.google.com/drive/folders/1ca10twi_3XQxpOE5zapz2XWZ5U20DxXf?usp=drive_link

4.6. Domain-Driven Software Architecture.

En esta seccion, se presentarán los diagramas de arquitectura de software desarrollados para nuestra aplicacion web. Hemos considerado el enfoque Domain-Driven, de tal forma podemos reflejar la estructura del diseño empleado para nuestro proyecto.

4.6.1. Software Architecture Context Diagram.

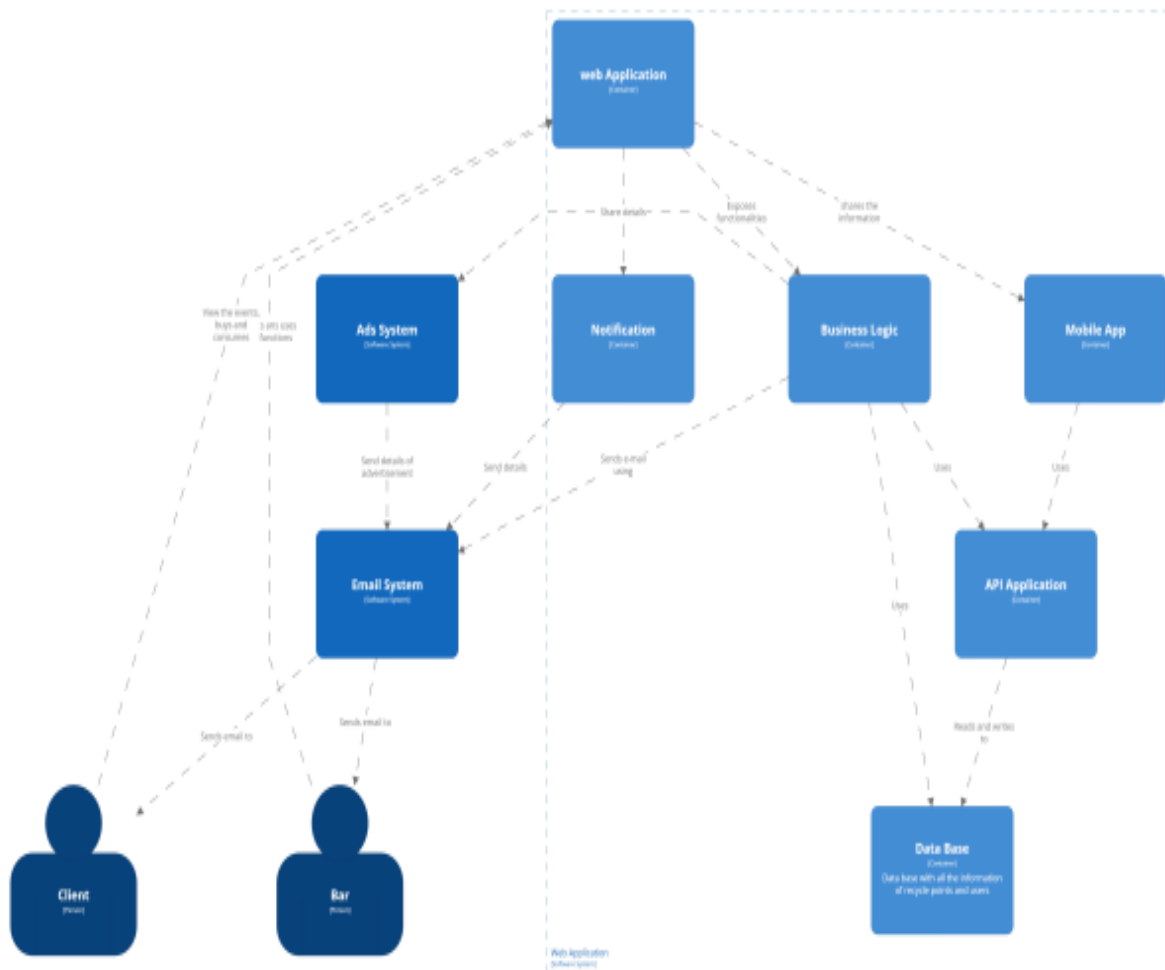
En la sección de Software Architecture Context Diagram, es una representación visual que muestra cómo un sistema de software interactúa con su entorno. Este diagrama ayuda a comprender las relaciones y dependencias del sistema en su entorno, siendo una herramienta clave en el diseño de la arquitectura de software.



[System Context] Web Application
marzo, 5 de septiembre de 2023, 2017 hora estándar de Perú

4.6.2. Software Architecture Container Diagrams.

Sobre Software Architecture Container Diagrams, son representaciones visuales que muestran cómo un sistema de software se divide en contenedores, que son unidades lógicas de alto nivel que contienen componentes y servicios relacionados. Nos permite comprender la estructura general de un sistema y cómo interactúan sus partes principales, siendo una parte importante de la documentación de la arquitectura de software.

