

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

CONTENIDO

Contenido

1.	MarketPlace de los Alpes.....	8
1.1.	Análisis TO-BE.....	8
2.	Arquitectura de negocio	10
2.1.	Principios de negocio.....	10
2.2.	Políticas de negocio.....	10
2.3.	Reglas de negocio.....	10
2.4.	Proceso 1: Registro de entidad frente al MarketPlace	11
2.4.1.	Descripción del proceso	12
2.4.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	12
2.4.3.	Actividades	12
2.4.4.	Diagrama BPMN.....	13
2.4.5.	Reglas de control de flujo.....	13
2.4.6.	Diagrama de flujo de información	14
2.4.7.	Actores	14
2.4.8.	Matriz RACI	15
2.5.	Proceso 2: Procesamiento de orden de compra	15
2.5.1.	Descripción del proceso	15
2.5.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	16
2.5.3.	Actividades	16
2.5.4.	Diagrama BPMN.....	18
2.5.5.	Reglas de control de flujo.....	19
2.5.6.	Diagrama de flujo de información	19
2.5.7.	Actores	19
2.5.8.	Matriz RACI	20
2.6.	Proceso 3: Procesamiento de aviso de devolución (RMA)	20
2.7.	Proceso 4: Facturación y confirmación de pagos	20
2.8.	Proceso 5: Actualización de cuenta de cliente	20
2.9.	Proceso 6: Realización de subasta inversa	20
2.10.	Proceso 7: Compra directa	21
2.10.1.	Descripción del proceso	21

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.10.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	21
2.10.3.	Actividades	21
2.10.4.	Diagrama BPMN.....	22
2.10.5.	Reglas de control de flujo.....	22
2.10.6.	Diagrama de flujo de información	23
2.10.7.	Actores	23
2.10.8.	Matriz RACI	23
2.11.	Proceso 8: Despachar orden.....	24
2.11.1.	Descripción del proceso	24
2.11.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	24
2.11.3.	Actividades	24
2.11.4.	Diagrama BPMN.....	25
2.11.5.	Reglas de control de flujo.....	25
2.11.6.	Diagrama de flujo de información	25
2.11.7.	Actores	25
2.11.8.	Matriz RACI	26
2.12.	Proceso 9: Facturar Transacción.....	26
2.12.1.	Descripción del proceso	26
2.12.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	26
2.12.3.	Actividades	26
2.12.4.	Diagrama BPMN.....	27
2.12.5.	Reglas de control de flujo.....	27
2.12.6.	Diagrama de flujo de información	27
2.12.7.	Actores	27
2.12.8.	Matriz RACI	28
2.13.	Proceso 10: Calificar servicio	28
2.13.1.	Descripción del proceso	28
2.13.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	28
2.13.3.	Actividades	28
2.13.4.	Diagrama BPMN.....	29
2.13.5.	Reglas de control de flujo.....	29
2.13.6.	Diagrama de flujo de información	29
2.13.7.	Actores	30

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.13.8.	Matriz RACI	30
2.14.	Proceso 11: Consultar calificación.	30
2.14.1.	Descripción del proceso	30
2.14.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	30
2.14.3.	Actividades	30
2.14.4.	Diagrama BPMN.....	31
2.14.5.	Reglas de control de flujo.....	31
2.14.6.	Diagrama de flujo de información	31
2.14.7.	Actores	32
2.14.8.	Matriz RACI	32
2.15.	Proceso 12: Crear criterio de segmentación.....	32
2.15.1.	Descripción del proceso	32
2.15.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	32
2.15.3.	Actividades	33
2.15.4.	Diagrama BPMN.....	33
2.15.5.	Reglas de control de flujo.....	33
2.15.6.	Diagrama de flujo de información	34
2.15.7.	Actores	34
2.15.8.	Matriz RACI	35
2.16.	Proceso 13: Segmentar clientes	35
2.16.1.	Descripción del proceso	35
2.16.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	35
2.16.3.	Actividades	35
2.16.4.	Diagrama BPMN.....	36
2.16.5.	Reglas de control de flujo.....	36
2.16.6.	Diagrama de flujo de información	36
2.16.7.	Actores	37
2.16.8.	Matriz RACI	37
2.17.	Proceso 14: Contraoferta	37
2.17.1.	Descripción del proceso	37
2.17.2.	Motivadores de negocio del proceso.....	37
2.17.3.	Actividades	38
2.17.4.	Diagrama BPMN.....	39

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.17.5.	Reglas de control de flujo.....	40
2.17.6.	Diagrama de flujo de información	40
2.17.7.	Actores	40
2.17.8.	Matriz RACI	41
3.	Arquitectura de datos.....	41
3.1.	Modelo ontológico	41
3.2.	Diagrama de entidades	43
3.3.	Descripción de entidades.....	44
3.4.	Entidades de negocio vs actividades	45
3.5.	Indicadores.....	49
3.5.1.	PORCENTAJE DE CONTRAOFERTAS EXITOSAS	49
3.5.2.	Porcentaje de clientes con calificación negativa	49
3.5.3.	Porcentaje de clientes sin segmentar	50
3.6.	Principios de datos.....	51
3.7.	Políticas de datos	52
3.8.	Reglas de datos.....	52
4.	Arquitectura de aplicaciones	52
4.1.	Descripción de aplicaciones	53
4.2	Diagrama de cooperación de aplicaciones	54
4.3	Entidades de negocio vs aplicaciones	54
4.4	Principios de aplicaciones.....	55
4.5	Políticas de aplicaciones	55
4.6	Reglas de aplicaciones.....	55
5.	Arquitectura de tecnología	55
5.1	Principios de tecnología	55
5.2	Políticas de tecnología	56
5.3	Reglas de tecnología	56
6.	Análisis de brecha y roadmap de implementación	56
6.1	Brecha Arquitectura de negocio.....	56
6.1.1.	Análisis de Brecha P1Registro de entidad frente al Marketplace	56
6.1.2.	Análisis de Brecha P2 : Procesamiento de orden de compra	58
6.1.3.	Análisis de Brecha P3, P4, P5, P6:	60
6.1.4.	Análisis de Brecha P7: Compra Directa	60

