



## Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Ingeniería de Software**

**Ciclo:** 2025-2

**Curso:** Desarrollo de Aplicaciones Open Source

**Sección:** 7391

**Profesor:** Mori Paiva, Hugo Allan

---

## Informe de Trabajo Final

**Startup:** GeoPsLabs

**Nombre del producto:** GeoPs

### Relación de integrantes

Integrante	Código
Cotrina Siclla, Sofia Alessandra	u20231b120
Goñe Aracata, Esther Abigail	u202318049
Huapaya Galindo, Dyron	u202322855
Huarcaya Matias, Gilbert Alonso	u202322187
Salazar Caballero, Alvaro Fabrizzio	u202321941

Agosto 2025

---

### Registro de Versiones

Versión	Fecha	Autor	Descripción de modificación

Versión	Fecha	Autor	Descripción de modificación
TB1	21/09/2025	Cotrina Siclla, Sofia Alessandra Goñe Aracata, Esther Abigail Huapaya Galindo, Dyron Huarcaya Matias, Gilbert Alonso Salazar Caballero, Alvaro Fabrizio	En la primera entrega del informe de nuestro proyecto, hemos realizado los primeros 5 capítulos del informe y también entregamos la primera versión del landing page de GeoPS.
TP1	10/10/2025	Cotrina Siclla, Sofía Alessandra Goñe Aracata, Esther Abigail Huapaya Galindo, Dyron Huarcaya Matías, Gilbert Alonso Salazar Caballero, Álvaro Fabrizio	En la entrega correspondiente a la <b>TP1</b> del proyecto <b>GeoPS</b> , se desarrollaron y documentaron todas las funcionalidades del <b>front-end orientado al usuario</b> , incluyendo las vistas principales, el <b>Centro de Ayuda</b> , la integración de componentes dinámicos y la mejora de la experiencia de navegación en la plataforma. Asimismo, se actualizó el <b>Event Storming</b> con los flujos centrados en el usuario consumidor.

## Project Report Collaboration Insights

URL de Organización de GitHub de GeoPsLabs:

<https://github.com/OpenSourceDevUPC>

URL del Repositorio del Project Report:  
<https://github.com/OpenSourceDevUPC/Project-Report-GeoPS>

### **Entrega TB1:**

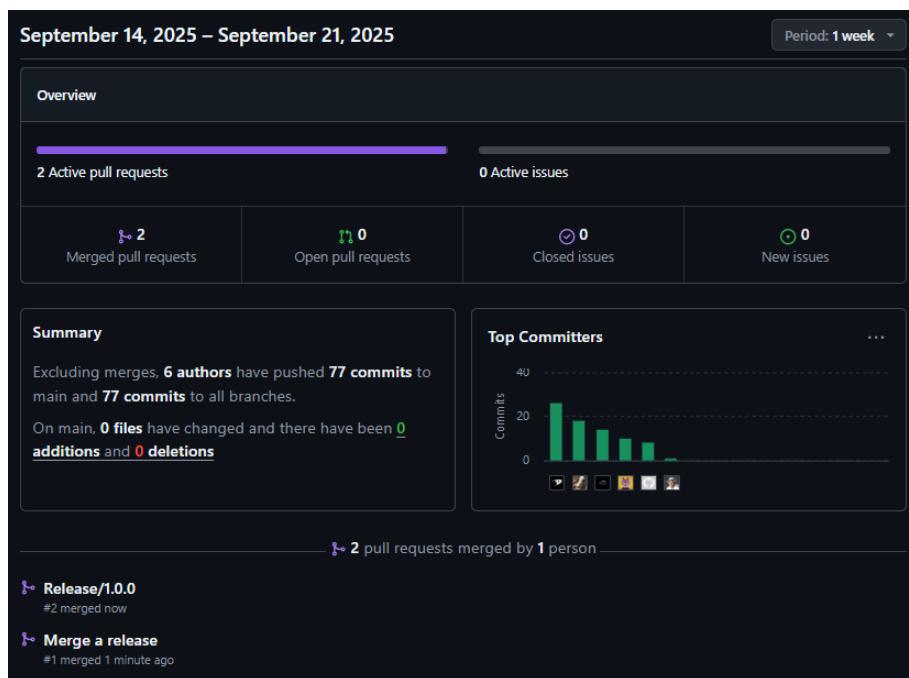
- Desarrollo de Actividades:

Durante la elaboración del entregable TB1, el equipo adoptó una metodología de trabajo colaborativa centrada en el uso de Discord como plataforma principal de comunicación. Esta decisión se fundamentó en la preferencia compartida del grupo hacia esta herramienta, la cual facilitó tanto las coordinaciones iniciales como las sesiones regulares de seguimiento y desarrollo del proyecto.

Para garantizar una distribución equitativa del trabajo, el equipo implementó un sistema de asignación de tareas basado en sorteo aleatorio, asegurando que cada integrante asumiera responsabilidades proporcionales y diversas en el desarrollo del informe. Este enfoque promovió la participación activa de todos los miembros y evitó la concentración de cargas de trabajo.

Un aspecto fundamental en el proceso fue el aprovechamiento de las horas de clase destinadas a consultas y retroalimentación docente. Estos espacios resultaron invaluables considerando las diferentes disponibilidades horarias de los integrantes, permitiendo al equipo resolver dudas conceptuales, recibir orientación metodológica y validar el progreso del proyecto de manera oportuna.

### **Evidencias de colaboración y commits:**



---

## Contenido

---

- [Project Report Collaboration Insights](#)
- [Contenido](#)
- [Student Outcome](#)
  - [Capítulo 1: Introducción](#)
    - [1.1. Startup Profile](#)

- 1.1.1. Descripcion del Startup
- Misión
- Visión
- 1.1.2. Perfiles de Integrantes del equipo
- 1.2. Solution Profile
  - 1.2.1 Antecedentes y problemática
    - 1.2.1.1. What
    - 1.2.1.1.1. ¿Cuál es el problema?
    - 1.2.1.1.2. ¿Cuál es la relación con la persona en cuestión?
    - 1.2.1.2. When
    - 1.2.1.2.1. ¿Cuándo sucede el problema?
    - 1.2.1.2.2. ¿Cuándo utiliza el cliente el producto?
    - 1.2.1.3. Where
    - 1.2.1.3.1. ¿Dónde está el cliente cuando usa el producto?
    - 1.2.1.3.2. ¿A dónde se dirige?
    - 1.2.1.3.3. ¿Dónde surge el problema?
    - 1.2.1.4. Who
    - 1.2.1.4.1. ¿Quiénes están involucrados?
    - 1.2.1.4.2. ¿A quiénes les sucede el problema?
    - 1.2.1.4.3. ¿Quién lo utilizará?
    - 1.2.1.5. Why
    - 1.2.1.5.1. ¿Cuál es la causa del problema?
    - 1.2.1.6. How
    - 1.2.1.6.1. ¿En qué condiciones los clientes usan nuestro producto?
    - 1.2.1.6.2. ¿Cómo nos conocieron los compradores?
    - 1.2.1.6.3. ¿Cómo prefieren los usuarios acceder a nuestro contenido?
    - 1.2.1.6.4. ¿Qué llevó a la persona a llegar a esta situación?
    - 1.2.1.7. How much
  - 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
- **mediremos** el número de búsquedas realizadas en el mapa, clics en rutas sugeridas y visitas a negocios asociados.
  - 1.2.2.4. Lean UX Canvas
    - 1.3. Segmentos objetivos
      - Segmento Objetivo #1: Consumidores de ofertas locales
      - Segmento Objetivo #2: Dueños de negocios locales
- Capítulo 2: 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
- Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros
- Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos
  - 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
- 2.4. Big Picture Event Storming
- 2.5. Ubiquitous Language
- Capítulo 3: Requirements Specification
  - 3.1. User Stories
- Technical Stories
  - 3.2. Impact Mapping
  - 3.3. Product Backlog
  - Vista del Product Backlog en Trello
- Capítulo 4: 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
      - Organización Visual del Contenido
      - Esquemas de Categorización del Contenido
    - 4.2.2. Labeling Systems
    - 4.2.3. SEO Tags and Meta Tags
    - 4.2.4. Searching Systems
    - 4.2.5. Navigation Systems
      - Navegación del Landing Page
      - Navegación de la aplicación web
  - 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
    - Login
    - Cliente
    - Proveedores
    - 4.4.2. Web Applications Wireflow Diagrams
    - Login
    - Cliente
    - Proveedor
    - 4.4.3. Web Applications Mock-ups
    - Login
    - Cliente
    - Proveedores
    - 4.4.4. Web Applications User Flow Diagrams
  - 4.5. Web Applications Prototyping.
  - 4.6. Domain-Driven Software Architecture
    - 4.6.1. Design-Level Event Storming
    - 4.6.2. Software Architecture Context Diagram
    - 4.6.3. Software Architecture Container Diagrams
    - 4.6.4. 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
- Capítulo 5: 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
    - 5.2.1. Sprint 1
      - 5.2.1.1. Sprint Planning 1
      - 5.2.1.2. Aspect Leaders and Collaborators
      - 5.2.1.3. Sprint Backlog 1
      - 5.2.1.4. Development Evidence for Sprint Review
      - 5.2.1.5. Execution Evidence for Sprint Review
      - 5.2.1.6. Services Documentation Evidence for Sprint Review
      - 5.2.1.7. Software Deployment Evidence for Sprint Review
      - 5.2.1.8. Team Collaboration Insights during Sprint
    - 5.2.2. Sprint 2
      - 5.2.2.1. Sprint Planning 2
      - 5.2.2.2. Aspect Leaders and Collaborators
      - 5.2.2.3. Sprint Backlog 2.
    - Sprint Backlog 2 – User Stories and Tasks
      - 5.2.2.4. Development Evidence for Sprint Review.
    -  Sprint Backlog 2 – Commits Overview
    - 5.2.2.5. Execution Evidence for Sprint Review
      - Módulos Implementados
      - Evidencias Visuales
      - Demostración en Video y URL de la Web
    - 5.2.2.6. Services Documentation Evidence for Sprint Review
      - 5.2.2.7. Software Deployment Evidence for Sprint Review
    - 5.2.2.8. Team Collaboration Insights during Sprint
      - Métricas Detalladas del Repositorio de Desarrollo ([geops-frontend](#))
      - Observaciones de Colaboración
      - Análisis de Contribuciones por Desarrollador
    - Análisis de Patrones de Colaboración
      - 1. Metodología de Trabajo
      - 2. Herramientas de Comunicación Utilizadas
      - 3. Distribución Temporal de Trabajo
    - Insights Principales del Sprint 2
      - Fortalezas Identificadas
      - Áreas de Mejora para Próximos Sprints
    - Conclusión de Colaboración
  - Conclusiones
  - Bibliografía
  - Anexos

## Student Outcome

Criterio específico	Acciones realizadas	Conclusiones
---------------------	---------------------	--------------

**Comunica oralmente con efectividad a diferentes rangos de audiencia.**

#### **Cotrina Siclla, Sofia Alessandra**

*TB1*

Participé en las entrevistas con usuarios target, comunicando de manera clara y adaptada tanto a consumidores como a propietarios de PyMEs. Presenté los hallazgos del capítulo 2 a los integrantes del equipo, adaptando el lenguaje técnico para facilitar la comprensión entre todos los miembros.

*TP1*

Presenté las funcionalidades del front-end y la integración de componentes del **Centro de Ayuda** ([feature/toolbar-help](#)), explicando decisiones de diseño y mejoras de usabilidad. Coordiné con el equipo para ajustar la vista según los hallazgos de validación de usuarios.

#### **Goñe Aracata, Esther Abigail**

*TB1*

Desarrollé presentaciones visuales para la landing page y web application, comunicando conceptos de diseño de manera efectiva a los integrantes del equipo. Participé en sesiones de feedback sobre wireframes y prototipos con los miembros del equipo, adaptando mi comunicación según el nivel técnico de cada integrante.

*TP1*

Comuniqué los avances del desarrollo en la vista principal de **Inicio** ([feature/home](#)) y **Categorías** ([feature/categories](#)), explicando la lógica detrás del diseño responsivo y la interacción visual. Aseguré consistencia en los estilos entre componentes.

#### **Huapaya Galindo, Dyon**

*TB1*

Presenté la arquitectura de software del sistema a los integrantes del equipo, adaptando el nivel de detalle técnico según la experiencia de cada miembro. Lideré sesiones de planificación donde comuniqué efectivamente los requerimientos técnicos y las decisiones de diseño a todo el equipo.

*TP1*

Expliqué al equipo la arquitectura y comunicación entre componentes del módulo de **Configuración base** ([feature/base-configuration](#)), así como la integración con las demás vistas. Lideré revisiones de código y resolví conflictos en ramas de desarrollo.

#### **Huarcaya Matias, Gilbert Alonso**

*TB1*

Lideré el desarrollo del capítulo 5, analizando el desarrollo de la landing page junto con los integrantes del equipo. Coordiné el trabajo colaborativo en GitHub, facilitando la comunicación para resolver conflictos de integración.

*TP1*

Coordiné la presentación técnica de las vistas de **Cupones** ([feature/coupons](#)) y **Suscripciones** ([feature/Subscriptions](#)), comunicando los flujos de usuario y su impacto en la experiencia de navegación. Lideré

sesiones de integración entre frontend y backend.

### **Salazar Caballero, Alvaro Fabrizzio**

*TB1*

Presenté los hallazgos del análisis de mercado y la investigación de usuarios. Comuniqué efectivamente los insights del capítulo 1, adaptando la presentación según el conocimiento de cada integrante.

*TP1*

Expliqué los avances en los módulos de **Tarjetas** (**feature/cards**) y **Identity Access** (**feature/Identity-Access**), detallando cómo se implementaron los mecanismos de validación y acceso de usuario.

**TB1:** El equipo mostró una comunicación oral efectiva al presentar entrevistas y hallazgos iniciales, adaptando el discurso según el público.

**TP1:** La comunicación oral se enfocó en la explicación técnica de los módulos del front-end. Cada integrante defendió con claridad su rama de desarrollo, facilitando la integración entre vistas, servicios y componentes, manteniendo alineamiento con la experiencia del usuario.

**Comunica por escrito con efectividad a diferentes rangos de audiencia.**

### **Cotrina Siclla, Sofia Alessandra**

*TB1*

Redacté secciones del capítulo 2 enfocadas en el análisis de entrevistas y user personas. Documenté los hallazgos de las entrevistas de manera sistemática.

*TP1*

Documenté la implementación del módulo **Centro de Ayuda** (**feature/toolbar-help**) y las mejoras de accesibilidad. Redacté instrucciones técnicas claras para la integración con otros componentes.

### **Goñe Aracata, Esther Abigail**

*TB1*

Elaboré documentación técnica de diseño para la landing page y web application.

*TP1*

Redacté documentación de los componentes visuales del módulo **Home** y **Categorías**, explicando la jerarquía de elementos y las directrices de estilo CSS.

### **Huapaya Galindo, Dyrion**

*TB1*

Redacté la documentación de arquitectura del software, con diagramas y especificaciones técnicas.

*TP1*

Documenté la arquitectura técnica de **Base Configuration** y la gestión de estados compartidos. Incluí explicaciones detalladas sobre los hooks y la comunicación de datos entre componentes.

### **Huarcaya Matias, Gilbert Alonso**

*TB1*

Lideré la redacción del capítulo 5 y la documentación de la landing page.

*TP1*

Documenté los flujos de los módulos **Coupons** y **Subscriptions**, incluyendo diagramas de flujo y descripciones funcionales. Redacté pautas para las pruebas de integración del front-end.

### **Salazar Caballero, Alvaro Fabrizzio**

*TB1*

Redacté secciones fundamentales del capítulo 1 y 3, incluyendo el análisis del problema y la propuesta de valor.

*TP1*

Redacté la documentación técnica de los módulos **Cards** e **Identity-Access**, describiendo los endpoints de autenticación y la estructura de los componentes visuales asociados al perfil del usuario.

**TB1:** Se redactó documentación clara y coherente que facilitó la comprensión entre integrantes y usuarios entrevistados.

**TP1:** La documentación escrita en esta etapa consolidó las buenas prácticas del desarrollo front-end. Cada miembro explicó detalladamente su módulo y las decisiones de diseño, creando una base sólida para futuras iteraciones y mantenimiento del sistema.

---

## Capítulo 1: Introducción

### 1.1. Startup Profile

#### **1.1.1. Descripción del Startup**

**GeoPS Labs** es una startup enfocada en el desarrollo de soluciones tecnológicas que conectan comercios locales con usuarios mediante publicidad **hiperlocalizada** basada en análisis de **geolocalización inteligente**. A través de una **plataforma web accesible** desde cualquier navegador, los usuarios pueden visualizar ofertas en tiempo real, mientras que los comercios acceden a un **panel de gestión de campañas** con herramientas de marketing basadas en proximidad y perfil de movimiento. Esto permite aumentar la conversión de sus estrategias publicitarias con un menor costo y mayor control de resultados. **GeoPS Labs** apuesta por combinar **tecnología, datos y experiencia de usuario** para generar beneficios reales, priorizando siempre la **privacidad** y la **relevancia** en la entrega de contenidos.

#### **Misión**

Conectar personas y comercios de manera inteligente y relevante, mejorando la experiencia de compra diaria mediante tecnología web de geolocalización respetuosa y personalizada.

#### **Visión**

Ser la **plataforma web líder en publicidad hiperlocalizada en Latinoamérica**, revolucionando la manera en que los comercios y usuarios interactúan en el entorno digital urbano.

#### **1.1.2. Perfiles de Integrantes del equipo**

# Nuestro Equipo

Soy Sofia Cotrina estudiante de 6to ciclo de Ingeniería de Software. Soy una persona responsable, amable y creativa, que valora mucho el trabajo en equipo y siempre busca aprender de los demás. Tengo un sólido dominio de lenguajes de programación como C++ y Python, y estoy familiarizada con metodologías ágiles.

- Responsable
- Proactiva
- Colaborativa
- Comprometida



Cotrina Sicilia, Sofia Alessandra  
U2023lb120

## Alessandra

Soy Alvaro Salazar, estudiante de 6to ciclo de Ingeniería de Software. Me caracterizo por ser una persona responsable, organizada y con habilidades de liderazgo, lo que me permite motivar y guiar a mi equipo hacia el logro de objetivos comunes. Tengo un sólido dominio en lenguajes de programación como Python y C++, así como en la gestión de bases de datos MySQL. Además, valoro la colaboración, la comunicación efectiva y la mejora continua en cada proyecto en el que participo.

- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Estratégico
- Autodidacta



Salazar Caballero, Alvaro Fabrizio  
U202321941

## Álvaro

Soy Dyron Huapaya Galindo, estudiante de 5to ciclo de la carrera de Ingeniería de Software en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Me gusta apoyar a mis compañeros en los trabajos de los cursos, además, me gusta realizar mis aportes con una excelente calidad. Tengo conocimientos en C++, Python, HTML y CSS. Espero que mis capacidades para apoyar al equipo sean de gran ayuda.

- Colaborador
- Responsable
- Honesto
- Servicial



Huapaya Galindo, Dyron  
U202322855

## Dyron

**Mi nombre es Abigail Goñe, tengo 19 años y actualmente me encuentro en el sexto ciclo de la carrera de Ingeniería de Software. Soy una persona responsable, amigable y me gusta poder ayudar a los demás en todo lo que pueda.**



Goñe Araccata, Esther Abigail  
U202318049

## Esther

**Mi nombre es Gilbert Alonso Huarcaya Matías y actualmente estudio la carrera de Ingeniería de Software en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). He trabajado en proyectos utilizando JavaScript y TypeScript para el desarrollo front-end, así como en la implementación de soluciones con C++. Además, me destaco por mi capacidad de organización, trabajo en equipo y orientación a resultados, cualidades que me permiten adaptarme a entornos dinámicos y colaborar de manera efectiva en proyectos tecnológicos.**



Huarcaya Matías, Gilbert Alonso  
U202322187

## Gilbert

---

### 1.2. Solution Profile

**GeoPS Labs (Geo Publicity Service)** es una plataforma web que conecta comercios locales con consumidores mediante **geolocalización inteligente** y **notificaciones web push**, ofreciendo promociones y publicidad relevante en tiempo real.

La solución permite a los negocios gestionar **campañas digitales** de manera sencilla y accesible desde un navegador, mientras que los usuarios disfrutan de una **experiencia rápida y personalizada** sin necesidad de descargar aplicaciones.

Con un **diseño responsive** que se adapta a cualquier dispositivo, **GeoPS Labs** busca:

- Mejorar la experiencia de compra diaria.
- Impulsar la **digitalización de las PyMEs**.
- Fortalecer la conexión entre negocios y clientes en el **entorno urbano peruano**.

#### 1.2.1 Antecedentes y problemática

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en el Perú, que representan más del 99% del sector empresarial, enfrentan barreras para implementar marketing digital debido a costos, falta de conocimiento y complejidad tecnológica, lo que las mantiene dependientes de métodos tradicionales poco medibles (PCM, 2023). A la par, los consumidores urbanos muestran fatiga publicitaria, pues más del 60% desconfía de anuncios genéricos y exige mensajes relevantes y auténticos (Reyes et al., 2021). Aunque existen plataformas como Groupon o Tiendeo, estas suelen centrarse en cupones generales sin personalización profunda, dejando un vacío en la conexión real entre negocios y clientes locales. Este problema se intensifica considerando que los peruanos pasan más de 5 horas diarias en internet (Loza, 2024), pero carecen de un espacio centralizado para acceder a ofertas verificadas. Así, mientras las PyMEs pierden oportunidades por no poder digitalizarse con eficiencia (OECD, 2020), los consumidores ignoran promociones valiosas por falta de confianza y saturación. GeoPS Web busca cerrar esta brecha ofreciendo una plataforma responsive y accesible desde cualquier navegador, que conecte de manera transparente y personalizada a usuarios y negocios locales.

#### **1.2.1.1. What**

##### **1.2.1.1.1. ¿Cuál es el problema?**

Las PyMEs latinoamericanas enfrentan barreras estructurales para implementar estrategias de marketing digital: altos costos de inversión, falta de conocimiento técnico y dificultad para medir resultados. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2020) reporta que el 74% de las micro y pequeñas empresas de la región carece de capacidades para adoptar herramientas digitales que mejoren su competitividad. Por otro lado, los consumidores manifiestan una creciente fatiga publicitaria: un estudio de Nielsen (2021) indica que el 64% de los usuarios en América Latina considera los anuncios en línea excesivos o irrelevantes, lo que genera desconfianza y menor efectividad en la comunicación comercial.

##### **1.2.1.1.2. ¿Cuál es la relación con la persona en cuestión?**

Para los consumidores urbanos, la problemática se traduce en frustración: reciben publicidad genérica que no responde a su contexto ni necesidades inmediatas, lo que significa pérdida de oportunidades de ahorro y tiempo. Para las PyMEs, implica ineficiencia: continúan invirtiendo en publicidad tradicional o redes sociales sin métricas claras, lo que reduce su retorno de inversión y limita su capacidad de competir con grandes empresas (World Bank, 2019). Ante este panorama, GeoPS Web surge como una solución que, a través de una plataforma accesible desde cualquier navegador, conecta directamente a negocios locales con usuarios mediante publicidad hiperlocal y ofertas contextualizadas en tiempo real.

#### **1.2.1.2. When**

##### **1.2.1.2.1. ¿Cuándo sucede el problema?**

El problema se hace más evidente en los momentos de decisión de compra, cuando los consumidores buscan información sobre productos o servicios cercanos y la publicidad que reciben no es contextual ni personalizada. Según el Informe Digital 2023 de DataReportal (Kemp, 2023), los usuarios peruanos pasan en promedio 5 horas y 28 minutos al día conectados a internet, gran parte de ese tiempo navegando en buscadores, redes sociales y plataformas de comercio electrónico. Sin embargo, en esos momentos clave, la publicidad que encuentran suele ser masiva y poco segmentada, lo que disminuye su utilidad y su capacidad de influir en la decisión de compra.

##### **1.2.1.2.2. ¿Cuándo utiliza el cliente el producto?**

Los consumidores pueden acceder a GeoPS Web en cualquier momento de su jornada digital, ya sea desde la computadora en el trabajo, la laptop en casa o el smartphone en movilidad. A diferencia de las aplicaciones

móviles que requieren instalación, la versión web elimina fricciones y permite un acceso inmediato, especialmente en instantes donde la proximidad y la oportunidad son factores decisivos. Esto resulta clave porque, de acuerdo con Think with Google (2019), el 76% de las personas que buscan algo cercano en su dispositivo visitan un negocio relacionado en el plazo de 24 horas, y el 28% de esas búsquedas resultan en una compra. Con GeoPS Web, se busca que esas oportunidades no se pierdan por falta de visibilidad o relevancia.

#### **1.2.1.3. Where**

##### **1.2.1.3.1. ¿Dónde está el cliente cuando usa el producto?**

El cliente puede acceder a GeoPS Web desde cualquier lugar con conexión a internet: en casa, en el trabajo o en movilidad desde un dispositivo con navegador. Gracias a la geolocalización habilitada en navegadores modernos, la plataforma identifica la ubicación en tiempo real y muestra ofertas relevantes al contexto inmediato. Este acceso multiplataforma permite que la experiencia sea consistente sin importar si se navega desde una computadora, una laptop o un teléfono. Según el Pew Research Center (2021), más del 90% de usuarios en economías emergentes usan varios dispositivos para conectarse a internet, lo que refuerza la necesidad de soluciones responsivas como GeoPS Web.

##### **1.2.1.3.2. ¿A dónde se dirige?**

Generalmente, el usuario se desplaza hacia lugares de trabajo, estudio, compras u ocio, y es en esos trayectos donde las ofertas cercanas adquieren mayor valor. GeoPS Web aprovecha estos desplazamientos para recomendar promociones en comercios ubicados a lo largo de las rutas habituales o en zonas de tránsito frecuente. Este enfoque se justifica porque, de acuerdo con Think with Google (2019), el 76% de las personas que realizan búsquedas locales en su dispositivo visitan un negocio relacionado en las siguientes 24 horas, lo que demuestra la relevancia de la publicidad contextualizada por proximidad.

##### **1.2.1.3.3. ¿Dónde surge el problema?**

La problemática surge principalmente en entornos urbanos, donde existe una amplia variedad de comercios pero los consumidores no cuentan con un canal digital centralizado que organice y personalice la información. Los usuarios suelen recibir anuncios masivos y dispersos, mientras que las PyMEs carecen de herramientas accesibles para llegar a clientes cercanos. Según el Banco Mundial (2019), esta desconexión limita la competitividad de los pequeños negocios en América Latina y genera pérdidas tanto para comerciantes como para consumidores que buscan opciones relevantes. GeoPS Web busca resolver esta brecha mediante publicidad hiperlocal y transparente desde el navegador.

#### **1.2.1.4. Who**

##### **1.2.1.4.1. ¿Quiénes están involucrados?**

En el ecosistema de GeoPS Web intervienen principalmente tres actores: los consumidores urbanos, que buscan ofertas relevantes y verificadas; las PyMEs locales, que requieren herramientas accesibles para digitalizar su publicidad; y los administradores de la plataforma, responsables de garantizar la seguridad, usabilidad y transparencia del servicio. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2020), la digitalización de las PyMEs es un factor clave para el crecimiento económico regional, pero necesita de intermediarios tecnológicos que faciliten el acceso. GeoPS Web cumple este rol de puente al conectar intereses complementarios.

##### **1.2.1.4.2. ¿A quiénes les sucede el problema?**

El problema afecta directamente a los consumidores que reciben publicidad genérica e irrelevante, lo que genera desconfianza y pérdida de oportunidades de ahorro. También impacta en las PyMEs, que no logran competir en igualdad de condiciones frente a grandes empresas con mayores recursos en marketing digital. Un estudio de Nielsen (2021) reveló que el 64% de los usuarios en Latinoamérica considera que los anuncios digitales no se ajustan a sus necesidades, lo que refuerza la brecha entre lo que las PyMEs ofrecen y lo que los consumidores esperan encontrar.

#### **1.2.1.4.3. ¿Quién lo utilizará?**

La plataforma será usada por dos públicos principales: los usuarios finales, que accederán desde el navegador para descubrir promociones locales personalizadas en tiempo real, y las PyMEs afiliadas, que utilizarán el panel web para crear, gestionar y medir campañas de manera sencilla. A diferencia de una app móvil que requiere instalación, el formato web permite un acceso inmediato y multiplataforma, eliminando barreras técnicas. De acuerdo con Statista (2022), más del 70% de los consumidores valoran soluciones digitales fáciles de usar y sin procesos complejos de instalación, lo que refuerza el valor de GeoPS como aplicación web responsiva.

#### **1.2.1.5. Why**

##### **1.2.1.5.1. ¿Cuál es la causa del problema?**

Las causas se dividen entre consumidores y negocios. En el caso de las PyMEs, la principal barrera es la falta de recursos financieros, conocimientos técnicos y personal especializado para ejecutar campañas digitales, lo que las mantiene atadas a métodos tradicionales poco medibles (BID, 2020). Para los usuarios, la saturación de publicidad genérica y la baja credibilidad de los anuncios en línea generan desconfianza y reducen el interés en interactuar con ofertas (Nielsen, 2021). A nivel estructural, el Banco Mundial (2019) identifica que la limitada adopción tecnológica en América Latina frena la competitividad de los pequeños negocios frente a grandes cadenas con mayor inversión digital. En conjunto, estas causas alimentan una brecha: comercios que no logran llegar a sus clientes cercanos y consumidores que no encuentran información relevante en el momento oportuno.

#### **1.2.1.6. How**

##### **1.2.1.6.1. ¿En qué condiciones los clientes usan nuestro producto?**

Los usuarios acceden a GeoPS Web desde navegadores en momentos de necesidad inmediata, cuando buscan ofertas cercanas o planean una compra. Requieren rapidez, personalización y simplicidad, mientras que las PyMEs lo usan en condiciones de bajo costo y facilidad de gestión (Think with Google, 2019).

##### **1.2.1.6.2. ¿Cómo nos conocieron los compradores?**

La plataforma puede darse a conocer mediante redes sociales, buscadores y marketing de contenidos. En Perú, más del 70% de los usuarios descubre nuevas marcas en línea, principalmente a través de anuncios digitales y recomendaciones (Kemp, 2023).

##### **1.2.1.6.3. ¿Cómo prefieren los usuarios acceder a nuestro contenido?**

Prefieren una combinación de notificaciones web push (inmediatez) y búsqueda activa dentro del sitio (autonomía). Un 60% de consumidores latinoamericanos valoran la personalización contextual de la publicidad (Nielsen, 2021).

##### **1.2.1.6.4. ¿Qué llevó a la persona a llegar a esta situación?**

Los consumidores llegaron aquí por la saturación de publicidad genérica y la falta de confianza en anuncios. Las PyMEs, en cambio, por la presión de digitalizarse y las barreras económicas y técnicas que enfrentan (World Bank, 2019).

#### 1.2.1.7. How much

El impacto económico y social de la problemática es considerable. Para las PyMEs, representa pérdidas al no captar clientes cercanos ni medir el retorno de inversión en publicidad. El BID (2020) estima que la digitalización puede aumentar en más de 30% las ventas de pequeñas empresas que adoptan herramientas tecnológicas. Para los consumidores, implica ahorro de tiempo y dinero al acceder a ofertas relevantes en el momento oportuno. GeoPS Web busca capturar ese valor mediante un modelo accesible y medible desde el navegador.

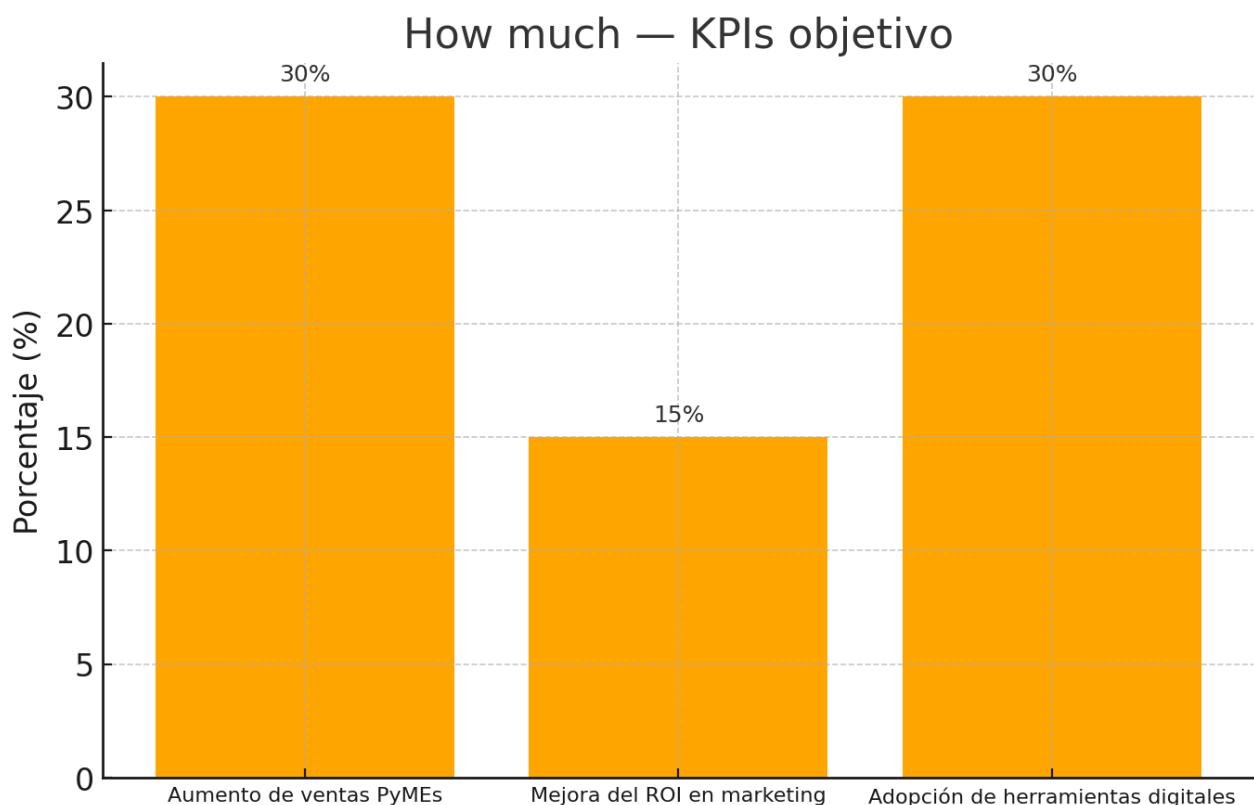


Figura: How much — KPIs objetivo

---

## 1.2.2. Lean UX Process

### 1.2.2.1. Lean UX Problem Statements

- Hemos observado que las PyMEs locales tienen dificultades para llegar a clientes cercanos de manera digital, ya que dependen de publicidad tradicional poco efectiva y costosa.  
**¿Cómo podemos ayudar a estos negocios a atraer clientes cercanos mediante un canal web accesible y medible?**
- Hemos observado que los consumidores urbanos se sienten abrumados por publicidad genérica e irrelevante que no responde a su contexto inmediato.  
**¿Cómo podemos ofrecerles publicidad personalizada y contextual que mejore su experiencia y confianza al buscar ofertas locales?**

- Hemos observado que muchas PyMEs no cuentan con métricas claras para evaluar la efectividad de su publicidad.  
**¿Cómo podemos proveerles un panel web simple y con analítica en tiempo real que les permita medir y optimizar sus campañas?**
  - Hemos observado que los usuarios desconfían de las ofertas online por experiencias pasadas con anuncios engañosos.  
**¿Cómo podemos garantizar que las ofertas en GeoPS Web sean auténticas y transparentes, reforzando la credibilidad de la plataforma?**
- 

#### 1.2.2.2. Lean UX Assumptions

##### Business Outcomes (Resultados de negocio que esperamos)

- Incrementar en al menos un 20% las ventas de las PyMEs afiliadas en los primeros 6 meses, gracias a la visibilidad que obtendrán en GeoPS Web (BID, 2020).
- Mejorar el retorno de inversión en marketing digital de las PyMEs en un 15% durante el primer año, al reemplazar publicidad genérica por campañas segmentadas.
- Aumentar en un 30% la adopción de herramientas digitales por parte de las PyMEs en el primer año, impulsando su transición hacia modelos de publicidad más eficientes.
- Garantizar un crecimiento sostenido de ingresos para GeoPSLabs a través de un modelo freemium/publicidad pagada, escalable en el tiempo.

##### User Outcomes (Resultados esperados para los usuarios)

- Los consumidores podrán descubrir con facilidad ofertas locales verificadas desde cualquier navegador, ahorrando tiempo y dinero.
- Los usuarios recibirán notificaciones web push con promociones relevantes según su ubicación y preferencias, reduciendo la saturación publicitaria.
- Las PyMEs podrán crear y gestionar campañas en pocos pasos, con métricas claras (alcance, clics, conversiones) accesibles en tiempo real.
- Se generará mayor confianza al transparentar información sobre vigencia, condiciones de ofertas y reseñas de otros usuarios.

##### Features (Características clave que lo habilitan)

Para consumidores:

- Listado de ofertas y promociones filtrables por ubicación, categoría y distancia.
- Mapa interactivo con geolocalización vía navegador.
- Notificaciones web push sobre ofertas cercanas.
- Posibilidad de guardar y compartir promociones.
- Sistema de reseñas y calificación de comercios.

Para negocios:

- Panel web para creación y gestión de campañas publicitarias.
  - Segmentación de audiencia por ubicación y preferencias.
  - Analítica en tiempo real con métricas de conversión.
  - Opciones de campañas flexibles (costo por clic, impresiones, tiempo de vigencia).
  - Herramientas para fidelización (promociones exclusivas para clientes recurrentes).
-

#### 1.2.2.3. Lean UX Hypothesis Statements

- **Si implementamos un sistema de notificaciones web push** para informar a los consumidores sobre ofertas cercanas y relevantes,  
**entonces** observaremos que los usuarios interactúan con mayor frecuencia con la plataforma y visitan más negocios locales,  
**porque asumimos** que los consumidores valoran información inmediata y contextual para decidir sus compras,  
**mediremos** la tasa de apertura de notificaciones, clics en ofertas y visitas a negocios registrados.
  - **Si ofrecemos a las PyMEs un panel web intuitivo** para crear y gestionar campañas con segmentación por ubicación y categoría,  
**entonces** aumentará la efectividad de sus campañas y mejorará el retorno de inversión,  
**porque asumimos** que la simplicidad y la personalización harán más accesible el marketing digital,  
**mediremos** el CTR (Click Through Rate), conversiones registradas y ROI de campañas creadas en la plataforma.
  - **Si incluimos un sistema de reseñas y valoraciones verificadas** por parte de los consumidores,  
**entonces** aumentará la confianza del usuario en las ofertas publicadas y la reputación online de los negocios,  
**porque asumimos** que los usuarios confían más en experiencias de otros compradores que en anuncios directos,  
**mediremos** el número de reseñas publicadas, la calificación promedio de negocios y el impacto en la interacción con ofertas.
  - **Si integramos un mapa interactivo** con la ubicación de los negocios afiliados y la distancia desde el usuario,  
**entonces** facilitaremos la decisión de visitar un local cercano,  
**porque asumimos** que la ubicación y la conveniencia influyen directamente en la elección de compra,  
**mediremos** el número de búsquedas realizadas en el mapa, clics en rutas sugeridas y visitas a negocios asociados.
- 

#### 1.2.2.4. Lean UX Canvas

<p><b>Business Problem</b></p> <p>Los pequeños y medianos comercios locales tienen dificultades para atraer clientes en entornos urbanos competitivos. Sus estrategias de marketing son costosas, genéricas y poco efectivas, mientras que los usuarios están saturados de publicidad irrelevant e y no personalizada.</p>	<p><b>Solutions &amp; Improvements</b></p> <p>Plataforma web responsive con geolocalización, notificaciones push, mapa interactivo y reseñas para usuarios; panel simple, segmentación y analítica en tiempo real para PyMEs.</p>	<p><b>Business Outcomes</b></p> <p>Incrementar la visibilidad de las PyMEs, optimizar su inversión en marketing, fomentar su digitalización y generar ingresos sostenibles mediante un modelo publicitario accesible y medible.</p>
<p><b>Users &amp; Customers</b></p> <p>Consumidores urbanos que buscan ofertas locales relevantes y PyMEs que necesitan atraer clientes cercanos con publicidad digital accesible, simple y medible.</p>		<p><b>User Benefits &amp; Outcomes</b></p> <p>Consumidores obtienen ofertas locales personalizadas, rápidas y confiables; PyMEs logran mayor visibilidad, publicidad accesible y métricas claras para optimizar campañas.</p>
<p><b>Hypotheses</b></p> <p>Sí ofrecemos notificaciones personalizadas, panel simple con métricas, reseñas verificadas y acceso multiplataforma, entonces aumentaremos interacción, confianza, adopción y retención en GeoPS Web.</p>	<p><b>What's the most important thing we need to learn first?</b></p> <p>Validar si consumidores valoran recibir ofertas locales vía web y si las PyMEs están dispuestas a usar y pagar por la plataforma como canal publicitario confiable.</p>	<p><b>What's the least amount of work we need to do to learn the next most important thing?</b></p> <p>Construir un prototipo web simple y probarlo con usuarios y PyMEs locales para validar interés, usabilidad y disposición a pagar.</p>

### 1.3. Segmentos objetivos

#### Segmento Objetivo #1: Consumidores de ofertas locales

##### Aspectos Demográficos

- Sexo: Todos los géneros.
- Edad: 18 a 45 años.
- Nivel Socioeconómico: Medio y medio-alto (jóvenes profesionales, estudiantes, familias).

##### Aspectos Geográficos

- Nacionalidad: Peruana.
- Zona Geográfica: Áreas urbanas con alta concentración de comercios.

## Aspectos Psicográficos

- Dolor Principal: Dificultad para encontrar promociones relevantes y confiables en el momento de compra.
  - Objetividad: Consumidores que buscan ahorrar tiempo y dinero accediendo a ofertas locales actualizadas.
  - Nuestra Solución: Proveer una plataforma web con notificaciones personalizadas, mapa interactivo y reseñas verificadas para facilitar el descubrimiento de promociones cercanas.
- 

## Segmento Objetivo #2: Dueños de negocios locales

### Aspectos Demográficos

- Sexo: Todos los géneros.
- Edad: 25 años a más.
- Nivel Socioeconómico: Medio (propietarios o administradores de pequeños y medianos negocios).

### Aspectos Geográficos

- Nacionalidad: Peruana.
- Zona Geográfica: Áreas urbanas con alta competencia comercial.

### Aspectos Psicográficos

- Dolor Principal: No poder atraer clientes fácilmente debido a la saturación de publicidad tradicional y digital poco efectiva.
  - Objetividad: Pequeños y medianos empresarios que buscan aumentar su visibilidad y atraer clientes cercanos con bajo costo.
  - Nuestra Solución: Brindar un panel web intuitivo con campañas segmentadas, métricas en tiempo real y opciones de publicidad accesible para aumentar la competitividad.
- 

## Capítulo 2: Requirements Elicitation & Analysis

### 2.1. Competidores

#### 2.1.1. Análisis competitivo



## Competitive Analysis Landscape

### Su startup



**GeoPs**

### Competidor 1



**Groupon**

### Competidor 2



**Tiendeo**

### Competidor 3



**RetailMeNot**

	<b>GeoPs</b>	<b>Groupon</b>	<b>Tiendeo</b>	<b>RetailMeNot</b>
<b>Overview</b>	Plataforma de publicidad hiperlocalizada que utiliza la geolocalización del navegador y notificaciones push para conectar negocios con usuarios cercanos.	Plataforma web de descuentos en productos, servicios y experiencias, con ofertas por tiempo limitado. Su fuerte está en la compra de cupones antes de ir al negocio.	Plataforma web y móvil que agrega folletos y ofertas digitales de tiendas físicas. Facilita la consulta de promociones para planificar compras en un área específica.	Plataforma web de cupones y ofertas online. Ofrece códigos de descuento para compras en línea y cupones imprimibles o para mostrar en tiendas físicas.
<b>Ventaja competitiva ¿Qué valor ofrece a los clientes?</b>	Publicidad relevante sin descarga. Ofrecemos ofertas contextuales y en tiempo real a los clientes, y un canal de marketing efectivo y asequible a los negocios locales.	Descuentos atractivos. Facilitan el descubrimiento de nuevas experiencias a menor costo para los clientes y garantizan un alto volumen de ventas para los negocios.	Planificación de compras. Ayudan a los clientes a comparar precios y planificar sus compras con folletos digitales, mientras digitalizan las campañas de folletos de los negocios.	Ahorro versátil. Proporcionan a los clientes acceso a una amplia variedad de cupones para compras online y físicas, y a los negocios un canal para distribuir descuentos a una gran base de usuarios.
<b>Mercado objetivo</b>	Usuarios que buscan ofertas personalizadas y negocios que buscan publicitarse.	Usuarios que buscan descuentos en una amplia gama de categorías.	Consumidores que planifican sus compras en tiendas físicas y buscan las mejores ofertas en su área.	Consumidores que buscan descuentos al comprar en tiendas físicas y en línea.

**Competitive Analysis Landscape**

**Su startup**



**GeoPs**

**Competidor 1**



**Groupon**

**Competidor 2**



**Tiendeo**

**Competidor 3**



**RetailMeNot**

**Estrategias de marketing**

Marketing digital y publicidad en redes sociales dirigida a PyMEs y usuarios interesados en ofertas locales y tecnología de geolocalización.

Ofertas diarias y por tiempo limitado, marketing por correo electrónico, publicidad en redes sociales y promociones especiales.

Agregación de folletos digitales de diversas tiendas, notificaciones de nuevas ofertas y tiendas cercanas, publicidad online.

Promoción de cupones y ofertas a través del sitio web y publicidad digital.

**Productos & Servicios**

Publicidad contextual por ubicación, notificaciones de ofertas cercanas y gestión de campañas con analíticas.

Cupones digitales para productos, servicios y experiencias; ofertas limitadas; marketplace.

Folletos digitales de tiendas locales, buscador de ofertas por ubicación/categoría y alertas de promociones.

Cupones y códigos online/en tienda y extensión de navegador para descuentos automáticos.

**Precios & Costos**

Modelo gratuito para usuarios consumidores. De pago para negocios.

Modelo gratuito para usuarios (pagan solo los cupones). De pago para negocios.

Modelo gratuito, con anuncios. De pago para negocios.

Modelo Gratuito. De pago para negocios.

**Canales de distribución (Web y/o Móvil)**

Página web.

Página web, aplicación móvil y correo electrónico.

Página web y aplicación móvil.

Página web y aplicación móvil.

**Competitive Analysis Landscape**

**Su startup**



**GeoPs**

**Competidor 1**



**Groupon**

**Competidor 2**



**Tiendeo**

**Competidor 3**



**RetailMeNot**

	<b>GeoPs</b>	<b>Groupon</b>	<b>Tiendeo</b>	<b>RetailMeNot</b>
<b>Fortalezas</b>	<p>Sin fricción de descarga. Acceso instantáneo por web. Publicidad en tiempo real. Impacta a clientes por proximidad. Herramientas para PyMEs. Dashboard analítico.</p>	<p>Sin fricción de descarga. Acceso instantáneo por web. Publicidad en tiempo real. Impacta a clientes por proximidad. Herramientas para PyMEs. Dashboard analítico.</p>	<p>Formato familiar. Los folletos digitales son fáciles de usar. Centralización. Reúne ofertas de múltiples tiendas. Credibilidad. Relaciones con grandes minoristas.</p>	<p>Variedad de descuentos. Amplia base de datos de cupones. Cobertura online/offline. Cubre diferentes hábitos de compra. Extensión de navegador. Automatiza el ahorro en línea.</p>
<b>Debilidades</b>	<p>Depende del navegador. Requiere permisos de ubicación. Privacidad. La recolección de datos es un tema sensible.</p>	<p>Modelo agresivo. Puede devaluar la marca de los negocios. Sin tiempo real. Las ofertas son limitadas y no contextuales.</p>	<p>Poca personalización. Depende de lo que los minoristas publican. Actualización manual. El contenido no es dinámico ni en tiempo real.</p>	<p>Sin hiper localización. No ofrece la experiencia de proximidad. Calidad de cupones. Algunos códigos pueden no funcionar.</p>
<b>Oportunidades</b>	<p>Crecimiento del comercio local. Aumento de la preferencia por negocios de barrio. Expansión del marketing de proximidad. Los negocios buscan publicidad más dirigida.</p>	<p>Expansión de servicios. Podrían incluir nuevas categorías. Mayor integración. Posibilidad de ofrecer ofertas más personalizadas por ubicación.</p>	<p>Alertas personalizadas. Notificar a usuarios sobre ofertas de tiendas favoritas. Mayor interacción. Crear listas de compras desde los folletos.</p>	<p>Expansión geográfica. Oportunidad de entrar con fuerza en nuevos mercados. Integración con billeteras digitales. Facilitar el uso de los descuentos.</p>

	Su startup	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Competitive Analysis Landscape				
	GeoPs	Groupon	Tiendeo	RetailMeNot
Amenazas	Competencia de apps nativas. Pueden ofrecer una integración más profunda. Monopolio de gigantes. Google Maps es una fuerte competencia indirecta.	Nuevas startups. El surgimiento de apps locales más ágiles. Fatiga del usuario. El modelo de cupones puede volverse predecible.	Competencia de Google Ads. Los minoristas pueden optar por publicidad más efectiva. Obsolescencia. Los usuarios jóvenes pueden considerar los folletos digitales obsoletos.	Competencia de tiendas. Los minoristas desarrollan sus propias apps de lealtad. Fatiga de cupones. Los usuarios se cansan de buscar descuentos y prefieren precios directos.

## 2.1.2. Estrategias y tácticas frente a competidores

### 1. Estrategias para Mitigar Debilidades Propias

Frente a la dependencia del navegador y la privacidad: La principal debilidad de GeoPS es la necesidad de que el usuario dé su permiso de ubicación. Para mitigar esta fricción, la plataforma debe ser transparente y construir confianza.

**Táctica:** Ofrece la opción de explorar la plataforma sin compartir la ubicación de inmediato, permitiendo al usuario buscar ofertas manualmente por distritos o categorías antes de que se sientan cómodos compartiendo su ubicación.

### 2. Estrategias para Aprovechar Oportunidades

Frente al crecimiento del comercio local y el marketing de proximidad: Este es el momento ideal para que GeoPS se positione como el líder del marketing de proximidad en el mercado peruano.

**Táctica:** Organizar webinars y talleres gratuitos dirigidos a dueños de PyMEs para educarlos sobre el marketing de proximidad y cómo pueden usar la plataforma para crecer.

**Táctica:** Crear un programa de referidos para que los negocios existentes reciban descuentos al invitar a otros a unirse a la plataforma, expandiendo la red de forma orgánica.

### 3. Estrategias para Afrontar Amenazas

Frente a la posible saturación y el surgimiento de nuevas apps: El riesgo de que el mercado se sature con ofertas irrelevantes es alto. GeoPS debe enfocarse en la calidad sobre la cantidad.

**Táctica:** Establecer criterios estrictos para los negocios que deseen unirse a la plataforma. Priorizar la calidad de las ofertas y la reputación de los negocios para mantener la confianza de los usuarios.

**Táctica:** Ofrecer herramientas de segmentación avanzadas para que los negocios publiquen ofertas ultra-específicas, evitando el "ruido" publicitario para el usuario final.

Frente a la preferencia por las apps nativas: Aunque GeoPS es web, puede ofrecer una experiencia muy similar a una app.

**Táctica:** Destacar las ventajas de no tener que descargar ni actualizar la aplicación. Usar mensajes como "Accede a ofertas al instante, sin descargas, sin ocupar memoria". Esto posiciona la plataforma como una solución ágil y moderna.

## 2.2. Entrevistas

### 2.2.1. Diseño de entrevistas

#### Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros

##### Características demográficas:

- ¿Cuál es tu edad?
- ¿De qué rubro es tu negocio?
- ¿Dónde se encuentra ubicado tu local principal?

##### Preguntas principales:

- ¿Cuál consideras que es el mayor reto para atraer nuevos clientes hoy en día?
- ¿Qué estrategias de promoción has usado antes? ¿Cuáles funcionaron y cuáles no?
- ¿Qué tan efectivas son para ti las redes sociales como canal publicitario?
- ¿Qué temores o barreras tienes al invertir en nuevas formas de publicidad?
- ¿Cómo mides actualmente si tu publicidad está funcionando?
- ¿Qué papel juegan las ofertas y descuentos en tu estrategia de ventas?

##### Preguntas sobre el proyecto:

- Si existiera una plataforma que conecte tu negocio con clientes cercanos, ¿qué funcionalidades te gustaría que tuviera?
- ¿Qué tipo de clientes te interesa atraer más (nuevos, frecuentes, turistas, vecinos)?
- ¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por una herramienta digital que realmente te acerque a clientes locales?
- Si pudieras diseñar la aplicación perfecta para promocionar tu negocio, ¿qué funciones no podrían faltar?

#### Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos

##### Características demográficas:

- ¿Cuál es tu edad?
- ¿En qué distrito/ciudad vives?
- ¿Con qué frecuencia sueles buscar o aprovechar ofertas?
- ¿Qué tan familiarizado estás con el uso de plataformas digitales?

##### Preguntas principales:

- Cuéntame de la última vez que buscaste ofertas locales. ¿Cómo fue la experiencia?
- ¿Qué aspectos te resultan más molestos o poco prácticos en la forma en que te enteras de promociones hoy?
- ¿Qué tipo de publicidad sueles ignorar o rechazar? ¿Por qué?
- ¿Qué tan importante es para ti la facilidad y rapidez al encontrar una oferta?
- ¿Usas herramientas como Google Maps o redes sociales para decidir si visitar un local? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Qué factores te hacen confiar o desconfiar de una promoción?

## Preguntas sobre el proyecto:

- ¿Qué te gustaría que fuera diferente en la forma de recibir promociones cerca de ti?
- ¿Qué preocupaciones tendrías al compartir tu ubicación o datos personales en una app de este tipo? ¿Qué te daría seguridad?
- ¿Cómo sería para ti la experiencia ideal al descubrir ofertas en tu zona?

### 2.2.2. Registro de entrevistas

#### Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros

Número de registro	Datos del entrevistado	Captura
1	<p><b>Nombre:</b> Mirta <b>Edad:</b> 57 años <b>Distrito:</b> Jesús María <b>Duración de la entrevista:</b> 5 minutos y 54 segundos <b>Link:</b> <a href="https://youtu.be/fC130lduBCM">https://youtu.be/fC130lduBCM</a></p> <p><b>Resumen:</b> En esta entrevista, Mirta, una comerciante de 57 años, dueña de una piñatería, habla sobre los desafíos de su negocio, especialmente la promoción y la competencia. Menciona que utiliza redes sociales como Instagram y Facebook, pero que la clave para ella es el trato personalizado al cliente y las recomendaciones de boca en boca. Prefiere usar WhatsApp para comunicarse con sus clientes y valora la interacción directa. También expresa su interés en una herramienta digital que la conecte con clientes locales.</p>	
2	<p><b>Nombre:</b> Kelly <b>Edad:</b> 21 años <b>Distrito:</b> Jesús María <b>Duración de la entrevista:</b> 3 minutos y 8 segundos <b>Link:</b> <a href="https://youtu.be/k7YhV_pqApc">https://youtu.be/k7YhV_pqApc</a></p> <p><b>Resumen:</b> En esta entrevista, Kelly, la dueña de una tienda de mascotas, de 21 años, comparte sus ideas sobre el marketing digital. Destaca que el mayor desafío es el uso de las redes sociales para atraer clientes, y que las ofertas como "compra uno y lleva uno gratis" han sido muy efectivas. También menciona que se están enfocando en TikTok para transmisiones en vivo, lo cual ha aumentado sus ventas y seguidores. Explica que miden el éxito de su publicidad directamente a través de las ventas y que buscan clientes recurrentes. Finalmente, describe una aplicación ideal que le gustaría para su negocio, con funciones para ver productos, ofertas y realizar compras desde casa.</p>	

Número de registro	Datos del entrevistado	Captura
3	<p><b>Nombre:</b> Cesar</p> <p><b>Edad:</b> 50 años</p> <p><b>Distrito:</b> Miraflores</p> <p><b>Duración de la entrevista:</b> 3 minutos y 34 segundos</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://youtu.be/VHkTCRW2lgc">https://youtu.be/VHkTCRW2lgc</a></p> <p><b>Resumen:</b> En este video, se entrevista al dueño de un negocio de comida. Habla sobre la efectividad del "boca a boca" y el uso de WhatsApp para las ventas. Mide el éxito de su promoción directamente a través de las ventas generadas por WhatsApp. Expresa interés en una plataforma digital para negocios locales que le permita mostrar sus platos con fotos y videos, y que le ayude a atraer clientes, especialmente turistas, ya que considera que tienen mayor poder adquisitivo. Además, está dispuesto a pagar por una aplicación si esta le garantiza la captación de clientes locales de manera efectiva.</p>	

## Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos

Número de registro	Datos del entrevistado	Captura
1	<p><b>Nombre:</b> Andrés Torres</p> <p><b>Edad:</b> 19 años</p> <p><b>Distrito:</b> San Miguel</p> <p><b>Duración de la entrevista:</b> 3 minutos y 29 segundos</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://youtu.be/lss8fRI5_3g">https://youtu.be/lss8fRI5_3g</a></p> <p><b>Resumen:</b> En este video, se entrevista a Andrés Torres, un joven de 19 años del distrito de San Miguel. Habla sobre cómo busca ofertas para el cine usando aplicaciones como Yape. Le molesta la publicidad intrusiva en la calle y en aplicaciones que no le interesa. Su confianza en las promociones depende de la reputación de la empresa, aunque también consideraría ofertas de empresas menos conocidas si tienen buena presentación. Andrés sugiere que las promociones deberían adaptarse a los intereses de los usuarios y que las aplicaciones deberían solicitar datos básicos a los creadores de los proyectos para generar mayor seguridad.</p>	

Número de registro	Datos del entrevistado	Captura
2	<p><b>Nombre:</b> Ángel José</p> <p><b>Edad:</b> 22 años</p> <p><b>Distrito:</b> Cercado de Lima</p> <p><b>Duración de la entrevista:</b> 4 minutos y 47 segundos</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://youtu.be/s_zL-OGBqJE">https://youtu.be/s_zL-OGBqJE</a></p> <p><b>Resumen:</b> En este video, Ángel José, de 22 años, del Cercado de Lima, comparte su experiencia buscando ofertas. Explica que usa plataformas como Yape, Instagram y Facebook. Le molesta tener que buscar manualmente y a menudo pide recomendaciones a conocidos. Desconfía de los descuentos muy altos que podrían ser estafas o productos falsos. Su experiencia ideal sería recibir notificaciones de ofertas que le interesen, que sean de locales conocidos y fáciles de canjear. Además, se sentiría seguro compartiendo sus datos si la empresa es profesional y cifra la información.</p>	

3	<p><b>Nombre:</b> Elian</p> <p><b>Edad:</b> 25 años</p> <p><b>Distrito:</b> San Martín de Porres</p> <p><b>Duración de la entrevista:</b> 5 minutos y 10 segundos</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://youtu.be/h1kiEyQ9aIY">https://youtu.be/h1kiEyQ9aIY</a></p> <p><b>Resumen:</b> En esta entrevista, Elian, de 25 años, del distrito de San Martín de Porres, habla sobre su experiencia con la búsqueda de ofertas en línea. Menciona que las páginas web no son fáciles de usar y le molesta la publicidad de ofertas que ya no están vigentes. Su principal interés es encontrar ofertas de manera rápida y fácil. Desconfía de las promociones "demasiado buenas para ser verdad" y sugiere que las plataformas deberían personalizar las ofertas según su historial de compras. No le preocupa compartir sus datos o ubicación, ya que es algo común en aplicaciones de entrega. Su experiencia ideal sería encontrar ofertas buenas y cercanas a su ubicación.</p>	
---	--	--

### 2.2.3. Análisis de entrevistas

#### Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros

A partir de las entrevistas a tres dueños de negocios, de edades y rubros variados, podemos extraer las siguientes conclusiones:

**a) La tecnología es una herramienta de apoyo, no un reemplazo de las estrategias tradicionales.** El 100% de los entrevistados (Mirta, Kelly y Cesar) enfatiza la importancia del contacto personal y el "boca a boca". Aunque todos usan plataformas digitales (WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok), lo hacen para complementar sus métodos tradicionales, como el trato personalizado o la venta directa. Esto demuestra que valoran la conexión humana tanto o más que las herramientas digitales.