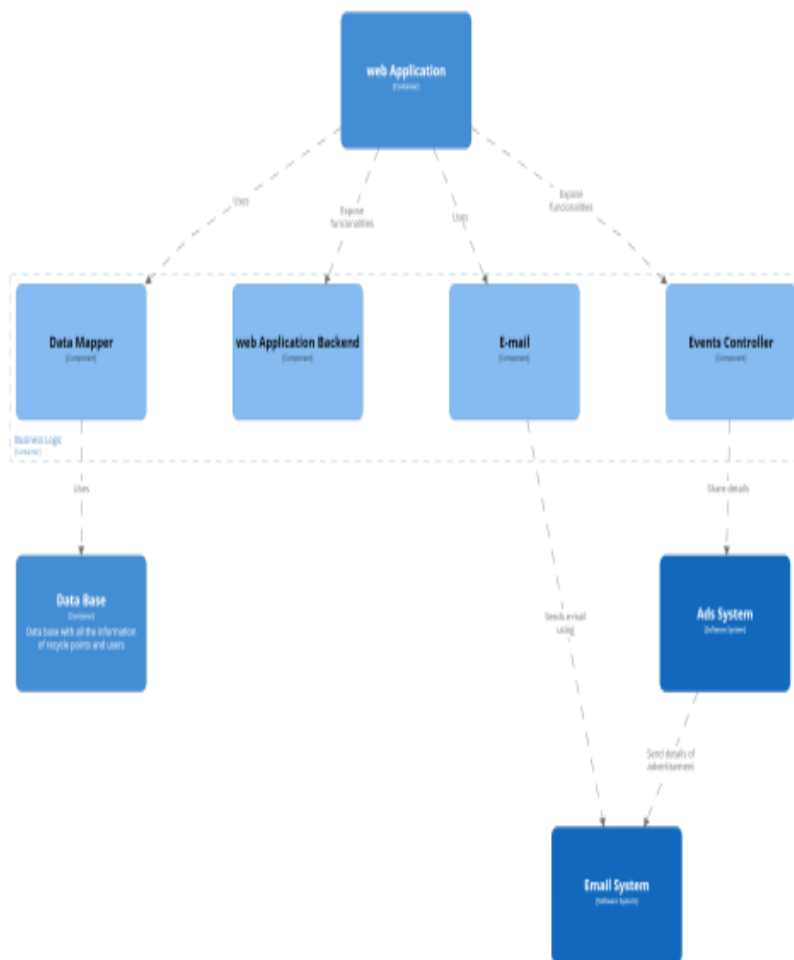


[Container] Web Application
 created, last modification: 2023-11-08, last modification: 2023-11-08

4.6.3. Software Architecture Components Diagrams.

Con respecto a Software Architecture Components Diagrams, son representaciones visuales que ilustran cómo los sistemas de software se componen en diferentes módulos o componentes, mostrando las relaciones y dependencias entre ellos.

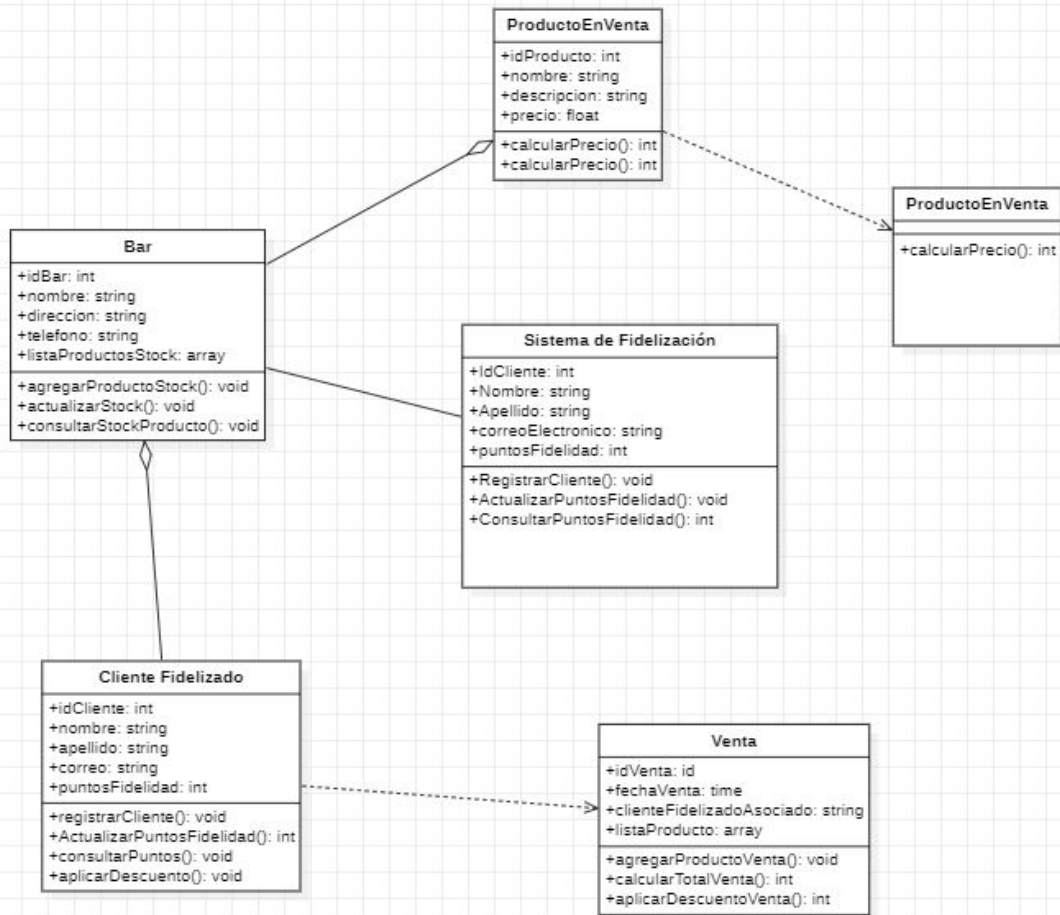
Business Logic:



[Component] Web Application - Business Logic
 created 3 de septiembre de 2021, 27:55 hora estándar de París

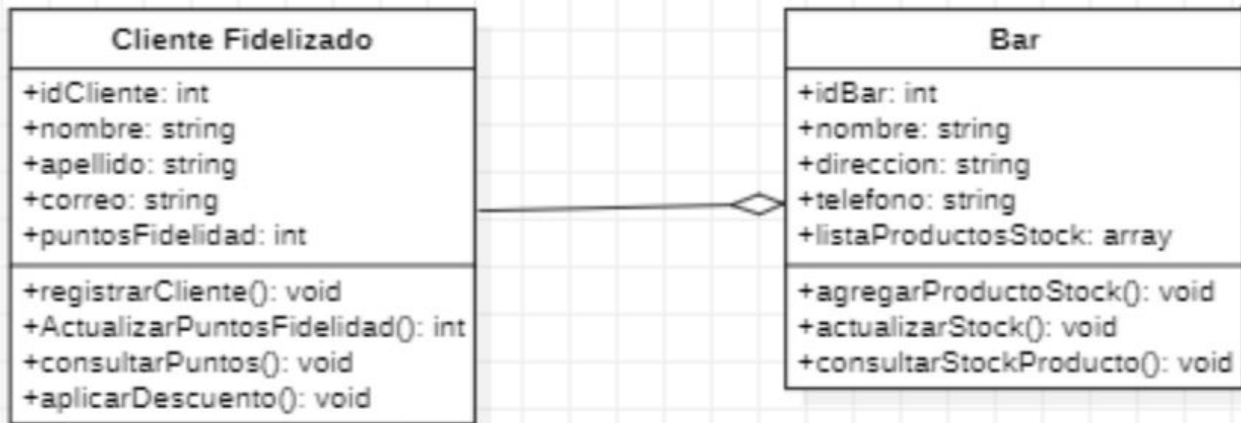
<https://github.com/Alarsandro/Point-bar-c4/blob/main/point-bar.dsl>