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

6.1.5.	Análisis de Brecha P8 Despachar Orden.....	60
6.1.6.	Análisis de Brecha P9 Facturar Transacción.....	61
6.1.7.	Análisis de Brecha P10Calificar servicio	61
6.1.8.	Análisis de Brecha P11Consultar calificación.....	61
6.1.9.	Análisis de Brecha P12Crear criterio de segmentación.....	62
6.1.10.	Análisis de Brecha P13Segmentar clientes	63
6.1.11.	Análisis de Brecha P14Contraoferta	63
5.1	Brecha Arquitectura de datos.....	63
5.2	Brecha Arquitectura de aplicaciones.....	65
5.3	Consolidación del análisis de brecha.....	65
5.4	Plan de proyectos.....	65
5.4.1	Proyectos requeridos	65
5.4.2	Priorización de proyectos.....	66
5.4.3	Roadmap de proyectos	67

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

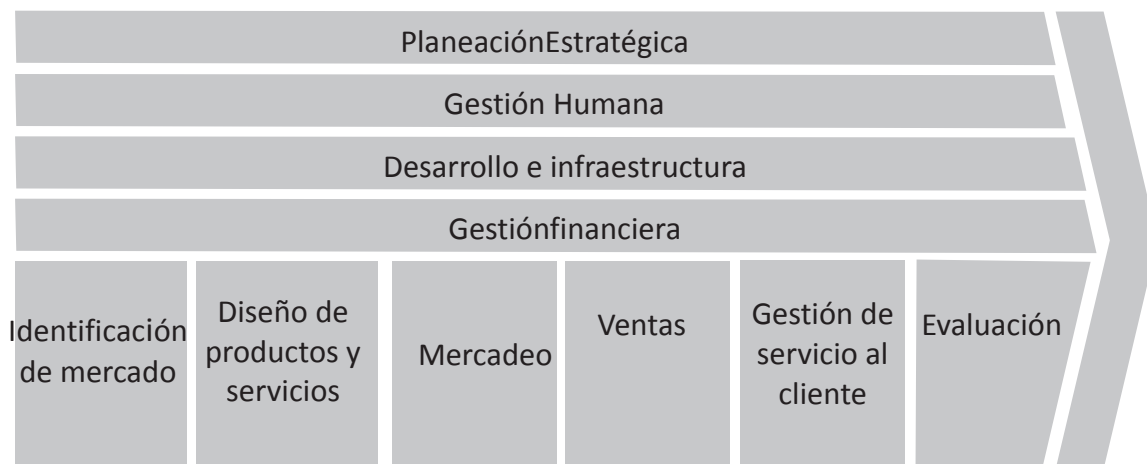
1. MarketPlace de los Alpes

1.1. Análisis TO-BE

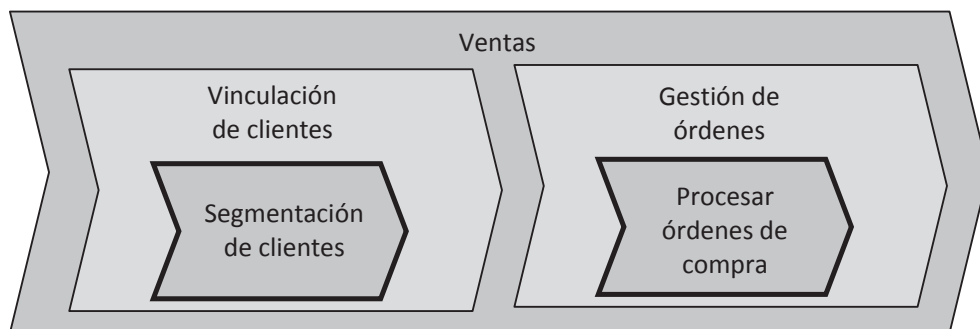
El documento presenta el análisis de la arquitectura objetivo de la empresa MarketPlace de los Alpes, basados en la documentación encontrada del AS-IS; se realiza un estudio de la Arquitectura Empresarial actual, identificando los procesos y realizando una propuesta de Arquitectura Objetivo.

Se identifican los procesos descritos con sus actividades, analizándolo mediante distintos artefactos para transmitir lo que se propone como arquitectura objetivo de la empresa.

En la arquitectura TO-BE, se identificaron procesos nuevos. Se ubican en la cadena de valor del MarketPlace:

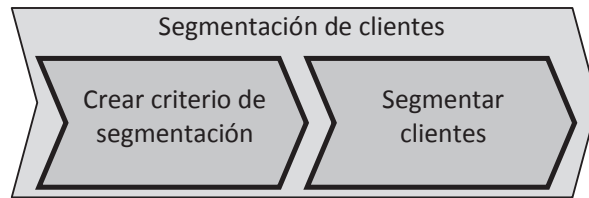


En el macroproceso de ventas se ubican los procesos de vinculación de clientes y gestión de órdenes:

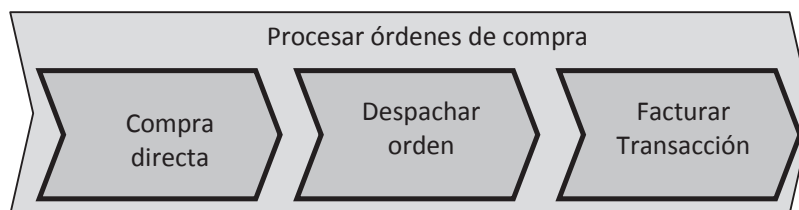


	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL			

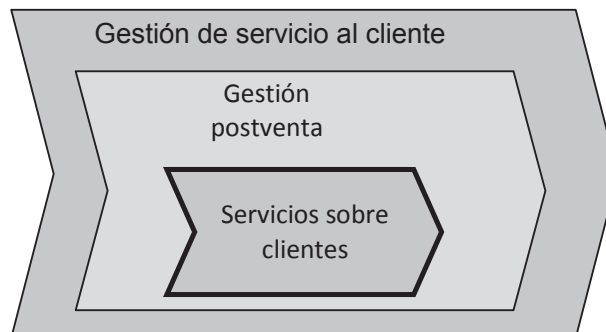
De vinculación de clientes tenemos el proceso Segmentación de clientes, donde ubicamos dos nuevos procesos: crear criterio de segmentación y segmentar clientes.