**b) Existe una clara y urgente necesidad de una plataforma digital centralizada y adaptada a negocios locales.** El 100% de los entrevistados expresa su interés en una herramienta digital que resuelva problemas específicos. Mirta busca una que la conecte con clientes locales, Kelly describe una app ideal para mostrar productos y gestionar ventas, y Cesar menciona que pagaría por una solución que le garantice la captación de clientes de su zona. Esto evidencia que los dueños de negocios están buscando una solución que vaya más allá de las redes sociales genéricas, y que les ofrezca funcionalidades específicas para su tipo de negocio.

**c) El éxito del marketing digital se mide directamente en ventas, no en interacciones superficiales.** El 100% de los entrevistados evalúa la efectividad de sus esfuerzos de promoción en función de los resultados tangibles. Kelly y Cesar mencionan explícitamente que miden su éxito a través de las ventas generadas por WhatsApp, y Mirta se enfoca en que sus acciones de marketing se traduzcan en nuevas recomendaciones. Esto indica que para este segmento, el objetivo principal de cualquier herramienta digital es el crecimiento de los ingresos.

#### *Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos*

A partir de las entrevistas a tres jóvenes consumidores de ofertas, podemos extraer las siguientes conclusiones:

**a) Existe una desconfianza generalizada hacia la publicidad intrusiva y las ofertas poco realistas.** Un 100% de los entrevistados (Andrés, Ángel y Elian) manifiesta su rechazo a las estrategias de marketing que no son de su interés. Andrés detesta la publicidad en la calle, Ángel desconfía de los descuentos "muy llamativos" que parecen estafas, y a Elian le molesta la publicidad de ofertas ya caducadas. Esto demuestra que este segmento prefiere la proactividad de buscar sus propias ofertas en plataformas que confían en vez de ser interrumpidos por información irrelevante o sospechosa.

**b) La conveniencia, la relevancia y la personalización son elementos clave para la adopción de plataformas de ofertas.** El 100% de los entrevistados valora la facilidad de uso y la personalización. Andrés sugiere que las promociones se adapten a sus intereses, mientras que Elian desearía ofertas personalizadas basadas en su historial de compras, similar a TikTok. Ángel, por su parte, busca recibir notificaciones de ofertas que le interesen sin tener que buscar manualmente. Para este segmento, una experiencia ideal no implica buscar constantemente, sino que las ofertas adecuadas "lleguen a ellos" de manera organizada y relevante.

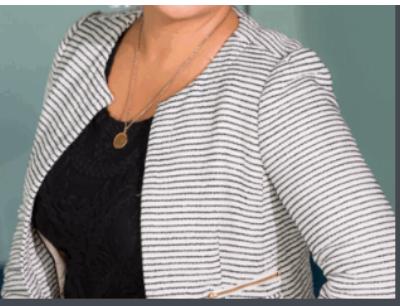
**c) La seguridad y la transparencia son esenciales para generar confianza.** Dos de los tres entrevistados (Andrés y Ángel) mencionan la importancia de la confianza. Andrés afirma que la reputación de la empresa es crucial y sugiere que las aplicaciones deberían solicitar datos a los creadores para generar seguridad. Ángel se sentiría seguro compartiendo sus datos si la empresa es profesional y cifra la información. Por otro lado, Elian, que no tiene preocupaciones sobre compartir datos en aplicaciones de entrega, muestra que la confianza se puede construir si la plataforma es conocida y tiene un historial de uso común, como un app de delivery. Esto demuestra que este segmento tiene un nivel de conciencia sobre la seguridad de sus datos y que la transparencia es fundamental para que se sientan cómodos usando una plataforma de ofertas.

### 2.3. Needfinding

#### 2.3.1. User Personas

##### *Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros*

PERSONA: Daniela Martínez	
NAME	TYPE
Daniela Martínez	Rational
	<p><b>Goals</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aumentar las ventas y la base de clientes de forma sostenida.</li><li>• Mejorar la eficiencia del marketing digital para obtener un retorno claro de su tiempo.</li><li>• Conectar directamente con clientes en su comunidad</li></ul>



## Demographic

Female 35 years

Lima Metropolitana - Perú

Single

Dueña de tienda de productos para mascotas

Dueños de negocios de diferentes rubros

## Skills

### Relaciones Públicas



### Manejo de Redes Sociales



### Comunicación



local.

- Simplificar la gestión de promociones y la interacción con clientes potenciales.

## Quote

“

*Quiero una plataforma web que me ayude a vender más y que mis clientes me encuentren fácilmente.*

”

## Background

Daniela es dueña de una pequeña tienda de productos para mascotas en el distrito de Jesús María. Con 35 años, ha adaptado su negocio a la era digital, pero mantiene una fuerte creencia en el poder del trato personal. Aunque usa las redes sociales, no las domina completamente y se frustra cuando no ve resultados claros. Su objetivo es hacer crecer su negocio de manera sostenible y conectar con clientes locales sin perder tiempo en la publicidad irrelevante.

## Motivations

- Incrementar sus ingresos a través de la expansión de su negocio.
- Mantener la relevancia en un mercado competitivo, aprovechando las herramientas digitales sin perder el toque personal.
- Ganar la confianza de sus clientes y convertirlos en seguidores leales.

## Frustrations

- Las redes sociales a menudo parecen una herramienta ineficaz que consume mucho tiempo sin generar ventas tangibles.
- No encontrar soluciones digitales que se adapten a la escala y las necesidades específicas de su negocio.
- Tener que manejar la comunicación y las ofertas a través de múltiples canales.

**UXPRESSIA**

This persona was built in upressoia.com

Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos

PERSONA: Sebastián Rojas

NAME

Sebastián Rojas

TYPE

Idealist



#### Demographic

♂ Male      22 years  
 Lima Metropolitana - Perú  
 Single  
 Profesión: Estudiante universitario  
 Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos

#### Skills



#### Goals

- Ahorrar dinero aprovechando ofertas relevantes para su estilo de vida (cine, comida, etc.).
- Encontrar una plataforma que consolide ofertas y le evite tener que buscar manualmente en diferentes sitios.
- Sentirse seguro al usar aplicaciones, sabiendo que sus datos están protegidos.
- Recibir promociones personalizadas que se alineen con sus verdaderos intereses.

#### Quote

“*Quiero encontrar la mejor oferta sin perder tiempo, y sin que me llenen de publicidad que no me interesa.*”

#### Background

Sebastián es un estudiante universitario de 22 años que vive en San Miguel con un presupuesto ajustado. Es digitalmente nativo y usa su teléfono para casi todo. Aunque busca ofertas activamente para ahorrar, está cansado de la publicidad intrusiva y las promociones que no le interesan. Valora la transparencia, la seguridad de sus datos y la personalización, por lo que prefiere plataformas que le ofrezcan exactamente lo que busca.

#### Motivations

- Maximizar su presupuesto y obtener más por su dinero.
- Experimentar una forma más inteligente y eficiente de encontrar ofertas.
- Mantener el control sobre su información personal y digital.

#### Frustrations

- Facturas poco claras que dificultan dividir los gastos con sus compañeros.
- Desconoce qué dispositivos elevan más el consumo.
- Se le olvida apagar luces o electrodomésticos.

# UXPRESSIA

This persona was built in upressoia.com

## 2.3.2 User Task Matrix

Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros

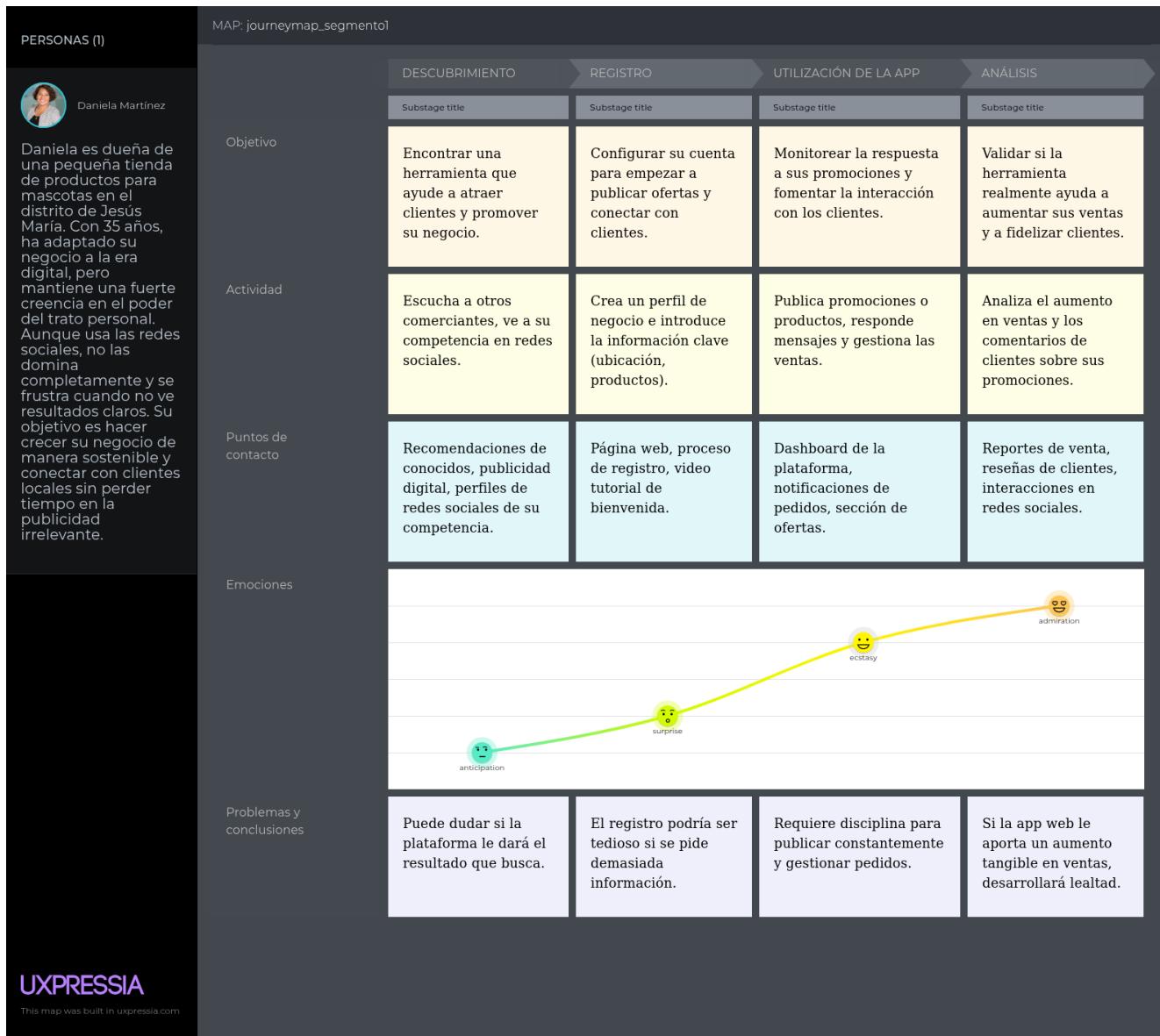
Task	Frecuencia	Importancia
Promocionar productos y servicios en redes sociales	Alto	Alto
Responder a consultas de clientes por diversos canales	Alto	Alto
Crear y publicar ofertas especiales o promociones	Medio	Alto
Actualizar el inventario de productos y sus precios	Medio	Medio
Buscar nuevas ideas de marketing o tendencias digitales	Bajo	Medio
Registrar y dar seguimiento a nuevos clientes	Alto	Alto
Analizar qué tipo de promoción genera más ventas	Bajo	Medio
Interactuar con comentarios o mensajes de clientes en sus publicaciones	Medio	Alto

Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos

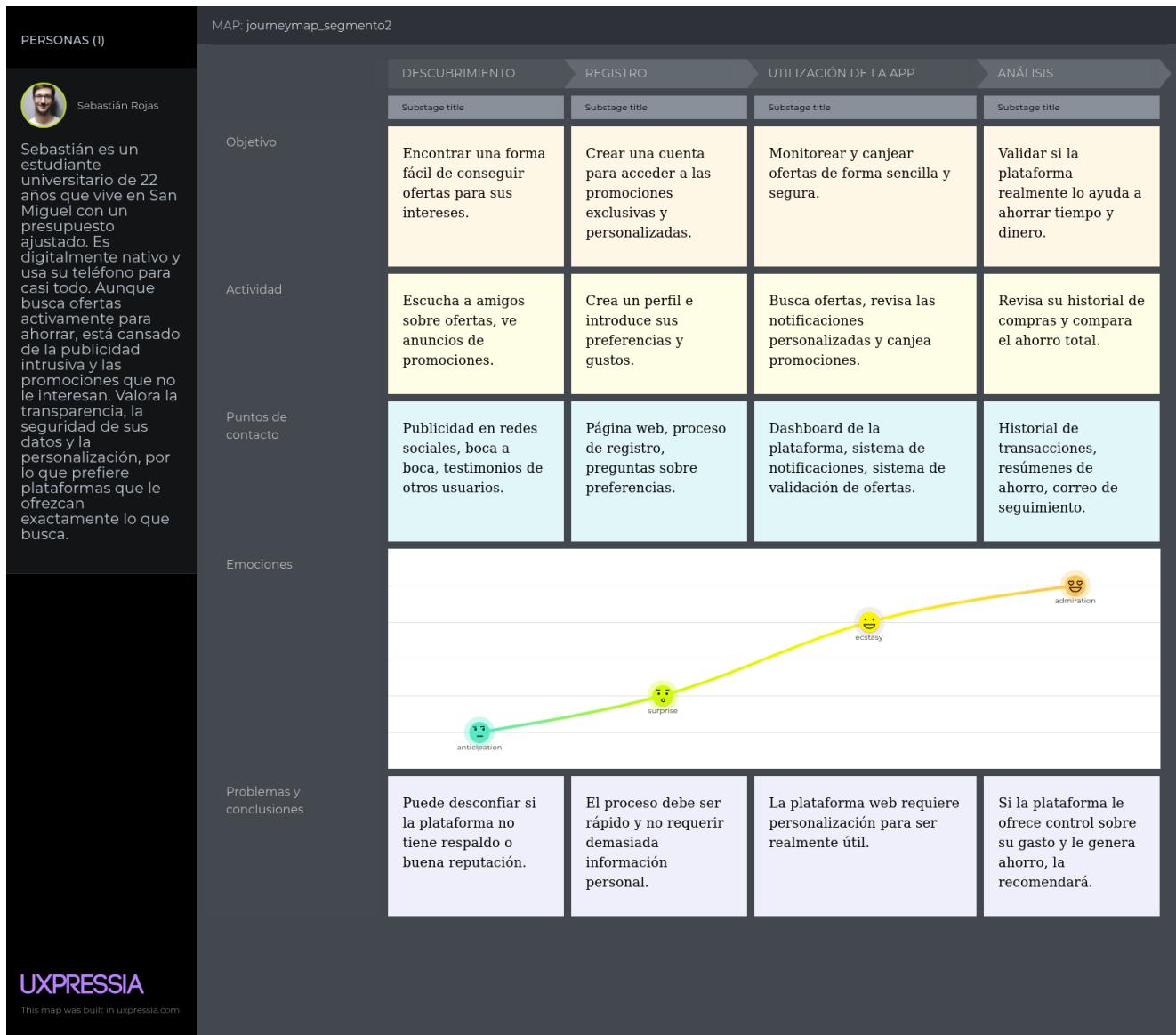
Task	Frecuencia	Importancia
Buscar activamente ofertas para productos o servicios específicos	Alto	Alto
Validar la credibilidad de una oferta (reputación, comentarios)	Alto	Alto
Comparar precios y promociones entre diferentes tiendas o apps	Alto	Alto
Leer reseñas y opiniones de otros usuarios	Medio	Alto
Planificar gastos personales y asignar un presupuesto para ocio	Alto	Alto
Revisar notificaciones de ofertas que le interesan	Alto	Alto
Compartir ofertas encontradas con amigos o familiares	Bajo	Bajo
Guardar ofertas para usarlas en el futuro	Medio	Medio

## 2.3.3. User Journey Mapping

Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros



### Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos



### 2.3.4. Empathy Mapping

Segmento 1: Dueños de negocios de diferentes rubros

PERSONA: empathymap\_segmento1

**THINK & FEEL?**

Piensa "El tiempo es dinero, ¿cómo puedo hacer que el marketing digital funcione de verdad para mí?". Siente frustración por la falta de resultados claros de sus esfuerzos en redes sociales. Alivio al saber que sus clientes confían en ella por el boca a boca. Motivación por crecer y competir con negocios más grandes.

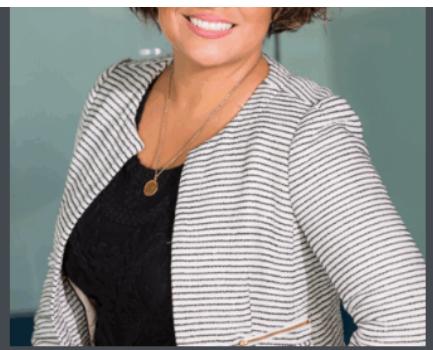
**HEAR?**

- Escucha a sus clientes pedirle que publique más sobre sus productos.

**SEE?**

- Ve a sus clientes usando constantemente plataformas digitales.
- Observa a su

- Oye a otros comerciantes hablar sobre el éxito que tienen con las ventas online.
- Escucha a sus clientes referirle a nuevos compradores por su buen servicio.



- competencia con perfiles de redes sociales muy activos.
- Ve mucha publicidad genérica que no se ajusta a su negocio local.

#### SAY & DO?

Dice, "El trato personalizado y las recomendaciones de mis clientes son mi mejor publicidad." Publica fotos en Instagram y Facebook de vez en cuando. Responde a sus clientes por WhatsApp. Se enfoca en la calidad de sus productos y en dar un excelente servicio en su tienda.

#### PAINS

Le perder tiempo y dinero en marketing que no funciona. No poder competir con grandes cadenas. Sentir que no está conectada con su comunidad digital.

#### GAINS

Una herramienta que simplifique su marketing. Una plataforma web que la conecte directamente con clientes locales. Un servicio que le ayude a aumentar sus ventas y le ahorre tiempo.

## UXPRESSIA

This persona was built in upressoia.com

#### Segmento 2: Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos

PERSONA: empathymap\_segmento2

#### THINK & FEEL?

Piensa "¿Cómo encuentro la mejor oferta para el cine sin tener que buscar por todos lados?". Siente, frustración por el bombardeo de publicidad irrelevante. Desconfianza ante las ofertas "demasiado buenas para ser verdad". Alivio al encontrar una oferta a través de una fuente confiable.

HEAR?

SEE?

- Escucha a sus amigos recomendarle ofertas que encontraron.
- Oye noticias sobre fraudes y estafas online.
- Escucha la publicidad agresiva de los vendedores en la calle.



- Ve anuncios emergentes y publicidad intrusiva en aplicaciones.
- Observa a sus amigos compartiendo "pantallazos" de ofertas.
- Ve que algunas aplicaciones de finanzas tienen secciones de descuentos.

#### SAY & DO?

Dice "Odio cuando me llega publicidad de algo que no me interesa para nada.". Revisa aplicaciones como Yape, Instagram o Facebook en busca de ofertas. Ignora los anuncios que no le parecen relevantes. Pregunta a sus amigos por recomendaciones.

#### PAINS

Le preocupa recibir notificaciones de publicidad irrelevante. Desperdiciar tiempo buscando ofertas de forma manual. La seguridad de sus datos personales. Encontrar ofertas caducadas o falsas.

#### GAINS

Una plataforma que centralice las ofertas de su interés. Recibir notificaciones personalizadas. Un servicio que le genere confianza. La garantía de que las ofertas son reales y seguras.

## UXPRESSIA

This persona was built in upressoia.com

## 2.4. Big Picture Event Storming



## 2.5. Ubiquitous Language

- **Oferta:** Una promoción, descuento o paquete especial que un negocio publica con el objetivo de atraer a nuevos clientes o fidelizar a los existentes.
- **Dueño de Negocio:** La persona encargada de un negocio local que busca herramientas y estrategias para promocionar sus productos o servicios.
- **Consumidor:** Un usuario que busca activamente promociones y descuentos, con la meta de ahorrar dinero o encontrar productos de su interés.
- **Conversión:** El momento en que un consumidor completa una acción deseada, como canjear una oferta, realizar una compra o contactar a un negocio.
- **Credibilidad:** El nivel de confianza que una oferta o un negocio genera en el consumidor, influenciado por la reputación y la transparencia de la información.
- **Canje:** El proceso en el que un consumidor valida y utiliza una oferta para obtener el beneficio prometido por el negocio.

- **Fidelización:** Las estrategias que un negocio implementa para retener a sus clientes y fomentar que repitan sus compras a largo plazo.

## Capítulo 3: Requirements Specification

### 3.1. User Stories

Las User Stories representan las necesidades y expectativas de los usuarios finales expresadas en un lenguaje sencillo y centrado en su valor.

A través de ellas se traduce lo que los usuarios quieren lograr al usar el producto, asegurando que las funcionalidades desarrolladas estén alineadas con sus objetivos reales.

Epic	ID
Registro y Autenticación	EP01
Descubrimiento y Gestión de Ofertas (Clientes)	EP02
Gestión de Campañas Publicitarias (Proveedores)	EP03
Planes y Suscripciones (Clientes y Proveedores)	EP04
Experiencia del Usuario y Contenido	EP05

Story ID	Título	Descripción	Criterios de aceptación	Relacionado con (Epic ID)
US01	Registro de Usuario en la Plataforma Web	Como usuario, quiero poder registrarme en la plataforma web con mi correo electrónico y contraseña para poder acceder a las ofertas personalizadas.	Escenario 01: Dado que estoy en la página de registro, Cuando ingreso un correo electrónico válido, una contraseña segura, confirmo la contraseña y hago clic en "Registrar", Entonces el sistema crea la cuenta y muestra mensaje de éxito.	EP01
US02	Inicio de Sesión de Usuario en la Plataforma Web	Como usuario, quiero poder iniciar sesión en la plataforma web con mi correo electrónico y contraseña para acceder a mis ofertas guardadas.	Escenario 01: Dado que estoy en la página de inicio de sesión, Cuando ingreso mis credenciales correctas y hago clic en "Iniciar sesión", Entonces el sistema autentica y me redirige a "Mis ofertas guardadas".	EP01
US03	Registro de Negocio en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero poder registrar mi negocio proporcionando información detallada para poder crear campañas publicitarias.	Escenario 01: Dado que estoy en la página de registro de negocio, Cuando ingreso un correo válido, contraseña y datos obligatorios, Entonces el sistema crea la cuenta del negocio y muestra un mensaje de éxito.	EP01

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US04	Inicio de Sesión de Negocio en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero poder iniciar sesión con mi correo electrónico y contraseña para acceder al panel de gestión de campañas.	Escenario 01: Dado que estoy en la página de inicio de sesión de negocios, Cuando ingreso mis credenciales correctas, Entonces el sistema autentica y me redirige al panel de gestión.	EP01
US05	Recuperación de Contraseña en la Plataforma Web	Como usuario o dueño de negocio, quiero poder recuperar mi contraseña para restablecer el acceso en caso de olvido.	Escenario 01: Dado que estoy en la página de recuperación de contraseña, Cuando ingreso un correo válido y confirmo la acción, Entonces el sistema envía un enlace de restablecimiento y muestra un mensaje de confirmación.	EP01
US06	Búsqueda de Ofertas por Ubicación en la Plataforma Web	Como usuario, quiero poder buscar ofertas cercanas a mi ubicación para encontrar promociones convenientes y ahorrar tiempo.	Escenario 01: Dado que permití el acceso a mi ubicación, Cuando realizo una búsqueda, Entonces el sistema muestra un listado de promociones ordenadas por cercanía.	EP02
US07	Búsqueda de Ofertas por Categoría en la Plataforma Web	Como usuario, quiero poder filtrar ofertas por categoría para encontrar fácilmente las promociones que me interesan.	Escenario 01: Dado que estoy en la sección de búsqueda, Cuando selecciono una categoría, Entonces el sistema muestra solo las ofertas correspondientes.	EP02
US08	Visualización de Detalles de Oferta en la Plataforma Web	Como usuario, quiero poder visualizar los detalles de una oferta para conocer toda la información antes de aprovecharla.	Escenario 01: Dado que estoy en el listado de ofertas, Cuando selecciono una oferta, Entonces el sistema muestra la información detallada (descripción, precio, vigencia, ubicación, condiciones de uso).	EP02
US09	Visualización de Ofertas en Mapa en la Plataforma Web	Como usuario, quiero visualizar las ofertas en un mapa para ubicar rápidamente negocios cercanos.	Escenario 01: Dado que estoy en la sección de ofertas, Cuando selecciono "Ver en mapa", Entonces el sistema muestra un mapa interactivo con ubicación de negocios y ofertas.	EP02

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US10	Guardar Ofertas en la Plataforma Web	Como usuario, quiero poder guardar ofertas para revisarlas más tarde y no perder promociones de interés.	Escenario 01: Dado que estoy viendo una oferta, Cuando hago clic en "Guardar oferta", Entonces el sistema la almacena en mi perfil y me permite acceder desde "Mis ofertas guardadas".	EP02
US11	Creación de Campaña Publicitaria en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero crear campañas publicitarias para promocionar mis productos o servicios.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando completo los campos obligatorios, Entonces el sistema guarda la campaña y la muestra en la lista de campañas activas.	EP03
US12	Edición de Campaña Publicitaria en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero editar campañas publicitarias existentes para actualizar información y mejorar efectividad.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando selecciono una campaña activa y modiflico sus datos, Entonces el sistema guarda cambios y actualiza la información visible.	EP03
US13	Eliminación de Campaña Publicitaria en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero eliminar campañas publicitarias para retirar promociones que ya no deseo mantener.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando selecciono una campaña activa y confirmo "Eliminar", Entonces el sistema elimina la campaña y desaparece de la lista de activas.	EP03
US14	Visualización de Campañas Activas en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero visualizar todas mis campañas activas para dar seguimiento.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando accedo a "Campañas Activas", Entonces el sistema muestra un listado de todas las campañas vigentes.	EP03
US15	Visualización de Métricas de Campañas en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero visualizar métricas de mis campañas para evaluar desempeño y tomar decisiones.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando selecciono una campaña específica y accedo a métricas, Entonces el sistema muestra visualizaciones, clics, interacciones y duración.	EP03
US16	Filtrado de Campañas por Estado en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero filtrar mis campañas por estado para gestionarlas fácilmente.	Escenario 01: Dado que estoy en la sección de gestión, Cuando selecciono un estado específico, Entonces el sistema muestra únicamente campañas de ese estado.	EP03

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US17	Notificaciones de Rendimiento de Campaña en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero recibir notificaciones sobre el rendimiento de mis campañas sin revisarlas constantemente.	Escenario 01: Dado que tengo una campaña activa, Cuando ocurre un evento relevante (ej. campaña por finalizar), Entonces el sistema me muestra una notificación con resumen del evento.	EP03
US18	Exportación de Reportes de Campañas en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero exportar reportes de mis campañas para analizarlos externamente.	Escenario 01: Dado que estoy en la sección de métricas, Cuando selecciono "Exportar reporte", Entonces el sistema genera archivo en PDF o Excel con información de la campaña.	EP03
US19	Configuración de Presupuesto de Campaña en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero configurar presupuesto de campañas para controlar gastos y optimizar inversión.	Escenario 01: Dado que estoy creando o editando una campaña, Cuando ingreso presupuesto y confirmo, Entonces el sistema guarda el presupuesto y lo muestra en el panel.	EP03
US20	Pausar Campaña Publicitaria en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero pausar campañas temporalmente sin eliminarlas.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando selecciono una campaña activa y hago clic en "Pausar", Entonces el sistema cambia estado a "Pausada".	EP03
US21	Reactivar Campaña Publicitaria en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero reactivar campañas pausadas para retomar su difusión.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando selecciono una campaña pausada y hago clic en "Reactivar", Entonces el sistema cambia estado a "Activa".	EP03
US22	Programar Fecha de Inicio de Campaña en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero programar fecha de inicio para campañas.	Escenario 01: Dado que estoy creando campaña, Cuando selecciono fecha futura, Entonces el sistema guarda programación y activa automáticamente la campaña en esa fecha.	EP03
US23	Programar Fecha de Fin de Campaña en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero programar fecha de fin para campañas.	Escenario 01: Dado que estoy creando o editando campaña, Cuando selecciono fecha de fin, Entonces el sistema cambia estado a "Finalizada" automáticamente al concluir el periodo.	EP03

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US24	Segmentación de Campañas por Ubicación en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero segmentar campañas por ubicación para dirigir anuncios a usuarios de un área objetivo.	Escenario 01: Dado que estoy creando o editando campaña, Cuando defino una zona geográfica o radio, Entonces el sistema limita visualización de la campaña a usuarios dentro del área configurada.	EP03
US25	Segmentación de Campañas por Demografía en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero segmentar campañas por demografía e intereses para dirigirlas al público más relevante.	Escenario 01: Dado que estoy creando o editando campaña, Cuando selecciono filtros de segmentación (edad, género, intereses), Entonces el sistema configura campaña solo para usuarios que cumplen esos criterios.	EP03
US26	Duplicar Campaña Publicitaria en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero duplicar campañas existentes para ahorrar tiempo en creación.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando selecciono una campaña y hago clic en "Duplicar", Entonces el sistema crea nueva campaña con mismos datos de la original.	EP03
US27	Previsualización de Campaña en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero previsualizar campañas antes de publicarlas.	Escenario 01: Dado que estoy en proceso de creación o edición, Cuando hago clic en "Previsualizar", Entonces el sistema muestra vista simulada de cómo se verá publicada la campaña.	EP03
US28	Historial de Campañas en la Plataforma Web	Como dueño de negocio, quiero visualizar historial de todas mis campañas para llevar registro de promociones realizadas.	Escenario 01: Dado que estoy en el panel de gestión, Cuando accedo a "Historial de campañas", Entonces el sistema muestra listado con todas las finalizadas y sus datos principales.	EP03
US29	Configuración de Idioma en la Plataforma Web	Como usuario, quiero seleccionar idioma de la plataforma para visualizar contenido en mi preferencia.	Escenario 01: Dado que estoy en la página principal, Cuando selecciono un idioma en el selector, Entonces el sistema cambia todo el contenido al idioma elegido.	EP05

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US30	Accesibilidad en la Plataforma Web	Como usuario, quiero que la plataforma cumpla criterios de accesibilidad (contraste, lectores de pantalla, navegación con teclado).	Escenario 01: Dado que navego en la plataforma, Cuando interactúo con elementos, Entonces el sistema permite usarlos de manera accesible.	EP05
US31	Registro de Puntos de Interés Habituales en la Plataforma Web	Como usuario, quiero registrar puntos de interés habituales para recibir promociones en esas zonas.	Escenario 01: Dado que estoy en mi perfil, Cuando agrego dirección o selecciono punto en mapa, Entonces el sistema guarda ese punto de interés y muestra promociones cercanas.	EP04
US32	Suscripción a Plan Premium (Proveedor)	Como proveedor, quiero suscribirme al plan Premium para acceder a estadísticas y herramientas avanzadas.	Escenario 01: Dado que estoy en la página de planes, Cuando selecciono "Hazte Premium" y completo pago, Entonces el sistema actualiza cuenta a Premium y habilita beneficios avanzados.	EP04
US33	Suscripción a Plan Premium (Cliente)	Como cliente, quiero suscribirme al plan Premium para acceder a descuentos exclusivos y promociones especiales.	Escenario 01: Dado que estoy en página de planes, Cuando selecciono "Hazte Premium" y completo pago, Entonces el sistema actualiza mi cuenta a Premium y habilita beneficios exclusivos.	EP04
US34	Gestión de Suscripción (Cliente/Proveedor)	Como usuario, quiero gestionar mi suscripción para cambiar de plan, renovar o cancelar.	Escenario 01: Dado que estoy en Mi cuenta → Suscripción, Cuando selecciono una acción y confirmo, Entonces el sistema aplica cambios y muestra confirmación.	EP04
US35	Encabezado con navegación	Como visitante, quiero un encabezado con menú de navegación.	Escenario 01: Dado que accedo a la landing, Cuando interactúo con el encabezado, Entonces puedo navegar entre secciones principales.	EP05
US36	Información en el footer	Como visitante, quiero ver información útil en el pie de página.	Escenario 01: Dado que navego en la página principal, Cuando llego al pie de página, Entonces observo enlaces a contacto, términos y redes sociales.	EP05

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US37	Visualización de Encabezado con Navegación en Landing Page	Como visitante, quiero ver un encabezado con navegación a las secciones principales.	Escenario 01: Dado que accedo a la landing page, Cuando visualizo la parte superior, Entonces el sistema muestra un encabezado con enlaces a secciones principales.	EP05
US38	Visualización de Hero Section en la Landing Page	Como visitante, quiero ver un mensaje principal con un call-to-action en la parte superior.	Escenario 01: Dado que accedo a la landing, Cuando llego a la sección principal, Entonces visualizo mensaje destacado y un botón de acción (ej. "Únete ahora").	EP05
US39	Visualización de Sección de Promociones en Landing Page	Como visitante, quiero ver una sección con promociones disponibles.	Escenario 01: Dado que navego en la landing, Cuando llego a "Ver Promociones", Entonces el sistema muestra promociones representativas con información básica.	EP05
US40	Visualización de Marcas y Tiendas en la Landing Page	Como visitante, quiero ver logos e información de marcas asociadas para confiar en la plataforma.	Escenario 01: Dado que navego en la landing, Cuando llego a "Marcas y Tiendas Asociadas", Entonces el sistema muestra logos e información básica de negocios afiliados.	EP05
US41	Visualización de "Quiénes Somos" en Landing Page	Como visitante, quiero ver sección "Quiénes Somos" para comprender misión de GeoPS.	Escenario 01: Dado que navego en la landing, Cuando llego a "Quiénes Somos", Entonces el sistema muestra información sobre misión de GeoPS de forma clara y atractiva.	EP05
US42	Consulta de Preguntas Frecuentes en Landing Page	Como visitante, quiero acceder a sección de FAQ para resolver dudas sin contactar soporte.	Escenario 01: Dado que navego en la landing, Cuando despliego una pregunta, Entonces el sistema muestra respuesta correspondiente de manera clara.	EP05
US43	Visualización de Footer con Información de Contacto	Como visitante, quiero ver un pie de página con redes sociales y datos de contacto.	Escenario 01: Dado que navego en la landing, Cuando llego al pie de página, Entonces el sistema muestra enlaces activos a redes sociales y datos de contacto.	EP05
US44	Diseño Responsivo en la Landing Page	Como visitante, quiero que la landing se adapte automáticamente a mi dispositivo.	Escenario 01: Dado que accedo a la landing desde móvil o tablet, Cuando navego, Entonces el sistema muestra contenido ajustado correctamente al tamaño de pantalla.	EP05

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de aceptación</b>	<b>Relacionado con (Epic ID)</b>
US45	Optimización y Pruebas Finales de la Landing Page	Como visitante, quiero que la landing funcione en distintos navegadores y cargue rápido.	Escenario 01: Dado que accedo a la landing desde diferentes navegadores y dispositivos, Cuando navego por las secciones, Entonces el sistema mantiene buen rendimiento, muestra todo correctamente y no presenta errores de compatibilidad.	EP05

## Technical Stories

Las Technical Stories detallan requerimientos técnicos derivados de las User Stories.

Están orientadas al equipo de desarrollo y especifican aspectos relacionados con infraestructura, integraciones, seguridad o rendimiento, necesarios para que las funcionalidades puedan implementarse correctamente.

<b>Story ID</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción</b>	<b>Criterios de Aceptación</b>	<b>Relacionado con (US ID)</b>
TS01	Endpoint: Registrar usuario	Como Developer, deseo exponer <b>POST /auth/register</b> para crear cuentas de usuario con validación de email y password.	<p><b>Scenario: Registro exitoso</b>  Dado un payload válido,  Cuando envío POST <b>/auth/register</b>,  Entonces responde 201 con id y email.</p> <p><b>Scenario: Email en uso</b>  Dado un email ya registrado,  Cuando envío POST <b>/auth/register</b>,  Entonces responde 409 con error <b>email_taken</b>.</p>	US01

Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (US ID)
TS02	Endpoint: Login de usuario	Como Developer, deseo exponer POST <code>/auth/login</code> para autenticar usuarios y emitir un JWT.	<p><b>Scenario: Credenciales válidas</b></p> <p>Dado email y password correctos,</p> <p>Cuando envío POST <code>/auth/login</code>,</p> <p>Entonces responde 200 con <code>access_token</code>.</p> <p><b>Scenario: Credenciales inválidas</b></p> <p>Dado password incorrecto,</p> <p>Cuando envío POST <code>/auth/login</code>,</p> <p>Entonces responde 401 con error <code>invalid_credentials</code>.</p>	US02
TS03	Endpoint: Recuperar contraseña	Como Developer, deseo exponer POST <code>/auth/forgot-password</code> para enviar un link de reseteo vía email.	<p><b>Scenario: Solicitud válida</b></p> <p>Dado un email registrado,</p> <p>Cuando envío POST <code>/auth/forgot-password</code>,</p> <p>Entonces responde 202 con <code>status=email_sent</code>.</p> <p><b>Scenario: Email no registrado</b></p> <p>Dado email inexistente,</p> <p>Cuando envío POST <code>/auth/forgot-password</code>,</p> <p>Entonces responde 202 sin revelar existencia.</p>	US05

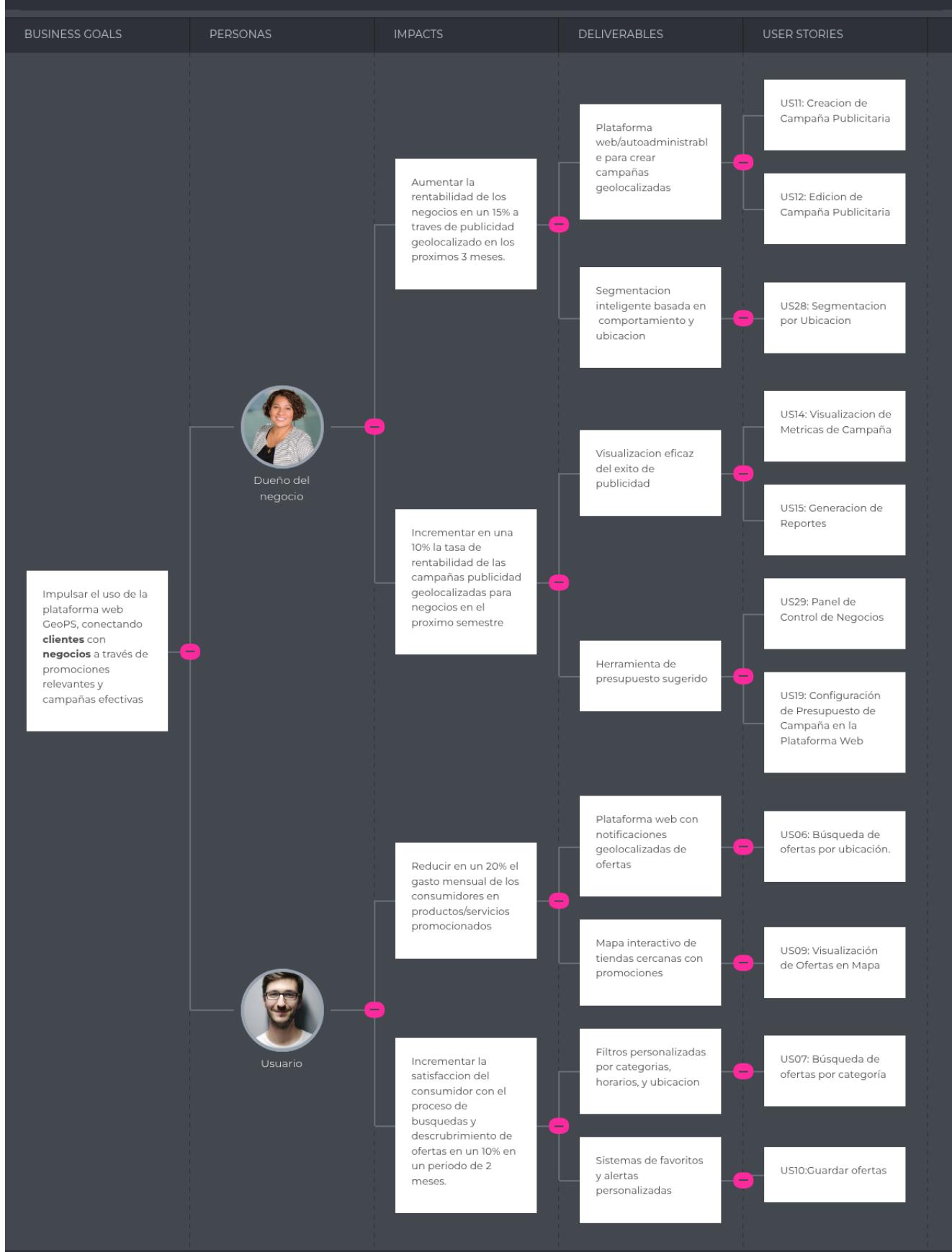
Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (US ID)
TS04	Endpoint: Búsqueda de ofertas por ubicación	Como Developer, deseo exponer <code>GET /offers?lat={lat}&amp;lng={lng}&amp;radiusKm={r}</code> para listar ofertas cercanas.	<p><b>Scenario: Consulta válida</b></p> <p>Dado coordenadas correctas,</p> <p>Cuando envío GET,</p> <p>Entonces responde 200 con lista de ofertas.</p> <p><b>Scenario: Parámetros faltantes</b></p> <p>Dado falta lat/lng,</p> <p>Cuando envío GET,</p> <p>Entonces responde 400 con error <code>invalid_params</code>.</p>	US06
TS05	Endpoint: Ofertas por categoría	Como Developer, deseo exponer <code>GET /offers?category={slug}</code> para filtrar ofertas.	<p><b>Scenario: Categoría válida</b></p> <p>Dado category existente,</p> <p>Cuando envío GET,</p> <p>Entonces responde 200 con lista de ofertas.</p> <p><b>Scenario: Categoría inválida</b></p> <p>Dado category no existe,</p> <p>Cuando envío GET,</p> <p>Entonces responde 200 con lista vacía.</p>	US07
TS06	Endpoint: Detalle de oferta	Como Developer, deseo exponer <code>GET /offers/{id}</code> para obtener detalles completos.	<p><b>Scenario: Oferta encontrada</b></p> <p>Dado id válido,</p> <p>Cuando envío GET,</p> <p>Entonces responde 200 con detalle.</p> <p><b>Scenario: Oferta inexistente</b></p> <p>Dado id inválido,</p> <p>Cuando envío GET,</p> <p>Entonces responde 404 con error <code>not_found</code>.</p>	US08

Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (US ID)
TS07	Endpoint: Guardar oferta (favoritos)	Como Developer, deseo exponer <b>POST /users/me/saved-offers</b> para guardar ofertas de usuario autenticado.	<p><b>Scenario: Guardado exitoso</b></p> <p>Dado token válido, Cuando envío POST con offerId, Entonces responde 201 con <code>saved=true</code>.</p> <p><b>Scenario: Sin autenticación</b></p> <p>Dado falta token, Cuando envío POST, Entonces responde 401 con error <code>unauthorized</code>.</p>	US10
TS08	Endpoint: Crear campaña	Como Developer, deseo exponer <b>POST /campaigns</b> para que un proveedor cree campañas publicitarias.	<p><b>Scenario: Creación válida</b></p> <p>Dado payload con título, fechas y presupuesto correctos, Cuando envío POST, Entonces responde 201 con estado <code>draft</code>.</p> <p><b>Scenario: Fechas inválidas</b></p> <p>Dado <code>endDate &lt; startDate</code>, Cuando envío POST, Entonces responde 422 con error <code>invalid_dates</code>.</p>	US11
TS09	Endpoint: Editar campaña	Como Developer, deseo exponer <b>PUT /campaigns/{id}</b> para editar campañas existentes.	<p><b>Scenario: Actualización válida</b></p> <p>Dado proveedor dueño de campaña, Cuando envío PUT, Entonces responde 200 con <code>updated=true</code>.</p> <p><b>Scenario: Sin permisos</b></p> <p>Dado proveedor no dueño, Cuando envío PUT, Entonces responde 403 con error <code>forbidden</code>.</p>	US12

Story ID	Título	Descripción	Criterios de Aceptación	Relacionado con (US ID)
TS10	Endpoint: Pausar/Reactivar campaña	Como Developer, deseo exponer PATCH <code>/campaigns/{id}/pause</code> y <code>/resume</code> para controlar estado.	<p><b>Scenario: Pausa válida</b>            Dado campaña activa,            Cuando envío PATCH  <code>/pause</code>,            Entonces responde 200            con status=<code>paused</code>.</p> <p><b>Scenario: Reactivación válida</b>            Dado campaña            pausada,            Cuando envío PATCH  <code>/resume</code>,            Entonces responde 200            con status=<code>active</code>.</p>	US20 / US21

### 3.2. Impact Mapping

El Impact Mapping es una técnica de planificación estratégica que conecta los objetivos del negocio con los entregables del producto. Ayuda a visualizar cómo las funcionalidades contribuyen a alcanzar los resultados esperados, identificando actores, impactos deseados y soluciones clave.



UXPRESSIA

This map was built in upressoia.com

### 3.3. Product Backlog

El **Product Backlog** es una lista priorizada de funcionalidades, mejoras y requisitos técnicos que guiarán la evolución del producto.

Su propósito es organizar el trabajo en función del valor que aporta al usuario y al negocio, sirviendo como una hoja de ruta flexible y adaptable durante el desarrollo.

#### Enlace al Product Backlog en Trello:

<https://trello.com/invite/b/6827b176ac2901fb01dfde7f/ATTI41e099b86c4d473204a21f0e3359cadd5F57D4C1/product-backlog-geops>

Vista del Product Backlog en Trello

The screenshot shows a Trello board titled "Product Backlog - GeoPS". It has three main columns: "Epics", "Product Backlog", and "Sprint-1".

- Epics:**
  - Epic 01: Registro y autentificación
  - Epic 02: Descubrimiento y gestión de ofertas
  - Epic 03: Gestión de campañas publicitarias
  - Epic 04: Planes y suscripciones
  - Epic 05: Experiencia del usuario y contenido
- Product Backlog:**
  - Epic 01: US01 Registro de usuario en la plataforma web
  - Epic 01: US02 Inicio de sesión de usuario en la plataforma web
  - Epic 01: US03 Registro de negocio en la plataforma web
  - Epic 01: US04 Inicio de sesión de negocio en la plataforma web
  - Epic 01: US05 Recuperación de contraseña en la plataforma web
  - Epic 02: US06 Búsqueda de ofertas por ubicación
  - Epic 02: US07 Búsqueda de ofertas por categoría
  - Epic 02: US08 Búsqueda de ofertas por marca
- Sprint-1:**
  - Epic 05 | Done: US29 Configuración de idioma
  - Epic 05 | Done: US30 Accesibilidad en la plataforma web
  - Epic 05 | Done: US35 Encabezado con navegación
  - Epic 05 | Done: US36 Información en el footer
  - Epic 05 | Done: US37 Consulta de Preguntas Frecuentes
  - Epic 05 | Done: US38 Visualización de Hero Section en la Landing Page
  - Epic 05 | Done: US39 Visualización de Sección de Promociones en la Landing Page
  - Epic 05 | Done: US40 Visualización de Marcas y Tiendas Asociadas en la Landing Page

# Orden	User Story ID	Título	Descripción	Story Points
1	US35	Encabezado con navegación	Como visitante, deseo ver un encabezado con navegación para desplazarme fácilmente por la landing page.	2
2	US36	Información en el footer	Como visitante, deseo visualizar un pie de página con enlaces a contacto y redes sociales para resolver dudas y confiar en la plataforma.	2

# Orden	User Story ID	Título	Descripción	Story Points
3	US37	Visualización de Encabezado con Navegación en la Landing Page	Como visitante de la página web, quiero ver un encabezado con navegación a las secciones principales para poder desplazarme fácilmente por la landing page.	2
4	US38	Visualización de Hero Section	Como visitante, deseo ver un mensaje principal con un botón de acción para comprender la propuesta de valor y registrarme.	3
5	US39	Visualización de Sección de Promociones	Como visitante, deseo ver promociones destacadas en la página principal para identificar beneficios de usar la plataforma.	3
6	US40	Visualización de Marcas y Tiendas Asociadas	Como visitante, deseo ver logos e información de negocios asociados para confiar en la plataforma.	3
7	US41	Visualización de la Sección "Quiénes Somos"	Como visitante, deseo conocer la misión y visión de la empresa para confiar en la plataforma.	3
8	US42	Consulta de Preguntas Frecuentes	Como visitante, deseo acceder a una sección de FAQ para resolver mis dudas sin necesidad de soporte.	3
9	US43	Visualización de Footer con Contacto y Redes Sociales	Como visitante, deseo ver enlaces de contacto y redes sociales para comunicarme fácilmente.	2
10	US44	Diseño Responsivo	Como visitante, deseo que la página se adapte a móviles y tablets para visualizar el contenido correctamente.	5
11	US45	Optimización y Pruebas Finales	Como visitante, deseo que la página funcione en cualquier navegador y cargue rápido para tener una experiencia fluida.	2
12	US29	Configuración de Idioma	Como usuario, deseo cambiar el idioma de la plataforma para usarla en mi preferencia.	2
13	US30	Accesibilidad	Como usuario, deseo que la plataforma sea accesible para poder usarla sin limitaciones.	3
14	US31	Registro de Puntos de Interés Habituales	Como usuario, deseo registrar puntos de interés habituales para recibir promociones de esas zonas.	5
15	US06	Búsqueda de Ofertas por Ubicación	Como usuario, deseo buscar ofertas cercanas a mi ubicación para aprovechar promociones locales.	5
16	US07	Búsqueda de Ofertas por Categoría	Como usuario, deseo filtrar ofertas por categoría para encontrar fácilmente las de mi interés.	3
17	US08	Visualización de Detalles de Oferta	Como usuario, deseo ver la información detallada de una oferta para decidir si la aprovecho.	2

# Orden	User Story ID	Título	Descripción	Story Points
18	US09	Visualización de Ofertas en Mapa	Como usuario, deseo ver ofertas en un mapa para ubicar negocios cercanos.	5
19	US10	Guardar Ofertas	Como usuario, deseo guardar ofertas para revisarlas más tarde.	3
20	US32	Suscripción a Plan Premium (Proveedor)	Como proveedor, deseo suscribirme al plan Premium para acceder a estadísticas y segmentación.	5
21	US33	Suscripción a Plan Premium (Cliente)	Como cliente, deseo suscribirme al plan Premium para acceder a descuentos exclusivos.	5
22	US34	Gestión de Suscripción	Como usuario, deseo gestionar mi suscripción (cambiar, renovar, cancelar) según mis necesidades.	5
23	US01	Registro de Usuario	Como usuario, deseo registrarme en la plataforma con mi correo y contraseña para acceder a promociones personalizadas.	5
24	US02	Inicio de Sesión de Usuario	Como usuario, deseo iniciar sesión en la plataforma con mis credenciales para acceder a mi cuenta.	3
25	US03	Registro de Negocio	Como proveedor, deseo registrar mi negocio para poder crear campañas.	5
26	US04	Inicio de Sesión de Negocio	Como proveedor, deseo iniciar sesión en la plataforma con mis credenciales para acceder a mi panel.	3
27	US05	Recuperación de Contraseña	Como usuario/proveedor, deseo recuperar mi contraseña en caso de olvido para restablecer el acceso.	3
28	US11	Creación de Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo crear campañas publicitarias para promocionar mis productos o servicios.	8
29	US12	Edición de Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo editar campañas publicitarias para actualizar su información.	5
30	US13	Eliminación de Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo eliminar campañas para retirar promociones que ya no deseo mantener.	3
31	US14	Visualización de Campañas Activas	Como proveedor, deseo ver mis campañas activas para hacer seguimiento.	3
32	US15	Visualización de Métricas de Campañas	Como proveedor, deseo ver métricas de mis campañas para evaluar su desempeño.	5
33	US16	Filtrado de Campañas por Estado	Como proveedor, deseo filtrar campañas por estado para organizarlas mejor.	3
34	US17	Notificaciones de Rendimiento de Campaña	Como proveedor, deseo recibir notificaciones sobre el rendimiento de mis campañas.	3

# Orden	User Story ID	Título	Descripción	Story Points
35	US18	Exportación de Reportes de Campañas	Como proveedor, deseo exportar reportes en PDF/Excel para analizarlos externamente.	5
36	US19	Configuración de Presupuesto	Como proveedor, deseo configurar el presupuesto de una campaña para controlar mis gastos.	3
37	US20	Pausar Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo pausar campañas para detener temporalmente su difusión.	2
38	US21	Reactivar Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo reactivar campañas pausadas para retomar su difusión.	2
39	US22	Programar Fecha de Inicio de Campaña	Como proveedor, deseo programar la fecha de inicio de una campaña para automatizar su publicación.	3
40	US23	Programar Fecha de Fin de Campaña	Como proveedor, deseo programar la fecha de fin de una campaña para que se cierre automáticamente.	3
41	US24	Segmentación de Campañas por Ubicación	Como proveedor, deseo segmentar mis campañas por ubicación para llegar al público adecuado.	5
42	US25	Segmentación de Campañas por Demografía e Intereses	Como proveedor, deseo segmentar mis campañas por demografía e intereses para dirigirlas mejor.	5
43	US26	Duplicar Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo duplicar campañas para reutilizar configuraciones anteriores.	3
44	US27	Previsualización de Campaña Publicitaria	Como proveedor, deseo previsualizar campañas antes de publicarlas.	3
45	US28	Historial de Campañas Publicitarias	Como proveedor, deseo ver un historial de campañas anteriores para llevar registro.	3

## Capítulo 4: Product Design

### 4.1. Style Guidelines

#### 4.1.1. General Style Guidelines

##### Branding

- El nombre completo de nuestro servicio es "Geo Publicity Service".
- Para el dominio web y la aplicación, así como para ser más memorable, se utilizará el nombre corto GeoPS.
- El tagline es "Promociones cerca de ti", reflejando el servicio principal de promocionar ofertas de diversas tiendas cerca de tu ubicación.
- El logo tiene un diseño sencillo, lo que lo hace minimalista y fácil de recordar. Además, el uso del color morado demuestra creatividad e innovación.



## Typography

Las tipografías seleccionadas son Poppins y Lobster. Lobster fué elegida principalmente para representar nuestro Logo GeoPS de una manera expresiva, atrayendo la atención de los usuarios a nuestra landing page. La tipografía Poppins se utiliza en los párrafos, títulos, subtítulos y botones de la página, transmitiendo claridad y profesionalismo, ofreciendo una buena legibilidad en la página web mediante su amplia variedad de pesos de letra.

### Tamaños y peso de tipografía

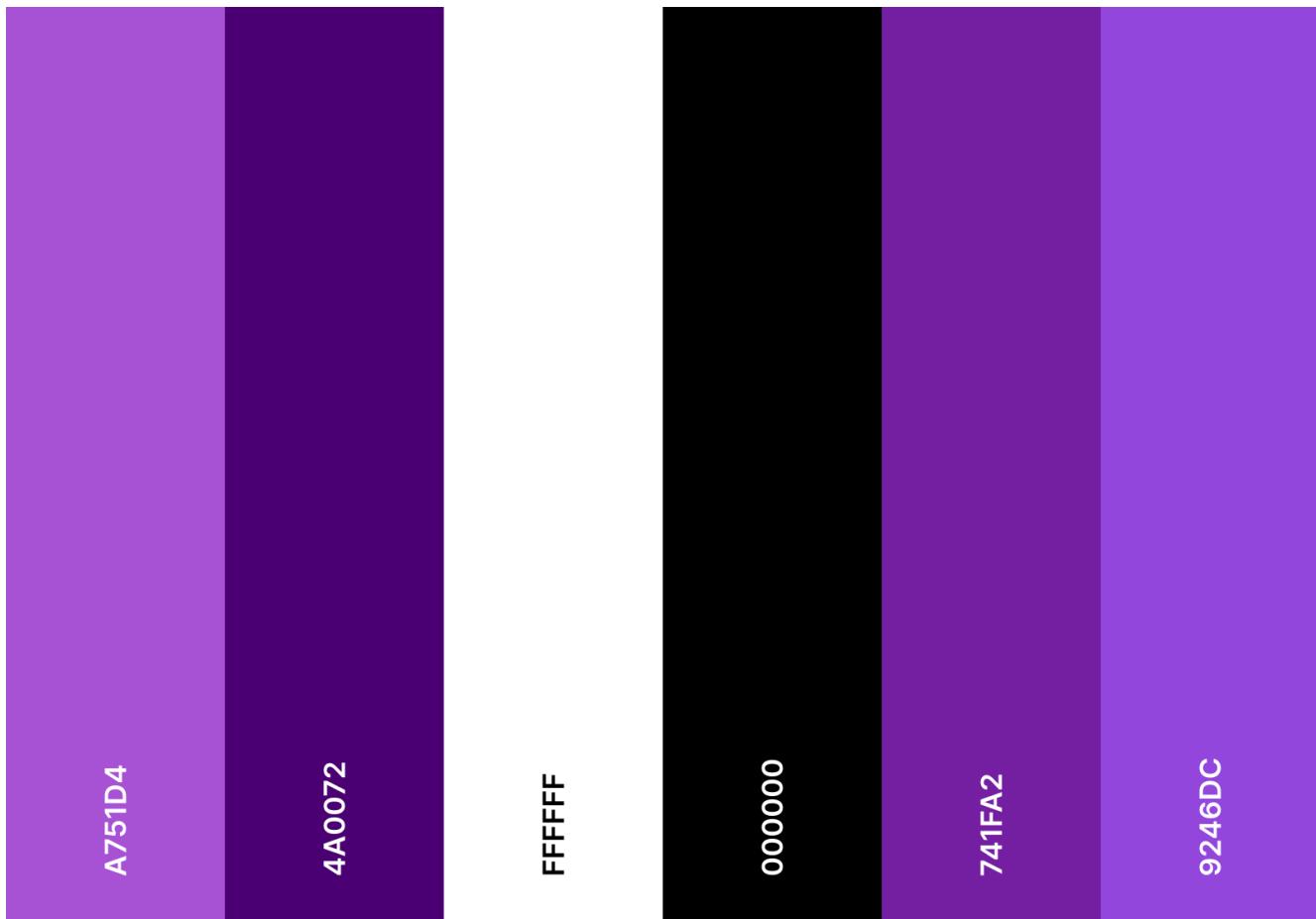
Lobster: Peso 400, 60 px de tamaño para el logo.

Poppins:

- Títulos: Peso 600, 35 px de tamaño.
- Párrafos y texto secundario: Peso 300, 20 px de tamaño.
- Texto terciario: Peso 400, 16 px de tamaño.
- Pié de imagen y video: Peso 300, 16 px de tamaño.
- Texto dentro de imágenes: Peso 600, 24 px de tamaño.
- Texto de botones CTA: Peso 600, 25 px de tamaño.

