# Propuesta preliminar de Proyecto Final

## Curso: 5K4

## Integrantes:

* Bengualid Mateo Nicolás Leg: 52.253
* Ferreyra Alexis Adriel Leg: 40.982

## Año 2008

# Tabla de Contenido

[La Organización 3](#_Toc193600980)

[Descripción del Escenario bajo estudio y sus actividades 3](#_Toc193600981)

[Diagnostico 4](#_Toc193600982)

[Propuesta 5](#_Toc193600983)

[Introducción 5](#_Toc193600984)

[Objetivo 6](#_Toc193600985)

[Limites 6](#_Toc193600986)

[Alcances 6](#_Toc193600987)

# La Organización

El sistema propuesto es aplicable a diversos tipos de organización siempre y cuando posean las siguientes características:

* Posea una cantidad de clientes masiva
* Posea infraestructura edilicia amplia para los clientes como ser halls, patios, salas de espera, áreas peatonales, etc.
* Que ofrezca una diversidad de servicios a los clientes incluyendo servicios tercerizados dentro de las instalaciones.

Ejemplos de organizaciones que cumplen con estos requisitos:

* Centros de compras
* Hospitales
* Aeropuertos
* Terminales de transporte terrestres (colectivos/trenes)
* Campus Universitarios
* Escuelas

Como base de nuestro proyecto utilizaremos un Centro de Compras para completar las primeras iteraciones funcionales del sistema, generalizando luego el desarrollo al resto de los escenarios.

## Descripción del Escenario bajo estudio y sus actividades

Un Centro de Compras concentra en una sola ubicación física a distintos locales comerciales los cuales ofrecen diversidad de productos y servicios; hablamos de tiendas, cines, restaurantes, bancos, gimnasios, etcétera.

Cada uno de los locales comerciales efectúa sus actividades en forma totalmente independiente de los otros que pudieran existir en el Centro de Compras (mercadeo, comercialización, personal, inventarios, finanzas, etc.), inclusive compitiendo si los productos o servicios que ofrecen fueran equivalentes a los de otros locales.

El Centro de Compras provee a los distintos locales servicios generales de infraestructura (electricidad, agua, limpieza, reparaciones, seguridad, conexión de red, estacionamiento y otros) y comerciales (publicidad institucional, asesoramiento legal, armado de marquesinas, etc.).

Además el Centro de Compras provee servicios al público general asistente (consumidores), con el objetivo de hacer su visita una experiencia lo más placentera y confortable posible (espacios bien iluminados y limpios, música ambiente agradable, seguridad en espacios públicos, baños adecuados, asistencia médica de emergencia, etc.); esto constituye en realidad un servicio a sus clientes, los locales comerciales, ya que atraen a más público a sus vidrieras.

## Diagnostico

Si bien un centro de compras posee asistencia masiva de consumidores en la actualidad no se posee un medio para conocer el perfil de compras detallado de cada cliente.

Como organización conjunta el centro de compras no dispone de un mecanismo para informar al consumidor particular sobre productos o servicios de forma directa y personalizada que puedan ser de interés del consumidor que no sea a través de la utilización de medios de comunicación masivos como ser televisión, radio, panfletos, etc. los cuales por sus característica no pueden ser dirigidos con exactitud a los consumidores que se encontrarían interesados en los productos publicitados.

El desarrollo del sistema propuesto implicaría la explotación de oportunidades de negocios no aprovechada por la organización bajo estudio y la mejora del conocimiento individual de los hábitos de consumo de los clientes.

# Propuesta

## Introducción

Se propone el desarrollo de una aplicación que brinde servicios digitales al público asistente al Centro de Compras a través de dispositivos móviles, los que podrán ser propios de los consumidores (teléfonos celulares, asistentes personales, computadores portátiles, etc.) o provistos eventualmente por el Centro de Compras a modo de préstamo o alquiler en el ingreso al mismo.

Nos referimos con servicios digitales ofrecidos a una amplia variedad de intercambio de información como ser servicios de publicidad general, guías de entretenimientos, la posibilidad de realizar reservas para funciones de cines/teatros y otros espectáculos, consultar catálogos de librerías/almacenes/etc., horarios de aperturas y cierre, etc.

El sistema propuesto se compone de tres módulos principales: servidor, local y móvil.

**Módulo móvil:** se aloja en los dispositivos móviles que portan los consumidores y permite la consulta de informaciones y el uso de servicios publicados tanto por los locales comerciales como por el Centro de Compras. Además permitirá la gestión del perfil del usuario el cual podrá establecer sus preferencias específicas.

**Módulo local:** se aloja en la computadora de cada local comercial y le permite al mismo publicar y gestionar en el servidor central, sus ofertas, mensajes, servicios y todo aquello que quiera poner disponible para los módulos móviles.

**Módulo servidor:** se aloja en un computador central del Centro de Compras, mantiene las bases de datos necesarias para el funcionamiento del sistema, el manejo de cuentas de usuarios y perfiles de los consumidores, la seguridad en forma centralizada y publica las informaciones y servicios propios y de los locales a los consumidores a través de WI-FI.

## Objetivo

Introducir el marketing personalizado y mejorar el conocimiento individual de los hábitos de consumo del cliente. Otorgar servicios digitales útiles a los clientes del centro de compras persuadiéndolos a permanecer por mayores periodos en el shopping otorgando a estos una mayor satisfacción.

## Limites

Por sus características generales y de extensión dinámica del sistema propuesto – recordar que los servicios ofrecidos a los clientes se generaran de forma interactiva y sin conocimiento a priori de la cantidad y extensión de los mismos – los límites del proyecto son puramente técnicos más que del sistema de negocios.

Teniendo en cuenta esto los límites son:

* En cuanto a las características del lenguaje de dominio específico para diseñar los servicios ofrecidos a los clientes se proveerá un anexo técnico con una descripción más formal de la estructura del mismo y sus alcances.
* En cuanto a las características del lenguaje de dominio específico para diseñar los almacenes de datos se proveerá un anexo técnico con una descripción más formal de la estructura del mismo y sus alcances.
* Con respecto a las plataformas móviles soportadas en los dispositivos de los clientes se incluirán las siguientes:
  + Windows Smartphone 5.0 o superior
  + Windows Vista

## Alcances

* Gestión de usuarios.
* Gestión de locales.
* Gestión de servicios.
* Gestión de clientes.
* Construcción dinámica de servicios para cada local mediante un Lenguaje de Dominio Específico lo suficientemente fácil de usar por personal no técnico.
* Construcción dinámica de servicios globales para el centro de compras mediante un Lenguaje de Dominio Específico lo suficientemente fácil de usar por personal no técnico.
* Construcción dinámica de los almacenes de datos necesarios para el funcionamiento de los servicios.
* Uso online/offline de servicios en forma transparente (funcionalidad Smart-Client).
* Gestión de la conexión de los dispositivos de los clientes con la red del centro de compras para que su conexión con el servidor sea transparente del usuario.
* Análisis estadístico del uso de servicios y los hábitos de consumo de los clientes.
* Protección de los datos transmitidos y recibidos entre los clientes.