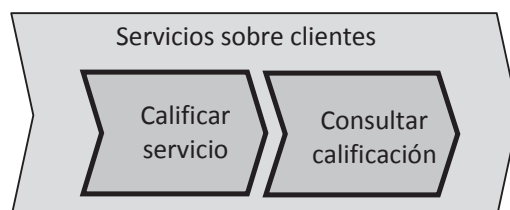
De gestión de órdenes tenemos el procesar órdenes de compra con tres procesos nuevos:



En el macroproceso de gestión de servicio al cliente, encontramos el proceso de gestión postventa, y en él encontramos el proceso de servicios sobre clientes.



En servicios sobre clientes, ubicamos dos procesos nuevos: calificar servicio y consultar calificación:



	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

2. Arquitectura de negocio

2.1. Principios de negocio

PDNEG1	Servicio 100% orientado al cliente
Enunciado	Los clientes son la parte más importante del MPLA es por eso que se deben mejorar continuamente los servicios que actualmente se les presta, además de realizar una excelente planeación, diseño e implementación de los servicios futuros.
Análisis	Al mejorar la calidad de los servicios prestados por el MPLA, los clientes estarán más satisfechos de usarlos. Es importante innovar en nuevos servicios hacia los clientes para que estos tengan un buen conjunto de servicios a su disposición.
Implicaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Se deben generar nuevos servicios que satisfagan necesidades de los clientes. - La generación de nuevos servicios debe tener en cuenta aspectos de calidad.

PDNEG2	Servicio diferenciado al cliente
Enunciado	Los servicios ofrecidos por el MPLA deben adecuarse a los intereses de los clientes.
Análisis	Los intereses de los clientes pueden ser muy variados. Por esto el MPLA debe tenerlos en cuenta para ofrecer servicios diferenciados que fortalezcan la relación con el cliente.
Implicaciones	Si estos intereses no se tienen en cuenta no se puede hacer una segmentación que mejore los procesos de mediación de transacciones.

2.2. Políticas de negocio

ID	Descripción	Principio
PD1	Cualquier cliente sin importar el país, podrá acceder a los servicios del MPLA.	PDNEG2
PD2	Garantizar a los clientes servicios de calidad y efectividad	PDNEG1
PD3	Asegurar variaciones en la forma de transar por parte de los clientes.	PDNEG1
PD4	Garantizar multimedios de comunicación entre clientes MPLA.	PDNEG1
PD5	Garantizar diferentes medios de pago por los servicios prestados por el MPLA.	PDNEG1

2.3. Reglas de negocio

ID	Descripción	Política
PD1	No se puede ingresar clientes al sistema sin verificar su autenticidad.	PD2
RD2	No debe existir ningún impedimento de medio pago para el cliente a la hora de	PD5

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

	cancelar por los servicios del MPLA.	
RD3	Todas las sugerencias, preguntas e inquietudes de los clientes deben ser respondidas con cordialidad y rapidez.	PD2

2.4. Proceso 1: Registro de entidad frente al MarketPlace

El proceso de registro de entidades frente al MarketPlace de Los Alpes hoy en día opera de la siguiente manera:

- Un empleado de la entidad (fabricante o comercio), llamado analista de operaciones, debe diligenciar a nombre de la empresa una solicitud en línea de matrícula y registro. En esta solicitud debe ingresar la siguiente información:
 - Datos básicos de la empresa
 - Datos básicos de contactos
 - Datos financieros de la empresa (Ventas anuales, estados financieros)
 - Volúmenes de operación
 - Tipo y categoría de productos interesados en solicitar u ofertar (Estos datos pueden cambiar en el tiempo)
- Los datos financieros y volúmenes de operación se adjuntan a la solicitud como documentos en formato PDF.
- El empleado al finalizar el diligenciamiento de la solicitud, debe adjuntar varios documentos de soporte tales como: documento de constitución de la empresa, referencia bancaria; al finalizar debe aceptar los acuerdos del MarketPlace y enviar la solicitud de registro, junto con los documentos digitalizados.
- Primero se valida si el cliente ya existe en el CRM. Si el cliente fue creado previamente, se actualiza su información. En caso contrario, se crea el cliente.
- Siguiendo, se radica la solicitud dentro del CRM, para que la información sea procesada en el área de riesgo.
- En el sistema RiskQualification del área de riesgo, se valida en línea la información suministrada por el cliente frente a las siguientes entidades: Confecámaras, Datacrédito y listas negras.
- Si todas las validaciones son exitosas, se procede a realizar lo siguiente:
 - Invocar el servicio del sistema de facturación, para crear la cuenta de facturación a nombre de cliente o entidad.
 - Invocar de manera asíncrona un servicio publicado por el servidor LDAP para crear los usuarios de los contactos de la empresa para la autenticación frente al Portal del MarketPlace.
 - La solicitud pasa a un estado de Aceptada.
- En caso de que no pase las validaciones del área de riesgo, se debe proceder a rechazar la afiliación del cliente (entidad), para lo cual se genera un mensaje y se envía al cliente.}
- Finalmente, si todo fue exitoso se genera un mensaje indicándole al cliente que ya se encuentra listo para tranzar operaciones frente al MarketPlace.
- Toda la comunicación hacia el cliente se realiza a través de correo electrónico.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.4.1. Descripción del proceso


ID	Proceso	Descripción
P1	Proceso de Registro de Entidad ante el Marketplace	Este proceso es el encargado de registrar las entidades (Fabricante o Comercio) en los sistemas del MarketPlace con información como: Datos Básicos de la Empresa, Datos Básicos de Contacto, Datos Financieros de la Empresa, Volúmenes de operación, Tipo y categoría de productos en los que está interesado en ofertar o solicitar.

2.4.2. Motivadores de negocio del proceso

La modificación realizada al proceso de registro de Entidad ante el Marketplace soporta los motivadores M5 (Cobro diferencial) y M16 (Orientación al cliente).