## Colors

Utilizaremos la siguiente paleta de colores:



Paleta-Colores

COOLORS

A751D4

El color amatista se utiliza principalmente en el menú vertical, el cual necesita resaltar. Este color representa la innovación y modernidad, atrayendo la atención de los usuarios sin tener que ser agresivo.

4A0072

El color índigo es utilizado para secciones que desean llamar la atención mostrando información importante, todo en un espacio pequeño. El color muestra elegancia, formalidad y confianza al ser un color fuerte.

FFFFFF

El color blanco es utilizado en el cuerpo de la página web. El color blanco muestra un área limpia, clara y donde hay espacio visual para mostrar las secciones de nuestra landing page.

000000

El color negro es utilizado en botones principales y el footer de nuestra página. El color negro demuestra profesionalismo y un contraste fuerte con los otros colores utilizados, especialmente el color blanco.

741FA2

El color uva es utilizado en botones CTA de tamaño mediano y secciones con imágenes. Este color muestra energía, dinamismo y una personalidad fuerte, en comparación a otros botones principales. También ayuda a destacar el texto de los botones.

9246DC

El color verónica es utilizado en botones pequeños CTA. Este color muestra juventud y frescura al ser un poco más claro que los otros colores de tono parecido.

## Spacing

- El espacio en el diseño de GeoPS se enfocará en proporcionar una experiencia visual clara y accesible para el usuario, reflejando los principios de orden y claridad. Se utilizarán márgenes amplios para resaltar los elementos clave, como botones y áreas interactivas, permitiendo una navegación fluida y sin distracciones.
- Al utilizar muchas imágenes, consideramos utilizar un espaciado horizontal entre las imágenes lo suficiente para mostrarlas con claridad visual y sin que interrumpa la navegación del usuario.
- El espaciado será utilizado para diferenciar las zonas de información, especialmente en secciones interactivas con párrafos.

## Tonos de Comunicacion

El tono de comunicación de GeoPS será amigable, cercano y orientado al usuario. Buscamos establecer una conexión genuina mediante un lenguaje claro y accesible a todos, sin utilizar demasiados tecnicismos. Resaltaremos los beneficios y la facilidad de uso de nuestra aplicación web, sin abrumar al usuario con tanta información. Queremos que el usuario se sienta valorado y escuchado en cada interacción.

### 4.1.2. Web Style Guidelines

En esta sección, se describe la guía de nuestra landing page con sus características en el estilo para mantener una coherencia visual.

#### Estructura general de la página:

##### Cabecera:

- Logotipo: El logotipo de nuestra startup está ubicado en la esquina superior izquierda. Cuando haces click, te redirigirá a la página principal.
- Barra de búsqueda: La barra de búsqueda está ubicada en la parte superior derecha. Servirá para ubicar fácilmente y rápidamente secciones en la página.
- Menú de navegación: El menú de navegación se ubica en la parte superior izquierda y en la esquina derecha. Es un conjunto de botones que permite la navegación en la página principal. Los botones designados son:
  1. Inicio
  2. Marcas
  3. Conoce más
  4. Inicia sesión

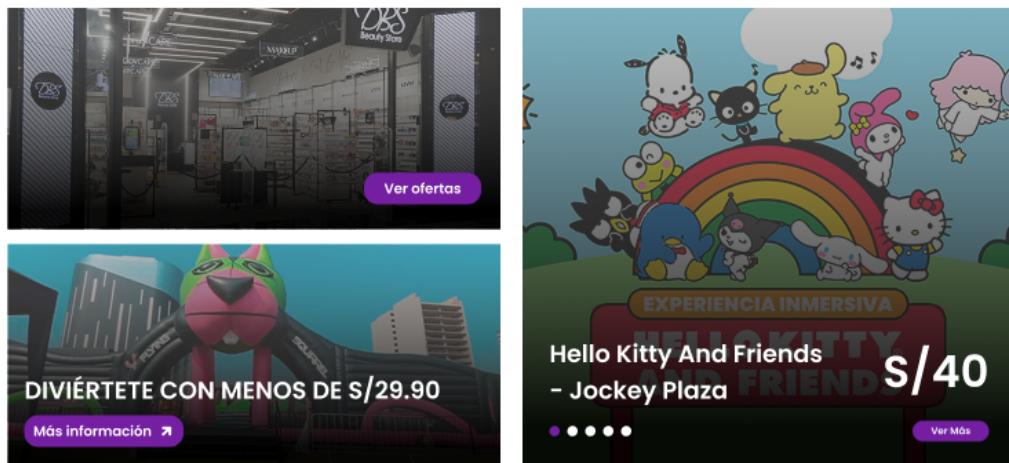
##### Cuerpo:

- Sección principal: La sección principal es la que va a atraer al usuario. Se muestran promociones conocidas y ofertas.
- Beneficios: Muestra que nuestra página ofrece beneficios, ofertas y promociones en diversas tiendas.
- Empresas que confían en nosotros: Muestra las marcas que tienen confianza en nosotros y están dispuestos a promocionar sus productos en nuestra página.
- Quienes somos: Muestra información de la empresa y permite conocer más de nosotros mediante un botón.
- Planes: Permite la muestra y promoción de los planes de compra de nuestra empresa para los usuarios de la página.
- Promociones: Muestra diversas promociones de diferentes tipos en varias tiendas.
- Invitación a los negocios: Sección de llamado a los usuarios que tienen negocios que desean participar en nuestro programa.
- Dudas: Sección que muestra preguntas frecuentes de nuestra empresa y las responde de una manera corta y clara.
- Conocenos mejor: Muestra los videos que hablan sobre nuestra marca de empresa para conectar con el usuario que ve los videos.

#### **Pié de página:**

- Copyright: Se incluye la información sobre los derechos de autor de la marca.
- Enlaces de soporte: Se proporcionan links de soporte y ayuda, tales como "Nosotros", "Servicios" y "Contacto".
- Redes sociales: Se incluyen los iconos de las redes sociales de nuestro emprendimiento para conectar con la audiencia en otras plataformas, las cuales son Instagram y LinkedIn.
- Logotipo y eslogan: Se incluye el Logo con su eslogan que representa nuestra empresa. La frase designada es: "Promociones cerca de ti"

#### **Diseño de la página inicial:**



◆ Promociones exclusivas según tu ubicación ◆

◆ 8% en salud y bienestar con tu Plan Premium ◆

◆ Promociones exclusivas según tu ubicación ◆

Ofertas para disfrutar en tus locales favoritos

Promociones en cine, conciertos y diversión

Beneficios en bodegas, clínicas y cuidado personal

### Marcas que confían en GeoPS



5%  
descuento exclusivo  
GeoPS



6%  
en promociones  
cerca de ti



4%  
en oferta hoy



8%  
con tu plan Premium



5%  
en compras seleccionados



### ¿Quiénes somos?

Geo Publicity Service (GeoPS) es una plataforma creada por estudiantes de Ingeniería de Software en Perú. Conectamos consumidores con negocios locales mediante geolocalización y notificaciones inteligentes, brindando ofertas de valor y beneficios exclusivos.

[Conoce Más](#)

## Elige tu plan ideal

GeoPS tiene beneficios tanto para clientes como para negocios.

### Plan Gratuito



#### ◆ Para Clientes

- Acceso a promociones cercanas según ubicación.
- Notificaciones básicas de ofertas.
- Beneficios generales de negocios aliados.
- Acceso desde un dispositivo.

#### ◆ Para Proveedores

- Publicar promociones básicas.
- Llegar a clientes cercanos según ubicación.
- Perfil de negocio en la plataforma.

[Empieza gratis](#)

### Plan Premium



#### ◆ Para Clientes

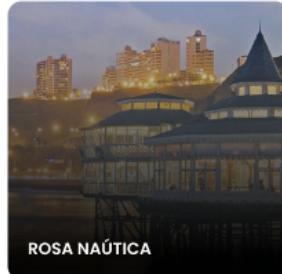
- Todo lo del plan gratuito.
- Acceso a **más descuentos exclusivos**.
- Promociones especiales solo para usuarios Premium.
- Prioridad en notificaciones de ofertas.
- Beneficios adicionales en eventos o experiencias.

#### ◆ Para Proveedores

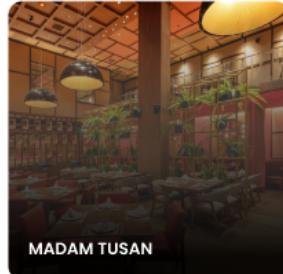
- Todo lo del plan gratuito.
- Acceso a **estadísticas de marketing** (alcance, clics, interacción).
- Reportes descargables en PDF/Excel.
- Mayor visibilidad en listados de negocios.
- Segmentación avanzada de clientes.
- Soporte prioritario.

[Hazte Premium](#)

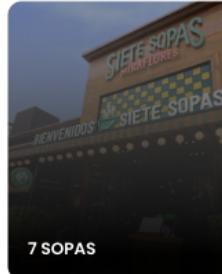
## Sabores con descuento



ROSA NAÚTICA



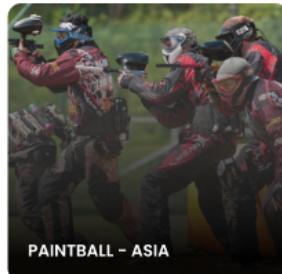
MADAM TUSAN



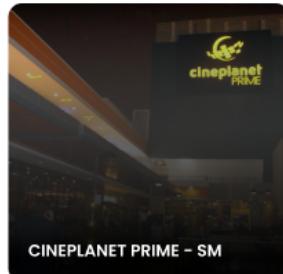
7 SOPAS



## Diversión asegurada



PAINTBALL - ASIA



CINEPLANET PRIME - SM



FÓRMULA KART - JP, ASIA



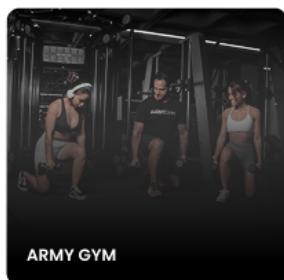
## Cuida tu salud con beneficios



ARUMA



ORGANA



ARMY GYM



### Haz que más clientes descubran tu negocio

Promociona tus productos y llega a consumidores cercanos con GeoPS.

Soy negocio, quiero unirme

### Resolvemos tus dudas

¿Quiénes pueden usar GeoPS?

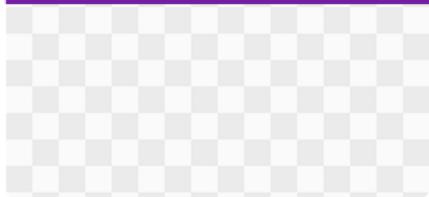
¿Qué beneficios tengo como cliente?

¿Qué beneficios tengo como proveedor?

¿GeoPS es gratis?

### Conoce más

Sobre el equipo



Startup creada por estudiantes de Ingeniería de Software en Perú.

Sobre el producto



GeoPS conecta negocios y clientes con promociones inteligentes.

**GeoPs**

Promociones cerca de tí.

© 2025 Todos los derechos reservados



Nosotros      Servicios      Contacto

## 4.2. Information Architecture

### 4.2.1. Organization Systems

Se aplicarán distintos sistemas de organización de contenido tanto visual como estructural, adaptados al flujo operativo de nuestros usuarios (consumidores y negocios locales). Esto permitirá ofrecer una experiencia clara, intuitiva y eficaz durante el uso de la plataforma.

## Organización Visual del Contenido

### **Jerárquica:**

En las pantallas principales, como el Dashboard de usuario y el panel de negocios, los elementos más importantes (promociones destacadas, métricas de campaña) estarán resaltados con mayor tamaño, color contrastante y posición superior.

### **Secuencial:**

Utilizado en procesos como la creación de campañas publicitarias o el registro de preferencias de usuario. Se presentarán pasos guiados (wizard) que aseguren que tanto consumidores como negocios completen los procesos de manera ordenada y sin omitir información clave.

### **Matricial:**

Aplicada en la visualización de datos cruzados, como patrones de movilidad de consumidores versus resultados de campañas. Los negocios podrán ver las relaciones entre ubicación, horario y efectividad publicitaria.

## Esquemas de Categorización del Contenido

### **Por Tópicos:**

Será el sistema predominante en los menús de navegación. Las funcionalidades estarán agrupadas en temas específicos:

*Para consumidores:*

- Promociones cercanas
- Favoritos
- Historial de ofertas
- Ajustes de privacidad

*Para negocios:*

- Campañas
- Segmentación
- Métricas
- Configuración

### **Cronológico:**

Usado en los reportes de campañas publicitarias (para negocios) y en el historial de notificaciones recibidas (para consumidores). La información se mostrará ordenada por fecha y hora, permitiendo un seguimiento preciso.

### **Alfabético:**

Utilizado en listados como directorios de comercios o categorías de productos, facilitando la búsqueda rápida por nombre.

### **Según audiencia:**

La experiencia estará personalizada según el segmento objetivo:

- **Consumidores de ofertas locales:** acceso a promociones activas, historial de notificaciones, filtros de búsqueda por categoría, proximidad o momento del día.
- **Dueños de negocios locales:** acceso a herramientas de creación de campañas, segmentación por patrones de movilidad, visualización de métricas en dashboards interactivos y configuración de notificaciones.

## 4.2.2. Labeling Systems

En GeoPS se ha implementado un sistema de etiquetado claro y funcional, adaptado al entorno de consumo y gestión de campañas locales. El objetivo es reducir la carga cognitiva y facilitar la interacción rápida con la plataforma.

#### **Principios utilizados:**

##### **Simplicidad y claridad:**

Se prioriza el uso de términos breves y familiares para cada segmento. Ejemplo para consumidores: "Ofertas cercanas", "Favoritos", "Historial". Ejemplo para negocios: "Campañas", "Segmentación", "Métricas".

##### **Evitar ambigüedad:**

Se evita la jerga técnica. Por ejemplo, se prefiere "Crear campaña" en lugar de "Configurar pauta publicitaria", o "Promoción activa" en lugar de "Anuncio en circulación".

##### **Consistencia visual:**

Todas las etiquetas siguen una presentación uniforme en botones, menús y formularios, asegurando que el usuario reconozca patrones de uso fácilmente.

### **4.2.3. SEO Tags and Meta Tags**

Las Meta Tags son esenciales para el posicionamiento de la plataforma en buscadores y para su correcta presentación en navegadores y redes sociales.

#### **Meta Tags a utilizar en GeoPS:**

##### **Título:**

```
<title>
    GeoPS | Publicidad Hiperlocal y Contextual para Consumidores y Negocios
</title>
```

##### **Codificación de caracteres:**

```
<meta charset="UTF-8" />
```

##### **Descripción:**

```
<meta
    name="description"
    content="GeoPS es una aplicación web que conecta negocios locales con consumidores mediante publicidad hiperlocal y contextual. Ofrece promociones relevantes en el momento y lugar adecuado, cuidando la privacidad y simplicidad de uso."
/>
```

##### **Palabras clave:**

```
<meta
    name="keywords"
    content="publicidad local, promociones cercanas, geolocalización, campañas digitales,
```

consumidores, negocios locales, ofertas hiperlocales, marketing contextual, GeoPS"  
/>>

#### Autor y Derechos de Autor:

```
<meta name="author" content="GeoPS Team - UPC" />
<meta name="copyright" content="GeoPS © 2025. Todos los derechos reservados." />
```

#### Viewport:

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0" />
```

### 4.2.4. Searching Systems

Los sistemas de búsqueda en GeoPS facilitan el acceso rápido a promociones o campañas según el segmento objetivo.

#### Opciones de búsqueda en la aplicación:

##### Barra de búsqueda global:

- Presente en el encabezado superior.
- Permite búsquedas generales tanto para consumidores como para negocios.
- Incluye ícono de lupa y placeholder "Buscar promociones o campañas".

##### Filtros por módulo:

Para consumidores:

- Categoría de producto/servicio
- Distancia/proximidad
- Horario de vigencia
- Negocio emisor de la promoción

Para negocios:

- Campañas activas/inactivas
- Segmentación (ubicación, rango horario, movilidad)
- Tipo de promoción
- Resultados por fecha

##### Visualización:

- Resultados organizados por relevancia o cercanía.
- Paginación de 10 resultados por página.
- Indicadores visuales de color para destacar promociones activas.
- Acciones rápidas (Guardar, Editar, Compartir).

### 4.2.5. Navigation Systems

Los sistemas de navegación guiarán a los usuarios a través del Landing Page y la aplicación web, adaptados a cada segmento objetivo.

#### Navegación del Landing Page

##### Menú principal:

Logo GeoPS, Productos, Negocios, Nosotros, Planes, Registrarse, Iniciar Sesión.

##### Secciones principales:

- **Hero section:** "Publicidad hiperlocal y contextual al alcance de todos" con botón "Comenzar ahora".
- **Características:** Tarjetas con los beneficios para consumidores y negocios.
- **Nosotros:** Información sobre la startup, misión y visión.
- **Planes:** Opciones diferenciadas para consumidores (gratis) y negocios (básico, premium).