4.7.1. Class Diagrams.

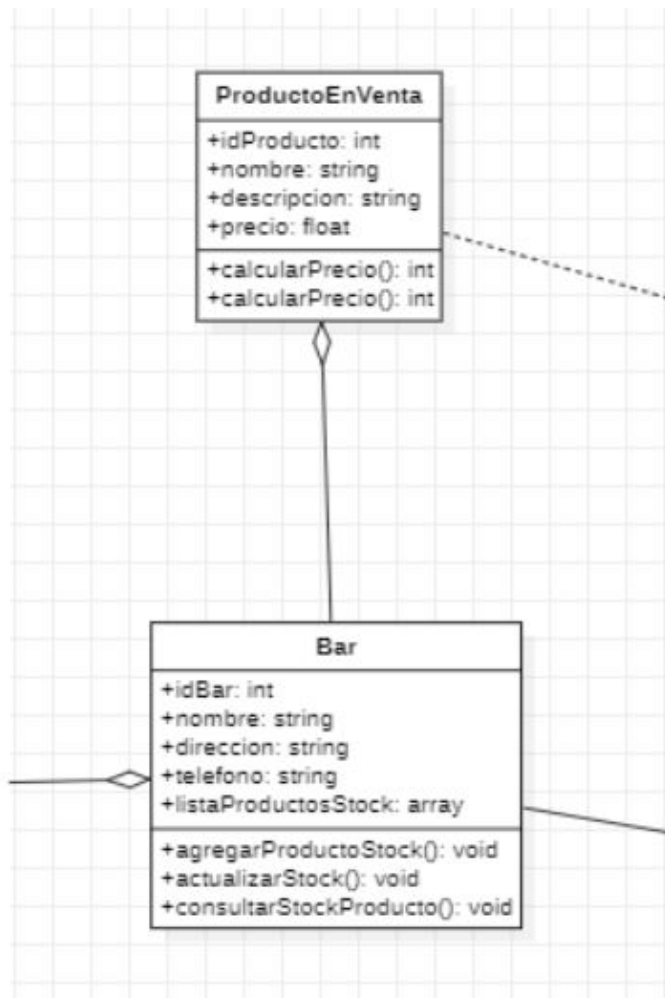


4.7.2. Class Dictionary.

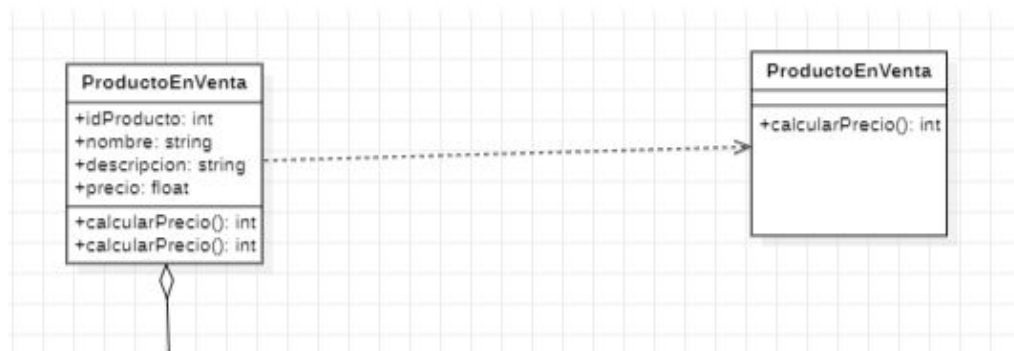
Cliente Fidelizado - Bar (Agregación): La relación entre "Cliente Fidelizado" y "Bar" podría ser una relación de agregación, ya que un cliente fidelizado está asociado a un bar en particular, y un bar puede tener varios clientes fidelizados. Esto significa que la clase "Bar" sería el "todo" y la clase "Cliente Fidelizado" sería una de las "partes".



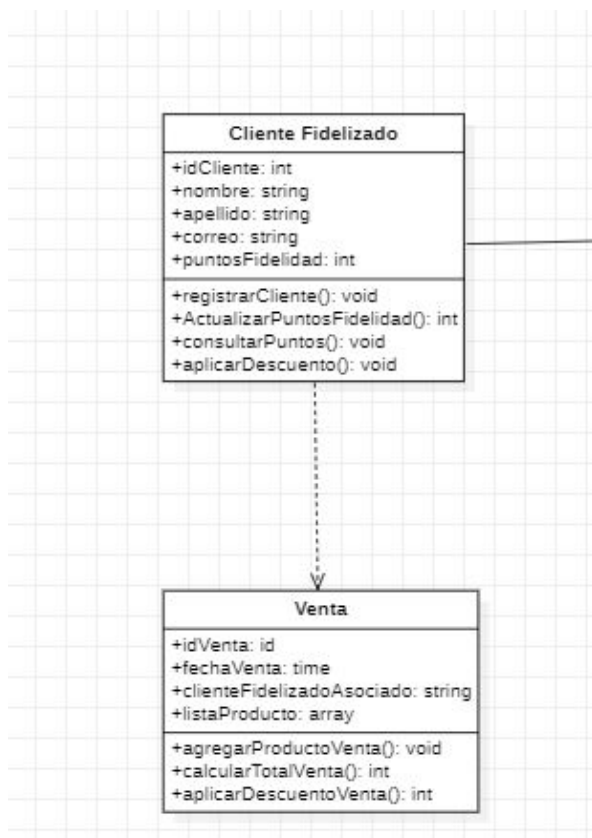
Bar - Producto (Agregación): La relación entre "Bar" y "Producto" también podría ser una relación de agregación, ya que un bar contiene una lista de productos en su stock, y los productos son partes de ese bar.