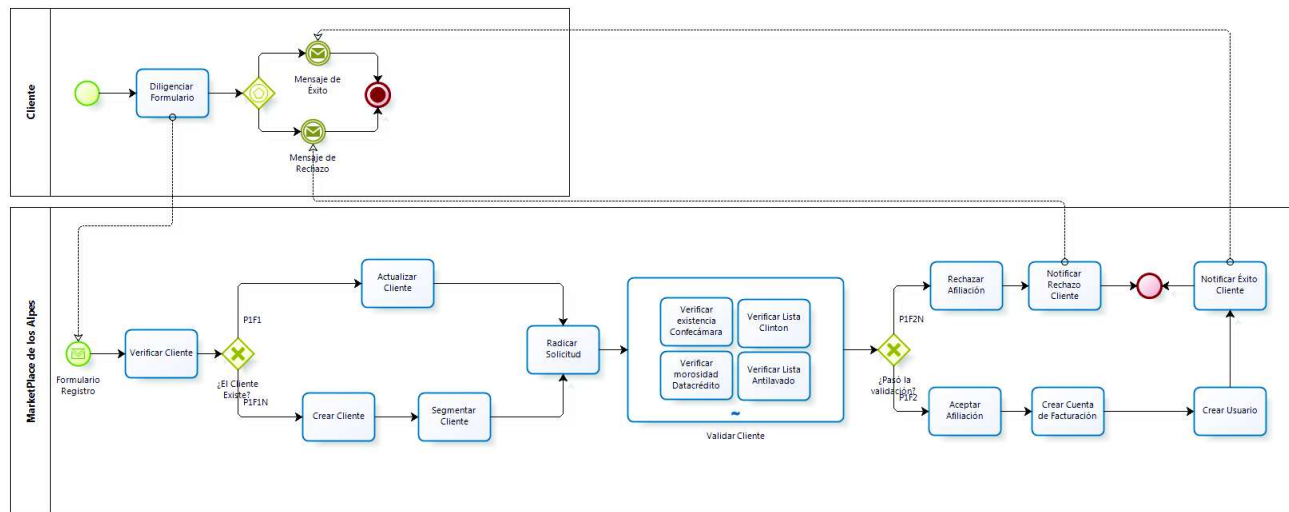
2.4.3. Actividades

ID	Actividad	Descripción
111110	Diligenciar formulario	Un empleado de la entidad (fabricante o comercio), llamado analista de operaciones, debe diligenciar en línea a nombre de la empresa un formulario de matrícula y registro.
111270	Verificar Cliente	Se verifica en el CRM si el cliente ya se encuentra registrado.
111230	Crear cliente	Se crea el cliente y sus preferencias en el CRM.
111280	Segmentar Cliente	Si se dispone de la información de los segmentos a los cuales pertenece el cliente se relaciona al cliente con estos segmentos en esta actividad, de lo contrario se deja al cliente en el segmento de los clientes "SIN SEGMENTAR"
111260	Actualizar cliente	Actualiza el cliente si éste existe en el CRM.
111120	Radicar solicitud	Se radica la solicitud recibida en el sistema de envío de correspondencia.
111150	Verificar existencia Confecamaras	Se valida la existencia de la empresa contra la base de datos de Confecamaras.
111160	Verificar morosidad Datacredito	Se valida que la empresa no se encuentre morosa frente a ninguna otra empresa.
111170	Verificar lista Clinton	Se consulta que la empresa no se encuentre en la lista Clinton.
111180	Verificar lista antilavado	Se consulta que la empresa no se encuentre en la lista de empresas lavadoras de dinero.
111130	Rechazar afiliación	En caso de que el cliente no pase las validaciones, se rechaza la afiliación del cliente.
111140	Aceptar afiliación	Si no ocurre ningún fallo y las validaciones del cliente son correctas, se acepta la afiliación.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

111240	Crear cuenta de facturación	Se crea la cuenta de facturación asociada al cliente en el sistema de facturación.
111250	Crear usuarios	Se crea el usuario en el LDAP para su autenticación frente al portal.
111190	Notificar rechazo cliente	Se le notifica al cliente que su solicitud de registro fue rechazada.
111200	Notificar éxito cliente	Se le notifica al cliente que su solicitud de registro fue aceptada.

