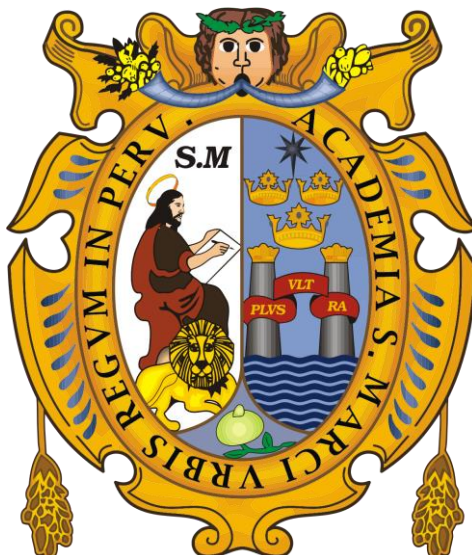


“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)
**ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE INGENIERÍA DE
SOFTWARE**



**“DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y PROCESOS DE NEGOCIOS
RELEVANTES PARA LA ARQUITECTURA”**

CURSO: GESTIÓN DE LA CONFIGURACIÓN
PROFESOR: ESPINOZA ROBLES, ARMANDO DAVID

Presentada por:

CHAVEZ BURGOS, LUIZ ARNOLD (19200250)
LÓPEZ LOAIZA, EDGAR FERNANDO (19200295)
HUAMÁN AMPUERO, LUCERO MARYSOL (19200081)
MAGALLANES QUIROZ, CLAUDIA CAROLINA (18200331)
QUISPE ALARCON, JORGE LUIS (19200094)
ROMERO ANGELES, LUIS ALFREDO FELIX (19200317)
ZAFRA MORAN, ROLANDO JESUS (19200262)
ZARATE VILLAR, JHENNYFER NAYELI (19200248)
CALDERON HERRERA MIGUEL ANGEL (19200071)
TOMASTO SOLIS, VICTOR EDUARDO (18200299)

Lima - Perú
2020

1. Descripción del Negocio

1.1. Antecedentes

Investigamos empresas que anteriormente exploraron una idea similar a la que tenemos actualmente, y seguimos su crecimiento, con ello observamos su éxito, por ende las tomamos como referencia para observar lo bueno y lo malo de cada una, y luego con esos conocimientos poder aplicarlo e incluso mejorarlo para no repetir sus errores en el proyecto que crearemos, y así mejorar la calidad del servicio que se brinda a los usuarios.

[Meh Perú](#) tiene una página llamativa con un estilo que expresa exclusividad dentro de su página se permite ver en diferentes colores la misma ropa con el fin de comparar que se vería mejor, otro punto a destacar de esta página es la facilidades que te da por registrarte en la página tales como descuentos especiales en las compras lo cual hace atractivo para el cliente empezar a usarlo, otros añadidos positivos son el apartado de ofertas para que el cliente se vea atraído por la ocasión “especial” y la imagen extra en las ropas que indican sus características tales como el ancho y largo en centímetros por cada talla de la misma. En contraste a lo anterior encontramos que su sistema de búsqueda es muy rudimentario y también que podría mejorarse el layout para que sea más intuitivo de usar.

[Saga Falabella](#) es una empresa con un amplio mercado en el Perú, que cuenta con variedad en marcas de ropa y estilos para todo tipo de usuarios, permite a sus usuarios la facilidad de compra mediante diversos tipos de compra.

En [Gamarra](#) podemos observar la amplia variedad de tiendas y variedad de ropa que le permitirá al usuario elegir la prenda que más le agrade, e incluso podemos encontrar variedad en los precios para todo tipo de bolsillos.

La página [now](#) muestra la venta de ropa online, lo que se puede destacar son los filtros que pone para poder seleccionar qué prenda queremos y con qué especificaciones y facilitar la búsqueda de los clientes y así poder satisfacer sus necesidades. También se rescata que se que hay una forma directa de contactar con los clientes, que es a través de wsp y así tener una atención personalizada o atender los inconvenientes.