Producto - Producto de Venta (Dependencia): La relación entre "Producto" y "Producto de Venta" es una dependencia, ya que la clase "Producto de Venta" implementa una interfaz que permite calcular el precio de venta de un producto. La clase "Producto de Venta" depende de la clase "Producto" para realizar este cálculo, pero no existe una relación de agregación o composición directa entre ellas.



Venta - Cliente Fidelizado (Dependencia): La relación entre "Venta" y "Cliente Fidelizado" es una dependencia, ya que una venta está asociada a un cliente fidelizado. La venta depende del cliente fidelizado para registrar quién realizó la compra, pero no hay una relación de agregación o composición entre ellas.



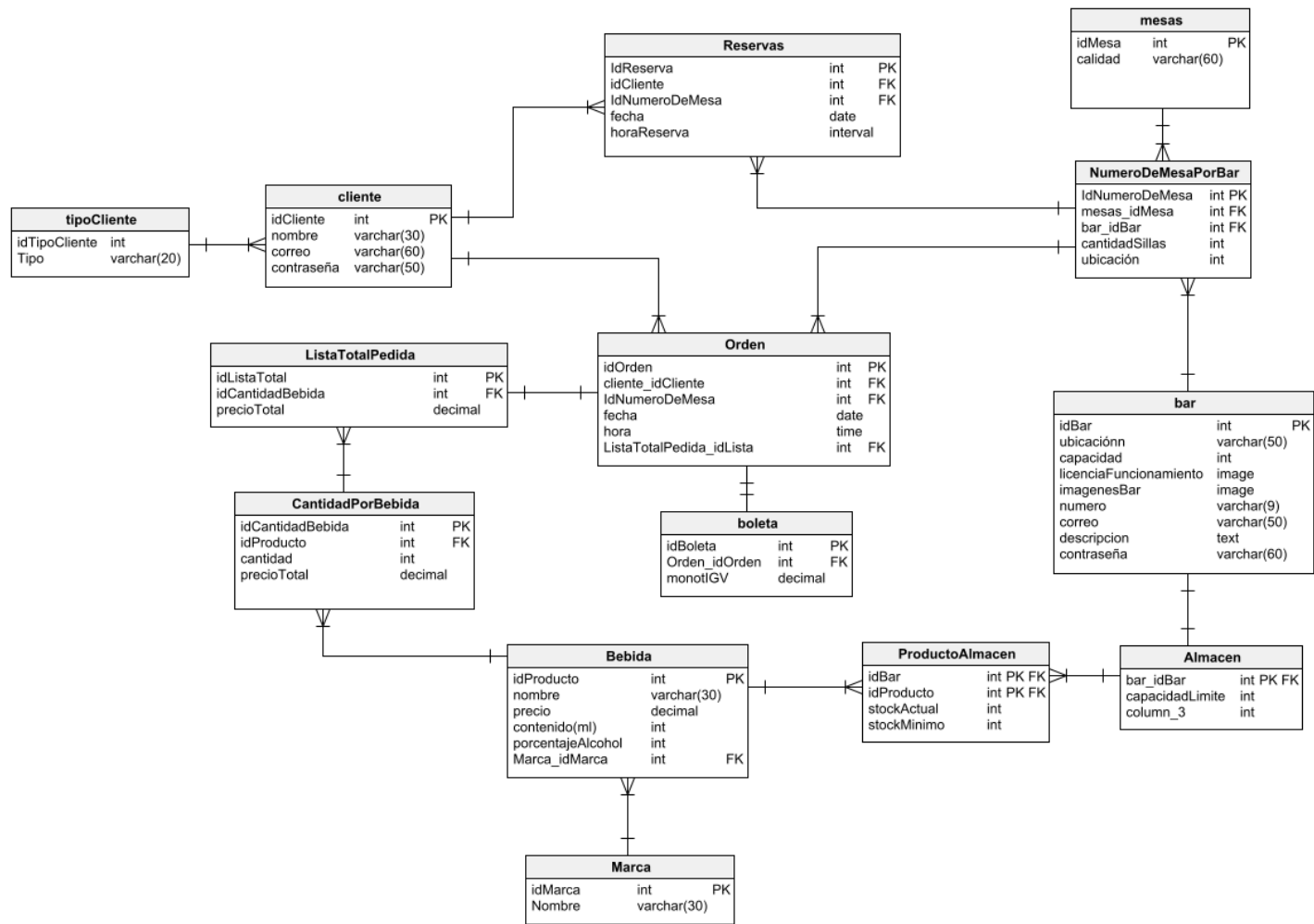
4.8 Database Design

El diseño de bases de datos para el sistema de gestión de datos de "LOYALSIPS" implica la creación de una estructura de base de datos que permita almacenar y gestionar eficientemente información relacionada con los bares, como menús, inventarios, pedidos, clientes y boletas. Esto implica la definición

de tablas que representen entidades clave, como Tablas, Reservas, Mesas, Bar, Orden, Cliente, Boleta, Bebidas y Almacén, y la creación de relaciones entre estas tablas para reflejar cómo se relacionan los datos.

En el diseño de bases de datos para bares, se deben considerar elementos como las claves primarias y foráneas para mantener la integridad de los datos, las restricciones de base de datos para garantizar la consistencia y la normalización de datos para evitar la duplicación innecesaria de información.

4.8.1. Database Diagram



5.1. Software Configuration Management. -

5.1.1. Software Development Environment Configuration.

En la sección de Software Development Environment Configuration, implica la presentación de conjunto de herramientas, software y configuraciones necesarios para que los desarrolladores trabajen eficientemente en la creación, prueba y mantenimiento de software. Además. esto incluye la instalación de herramientas

de desarrollo, configuración de sistemas operativos, gestión de dependencias, configuración de bases de datos y más. Garantiza que los desarrolladores tengan un entorno adecuado para sus proyectos y es fundamental para un desarrollo de software efectivo. Para ello, dividimos en los siguientes puntos:

Project Mangement

Requirements Management

Product UX/UI Design

Software Development

Software Testing

Software Documentation

Además, es necesario mencionar la clasificacion de estos, ya que pueden ser elementos de las secciones como "Ruta de Referencia" o "Ruta de Descarga".