2.4.4. Diagrama BPMN



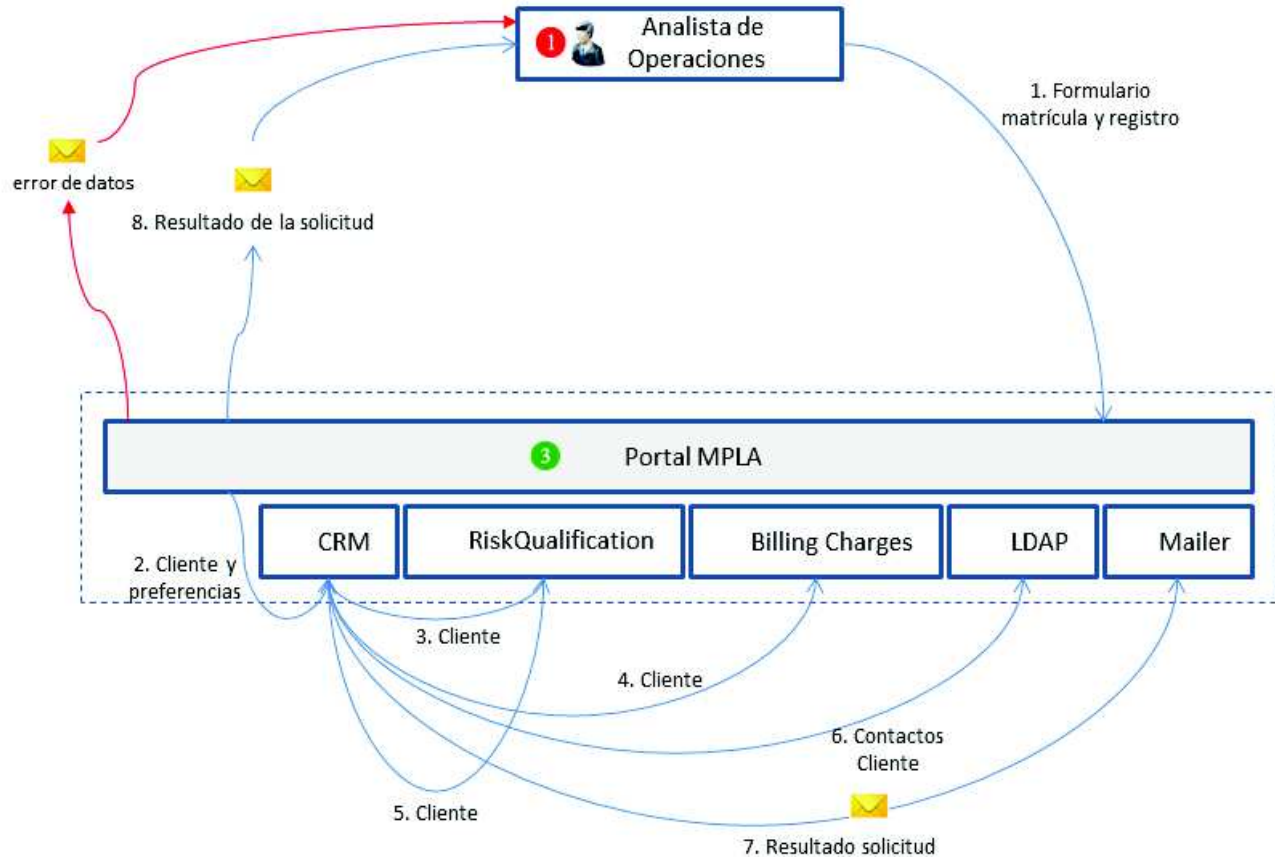
Powered by
bizagi
Modeler

2.4.5. Reglas de control de flujo

ID	Descripción
P1F1	El cliente ya Existe
P1F1N	El cliente no existe
P1F2	El cliente pasa la validación de Confecamaras, Datacrédito, Lista Clinton y Lista Antilavado
P1F2N	El cliente no pasa la validación de Confecamaras, Datacrédito, Lista Clinton y Lista Antilavado

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.4.6. Diagrama de flujo de información



2.4.7. Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac1	MarketPlace	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes.	111270, 111230, 111280, 111260, 111120, 111150, 111160, 111170, 111180, 111130, 111140, 111240, 111250, 111190, 111200, 112110, 112120, 112130, 112210, 112220.
Ac2	Cliente	Representa un comerciante o fabricante del Sistema.	111110
Ac3	Comercio	El comercio se encarga de recibir los catálogos de productos de los fabricantes y a su vez de generar los RMA en caso de ser necesario.	
Ac4	Fabricante	El fabricante es el actor que provee productos que pueden ser de interés	

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

		para los comercios.	
Ac5	Facturación	Departamento encargado de realizar la facturación y administrar, generar y controlar los pagos realizados por los clientes del MarketPlace.	

2.4.8. Matriz RACI

Actor	111110	111270	111230	111240	111260	111120	111150	111160	111170	111180	111130	111140	111280	111250	111190	111200
Ac1		R	R	R	R	R	A	A	A	A	R	R	R	R	R	R
Ac2	R														I	I

2.5. Proceso 2: Procesamiento de orden de compra

2.5.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P2	Procesamiento de orden de compra	Este proceso modela los pasos a seguir cuando se realiza una orden de compra por parte del comercio hacia el <u>MarketPlace</u> de los Alpes.

El nuevo proceso de orden de compra generada por parte de un comercio, permite realizar órdenes de compra con más de un producto y realizar una contraoferta si en la subasta no hubo algún ganador. Está descrito de la siguiente manera:

- La entidad de Comercio ingresa en el portal del MarketPlace y crea una orden de compra a partir de los productos que seleccionó. Esta PO contiene información acerca de los productos requeridos, precio, cantidad, fecha esperada de entrega, fecha máxima de realización de subasta, prioridad para seleccionar el ganador de la subasta, entre otros detalles.
- El sistema de información POManager, recibe la orden de compra y la radicación.
- Una vez se ha radicado la PO, el sistema TransactManager se encarga de crear la subasta correspondiente.
- Una vez se radica la PO, se consulta en el CRM los fabricantes que pueden satisfacer los requerimientos de la orden y, posteriormente, se les replica la PO y la información de la subasta correspondiente solicitando ofertar.
- Si un fabricante desea ofertar, debe ingresar en el portal y especificar el precio unitario del producto que puede proveer junto con la fecha de entrega del pedido global.
- Una vez se ha cumplido la fecha máxima de subasta especificada en la orden de compra, la subasta se cierra y se selecciona el fabricante ganador.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

- Para determinar el fabricante ganador, se tiene en cuenta la preferencia del comercio respecto a precio y fecha entrega. De igual manera, el fabricante no puede encontrarse como moroso en el sistema de facturación.
- Una vez identificado el fabricante ganador, se envía un correo electrónico tanto al comercio como al fabricante informándoles.
- Adicionalmente, se les envía un correo electrónico a los fabricantes participantes de la subasta informándoles que se ha cerrado y desafortunadamente no fueron escogidos como ganadores.
- Cuando el comercio se ha dado cuenta de que la subasta no ha sido exitosa, el revisa los participantes en la misma para llegar a realizar contraofertas a ofertas de su interés, para así poder llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes.
- El fabricante procede a procesar el pedido y una vez lo tiene listo realiza las siguientes operaciones:
 - Carga la mercancía en los camiones.
 - Despacha los camiones a la dirección de la entidad de comercio que referencia en la PO (Shippingaddress).
 - Genera un aviso de despacho (DA) a la entidad de comercio a través del portal del MarketPlace. En el aviso de despacho va información como:
 - Cantidad despachada
 - Fechas y hora estimada de llegada de los camiones
 - Monto de la operación
 - Identificación de los camiones
 - El MarketPlace recibe el DA y lo registra en POManager y replica el DA al comercio

Posteriormente, se consulta en el CRM el porcentaje de comisión pactado con el fabricante, el cual se multiplica por el monto de la operación. De esta manera obtiene la comisión a cobrar por mediar en la operación, el cual es informado al sistema de facturación para que se registre la transacción en la cuenta de facturación del fabricante.