Estos ejemplos serán utilizados y analizados para comprender qué acciones están haciendo bien y utilizar esa información a nuestro favor para garantizar, o mejorar la posibilidad de éxito.

1.2. Beneficiarios del proyecto

Nuestro proyecto está enfocado al comercio electrónico de ropa femenina en Perú por lo que nuestros beneficiarios serían Pymes, Mypes y emprendedores del rubro textil que a través de nuestra plataforma pueden aumentar sus ventas,

tener un mayor alcance de sus marcas con nuevos clientes y una competencia justa en el mercado en comparación con otros negocios. Además, de manera indirecta los usuarios que busquen ropa a medida se beneficiarán con la utilidad que les brinda nuestro sitio web al momento de elegir su compra y podrán adquirir a un mejor precio desde ahí.

1.3. Misión

Nuestra misión es lograr ser una tienda online de venta de ropa femenina, en la cual nuestras clientas podrán utilizar un sistema innovador que, por medio de datos de algunas de sus características físicas, puede estimar de manera exacta la talla de las prendas. Para lograr nuestra meta trabajamos constantemente en la página web buscando que sea eficiente y satisfaga las necesidades de nuestros clientes.

1.4. Visión

Ser una de las páginas web reconocidas por las empresas peruanas que se dedican a la venta de ropa de mujeres, así mismo expandiendo nuestros servicios en el territorio nacional e internacional.

Posicionarnos en el mercado y que nuestros clientes o usuarios reconozcan la calidad de nuestros productos.

1.5. Objetivos del Negocio

1.5.1. Objetivos generales

Implementar una página web de venta de ropa femenina que brinde una experiencia de compra única a los clientes, por medio de un sistema personalizado que satisfaga sus necesidades y gustos por la moda. Innovaremos por medio de esta función que permite una interacción directa con el usuario que desee comprar en el sitio mediante preguntas sobre sus medidas (cadera, busto, altura, cintura). A la vez, poniéndole énfasis en la interfaz de usuario con respecto a la usabilidad y accesibilidad.

1.5.2. Objetivos específicos

Nos enfocaremos en realizar gran parte de las funcionalidades del sitio con un nivel de calidad óptimo, brindando soporte y mejorándolo para el cliente.

Esto con la finalidad que con el proyecto logremos:

- Ser una página web atractiva para llamar la atención del cliente con un diseño único que garantice su fidelidad.

- Brindar seguridad al cliente de que su compra va a ser a su medida y genere confianza en nuestra plataforma
- Cumplir las necesidades de nuestro público femenino garantizando la mejor calidad y buenos precios
- Posicionarnos como una empresa que genere gran número de tráfico de visitas
- Ofrecer oportunidad a otros beneficiarios del rubro textil para que puedan vender sus productos.

1.6. Identificación del Problema y Proceso de Mejora

Identificamos como problemática la falta de especificaciones a la hora de elegir una talla de ropa generando molestias en los consumidores, por ello para solucionar este problema nosotros en este proyecto tomaremos mayores especificaciones (medidas) de cada usuario para así brindarle una talla más adecuada a nuestros usuarios y se sientan satisfechos. También centralizamos la mayor cantidad de artículos en *retail* para brindar al cliente una experiencia completa, en lugar de tener que visitar varios lugares, obtiene lo que busca en un solo lugar.

1.7. Resultados Deseados y Beneficios

Según lo planeado, proyectamos los siguientes resultados y beneficios tanto para nuestros clientes como para el equipo de trabajo:

- Popularización del servicio a nivel nacional.
- Ofrecer un servicio de calidad.
- Obtener ganancias monetarias regularmente mediante el servicio web.
- Obtener interés de inversionistas para nuestro servicio web y una posible diversificación de la misma.

1.8. Lista de Riesgos Posibles

Después de un análisis identificamos los siguientes riesgos posibles:

- Falta de tiempo por parte de los trabajadores.
- Poco presupuesto para implementar el sistema.
- Empresas competidoras muy bien posicionadas.
- Un proyecto poco conocido.

2. Proceso de negocios relevantes para la arquitectura