Project Mangement

Project Mangement tiene como objetivo en la gestión de proyectos, mejorar los procesos y tambien, el entorno para obtener los resultados requeridos.

Para el proyecto no hemos utilizado un software que gestione el proyecto.

Requirements Management

Requirements Management implica la recopilación, documentación y seguimiento de los requisitos del software.

Para el proyecto no hemos utilizado un software que gestione el proyecto.

Product UX/UI Design

Es la fase que diseña la apariencia y la interacción del software para garantizar una experiencia de usuario atractiva y eficiente.

Uxpressia es una herramienta eficiente que nos ha ayudado en el diseño del Impact Mapping de nuestro proyecto. Uxpressia: <https://uxpressia.com/>

Para ello, hemos utilizado Miro, el cual nos ayuda a diseñar la estructura de la interfaz para nuestro proyecto. Miro: <https://miro.com/app/dashboard/>

Para este propósito, hemos empleado Figma, una herramienta que nos permite diseñar la estructura de la interfaz de nuestro proyecto de manera efectiva. Figma: <https://www.figma.com/>

Lucid Chart es una herramienta eficiente con respecto al desarrollo del diseño de modelados. Lucid Chart : <https://www.lucidchart.com/>

Software Development

Con respecto a Software Development, el cual nos permite tener un entorno adecuado para desarrollar el proyecto en código.

Para el desarrollo de continuo de nuestro equipo y mantener los avances del proyecto utilizamos Github. Github: <https://github.com/>

Visual Studio Code es un editor de código gratuito y altamente extensible de Microsoft, multiplataforma, con depuración integrada y soporte para múltiples lenguajes de programación. Visual Studio Code: <https://code.visualstudio.com/>

WebStorm es un IDE de JetBrains especializado en desarrollo web. Ofrece herramientas avanzadas para escribir, depurar y administrar proyectos web en lenguajes como JavaScript, HTML y CSS. WebStorm: https://www.jetbrains.com/webstorm/promo/?source=google&medium=cpc&campaign=9641686239&term=webstorm&content=523833970754&gad=1&gclid=CjwKCAjwo9unBhBTEiwAipC115R9P8mt3UWuHjEycEIKW2WnOgU7I5V0Wq2Xg3PHMHUtD6VGXCwBkxoCuZgQAvD_BwE

El lenguaje de programación JavaScript implica utilizar frameworks, bibliotecas y herramientas para crear aplicaciones web. JavaScript: <https://support.microsoft.com/es-es/topic/cómo-habilitar-javascript-en-windows-88d27b37-6484-7fc0-17df-872f65168279>

CSS, da estilo y diseño a páginas web, controlando colores, fuentes, márgenes y la apariencia de elementos HTML para mejorar la presentación visual. CSS: <https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/CSS>

HTML es el lenguaje de marcado utilizado para crear y estructurar contenido en la web, definiendo elementos y su función en una página, como títulos, párrafos e imágenes. HTML: <https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/HTML>

Software Testing

Software Testing es la fase del desarrollo de software en la que se realizan pruebas exhaustivas para identificar y corregir errores, asegurando que la aplicación funcione correctamente y cumpla con los requisitos.

En nuestro proyecto no hemos utilizado este tipo de herramienta.

Software Documentation

Es el mantenimiento de documentos que describen la estructura y cual es el uso del software. Esto incluye manuales de usuario, documentación técnica y guías para desarrolladores.

Para ello, tenemos la misma documentación actual que explica como funciona.

5.1.2. Source Code Management.

Para la siguiente sección, Source Code Management nos hace referencia a la función de seguimiento de modificaciones que los integrantes del equipo ejerce durante el desarrollo del proyecto hasta su conclusión de este mismo. Para ello, cabe mencionar la importancia de un repositorio o sistema de control de versiones el cual es Github.