2.5.2. Motivadores de negocio del proceso

Este cambio en el proceso soporta los siguientes motivadores de negocio: M3 (Subasta Invertida), M6 (Autoservicio), M16 (Orientación al cliente).

2.5.3. Actividades

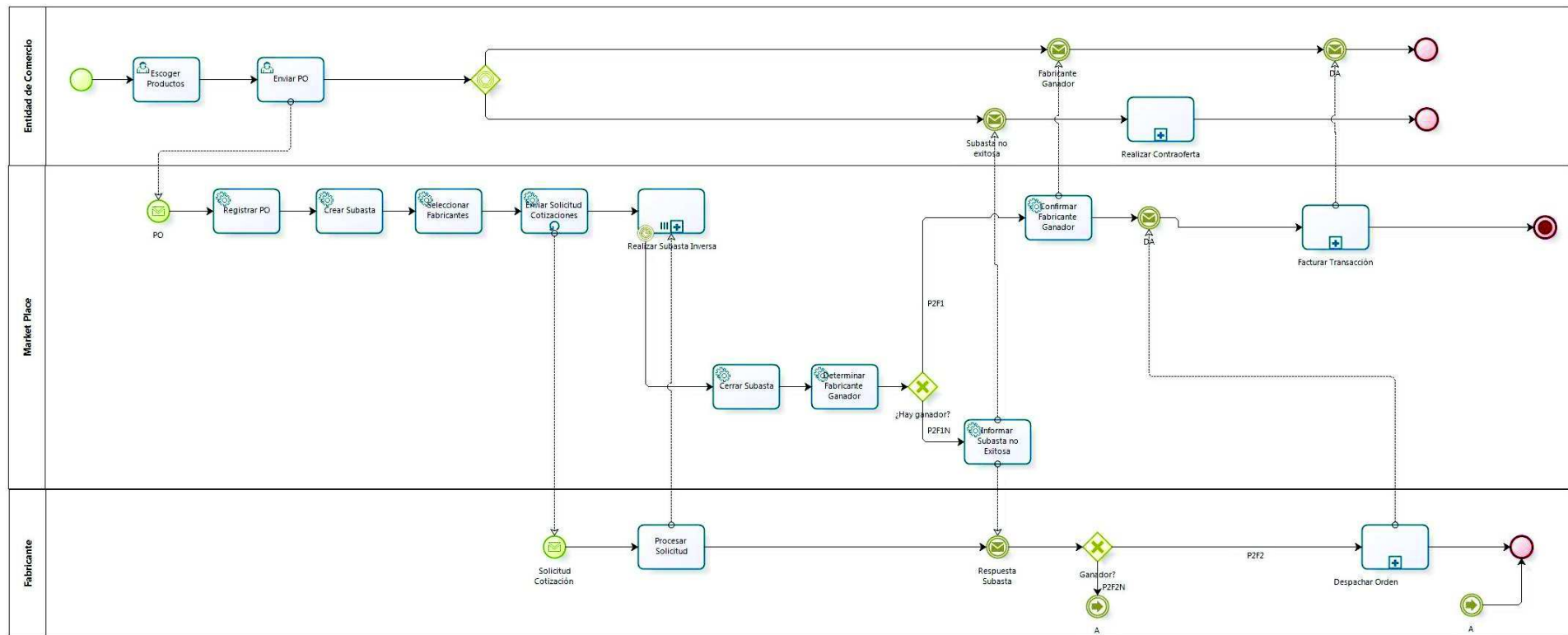
ID	Actividad	Descripción
121340	Escoger Productos	El comercio selecciona los productos que van hacer parte de la orden de compra.
121130	Enviar PO	El comercio envía el PO al marketPlace.
121310	Registrar PO	Registra la PO recibida en POManager
121320	Crear Subasta	Crea una subasta asociada a un PO en TransacManager
121110	Seleccionar Fabricantes	Se seleccionan los fabricantes que cumplen con las peticiones del PO.
121120	Enviar Solicitud Cotización	A cada fabricante seleccionado se le envía la solicitud de una cotización para el PO.
125000	Realizar	Este subproceso hace que se active un proceso de subasta inversa por un tiempo calculado a partir de la orden de compra. Cada fabricante puede hacer


	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

	Subasta Inversa	una oferta siempre y cuando sea mejor que la que vaya ganando de momento. Cada vez que un fabricante hace una mejor oferta, se notifica a los demás fabricantes.
121330	Cerrar Subasta	Cierra la subasta correspondiente a la PO registrada.
121140	Determinar Fabricante Ganador	Se escoge automáticamente el fabricante ganador teniendo en cuenta el resultado de la subasta inversa.
121180	Informar subasta exitosa no	Si la subasta no tuvo resultados exitosos, se le informa al comercio que no se pudo satisfacer su PO.
121350	Realizar contraoferta	Este subproceso se encarga de hacer la gestión de la contraoferta cuando no se ha llegado a un acuerdo luego de haberse realizado la subasta respectiva, en el cual es posible que el comercio pueda hacer contraofertas a ofertas de su interés para llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes.
121150	Confirmar Fabricante Ganador	Se envía una notificación a los diferentes fabricantes para que sepan si fueron escogidos o rechazados.
126000	Facturar Transacción	Este subproceso hace que se realice la facturación de la transacción por parte del marketplace de los Alpes. Lo que hace es agrupar las actividades de registro de DA, Enviar aviso de despacho, consultar comisión y registrar Transacción.
121230	Procesar solicitud	El fabricante procesa el PO, para generar una respuesta.
127000	Despachar Orden	Este subproceso hace que se realice el despacho de los productos por parte del fabricante. Lo que hace es agrupar las actividades de procesar pedido, cargar mercancía, despachar pedido y generar aviso de despacho.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