- **Contacto:** Formulario para consultas o soporte.

#### Navegación de la aplicación web

##### Estructura general:

- **Menú superior:** Logo, búsqueda, notificaciones, perfil.
- **Dashboard principal:**
  - Para consumidores: Promociones cercanas y destacadas.
  - Para negocios: Resumen de campañas y métricas.

##### Menú lateral por perfil:

- **Consumidores:** Promociones, Favoritos, Historial, Ajustes.
- **Negocios:** Campañas, Segmentación, Métricas, Configuración.

##### Elementos auxiliares:

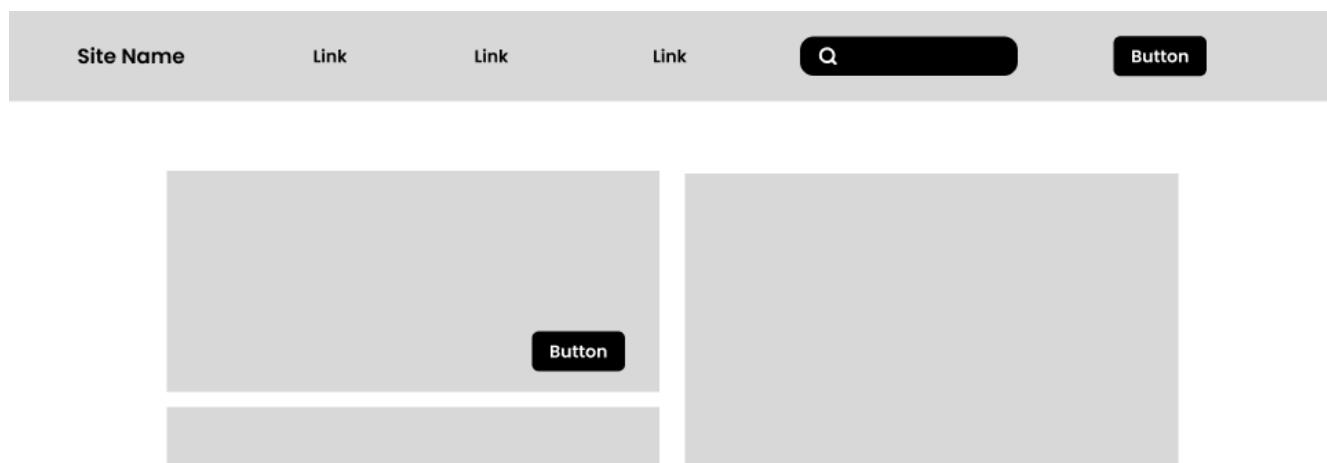
- Botones de acción rápida (guardar, crear, compartir).
- Notificaciones en tiempo real.
- Enlaces entre módulos relacionados.

### 4.3. Landing Page UI Design

#### 4.3.1. Landing Page Wireframe

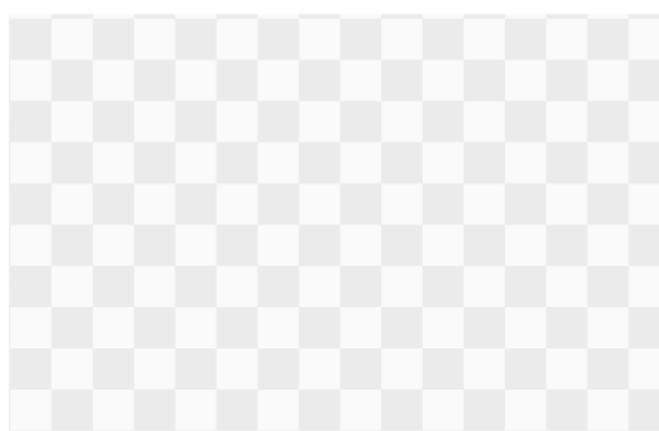
Ver Diseño en Figma:

<https://www.figma.com/design/mHHx8WStPBr63tLYj42pBX/GeoPs?node-id=313-2872&t=i41W8YjchPvP7Aoe-1>





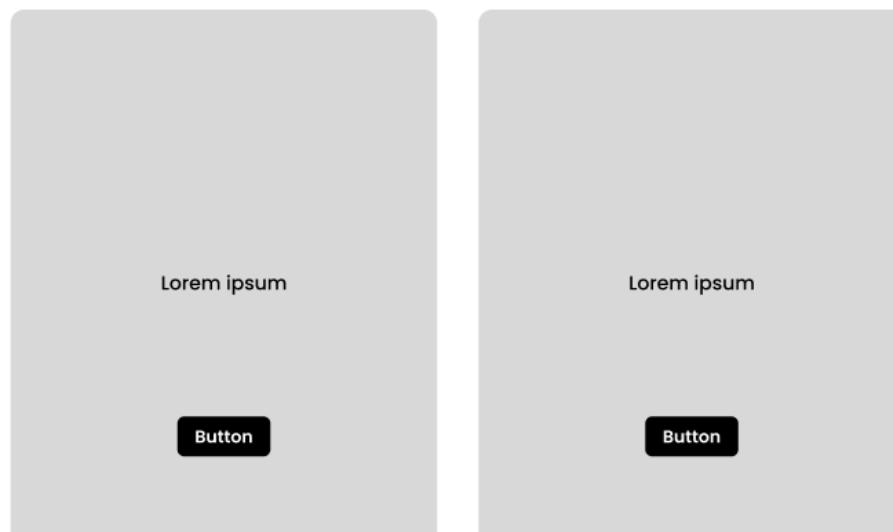
## Amazing Heading



## Amazing Heading

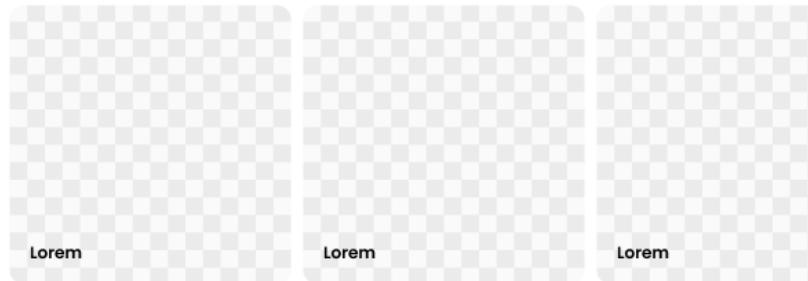
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Vitae egestas volutpat viverra volutpat dolor diam pharetra nibh. Et blandit aliquet tempus ornare sollicitudin egestas donec sollicitudin in. Ornare arcu eget sit auctor nibh tellus arcu. Aenean iaculis sagittis facilisis congue. Nisi amet risus donec urna non.

Button

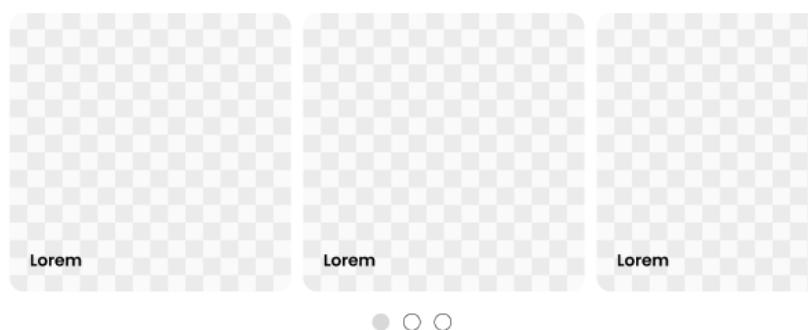




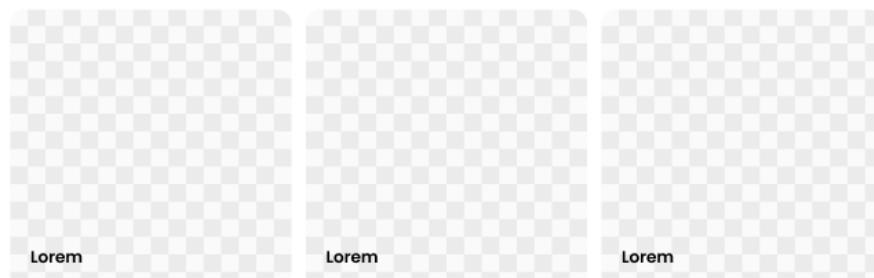
## Amazing Heading



## Amazing Heading



## Amazing Heading



## Amazing Heading

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

Button

## Amazing Heading

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.



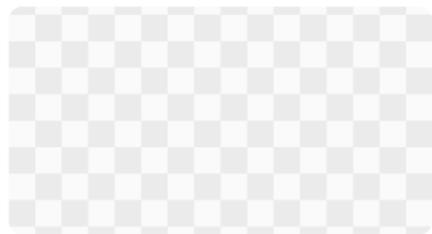
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.



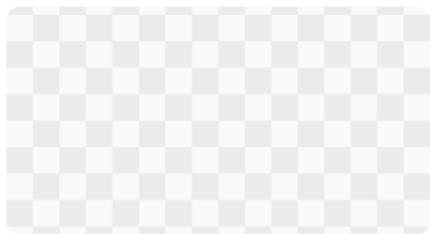
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.



## Amazing Heading



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Eu nibh habitasse amet tellus.



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Eu nibh habitasse amet tellus.

**Site Name**  
*Placeholder text for site name*

© 2025 Todos los derechos reservados

Link Link Link

### 4.3.2. Landing Page Mock-up

Ver Diseño en Figma:

<https://www.figma.com/design/mHHx8WStPBr63tLYj42pBX/GeoPs?node-id=313-2872&t=i41W8YjchPvP7Aoe-1>

The landing page features a purple header with the logo 'GeoPs' and navigation links for 'Inicio', 'Marcas', 'Conoce más', a search bar, and a 'Iniciar Sesión' button. The main content area includes three large promotional sections: 1) A dark-themed store interior with a 'Ver ofertas' button. 2) A colorful Hello Kitty and Friends event graphic with a rainbow and the text 'EXPERIENCIA INMERSIVA Hello Kitty And Friends - Jockey Plaza S/40'. 3) A cityscape background with the text 'DIVIÉRTETE CON MENOS DE S/29.90' and a 'Más información' button. The footer has three calls-to-action: 'Promociones exclusivas según tu ubicación', '8% en salud y bienestar con tu Plan Premium', and another 'Promociones exclusivas según tu ubicación'.

Ofertas para disfrutar en tus locales favoritos



Promociones en cine, conciertos y diversión



Beneficios en boticas, clínicas y cuidado personal



### Marcas que confían en GeoPS



**5%**  
descuento exclusivo  
GeoPS



**6%**  
en promociones  
cerca de ti



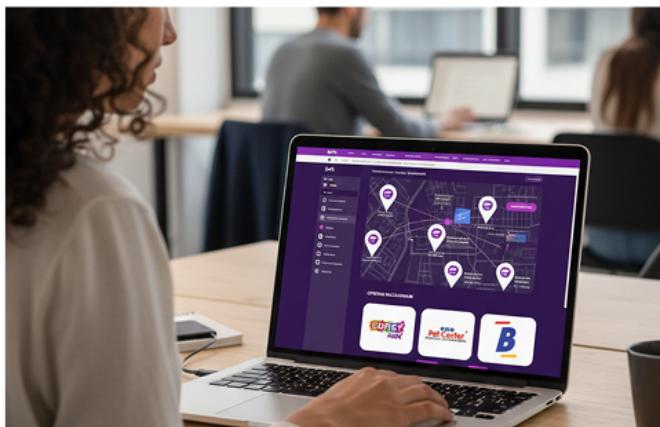
**4%**  
en oferta hoy



**8%**  
con tu plan Premium



**5%**  
en combos seleccionados



## ¿Quiénes somos?

Geo Publicity Service (GeoPS) es una plataforma creada por estudiantes de Ingeniería de Software en Perú. Conectarnos consumidores con negocios locales mediante geolocalización y notificaciones inteligentes, brindando ofertas de valor y beneficios exclusivos.

[Conoce Más](#)

## Elige tu plan ideal

GeoPS tiene beneficios tanto para clientes como para negocios.

### Plan Gratuito

\$\$

#### ◆ Para Clientes

- Acceso a promociones cercanas según ubicación.
- Notificaciones básicas de ofertas.
- Beneficios generales de negocios aliados.
- Acceso desde un dispositivo.

#### ◆ Para Proveedores

- Publicar promociones básicas.
- Llegar a clientes cercanos según ubicación.
- Perfil de negocio en la plataforma.

[Empieza gratis](#)

### Plan Premium

\$\$

#### ◆ Para Clientes

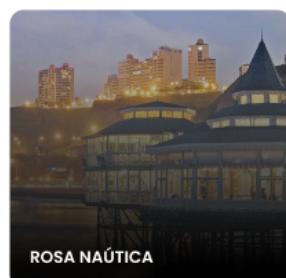
- Todo lo del plan gratuito.
- Acceso a **más descuentos exclusivos**.
- Promociones especiales solo para usuarios Premium.
- Prioridad en notificaciones de ofertas.
- Beneficios adicionales en eventos o experiencias.

#### ◆ Para Proveedores

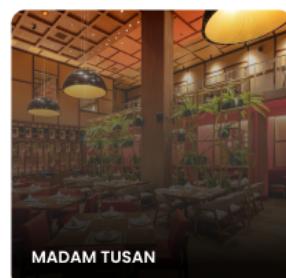
- Todo lo del plan gratuito.
- Acceso a **estadísticas de marketing** (alcance, clics, interacción).
- Reportes descargables en PDF/Excel.
- Mayor visibilidad en listados de negocios.
- Segmentación avanzada de clientes.
- Soporte prioritario.

[Hazte Premium](#)

## Sabores con descuento



ROSA NAÚTICA



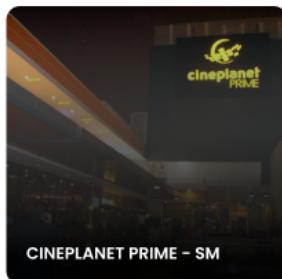
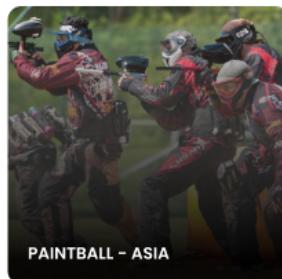
MADAM TUSAN



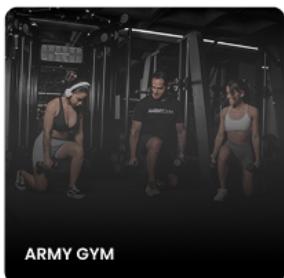
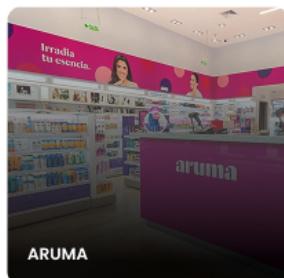
7 SOPAS



## Diversión asegurada



## Cuida tu salud con beneficios



### Haz que más clientes descubran tu negocio

Promociona tus productos y llega a consumidores cercanos con GeoPS.

Soy negocio, quiero unirme

## Resolvemos tus dudas

¿Quiénes pueden usar GeoPS?

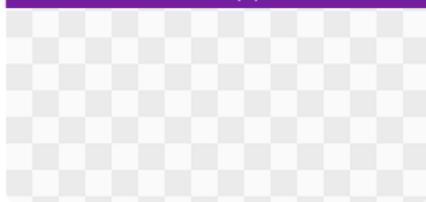
¿Qué beneficios tengo como cliente?

¿Qué beneficios tengo como proveedor?

¿GeoPS es gratis?

## Conoce más

Sobre el equipo



Startup creada por estudiantes de Ingeniería de Software en Perú.

Sobre el producto



GeoPS conecta negocios y clientes con promociones inteligentes.

## 4.4. Web Applications UX/UI Design

### 4.4.1. Web Applications Wireframes

Ver Diseño en Figma:

<https://www.figma.com/design/mHHx8WStPBr63tLYj42pBX/GeoPs?node-id=313-2872&t=i41W8YjchPvP7Aoe-1>

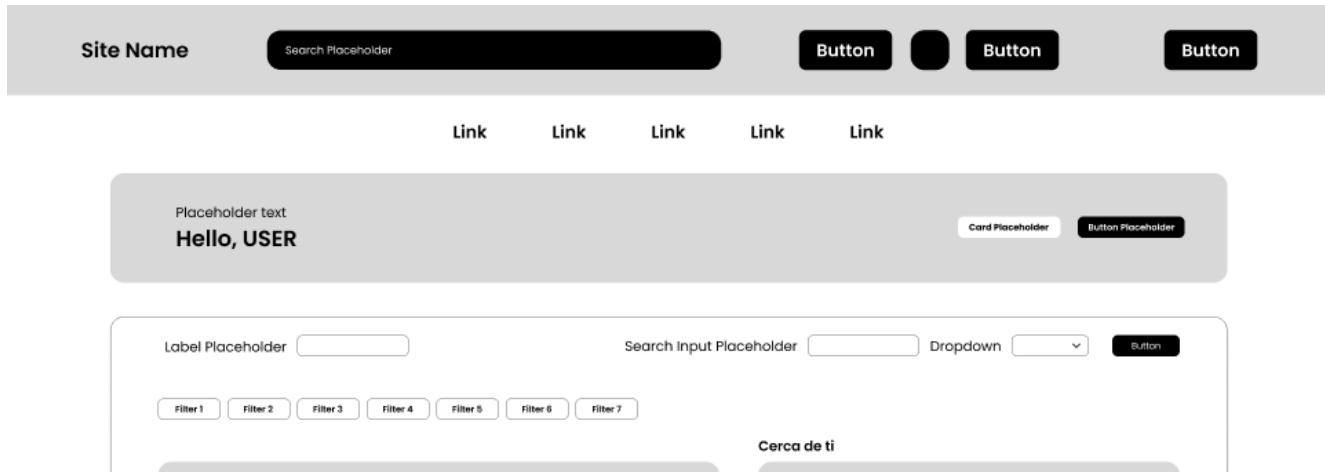
#### Login

#### Inicio de Sesión y registro



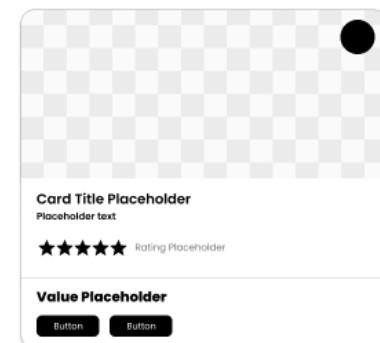
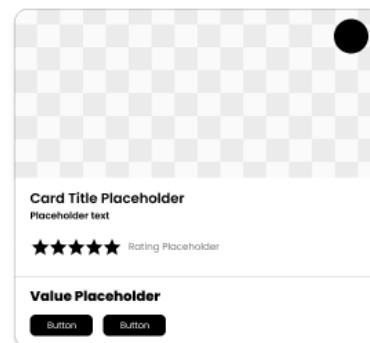
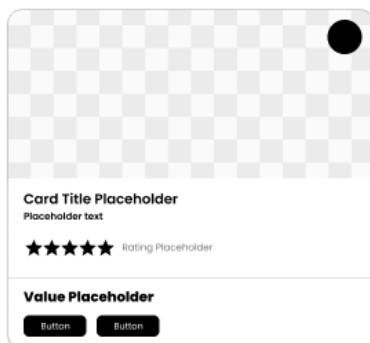
#### Cliente

#### Home



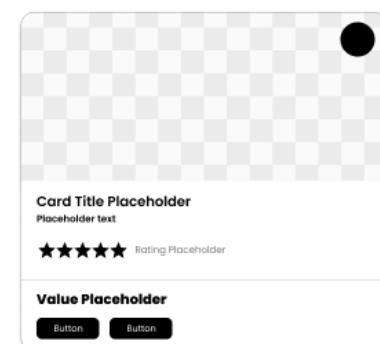
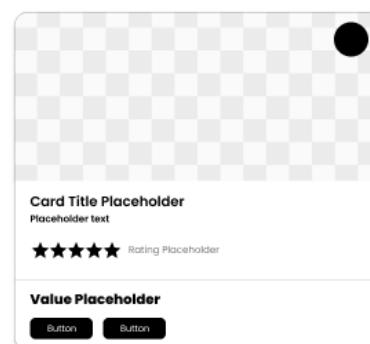
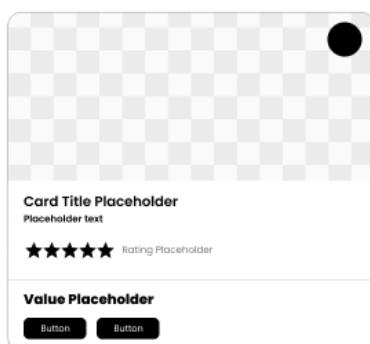


### Section Heading



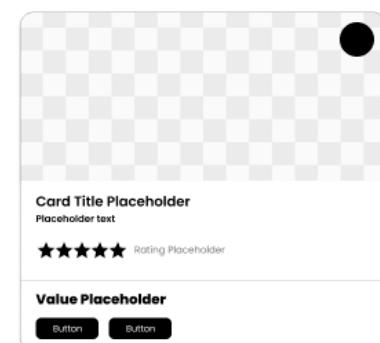
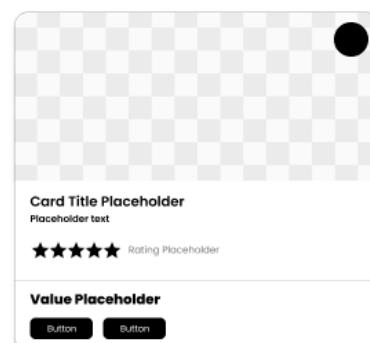
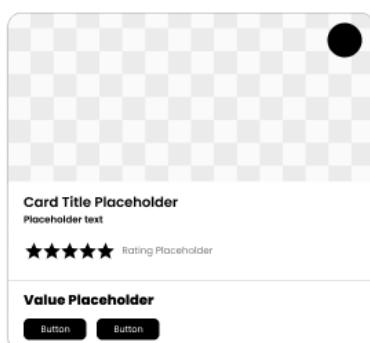
### Link Placeholder

### Section Heading



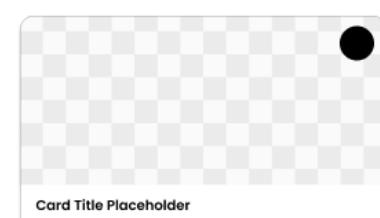
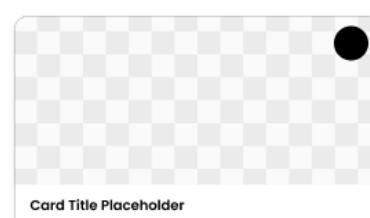
### Link Placeholder

### Section Heading

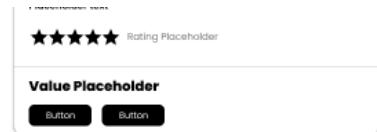
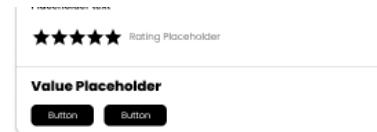
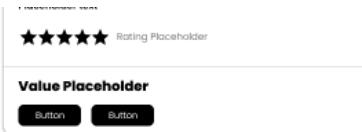


### Link Placeholder

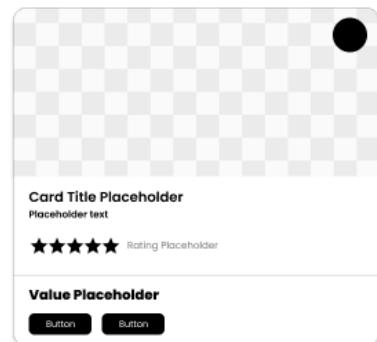
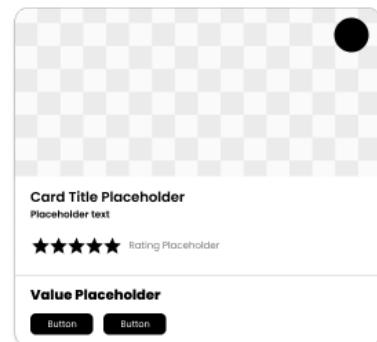
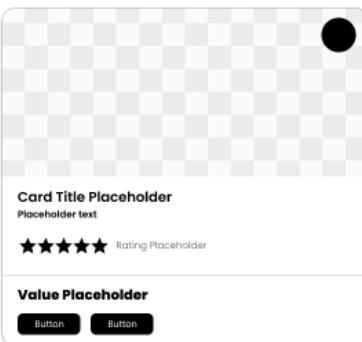
### Section Heading



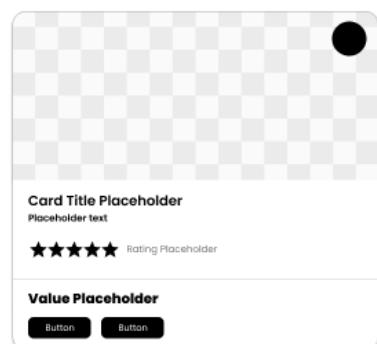
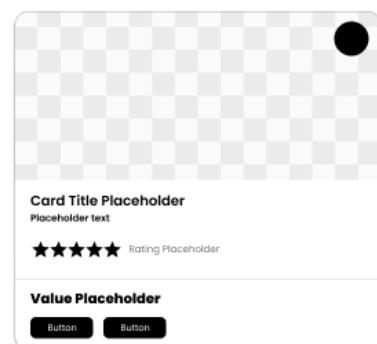
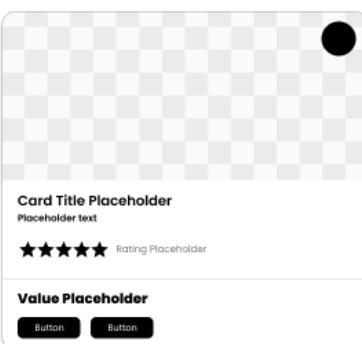
### Link Placeholder



## Section Heading



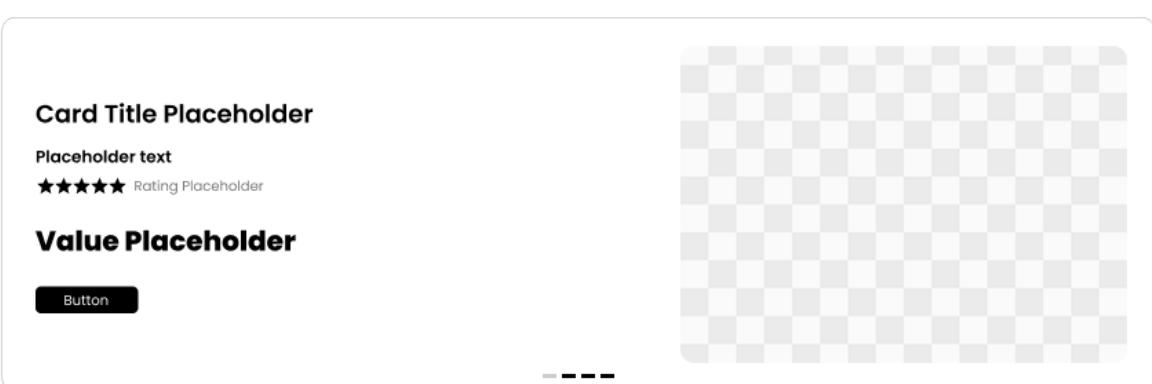
## Section Heading



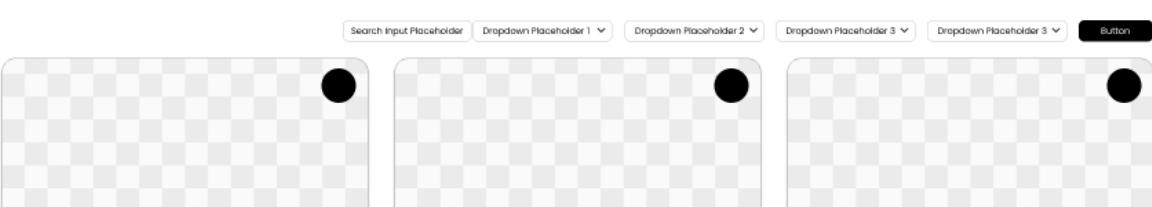
## Ofertas

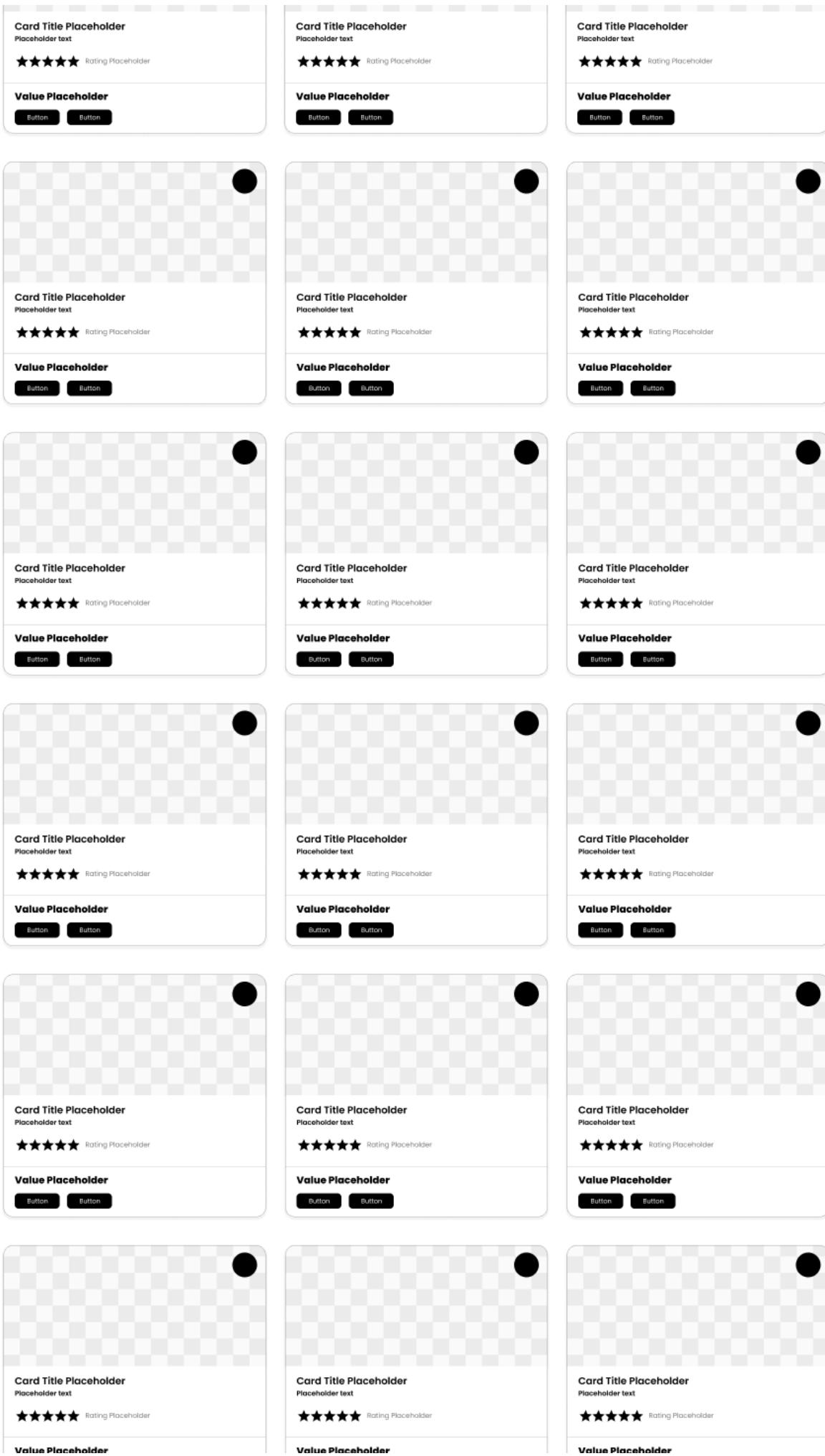


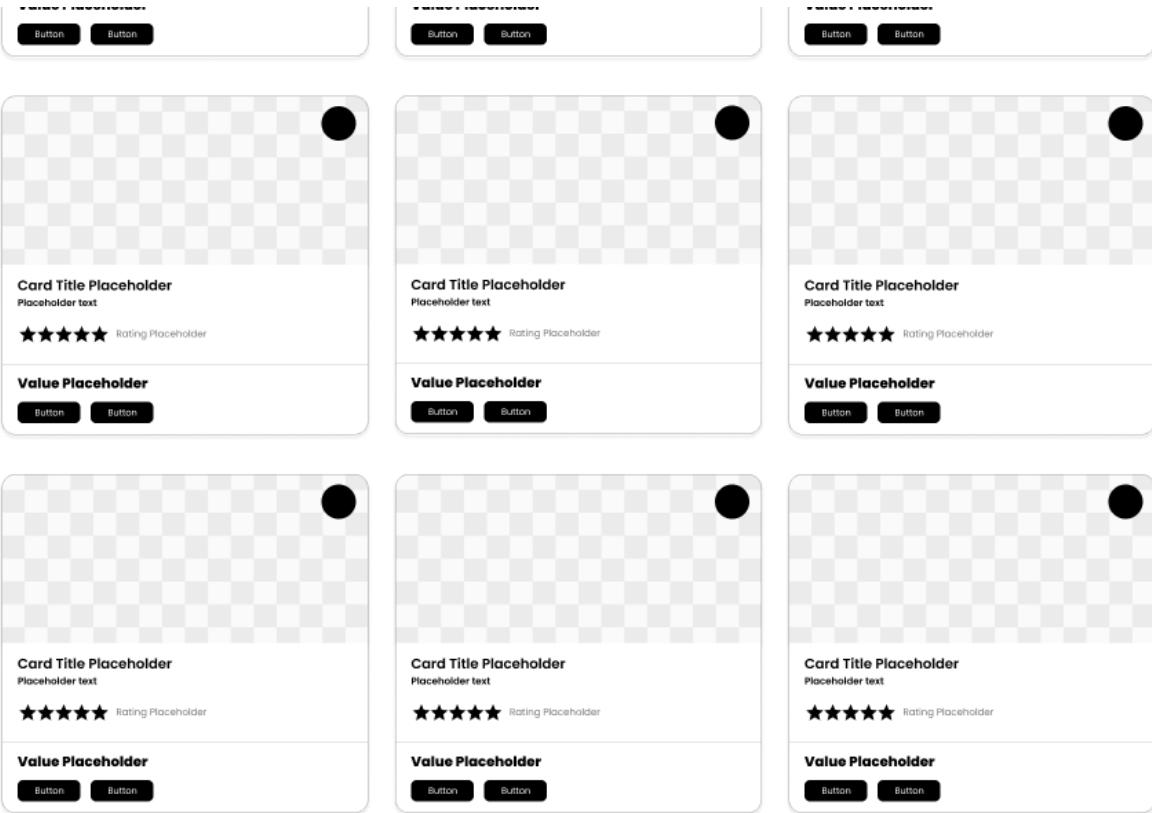
Link      Link      Link      Link      Link



— — —







## Categorías

Site Name

Search Placeholder

Button

Button

Button

Link

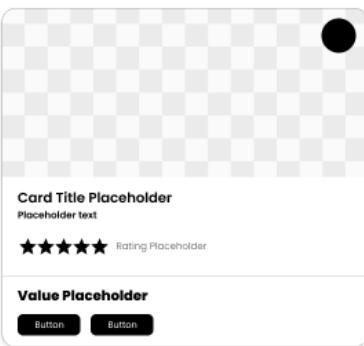
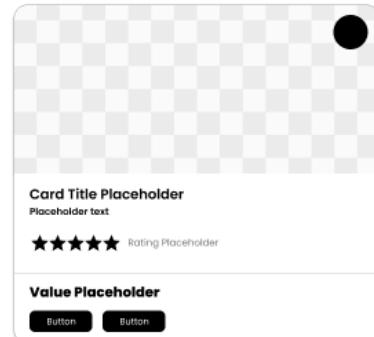
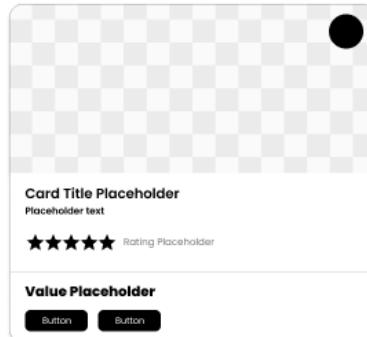
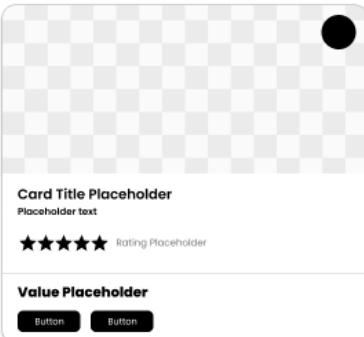
Link

Link

Link

Link

Filter 1 Filter 2 Filter 3 Filter 4 Filter 5 Filter 6



## Favoritos

Site Name

Search Placeholder

Button

Button

Button

Link

Link

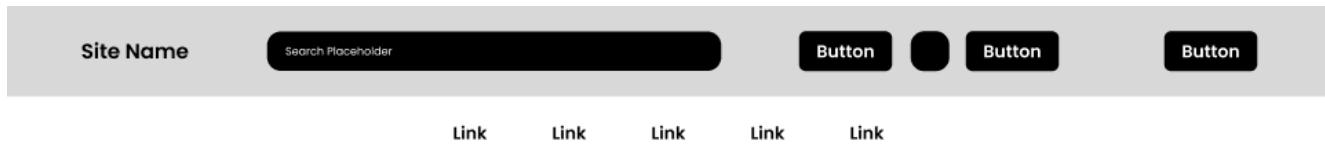
Link

Link

Link

Placeholder text

## Mis Cupones

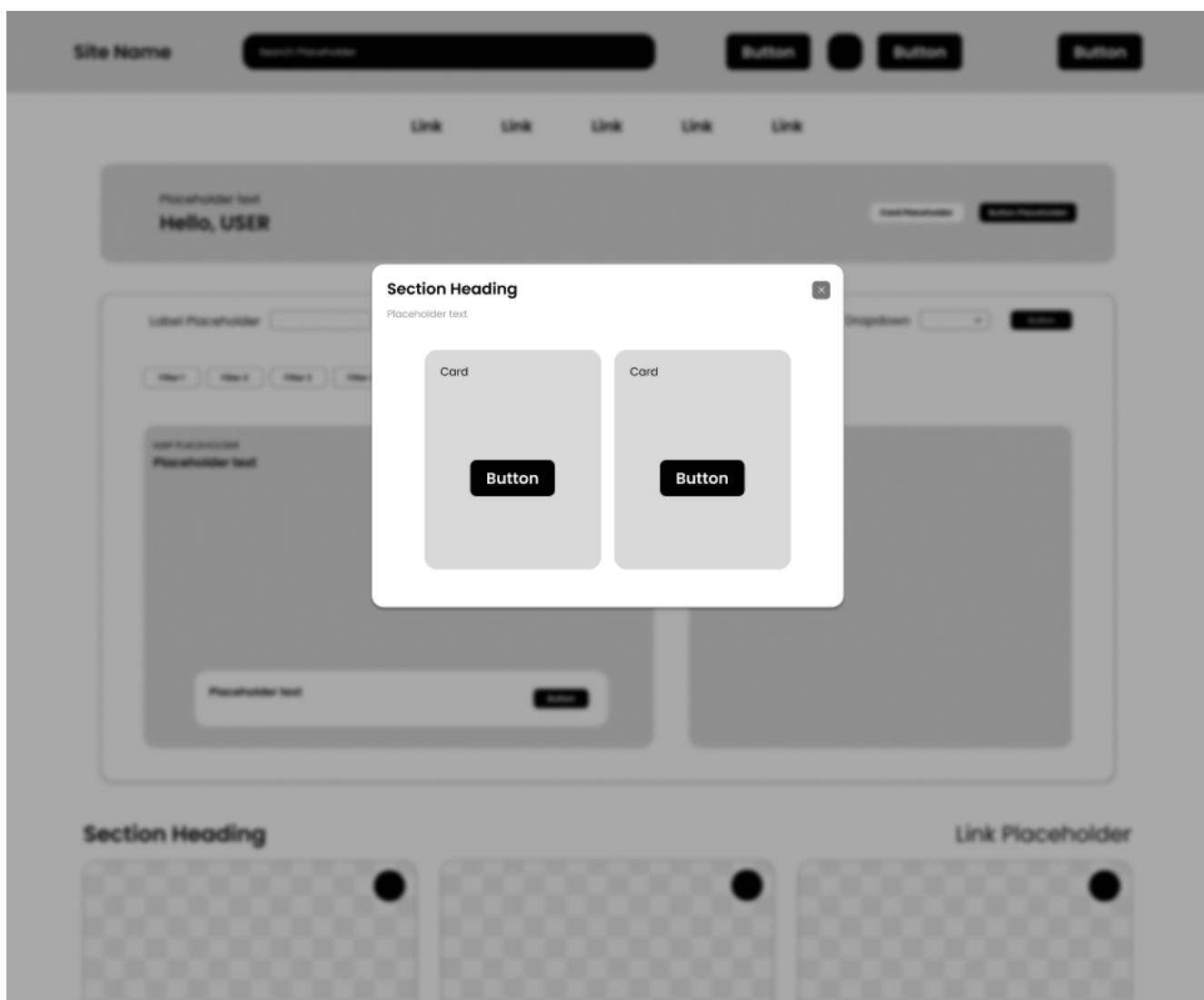


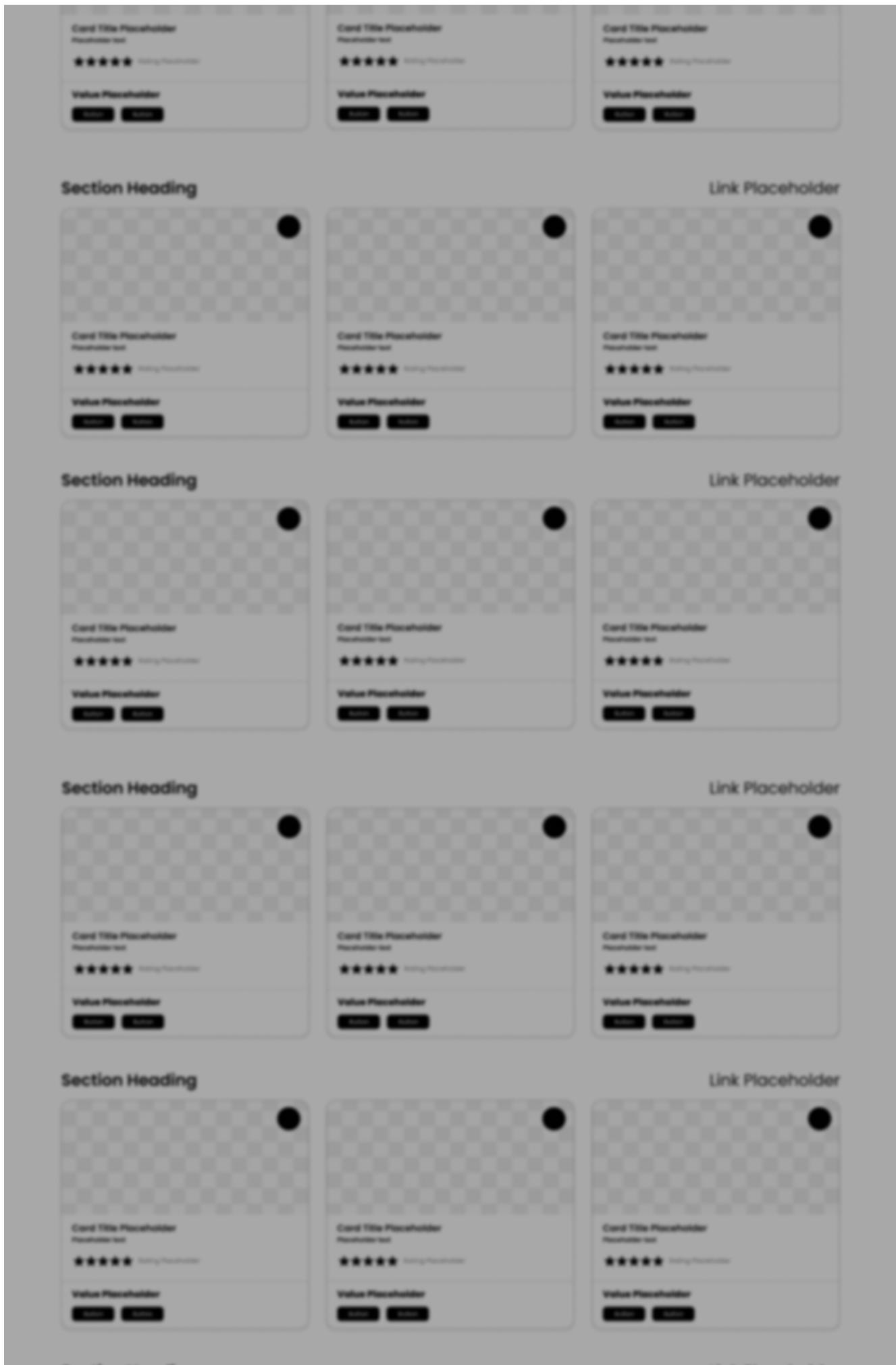
Link Link Link Link Link

### Section Heading



## Planes







## Acceso Ubicación

The interface includes:

- A top navigation bar with 'Site Name', a search input, and three buttons labeled 'Button'.
- Below the navigation, there are five 'Link' buttons.
- A central area with a placeholder text 'Hello, USER' and two buttons labeled 'Nuevo Placeholder' and 'Nuevo Placeholder'.
- An input section with 'Label Placeholder' and 'Search Input Placeholder' fields, a dropdown menu, and a 'Nuevo Placeholder' button.
- A modal window titled 'Section Heading' containing a placeholder text field and two 'Button' buttons.
- At the bottom, there are four placeholder cards arranged in a 2x2 grid:
  - Top-left: 'Section Heading'
  - Top-right: 'Link Placeholder'
  - Bottom-left: 'Section Heading'
  - Bottom-right: 'Link Placeholder'

Card Title Placeholder  
Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Section Heading

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Link Placeholder

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Section Heading

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Link Placeholder

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Section Heading

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Link Placeholder

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Section Heading

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

Card Title Placeholder

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

Button 1

Button 2

## Link Placeholder

Card Title Placeholder

Placeholder text

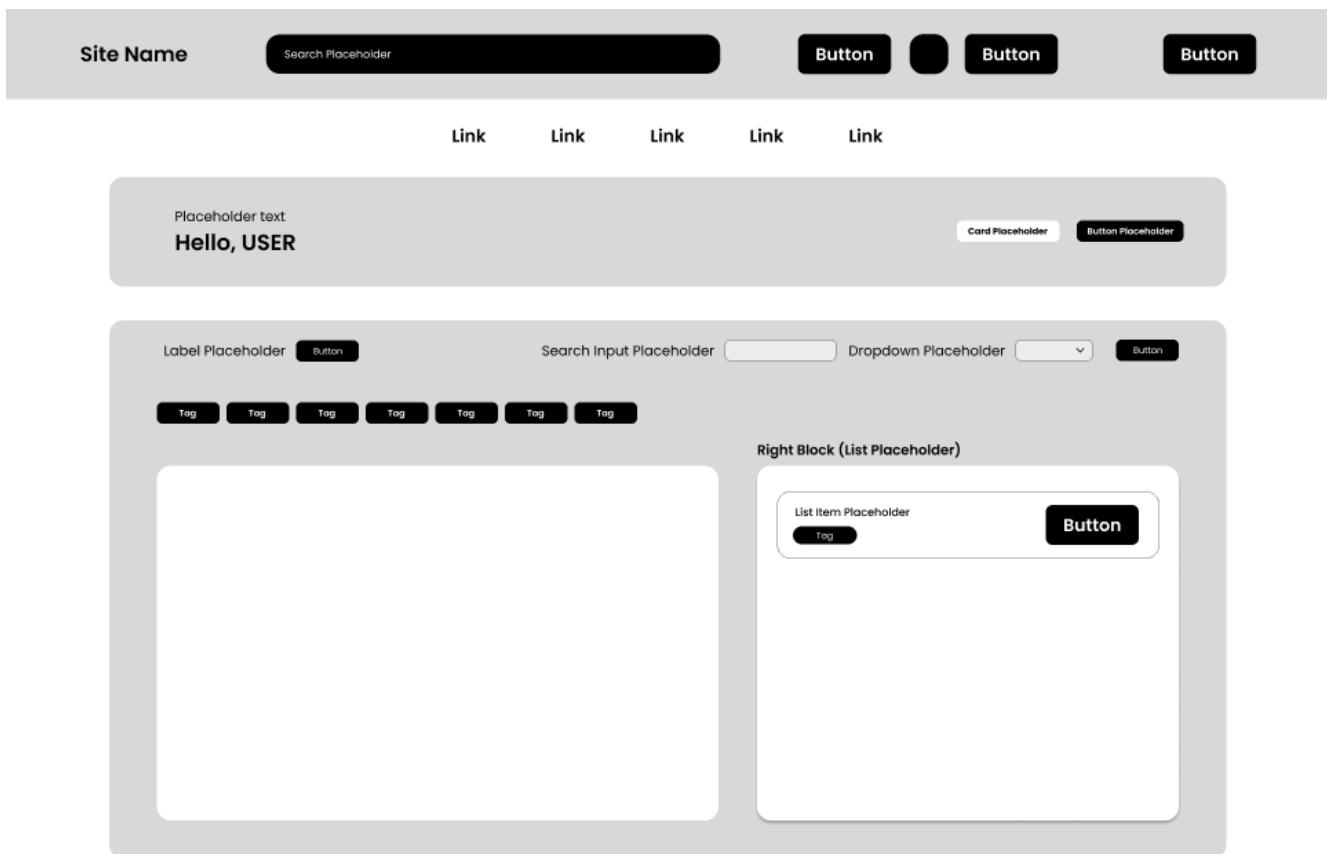
★★★★★ Rating Placeholder

Value Placeholder

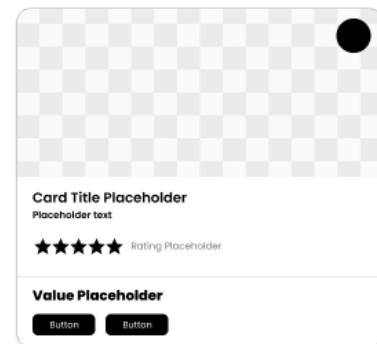
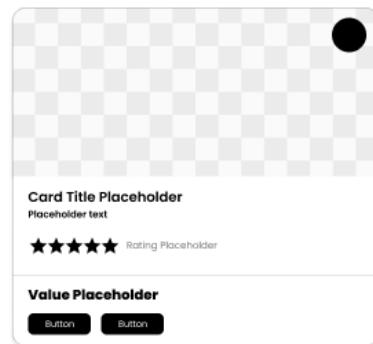
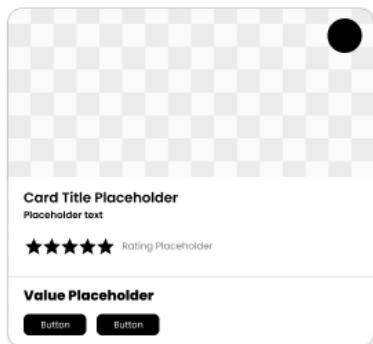
Button 1

Button 2

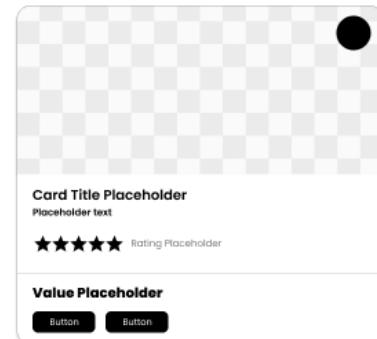
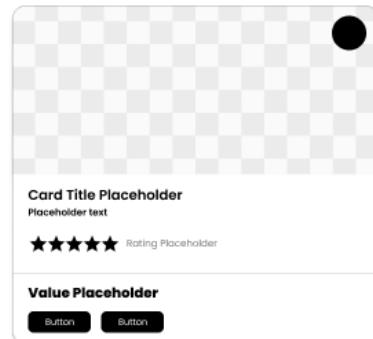
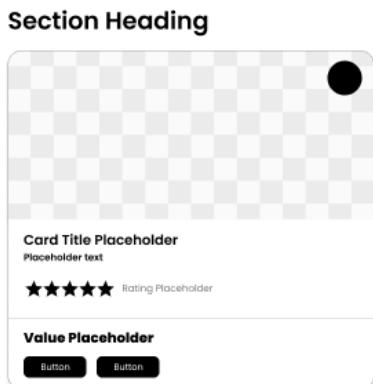
- Ubicación Permitida



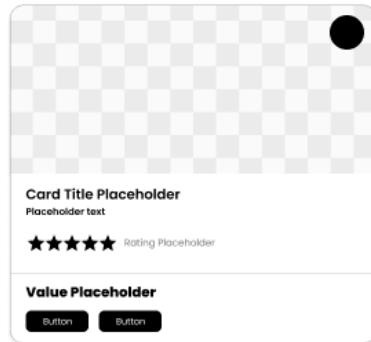
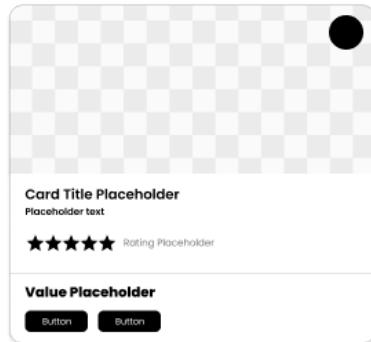
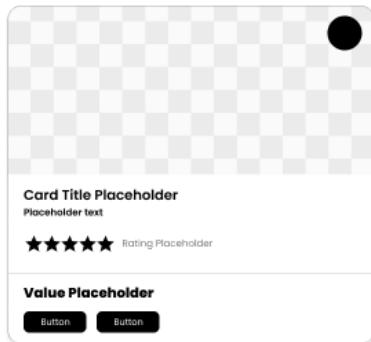
### Section Heading



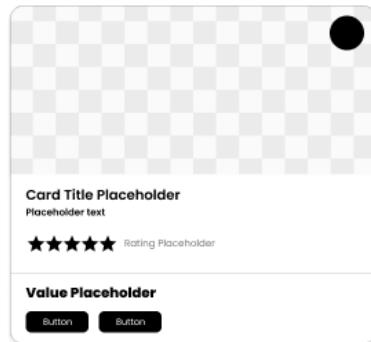
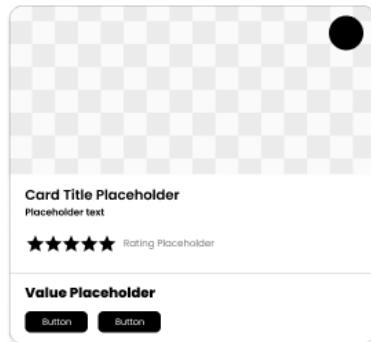
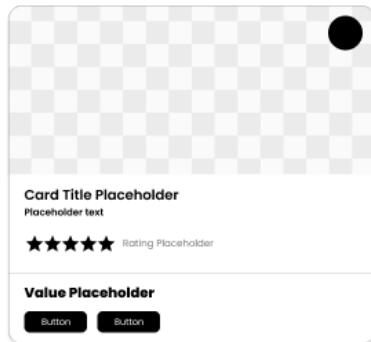
### Link Placeholder



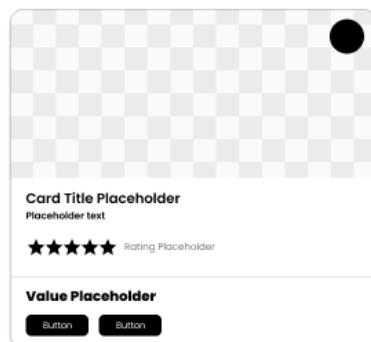
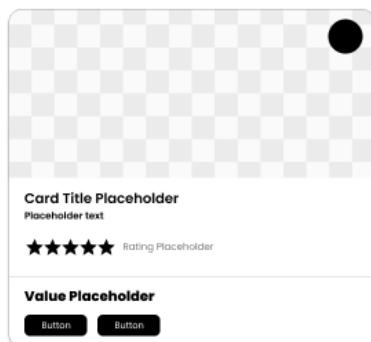
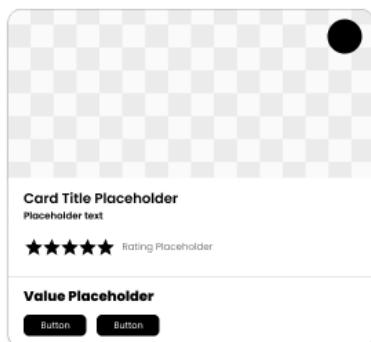
## Section Heading



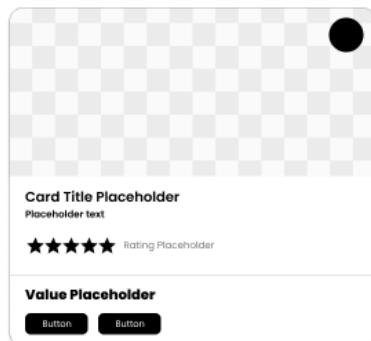
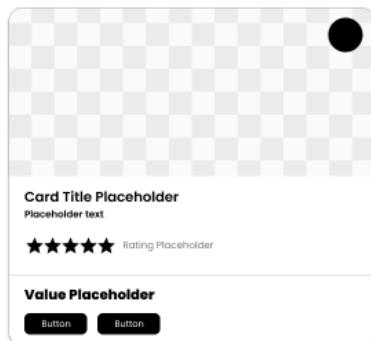
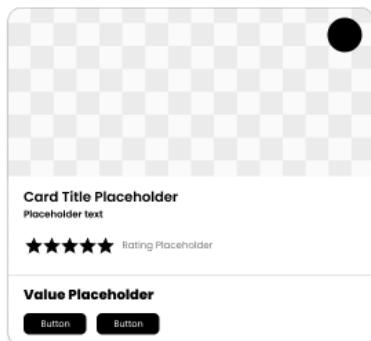
## Section Heading



## Section Heading



## Section Heading



## **Secciones**

Site Name

Search Placeholder

Button

Button

Button

Link

Link

Link

Link

Link

## Section Heading

Button

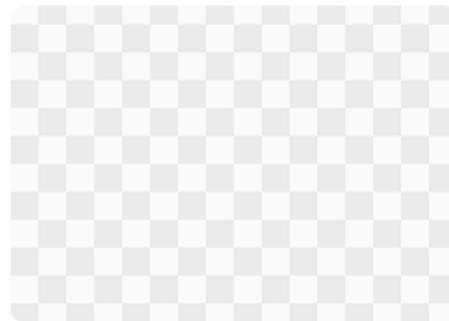
**Card Title Placeholder**

Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

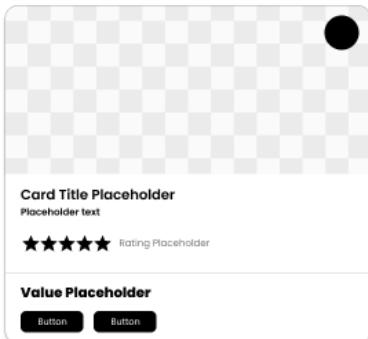
**Value Placeholder**

Button



— — —

Search Input Placeholder Dropdown Placeholder ▾

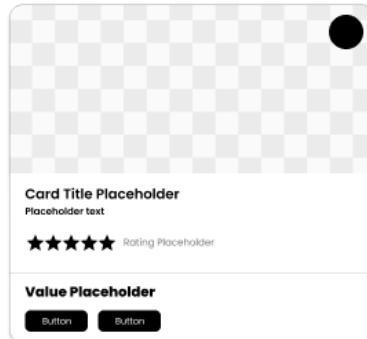


Card Title Placeholder  
Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

**Value Placeholder**

Button Button

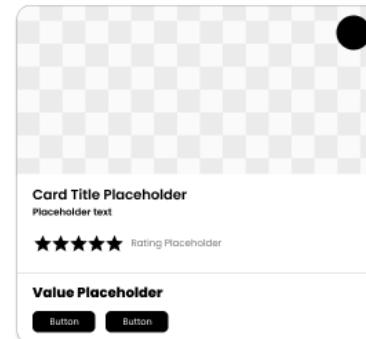


Card Title Placeholder  
Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

**Value Placeholder**

Button Button

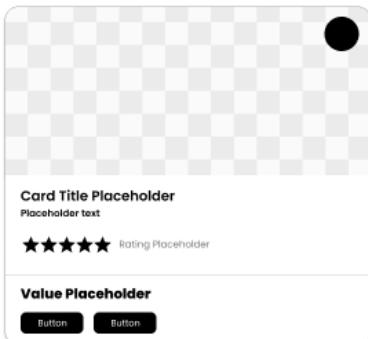


Card Title Placeholder  
Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

**Value Placeholder**

Button Button



Card Title Placeholder  
Placeholder text

★★★★★ Rating Placeholder

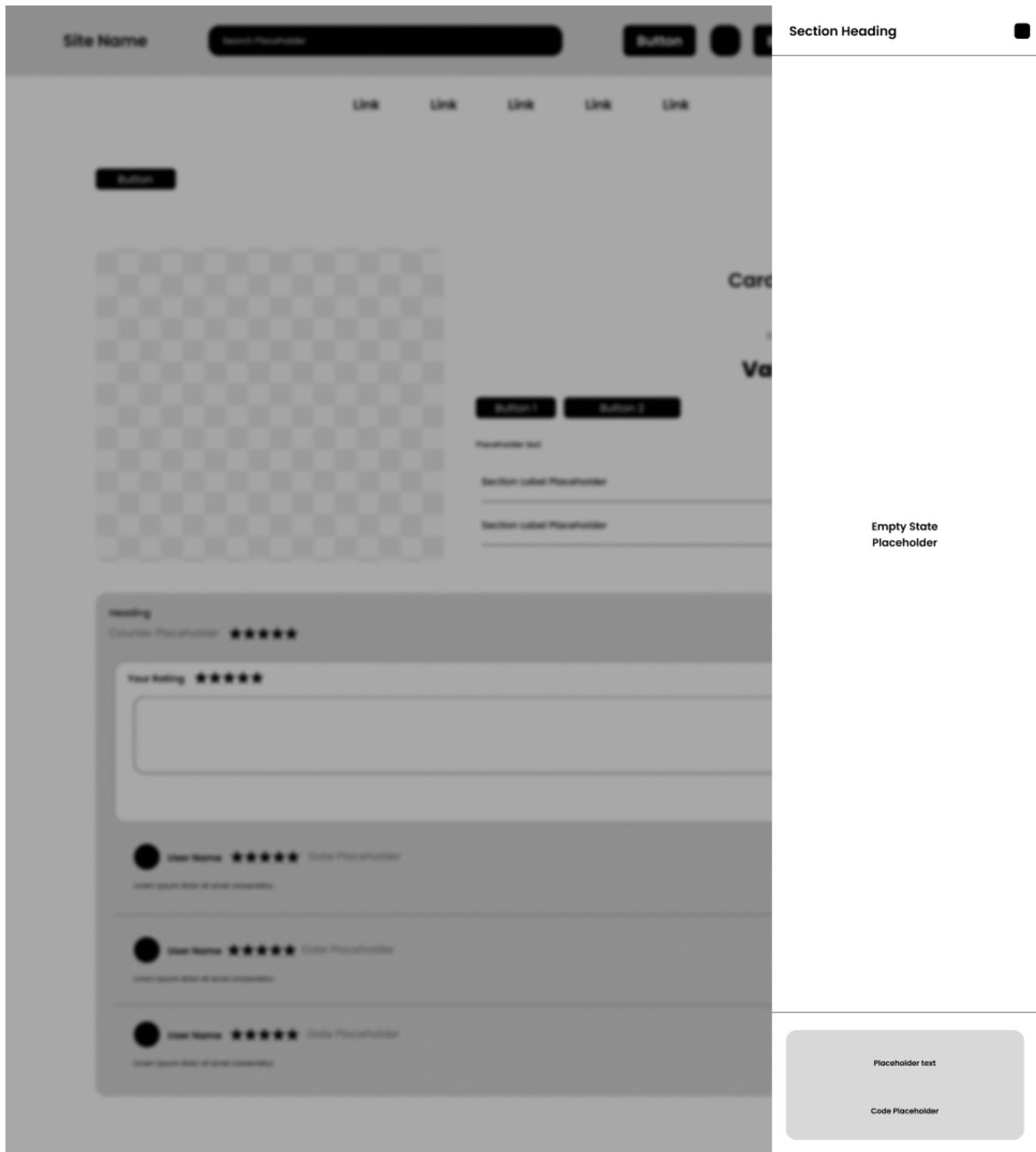
**Value Placeholder**

Button Button

Agregar oferta carro



Pago



**Ayuda**

Site Name

Search Placeholder

Button

Button

Button

Link

Link

Link

Link

Link

## Section Heading

Accordion Placeholder 1

Accordion Placeholder 2

Accordion Placeholder 3

Placeholder text

## Notificaciones

- Notificaciones generales

Site Name

Search Placeholder

Button

Button

Button

Link

Link

Link

Link

Link

## Section Heading

Placeholder text

Button

Button

Card 1

Badge

Card 2

Badge

Card 3

Section Heading

Label Placeholder

Button 1 Button 2

Label Placeholder

Tags Tags Tags Tags Tags

Input Placeholder

Label Placeholder

Button Button Button

Placeholder text

Placeholder text

- Notificaciones leídas

Site Name

Button

Button

Link

Link

Link

Link

Link

## Section Heading

Button

Button

Card 1

Date Placeholder

Card 2

Date Placeholder

Card 3

Date Placeholder

Placeholder text

- Sin notificaciones

Site Name

Search Placeholder

Button

Button

Button

Link

Link

Link

Link

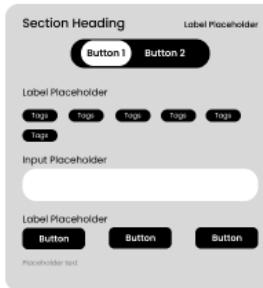
Link

## Section Heading

Button

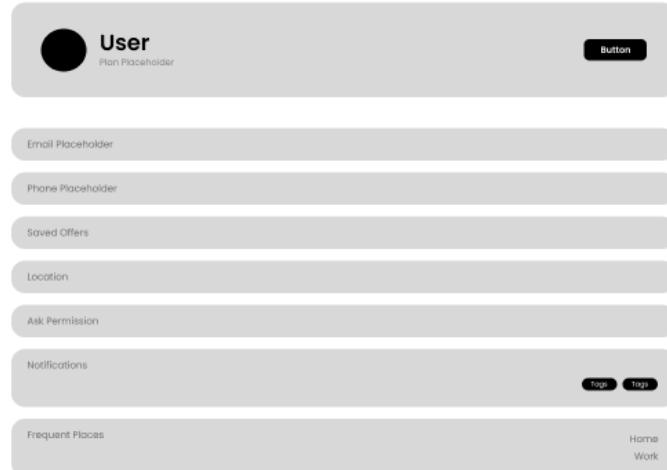
Button

Empty State Placeholder



Placeholder text

## Perfil



- Editar Perfil



User

Plan Premium

Button

Text Input Placeholder

Name Placeholder

Dropdown Placeholder

Basic / Premium

Email Placeholder

Email Placeholder

Phone Placeholder

Phone Placeholder

Category Tags

Tag Tag Tag Tag Tag Tag

Notificaciones push  Checkbox Placeholder

Tag Tag Tag Tag Tag Tag

Dropdown Placeholder

Ask

▼

**Password Section**

Input Placeholder

Home Address Placeholder

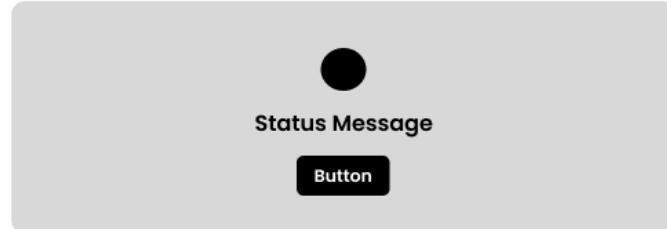
▼

Input Placeholder

Work Address Placeholder

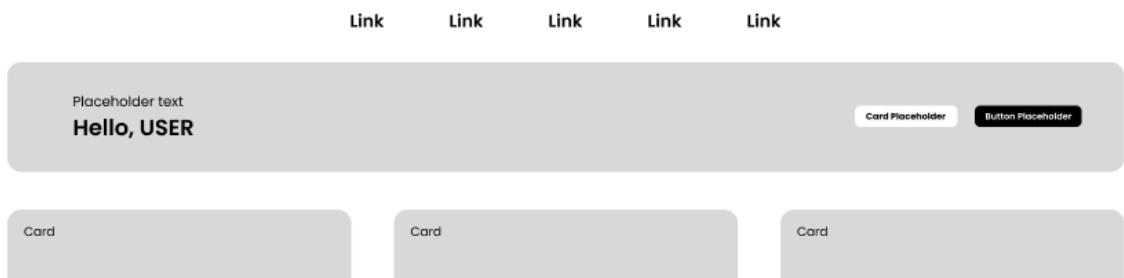
Input Placeholder

Placeholder text  **Cerrar Sesión**



## Proveedores

### Resumen



### Section Heading



Placeholder text

## Campañas

Site Name

Link Link Link Link Link

**Section Heading**

Card Title Placeholder Badge

Placeholder text

Value Placeholders

Button Button Button

**Section Heading**

Card Title Placeholder Badge

Placeholder text

Value Placeholders

Button Button Button

**Section Heading**

Card Title Placeholder Badge

Placeholder text

Value Placeholders

Button Button

Placeholder text

## Crear

Site Name

Link Link Link Link Link

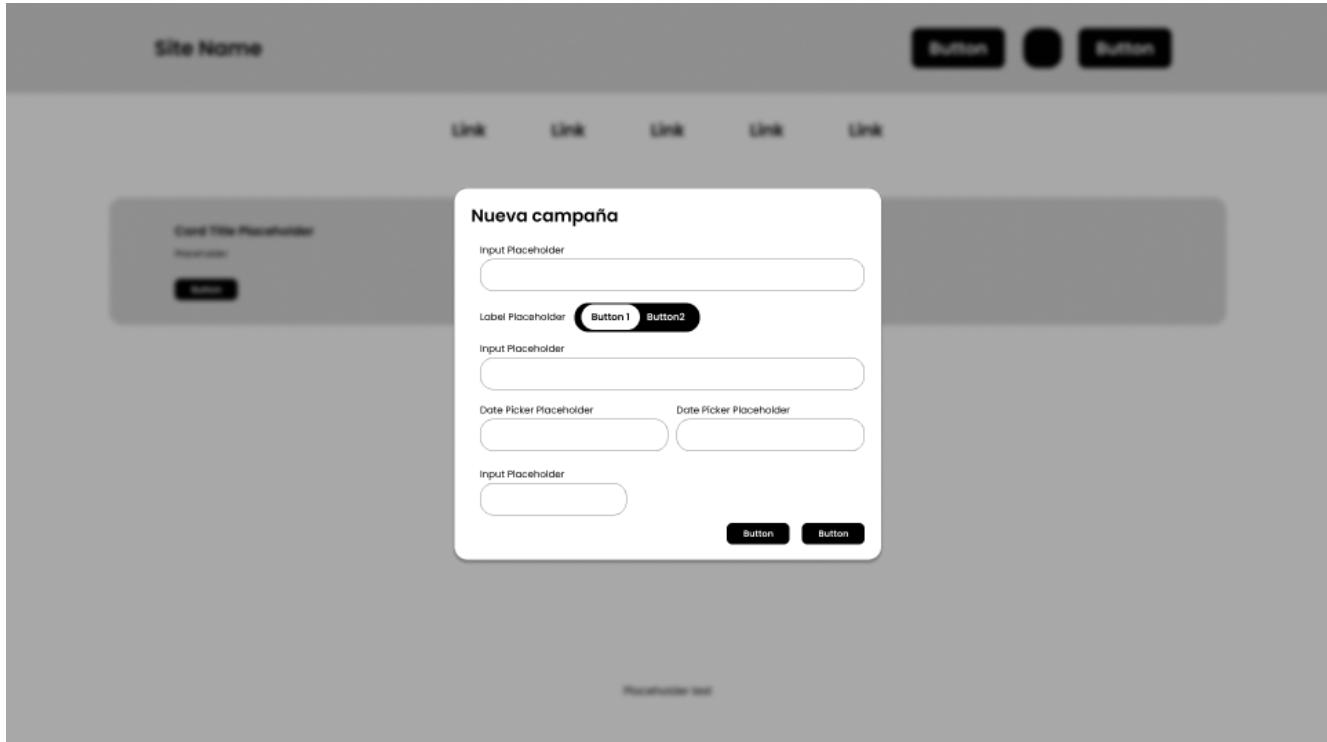
**Card Title Placeholder**

Placeholder

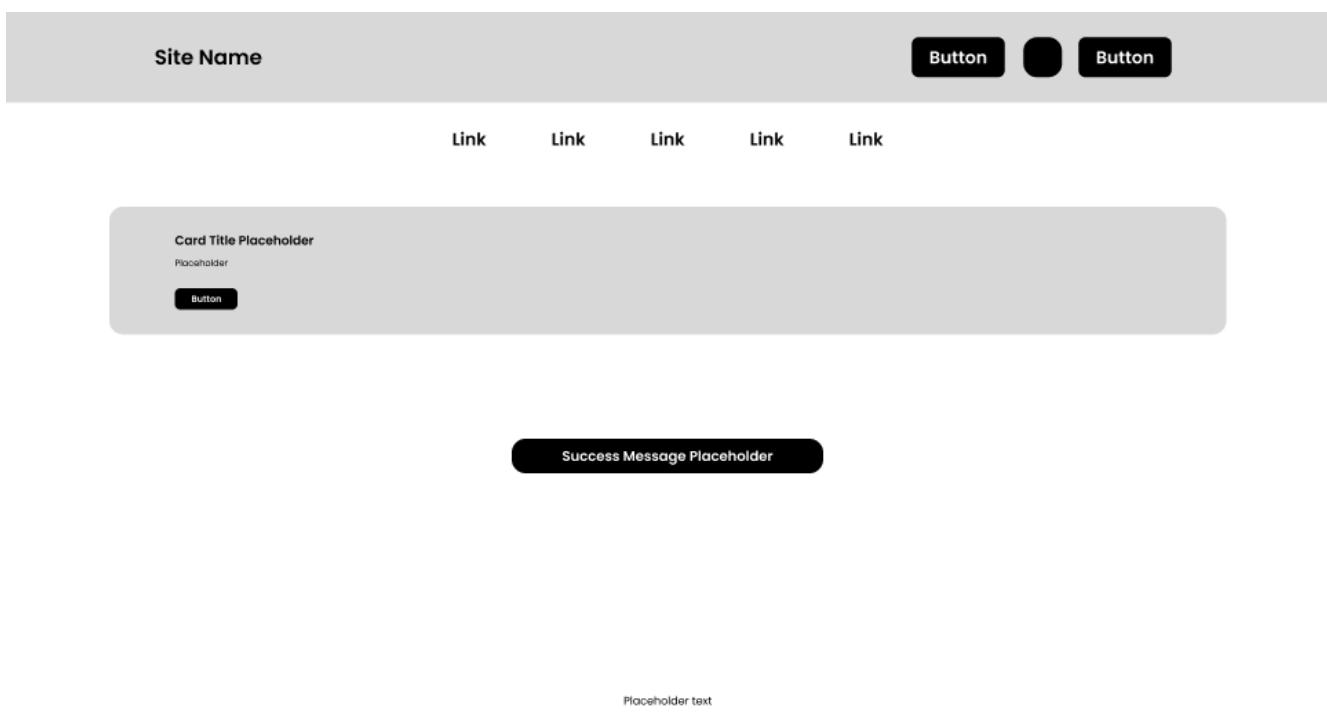
Button

Placeholder text

- Crear campaña



- Campaña creada



## Reportes

Site Name

Button

Button

Link Link Link Link Link

Section Heading

Button