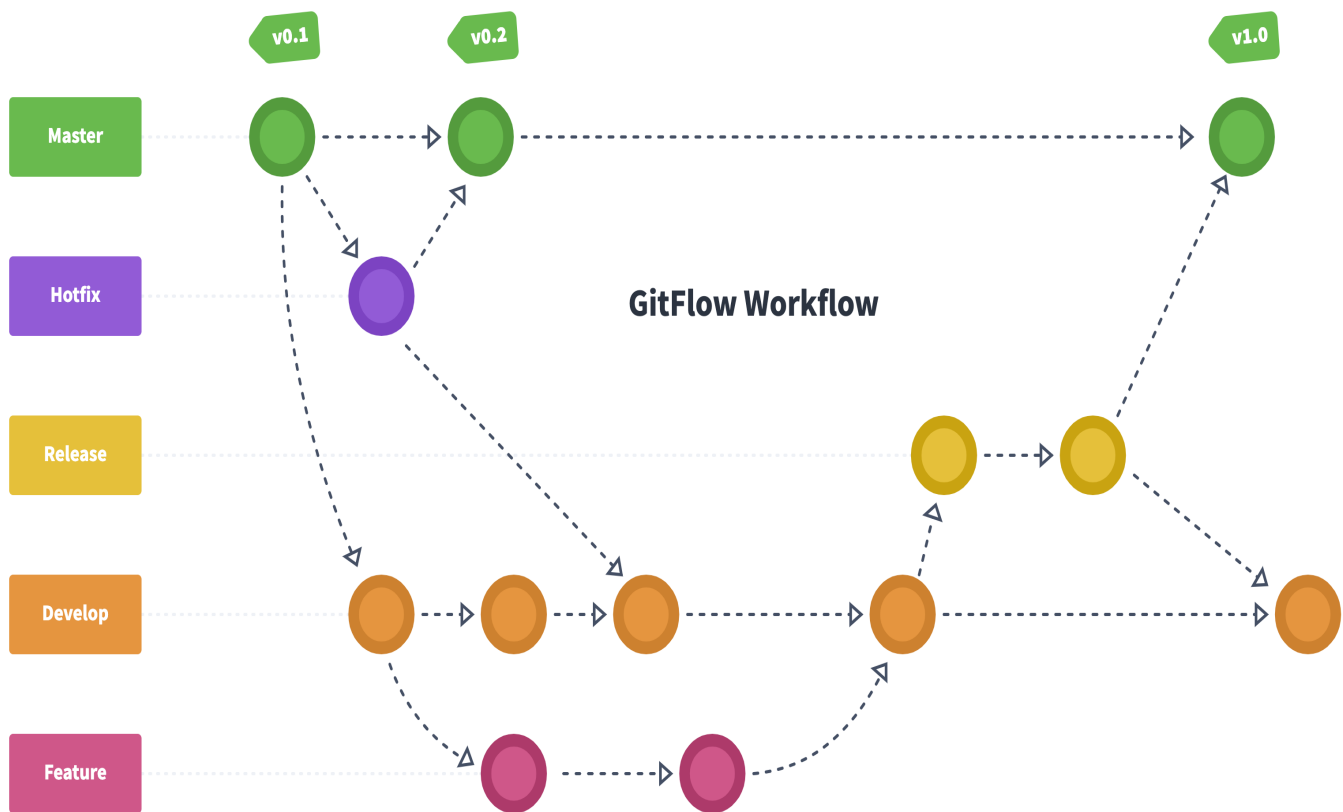
Landing Page,

Web Services,

Frontend Web Applications.

Gitflow

Es modelo para la creación de ramas en Git, el cual cumple una función importante en el desarrollo del proyecto. Mediante un control de versiones utilizamos las ramas. Una muestra en imagen de lo mencionado para entender mejor.



Entonces, al tener en cuenta el desarrollo del trabajo manteniendo un control de versiones con Gitflow La rama principal, conocida como "Master" o "Principal", es la base desde la cual se derivan y combinan todas las demás ramas. Contiene la versión más reciente y las versiones anteriores creadas por los desarrolladores, y sirve como el registro oficial de las publicaciones históricas.

La rama "Develop" se crea a partir de la rama principal, Main y contiene todas las características estables. A través de esta rama, el equipo puede integrar nuevas funciones.

Las ramas de soporte, a diferencia de las principales, tienen una vida útil limitada y se eliminan cuando se fusionan con sus ramas principales correspondientes.

La rama "Feature" se deriva de "Develop" y se fusiona de nuevo en ella. Se utiliza para desarrollar nuevas funciones que se integrarán en una versión futura. Esta rama existe mientras se está desarrollando la función, y cuando se completa, se fusiona nuevamente con "Develop".

Convenciones para nombrar las ramas de características:

- Rama de característica: feature/nombre

Ejemplos:

feature/Chapter1-StartupProfile,

feature/TS-

Conventional Commits (Compromisos Convencionales):

Los compromisos (commits) deben tener la siguiente estructura:

[ámbito opcional]: <descripción>

[cuerpo opcional]

[notas de pie opcionales]

Es importante destacar que todo debe estar en minúsculas.

Tipos de compromisos (commits):

- feat: Cuando se agrega una nueva característica.
- fix: Cuando se corrige un error.
 - build : Aplicado cuando se afectan componentes de compilación como herramientas, dependencias o la versión del proyecto.
 - chore : Para modificaciones internas o privadas del código.
 - docs : Referente a cambios en la documentación.
 - refactor : Utilizado cuando se reescribe o reestructura el código sin cambiar su comportamiento.
 - perf : Relacionado con cambios que mejoran el rendimiento.
 - style : En caso de cambios que solo afectan el estilo del código (espacios en blanco, formato, etc.).
 - test : Indicado para la adición de pruebas.
- **Ámbito (Scope) (opcional)**: Proporciona información contextual adicional. Es recomendable, pero no obligatorio, para hacer el compromiso más específico.
- **Descripción**: Parte obligatoria del formato del compromiso. Debe utilizar un enfoque imperativo y no escribir en mayúsculas.
- **Cuerpo (Body) (opcional)**: Proporciona información adicional sobre la motivación del cambio y se usa para contrastarlo con el comportamiento anterior. Es opcional y debe seguir un enfoque imperativo. Ideal para mencionar identificadores de problemas y relaciones.
- **Notas de pie (Footers) (opcional)**: Pueden contener información sobre cambios importantes, como referencias a problemas por su ID o detalles sobre cambios que rompen la compatibilidad (BREAKING CHANGES). Esta sección es opcional.

Ejemplos de compromisos siguiendo estas convenciones:

1. feat(welcome): agregar sección de bienvenida
2. build(release): aumentar la versión a 1.0.0
3. style: remove empty line

4. feat(sign up): add the button to sign up
5. feat!: send an email to the costumer when product is shipped
6. feat: remove ticket listendpoint

refers to JIRA-1337

BREAKING CHANGES: ticket endpoints no longer supports list all entites.

Asimismo, como ya se ha mencionado, la gestión de nuestro código fuente se realizará a través de GitHub. El IDE utilizado, en este caso Android Studio, deberá vincularse directamente con el repositorio creado por la empresa, Digitalholics. De esta manera, cada commit que realice un participante será subido y cargado directamente al GitHub de la organización. A continuación, se indicarán las pautas para realizar el proceso de vinculación de manera correcta:

Activar el control de versiones del IDE

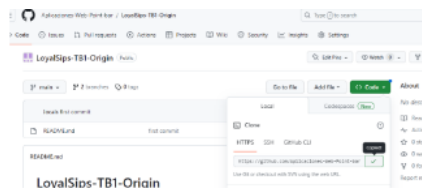
Dado que se empleará GitHub para esta gestión, la opción que deberá estar marcada o seleccionada debe ser una que señale que el sistema de control se dará mediante Git. Para realizar esto, debe dirigirse a la pestaña de 'VCS' dentro de Android Studio. Después, seleccionar la opción de 'Enable Version Control Integration'.