2.5.4. Diagrama BPMN

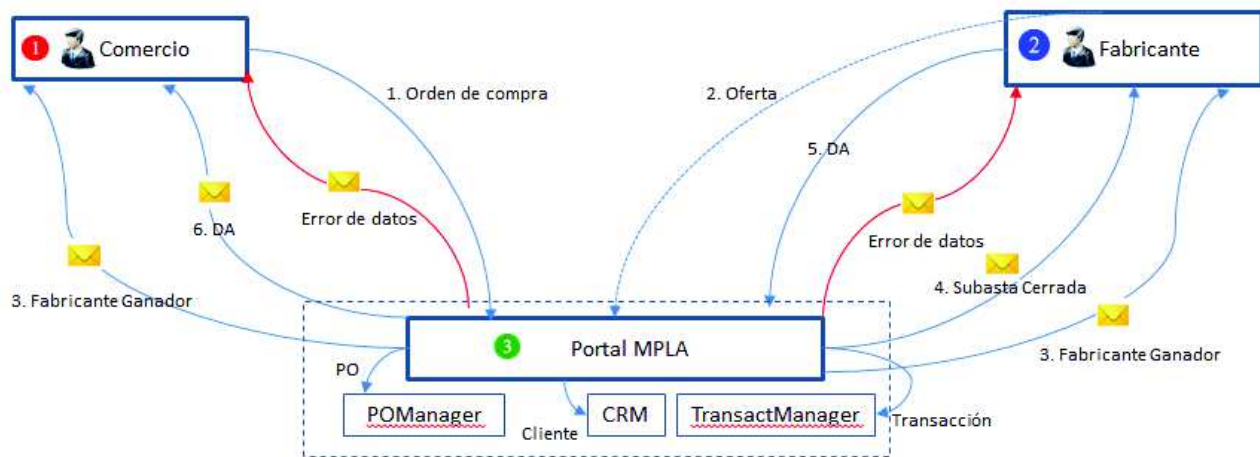


	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.5.5. Reglas de control de flujo


ID	DESCRIPCIÓN
P2F1	Hay un fabricante ganador
P2F1N	No hay un fabricante ganador
P2F2	Existe una confirmación de un fabricante ganador
P1F2N	Existe una confirmación de un fabricante no ganador

2.5.6. Diagrama de flujo de información



2.5.7. Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac2	MarketPlace	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes.	121310,121320,121110,121120,125000,121330,121140,121180,121350,121150,126000,121230,127000
Ac1	Comercio	El comercio se encarga de recibir los catálogos de productos de los fabricantes y a su vez de generar los RMA en caso de ser necesario.	121340,121130,121180,121350,121150,126000,127000
Ac3	Fabricante	El fabricante es el actor que provee productos que pueden ser de interés para los comercios.	121120,121350,121150,121230,127000

	ANÁLISIS TO-BE MPLA			CODIGO	
				VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	

2.5.8. Matriz RACI

Actividad/Actor	Ac2	Ac1	Ac3
121340		R	
121130		R	
121310	R		
121320	R		
121110	R		
121120	R		I
125000	R		
121330	R		
121140	R		
121180	R	I	
121350	R	I	R
121150	R	I	I
126000	R	I	
121230			R
127000	I	I	R

2.6. Proceso 3:Procesamiento de aviso de devolución (RMA)

De acuerdo al análisis realizado para las oportunidades de mejora planteadas en las expectativas y requerimientos de negocio que surgieron como parte del plan estratégico 2012, el proceso de aviso de devolución no se ve afectado. Se mantiene igual como se planteó en el AS-IS.

2.7. Proceso 4: Facturación y confirmación de pagos


De acuerdo al análisis realizado para las oportunidades de mejora planteadas en las expectativas y requerimientos de negocio que surgieron como parte del plan estratégico 2012, el proceso de facturación y confirmación de pagos no se ve afectado. Se mantiene igual como se planteó en el AS-IS.

2.8. Proceso 5: Actualización de cuenta de cliente

De acuerdo al análisis realizado para las oportunidades de mejora planteadas en las expectativas y requerimientos de negocio que surgieron como parte del plan estratégico 2012, el proceso de aviso actualización de cuenta de cliente no se ve afectado. Se mantiene igual como se planteó en el AS-IS.

2.9. Proceso 6: Realización de subasta inversa

De acuerdo al análisis realizado para las oportunidades de mejora planteadas en las expectativas y requerimientos de negocio que surgieron como parte del plan estratégico 2012, el proceso de realización de subasta inversa no se ve afectado. Se mantiene igual como se planteó en el AS-IS.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.10. Proceso 7: Compra directa

2.10.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P7	Compra directa	Permite realizar órdenes de compra sin necesidad de realizar subasta

El nuevo proceso de compra directa de productos por parte de un comercio, permite realizar órdenes de compra sin necesidad de realizar subasta. Está descrito de la siguiente manera:

- La entidad del comercio ingresa en el portal del MarketPlace y lista los productos y cantidades que desee comprar de un mismo fabricante en una orden de compra.
- El POManager recibe la orden de compra y la radica y notifica al fabricante de la llegada de una nueva orden de compra.
- El fabricante procesa la solicitud y en caso de no tener las unidades disponibles, notifica al marketPlace y éste a la vez notifica al cliente de la imposibilidad de atender su orden.
- El fabricante, si tiene las unidades disponibles, procesa el pedido y una vez lo tiene listo carga las mercancías y las despacha al cliente
- Una vez despachada la orden, el fabricante genera un aviso de despacho a través del portal del MarketPlace con la información de productos y cantidades despachadas y el monto total de la operación.
- El MarketPlace recibe el aviso de despacho y lo registra en POManager y replica el aviso de despacho al comercio.
- Posteriormente, se consulta en el CRM el porcentaje de comisión pactado con el fabricante, el cual se multiplica por el monto de la operación. De esta manera obtiene la comisión a cobrar por mediar en la operación, el cual es informado al sistema de facturación para que se registre la transacción en la cuenta de facturación del fabricante.


2.10.2. Motivadores de negocio del proceso

Los motivadores de negocio que soporta el proceso son:

- M6: Autoservicio.
- M16: Orientación al cliente.