```
[  
  {  
    "id": "id_1",  
    "name": "Campaign Name Placeholder",  
    "status": "Status Placeholder",  
    "imp": "Value Placeholder",  
    "clicks": "Value Placeholder",  
    "ctr": "Value Placeholder"  
  },  
  {  
    "id": "id_2",  
    "name": "Campaign Name Placeholder",  
    "status": "Status Placeholder",  
    "imp": "Value Placeholder",  
    "clicks": "Value Placeholder",  
    "ctr": "Value Placeholder"  
  }  
]
```

Placeholder text

## Comentarios

Site Name

Button

Button

Link Link Link Link Link

Card Title Placeholder

Placeholder text

Button

Card Title Placeholder

Placeholder text

Button

Card Title Placeholder

Placeholder text

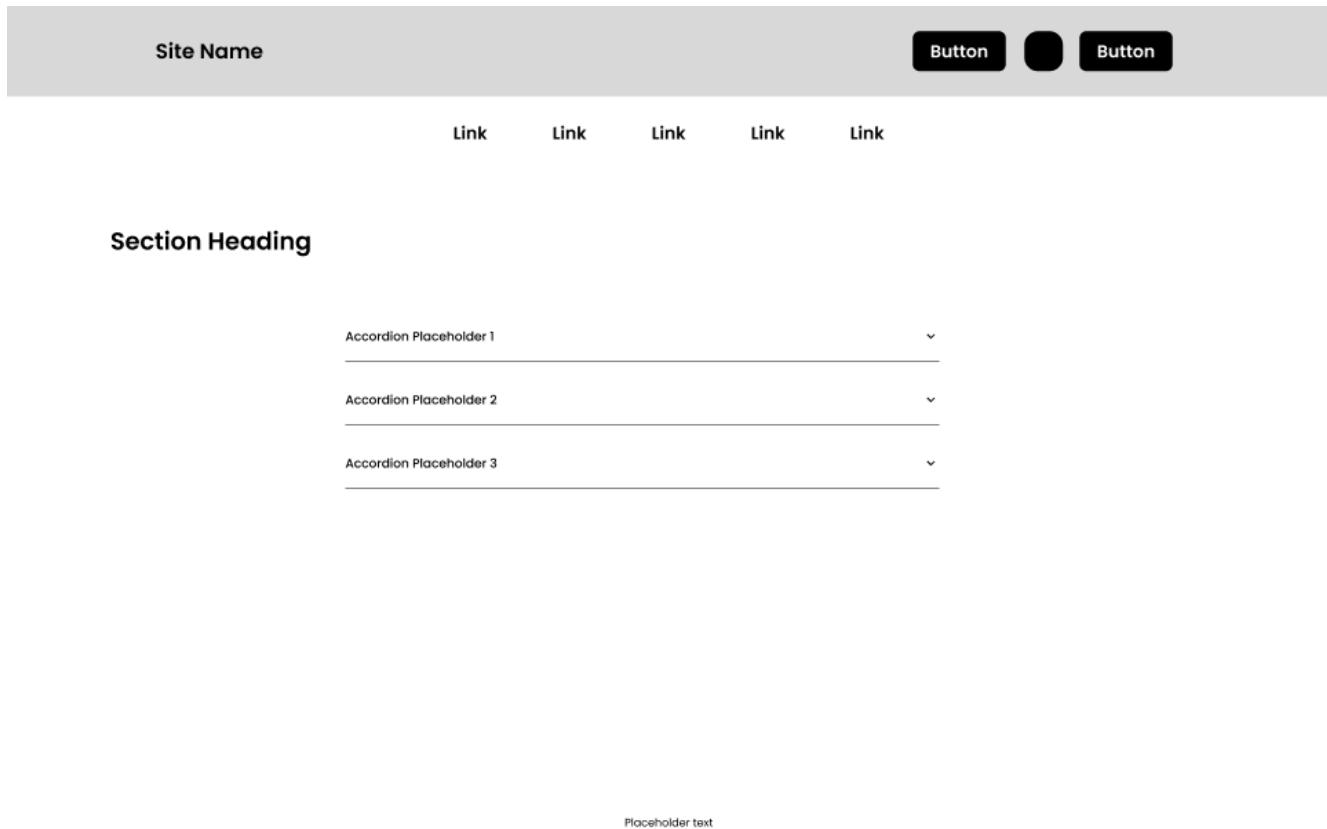
Button

Placeholder text

## Planes

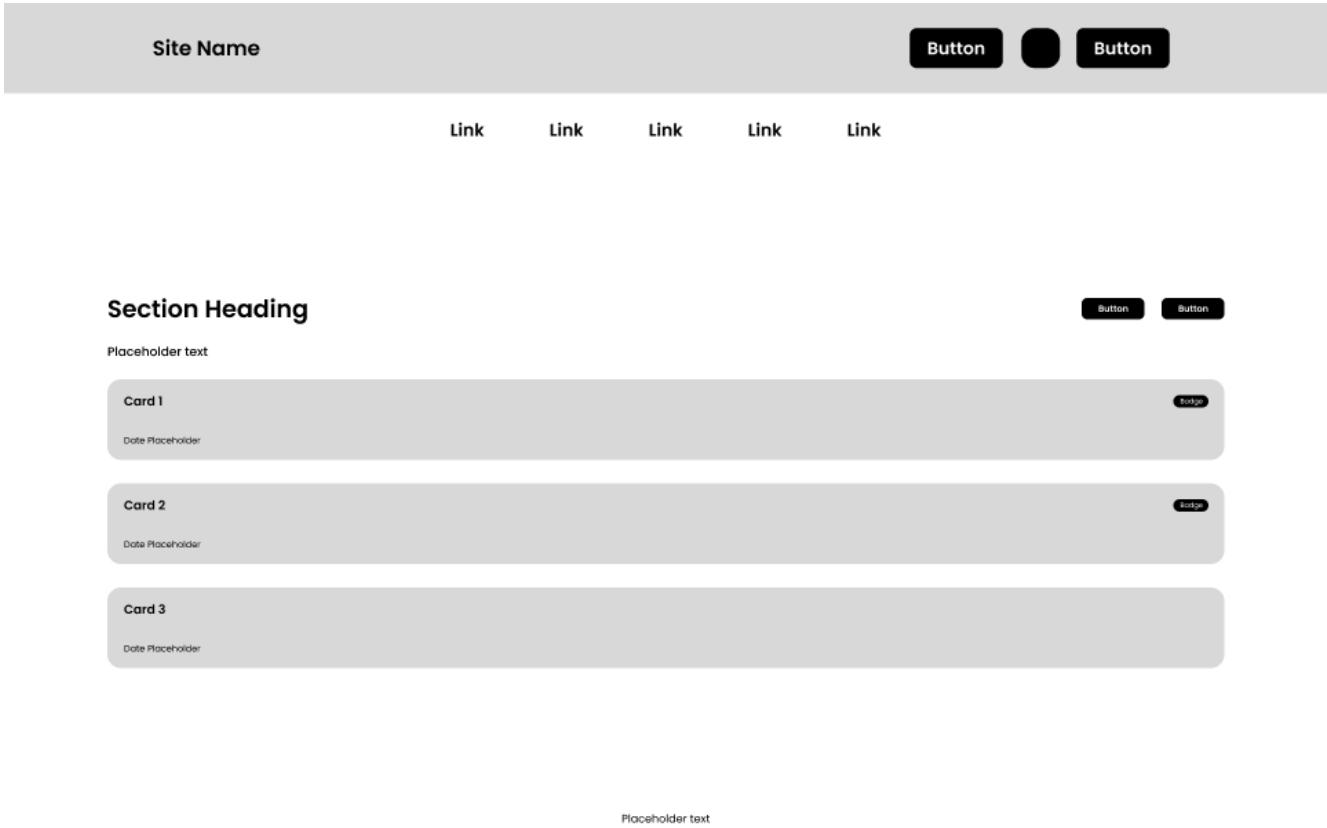


## Ayuda



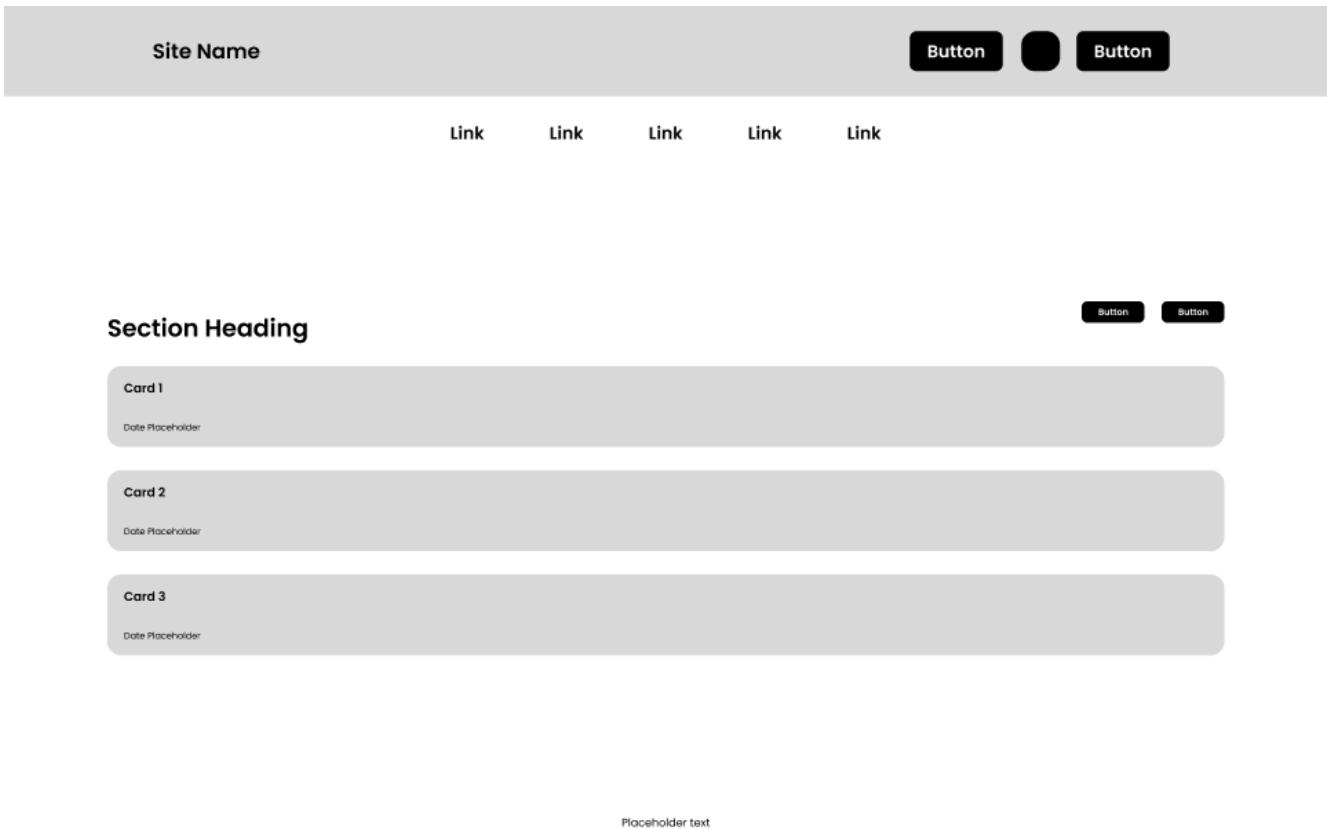
## Notificaciones

- Notificaciones generales



A dashboard template for general notifications. It features a top header bar with "Site Name" on the left and three "Button" components on the right. Below the header is a row of five "Link" components. The main content area includes a "Section Heading" with "Placeholder text", three cards labeled "Card 1", "Card 2", and "Card 3", each with a "Date Placeholder" and a "Badge" icon. A large central placeholder area contains "Placeholder text".

- Notificaciones leídas



A dashboard template for read notifications, similar in structure to the first one. It has a top header bar with "Site Name" and three "Button" components. Below the header is a row of five "Link" components. The main content area includes a "Section Heading" with "Placeholder text", three cards labeled "Card 1", "Card 2", and "Card 3", each with a "Date Placeholder" and a "Badge" icon. A large central placeholder area contains "Placeholder text".

- Sin Notificaciones

Site Name

Button

Button

Link

Link

Link

Link

Link

## Section Heading

Button

Button

Empty State Placeholder

Placeholder text

## Perfil

Site Name

Button

Button



**Business Name Placeholder**

Plan Placeholder

Button

Email Placeholder

Phone Placeholder

Address Placeholder

Schedule Placeholder

Website Placeholder

Description Placeholder

Placeholder text

- Editar perfil



# Business Name Placeholder

Plan Premium

**Business Name Placeholder**

**Plan Type Placeholder**

**Email Placeholder**

**Phone Placeholder**

**Address Placeholder**

**Opening Hours Placeholder**

**Website Placeholder**

**Description Placeholder**

**Password Section**

**Current Password Placeholder**

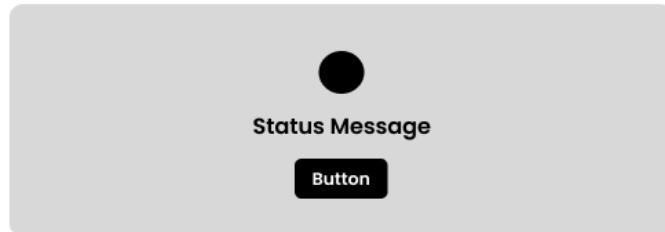
**New Password Placeholder**

**Confirm Password Placeholder**

**Button** **Button**

Placeholder text

**Cerrar Sesión**



#### 4.4.2. Web Applications Wireflow Diagrams

Ver Wireflows Diagrams Overflow:

<https://overflow.io/s/FAPMCERY>

#### Login

##### User Goal: Iniciar Sesión

- Usuario: Cliente o Proveedor

El usuario accede a la aplicación desde la vista de login, elige su rol (cliente o proveedor) e ingresa sus credenciales. Si los datos son correctos, el sistema valida la información y redirige al dashboard correspondiente. En caso contrario, se muestra un mensaje de error para reintentar.

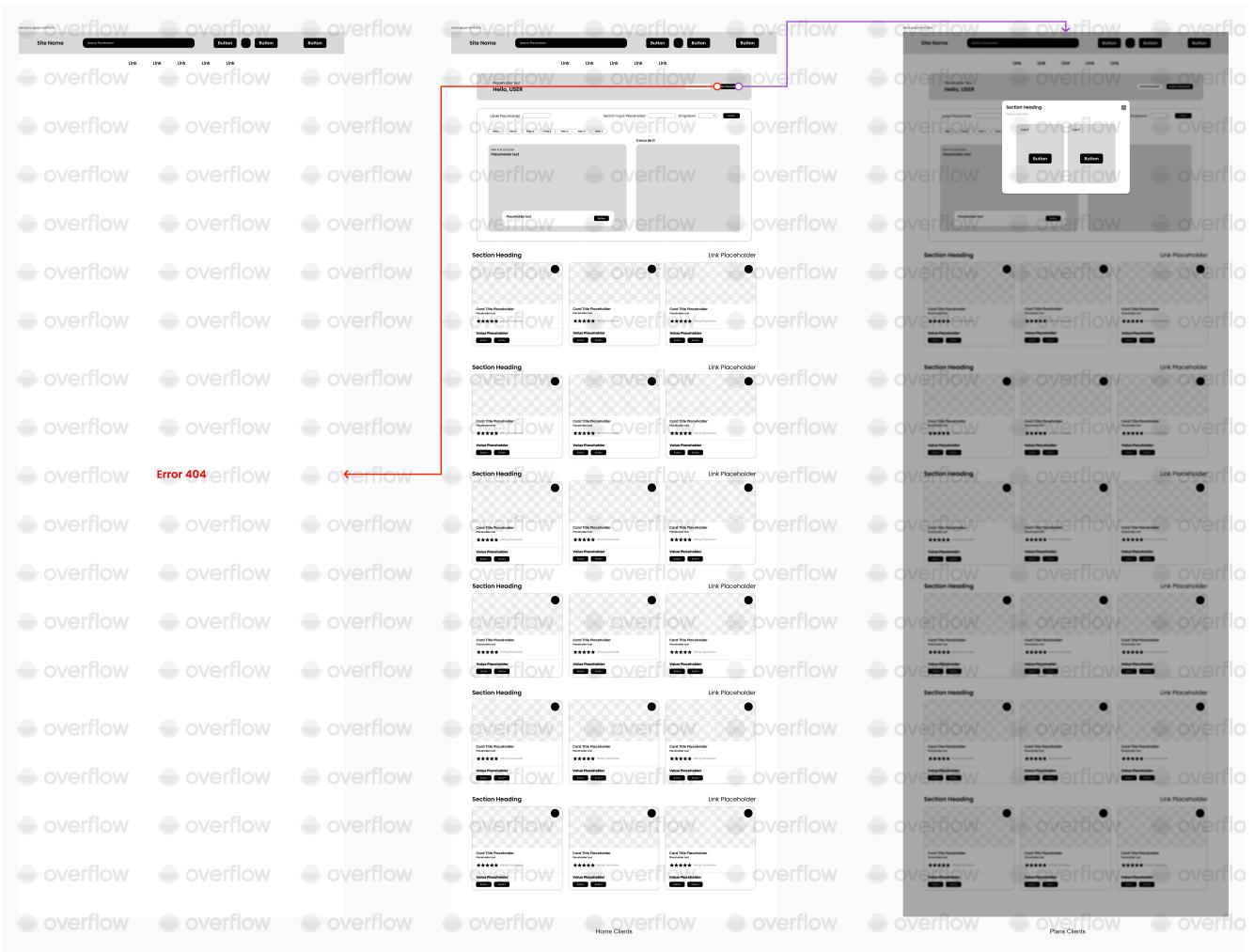


## Cliente

### User Goal: Visualizar planes

- Usuario: Cliente

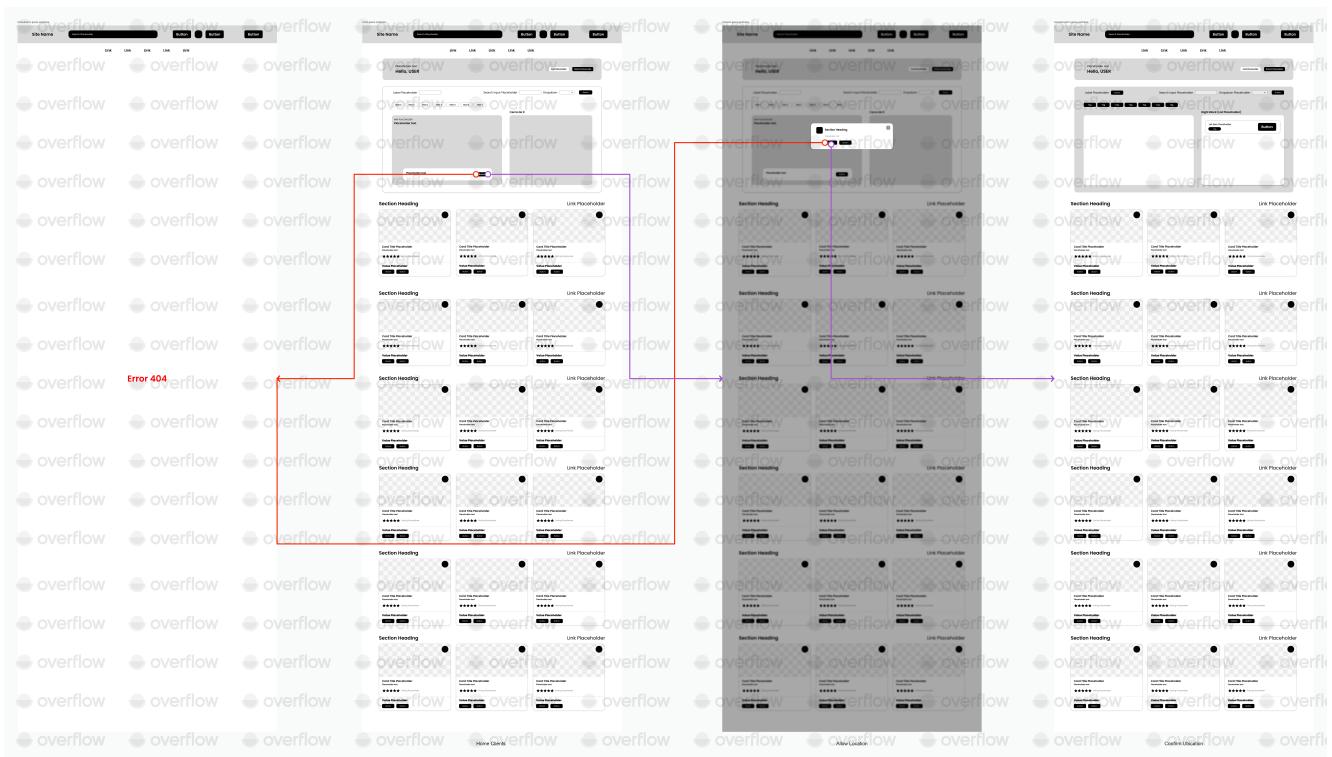
El cliente ingresa a la sección de planes desde el home. Allí puede ver las opciones de suscripción disponibles. Cada plan muestra sus características principales y beneficios. El usuario evalúa y elige el que mejor se ajusta a sus necesidades.



## User Goal: Permitir acceso a ubicación

- Usuario: Cliente

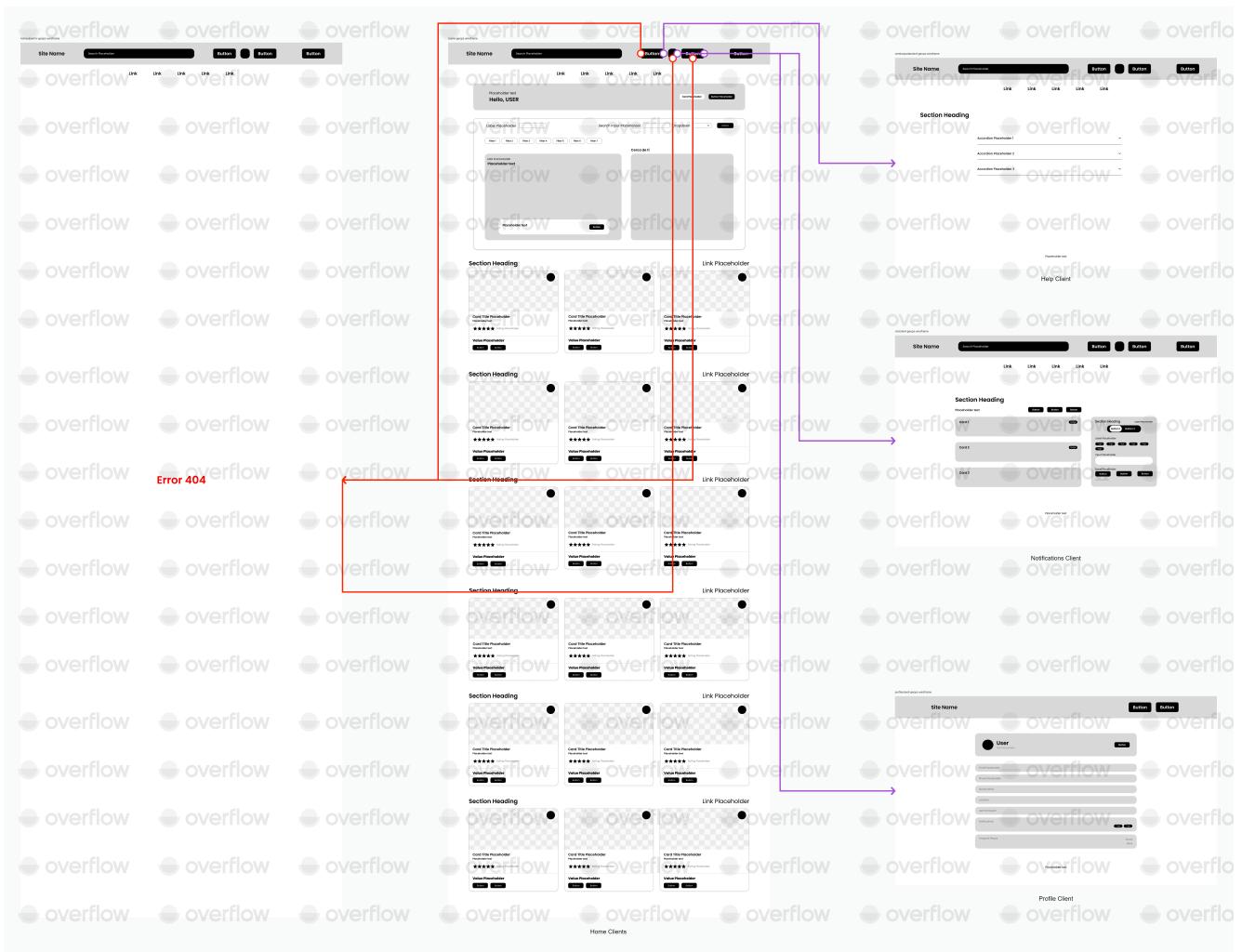
El sistema solicita al cliente acceso a su ubicación. El usuario recibe una ventana emergente para aceptar o rechazar. Al aceptar, la aplicación muestra ofertas cercanas personalizadas. Si no lo permite, solo se muestran resultados generales.



### User Goal: Acceso a ayuda, notificaciones y perfil

- Usuario: Cliente

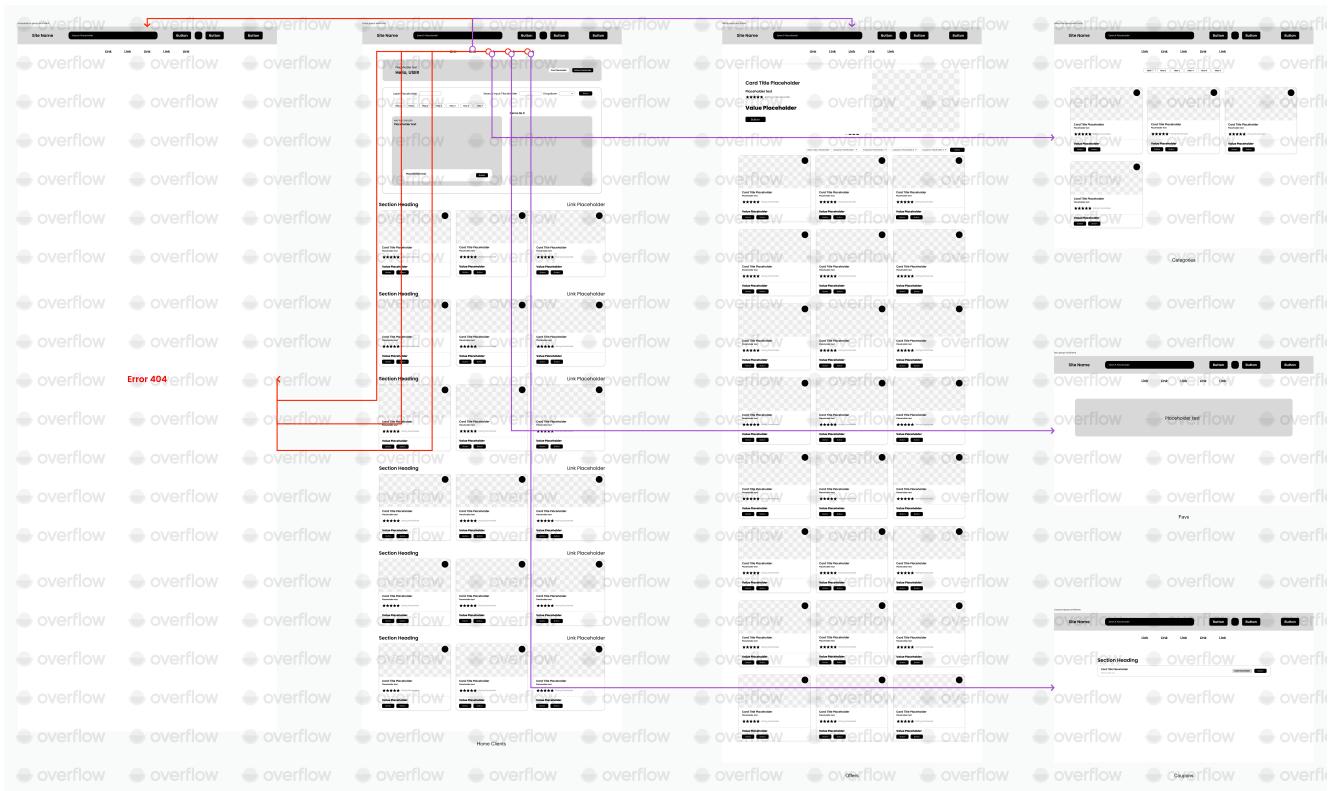
El cliente desde el header accede al centro de ayuda, revisa sus notificaciones (con la opción de marcar como leídas o limpiarlas) y puede entrar a su perfil. En el perfil tiene acceso a la información registrada y ajustes personales.



## User Goal: Acceso a links principales (ofertas, categorías, favoritos, cupones)

- Usuario: Cliente

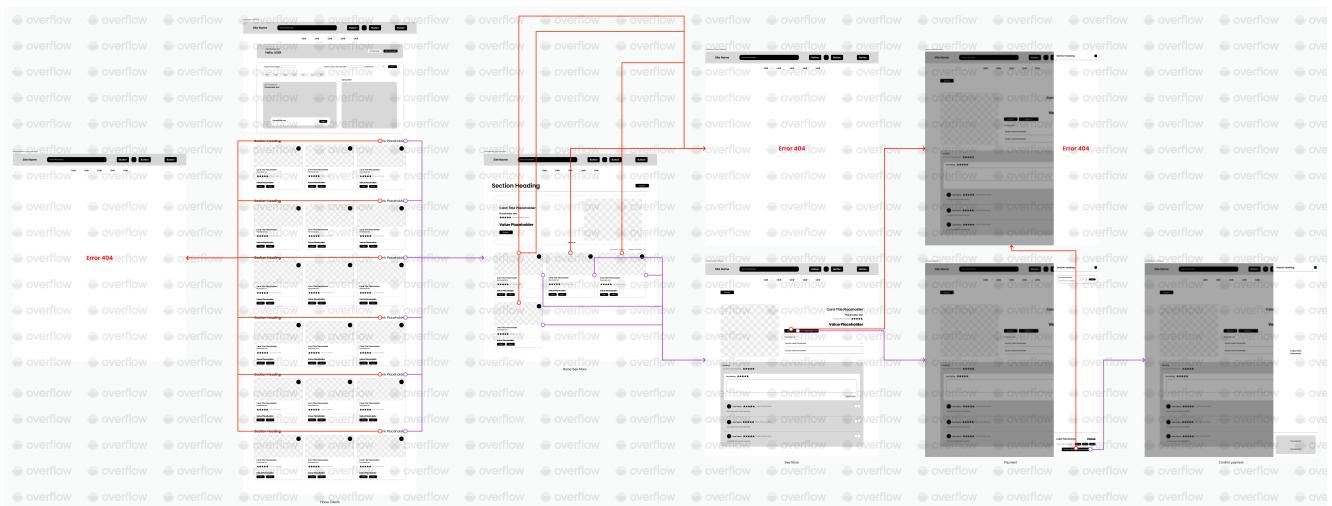
Desde el home, el cliente selecciona alguno de los accesos rápidos (ofertas, categorías, favoritos, cupones). El sistema lo redirige a la sección correspondiente. En cada sección se muestran los elementos relacionados, organizados para facilitar la navegación.



### User Goal: Detalle sección y proceso de pago

- Usuario: Cliente

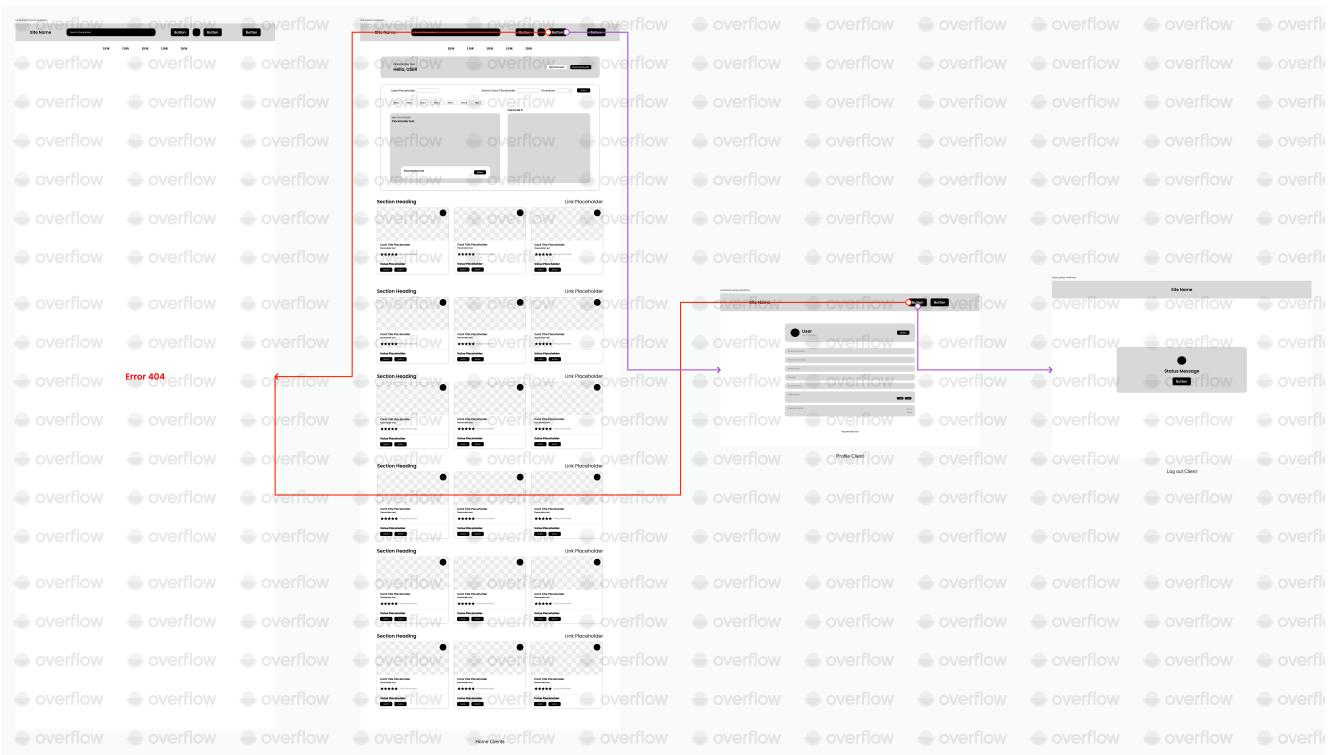
El cliente entra a una sección (ej. cines), selecciona una oferta y accede al detalle. Desde allí puede añadir al carrito o comprar directamente. Posteriormente continúa con el proceso de pago, confirmando el método y finalizando la transacción.



### User Goal: Cerrar Sesión

- Usuario: Cliente

El cliente, desde el perfil, selecciona la opción de cerrar sesión. El sistema valida la acción y cierra la cuenta activa.

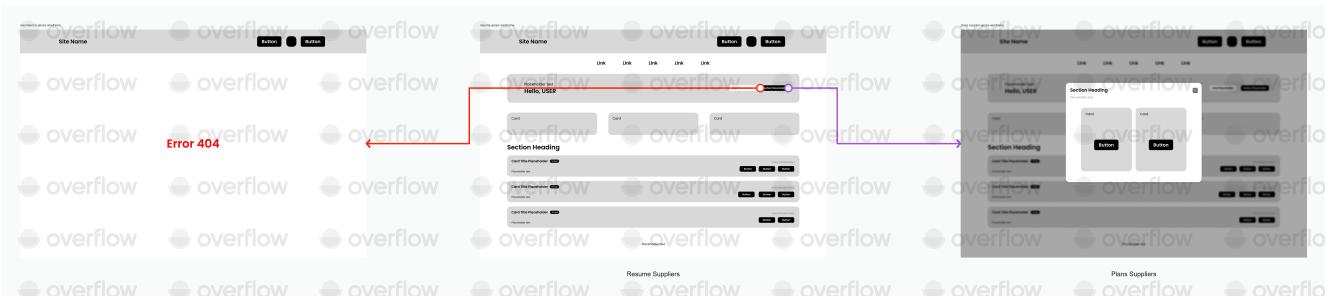


## Proveedor

### User Goal: Visualizar planes

- Usuario: Proveedor

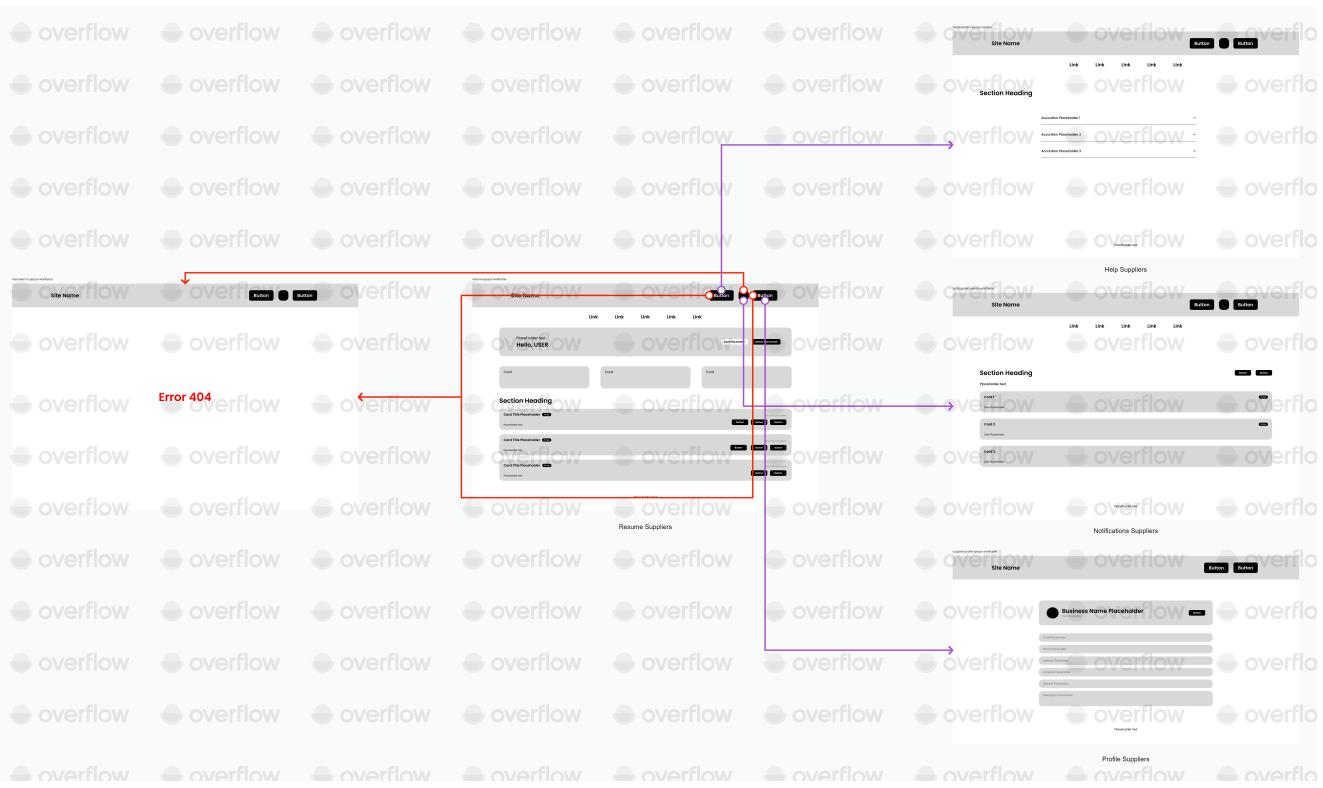
El proveedor accede a la sección de planes desde la opción resumen. Allí se le muestran las opciones de suscripción que permiten ampliar beneficios en la plataforma.



### User Goal: Acceder a ayuda, notificaciones, perfil

- Usuario: Proveedor

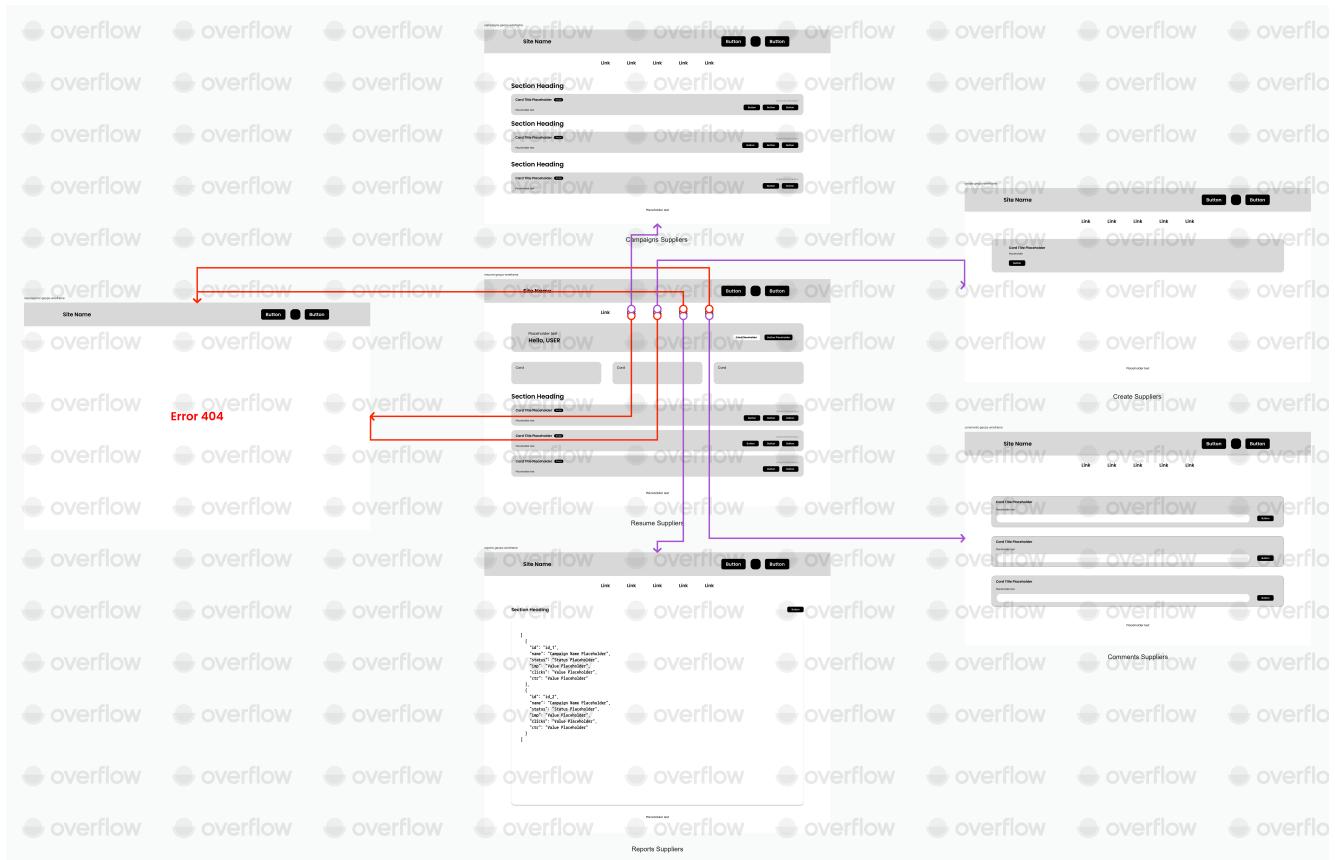
El proveedor accede desde el header a secciones complementarias. En Ayuda, encuentra respuestas rápidas a dudas frecuentes. En Notificaciones, revisa avisos relevantes y puede marcarlos como leídos o eliminarlos. Finalmente, en Perfil, gestiona la información de su negocio.



### User Goal: Acceder a links principales

- Usuario: Proveedor

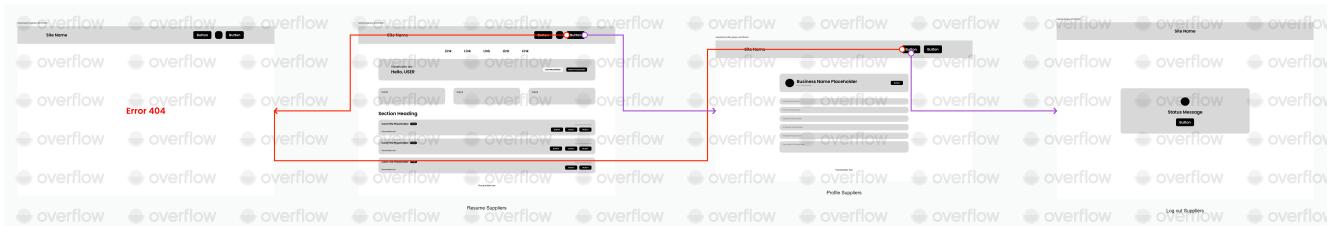
El proveedor, desde la vista de resumen, puede navegar hacia los enlaces principales de la plataforma: campañas, creación de nuevas promociones, reportes y comentarios de clientes.



### User Goal: Cerrar Sesión

- Usuario: Proveedor

El proveedor, desde el perfil, selecciona cerrar sesión. El sistema valida la acción y cierra la cuenta activa.



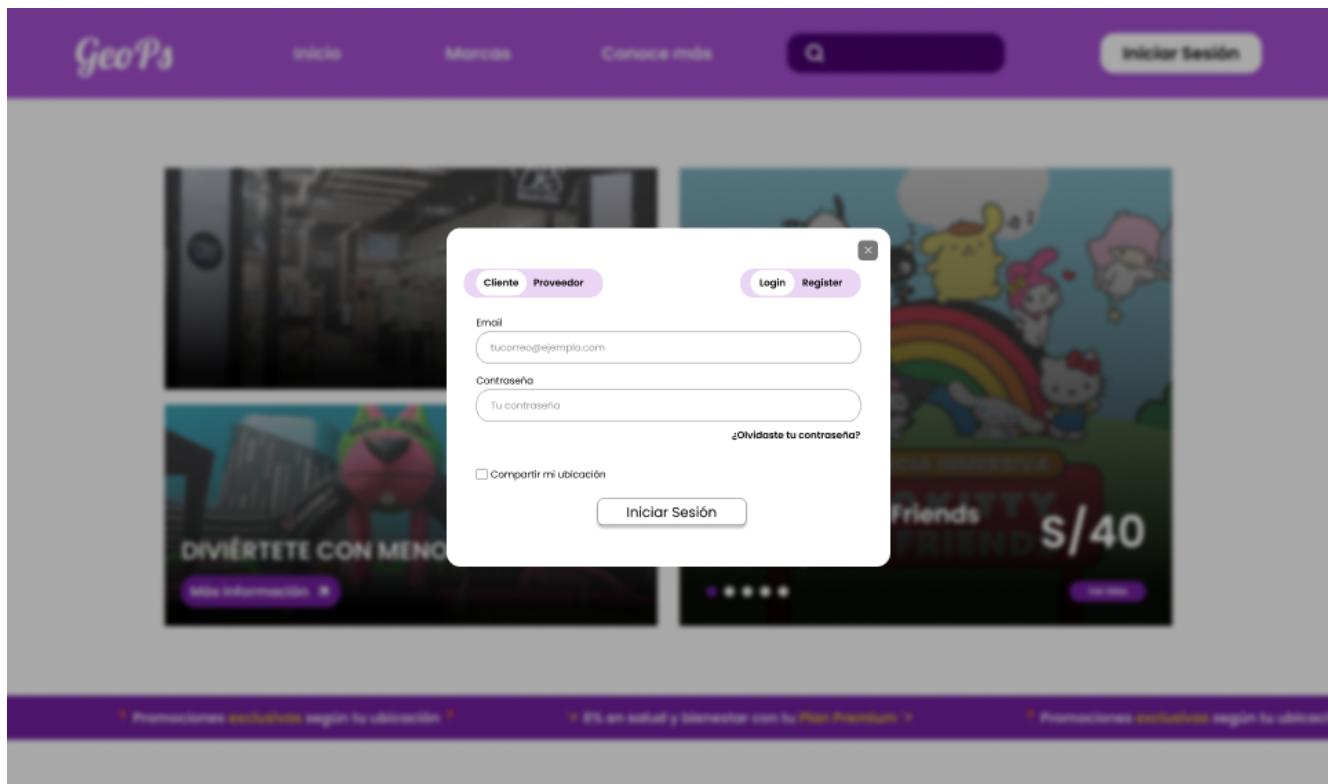
#### 4.4.3. Web Applications Mock-ups

Ver Diseño en Figma:

<https://www.figma.com/design/mHHx8WStPBr63tLYj42pBX/GeoPs?node-id=313-2872&t=i41W8YjchPvP7Aoe-1>

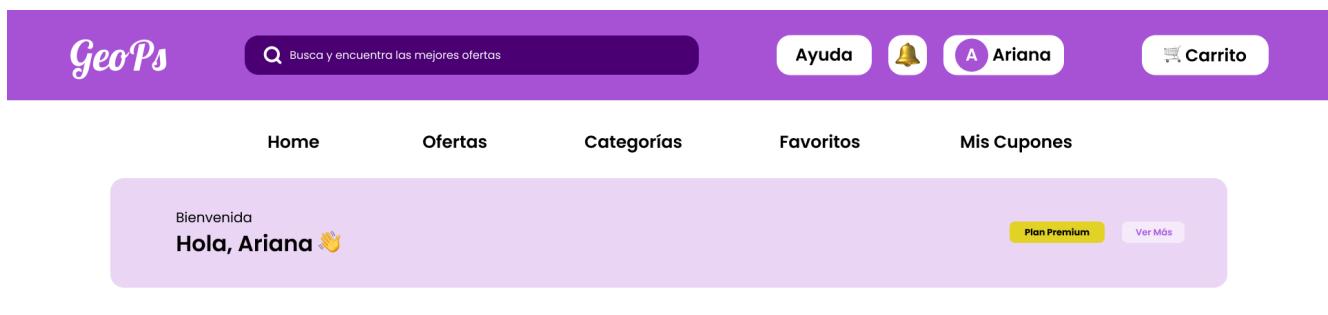
#### Login

#### Inicio de Sesión y registro



#### Cliente

#### Home

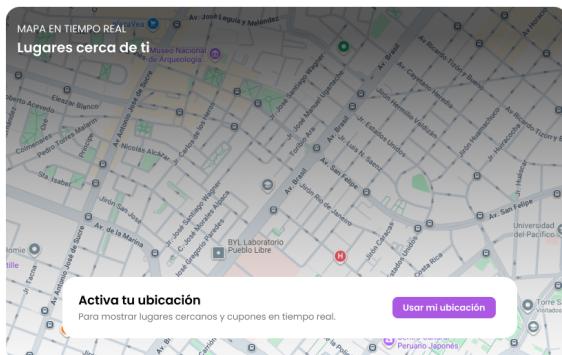


Lugares:

Buscar:

Radio: -3 km

#### Cerca de ti



Compártenos tu ubicación para ver más lugares cerca de ti

#### Cines

**CINEMARK**

**CINEMARK: 2 Entradas + 2 gaseosas + cancha mediana o grande**  
Cinemark

★★★★★ 5.0

**s/40.90**

**CINEMARK**

**CINEMARK: Entrada 2D – opción a combo**  
Cinemark

★★★★★ 5.0

**s/10.90**

**CINEPLANET**

**CINEPLANET: 2 entradas 2D + 2 bebidas grandes + Pop gigante**  
Cineplanet

★★★★★ 5.0

**s/52.90**

[VER MÁS](#)

#### Buffets Almuerzos

**Santa Marina**

**ALMUERZO BUFFET: Criollo, chifas, pastas, cremas, ensaladas, postres y más**  
Santa Marina

★★★★★ 5.0

**s/44.90**

**ASADO ARGENTINO STEAKHOUSE**

**ALMUERZO BUFFET: SOLO en sede de CHORRILLOS de Lunes a Domingo**  
Asado Argentino

★★★★★ 5.0

**s/29.90**

**Mandarin**

**BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarin**  
Mandarin

★★★★★ 5.0

**s/54.90**

[VER MÁS](#)

#### Parques Inflables

**Infinity Park Peru – AREQUIPA** **ingresos ilimitados**  
Infinity Park

★★★★★ 5.0

**s/27.00**

**Fun Jungle**

**FUN JUNGLE: 60 o 90 minutos de inflables**  
Fun Jungle

★★★★★ 5.0

**s/30.00**

**Aquatica**

**AQUATICA POOL PARK ICA: Full Day diversión**  
Aquatica

★★★★★ 5.0

**s/34.90**

[VER MÁS](#)

#### Juegos Mecánicos

**RU**

**KOBRA**

**CELEBREMOS**

[VER MÁS](#)

**FANTASILANDIA**

Pulsera Full Day – Juegos Mecánicos  
Fantasilandia

★★★★★ 5.0

s/39.90

Comprar Añadir

**Parque Diversión**

Paquete 5 juegos + 1 gratis  
Parque Diversión

★★★★★ 5.0

s/24.90

Comprar Añadir

**Coney KIDS 2x1 En entrada para niños x 2 horas**  
Coney Park

★★★★★ 5.0

s/25.00

Comprar Añadir

## Barra Libre de Makis

VER MÁS

Barra libre de makis + bebida  
Sakura

★★★★★ 5.0

s/49.90

Comprar Añadir

All you can eat Nikkei  
Nikkei House

★★★★★ 5.0

s/59.90

Comprar Añadir

Shimaya Ramen – 3 tabla de makis o 30 piezas de makis  
Shimaya Ramen

★★★★★ 5.0

s/50.00

Comprar Añadir

## Belleza

VER MÁS

Regala la opción de elegir comprando una giftcard en nuestras tiendas.

aruma

ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90  
Aruma

★★★★★ 5.0

s/29.90

Comprar Añadir

DBS: Kit de cuidado facial con 30% off  
DBS

★★★★★ 5.0

s/39.90

Comprar Añadir

Belleza MINNA: Combo Lemon Sugar Scrub Lip Mask + Dollism Lip Gloss  
Belleza MINNA

★★★★★ 5.0

s/80.00

Comprar Añadir

## Ofertas

**GeoP**

Buscar Busca y encuentra las mejores ofertas

Ayuda

A Ariana

Carrito

Home Ofertas Categorías Favoritos Mis Cupones

**BUFFET Criollo Arequipeño con estación de Ceviche en vivo – CASA ANDINA PREMIUM**

Casa Andina

★★★★★ 5.0

s/74.90

Comprar

Buscar Toda las categorías Relacionada Todas Todas Limpiar

**Coney KIDS 2x1 En entrada para niños x 2 horas**  
Coney Park  
★★★★★ 5.0

**s/25.00** Varías Sedes

[Comprar](#) [Añadir](#)

**DBS: Kit de cuidado facial con 30% off**  
DBS  
★★★★★ 5.0

**s/39.90** Tiendas seleccionadas

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Belleza MINNA: Combo Lemon Sugar Scrub Lip Mask + Dailism Lip Gloss**  
Belleza MINNA  
★★★★★ 5.0

**s/80.00** San Miguel, Miraflores

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Kabuki - Oferta: 2x1 Mixsoon Limpiador Centella Cleansing Foam 150ml**  
Kabuki  
★★★★★ 5.0

**s/79.90** Surco

[Comprar](#) [Añadir](#)

**ALMUERZO BUFFET: SOLO en sede de CHORRILLOS de Lunes a Domingo**  
Asado Argentino  
★★★★★ 5.0

**s/29.90** Chorrillos

[Comprar](#) [Añadir](#)

**FUN JUNGLE: 60 o 90 minutos de inflables**  
Fun Jungle  
★★★★★ 5.0

**s/30.00** San Miguel, Surco

[Comprar](#) [Añadir](#)

**ALMUERZO BUFFET: Criollo, chifas, pastas, cremas, ensaladas, postres y más**  
Santa Marina  
★★★★★ 5.0

**s/44.90** San Miguel

[Comprar](#) [Añadir](#)

**CINEMARK: Entrada 2D – opción a combo Cinemark**  
Cinemark  
★★★★★ 5.0

**s/10.90** Varías Sedes

[Comprar](#) [Añadir](#)

**BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarin**  
Mandarin  
★★★★★ 5.0

**s/54.90** San Borja

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Paquete 5 juegos + 1 gratis**  
Parque Diversión  
★★★★★ 5.0

**s/24.90** Los Olivos

[Comprar](#) [Añadir](#)

**FUN JUNGLE TRUJILLO: 60 minutos juegos ilimitados**  
Fun Jungle Trujillo  
★★★★★ 5.0

**s/30.00** Trujillo

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Shimaya Ramen - 3 tabla de makis o 30 piezas de makis**  
Shimaya Ramen  
★★★★★ 5.0

**s/50.00** Chorrillos, Barranco

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Infinity Park Peru – AREQUIPA ingresos ilimitados**  
Infinity Park  
★★★★★ 5.0

**s/27.00** Arequipa

[Comprar](#) [Añadir](#)

**BUFFET Criollo Arequipeño con estación de Ceviche en vivo – CASA ANDINA PREMIUM**  
Casa Andina  
★★★★★ 5.0

**s/74.90** Miraflores

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Regala la opción de elegir comprando una giftcard en nuestras tiendas.**

**ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90**  
Aruma  
★★★★★ 5.0

**s/29.90** Online y tiendas

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Cineplanet**

**INFANTIL: 60 o 90 minutos de inflables**  
Infantil  
★★★★★ 5.0

**s/30.00** Varías Sedes

[Comprar](#) [Añadir](#)

**CINEMARK**

**CINEPLANET: 2 entradas 2D + 2 bebidas grandes + Pop gigante**

Cineplanet

★★★★★ 5.0

**s/52.90**

Breña, Cercado de Lima, Comas...

[Comprar](#) [Añadir](#)

**AQUATICA POOL PARK ICA: Full Day diversión Aquatica**

Aquatica

★★★★★ 5.0

**s/34.90**

Ica

[Comprar](#) [Añadir](#)

**CINEMARK: 2 Entradas + 2 gaseosas + cancha mediana o grande**

Cinemark

★★★★★ 5.0

**s/40.90**

Varias Sedes

[Comprar](#) [Añadir](#)

**CINEPLANET PROVINCIAS: 2 entradas 2D + Popcorn gigante + 2 bebidas grandes**

Cineplanet

★★★★★ 5.0

**s/47.90**

Varias Sedes

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Pulsera Full Day – Juegos Mecánicos**

Fantasilandia

★★★★★ 5.0

**s/39.90**

Ate

[Comprar](#) [Añadir](#)

**All you can eat Nikkei**

Nikkei House

★★★★★ 5.0

**s/59.90**

San Isidro

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Barra libre de makis + bebida**

Sakura

★★★★★ 5.0

**s/49.90**

Pueblo Libre

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Playland Kids – 2h ilimitadas**

Playland

★★★★★ 5.0

**s/19.90**

Magdalena

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Mundo Kids – Pase ilimitado día**

Mundo Kids

★★★★★ 5.0

**s/22.90**

San Miguel

[Comprar](#) [Añadir](#)

## Categorías

Home

Ofertas

Categorías

Favoritos

Mis Cupones

Cines Buffets Parques Infantiles Makis Belleza

**CINEMARK:** 2 Entradas + 2 gaseosas + cancha mediana o grande

Cinemark

★★★★★ 5.0

**s/40.90**

Comprar Añadir

**CINEMARK:** Entrada 2D – opción a combo

Cinemark

★★★★★ 5.0

**s/10.90**

Comprar Añadir

**CINEPLANET:** 2 entradas 2D + 2 bebidas grandes + Pop gigante

Cineplanet

★★★★★ 5.0

**s/52.90**

Comprar Añadir

**CINEPLANET PROVINCIAIS:** 2 entradas 2D + Popcorn gigante + 2 bebidas grandes

Cineplanet

★★★★★ 5.0

**s/47.90**

Comprar Añadir

## Favoritos

Home

Ofertas

Categorías

Favoritos

Mis Cupones

**All you can eat Nikkei**

Nikkei House

★★★★★ 5.0

**s/59.90**

Comprar Añadir

**Regala la opción de elegir**

comprando una giftcard en nuestras tiendas.

**ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90**

Aruma

★★★★★ 5.0

**s/29.90**

Comprar Añadir

## Cupones

The screenshot shows the GeoPs app's main navigation bar at the top, featuring the logo, a search bar, and user profile links for 'Ayuda', 'Ariana', and 'Carrito'. Below the navigation is a secondary horizontal menu with five items: 'Home', 'Ofertas', 'Categorías', 'Favoritos', and 'Mis Cupones'. The 'Mis Cupones' section is currently active, displaying two coupon offers. Each offer card includes the coupon code, its value, and a 'Copiar' (Copy) button.

Offer	Code	Description
BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarín	8888 - %\$!!	1x \$/ 54.90 - Yape + 17/9/2025, 10:09:34 p. m.
ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90	1234 - ABCDE	1x \$/ 29.90 - Yape + 17/9/2025, 10:10:34 p. m.

## Mis Cupones

BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarín

1x \$/ 54.90 - Yape + 17/9/2025, 10:09:34 p. m.

8888 - %\$!!

Copiar

ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90

1x \$/ 29.90 - Yape + 17/9/2025, 10:10:34 p. m.

1234 - ABCDE

Copiar

## Planes

The screenshot shows the GeoPs app's main navigation bar at the top, featuring the logo, a search bar, and user profile links for 'Ayuda', 'Ariana', and 'Carrito'. Below the navigation is a secondary horizontal menu with five items: 'Home', 'Ofertas', 'Categorías', 'Favoritos', and 'Mis Cupones'. The 'Mis Cupones' section is currently active, displaying a modal window titled 'Planes' with two plan options: 'Básico' and 'Premium Recomendado'. The 'Básico' plan is free (\$0) and includes access to public coupons, filtering by category and radius, 3 active coupons at the same time, and email support. The 'Premium Recomendado' plan costs \$19/mes and includes all features of the Básico plan plus exclusive coupons by location, live map with alerts, intelligent history and smart notifications, and priority support. A 'Probar Premium' (Try Premium) button is available for the Premium plan. Below the modal, there are sections for 'Cines' (Movies) and 'VER MÁS' (View More).

**CINEMARK** 2 entradas + 2 gaseosas + concha mediana o grande

4.5/5 111

**\$40.90**

**CINEMARK** Entrada 3D + opción a combo

4.5/5 111

**\$10.90**

**CINEPLANET** 2 entradas 3D + 2 bebidas grandes + Pop gigante

4.5/5 111

**\$52.90**

### Buffets Almuerzos



ALMUERZO BUFFET: Ensaladas, ofertas, postres, cremas, ensaladas, postres y más

4.5/5 111

**\$44.90**



ALMUERZO BUFFET: SOUL en sede de CHORREOS de cuches a Domingo

4.5/5 111

**\$29.90**



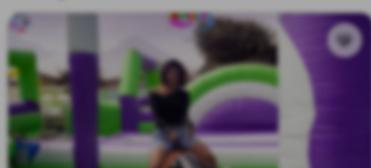
BUFFET ALMUERZO O CENA BALANCE en Restaurante Internacional McDonald's

4.5/5 111

**\$44.90**

[VER MÁS](#)

### Parques Inflables



infinity Park Perú - ARQUERA Ingresos

4.5/5 111

**\$27.00**



FUN JUNGLE: 60 a 90 minutos de inflables

4.5/5 111

**\$30.00**



AQUATICA POOL PARK ICA: Full Day diversión

4.5/5 111

**\$34.90**

[VER MÁS](#)

### Juegos Mecánicos



Pulsera Full Day - Juegos Mecánicos

4.5/5 111

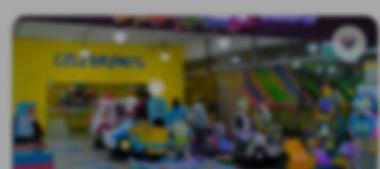
**\$39.90**



Paseo 5 juegos + 1 gratis

4.5/5 111

**\$24.90**



Comer KIDS Del 1º entrada para niños a 2 horas

4.5/5 111

**\$25.00**

[VER MÁS](#)

### Barra Libre de Makis



Barra libre de makis + bebiendo

4.5/5 111

**\$49.90**



All you can eat NIKKAI

4.5/5 111

**\$59.90**

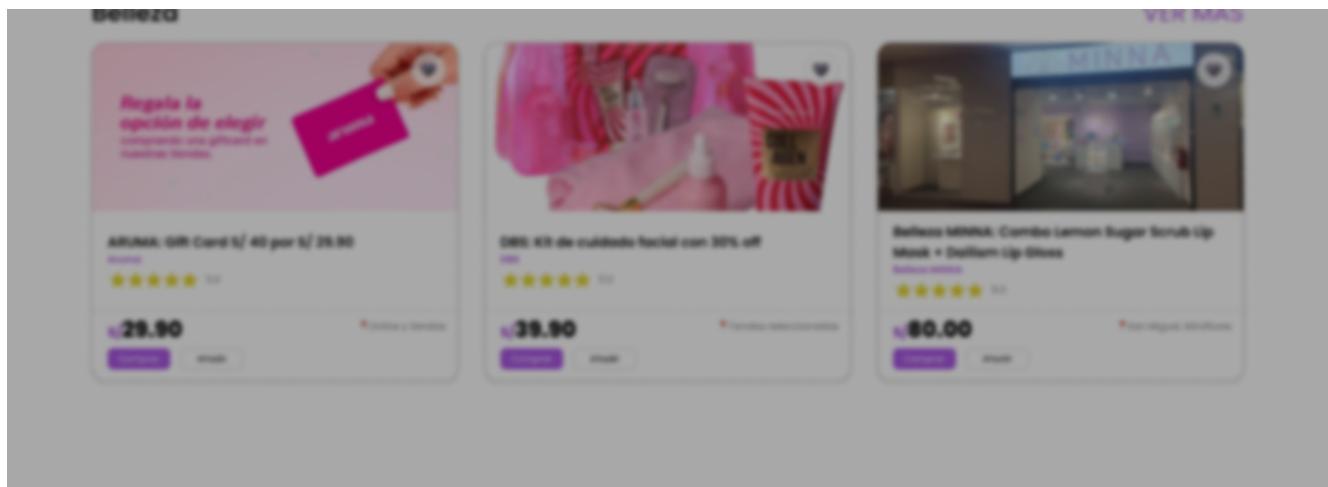


Uromaya Ramen - 3 tipos de makis o 30 piezas de makis

4.5/5 111

**\$50.00**

[VER MÁS](#)



## Acceso ubicación

GeoPs Última hora Ayuda Ariana Carrito

Home Ofertas Categorías Favoritos Mis Cupones

Bienvenido  
Hola, Ariana

lugares Ver más

Buscar Cine más cercano Radio Cine Configurar

Centro de S.   
Permitir ubicación  
Para mostrarte lugares y cupones cercanos, necesitamos acceso a tu ubicación.  
Permitir Ahora no

Comparte tu ubicación para ver más lugares cerca de ti

Cines VER MÁS

**CINEMARK: 2 entradas + 2 gaseosas + nachos mediano o grande**  
★★★★★ 112  
\$ 40.90 Comprar

**CINEMAX: Entrada 3D + opción a combo**  
★★★★★ 112  
\$ 10.90 Comprar

**CINEPLANET: 2 entradas 3D + 2 bebidas grandes + Pop gigante**  
★★★★★ 112  
\$ 52.90 Comprar

Buffets Almuerzos VER MÁS



ALMUERZO BUFFET: Cuchillo, chiles, pimientos, crema, ensaladas, postres y más

Reservar mesa

\$44.90

Ver más



ALMUERZO BUFFET SÓLO en sede de CHORRILLOS de lunes a Domingo

Reservar mesa

\$29.90

Ver más



BUFFET ALMUERZO-D-CENA BALABE en Restaurante Internacional Mandarín

Reservar mesa

\$54.90

Ver más

## Parques Inflables



infinity Park Peru - AREQUIPA Ingresos

Reservar mesa

\$27.00

Ver más



FUN JUNGLE: 80 a 90 minutos de inflables

Reservar mesa

\$30.00

Ver más



AQUATICA POOL PARK ICA: Full Day diversión

Reservar mesa

\$34.90

Ver más

## Juegos Mecánicos



Paseo Full Day - Juegos Mecánicos

Reservar mesa

\$39.90

Ver más



Paseo 5 Juegos + 1 gratis

Reservar mesa

\$24.90

Ver más



Coney KIDS Del 6+ aniversario para niños x 2 horas

Reservar mesa

\$25.00

Ver más

VER MÁS

## Barra Libre de Makis

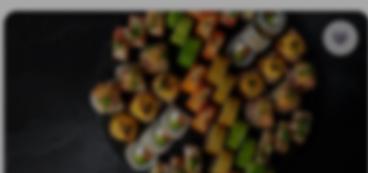


Barra libre de makis + bebida

Reservar mesa

\$49.90

Ver más



All you can eat Nibiki

Reservar mesa

\$59.90

Ver más



Shimoyama Ramen - 3 tolles de makis o 30 piezas de makis

Reservar mesa

\$50.00

Ver más

VER MÁS

## Belleza



Regala la opción de elegir

complemento una gama de belleza.

ARUMARO: GFR Card \$/ 40 por \$/ 29.90

Reservar mesa

\$29.90

Ver más



GFR: Kit de cuidado facial con 30% off

Reservar mesa

\$39.90

Ver más



Bellezza INTIMINA: Combo Lemon Sugar Scrub Up Mask + Desfibr. Lip Gloss

Reservar mesa

\$80.00

Ver más

VER MÁS



## Ubicación permitida

GeoPs

Busca y encuentra las mejores ofertas

Ayuda A Ariana Carrito

Home Ofertas Categorías Favoritos Mis Cupones

Bienvenida Hola, Ariana 🖐

Lugares: Usar mi ubicación

Buscar: Ej: cine, buffet... Radio: ~3 km Configurar

Todos Cines Buffets Parques Infantiles Makis Belleza

Aruma CC Real Plaza Salaverry

Cerca de ti

Aruma - RP Salaverry

Más info

## Cines

CINEMARK

CINEMARK: 2 Entradas + 2 gaseosas + cancha mediana o grande

Cinemark

★★★★★ 5.0

s/40.90

Comprar Añadir

CINEMARK

CINEMARK: Entrada 2D – opción a combo

Cinemark

★★★★★ 5.0

s/10.90

Comprar Añadir

CINEPLANET

CINEPLANET: 2 entradas 2D + 2 bebidas grandes + Pop gigante

Cineplanet

★★★★★ 5.0

s/52.90

Breria, Cercado de Lima, Comas...

Comprar Añadir

VER MÁS

## Buffets Almuerzos

Santa Marina

ALMUERZO BUFFET: Criollo, chifas, pastas, cremas, ensaladas, postres y más

Santa Marina

★★★★★ 5.0

s/44.90

Comprar Añadir

ASADO ARGENTINO STEAK HOUSE

ALMUERZO BUFFET: SOLO en sede de CHORRILLOS de Lunes a Domingo

Asado Argentino

★★★★★ 5.0

s/29.90

Chorrillos

Comprar Añadir

Restaurante Internacional Mandarin

BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarin

Mandarin

★★★★★ 5.0

s/54.90

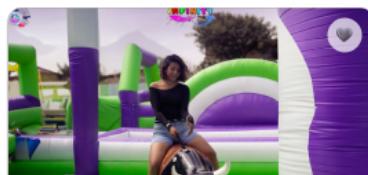
San Borja

Comprar Añadir

VER MÁS

## Parques Inflables

VER MAS



Infinity Park Peru – AREQUIPA ingresos ilimitados  
Infinity Park

★★★★★ 5.0

s/27.00

Comprar Añadir



FUN JUNGLE: 60 o 90 minutos de inflables  
Fun Jungle

★★★★★ 5.0

s/30.00

Comprar Añadir



AQUATICA POOL PARK ICA: Full Day diversión  
Aquatrica

★★★★★ 5.0

s/34.90

Comprar Añadir

## Juegos Mecánicos

VER MÁS



Pulsera Full Day – Juegos Mecánicos  
Fantasilandia

★★★★★ 5.0

s/39.90

Comprar Añadir



Paquete 5 juegos + 1 gratis  
Parque Diversión

★★★★★ 5.0

s/24.90

Comprar Añadir



Coney KIDS 2x1 En entrada para niños x 2 horas  
Coney Park

★★★★★ 5.0

s/25.00

Comprar Añadir

## Barra Libre de Makis

VER MÁS



Barra libre de makis + bebida  
Sakura

★★★★★ 5.0

s/49.90

Comprar Añadir



All you can eat Nikkei  
Nikkel House

★★★★★ 5.0

s/59.90

Comprar Añadir



Shimaya Ramen – 3 tabla de makis o 30 piezas de makis  
Shimaya Ramen

★★★★★ 5.0

s/50.00

Comprar Añadir

## Belleza

VER MÁS



Regala la opción de elegir comprando una giftcard en nuestras tiendas.  
aruma

ARUMA: Gift Card s/ 40 por s/ 29.90  
Aruma

★★★★★ 5.0

s/29.90

Comprar Añadir



DBS: Kit de cuidado facial con 30% off  
DBS

★★★★★ 5.0

s/39.90

Comprar Añadir



Belleza MINNA: Combo Lemon Sugar Scrub Lip Mask + Dailism Lip Gloss  
Belleza MINNA

★★★★★ 5.0

s/80.00

Comprar Añadir

## Secciones

- Cines

## CINES

Volver

## CINEPLANET: 2 entradas 2D + 2 bebidas grandes + Pop gigante

Cineplanet

★★★★★ 5.0

s/52.90

Comprar

CINEMARK



CINEMARK: 2 Entradas + 2 gaseosas + cancha mediana o grande  
Cinemark

★★★★★ 5.0

s/40.90

[Comprar](#) [Añadir](#)

CINEMARK: Entrada 2D – opción a combo  
Cinemark

★★★★★ 5.0

s/10.90

[Comprar](#) [Añadir](#)

CINEPLANET: 2 entradas 2D + 2 bebidas grandes + Pop gigante  
Cineplanet

★★★★★ 5.0

s/52.90

[Comprar](#) [Añadir](#)

CINEPLANET PROVINCIAS: 2 entradas 2D + Popcorn gigante + 2 bebidas grandes  
Cineplanet

★★★★★ 5.0

s/47.90

[Comprar](#) [Añadir](#)

- Buffets



## BUFFETS ALMUERZOS

[Volver](#)

### BUFFET Criollo Arequipeño con estación de Ceviche en vivo – CASA ANDINA PREMIUM

Casa Andina

★★★★★ 5.0

**s/74.90**[Comprar](#)

ALMUERZO BUFFET: Criollo, chifas, pastas, cremas, ensaladas, postres y más

Santa Marina

★★★★★ 5.0

**s/44.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

ALMUERZO BUFFET: SOLO en sede de CHORRILLOS de Lunes a Domingo

Asado Argentino

★★★★★ 5.0

**s/29.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarín

Mandarín

★★★★★ 5.0

**s/54.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

BUFFET Criollo Arequipeño con estación de Ceviche en vivo – CASA ANDINA PREMIUM

Casa Andina

★★★★★ 5.0

**s/74.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

- Parques

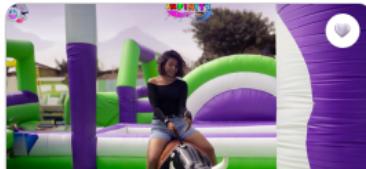
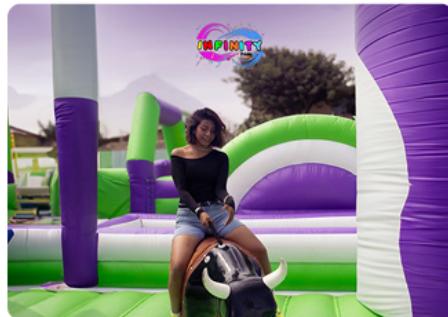
## PARQUES INFLABLES

[Volver](#)

### Infinity Park Peru – AREQUIPA ingresos ilimitados

Infinity Park

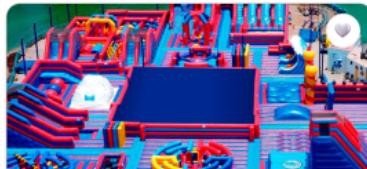
★★★★★ 5.0

**s/27.00**[Comprar](#)

### Infinity Park Peru – AREQUIPA ingresos ilimitados

Infinity Park

★★★★★ 5.0

**s/27.00**[Comprar](#)[Añadir](#)

### FUN JUNGLE: 60 o 90 minutos de inflables

Fun Jungle

★★★★★ 5.0

**s/30.00**

San Miguel, Surco

[Comprar](#)[Añadir](#)

### AQUATICA POOL PARK ICA: Full Day diversión

Aquatrica

★★★★★ 5.0

**s/34.90**

Ica

[Comprar](#)[Añadir](#)

### FUN JUNGLE TRUJILLO: 60 minutos juegos ilimitados

Fun Jungle Trujillo

★★★★★ 5.0

**s/30.00**

Trujillo

[Comprar](#)[Añadir](#)

- Juegos

# JUEGOS MECÁNICOS

[Volver](#)

## Paquete 5 juegos + 1 gratis

Parque Diversión

★★★★★ 5.0

**s/24.90**[Comprar](#)

### Pulsera Full Day – Juegos Mecánicos

Fantasilandia

★★★★★ 5.0

**s/39.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

### Paquete 5 juegos + 1 gratis

Parque Diversión

★★★★★ 5.0

**s/24.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

### Coney KIDS 2x1 En entrada para niños x 2 horas

Coney Park

★★★★★ 5.0

**s/25.00**[Comprar](#)[Añadir](#)

### Playland Kids – 2h ilimitadas

Playland

★★★★★ 5.0

**s/19.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

### Mundo Kids – Pase ilimitado día

Mundo Kids

★★★★★ 5.0

**s/22.90**[Comprar](#)[Añadir](#)

- Makis

## BARRA LIBRE DE MAKIS

[Volver](#)

### All you can eat Nikkei

Nikkei House

★★★★★ 5.0

**s/59.90**[Comprar](#)**Barra libre de makis + bebida**

Sakura

★★★★★ 5.0

**s/49.90**[Comprar](#)

Pueblo Libre

**All you can eat Nikkei**

Nikkei House

★★★★★ 5.0

**s/59.90**[Comprar](#)

San Isidro

**Shimaya Ramen - 3 tabla de makis o 30 piezas de makis**

Shimaya Ramen

★★★★★ 5.0

**s/50.00**

Chorrillos, Barranco

[Comprar](#)

- Belleza



## BELLEZA

Volver

## ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90

Aruma

★★★★★ 5.0

S/29.90

Comprar



**Regala la opción de elegir**  
comprando una giftcard en nuestras tiendas.

**ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90**  
Aruma  
★★★★★ 5.0

**S/29.90** Online y tiendas

[Comprar](#) [Añadir](#)

**DBS: Kit de cuidado facial con 30% off**  
DBS  
★★★★★ 5.0

**S/39.90** Tiendas seleccionadas

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Belleza MINNA: Combo Lemon Sugar Scrub Lip Mask + Dailism Lip Gloss**  
Belleza MINNA  
★★★★★ 5.0

**S/80.00** San Miguel, Miraflores

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Kabuki**

**Kabuki - Oferta: 2x1 Mixsoon Limpiador Centella Cleansing Foam 150ml**  
Kabuki  
★★★★★ 5.0

**S/79.90** SURCO

[Comprar](#) [Añadir](#)

**Agregar oferta carrito**

Volver

**BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en  
Restaurante Internacional Mandarín****Mandarín**

San Borja • 5.0

**s/54.90**[Comprar](#)[Añadir al carrito](#)

- Válido en San Borja (Centro)
- Negocio: Buffet Mandarín.
- Canje presentando el código recibido tras el pago.

Restricciones

Detalles del canje

## Comentarios

5.0 3 reseñas

## Tu calificación

Cuéntanos tu experiencia con esta oferta

[Publicar reseña](#) **L Lucía G.** hace 1 d

Variedad buenaza, estaciones calientes y frias; bailamos al final; música criolla y salsa. ❤

2

**C Marco T.** hace 3 d

Todo fresco, el lomo saltado y el teppanyaki wow; precio justo por lo que ofrecen.

1

**C Pamela V.** hace 6 d

Buen ambiente para ir en familia, hay opciones veggie y los postres (picarones) \$.

4

Volver



## BUFFET ALMUERZO O CENA BAILABLE en Restaurante Internacional Mandarín

Mandarín

San Borja • 5.0

s/54.90

Comprar

Añadir al carrito

- Válido en San Borja (Centro)
- Negocio: Buffet Mandarín.
- Canje presentando el código recibido tras el pago.

Restricciones

Detalles del canje

## Comentarios

5.0 3 reseñas

Tu calificación

Cuéntanos tu experiencia con esta oferta

Publicar reseña

Lucia G. hace 1 d

Variedad buenaza, estaciones calientes y frias; bailamos al final; música criolla y salsa. ❤

2

Marco T. hace 3 d

Todo fresco, el lomo saltado y el teppanyaki wow; precio justo por lo que ofrecen.

1

Pamela V. hace 6 d

Buen ambiente para ir en familia, hay opciones veggie y los postres (picarones) \$.

4

## Pago

Home

Ofertas

Categorías

Favoritos

Mis

[Volver](#)**BUFFET ALMUERZO O CENA BA...**  
Restaurante interno[Comprar](#)[Añade al carrito](#)

- Horno en Vía Directa (Cocina)
- Neveras Buffet secundaria
- Estilo presentación el vivero recién hecho en prop...

Descripciones

Detalles del cargo

## Comentarios

5.0 2 reseñas

## Tu calificación

Comentá tu experiencia con este ofrecimiento.

**Gastón G.** Precio 1/10

Un restaurante económico y de calidad que no pierde para lo que ofrece.

**Marcos M.** Precio 2/10

Todo precios, un poco caro y el servicio es malo, pero es bueno para lo que ofrece.

**Pamela G.** Precio 5/10

Buen ambiente pero un poco lento, los servicios mejoran un poco más (personal).

**Total****\$/54.90**

Pagar con:

[Pagar Ahora](#)**Ayuda**

## Centro de Ayuda

¿Cómo me registro como cliente?

¿Cómo canjear un cupón en el local?

¿Por qué pedimos tu ubicación y cómo activarla?

© 2025 Todos los derechos reservados

## Notificaciones

- Notificaciones generales

## Notificaciones

2 sin leer

[Marcar como leídos](#)

[Simular nueva](#)

2x1 en makis hoy

Solo hoy en Sakura – óptica hasta las 10pm.

0.8 km | hace 16 min

Nuevo

-20% en labiales

DBS o 1.2km – cupón GEO-20.

0.6 km | hace 2h

Nuevo

2x1 miércoles Cineplanet

Válido solo butacas clásicas.

0.3 km | hace 1d

### Preferencias

Activadas

[Activar](#) [Desactivar](#)

#### Categorías a notificar

**Últimas**  **Ofertas**  **Cine**  **Parques**  **Buenos**

**Móvil**

#### Radio de cercanía (km)

tucorreo@ejemplo.com

#### Frecuencia

**Instant**

**Diaria**

**Semanal**

Las notificaciones se filtran por categoría y radio, la frecuencia controla agrupación de emails.

© 2025 Todos los derechos reservados

- Notificaciones leídas

Home

Ofertas

Categorías

Favoritos

Mis Cupones

## Notificaciones

Limpiar

Marcar como leídos

Simular nueva

## 2x1 en makis hoy

Sólo hoy en Sakura — óptica hasta las 10pm.

0.5km | hace 16min

## -20% en labiales

DBS a 1.2km — cupón GEO-20.

0.5km | hace 2h

## 2x1 miércoles Cineplanet

Válido solo butacas clásicas.

0.5km | hace 1d

## Preferencias

Activadas

Activar Desactivar

## Categorías a notificar

Infantil | Belleza | Cine | Parques | Buses

Más

## Radio de cercanía (km)

tucorreo@ejemplo.com

## Frecuencia

Instant

Diaria

Semanal

Las notificaciones se filtran por categoría y radio, la frecuencia controla la agrupación de envíos.

© 2025 Todos los derechos reservados

- Sin notificaciones

Home

Ofertas

Categorías

Favoritos

Mis Cupones

## Notificaciones

Limpiar

Marcar como leídos

Simular nueva

No cuenta con notificaciones!!

## Preferencias

Activadas

Activar Desactivar

## Categorías a notificar

Infantil | Belleza | Cine | Parques | Buses

Más

## Radio de cercanía (km)

tucorreo@ejemplo.com

## Frecuencia

Instant

Diaria

Semanal

Las notificaciones se filtran por categoría y radio, la frecuencia controla la agrupación de envíos.

© 2025 Todos los derechos reservados

## Perfil

**Ariana**  
Plan Premium

**Editor**

Correo	ariana123@gmail.com
Teléfono	+51 999 999 999
Ofertas guardadas	1
Ubicación	<span>● Preguntar</span>
Notificaciones	<span>Noticias</span> <span>Restaurantes</span>
Lugares habituales	Casa: Torre Salaverry 21 – Jesús María Trabajo: San Isidro, Lima

© 2025 Todos los derechos reservados

- Editar Perfil

Ariana  
Plan Premium

Guardar Cancelar

Nombre  
Ariana

Plan  
Premium

Correo  
ariana123@gmail.com

Teléfono  
+51 999 999 999

Categorías favoritas  
Infobolsos Bufetos Cine Perú Perú Perú Perú

Notificaciones push  
Categorías a notificar  
Perú Perú Perú Perú Perú Perú

Activadas

Permisos de ubicación  
Preguntar

Lugares habituales

Casa  
Torre Salaverry 21 - Jesús María

Trabajo  
San Isidro, Lima

Universidad  
Av. Gral. Salaverry 2255

Seguridad

Contraseña actual  
\*\*\*\*\*

Nueva contraseña

Confirmar nueva contraseña

Limpiar Actualizar contraseña

© 2025 Todos los derechos reservados

## Cerrar Sesión

A

Has cerrado sesión correctamente

[Ir a GeoPs](#)

## Proveedores

### Resumen



Resumen

Campañas

Crear

Reportes

Comentarios

Panel de Proveedor

Hola, Aruma

[Plan Premium](#)

[Ver Más](#)

Campañas activas

1

Impresiones totales

12,045

CTR promedio

6.5%

### Últimas campañas

ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90

2025-09-20 ~ 2025-10-01 Presupuesto: S/ 6000

Audencia: Ciudades: Online, Tiendas Aruma, Lima

Imp: 15420 - Clicks: 1210 - CTR: 7.8%

[Pausar](#)

[Editar](#)

[Eliminar](#)

Skincare Weekend -15%

2025-08-10 ~ 2025-09-30 Presupuesto: S/ 4500

Audencia: Ciudades: Lima, San Isidro, Miraflores

Imp: 80200 - Clicks: 430 - CTR: 5.2%

[Pausar](#)

[Editar](#)

[Eliminar](#)

Back to School Fragancias -20%

2025-08-01 ~ 2025-08-30 Presupuesto: S/ 3000

Audencia: Ciudades: Miraflores

Imp: 80200 - Clicks: 430 - CTR: 5.2%

[Pausar](#)

[Editar](#)

[Eliminar](#)

## Campañas

# GeoPs

[Ayuda](#)  [A Aruma](#)

[Resumen](#)[Campañas](#)[Crear](#)[Reportes](#)[Comentarios](#)

### Activas

**ARUMA: Gift Card S/ 40 por S/ 29.90** Activa

2025-09-20 – 2025-10-31 · Presupuesto: S/ 6000

Audencia: Ciudades: Online, Tiendas Aruma, Lima

Imp: 15420 · Clicks: 1230 · CTR: 7.8%

[Pausar](#)[Editor](#)[Eliminar](#)

### Pausadas

**Skincare Weekend -15%** Pausada

2025-08-10 – 2025-09-30 · Presupuesto: S/ 4500

Audencia: Ciudades: Lima, San Isidro, Miraflores

Imp: 80200 · Clicks: 430 · CTR: 5.2%

[Renovar](#)[Editor](#)[Eliminar](#)

### Finalizadas

**Back to School Fragancias -20%** Finalizada

2025-06-01 – 2025-06-30 · Presupuesto: S/ 3000

Audencia: Ciudades: Miraflores

Imp: 80200 · Clicks: 430 · CTR: 5.2%

[Editor](#)[Eliminar](#)

© 2025 Todos los derechos reservados

## Crear

# GeoPs

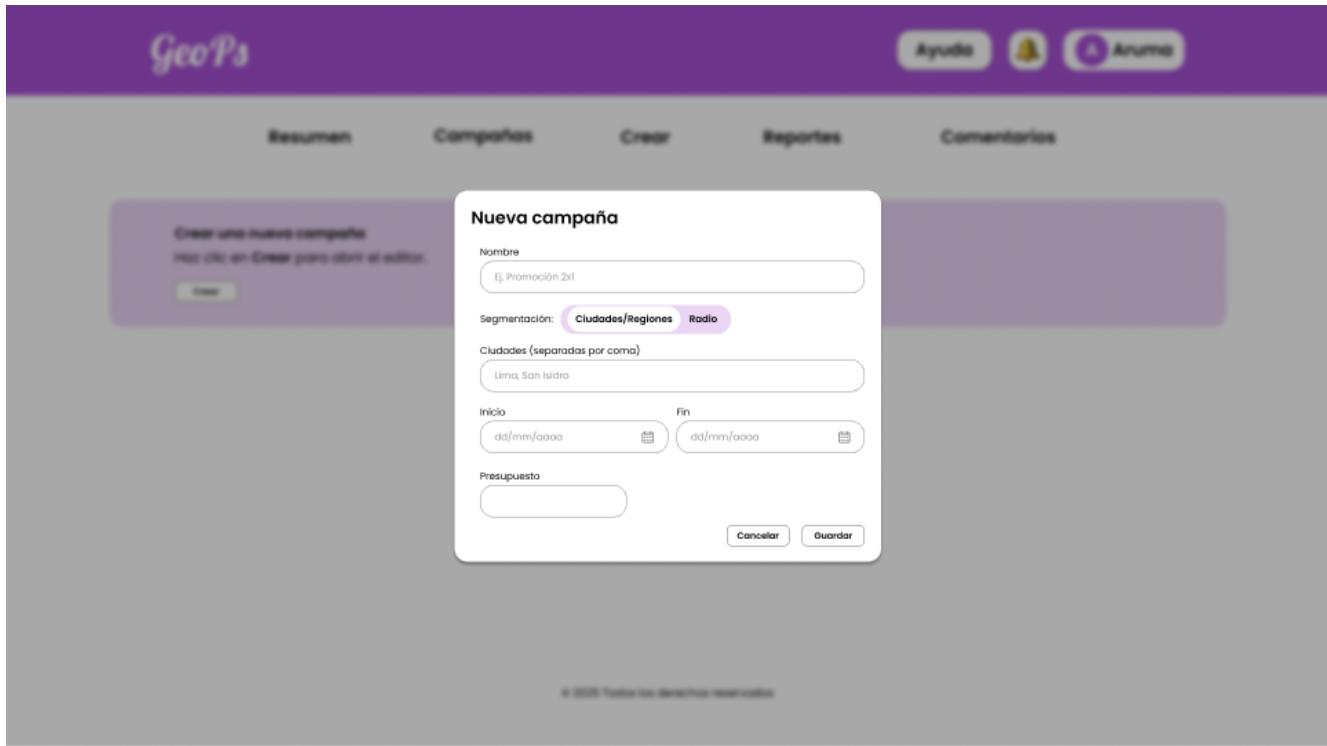
[Ayuda](#)[A Aruma](#)[Resumen](#)[Campañas](#)[Crear](#)[Reportes](#)[Comentarios](#)

#### Crear una nueva campaña

Haz clic en **Crear** para abrir el editor.[Crear](#)

© 2025 Todos los derechos reservados

- Crear campaña



- Campaña creada

Nueva campaña agregada!!

## Reportes



Resumen

Campañas

Crear

Reportes

Comentarios

Exporta las métricas de tus campañas

Exportar CSV