Con respecto a los conventional commits de nuestro proyecto, como grupo para desarrollar el presente trabajo hemos trabajado de la siguiente forma con respecto a la documentación:

Iniciamos creando una copia en nuestro repositorio

```
Electronic@DESKTOP-P4PNS1U MINGW64 ~/Desktop/programming practice/Prueba git/test
$ git clone https://github.com/Aplicaciones-Web-Point-bar/LoyalSips-TB1-Origin.git
Cloning into 'LoyalSips-TB1-Origin'...
remote: Enumerating objects: 148, done.
remote: Counting objects: 100% (28/28), done.
remote: Compressing objects: 100% (28/28), done.
remote: Total 148 (delta 0), reused 0 (delta 0), pack-reused 120
Receiving objects: 100% (148/148), 69.11 KiB | 120.00 KiB/s, done.
Resolving deltas: 100% (38/38), done.
Electronic@DESKTOP-P4PNS1U MINGW64 ~/Desktop/programming practice/Prueba git/test
$
```

Es necesario utilizar el enlace de nuestro repositorio actual para nuestro trabajo.



En el entorno de trabajo para continuar con el proyecto, aplicamos los siguientes comandos:

```
Electronic@DESKTOP-P4PNS1U MINGW64 ~/Desktop/programming practice/Prueba git/test/LoyalSips-TB1-Origin (main)
$ git branch
* main

Electronic@DESKTOP-P4PNS1U MINGW64 ~/Desktop/programming practice/Prueba git/test/LoyalSips-TB1-Origin (main)
$ git switch develop
Switched to a new branch 'develop'
branch 'develop' set up to track 'origin/develop'.
```

Para el desarrollo de los nuevos branches, hemos utilizado la siguiente nomenclatura para tener control e idea de lo que se desarrolla.

```
Electronic@DESKTOP-PMPN51U MINGW64 ~/Desktop/programing practice/Prueba git/test/LoyalSips-TBI-Origin (develop)
$ git branch feature/TS-Capitulo-4.5

Electronic@DESKTOP-PMPN51U MINGW64 ~/Desktop/programing practice/Prueba git/test/LoyalSips-TBI-Origin (develop)
$ git switch feature/TS-Capitulo-4.5
Switched to branch 'feature/TS-Capitulo-4.5'
```

Despues, agregamos en el archivo MD todo los cambios que desarrollamos y así utilizar los siguientes comandos:

```
Electronic@DESKTOP-PMPN51U MINGW64 ~/Desktop/programing practice/Prueba
$ git add .

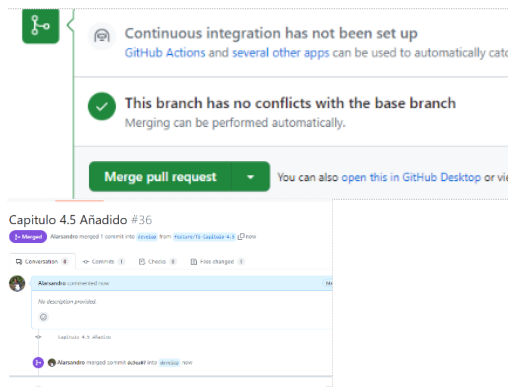
Electronic@DESKTOP-PMPN51U MINGW64 ~/Desktop/programing practice/Prueba
$ git commit -m "Capitulo 4.5 Añadido"
[feature/TS-Capitulo-4.5 efa1d38] Capitulo 4.5 Añadido
1 file changed, 48 insertions(+)
```

Una vez utilizado el comando y colocando la descripción del trabajo, guardamos en la nueva rama.

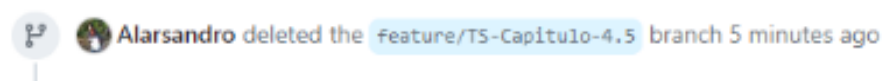
```
$ git push origin feature/TS-Capitulo-4.5
Counting objects: 5, done.
Compressing objects: 100% (5/5), done.
Delta compression using up to 8 threads
Writing objects: 100% (5/5), 1.29 KiB | 599.00 KiB/s, done.
Total 5 (delta 1), reused 0 (delta 0), pack-reused 0
remote: Resolving deltas: 100% (1/1), completed with 1 local object.
remote: Create a pull request for 'feature/TS-Capitulo-4.5' on GitHub by visiting:
remote:   https://github.com/AlfonsosWebPoint-Bar/LoyalSips-TBI-Origin/pull/new/feature/TS-Capitulo-4.5
remote:
To https://github.com/AlfonsosWebPoint-Bar/LoyalSips-TBI-Origin.git
 * [new branch]   feature/TS-Capitulo-4.5 -> feature/TS-Capitulo-4.5
```

Verificamos y hacemos pull a la rama develop.

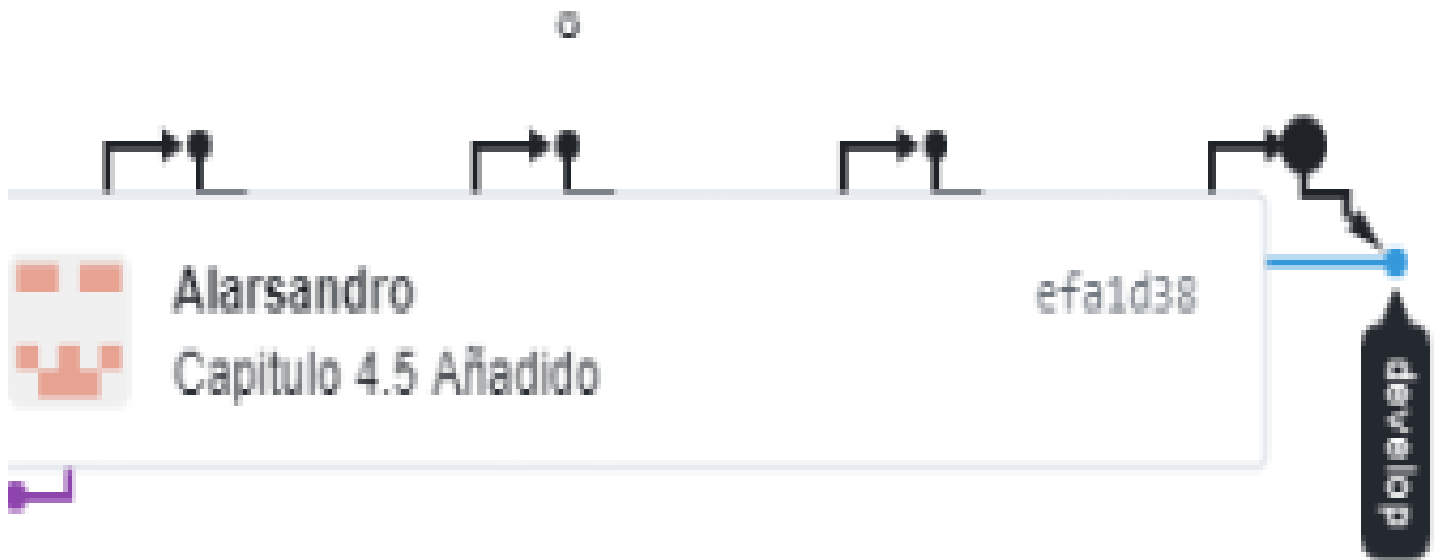
Aprobamos y unimos los cambios.