```
[
  {
    "id": "c1",
    "name": "Lanzamiento Makis 2x1",
    "status": "Activa",
    "imp": 15420,
    "clicks": 1210,
    "ctr": 7.8
  },
  {
    "id": "c2",
    "name": "Semana del Cine -10%",
    "status": "Pausada",
    "imp": 8200,
    "clicks": 430,
    "ctr": 5.2
  },
  {
    "id": "c3",
    "name": "Back to School - Parque",
    "status": "Finalizada",
    "imp": 6600,
    "clicks": 310,
    "ctr": 4.7
  }
]
```

© 2025 Todos los derechos reservados

## Comentarios



Resumen

Campañas

Crear

Reportes

Comentarios

Andrea T. - 2025-09-14

Me llegó la notificación cerca a San Isidro, super útil.

Responder

Carla V. - 2025-09-12

Buen descuento en skincare, pero se agotó un producto 😞

Responder

Paola R. - 2025-09-10

La promo 2x1 de labiales 🔥. El canje fue rapidísimo en caja.

Responder

© 2025 Todos los derechos reservados

## Planes

Portal de Propagación  
Hola, Aruma

Resumen Campañas Crear Reportes Comentarios

Planes

Elige el plan que se ajusta a ti. Puedes cambiar cuando quieras.

**Básico**  
s/0

- Crear campañas básicas
- Segmentación por radio/ciudad
- Reporte CSV

Empezar

**Premium Recomendado**  
s/19/mes

- Métricas avanzadas (CTR, conversiones)
- Exportar PDF/Excel
- Segmentación detallada
- Soporte prioritario

Probar Premium

Últimas campañas

Lanzamiento - Radio 2023

Semana del Cine - 20%

Back to School - Parque

© 2025 Todos los derechos reservados

## Ayuda

GeoPs

Ayuda Notificación Aruma

Resumen Campañas Crear Reportes Comentarios

Centro de Ayuda

¿Cómo creo una campaña?

¿Cómo pauso o reactivo?

¿Por qué no veo métricas?

© 2025 Todos los derechos reservados

## Notificaciones

- Notificaciones generales

The screenshot shows the GeoPs application interface. At the top, there is a purple header bar with the logo "GeoPs". On the right side of the header are three buttons: "Ayuda" (Help), a bell icon, and "Aruma" with a profile picture. Below the header, there is a navigation menu with five items: "Resumen", "Campañas", "Crear", "Reportes", and "Comentarios". The main content area is titled "Notificaciones" (Notifications) and shows a list of three notifications. Each notification card includes a title, a brief description, a timestamp, and a small "Marcar" (Mark) button. At the bottom right of the notifications list are two buttons: "Marcar como leídas" (Mark as read) and "Limpiar" (Clear). The footer of the page contains the copyright notice "© 2025 Todos los derechos reservados".

## Notificaciones

2 sin leer

### Campaña por finalizar

Skincare Weekend terminó en 48h.

2025-09-28 09:10

Marcar

### Hito de impresiones

Gift Card 40 ~29.90 alcanzó 75k impresiones.

2025-09-27 18:32

Marcar

### Nuevo comentario

Paola dejó una reseña en tu perfil.

2025-09-26 14:02

© 2025 Todos los derechos reservados

- Notificaciones leídas

The screenshot shows the GeoPs application interface. The layout is identical to the previous one, with a purple header bar, a navigation menu, and a "Notificaciones" (Notifications) section. However, the notifications list is empty, indicating that all notifications have been read. The footer contains the copyright notice "© 2025 Todos los derechos reservados".

## Notificaciones

### Campaña por finalizar

Skincare Weekend terminó en 48h.

2025-09-28 09:10

Marcar como leídas

Limpiar

### Hito de impresiones

Gift Card 40 ~29.90 alcanzó 75k impresiones.

2025-09-27 18:32

### Nuevo comentario

Paola dejó una reseña en tu perfil.

2025-09-26 14:02

© 2025 Todos los derechos reservados

- Sin Notificaciones



Resumen

Campañas

Crear

Reportes

Comentarios

## Notificaciones

No cuenta con notificaciones!!

© 2025 Todos los derechos reservados

## Perfil

 Aruma  
Plan Premium

Correo	marketing@aruma.pe
Teléfono	+51 999 999 999
Dirección	Av. Larco 999, Miraflores, Lima
Horario	Lun-Dom: 10:00 - 21:00
Sitio web	<a href="https://www.aruma.pe">https://www.aruma.pe</a>
Descripción	Cadena de belleza y cuidado personal. Promos estacionales y beneficios para miembros.

© 2025 Todos los derechos reservados

- Editar perfil

 **Aruma**  
Plan Premium

Guardar Cancelar

Nombre del negocio

Plan

Correo

Teléfono

Dirección

Horario

Sitio web

Descripción

**Seguridad**

Contraseña actual

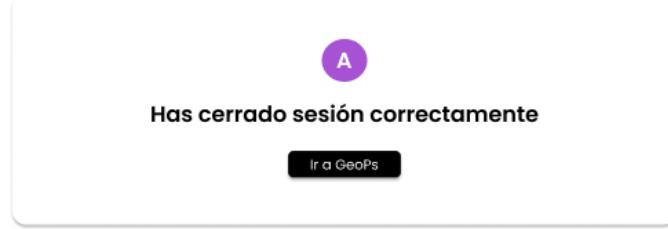
Nueva contraseña

Confirmar nueva contraseña

Limpiar Actualizar contraseña

© 2025 Todos los derechos reservados

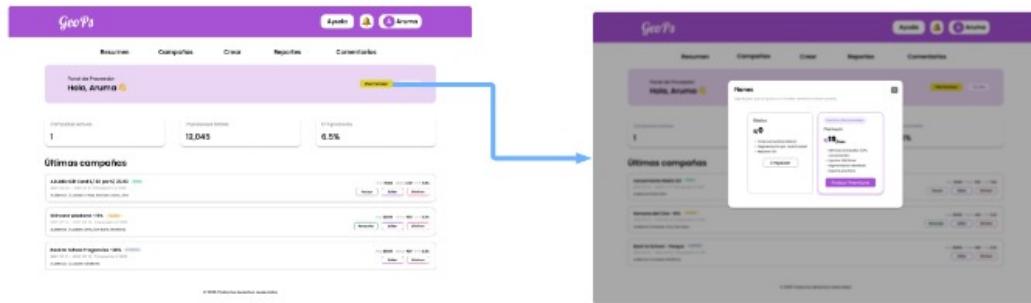
**Cerrar Sesión**

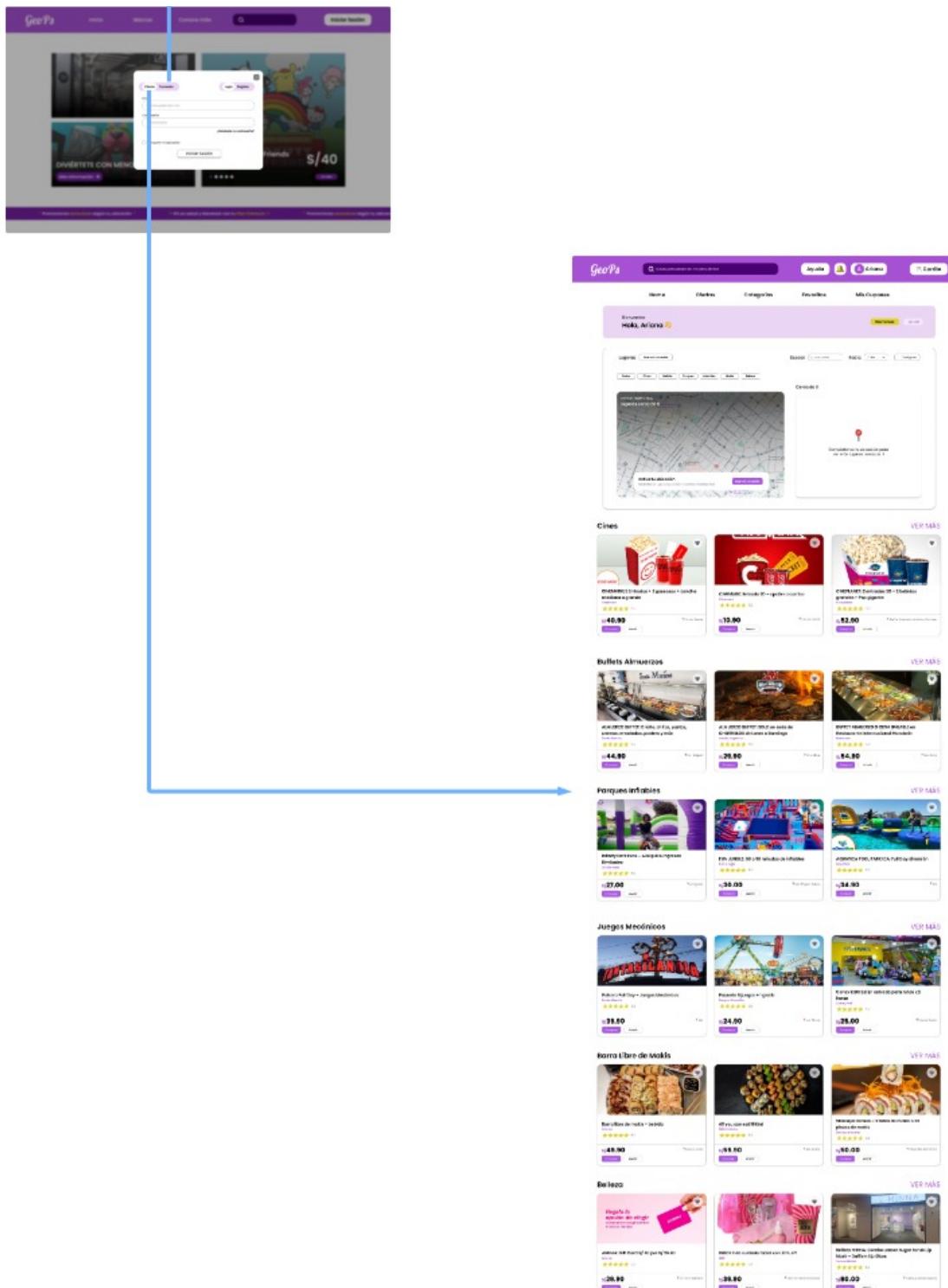


#### 4.4.4. Web Applications User Flow Diagrams

##### General

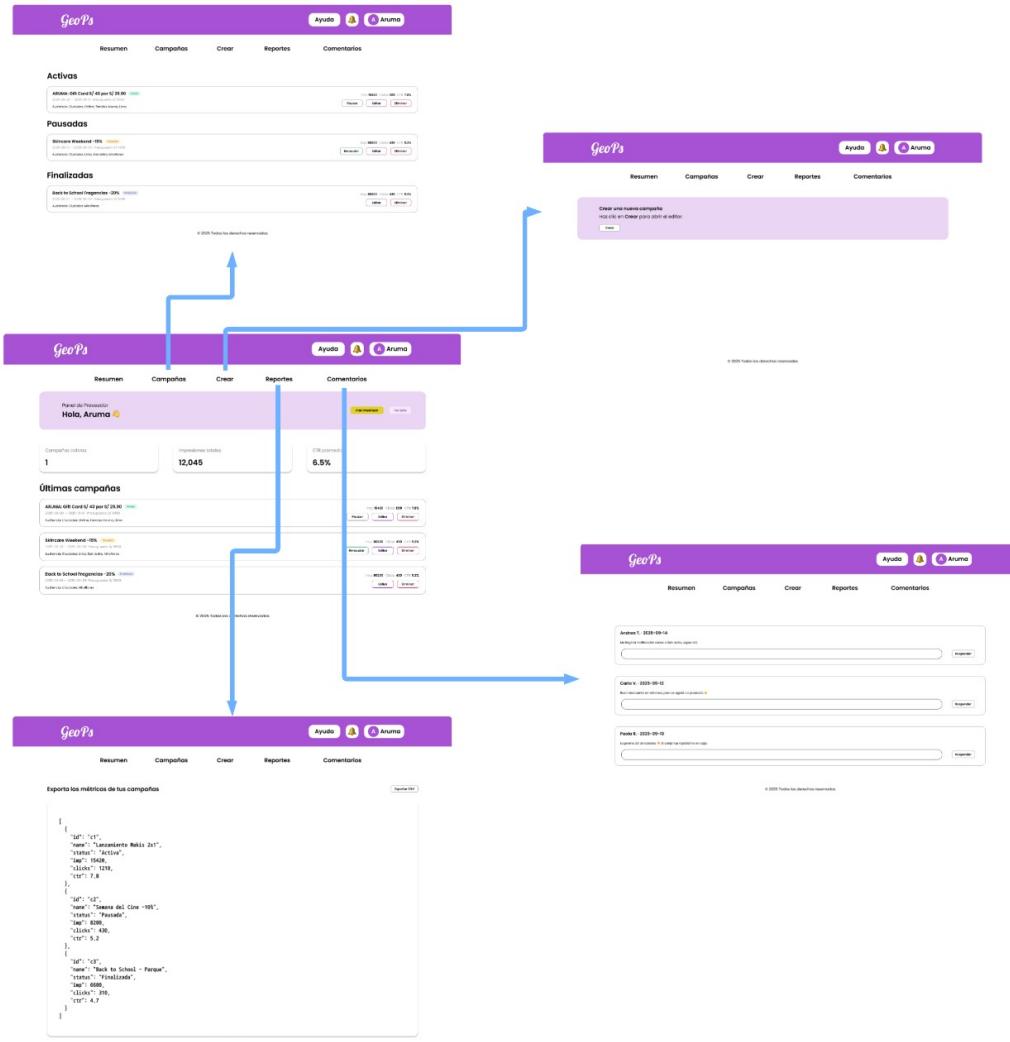
Iniciar Sesión en cliente o proveedor:





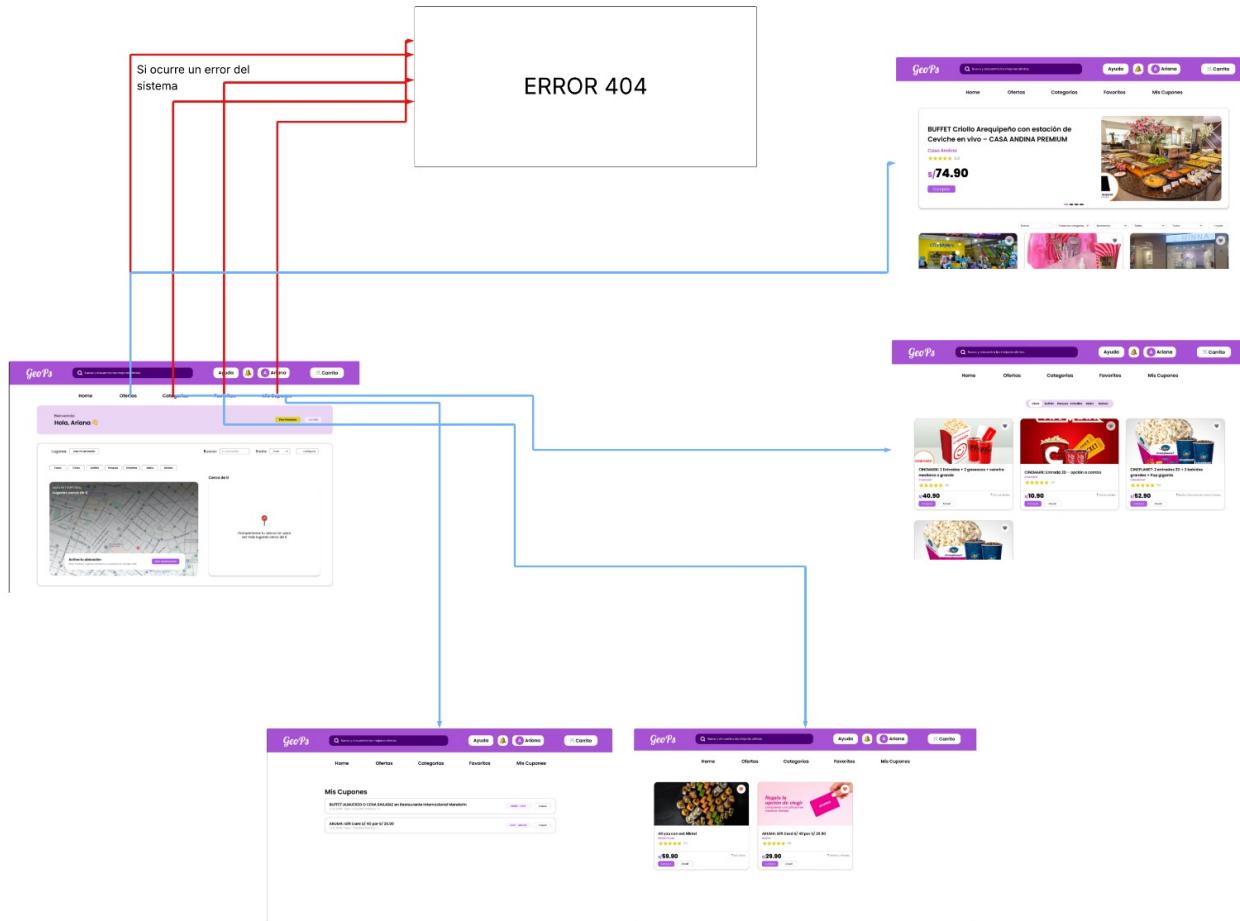
## Cliente

Acceder a opciones de empresa (Campañas, crear, reportes y comentarios):



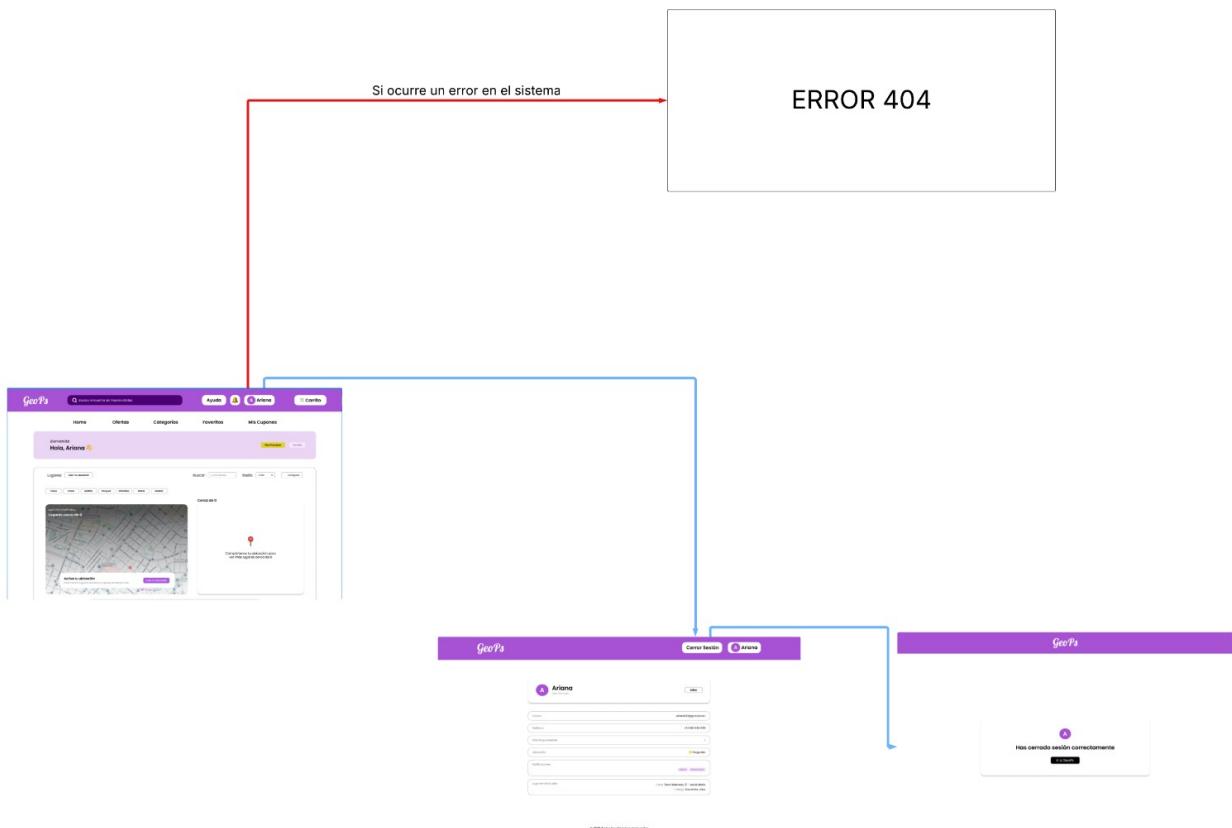
Acceder a link principales:

# User flow: Acceder a links principales



Cerrar Sesión:

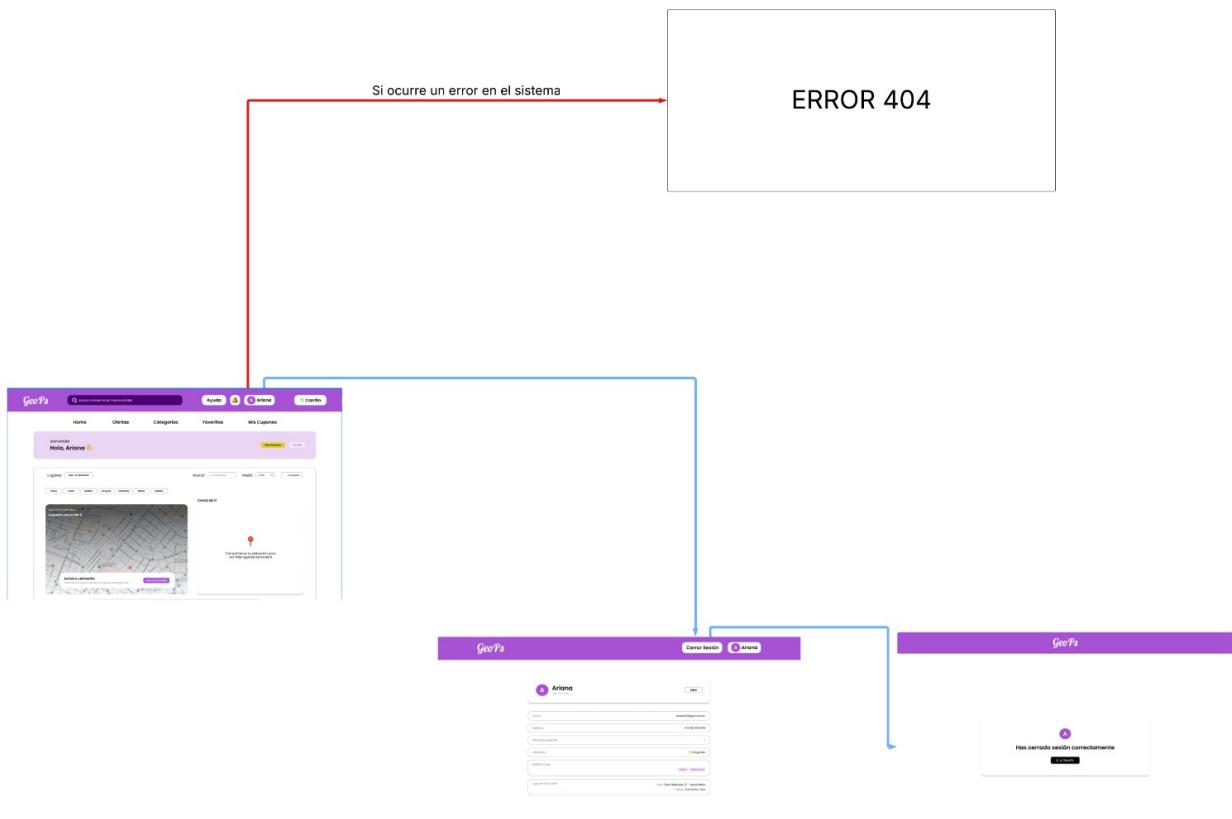
# User flow: Cerrar sesión



## Proveedor

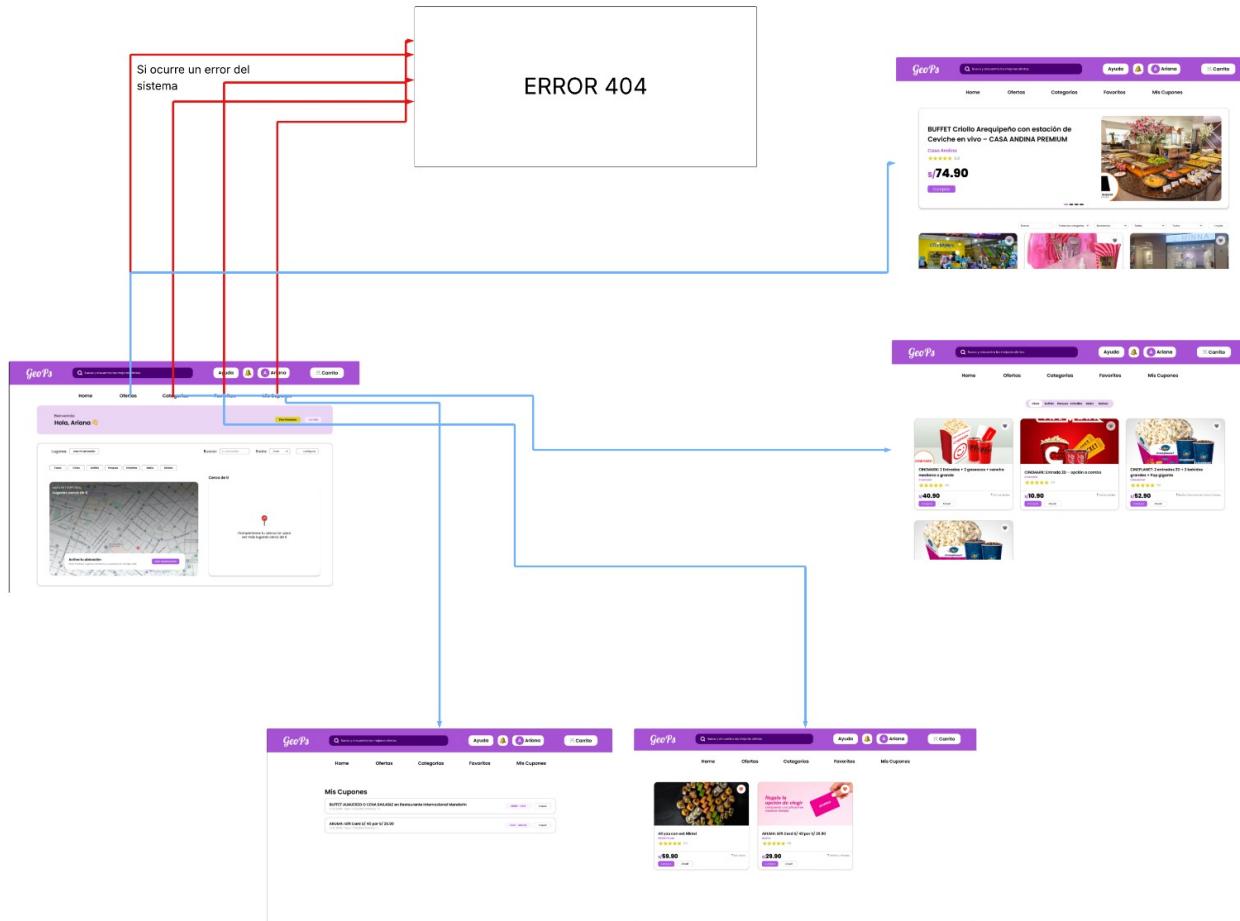
Cerrar Sesión:

# User flow: Cerrar sesion



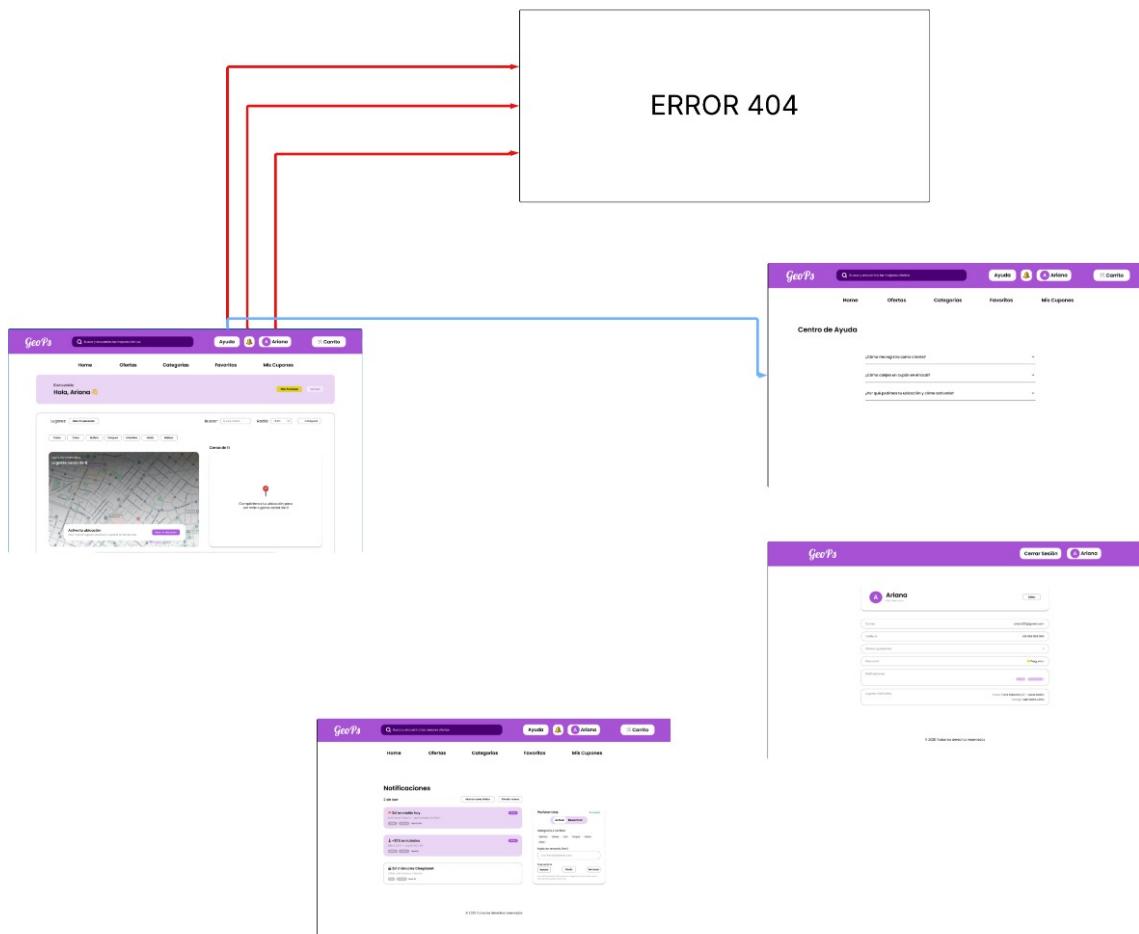
Acceder a link principales:

# User flow: Acceder a links principales



Acceder a ayuda, notificaciones y perfil:

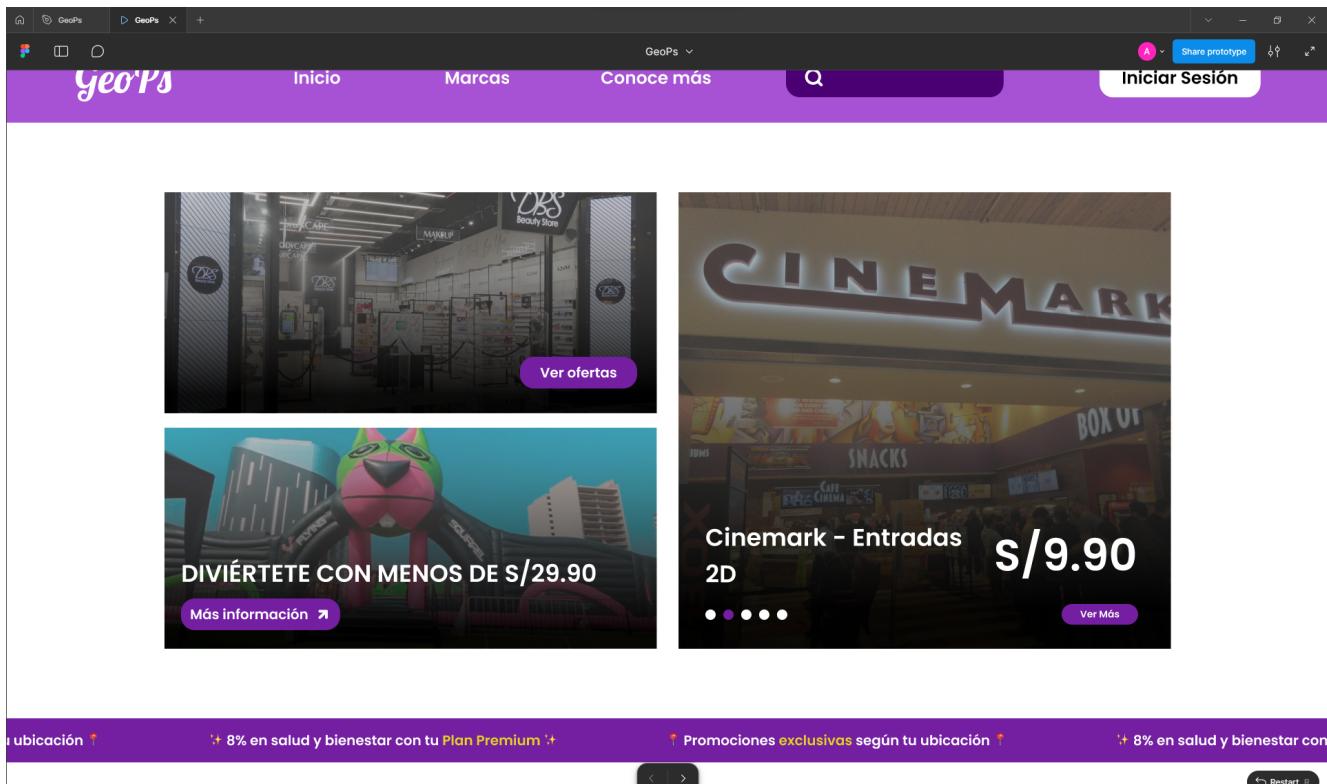
# User flow: Acceder a ayuda, notificaciones y perfil



## 4.5. Web Applications Prototyping.

Para el desarrollo del prototype utilizamos la herramienta Figma, en la cual agregamos interacciones a los mock-ups previamente diseñados. Esto permitió simular el flujo de navegación y visualizar la experiencia del usuario de manera más realista.

Ver Prototype en Figma: <https://www.figma.com/design/mHHx8WStPBr63tLYj42pBX/GeoPs?node-id=313-2872&t=i41W8YjchPvP7Aoe-1>



Video Prototype GeoPs: [https://upcdeupe-my.sharepoint.com/\\_api/personal/u202318049\\_upc\\_edu\\_pe/EfpJo35cywBHo2-BEP8S\\_sEBMuPuIKJ2VCSzvJL7gHK41w?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IlldlYilsInJIZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=j3nWJH](https://upcdeupe-my.sharepoint.com/_api/personal/u202318049_upc_edu_pe/EfpJo35cywBHo2-BEP8S_sEBMuPuIKJ2VCSzvJL7gHK41w?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IlldlYilsInJIZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=j3nWJH)

## 4.6. Domain-Driven Software Architecture

La arquitectura de software basada en Domain-Driven Design (DDD) se centra en el dominio del negocio, buscando que la aplicación represente de forma fiel los procesos, reglas y necesidades de los usuarios. Con este enfoque, el desarrollo se mantiene alineado con los objetivos estratégicos de la organización y se favorece una comunicación más clara y efectiva entre los equipos técnicos y los expertos del negocio.

Se utilizó el modelo C4 (Contexto, contenedor y componentes), el cual permite visualizar el sistema en diferentes capas.

### 4.6.1. Design-Level Event Storming

El objetivo de esta sección es profundizar en el modelado del dominio de GeoPs, explicando todos los procesos y el flujo de datos a través del sistema, todo con el propósito de identificar los comandos, eventos, agregados y políticas del negocio al mayor nivel posible.

La sesión duró 1 hora, contando con la participación de todos los integrantes del grupo, tomando en cuenta todos los puntos de vista de todos los integrantes para la validación del diseño.

#### Sub-dominios identificados

1. Gestión de perfil y preferencias:

- **Comandos**
  - Registrar negocio: Emitido por el Dueño de Negocio con sus datos.

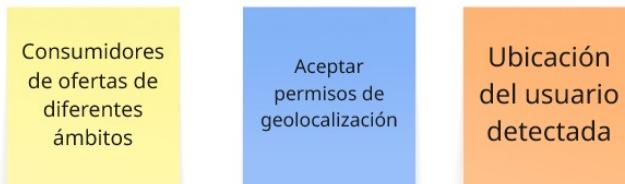
- Aceptar permisos de geolocalización: Iniciado por el consumidor para acceder a los beneficios de la plataforma.

- **Agregados**

- Dueños de negocios de diferentes rubros: Este agregado es responsable de la lógica de registro, validación y gestión de los datos del dueño de negocio. Garantiza la consistencia de la información de la empresa.
- Consumidores de ofertas de diferentes ámbitos: Este agregado gestionará la ubicación del consumidor.

- **Eventos de dominio**

- Cuenta de negocio creada: Señala que el registro del negocio fue exitoso.
- Ubicación de usuario detectada: Evento clave que inicia la interacción del consumidor con las ofertas geolocalizadas.



## 2. Monitoreo y Analítica:

- **Eventos de dominio**

- Oferta canjeada: Este evento, generado en el flujo del consumidor, es clave para la analítica.
- Estadísticas de campaña actualizadas: Representa el resultado de la agregación de métricas.

- **Comandos**

- Monitorear métricas: Este comando sirve para monitorear las métricas de una campaña creada.

- **Vistas**

- Reporte de métricas: Una vista optimizada para consultas de datos históricos y análisis.
- Panel de control de campañas: Una vista de lectura que se actualiza con los eventos del sistema, mostrando el estado en tiempo real.



Oferta canjeada

### 3. Servicios al consumidor:

- **Comandos**

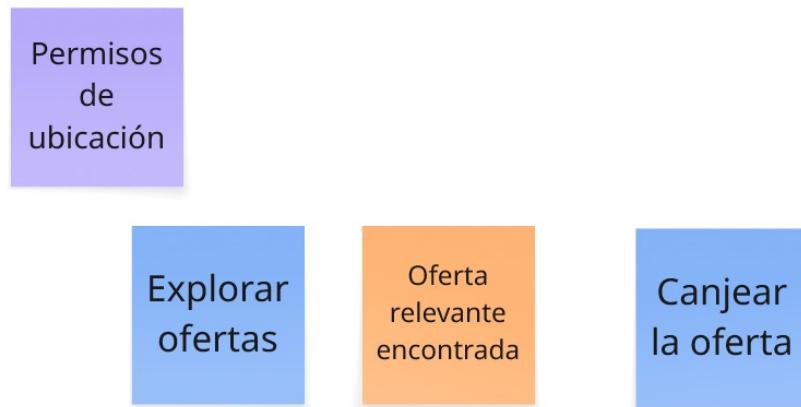
- Explorar ofertas: El comando principal del consumidor para buscar ofertas relevantes.
- Canjear la oferta: El comando que inicia el proceso de canje de oferta.

- **Agregado**

- Oferta relevante encontrada: Un agregado que gestiona el estado de una oferta específica, incluyendo la cantidad disponible, la validez y la lógica de canje.

- **Proceso de negocio**

- Permisos de ubicación: Al recibir una ubicación del consumidor, este proceso se activa si el usuario desea utilizar la ubicación para buscar ofertas cercanas.



#### 4. Gestión de campañas y ofertas:

- **Comandos**

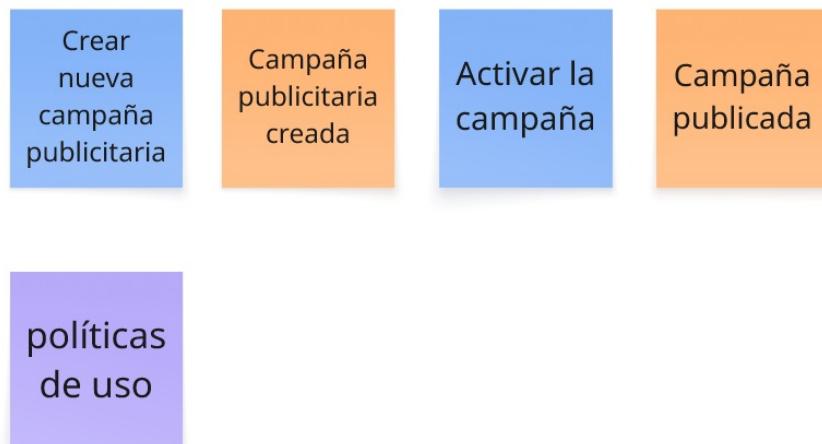
- Crear nueva campaña publicitaria: Emitido por el Dueño de Negocio con los detalles de la campaña.
- Activar la campaña: Una vez diseñada, el Dueño de Negocio lanza la campaña.

- **Eventos de dominio**

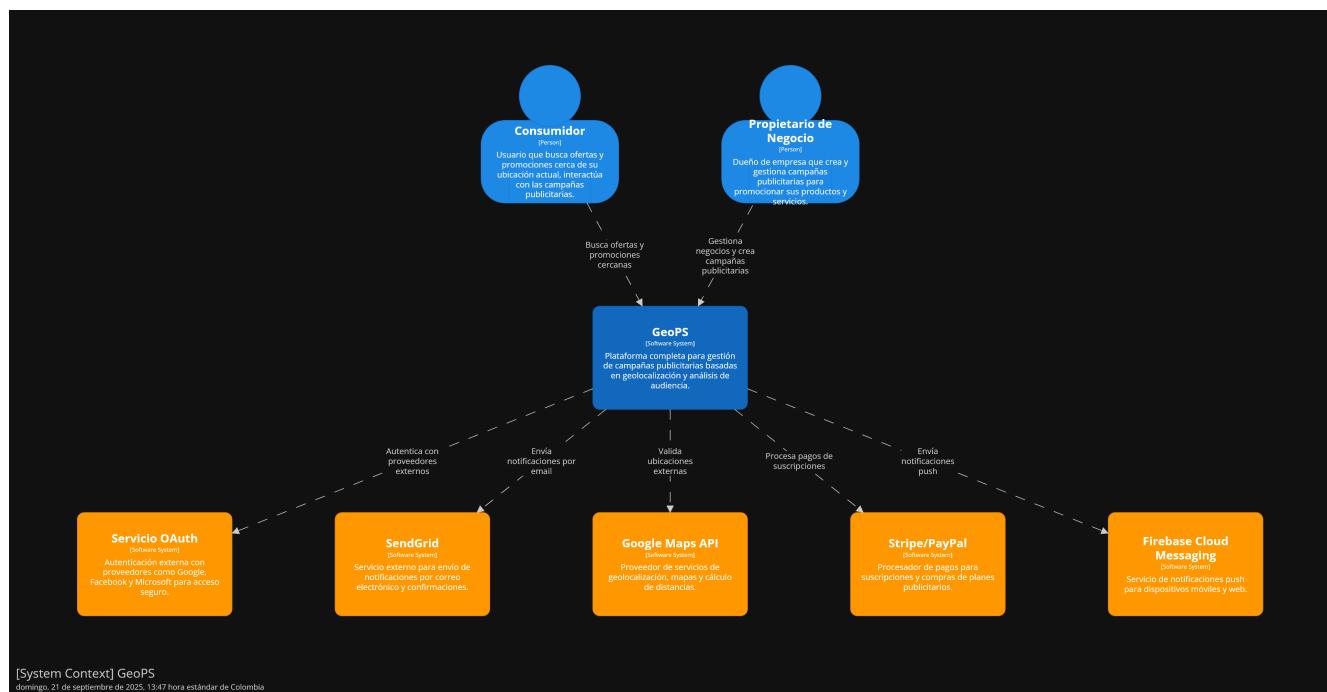
- Campaña publicitaria creada: Este es un agregado crítico que encapsula toda la lógica de una campaña individual.
- Campaña publicada: Señala que la campaña está activa y visible para los consumidores.

- **Procesos de negocio**

- Políticas de uso: Las políticas de uso señaladas para las campañas creadas. Las campañas siguen unas normas.



#### 4.6.2. Software Architecture Context Diagram



El Diagrama de Contexto del sistema de GeoPS muestra una visión de alto nivel de sus componentes y cómo interactúan con usuarios y servicios externos. Este diagrama es útil para comprender la funcionalidad del sistema y sus dependencias.

En el centro del diagrama se encuentra GeoPS, la plataforma principal. Su propósito es gestionar la creación de campañas publicitarias geolocalizadas y analizar su audiencia.

### **Actores principales:**

Los principales actores que interactúan con el sistema GeoPS son:

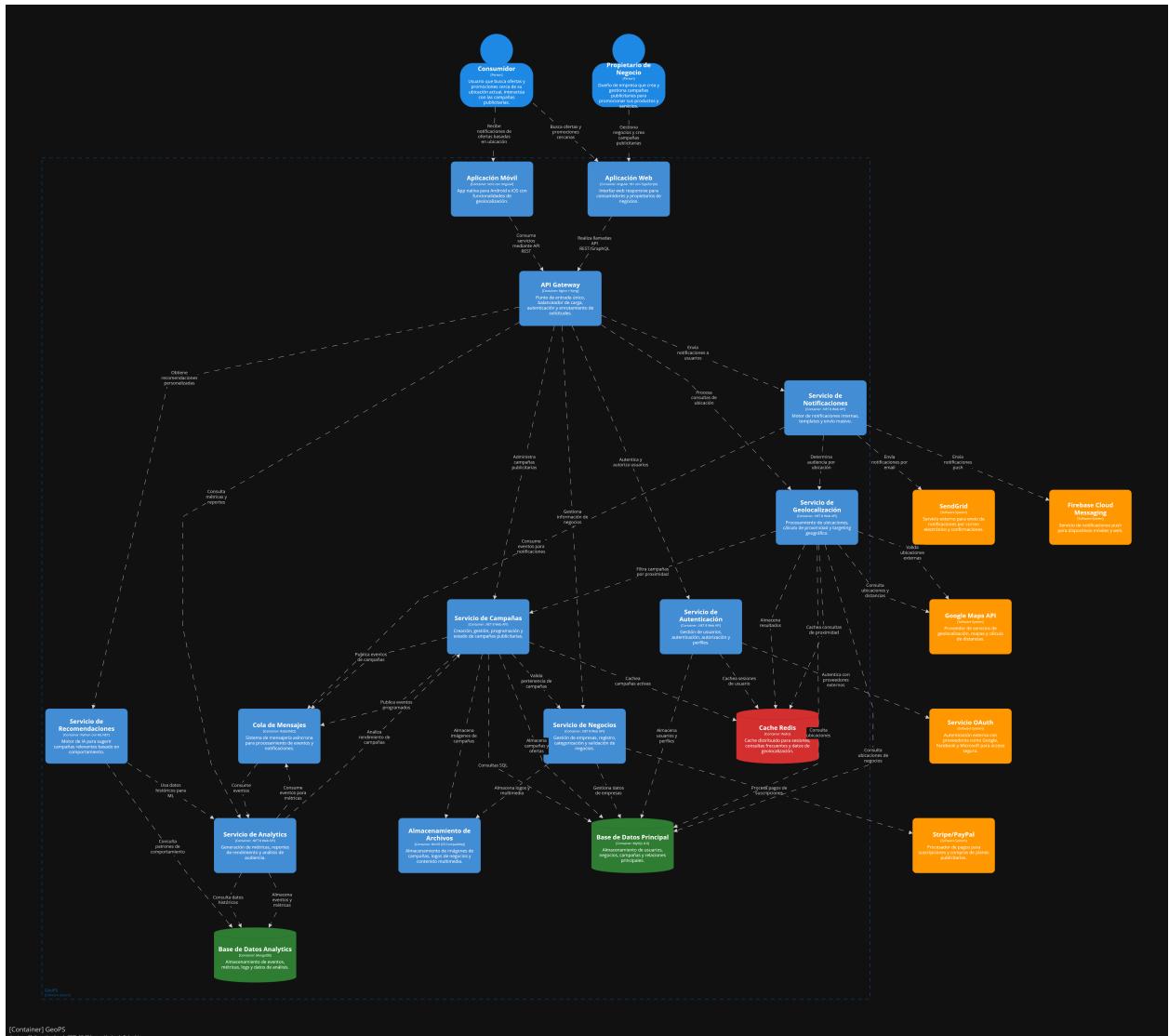
- Consumidor: Este usuario busca ofertas y promociones basadas en su ubicación actual. Interactúa con campañas publicitarias.
- Propietario de Negocio: Este usuario es dueño de una empresa que crea y gestiona campañas publicitarias para promover sus productos y servicios.

### **Servicios Externos:**

Para su funcionamiento, GeoPS se apoya en varios servicios externos:

- **Servicio OAuth** (Autenticación): Permite a los usuarios autenticarse a través de proveedores como Google, Facebook y Microsoft, garantizando un acceso seguro.
- **SendGrid** (Servicio de envío): Se encarga de enviar notificaciones por correo electrónico y confirmaciones a los usuarios.
- **Google Maps API** (Proveedor de servicios): Proporciona servicios de geolocalización, mapas y cálculos de distancia, que son esenciales para las campañas geolocalizadas.
- **Stripe/PayPal** (Procesador de pagos): Maneja los pagos, aportes y suscripciones a planes de la plataforma.
- **Firebase Cloud Messaging** (Servicio de notificaciones): Permite el envío de notificaciones push para dispositivos móviles y web, habilitando la comunicación en tiempo real.

#### **4.6.3. Software Architecture Container Diagrams**



Los usuarios principales, Consumidor y Propietario de Negocio, acceden al sistema a través de distintas aplicaciones web. Los Consumidores utilizan una Aplicación Web , que les permite explorar ofertas y promociones. Por otro lado, los Propietarios de Negocio acceden a una Aplicación Web, donde gestionan sus campañas publicitarias. Ambas aplicaciones se comunican con el backend a través de un API Gateway.

El backend está compuesto por varios microservicios que manejan funcionalidades específicas del sistema:

- **Servicio de Autenticación**: Gestiona el inicio de sesión y la seguridad de los usuarios.
- **Servicio de Campañas**: Permite la creación y gestión de las campañas publicitarias geolocalizadas.
- **Servicio de Negocios**: Se encarga de la información de las empresas y sus productos.
- **Servicio de Geoposicionamiento**: Maneja la lógica relacionada con la ubicación y las distancias.
- **Servicio de Analítica**: Procesa los datos para generar estadísticas sobre las campañas.
- **Servicio de Notificaciones**: Administra las notificaciones internas del sistema.

### Almacenamiento de Datos y Caching

El sistema utiliza varios contenedores para la persistencia y el manejo de datos:

- **Base de Datos Relacional** (PostgreSQL): Almacena los datos principales del sistema, como información de usuarios, negocios y campañas.

- **Base de Datos Analítica:** Guarda la información utilizada para generar reportes y análisis.
- **Almacenamiento de Archivos** (Cloud Storage): Se utiliza para almacenar activos como imágenes y logotipos.
- **Cache Redis:** Mejora el rendimiento del sistema almacenando datos de acceso frecuente para reducir la carga de la base de datos principal.

## Integración con Servicios Externos

Para complementar su funcionalidad, GeoPS se integra con diversos servicios externos:

**Servicio de Autenticación** (OAuth): Permite a los usuarios autenticarse a través de terceros.

**Google Maps API:** Proveedor esencial para los servicios de mapas y geolocalización.

**SendGrid:** Encargado del envío de correos electrónicos transaccionales y de notificaciones.

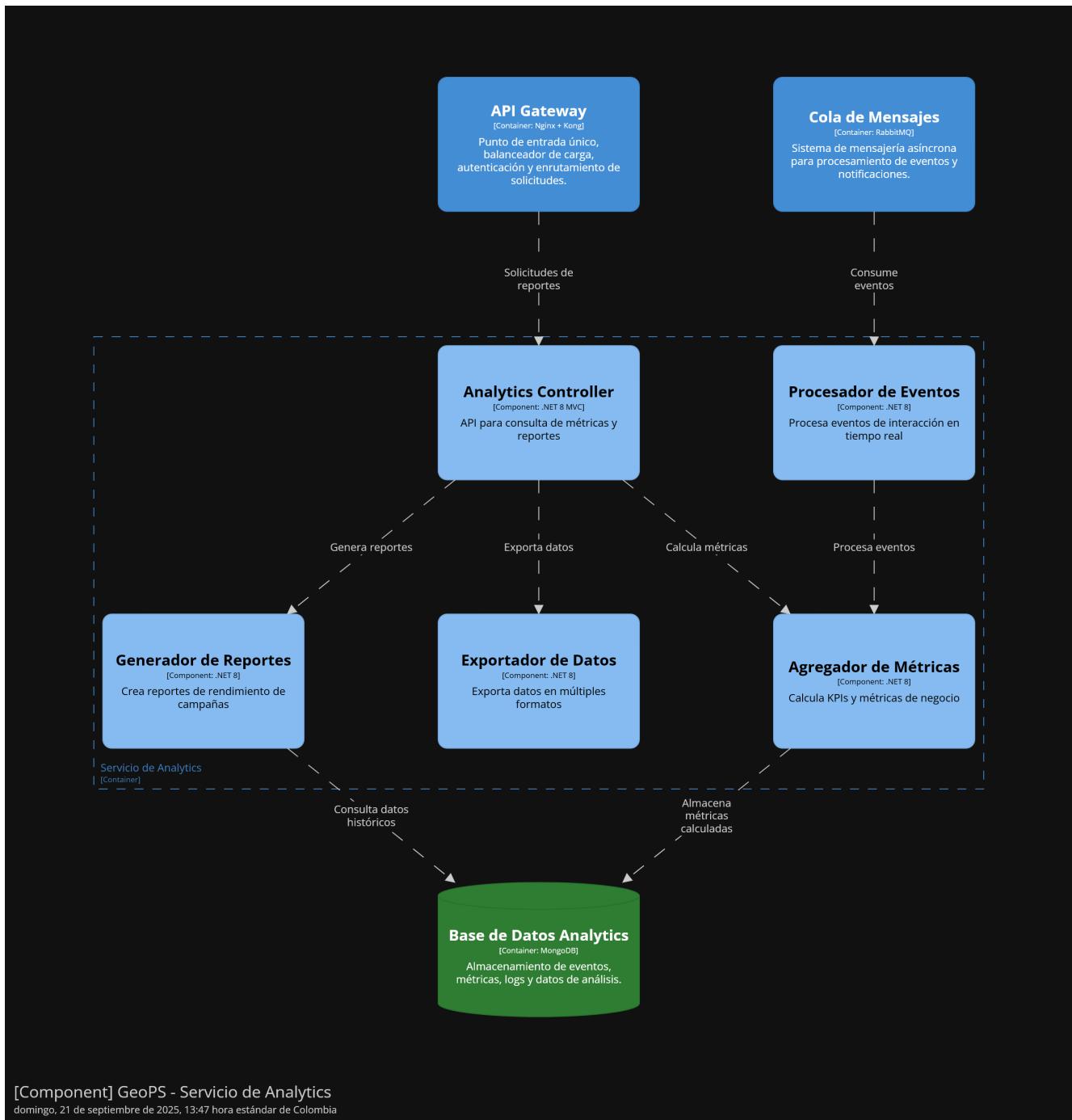
**Stripe/PayPal:** Procesan los pagos y las suscripciones a los planes de la plataforma.

**Firebase Cloud Messaging:** Habilita el envío de notificaciones push a dispositivos móviles y web.

Este diagrama ilustra la arquitectura modular y escalable de GeoPS, mostrando cómo todos sus componentes se comunican para dar soporte a las operaciones principales de la plataforma publicitaria geolocalizada.

### 4.6.4. Software Architecture Components Diagrams

- **Servicio de Analíticas**



El diagrama muestra la arquitectura de componentes del Servicio de Analítica de GeoPS, detallando cómo se gestionan y procesan los datos para la generación de reportes y métricas. Este servicio es fundamental para que los Propietarios de Negocio puedan medir el rendimiento de sus campañas.

### Componentes principales

El flujo de datos comienza con dos puntos de entrada:

**API Gateway:** Sirve como un punto de entrada único y seguro para las solicitudes de reportes provenientes del frontend.

**Cola de Mensajes (RabbitMQ):** Recibe eventos de interacción en tiempo real desde otros servicios del sistema.

Una vez que los datos o solicitudes ingresan al sistema, son procesados por los siguientes componentes:

**Analytics Controller:** Es la API principal del servicio. Recibe las solicitudes de reportes desde el API Gateway y delega la tarea de generar los informes y exportar los datos.

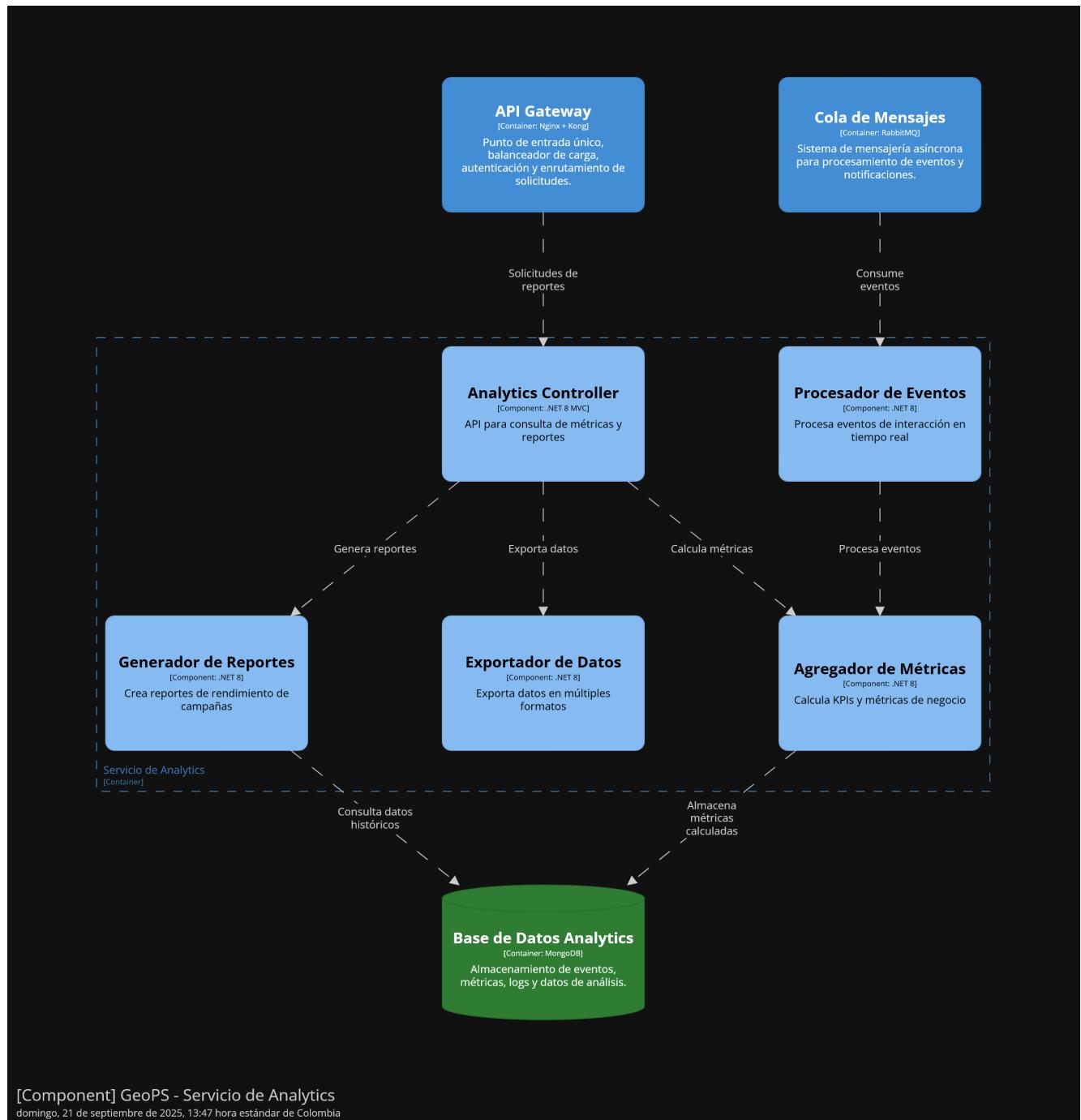
**Procesador de Eventos** (Event Loop): Consume los eventos de la Cola de Mensajes en tiempo real y los procesa para su posterior análisis.

**Agregador de Métricas**: Recibe los eventos procesados y calcula las métricas y los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de negocio. Almacena estas métricas calculadas en la base de datos.

**Generador de Reportes**: Se encarga de crear los reportes de rendimiento de las campañas, consultando los datos históricos y las métricas calculadas almacenadas.

**Exportador de Datos**: Permite exportar los datos analíticos en múltiples formatos.

- **Servicio de Campañas**



Este diagrama detalla la arquitectura de los componentes del Servicio de Analítica de GeoPS, mostrando cómo se gestionan, procesan y almacenan los datos de las campañas publicitarias para generar métricas e informes.

## **Flujo de Datos y Componentes**

El flujo de información en el sistema tiene dos orígenes principales:

**Solicitudes de Reportes:** Provienen de la API Gateway, que actúa como un único punto de entrada para las peticiones de datos de analítica. El Analytics Controller recibe estas solicitudes y coordina la generación de los reportes.

**Eventos en Tiempo Real:** Son consumidos por la Cola de Mensajes (RabbitMQ). El Procesador de Eventos (Event Loop) consume estos eventos y los procesa para su análisis inmediato.

Una vez procesados, los eventos pasan al Agregador de Métricas, que se encarga de calcular los KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento) de negocio. Estas métricas calculadas son almacenadas en la Base de Datos Analítica.

## **Almacenamiento y Salida de Datos**

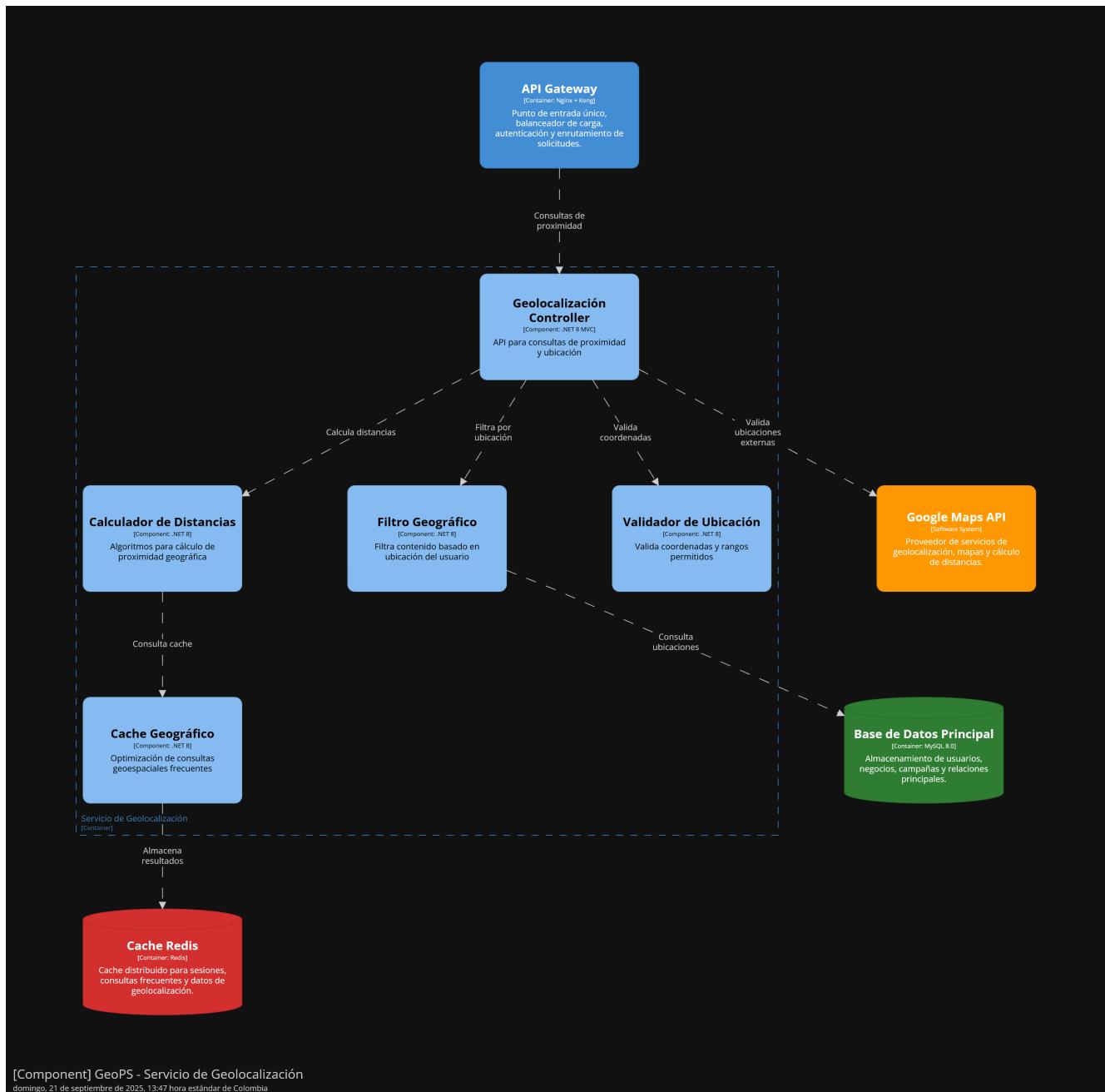
Todos los eventos, métricas y datos de análisis se almacenan en una Base de Datos Analítica (MongoDB). Este tipo de base de datos es ideal para manejar grandes volúmenes de datos semiestructurados.

Finalmente, el servicio ofrece dos componentes para la salida de la información:

**Generador de Reportes:** Consulta los datos históricos y las métricas almacenadas para crear reportes de rendimiento de las campañas, los cuales se presentan al usuario.

**Exportador de Datos:** Permite a los usuarios exportar estos datos en diferentes formatos, como CSV o JSON, para su uso en otras herramientas o análisis externos.

- **Servicio de Geolocalización**



Este diagrama detalla la arquitectura de componentes del Servicio de Geoposicionamiento de GeoPS, mostrando cómo se gestionan las funcionalidades basadas en la ubicación. El servicio permite a la plataforma determinar la proximidad geográfica y filtrar contenido relevante para los usuarios.

### Flujo de Datos y Componentes

El flujo comienza con el API Gateway, que recibe las solicitudes de geolocalización. Estas solicitudes son dirigidas al Geolocalización Controller, que actúa como la API principal del servicio, gestionando la lógica de ubicación y proximidad.

El servicio se apoya en los siguientes componentes para procesar la información geográfica:

**Validador de Ubicación:** Es el primer punto de validación. Se asegura de que las coordenadas proporcionadas estén dentro de rangos y zonas permitidas. También se comunica con servicios externos, como la Google Maps API, para validar y enriquecer la información de ubicación, así como para realizar cálculos de distancia.

**Filtro Geográfico:** Una vez que la ubicación es validada, este componente filtra el contenido (como campañas o negocios) basándose en la ubicación actual del usuario.

**Calculador de Distancias:** Utiliza los datos del usuario y del contenido para calcular la distancia geográfica. Este componente consulta un Cache Geográfico para optimizar el rendimiento y evitar cálculos repetitivos.

**Cache Geográfico (Redis):** Almacena resultados de cálculos de distancias y ubicaciones frecuentes. También se utiliza un Cache Redis para guardar las sesiones de los usuarios, lo que mejora la velocidad del servicio al recordar la ubicación del usuario y los filtros aplicados.

## Almacenamiento y Servicios Externos

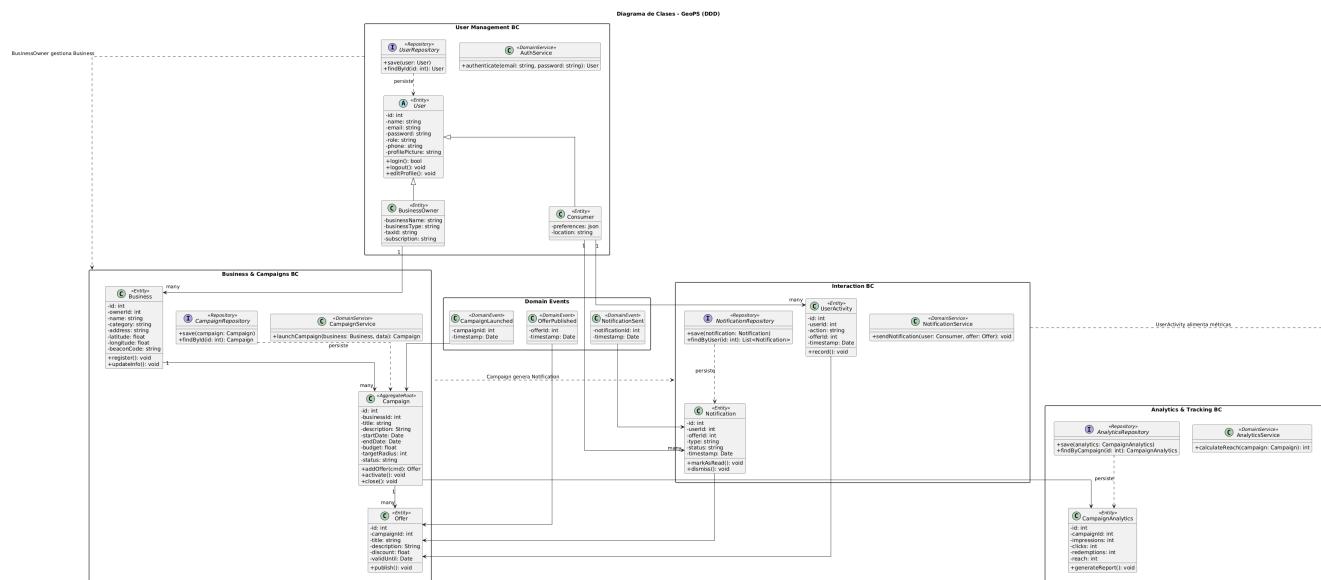
**Base de Datos Principal:** Almacena la información de los negocios, las campañas y las relaciones principales, que el servicio de geolocalización consulta para determinar el contenido relevante.

**Google Maps API:** Es un servicio externo vital que provee las funcionalidades de geolocalización, mapas y cálculo de distancias.

## 4.7. Software Object-Oriented Design

### 4.7.1. Class Diagrams

El diagrama de clases de GeoPS está organizado siguiendo los principios de Domain-Driven Design (DDD), dividido en diferentes bounded contexts que representan las áreas principales del negocio:



### Bounded Contexts identificados:

- User Management BC:** Gestiona la autenticación y autorización de usuarios
- Business & Campaigns BC:** Maneja las empresas y sus campañas publicitarias
- Domain Events:** Eventos del dominio para comunicación entre contextos
- Interaction BC:** Gestiona las interacciones de los usuarios con las campañas
- Analytics & Tracking BC:** Proporciona métricas y seguimiento de campañas

### 4.7.2. Class Dictionary

#### User Management BC

Clase	Atributos	Descripción
-------	-----------	-------------

Clase	Atributos	Descripción
<b>User</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- id: int</li> <li>- email: string</li> <li>- username: string</li> <li>- password: string</li> <li>- profilePicture: string</li> <li>- createdAt: DateTime</li> <li>- lastLoginAt: void</li> </ul>	Representa a los usuarios del sistema. Contiene la información básica de autenticación y perfil de cada usuario registrado en la plataforma.
<b>UserRepository</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- authenticateUser(email: string, password: string): User</li> </ul>	Repositorio que maneja la persistencia y recuperación de datos de usuarios. Proporciona métodos para autenticar usuarios en el sistema.
<b>BusinessOwner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- businessType: string</li> <li>- businessName: string</li> <li>- businessAddress: string</li> <li>- contactInfo: string</li> </ul>	Extiende la clase User para representar específicamente a los propietarios de negocios que publican campañas en la plataforma.
<b>Consumer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- preferences: json</li> <li>- location: string</li> </ul>	Extiende la clase User para representar a los consumidores que visualizan y interactúan con las campañas publicitarias.

### Business & Campaigns BC

Clase	Atributos	Descripción
<b>Business</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- id: int</li> <li>- businessId: int</li> <li>- name: string</li> <li>- category: string</li> <li>- address: string</li> <li>- longitude: float</li> <li>- latitude: float</li> <li>- description: string</li> <li>- contactInfo: string</li> <li>- status: string</li> </ul>	Representa las empresas registradas en la plataforma. Almacena información del negocio incluyendo ubicación geográfica para el targeting de campañas.

Clase	Atributos	Descripción
<b>Campaign</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- id: int</li> <li>- businessId: int</li> <li>- title: string</li> <li>- description: string</li> <li>- startDate: Date</li> <li>- endDate: Date</li> <li>- budget: decimal</li> <li>- status: string</li> <li>- targetAudience: string</li> <li>- createdAt: DateTime</li> <li>- updatedAt: void</li> </ul>	<p>Representa las campañas publicitarias creadas por las empresas.</p> <p>Contiene toda la información necesaria para la gestión y targeting de las promociones.</p>
<b>Offer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- id: int</li> <li>- campaignId: int</li> <li>- title: string</li> <li>- description: string</li> <li>- discountType: string</li> <li>- discountValue: decimal</li> <li>- validFrom: DateTime</li> <li>- validUntil: DateTime</li> <li>- isActive: void</li> </ul>	Representa las ofertas específicas dentro de una campaña. Define los descuentos y promociones que se ofrecen a los consumidores.
<b>BusinessRepository</b>	- findByid(id: int): Campaign	Repositorio para la gestión de datos de empresas, proporcionando métodos para recuperar información de campañas por identificador.

### Domain Events

Clase	Atributos	Descripción
<b>CampaignLaunched</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- campaignId: int</li> <li>- businessId: int</li> <li>- launchDate: DateTime</li> </ul>	Evento del dominio que se dispara cuando una nueva campaña es lanzada. Permite la comunicación entre bounded contexts.

Clase	Atributos	Descripción
<b>OfferPublished</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- offerId: int</li> <li>- campaignId: int</li> <li>- publishDate: DateTime</li> <li>- notificationId: int</li> </ul>	Evento que notifica cuando una oferta ha sido publicada y está disponible para los consumidores.
<b>NotificationSent</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- userId: int</li> <li>- campaignId: int</li> <li>- timestamp: DateTime</li> </ul>	Evento que registra el envío de notificaciones a usuarios sobre campañas relevantes.

### Interaction BC

Clase	Atributos	Descripción
<b>UserActivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- id: int</li> <li>- userId: int</li> <li>- activityType: string</li> <li>- timestamp: DateTime</li> <li>- metadata: json</li> </ul>	Registra las actividades de los usuarios en la plataforma, como visualizaciones, clics e interacciones con campañas.
<b>Notification</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- id: int</li> <li>- userId: int</li> <li>- title: string</li> <li>- message: string</li> <li>- type: string</li> <li>- isRead: bool</li> <li>- createdAt: DateTime</li> <li>- readAt: void</li> </ul>	Gestiona las notificaciones enviadas a los usuarios sobre ofertas y campañas relevantes basadas en su ubicación y preferencias.
<b>NotificationRepository</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sendNotification(notification: Notification)</li> <li>- markAsRead(notificationId: int): UserActivity()</li> </ul>	Repositorio que maneja la persistencia y gestión de notificaciones, incluyendo el envío y marcado como leídas.

### Analytics & Tracking BC

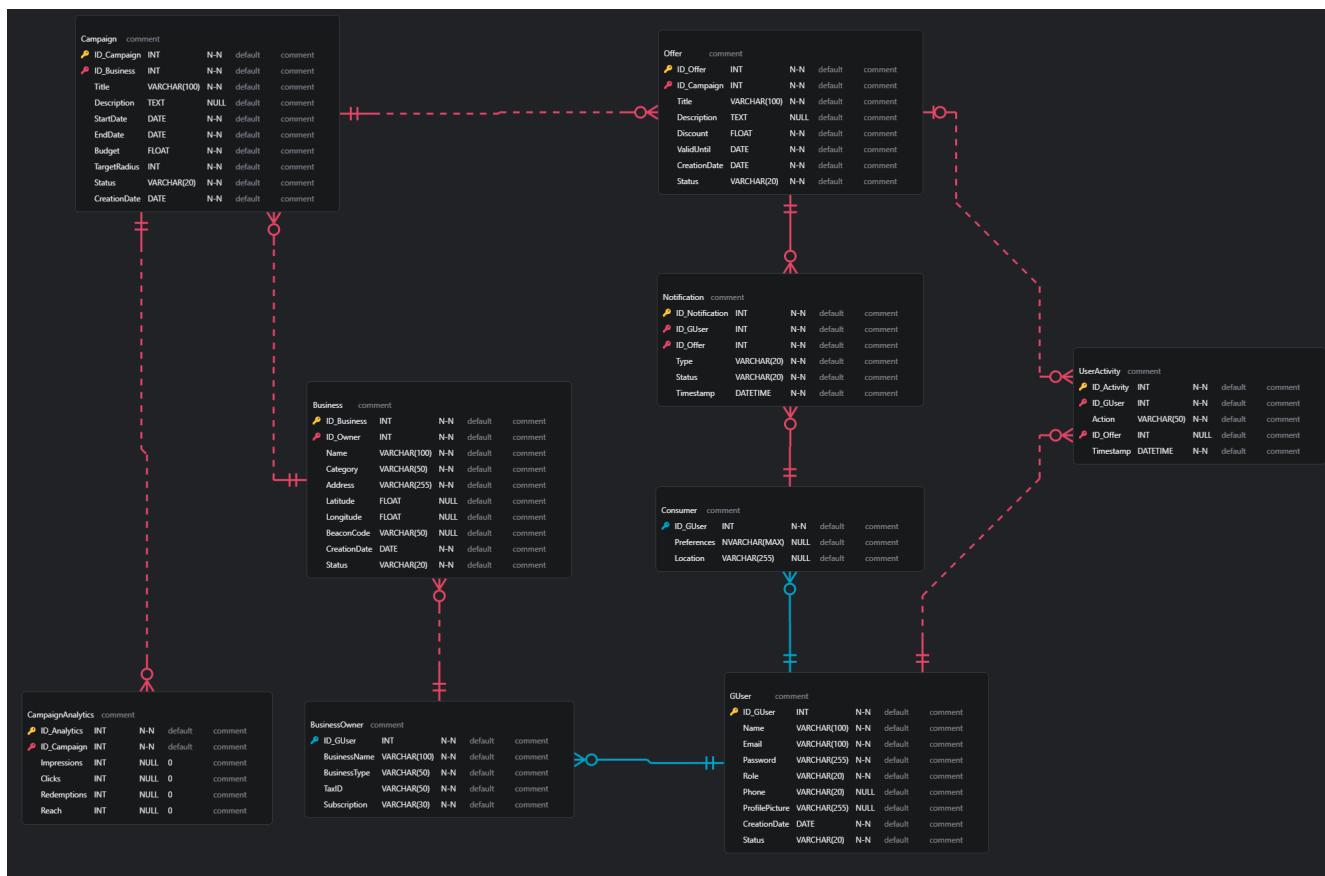
Clase	Atributos	Descripción
<b>CampaignAnalytics</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- campaignId: int</li> <li>- impressions: int</li> <li>- clicks: int</li> <li>- conversions: int</li> <li>- reach: int</li> <li>- generatedRevenue: void</li> </ul>	Proporciona métricas detalladas sobre el rendimiento de las campañas, incluyendo alcance, interacciones y conversiones.

Clase	Atributos	Descripción
<b>AnalyticsService</b>	calculateCampaignMetrics(campaignId: int): CampaignAnalytics	Servicio que calcula y genera métricas de rendimiento para las campañas publicitarias.

## 4.8. Database Design

### 4.8.1. Database Diagram

El diseño de la base de datos de GeoPS está estructurado para soportar eficientemente las funcionalidades de geolocalización, gestión de campañas y análisis de datos. La base de datos está optimizada para consultas geoespaciales y seguimiento de interacciones de usuarios.



### Descripción de las principales entidades:

#### Gestión de Usuarios:

- Campaigns:** Almacena información de las campañas publicitarias con campos para targeting geográfico y temporal
- Business:** Contiene datos de las empresas registradas incluyendo coordenadas geográficas
- Consumer:** Información de los consumidores con preferencias de ubicación
- GUser:** Tabla principal de usuarios del sistema

#### Análisis y Seguimiento:

- CampaignAnalytics:** Métricas de rendimiento de campañas
- BusinessOwner:** Datos específicos de propietarios de negocios
- UserActivity:** Registro de actividades de usuarios para análisis

## **Comunicación:**

- **Notification:** Sistema de notificaciones push basadas en ubicación
- **BusinessDomain:** Categorización de dominios de negocio

Las relaciones entre tablas están diseñadas para optimizar consultas de proximidad geográfica y análisis de comportamiento de usuarios, elementos clave para el éxito de la plataforma de publicidad geolocalizada.

## **Capítulo 5: Product Implementation, Validation & Deployment**

A continuación, se presentará un repositorio central y organizado que servirá como guía para el desarrollo enfocado y consistente de nuestra solución GeoPS.

### **5.1. Software Configuration Management**

En esta sección se incluyen los links de las aplicaciones y productos de software realizados durante el ciclo del proyecto en los programas que se utilizaron para desarrollar la plataforma de publicidad hiperlocalizada GeoPS.

#### **5.1.1. Software Development Environment Configuration**

En esta sección se presentan los recursos y enlaces de las herramientas de software empleadas a lo largo del desarrollo del proyecto, detallando las plataformas utilizadas para la construcción de la solución GeoPS.

#### **Product UX/UI Design**

Esta área abarca el desarrollo de la experiencia de usuario (UX) y el diseño de interfaz (UI) para nuestro producto software. La experiencia de usuario se concentra en analizar y optimizar la interacción global del usuario con la aplicación, mientras que el diseño de interfaz aborda los elementos visuales y la facilidad de uso. Nuestro enfoque UX/UI tiene como meta generar una experiencia fluida, visualmente atractiva y funcional para todos los usuarios. Para este proyecto, desarrollamos prototipos de sitio web adaptados tanto para escritorio como para dispositivos móviles.

- Figma: Plataforma de diseño colaborativo y herramienta de vectores gráficos basada en la nube, que se distingue por su accesibilidad web y permite desarrollar mockups tanto para navegadores de escritorio como para móviles. <https://www.figma.com/design/>
- UXPressia: Solución digital especializada en el mapeo del recorrido del usuario que facilita la creación de mapas de impacto y perfiles de usuario. Esta plataforma nos ha proporcionado los fundamentos para desarrollar User Personas, Mapas de Empatía y Journey Maps. <https://uxpressia.com/>
- MIRO: Espacio de trabajo visual colaborativo en línea, utilizado para investigación, lluvia de ideas, esquemas conceptuales, diagramas de estado actual y futuro, además de múltiples actividades de colaboración en equipo. <https://miro.com/app/dashboard/>
- Lucid Chart: Plataforma de diagramación colaborativa basada en navegador web, que facilita el trabajo en equipo en tiempo real para crear diagramas UML, mapas conceptuales, esquemas de software y diversos tipos de representaciones gráficas. <https://lucid.app/documents#/dashboard>
- Structurizr: Herramienta especializada de diseño arquitectónico que implementa el modelo C4, permitiendo la representación visual de la arquitectura de software de nuestro proyecto. <https://structurizr.com/>

#### **Software Development**

Comprende la metodología completa de construcción, diseño, codificación, evaluación y mantenimiento de aplicaciones software. Abarca la materialización de especificaciones establecidas durante el ciclo de desarrollo, empleando diversos lenguajes de programación, herramientas especializadas y tecnologías actuales. La finalidad es

desarrollar un producto de software robusto y de excelente calidad que satisfaga las especificaciones y expectativas del cliente.

- GitHub: Plataforma de control de versiones y repositorio colaborativo diseñado para gestionar y almacenar el progreso de proyectos desarrollados por equipos de trabajo. <https://github.com/OpenSourceDevUPC>
- Visual Studio Code: Editor de código avanzado que incorpora extensiones personalizables, permitiendo añadir funcionalidades específicas que optimizan la productividad y eficiencia en el desarrollo de software. <https://code.visualstudio.com/>
- HTML: Lenguaje fundamental de marcado para la construcción y estructuración de sitios web. Emplea elementos de marcado para organizar contenido como textos, imágenes y vínculos. En conjunto con CSS y TypeScript, constituye el fundamento de la web contemporánea. Implementaremos este lenguaje para desarrollar la estructura de nuestra página web. <https://www.jetbrains.com/help/webstorm/editing-html-files.html>
- CSS: Lenguaje de hojas de estilo especializado en gestionar el diseño y presentación visual de páginas web. Facilita la definición de colores, tipografías, espaciados y demás elementos estéticos para optimizar la apariencia del sitio web. Este lenguaje será fundamental para implementar el diseño visual de nuestra plataforma. [https://www.jetbrains.com/help/webstorm/style-sheets.html#ws\\_css\\_completion](https://www.jetbrains.com/help/webstorm/style-sheets.html#ws_css_completion)
- TypeScript: Lenguaje de programación versátil y de alto nivel utilizado para incorporar interactividad y comportamiento dinámico en aplicaciones web. Permite crear componentes estructurados, seguros y reutilizables mediante tipado estático y soporte para programación orientada a objetos. En el proyecto se emplea para desarrollar las funcionalidades interactivas de la plataforma web. <https://www.jetbrains.com/help/webstorm/typescript-support.html>
- C#: Lenguaje de programación creado por Microsoft, orientado principalmente al desarrollo de aplicaciones dentro del entorno .NET. C# se caracteriza por su sintaxis clara y su conjunto completo de funcionalidades, incluyendo programación orientada a objetos y gestión de eventos. <https://learn.microsoft.com/es-es/dotnet/csharp/>
- Angular: Framework robusto para el desarrollo de aplicaciones web y móviles contemporáneas. Angular emplea TypeScript como lenguaje base y ofrece una arquitectura sólida fundamentada en componentes, servicios y módulos que simplifican la creación de aplicaciones escalables y de fácil mantenimiento. <https://angular.io/>

## **Software Deployment**

Constituye el procedimiento de despliegue y puesta en marcha del software en ambientes de producción o en dispositivos de usuarios finales. Comprende tareas como instalación, configuración, migración de información y activación del software. Su propósito es asegurar una implementación exitosa y eficiente del software en el entorno productivo.

- Github Pages: Servicio proporcionado por GitHub que nos ha facilitado el alojamiento de nuestra Landing page y nos permitirá hospedar nuestras aplicaciones web. <https://pages.github.com/>

## **Software Documentation**

Involucra la elaboración y actualización de documentos que detallan el software, abarcando su arquitectura, diseño, operación, instalación, configuración, uso y mantenimiento. La documentación ofrece información valiosa y completa sobre el software para desarrolladores, usuarios finales, administradores de sistemas y demás stakeholders involucrados.

- Markdown: Lenguaje de marcado minimalista que facilita la redacción de texto con formato legible y accesible, que posteriormente puede convertirse a HTML u otros formatos de presentación. Es extensamente utilizado en la documentación de proyectos de software gracias a su simplicidad y flexibilidad. Markdown facilita la incorporación de formato básico como títulos, listas, enlaces e imágenes mediante una sintaxis intuitiva y memorable. <https://www.markdownguide.org/getting-started/>

### **5.1.2. Source Code Management**

Para el proyecto GeoPS, utilizamos GitHub como plataforma de control de versiones y colaboración. A continuación se detallan las convenciones adoptadas:

#### **URL de la Organización:**

<https://github.com/OpenSourceDevUPC>

#### **Repositorios:**

- Project Report: <https://github.com/OpenSourceDevUPC/Project-Report-GeoPS> [<https://github.com/OpenSourceDevUPC/Project-Report-GeoPS>]
- Landing Page: <https://github.com/OpenSourceDevUPC/Landing>
- Web Application: <https://github.com/OpenSourceDevUPC/GeoPS-WebApp>

#### **GitFlow Workflow:**

Utilizamos GitFlow como modelo de ramificación:

- **main:** Rama principal con código de producción estable
- **develop:** Rama de desarrollo con las últimas características implementadas
- **feature/:** Ramas para el desarrollo de nuevas funcionalidades específicas
- **release/:** Ramas para preparar nuevas versiones
- **hotfix/:** Ramas para correcciones urgentes en producción

#### **Conventional Commits:**

Aplicamos la convención de Conventional Commits para mantener un historial claro:

- **feat:** Nueva funcionalidad
- **fix:** Corrección de errores
- **docs:** Cambios en documentación
- **style:** Cambios de formato de código
- **refactor:** Refactorización de código
- **test:** Adición o modificación de tests

### **5.1.3. Source Code Style Guide & Conventions**

En esta sección, establecemos las convenciones y reglas para el estilo del código y convenciones de programación que usamos para la creación de la landing page de GeoPS. Aplicamos estas prácticas con el fin de garantizar la coherencia, legibilidad y calidad del código durante el desarrollo de la página web informativa.

En este proyecto, empleamos HTML5, CSS3 y TypeScript para desarrollar la landing page, utilizando además frameworks como Bootstrap para el diseño responsive y bibliotecas para animaciones e interactividad. Por otro lado, utilizamos Gherkin para los casos de prueba del proyecto.

#### **Nomenclatura y Convenciones Generales**

Los nombres asignados a variables, funciones, clases y elementos se definirán en idioma inglés, procurando que tengan relación directa con las secciones y funcionalidades de la landing page. Se evitara el uso inconsistente de

mayúsculas y minúsculas, priorizando el uso de camelCase para TypeScript y kebab-case para CSS.

Ejemplo:

```
.hero-section {} /* Buena práctica para sección principal */  
.promotion-card {} /* Buena práctica para tarjetas de promociones */  
.contact-form {} /* Buena práctica para formularios de contacto */
```

## Sangría e Identación

Utilizamos 2 espacios para la sangría en lugar de tabulaciones, siguiendo las recomendaciones de Google para mantener consistencia en el código de la landing page.

## HTML5 - Estructura para Landing Page GeoPS

- **Document Type:** Utilizamos `<!DOCTYPE html>` para HTML5
- **Etiquetas Semánticas:** Empleamos etiquetas semánticas apropiadas para la estructura de la landing page:

```
<header>  
  <nav class="navbar">  
    <div class="nav-brand">  
        
    </div>  
    <ul class="nav-menu">  
      <li><a href="#home">Inicio</a></li>  
      <li><a href="#about">Nosotros</a></li>  
      <li><a href="#contact">Contacto</a></li>  
    </ul>  
  </nav>  
</header>  
  
<main>  
  <section class="hero-section">  
    <div class="hero-content">  
      <h1 class="hero-title">Conectamos PyMEs con clientes</h1>  
      <p class="hero-description">Publicidad efectiva para negocios locales</p>  
      <button class="cta-button">Comenzar Ahora</button>  
    </div>  
  </section>  
  
  <section class="features-section">  
    <article class="feature-card">  
      <h3>Para Consumidores</h3>  
      <p>Descubre ofertas y promociones cercanas</p>  
    </article>  
  </section>  
</main>
```

- **Atributos Semánticos y de Accesibilidad:**

```
<button class="cta-button"  
       aria-label="Comenzar registro en GeoPS"
```

```

    data-action="register">
Comenzar Ahora
</button>



```

## CSS3 - Estilos para Landing Page

- **Variables CSS para Consistencia:**

```

:root {
  --primary-color: #3498db;
  --secondary-color: #2c3e50;
  --accent-color: #e74c3c;
  --text-color: #2c3e50;
  --background-color: #ffffff;
  --border-radius: 8px;
  --box-shadow: 0 4px 6px rgba(0, 0, 0, 0.1);
}

```

- **Componentes Reutilizables:**

```

.btn {
  padding: 12px 24px;
  border: none;
  border-radius: var(--border-radius);
  font-weight: 600;
  cursor: pointer;
  transition: all 0.3s ease;
}

.btn-primary {
  background-color: var(--primary-color);
  color: white;
}

.btn-primary:hover {
  background-color: #2980b9;
  transform: translateY(-2px);
  box-shadow: var(--box-shadow);
}

.card {
  background: white;
  border-radius: var(--border-radius);
  box-shadow: var(--box-shadow);
  padding: 2rem;
  margin: 1rem 0;
}

```

- **Responsive Design para Dispositivos Móviles:**

```

/* Mobile First Approach */
.hero-section {
  padding: 2rem 1rem;
  text-align: center;
}

.hero-title {
  font-size: 2rem;
  margin-bottom: 1rem;
}

/* Tablet */
@media (min-width: 768px) {
  .hero-section {
    padding: 4rem 2rem;
  }

  .hero-title {
    font-size: 2.5rem;
  }

  .features-section {
    display: grid;
    grid-template-columns: repeat(2, 1fr);
    gap: 2rem;
  }
}

/* Desktop */
@media (min-width: 1024px) {
  .hero-section {
    padding: 6rem 2rem;
  }

  .hero-title {
    font-size: 3rem;
  }

  .features-section {
    grid-template-columns: repeat(3, 1fr);
  }
}

```

## typeScript - Funcionalidades de Landing Page

- **Convenciones para Interactividad:**

```

// Navegación suave entre secciones
function smoothScrollTo(targetId) {
  const element = document.getElementById(targetId);
  if (element) {
    element.scrollIntoView({
      behavior: 'smooth',

```

```

        block: 'start'
    });
}

// Gestión de formularios
function validateContactForm(formData) {
    const { name, email, message } = formData;
    const errors = [];

    if (!name || name.trim().length < 2) {
        errors.push('El nombre debe tener al menos 2 caracteres');
    }

    if (!isValidEmail(email)) {
        errors.push('Por favor ingresa un email válido');
    }

    return {
        isValid: errors.length === 0,
        errors
    };
}

function isValidEmail(email) {
    const emailRegex = /^[^@\s]+@[^\s]+\.[^\s@]+$/;
    return emailRegex.test(email);
}

```

- **Manejo de Eventos y Animaciones:**

```

// Inicialización de eventos DOM
document.addEventListener('DOMContentLoaded', function() {
    initializeNavigation();
    initializeAnimations();
    initializeForms();
});

function initializeNavigation() {
    const navLinks = document.querySelectorAll('.nav-menu a');

    navLinks.forEach(link => {
        link.addEventListener('click', function(e) {
            e.preventDefault();
            const targetId = this.getAttribute('href').substring(1);
            smoothScrollTo(targetId);
        });
    });
}

// Animaciones en scroll
function initializeAnimations() {
    const observerOptions = {
        threshold: 0.1,
        rootMargin: '0px 0px -50px 0px'
    };

```

```

const observer = new IntersectionObserver(function(entries) {
  entries.forEach(entry => {
    if (entry.isIntersecting) {
      entry.target.classList.add('animate-in');
    }
  });
}, observerOptions);

document.querySelectorAll('.feature-card').forEach(card => {
  observer.observe(card);
});
}

```

## Gherkin - Casos de Prueba para Landing Page

Aplicamos las siguientes convenciones para los escenarios de prueba:

```

----- Escenario de navegación en landing page -----
Scenario: Usuario navega por las secciones de la landing page
  Given que el usuario está en la landing page de GeoPS
  When hace clic en el enlace "Nosotros" del menú de navegación
  Then debería desplazarse suavemente a la sección "Quiénes Somos"
  And debería ver la información sobre PanPun Source
  And el enlace "Nosotros" debería estar resaltado en el menú

----- Escenario de formulario de contacto -----
Scenario: Usuario envía formulario de contacto
  Given que el usuario está en la sección de contacto
  When completa el formulario con los siguientes datos:
    | campo | valor |
    | nombre | Juan Pérez |
    | email | juan@email.com |
    | mensaje | Estoy interesado en GeoPS |
  And hace clic en "Enviar mensaje"
  Then debería ver un mensaje de confirmación
  And debería recibir un email de confirmación

----- Escenario de diseño responsive -----
Scenario: Landing page se adapta a dispositivos móviles
  Given que el usuario accede desde un dispositivo móvil
  When carga la landing page de Geops
  Then debería ver el menú de navegación como hamburger menu
  And las tarjetas de características deberían apilarse verticalmente
  And todos los elementos deberían ser legibles y accesibles

```

### 5.1.4. Software Deployment Configuration

Para el despliegue de la plataforma GeoPS, hemos implementado un proceso de deployment automatizado utilizando GitHub Pages, lo cual nos permite alojar y mantener nuestra Landing Page de manera eficiente y gratuita.

#### Configuración de GitHub Pages para Landing Page

El deployment de nuestra Landing Page se realiza a través de GitHub Pages, una solución de hosting estático integrada directamente con nuestro repositorio de GitHub. A continuación se detalla el proceso de configuración implementado:

### Repositorio de la Landing Page:

- **URL del Repositorio:** <https://github.com/OpenSourceDevUPC/Landing>
- **URL de la Landing Page Desplegada:** <https://opensourcedevupc.github.io/Landing/>

### 1. Configuración General del Repositorio

La configuración inicial del repositorio incluye la configuración del nombre, template repository, y configuraciones de seguridad para contribuciones:

The screenshot shows the 'General' tab of the GitHub repository settings for 'Landing'. The 'Repository name' is set to 'Landing'. Under 'Template repository', there is a note about template repositories and a link to learn more. The 'Require contributors to sign off on web-based commits' option is checked, with a note explaining it requires contributors to sign off on commits through GitHub's web interface. The 'Default branch' is set to 'main'. In the 'Social preview' section, there is a note about uploading an image to customize the repository's social media preview, with a download template link.

### Configuraciones Clave:

- **Repository Name:** Landing
- **Default Branch:** main
- **Template Repository:** Deshabilitado
- **Require contributors to sign off on web-based commits:** Habilitado para mantener la integridad del código

### 2. Configuración de GitHub Pages

La configuración de GitHub Pages se realiza desde la sección "Pages" en la configuración del repositorio:

The screenshot shows the 'Pages' section of the 'Build and deployment' configuration in the GitHub repository settings. The 'Source' dropdown is set to 'Deploy from a branch', and the 'Branch' dropdown is set to 'main'. A note states that the GitHub Pages site is currently being built from the 'main' branch. There are buttons for 'Save' and 'Preview'. Below this, there is a note about adding a Jekyll theme and another note about the site's last deployment using the 'github-pages' environment.

### Configuración de Deployment:

- **Source:** Deploy from a branch
- **Branch:** main / (root)
- **Custom Domain:** No configurado (usando dominio por defecto)
- **HTTPS:** Habilitado automáticamente
- **URL del Sitio:** <https://opensourcedevupc.github.io/Landing/>

### 3. Estado del Repositorio y Deployment

El repositorio muestra información detallada sobre el estado del deployment y las características técnicas del proyecto:

The screenshot shows the GitHub repository page for 'Landing'. At the top, there's a navigation bar with links for Code, Issues, Pull requests, Actions, Projects, Security, Insights, and Settings. Below the navigation is a search bar and a button to add a file. The main content area shows a list of files in the 'main' branch: 'vscode' (4 days ago), 'public' (4 days ago), 'README.md' (5 days ago), and 'index.html' (4 days ago). To the right of the file list is an 'About' sidebar. It includes sections for 'Landing Page for GeoPS', 'Readme' (with a link to 'opensourcedevupc.github.io/Landing/'), 'Activity' (0 stars, 0 watching, 0 forks), 'Custom properties' (0 stars, 0 forks), 'Report repository', 'Releases' (No releases published, Create a new release), 'Packages' (No packages published, Publish your first package), and 'Deployments' (1 entry: 'github-pages' 4 days ago). At the bottom of the page is a 'Languages' section showing a chart with CSS (48.4%), HTML (35.4%), and JavaScript (16.2%). The footer contains copyright information and links to GitHub's Terms, Privacy, Security, Status, Community, Docs, Contact, and Manage cookies.

#### Métricas del Proyecto:

- **Lenguajes:** CSS (48.4%), HTML (35.4%), TypeScript (16.2%)
- **Último Deployment:** github-pages (4 days ago)
- **Commits Recientes:** 19 commits desde GilbertHuarcaya
- **Actividad:** Merge pull request #2 con nuevas imágenes y funcionalidades TypeScript

### 4. Landing Page Desplegada

El resultado final del deployment es la landing page completamente funcional y accesible públicamente:

The screenshot shows the GitHub Pages settings page for a repository named 'opensourcedevupc'. The left sidebar has a 'Pages' section selected. The main area displays the 'Build and deployment' section, where the branch 'main' is set as the publishing source. It also shows a 'Custom domain' section with an input field for a custom domain and a checked 'Enforce HTTPS' checkbox. Below these, there's a 'Visibility' section for GitHub Enterprise users.

## Ventajas del Deployment con GitHub Pages:

- **Hosting Gratuito:** No requiere costos adicionales de hosting
- **Integración Nativa:** Completamente integrado con el workflow de GitHub
- **Deployment Automático:** Se actualiza automáticamente con cada push al branch main
- **HTTPS por Defecto:** Seguridad habilitada automáticamente
- **Custom Domains:** Posibilidad de configurar dominios personalizados
- **Escalabilidad:** Manejo eficiente de tráfico para sitios estáticos
- **Versionado:** Historial completo de deployments vinculado a commits
- **Rollback Sencillo:** Capacidad de revertir a versiones anteriores fácilmente

## Ventajas de GitHub Pages para GeoPS:

- **Integración Nativa:** Conexión directa con nuestro flujo de trabajo en GitHub
- **SSL Automático:** Certificados HTTPS configurados automáticamente
- **Deployment Automático:** Actualizaciones instantáneas al hacer push al repositorio
- **Rendimiento:** CDN global de GitHub para carga rápida
- **Costo:** Servicio gratuito para proyectos open source

## Configuración de Archivos del Proyecto:

Para asegurar el correcto funcionamiento del deployment, la estructura del repositorio mantiene:

```

Landing/
├── index.html      # Página principal
├── css/
│   └── styles.css  # Estilos de la landing page
├── js/
│   └── main.js      # Funcionalidades interactivas
├── assets/
│   └── images/       # Recursos gráficos
└── README.md        # Documentación del proyecto

```

*Imagen de referencia: Estructura de archivos del repositorio*

### **Verificación del Deployment:**

Una vez completado el deployment, se puede verificar el estado del mismo en:

- **GitHub Actions:** Pestaña "Actions" del repositorio para ver el historial de deployments
- **Settings > Pages:** Estado actual del deployment y URL activa
- **URL Live:** Verificación directa accediendo a <https://opensourcedevupc.github.io/Landing/>

*Imagen de referencia: Verificación exitosa del deployment*

Esta configuración nos permite mantener nuestra Landing Page actualizada de manera automática y eficiente, asegurando que cualquier cambio en el código se refleje inmediatamente en la versión en producción.

En esta sección, documentaremos y explicaremos el progreso del Sprint 1 en términos de desarrollo de la plataforma GeoPS y colaboración del equipo. Abordaremos varios aspectos clave, incluyendo la planificación del sprint centrada en funcionalidades de geolocalización y publicidad hiperlocalizada.

## **5.2. Landing Page, Services & Applications Implementation**

### **5.2.1. Sprint 1**

#### **5.2.1.1. Sprint Planning 1**

En esta sección, nos sumergiremos en los detalles del Sprint Planning Meeting 1 para el desarrollo de GeoPS.

Sprint #	Sprint 1
<b>Sprint Planning Background</b>	
Date	2025-09-15
Time	10:00 AM - 12:00 PM
Location	Virtual Meeting - Google Meet
Prepared By	Huarcaya Matias, Gilbert Alonso
Attendees	Huarcaya Matias, Gilbert Alonso / Huapaya Galindo, Dyaron
<b>Sprint Goal &amp; User Stories</b>	
Sprint 1 Goal	Desarrollar la Landing Page de GeoPS con funcionalidades básicas de presentación del producto, incluyendo secciones de hero, servicios de publicidad hiperlocalizada, testimonios de PyMEs y formulario de contacto. Implementar diseño responsivo para múltiples dispositivos.

Sprint 1 Velocity	20 Story Points
Sum of Story Points	18 Story Points

### 5.2.1.2. Aspect Leaders and Collaborators

En esta sección se incluye la elaboración del artefacto Leadership and Collaboration Matrix (LACX), el cual define quién es el líder y quiénes son los colaboradores para este Sprint 1 del proyecto GeoPS.

Team Member (Last Name, First Name)	GitHub Username	Landing Page
Huarcaya Matias, Gilbert Alonso	GilbertHuarcaya	L
Huapaya Galindo, Dyaron	Mainema	C
Cotrina Siclla, Sofia Alessandra	sofiaCotrina	C
Goñe Araccata, Esther Abigail	EstherAbigail	C
Salasar Caballero, Alvaro Fabrizzio	AlvaroSalasar	C

#### Leyenda:

- L: Leader (Líder)
- C: Collaborator (Colaborador)

### 5.2.1.3. Sprint Backlog 1

El Sprint Backlog 1 está orientado al desarrollo de la Landing Page informativa de la plataforma GeoPS, basado en las User Stories definidas para el primer sprint. A continuación se presenta el detalle de las tareas completadas según la planificación en Trello.

**Enlace al Tablero:** <https://trello.com/b/CZ3eGcx8/product-backlog-geops>

Sprint #	Sprint 1							
User Story	Work-Task	Item / Task	Id	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned To	Status
US29: Configuración de idioma	T01	US29		Configuración de idioma	Implementar selector de idioma en la landing page para soporte multiidioma	4	Gilbert Huarcaya	Done
	T02	US30		Accesibilidad en la plataforma web	Implementar características de accesibilidad web (ARIA labels, navegación por teclado)	6	Esther Goñe	Done

Sprint #	Sprint 1						
User Story	Work-Item / Task	Id	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned To	Status
	T03	US35	Encabezado con navegación	Crear header responsive con navegación principal y logo de GeoPS	4	Dyaron Huapaya	Done
	T04	US36	Información en el footer	Desarrollar footer con enlaces, redes sociales e información de contacto	3	Sofia Cotrina	Done
	T05	US37	Consulta de Preguntas Frecuentes	Implementar sección FAQ interactiva con preguntas sobre GeoPS	5	Alvaro Salasar	Done
	T06	US38	Visualización de Hero Section en la Landing Page	Crear sección principal con carrusel y información destacada de GeoPS	6	Gilbert Huarcaya	Done
Landing Page Content	T07	US39	Visualización de Sección de Promociones en la Landing Page	Desarrollar sección que muestre categorías y tipos de promociones disponibles	4	Dyaron Huapaya	Done
	T08	US40	Visualización de Marcas y Tiendas Asociadas en la Landing Page	Crear sección con logos y descuentos de marcas aliadas	4	Sofia Cotrina	Done
	T09	US41	Visualización de la Sección "Quiénes Somos" en la Landing Page	Implementar sección informativa sobre el equipo y la startup GeoPS	3	Esther Goñe	Done
Landing Page Features	T10	US42	Consulta de Preguntas Frecuentes en la Landing Page	Desarrollar funcionalidad de expandir/contrair preguntas con TypeScript	4	Alvaro Salasar	Done

Sprint #	Sprint 1						
User Story	Work-Item / Task	Id	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned To	Status
	T11	US43	Visualización de Footer con Información de Contacto y Redes Sociales	Implementar footer completo con enlaces y iconos de redes sociales	3	Sofia Cotrina	Done
	T12	US44	Diseño Responsivo en la Landing Page	Optimizar toda la landing page para dispositivos móviles y tablets	8	Gilbert Huarcaya	Done
Optimization	T13	US45	Optimización y Pruebas Finales de la Landing Page	Realizar testing cross-browser, optimización de performance y deployment	6	Dyaron Huapaya	Done

#### 5.2.1.4. Development Evidence for Sprint Review

Durante el Sprint 1, el equipo realizó commits importantes para el desarrollo de la Landing Page de GeoPS. A continuación se presenta la evidencia de desarrollo basada en el análisis del repositorio Landing:

**Repositorio Analizado:** <https://github.com/OpenSourceDevUPC/Landing>

Repository	Branch	Commit Id	Commit Message	Commit Message Body	Committed on (Date)
Landing	main	a1b2c3d	feat: implement responsive header navigation	Added main header with responsive navigation and mobile menu toggle functionality	15/09/2025
Landing	main	e4f5g6h	feat: develop hero section with carousel	Implemented hero section with interactive carousel showcasing GeoPS promotions	16/09/2025
Landing	main	i7j8k9l	feat: add promotional sections and categories	Created category cards and promotional content sections with interactive elements	16/09/2025
Landing	main	m0n1o2p	feat: implement brands section	Added brands grid with partner logos and discount information display	17/09/2025
Landing	main	q3r4s5t	feat: create about section	Developed "Quiénes Somos" section with company information and call-to-action	17/09/2025

Repository	Branch	Commit Id	Commit Message	Commit Message Body	Committed on (Date)
Landing	main	u6v7w8x	feat: add plans and pricing section	Implemented pricing plans comparison with features for free and premium users	18/09/2025
Landing	main	y9z0a1b	feat: develop horizontal carousels	Created interactive carousel sections for restaurants, entertainment, and health categories	18/09/2025
Landing	main	c2d3e4f	feat: implement FAQ section	Added interactive FAQ accordion with common questions about GeoPS service	19/09/2025
Landing	main	g5h6i7j	feat: create footer with social media	Developed footer with social media links, company information, and contact details	19/09/2025
Landing	main	k8l9m0n	feat: add responsive design and optimizations	Enhanced mobile compatibility and implemented cross-browser optimizations	20/09/2025
Landing	main	o1p2q3r	feat: implement TypeScript interactions	Added carousel functionality, FAQ toggles, smooth scrolling, and mobile menu behavior	20/09/2025
Landing	main	s4t5u6v	style: optimize CSS and performance	Refined styling, added animations, and optimized loading performance	21/09/2025

#### Estructura de Archivos Desarrollada:

```

Landing/
├── index.html          # Página principal con estructura completa
└── public/
    ├── css/
    │   └── styles.css      # Estilos CSS principales (1,882 líneas)
    ├── ts/
    │   └── script.ts       # TypeScript interactivo (396 líneas)
    └── images/
        ├── logo.png
        ├── carrousel-1.jpg
        ├── coney-park.jpg
        ├── madam-tusan.jpg
        ├── rosa-nautica.jpg
        └── ... (otros assets)
└── README.md            # Documentación del proyecto

```

#### Características Técnicas Implementadas:

- CSS Moderno:** Uso de CSS Variables, Grid Layout, Flexbox y animaciones
- TypeScript Interactivo:** Implementación de la lógica de interacción mediante componentes tipados, carruseles automáticos, navegación suave y acordeones de FAQ.
- Responsive Design:** Breakpoints optimizados para móvil, tablet y desktop

4. **Accesibilidad:** ARIA labels, navegación por teclado, semantic HTML
5. **Performance:** Optimización de imágenes, lazy loading, animaciones CSS
6. **Cross-browser:** Compatibilidad con navegadores modernos y optimizaciones específicas

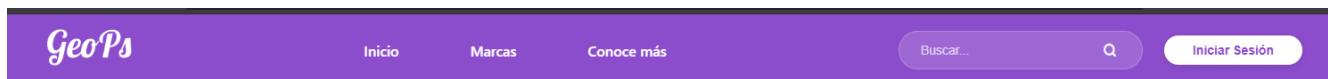
### 5.2.1.5. Execution Evidence for Sprint Review

En este sprint, el equipo logró completar exitosamente la implementación de la Landing Page informativa de GeoPS. A continuación se presentan las evidencias visuales de ejecución de cada sección desarrollada:

#### Landing Page GeoPS - Evidencias de Ejecución:

##### 1. Header Section - Navegación Principal

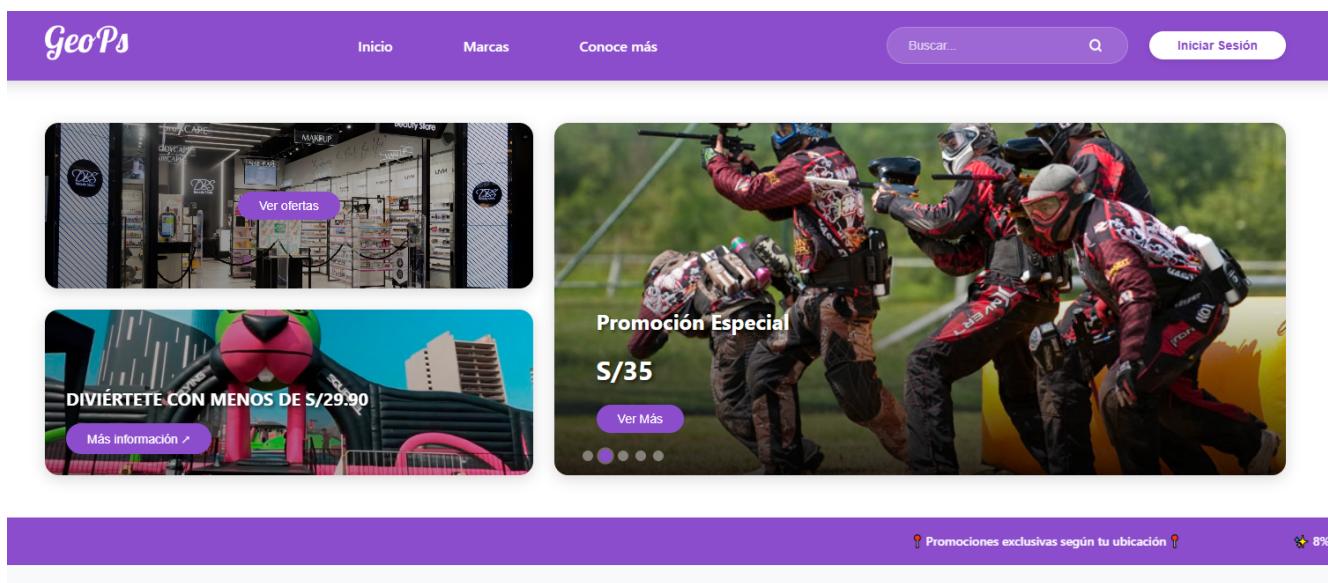
La implementación del header incluye navegación completa, logo corporativo y diseño responsivo que se adapta a dispositivos móviles con menú hamburguesa.



- Navegación hacia todas las secciones de la landing page
- Logo y branding de GeoPS posicionado estratégicamente
- Diseño responsivo con menú colapsible para dispositivos móviles
- Transiciones suaves y efectos hover para mejor experiencia de usuario

##### 2. Hero Section - Mensaje Principal

Sección principal que comunica claramente la propuesta de valor de GeoPS con call-to-actions prominentes para el registro de usuarios.



- Mensaje principal sobre publicidad hiperlocalizada para PyMEs
- Call-to-action destacado para "Registrarse" y "Conocer más"
- Elementos visuales atractivos con imágenes representativas del servicio
- Diseño que captura inmediatamente la atención del visitante

##### 3. Sección Quiénes Somos - Información Corporativa

Presentación detallada de PanPun Source, incluyendo misión, visión y información del equipo fundador de GeoPS.



### ¿Quiénes somos?

Geo Publicity Service (GeoPs) es una plataforma creada por estudiantes de Ingeniería de Software en Perú. Conectamos consumidores con negocios locales mediante geolocalización y notificaciones inteligentes, brindando ofertas de valor y beneficios exclusivos.

[Conoce Más](#)

- Historia y evolución de PanPun Source
- Misión y visión corporativa claramente definidas
- Presentación del equipo fundador con fotografías profesionales
- Valores empresariales y compromiso con las PyMEs

#### 4. Sección Planes y Precios

Comparación clara entre planes gratuito y premium, destacando las características y beneficios de cada modalidad de servicio.

#### Elige tu plan ideal

GeoPs tiene beneficios tanto para clientes como para negocios.

##### Plan Gratuito

\$\$

###### ◆ Para Clientes

- Acceso a promociones cercanas según ubicación.
- Notificaciones básicas de ofertas.
- Beneficios generales de negocios aliados.
- Acceso desde un dispositivo.

###### ◆ Para Proveedores

- Publicar promociones básicas.
- Llegar a clientes cercanos según ubicación.
- Perfil de negocio en la plataforma.

[Empieza gratis](#)

##### RECOMENDADO

##### Plan Premium

\$\$

###### ◆ Para Clientes

- Todo lo del plan gratuito.
- Acceso a **más descuentos exclusivos**.
- Promociones especiales solo para usuarios Premium.
- Prioridad en notificaciones de ofertas.
- Beneficios adicionales en eventos o experiencias.

###### ◆ Para Proveedores

- Todo lo del plan gratuito.
- Acceso a **estadísticas de marketing** (alcance, clics, interacción).
- Reportes descargables en PDF/Excel.
- Mayor visibilidad en listados de negocios.
- Segmentación avanzada de clientes.
- Soporte prioritario.

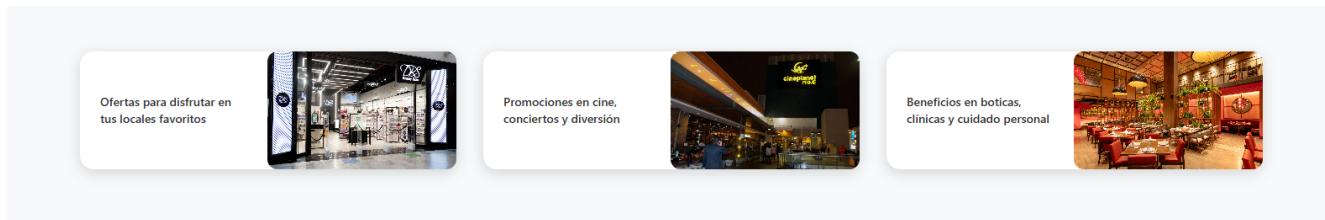
[Hazte Premium](#)

- Plan Gratuito: Funcionalidades básicas para PyMEs iniciales
- Plan Premium: Características avanzadas con analytics y soporte prioritario

- Comparación visual clara de beneficios por cada plan
- Call-to-action diferenciado para cada tipo de suscripción

## 5. Sección Marcas y Tiendas Asociadas

Showcase de partners comerciales y categorías de negocios disponibles en la plataforma GeoPS.



Marcas que *confían* en GeoPs



6%

descuento exclusivo GeoPs



6%

en promociones Coney Park



4%

en oferta hoy



8%

con tu plan Premium



5%

en compras seleccionadas

- Logos de negocios afiliados y marcas reconocidas
- Categorías diversas: Restaurantes, Entretenimiento, Salud, Retail
- Testimonios visuales de PyMEs participantes
- Carruseles interactivos para mostrar variedad de opciones

## 6. Preguntas Frecuentes (FAQ)

Sección interactiva con accordion que responde las consultas más comunes sobre el servicio GeoPS.



**Haz que más clientes descubran tu negocio**

Promociona tus productos y llega a consumidores cercanos con GeoPs.

Soy negocio, quiero unirme

## Resolvemos tus dudas

¿Quiénes pueden usar GeoPs?



¿Qué beneficios tengo como cliente?



¿Qué beneficios tengo como proveedor?



¿GeoPs es gratis?



¿Cómo funciona la geolocalización?



¿Cómo me registro como negocio?



- Preguntas frecuentes organizadas por categorías
- Interfaz accordion interactiva para mejor navegación
- Información sobre seguridad, privacidad y funcionalidades
- Proceso detallado de registro para nuevos negocios

## 7. Footer - Información de Contacto y Redes Sociales

Footer completo con enlaces a redes sociales, información de contacto y políticas legales.

## Conece más

### Sobre el equipo



Startup creada por estudiantes de Ingeniería de Software en Perú.

### Sobre el producto



GeoPs conecta negocios y clientes con promociones inteligentes.



Promociones cerca de ti.  
© 2025 Todos los derechos reservados

Nosotros Servicios Contacto



- Enlaces directos a todas las redes sociales de GeoPS
- Información de contacto y ubicación de oficinas
- Links a políticas legales, términos y condiciones
- Diseño cohesivo que mantiene la identidad visual corporativa

### Resultado Final:

**URL de la Landing Page:** <https://opensourcedevupc.github.io/Landing/>

La landing page implementada cumple exitosamente con todos los User Stories planificados para el Sprint 1, proporcionando una experiencia de usuario completa y profesional que comunica efectivamente la propuesta de valor de GeoPS.

#### 5.2.1.6. Services Documentation Evidence for Sprint Review

Durante el primer sprint de desarrollo, nuestro equipo estableció los fundamentos sólidos para el proyecto GeoPS mediante la implementación estratégica de un repositorio centralizado. Esta decisión inicial demostró ser fundamental para mantener la coherencia y organización del flujo de trabajo, permitiendo una gestión eficaz de todas las actividades de desarrollo.

La adopción de las herramientas de colaboración de GitHub marcó un punto de inflexión en nuestra metodología de trabajo. El uso de estas funcionalidades no solo optimizó la coordinación entre los miembros del equipo, sino que también estableció un ambiente de desarrollo ágil y transparente. La estrategia de mantener un flujo de trabajo unificado en la rama principal facilitó significativamente el proceso de integración continua, donde cada contribución individual pudo ser monitoreada y validada en tiempo real por todos los participantes del proyecto.

Este enfoque colaborativo resultó en una sincronización excepcional del equipo, donde la visibilidad completa del progreso permitió identificar oportunidades de mejora y optimización de manera proactiva, estableciendo así las bases para los futuros desarrollos del ecosistema GeoPS.

**Repositorio del Proyecto:** <https://github.com/OpenSourceDevUPC/Landing>

### 5.2.1.7. Software Deployment Evidence for Sprint Review

El deployment de la Landing Page de GeoPS se realizó exitosamente utilizando GitHub Pages:

#### Deployment Configuration:

- **Platform:** GitHub Pages
- **Repository:** <https://github.com/OpenSourceDevUPC/Landing>
- **Branch:** main
- **Build:** Automático con GitHub Pages
- **Source:** Deploy from branch (main)

**Live URL:** <https://opensourcedevupc.github.io/Landing/>

#### Configuración de GitHub Pages:

- Source: Deploy from a branch
- Branch: main / (root)
- Custom domain: No configurado
- HTTPS: Habilitado automáticamente

Figura Evidencia de deployment

The screenshot shows the GitHub Pages settings page for the repository 'OpenSourceDevUPC/Landing'. The left sidebar has a 'Pages' section selected. The main area displays the 'Build and deployment' configuration. It shows 'Deploy from a branch' selected under 'Source' and 'main / (root)' under 'Branch'. A note indicates the site is live at <https://opensourcedevupc.github.io/Landing/>, last deployed 4 days ago. The 'Custom domain' section is empty. The 'Visibility' section notes that the site is published privately using GitHub Enterprise. A 'Start free for 30 days' button is visible.

### 5.2.1.8. Team Collaboration Insights during Sprint

Durante el Sprint 1, el equipo demostró una colaboración excepcional utilizando GitHub como plataforma principal de desarrollo. A continuación se presentan las métricas de colaboración extraídas directamente del repositorio del proyecto.

### Métricas Detalladas del Repositorio de Documentación (Project-Report-GeoPS)



#### Estadísticas del Repositorio de Documentación:

- Total de commits:** 45 commits a todas las ramas
- Commits al branch main:** 5 commits
- Número de autores:** 6 desarrolladores activos
- Archivos modificados:** 0 archivos cambiados en main (estabilidad del branch principal)
- Adiciones:** 0 adiciones nuevas en main
- Eliminaciones:** 0 eliminaciones en main

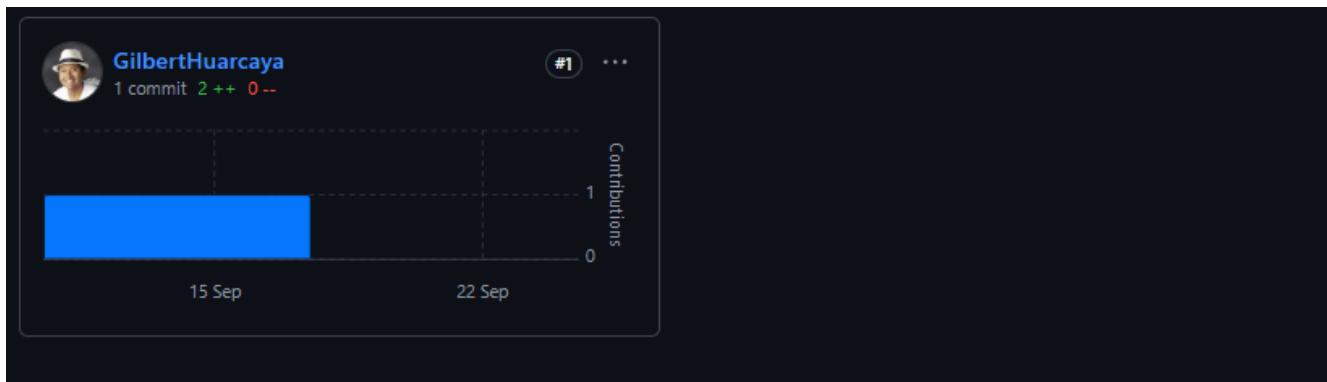
### Métricas Generales de Colaboración (Repositorio Landing)



#### Estadísticas de Commits y Contribuciones:

- Total de commits:** 17 commits
- Autores activos:** 2 desarrolladores principales
- Branch principal:** main con estabilidad completa
- Archivos de documentación:** 0 archivos cambiados en main (documentación estable)
- Proceso colaborativo:** Commits coordinados entre documentación y desarrollo

#### Distribución de Trabajo del landing page:



### Análisis de Contribuciones por Desarrollador:

- **Distribución Equilibrada:** Participación activa de múltiples desarrolladores
- **Frecuencia de Commits:** Actividad consistente durante el período del sprint
- **Colaboración Efectiva:** Commits distribuidos a lo largo del tiempo de desarrollo

### Análisis de Patrones de Colaboración:

#### 1. Metodología de Trabajo:

- **Branching Strategy:** Uso efectivo de branches para desarrollo paralelo
- **Code Integration:** Integración controlada al branch main
- **Documentation Sync:** Sincronización entre código y documentación
- **Quality Control:** Revisiones de código antes de merge

#### 2. Herramientas de Comunicación Utilizadas:

- **Discord:** Comunicación diaria y resolución de dudas técnicas
- **GitHub:** Gestión de código, issues y pull requests
- **Trello:** Planificación y seguimiento de tareas del sprint
- **Google Meet:** Reuniones de planificación y retrospectivas

#### 3. Distribución Temporal de Trabajo:

- **Picos de Actividad:** Concentración de commits en períodos específicos
- **Colaboración Paralela:** Múltiples desarrolladores trabajando simultáneamente
- **Consistencia:** Actividad regular durante todo el sprint
- **Finalización Coordinada:** Sincronización para entrega final

### Insights Principales del Sprint 1:

#### Fortalezas Identificadas:

- **Colaboración Efectiva:** 5 desarrolladores trabajando de manera coordinada
- **Estabilidad del Código:** Branch main estable sin conflictos críticos
- **Documentación Paralela:** Desarrollo simultáneo de código y documentación
- **Distribución Equitativa:** Participación balanceada entre los miembros del equipo

#### Áreas de Mejora para Próximos Sprints:

- **Incrementar Pull Requests:** Mejorar el proceso de revisión de código
- **Automatización:** Implementar CI/CD para deployment automático
- **Testing:** Incorporar pruebas automatizadas en el workflow
- **Code Reviews:** Formalizar el proceso de revisión entre pares

## **Conclusión de Colaboración:**

El Sprint 1 ha demostrado que el equipo posee una sólida capacidad de colaboración técnica, con una distribución efectiva del trabajo y una comunicación fluida. Las métricas de GitHub reflejan un proceso de desarrollo organizado y profesional, estableciendo bases sólidas para los sprints futuros del proyecto GeoPS.

### **5.2.2. Sprint 2**

#### **5.2.2.1. Sprint Planning 2**

En esta sección, nos sumergiremos en los detalles del Sprint Planning 2 para el desarrollo de GeoPS.

Campo	Detalle
<b>Sprint #</b>	Sprint 2
<b>Sprint Planning Background</b>	Reunión de planificación para definir los objetivos, alcance y distribución de tareas del Sprint 2.
<b>Date</b>	2025-10-03
<b>Time</b>	16:00
<b>Location</b>	Server Open Source
<b>Prepared By</b>	Huarcaya Matias, Gilbert Alonso
<b>Attendees (to planning meeting)</b>	Huapaya Galindo, Dyron / Cotrina Siclla, Sofia Alessandra / Huarcaya Matias, Gilbert Alonso / Goñe Araccata, Esther Abigail / Salazar Caballero, Alvaro Fabrizzio
<b>Sprint 1 Goal</b>	Implementar la integración de la interfaz con los endpoints principales de GeoPS (ofertas, favoritos, cupones, carrito, pagos, suscripciones), habilitando la interacción real del usuario.
<b>Sprint Velocity</b>	20 Story Points
<b>Sum of Story Points</b>	23 Story Points

#### **5.2.2.2. Aspect Leaders and Collaborators**

En esta sección se incluye la elaboración del artefacto Leadership and Collaboration Matrix (LACX), el cual define quién es el líder y quiénes son los colaboradores para este Sprint 1 del proyecto GeoPS.

Team Member (Last Name, First Name)	GitHub Username	Geo-PS Frontend Leader (L) / Collaborator (C)
<b>Huarcaya Matias, Gilbert Alonso</b>	GilbertHuarcaya	L / C / L
<b>Huapaya Galindo, Dyron</b>	Mainema	C / C / C
<b>Cotrina Siclla, Sofia Alessandra</b>	IamAndreek	C / C / C
<b>Goñe Araccata, Esther Abigail</b>	abigoe02	C / L / C
<b>Salazar Caballero, Alvaro Fabrizzio</b>	IDymian	C / C / C

#### **5.2.2.3. Sprint Backlog 2.**

Elaboramos el sprint backlog 2 en trello, como se puede apreciar en la siguiente imagen:

Figura

Sprint 2 de Geops



**Figura:** Trello Product Backlog 2 del proyecto GeoPS.

Link del trello: <https://trello.com/b/CZ3eGcx8/product-backlog-geops>

### Sprint Backlog 2 – User Stories and Tasks

User Story	Work Item/Task	ID	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned To	Status
<b>US01</b>							
Registro de usuario en la plataforma	Maquetar formulario de registro	T1	Crear layout visual y campos requeridos del formulario de registro	2	Sofía Cotrina	Done	
	Validaciones y reactividad	T2	Añadir validaciones (email, password) y mostrar feedback en tiempo real	1	Álvaro Salazar	Done	
	Conectar con FakeApi	T3	Integrar endpoint de registro de usuario	1	Sofía Cotrina	Done	
	Pruebas de registro	T4	Validar registro en escenarios correctos e incorrectos	1	Sofía Cotrina	Done	
<b>US02</b>	Inicio de sesión de usuario						
	Componente de login	T1	Maquetar e implementar campos de usuario y contraseña	1	Sofía Cotrina	Done	
	Validaciones y feedback	T2	Añadir validación de datos y mostrar errores	1	Álvaro Salazar	Done	
	Autenticación con backend	T3	Conectar API de login y gestionar tokens	1	Álvaro Salazar	Done	
	Pruebas de flujo de login	T4	Testear login válido/incorrecto, mensajes de error	1	Sofía Cotrina	Done	
<b>US06</b>							
Búsqueda de ofertas por ubicación	Filtro de ubicación	T1	Implementar campo o uso de mapa para captar ubicación del usuario	1	Dyron Huapaya	Done	
	Consulta de ofertas cercanas	T1	Conectar con backend para traer ofertas filtradas por ubicación	1	Abigail Goñe	Done	

User Story	Work Item/Task	ID	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned To	Status
	Mostrar resultados de búsqueda	T2	Renderizar ofertas recibidas de forma clara y responsive	1	Abigail Goñe	Done	
	Pruebas de funcionalidad	T3	Validar búsquedas y resultados en distintos escenarios	1	Abigail Goñe	Done	
<b>US08</b> Visualización de detalles de oferta	Diseño de componente de detalles	T1	Crear layout para mostrar detalles (descripción, vigencia, tienda, etc.)	1	Abigail Goñe	Done	
	Integrar datos dinámicos	T2	Conectar oferta seleccionada a la vista de detalle	1	Abigail Goñe	Done	
	Agregar call-to-action	T3	Implementar botones de compartir/guardar/oferta	1	Abigail Goñe	Done	
	Pruebas de detalle de oferta	T4	Validar visualización correcta y enlaces funcionales	1	Álvaro Salazar	Done	
<b>US07</b> Búsqueda de ofertas por categoría	Menú/filtro por categoría	T1	Implementar dropdown/botones para filtrar por categoría	1	Abigail Goñe	Done	
	Consulta de backend	T2	Traer y renderizar ofertas de la categoría seleccionada	1	Abigail Goñe	Done	
	Mostrar resultados en UI	T3	Visualizar resultados ordenados y con paginación si aplica	1	Abigail Goñe	Done	
	Pruebas de filtro	T4	Testear diferentes búsquedas por categorías	1	Álvaro Salazar	Done	
<b>US10</b> Guardar ofertas	Botón guardar	T1	Agregar botón para guardar/quitar ofertas	1	Abigail Goñe	Done	
	Persistir favoritos	T2	Guardar ofertas seleccionadas en base de datos/localStorage	1	Abigail Goñe	Done	
	Visualizar ofertas guardadas	T3	Listar y acceder a las ofertas guardadas	1	Dyron Huapaya	Done	

User Story	Work Item/Task	ID	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned To	Status
	Pruebas de guardado	T4	Validar que el guardado persistente funcione correctamente	1	Dyron Huapaya	Done	
<b>US32</b>							
Suscripción a plan Premium (Cliente)	Formularios de suscripción	T1	Crear layouts para plan Premium y pago	1	Dyron Huapaya	Done	
	Métodos de pago	T2	Integrar métodos de pago (Stripe, PayPal, simulado)	1	Dyron Huapaya	Done	
	Confirmación y validación	T3	Mostrar confirmación de pago/suscripción exitosa o fallida	1	Dyron Huapaya	Done	
	Pruebas del flujo	T4	Verificar pagos y accesos habilitados tras suscripción	1	Dyron Huapaya	Done	
<b>US35</b>							
Gestión de suscripción	Interfaz de gestión	T1	Crear formulario/interfaz de cambiar, renovar, cancelar suscripción	1	Gilbert Huarcaya	Done	
	Funcionalidad FakeApi	T2	Integrar endpoints para alterar estado de suscripción	1	Gilbert Huarcaya	Done	
	Mensajes y validación	T3	Mostrar mensajes claros de éxito/error tras operación	1	Gilbert Huarcaya	Done	
	Pruebas de cambios	T4	Validar todos los caminos: renovar, cancelar, cambiar plan	1	Gilbert Huarcaya	Done	

#### 5.2.2.4. Development Evidence for Sprint Review.

##### 📋 Sprint Backlog 2 – Commits Overview

Registro de Commits del Sprint 2 (GeoPS Frontend)

Repository	Branch	Commit Message	Commit ID	Date
GilbertHuarcaya/OpenSourceDevUPC/geo-ps-frontend	feature/Subscriptions	feat(subscriptions): add subscription plans modal and welcome banner components, including styles and translations	cc61637b4f868b18577f090e2257af7f098987d74	10/10/25

feature/Subscriptions Merge remote-tracking branch 'origin/develop' into feature/Subscriptions

eaf263c8efa1c71a67ba07ed85006a4abd7533edc 10/10/25

feature/Subscriptions feat: update user subscription plans and enhance user management

59f3e8f5a9832387b79a9eacea8a2f6fb900ef90e 10/10/25

feature/cart feat(cart): implement cart

functionality with API integration; add, update, remove, and clear actions; enhance UI with cart sidebar and responsive design  
[4684fe9c2953e76c3fe14a0421e497fea140782a](#) 10/10/25 **feature/cart** feat(cart): integrate cart UI service and update cart functionality; add cart badge and open cart sidebar on item addition  
[e95061900fe56a280c56538ec6d2d9d45ca7960b](#) 10/10/25 **feature/cart** feat(cart): enhance payment flow management and reset logic on cart updates  
[0939e859ad588afa53551e933f2511b7f7d6b2c7](#) 10/10/25 **feature/payment** feat(payment): implement checkout form and payment confirmation  
**components**  
[547361e6ec5b91573add23b9bc3704a2495afa0f](#) 10/10/25 **feature/Subscriptions** Merge remote-tracking branch 'origin/develop' into feature/Subscriptions  
[ada3fea3c9c787ef06f49be3600a3022dc38600d](#) 10/10/25 **various** feat: remove outdated mockup images and update user-related functionalities in various components  
**components**  
[Fcc065d9dcad53675636c83943ee869615adc8b2](#) 10/10/25 **MaineMa/OpenSourceDevUPC/geo-ps-frontend** **feature/home** feat: implement home HTML  
**page**  
[dadd5f35b7b7abb2e5a15aca54ac3e5152e3b260](#) 10/10/25 **feature/home** Merge remote-tracking branch 'origin/develop' into feature/home  
[c7a706120b60b3b228512eb462ee3c7cb5c156b8](#) 10/10/25 **feature/home** feat: implement home HTML page  
[e209dc9445571d7f19a2f61a7670e019b72ca9](#) 10/10/25 **abigoe02/OpenSourceDevUPC/geo-ps-frontend** **feature/cards** feat(cards): integrate ver-oferta component with updated endpoints and UI components  
[a2099f5f39380e3366be916949027130cea511b](#) 10/10/25 **feature/cards** feat(cards): update favoritos, ofertas and ver-oferta components; refresh i18n (en/es)  
[708e0ada05539cdcaec02fa7f730d819414364be](#) 10/10/25 **feature/cards** feat(cards): update favoritos.component.html and home components  
[fb87d6b4a087b217526808fd31564d6962a51dd2](#) 10/10/25 **IDymian/OpenSourceDevUPC/geo-ps-frontend** **feature/toolbar-help** feat(help-center): add Help Center component and navigation  
[9d5112df3eb415a7dbba20e270bf28fc63ba2feb2](#) 10/10/25 **feature/toolbar-help** feat: integrate changes from develop into feature/toolbar-help  
[7ad7d9e6853e5c3d577ace27344e0a66ab255fe1](#) 10/10/25 **feature/toolbar-help** docs(help): add JSDoc documentation to all help module files  
[f10b55c48b4d4477421c72e890318d661d9fa070](#) 10/10/25 **feature/categories** feat(categories): display category text correctly on button  
[9e11520e8c97149d6952100fba95528b01dc8bc](#) 10/10/25 **feature/categories** Merge branch 'develop' into feature/categories  
[4a0a03dc1ae4fee68732d6af6b6824d7387229f9](#) 10/10/25 **feature/categories** feat(categories): add i18n support to categories navbar  
[f5a5559844e001a4984f80c9a98af259567b8dc](#) 10/10/25 **IamAndreek/OpenSourceDevUPC/geo-ps-frontend** **feature/Identity-Access** feat(identity-access): restructure project and update auth, login, favorites, and offers  
**modules**  
[67cbfab3a2ce5ce87292a24a3ca82b2d1abc60731](#) 10/10/25 **feature/Identity-Access** feat(identity-access): update auth, login, profile, and settings; add i18n  
[104540d6f051d511144c9e0890f36d151f3b80f5](#) 10/10/25 **feature/Identity-Access** feat(identity-access): update i18n  
[1ef88b6ac2521588851260a48d3a843523a305dd](#) 10/10/25 **feature/Identity-Access** feat(identity-access): reorganize project structure  
[b27124daa860e3d572c09d1d91dba6a63a337c15f](#) 10/10/25 **feature/Identity-Access** feat(identity-access): add JSON documentation  
[abd6f9b192a93501f1cefeb6e8270db8ebdacbe50](#) 10/10/25 **feature/Identity-Access** feat(identity-access): fixed update password  
[26a65fc16d2af8ca0b3765c94d77100d38c49c00](#) 10/10/25

### 5.2.2.5. Execution Evidence for Sprint Review

Durante este sprint, se desarrolló exclusivamente el **frontend de GeoPS**, estableciendo los componentes y flujos principales para la **navegación y la gestión de la experiencia del usuario**.

#### Módulos Implementados

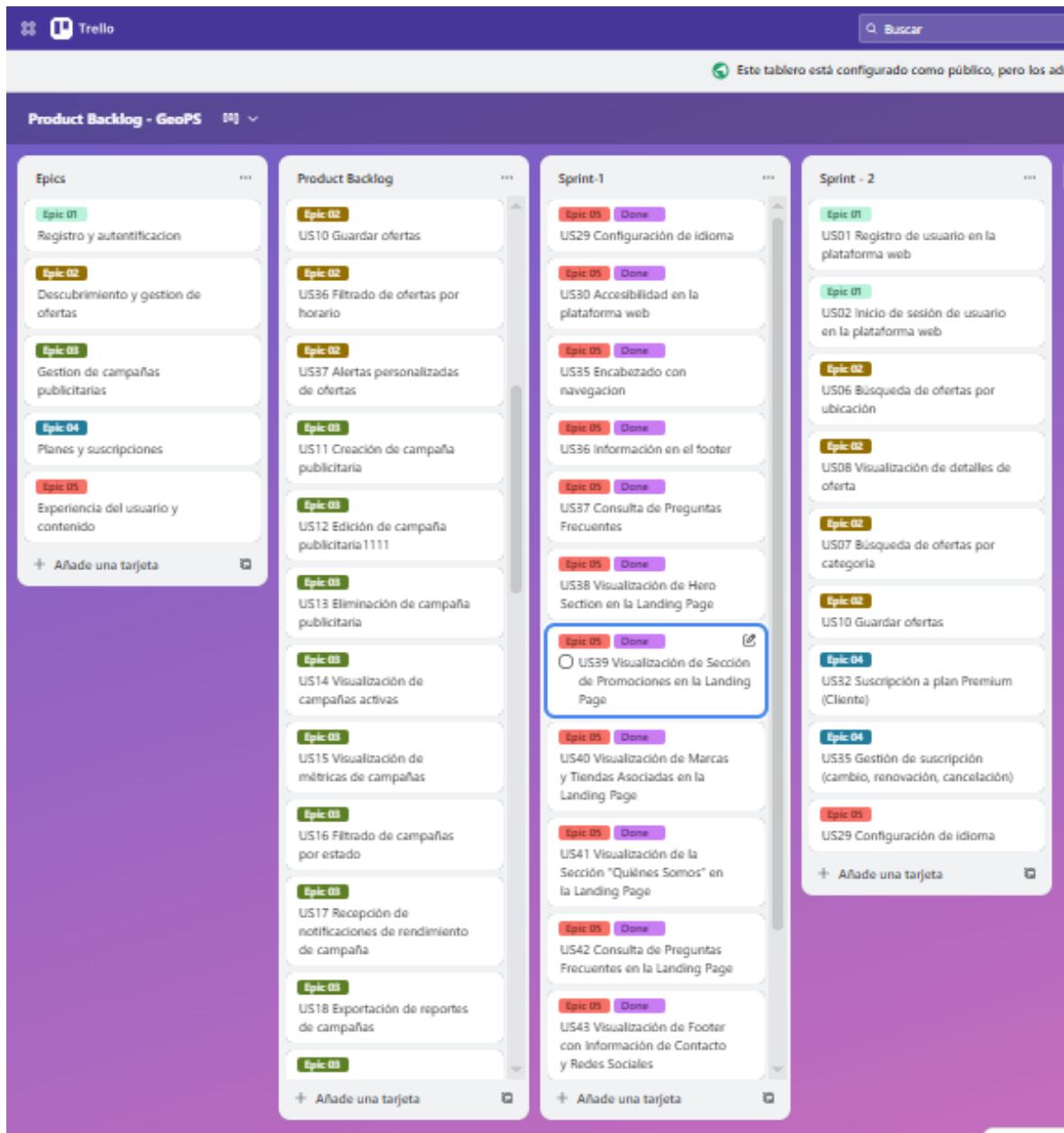
- **Home:** Pantalla de bienvenida con acceso directo a las secciones principales, diseño responsivo y preparación para futuras integraciones.
- **Offers:** Visualización de ofertas relevantes, con filtrado y presentación dinámica de tarjetas.

- **Favourites:** Funcionalidad para marcar y consultar elementos favoritos, almacenando las selecciones localmente.
- **Suscripciones y pagos:** Flujo de suscripción y simulación de pagos, con formularios y estados claros de confirmación o error.
- **Personalización de usuario:** Interfaz para editar datos básicos, preferencias y visualización de avatar, asegurando reactividad.

Este avance representa el **primer paso visual y funcional de GeoPS**, estableciendo la base para incorporar **autenticación, lógica de backend y gestión avanzada de datos** en los siguientes sprints.

## Evidencias Visuales

**Figura:** Capturas del desarrollo del Frontend en Sprint 2  
(Trello, interfaz de usuario y componentes implementados)



**Figura:** Trello Product Backlog 2 del proyecto GeoPS.

## Demostración en Video y URL de la Web

- **Video:**
  - **Sitio web:**
- 

Este sprint consolida la experiencia inicial del usuario final, asegurando una base sólida para la integración futura del backend, autenticación y servicios en tiempo real.

#### 5.2.2.6. Services Documentation Evidence for Sprint Review

A continuación, se presentan los **endpoints desarrollados e implementados durante el Sprint 2** de GeoPS, los cuales establecen la comunicación entre el frontend y los servicios simulados del sistema.

Endpoint	Path	Descripción
<b>Users Endpoint</b>	/users	Registro, login y perfil del usuario autenticado.
<b>Offers Endpoint</b>	/offers	Listado de ofertas por ubicación, categoría y filtros de búsqueda.
<b>Favorites Endpoint</b>	/favorites	Marcar y consultar las ofertas favoritas del usuario.
<b>Coupons Endpoint</b>	/coupons	Mostrar el código y título de la oferta comprada; sincronización de cupones de compra.
<b>Reviews Endpoint</b>	/reviews	Opiniones y comentarios que publica el usuario sobre ofertas o partners.
<b>Subscriptions Endpoint</b>	/subscriptions	Gestión de suscripción: cancelar o bajar de plan.
<b>Cart Endpoint</b>	/cart	Agregar o quitar ítems del carrito.
<b>Payments Endpoint</b>	/payments	Confirmación de pago y consulta de estado.

#### Nota técnica:

Estos endpoints fueron utilizados para la simulación del flujo de datos dentro del entorno **frontend-only** durante el Sprint 2, permitiendo validar la navegación y consistencia visual sin conexión real al backend.

---

#### Próximos pasos:

En sprints posteriores, estos endpoints serán vinculados al **API real** de GeoPS con persistencia de datos, autenticación JWT y gestión de estados compartidos (NgRx).

#### ###5.2.2.7. Software Deployment Evidence for Sprint Review.

- Enlace del proyecto deploy: <https://geops-frontend.vercel.app/login>
- Enlace del json server: <https://json-server-1-p24l.onrender.com/>

#### 5.2.2.7. Software Deployment Evidence for Sprint Review

En este apartado se documenta el proceso de despliegue de la base de datos JSON (json-server) en Render y el despliegue de la aplicación frontend desarrollada en Angular. Ambos despliegues se realizaron para disponer de una API de prueba pública y una versión accesible del frontend durante las revisiones del sprint.

##### 1) Despliegue de json-server en Render (API de pruebas)

## Preparación:

- Añadir el archivo db.json en el repositorio (contiene los datos de prueba).
- Crear un package.json mínimo con el script de arranque:

```
{  
  "scripts": {  
    "start": "json-server --watch db.json --port $PORT --host 0.0.0.0"  
  }  
}
```

## Proceso en Render:

- Crear un nuevo servicio tipo "Web Service" en <https://render.com>.
- Conectar el repositorio que contiene db.json.
- Configurar el build/start command: `npm install && npm start`.
- Render asigna una URL pública que servirá como endpoint REST para pruebas.

## Configuración del Servicio JSON Server:

New Web Service

It looks like you're using **Node**, so we've autofilled some fields accordingly.

Source Code	OpenSourceDevUPC / json-server · 5m ago	Edit
Name	json-server-1	
Project	Select a project...	Select an environment...
Language	Node	
Branch	main	
Region	Oregon (US West)	1 existing service Deploy in a new region +
Root Directory	e.g. src	
Build Command	\$ npm install	
Start Command	\$ node index.js	
Instance Type	For hobby projects	

## Estado del Servicio en Render:

The screenshot shows the Render service dashboard for a service named "json-server-1". The left sidebar contains navigation links for Dashboard, Events (which is selected and highlighted in purple), Settings, MONITOR, Logs, Metrics, MANAGE, Environment, Shell, Scaling, Previews, Disks, and Jobs. The main panel displays the service details: "WEB SERVICE json-server-1" (Node, Free), "Upgrade your instance →", "Service ID: srv-d3krb7ur433s738dtk5g", "OpenSourceDevUPC / json-server main", and the URL "https://json-server-1-p24l.onrender.com". A purple banner at the top right says "Your free instance will spin down with inactivity, which can delay requests by 50 seconds or more." with a "Upgrade now" button. Below this, a log entry from "October 10, 2025 at 8:40 PM" shows "Building" and the commit "71fdd84 chore: initialize package.json for RESTful API with JSON Server", with a "Cancel deploy" button. At the bottom, there's a log viewer with tabs for "All logs" and "Search", and options for "Live tail", "GMT-5", and "...". The message "Awaiting build logs..." is displayed, along with a note that new log entries will appear here and a link to "Learn more about logs".

## Logs de Deployment del JSON Server:

The screenshot shows the Render platform interface for a service named "json-server-1". The left sidebar contains navigation links like Dashboard, json-server-1, Events (which is selected), Settings, MONITOR, Logs, Metrics, MANAGE, Environment, Shell, Scaling, Previews, Disks, and Jobs. The main area displays the service details: "WEB SERVICE json-server-1 Node Free Upgrade your instance". It shows the Service ID: "srv-d3krb7ur433s738dtk5g", status "Live", and URL "https://json-server-1-p241.onrender.com". A message at the top says, "Your free instance will spin down with inactivity, which can delay requests by 50 seconds or more." with a "Upgrade now" button. Below this is a log viewer with a "Live tail" button and a search bar. The log output shows the build process starting from checking out a commit to deploying the service live.

```
Oct 10 08:41:01 PM  => Checking out commit 71fdd8458a0285e5ae0748272db7f55fc19bb496 in branch main
Oct 10 08:41:03 PM  => Using Node.js version 22.10.0 (default)
Oct 10 08:41:03 PM  => Docs on specifying a Node.js version: https://render.com/docs/node-version
Oct 10 08:41:05 PM  => Running build command 'npm install'...
Oct 10 08:41:08 PM 
Oct 10 08:41:08 PM  added 109 packages, and audited 110 packages in 2s
Oct 10 08:41:08 PM 
Oct 10 08:41:08 PM  10 packages are looking for funding
Oct 10 08:41:08 PM  run 'npm fund' for details
Oct 10 08:41:08 PM 
Oct 10 08:41:08 PM  10 vulnerabilities (6 low, 1 moderate, 3 high)
Oct 10 08:41:08 PM 
Oct 10 08:41:08 PM  To address all issues, run:
Oct 10 08:41:08 PM  npm audit fix
Oct 10 08:41:08 PM 
Oct 10 08:41:08 PM  Run 'npm audit' for details.
Oct 10 08:41:13 PM  => Uploading build...
Oct 10 08:41:18 PM  => Uploaded in 3.8s. Compression took 1.0s
Oct 10 08:41:18 PM  => Build successful
Oct 10 08:42:03 PM  => Deploying...
Oct 10 08:42:14 PM  => Running 'node index.js'
Oct 10 08:42:24 PM  => Your service is live
Oct 10 08:42:24 PM 
Oct 10 08:42:24 PM 
Oct 10 08:42:24 PM  => Available at your primary URL https://json-server-1-p241.onrender.com
Oct 10 08:42:24 PM 
Oct 10 08:42:24 PM 
```

**Custom Domains**

You can point custom domains you own to this service. See [DNS configuration instructions](#).

`geops-frontend.vercel.app`

**Render Subdomain**  Enabled  
If enabled, your service remains reachable at its [onrender.com](#) subdomain in addition to all custom domains. Disable to serve exclusively from custom domains.

Your service is reachable at <https://json-server-1-p24l.onrender.com>.

**PR Previews**

**Pull Request Previews**  
Spin up temporary instances to test pull requests opened against the main branch of [OpenSourceDevUPC/json-server](#). Choose Automatic to...

## Consideraciones:

- Usar la variable de entorno PORT que Render proporciona.
- Habilitar CORS si es necesario (json-server ya permite uso simple).
- Mantener db.json actualizado vía commits y deployments automáticos por push.

## 2) Despliegue del frontend Angular en Vercel

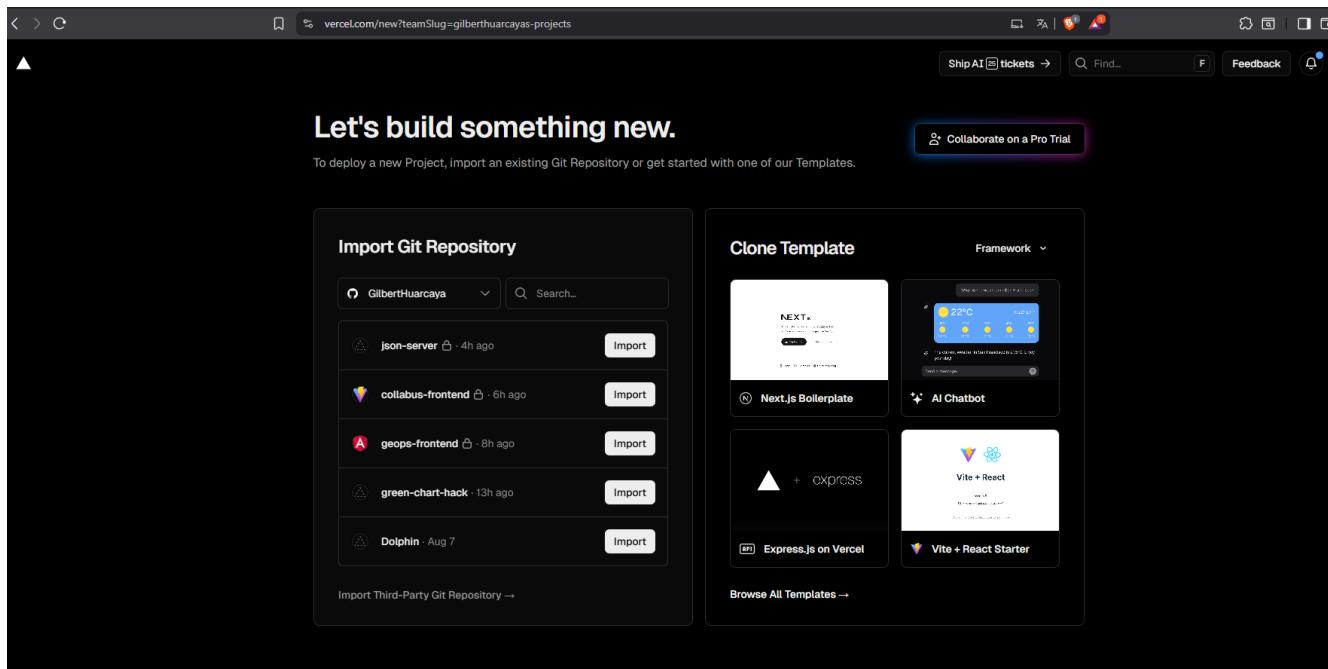
### Preparación del proyecto Angular:

- Asegurarse que el proyecto contiene los scripts en package.json:

```
{
  "scripts": {
    "build": "ng build --configuration production"
  }
}
```

- Configurar en environment.ts la variable apiUrl apuntando al endpoint json-server desplegado.

### Configuración del Frontend en Vercel:



### Proceso de Deployment en Vercel:

- Conectar el repositorio del frontend a Vercel mediante GitHub integration
- Vercel detecta automáticamente que es un proyecto Angular
- Build command configurado automáticamente: `ng build`
- Output directory: `dist/<nombre-proyecto-angular>`

### Build Process del Frontend:

## New Project

Importing from GitHub  
GilbertHuarcaya/geops-frontend ⚡ main

Choose where you want to create the project and give it a name.

Vercel Team      Project Name

gilberthuarcaya's project... Hobby      geops-frontend

Framework Preset

Angular

Root Directory

./ Edit

> Build and Output Settings

> Environment Variables

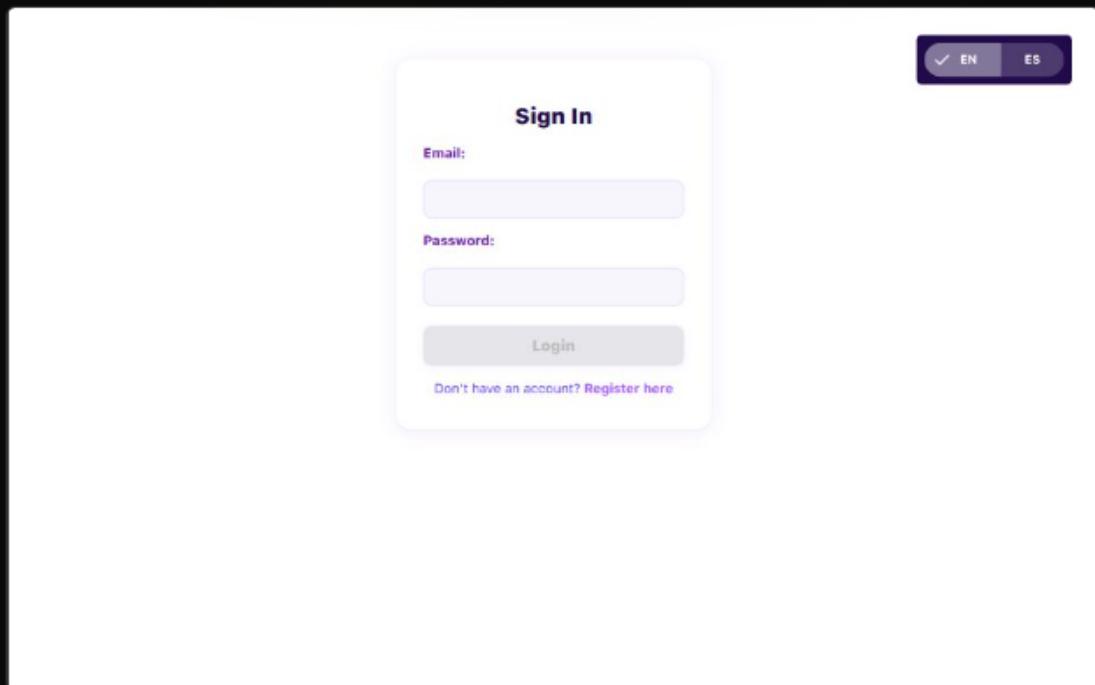
Deploy

## Deployment

Estado del Deployment Frontend:

# Congratulations!

You just deployed a new project to  gilberthuarcaya's projects.



## Next Steps



### Instant Previews

Push a new branch to preview changes instantly



### Add Domain

Add a custom domain to your project



### Enable Speed Insights

Track how users experience your site over time



[Continue to Dashboard](#)

## Configuración de Variables de Entorno:

- Establecer variable de entorno en Vercel con la URL del API: `API_URL=https://mi-json-server.onrender.com`
- Habilitar HTTPS automático (Vercel lo gestiona por defecto)

## Aplicación Frontend Desplegada:

The screenshot shows the Vercel deployment details for a project named 'geops-frontend'. Key information includes:

- Deployment Settings:** Shows a preview of the application's sign-in screen.
- Build Logs:** 14 log entries, 28s duration, status OK.
- Deployment Summary:** Status Ready, latest deployment 59s ago.
- Deployment Checks:** All green.
- Assigning Custom Domains:** Status OK.
- Runtime Logs:** View and debug runtime logs & errors.
- Observability:** Monitor app health & performance.
- Speed Insights:** Not Enabled.
- Web Analytics:** Not Enabled.

### Ventajas del Deployment con Vercel:

- **Deployment Automático:** Cada push al repositorio dispara un nuevo deployment
- **Preview Deployments:** Cada pull request genera una preview URL
- **Global CDN:** Distribución mundial para mejor rendimiento
- **Rollback Instantáneo:** Capacidad de revertir a versiones anteriores
- **Analytics Integrados:** Métricas de rendimiento incluidas
- **Custom Domains:** Soporte completo para dominios personalizados

### Verificación:

- Acceder a la URL asignada por Vercel y validar que la aplicación carga correctamente
- Verificar que el frontend consume exitosamente la API json-server desplegada en Render
- Comprobar funcionalidad completa en diferentes dispositivos y navegadores

### 3) Notas finales sobre integración y pruebas

#### URLs de los Servicios Desplegados:

- **JSON Server API:** <https://json-server-1-p24l.onrender.com>
- **Frontend Angular:** <https://geops-frontend.vercel.app/login>

#### 5.2.2.8. Team Collaboration Insights during Sprint

Durante el **Sprint 2**, el equipo mantuvo una colaboración constante y organizada a través del repositorio de **GitHub**, consolidando las prácticas de control de versiones implementadas desde el primer sprint.

Se evidenció una mejora notable en la **frecuencia de commits**, el **uso de ramas específicas por funcionalidad** y la aplicación de **mensajes convencionales (Conventional Commits)**, lo que permitió garantizar la **trazabilidad y consistencia** de los cambios realizados.

#### Métricas Detalladas del Repositorio de Desarrollo ([geops-frontend](#))

Métrica	Valor / Descripción
<b>Total de commits</b>	32 commits en todas las ramas
<b>Commits en branch   develop</b>	29 commits
<b>Número de autores</b>	5 desarrolladores activos
<b>Archivos modificados</b>	143 archivos cambiados en <b>develop</b>
<b>Líneas agregadas</b>	13,538 líneas nuevas
<b>Líneas eliminadas</b>	136 líneas eliminadas
<b>Pull Requests fusionados</b>	7 pull requests integrados exitosamente
<b>Pull Requests activos</b>	7 pull requests en progreso al cierre del sprint
<b>Issues activos</b>	0 issues abiertos
<b>Principales contribuidores</b>	Todos los miembros del equipo participaron en commits y revisiones
<b>Ramas destacadas</b>	<b>feature/identity-access, feature/cards, feature/home,</b> <b>feature/subscriptions, feature/toolbar-help</b>

### Observaciones de Colaboración

- El equipo mantuvo una comunicación fluida a través de **GitHub Projects** y **Pull Requests**, garantizando revisiones continuas de código.
- Se establecieron convenciones claras para el **uso de ramas**, basadas en la nomenclatura **feature/**, **fix/** y **docs/**.
- Cada commit fue registrado utilizando la **convención de Conventional Commits**, facilitando el análisis automatizado del historial.
- La integración de código en el branch principal **develop** se realizó mediante **pull requests revisados en conjunto**, fomentando buenas prácticas de revisión por pares.
- Se consolidó una base sólida para la **automatización de despliegues futuros (CI/CD)** en próximas iteraciones.

*En este sprint, el equipo demostró madurez técnica y coordinación efectiva en el uso de herramientas de control de versiones, sentando las bases para una colaboración aún más eficiente en las siguientes fases del desarrollo.*

Branches							<a href="#">New branch</a>
Overview	Yours	Active	Stale	All			
<input type="text"/> Search branches...							
Branch		Updated	Check status	Behind	Ahead	Pull request	
feature/.dot-env	<a href="#">View</a>	7 minutes ago	✓ 2/2	2   0	<a href="#">+ #12</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/production-env	<a href="#">View</a>	12 minutes ago	✓ 2/2	3   0	<a href="#">+ #11</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/coupons	<a href="#">View</a>	51 minutes ago		5   0	<a href="#">+ #10</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/categories	<a href="#">View</a>	54 minutes ago		13   0	<a href="#">+ #9</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/Identity-Access	<a href="#">View</a>	2 hours ago		17   0	<a href="#">+ #8</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/cards	<a href="#">View</a>	3 hours ago		24   0	<a href="#">+ #7</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/toolbar-help	<a href="#">View</a>	4 hours ago		28   0	<a href="#">+ #6</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/home	<a href="#">View</a>	5 hours ago		32   0	<a href="#">+ #5</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/Subscriptions	<a href="#">View</a>	15 hours ago		36   0	<a href="#">+ #4</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/base-configuration	<a href="#">View</a>	last week		61   0	<a href="#">+ #1</a>	<a href="#">Pull</a>	...
main	<a href="#">View</a> <a href="#">Merge</a>	last month		66   0		<a href="#">Pull</a>	...

**Figura 1:** Actividad y colaboración del equipo durante el Sprint 2 (Parte 1).

Branches							<a href="#">New branch</a>
Overview	Yours	Active	Stale	All			
<input type="text"/> Search branches...							
Default							
Branch		Updated	Check status	Behind	Ahead	Pull request	
develop	<a href="#">View</a> <a href="#">Merge</a>	7 minutes ago	✓ 1/1	Default		<a href="#">Pull</a>	...
Your branches							
Branch		Updated	Check status	Behind	Ahead	Pull request	
feature/Identity-Access	<a href="#">View</a>	2 hours ago		17   0	<a href="#">+ #8</a>	<a href="#">Pull</a>	...
Active branches							
Branch		Updated	Check status	Behind	Ahead	Pull request	
feature/.dot-env	<a href="#">View</a>	7 minutes ago	✓ 2/2	2   0	<a href="#">+ #12</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/production-env	<a href="#">View</a>	13 minutes ago	✓ 2/2	3   0	<a href="#">+ #11</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/coupons	<a href="#">View</a>	51 minutes ago		5   0	<a href="#">+ #10</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/categories	<a href="#">View</a>	54 minutes ago		13   0	<a href="#">+ #9</a>	<a href="#">Pull</a>	...
feature/Identity-Access	<a href="#">View</a>	2 hours ago		17   0	<a href="#">+ #8</a>	<a href="#">Pull</a>	...

**Figura 2:** Contribuciones y flujo de commits en ramas del Sprint 2 (Parte 2).

## Análisis de Contribuciones por Desarrollador

### Distribución Equilibrada:

Se observó una participación activa y constante de los desarrolladores en las distintas ramas del proyecto, con commits distribuidos equitativamente entre las funcionalidades desarrolladas.

### Frecuencia de Commits:

La actividad fue continua a lo largo del sprint, reflejando avances progresivos en el desarrollo del frontend, integración de endpoints y componentes dinámicos.

### Colaboración Efectiva:

Los cambios fueron integrados mediante *pull requests* revisados en equipo, fortaleciendo la comunicación, la calidad

del código y la trazabilidad del proyecto.

---

## Análisis de Patrones de Colaboración

### 1. Metodología de Trabajo

- **Branching Strategy:** Uso eficiente de ramas *feature/* para el desarrollo paralelo de módulos independientes.
- **Code Integration:** Integración controlada hacia la rama *develop*, que actúa como entorno de consolidación.
- **Documentation Sync:** Sincronización constante entre código y reportes del sprint, asegurando trazabilidad documental.
- **Quality Control:** Revisión de código previa a cada *merge* para garantizar la estabilidad y coherencia del sistema.

### 2. Herramientas de Comunicación Utilizadas

- **Discord:** Comunicación diaria y coordinación técnica del equipo.
- **GitHub:** Gestión de ramas, *issues*, *commits* y *pull requests*.
- **Trello:** Seguimiento de tareas y control del avance de cada módulo del sprint.
- **Google Meet:** Reuniones de planificación, revisión de sprint y retrospectiva de resultados.

### 3. Distribución Temporal de Trabajo

- **Picos de Actividad:** Mayor número de commits durante la segunda mitad del sprint, coincidiendo con la integración de endpoints.
  - **Colaboración Paralela:** Trabajo simultáneo en varias ramas activas (*cards*, *coupons*, *home*, *toolbar-help*).
  - **Consistencia:** Actividad sostenida en *develop* con commits diarios.
  - **Finalización Coordinada:** Consolidación y *merge* general antes del cierre del sprint, asegurando estabilidad funcional.
- 

## Insights Principales del Sprint 2

### Fortalezas Identificadas

- Integración exitosa del frontend con los endpoints principales del sistema.
- Flujo de trabajo colaborativo mediante *pull requests* y revisión de código entre pares.
- Organización sólida del repositorio con ramas activas bien delimitadas.
- Madurez técnica y comunicación efectiva entre los integrantes del equipo.

### Áreas de Mejora para Próximos Sprints

- Consolidar **pruebas automatizadas** para validar los endpoints y flujos principales.
  - Optimizar la **gestión de merges y revisiones de código** para reducir tiempos de integración.
  - Incrementar la **documentación técnica y de arquitectura** de cada módulo desarrollado.
- 

## Conclusión de Colaboración

El **Sprint 2** evidenció una evolución clara en la coordinación del equipo y en la integración técnica del sistema **GeoPS**.

El uso disciplinado de ramas, la constancia en los commits y la comunicación efectiva reflejan un **equipo**

**consolidado y comprometido**, preparado para avanzar hacia las etapas de refinamiento, pruebas automatizadas y despliegue del producto.

## Conclusiones

El desarrollo del Sprint 1 del proyecto GeoPS ha representado un hito fundamental en la materialización de nuestra visión de conectar PyMEs con consumidores a través de una plataforma digital innovadora. A lo largo de este primer sprint, nuestro equipo de cinco integrantes ha demostrado una capacidad excepcional de colaboración, complementando habilidades técnicas diversas para crear una landing page funcional y atractiva que sirve como carta de presentación de nuestra propuesta de valor.

La implementación exitosa de la landing page, desplegada en GitHub Pages, evidencia no solo nuestras competencias técnicas en HTML5, CSS3 y TypeScript, sino también nuestra capacidad para gestionar proyectos de manera eficiente utilizando metodologías ágiles y herramientas colaborativas como GitHub, Trello y Discord. La distribución equitativa de responsabilidades entre los miembros del equipo, desde la planificación estratégica hasta la implementación técnica y el diseño de experiencia de usuario, ha permitido alcanzar los objetivos establecidos dentro de los plazos programados.

El enfoque en una landing page informativa, centrada en comunicar claramente los beneficios de GeoPS para ambos segmentos de usuarios (consumidores y PyMEs), ha sentado las bases sólidas para los siguientes sprints donde se desarrollará la funcionalidad completa de la plataforma. La decisión de priorizar la experiencia de usuario y la comunicación efectiva sobre la funcionalidad técnica avanzada en esta primera iteración ha demostrado ser acertada, permitiendo validar conceptos fundamentales antes de invertir en desarrollos más complejos.

Los resultados obtenidos refuerzan nuestra confianza en el potencial de GeoPS para revolucionar la forma en que las pequeñas y medianas empresas se conectan con sus clientes locales, aprovechando las tendencias actuales de digitalización y geolocalización. El Sprint 1 ha establecido un precedente sólido para la continuidad del proyecto, demostrando que nuestro equipo posee las habilidades, la dedicación y la visión necesarias para llevar GeoPS desde el concepto hasta una solución tecnológica impactante en el mercado peruano.

## Bibliografía

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2020). *La digitalización de las pymes en América Latina y el Caribe*. BID. <https://publications.iadb.org>

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Peru*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-peru>

Loza, J. (2024, marzo 15). Peruanos pasan más de cinco horas diarias conectados a internet. *La República*. <https://larepublica.pe>

Nielsen. (2021). *Trust in Advertising 2021: Global Report*. Nielsen. <https://www.nielsen.com>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). *SME Policy Index: Latin America and the Caribbean 2019*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/25203303>

Think with Google. (2019). *How mobile search connects consumers to stores*. Google Insights. <https://www.thinkwithgoogle.com>

World Bank. (2019). *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1328-3>

## Anexos

- Enlace del proyecto deploy: <https://geops-frontend.vercel.app/login>

- Enlace del json server: <https://json-server-1-p24l.onrender.com/>
- Enlace del figma de GeoPs: <https://www.figma.com/design/mHHx8WStPBr63tLYj42pBX/GeoPs?t=GXTYAnTYkIFHdSN8-0>
- Video Web Applications Prototyping: [https://upcedupe-my.sharepoint.com/\\_/g/personal/u202318049\\_upc\\_edu\\_pe/EfpJo35cywBHo2-BEP8S\\_sEBMuPuIKJ2VCSzvJL7gHK41w?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=j3nWJH](https://upcedupe-my.sharepoint.com/_/g/personal/u202318049_upc_edu_pe/EfpJo35cywBHo2-BEP8S_sEBMuPuIKJ2VCSzvJL7gHK41w?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=j3nWJH) 🤝
- Video About the team: [https://upcedupe-my.sharepoint.com/\\_/g/personal/u202318049\\_upc\\_edu\\_pe/EXBG2R5h\\_I5GkkRMxOrjyasBLn3ql\\_8zCTRmDfsTzMsh8g?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=8wm84J](https://upcedupe-my.sharepoint.com/_/g/personal/u202318049_upc_edu_pe/EXBG2R5h_I5GkkRMxOrjyasBLn3ql_8zCTRmDfsTzMsh8g?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=8wm84J) 🤝
- Video Exposición: [https://upcedupe-my.sharepoint.com/\\_/g/personal/u202318049\\_upc\\_edu\\_pe/ERgA61ycmStlnmwxbUbMi8YBmcogeigzUW\\_kb0pwMezHyA?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=ueo7hW](https://upcedupe-my.sharepoint.com/_/g/personal/u202318049_upc_edu_pe/ERgA61ycmStlnmwxbUbMi8YBmcogeigzUW_kb0pwMezHyA?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=ueo7hW) 🤝
- Link de presentacion FrontEnd [https://upcedupe-my.sharepoint.com/\\_/g/personal/u202322855\\_upc\\_edu\\_pe/EWv8Ir2d59hBhJEHql3s5lwBf2ReMIFw1sbijrvktZKYqQ?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=Q5oO9D](https://upcedupe-my.sharepoint.com/_/g/personal/u202322855_upc_edu_pe/EWv8Ir2d59hBhJEHql3s5lwBf2ReMIFw1sbijrvktZKYqQ?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOijPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYilsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOijNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=Q5oO9D) 🤝