Es necesario para mantener un orden para cada rama creada, borrarla despues de utilizarla.



Es asi como nosotros verificamos el cambio en la linea de trabajo:



5.1.3. Source Code Style Guide & Conventions.

Utilizaremos la guía de estilos y convenciones de codificación en C#, que replicamos en JavaScript por su similitud, ofrecida por Microsoft.

Y para el HTML/CSS utilizaremos la guía de estilos desarrollado por la fundación Mozilla: Asimismo, utilizaremos las siguientes tecnologías:

- IDEs:

- Visual Studio Enterprise 2022 (<https://code.visualstudio.com/download>)
- VSCode (<https://code.visualstudio.com/download>)
- WebStorm (<https://www.jetbrains.com/es-es/webstorm/download/#section=windows>)

- DevOps:

- GitHub (<https://docs.github.com/es>)

- Lenguajes:

- C# (<https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/csharp/>)
- JavaScript (<https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/JavaScript>)
- CSS (<https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/CSS>)
- HTML (<https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/HTML>)

www.easycloud.ga

- Frameworks:

- Vue2 (<https://vuejs.org/guide/introduction.html>)

- Vite (<https://vitejs.dev/guide/>)

- ASP.NET core (<https://docs.microsoft.com/enus/aspnet/core/?view=aspnetcore-6.0>)

- Librerías:

Bootstrap (<https://getbootstrap.com/docs/4.1/gettingstarted/introduction/>)

- Herramientas:

- Figma (<https://www.figma.com/best-practices/guide-to-developerhandoff/components-styles-and-documentation/>)

- Pivotal Tracker (<https://www.pivotaltracker.com/help/api/#top>)

- Microsoft Teams (<https://www.microsoft.com/es-ww/microsoftteams/download-app>)

- NodeJS. (<https://nodejs.org/es/download/>)

También, las siguientes reglas:

- Convenciones de idioma:

- Todo texto utilizado debe ser internalizado en español e inglés.

- El nombre de variables, funciones y demás artefactos escritos en código deben ser inglés.

- Tecnologías:

- Seguiremos utilizando las tecnologías consideradas para el desarrollo de la aplicación durante los siguientes Sprints, como: C#, JavaScript, Html y CSS.

- Herramientas:

- Seguiremos utilizando las tecnologías consideradas para el desarrollo de la aplicación, durante los siguientes sprints, como: Rider, Visual Studio, Github, Git, WebStorm.

5.1.4. Software Deployment Configuration.

Para la configuración del despliegue, utilizaremos lo siguiente:

Landing Page:

- Infraestructura
- Proveedor: Azure
- Servicio: Static Web App
- DNS provider: freenom.com
- Automatización: Git Actions
- URL (Landing Page Desplegada): <https://easycloud.tv/>

Backend:

- Infraestructura
- Proveedor: Azure
- Servicio: Static Web App
- DNS provider: freenom.com
- Automatización: Git Actions
- URL (Web App Desplegada): <https://easycloud.tv/>

Frontend:

- Infraestructura
- Proveedor: Azure
- Servicio: Static Web App
- DNS provider: freenom.com
- Automatización: Git Actions
- URL (Web App Desplegada): <https://easycloud.tv/>

5.2. Landing Page, Services & Applications Implementation.

5.2.X.7. Software Deployment Evidence for Sprint Review.

Para el desarrollo del Landing Page TechSolution se ha utilizado los siguientes lenguajes:

- Html: HyperText Markup Language, este lenguaje no ayudo a elaborar las estructuras de nuestra Langing Page.
- Css: Cascading Style Sheet, es un lenguaje de diseño grafico que nos ayudo en los estilos de nuestro documento realizado en Html.

Para el despliegue del Landing Page se ha utilizado las siguientes herramientas:

- Git: Sistema de control de versiones que nos ayudo a trabajar en equipo durante la elaboracion del Markdown
- GitHub: Plataforma de desarrollo colaborativo que nos ayudo a guardar nuestros proyecto con sus respectivas versiones
- Git Flow: Modelo de flujo de trabajo que nos permitio ver el avance de cada uno de los integrantes del grupo con respecto al trabajo elaborado.

5.2.1.8 Team Collaboration Insights during Sprint.

Alumno	Código
Leonardo Paul López Huarcaya	U202124304
Sandro Fourfive Alarcon Rondon	U202114140
Louis Piero Alfaro Coveñas	U20191b299
José Carlos Isaac Ampudia Flores	U202112936
Jean Pierre Morin Fuentes	U202115348

Overview

35 Active pull requests

0 Active issues

35

Merged pull requests

0

Open pull requests

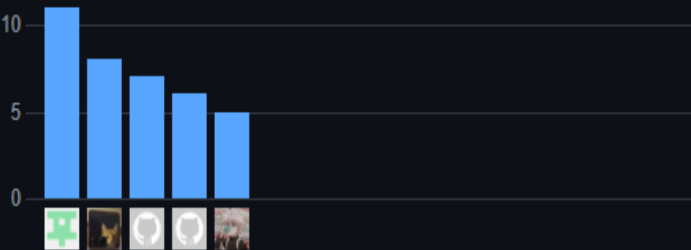
0

Closed issues

0

New issues

Excluding merges, **5 authors** have pushed **1 commit** to main and **38 commits** to all branches. On main, **0 files** have changed and there have been **0 additions** and **0 deletions**.



35 Pull requests merged by 5 people

Network graph

Timeline of the most recent commits to this repository and its network ordered by most recently pushed to.