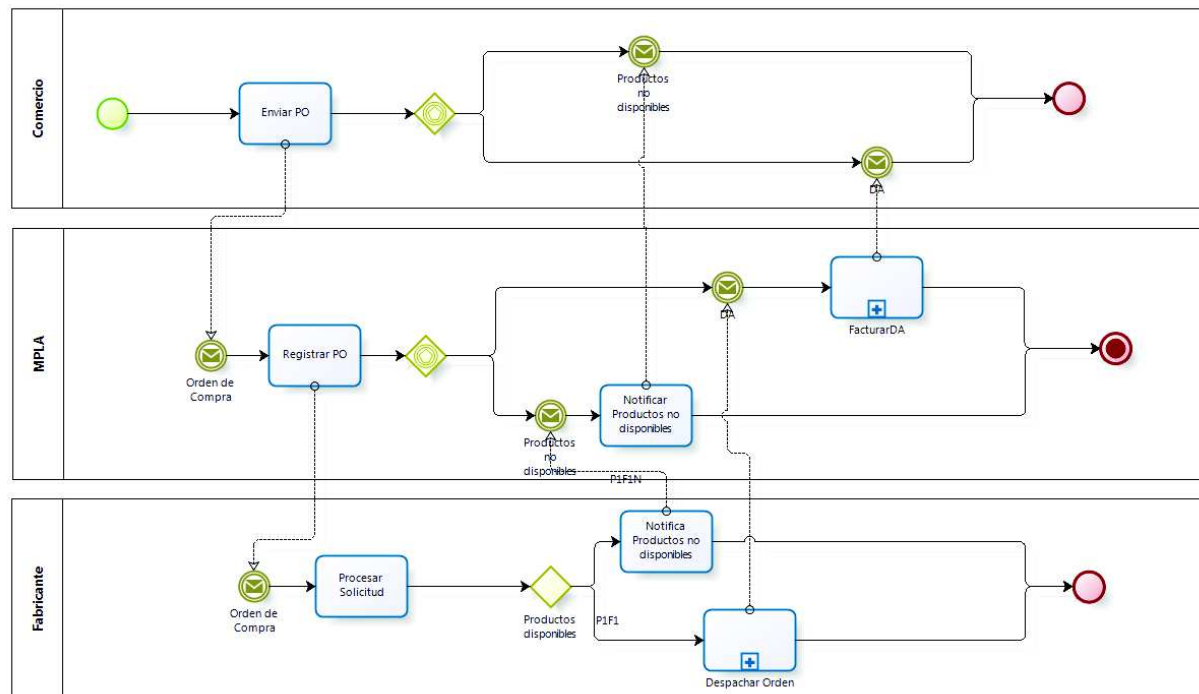
2.10.3. Actividades

ID	Nombre	Descripción
121130	Enviar PO	El comercio envía la PO al MarketPlace.
121310	Registrar PO	Registra la PO recibida en POManager.
121150	Confirmar fabricante	Se envía una notificación al fabricante de que le fue generada una PO.
126000	Facturar transacción	Subproceso que se encarga de facturar por los servicios prestados de mediación al fabricante.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

125001	Procesar solicitud	El fabricante procesa el PO, para generar una respuesta de la disponibilidad o no de los productos.
125002	Notificar productos no disponibles	Notificación de parte del fabricante de la no disponibilidad de los productos requeridos.
127000	Despachar orden	Subproceso que se encarga de la carga y envío del pedido, y de la consecuente generación del aviso de despacho.

2.10.4. Diagrama BPMN

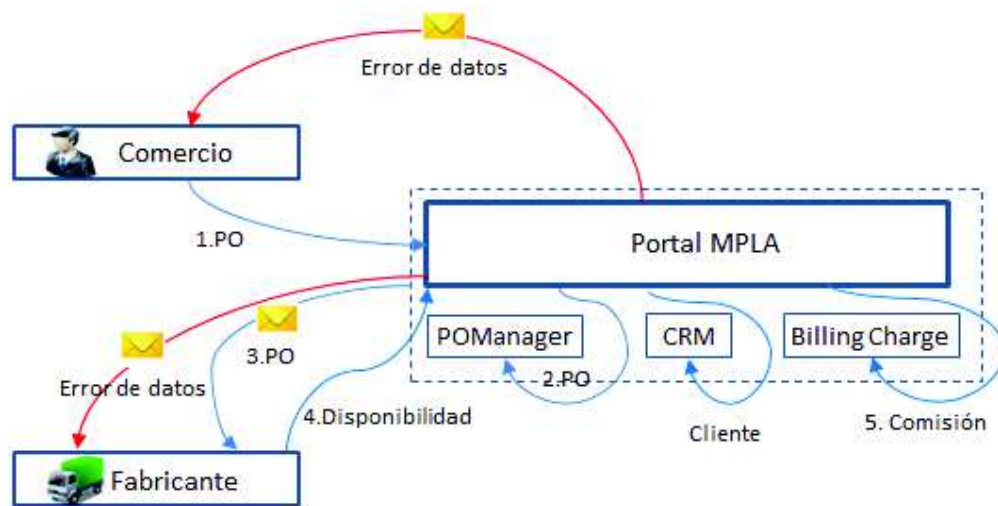


2.10.5. Reglas de control de flujo

ID	Descripción
P1F1	Productos disponibles para despacho
P1F1N	Productos no disponibles para despacho

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.10.6. Diagrama de flujo de información



2.10.7. Actores

ID	Actividad	Descripción	Actividades
AC3	Comercio	Entidad que compra artículos ofrecidos por fabricantes	121130
AC1	MarketPlace de los Alpes	La empresa	121310, 121150, 121160, 121170, 121190, 121220
AC4	Fabricante	Entidad que ofrece productos para la venta	121230, 121240, 121250, 121260, 121270

2.10.8. Matriz RACI

ACTOR	121130	121310	121150	126000	125001	125002	127000
AC3	R			I			
AC1	I	R	R	R	I	I	I
AC4			I		R	R	R

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

2.11. Proceso 8: Despachar orden

2.11.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P8	Despachar orden	Proceso del fabricante donde físicamente se envían los productos ordenados y se notifica el mismo.

El proceso de despachar orden involucra al fabricante, quien una vez completado el proceso de orden de compra, se dispone a enviar los productos solicitudes al comercio.

En primera instancia, el fabricante debe alistar los productos en las cantidades acordadas, las carga en camiones y los despacha a la dirección dada por el comercio.

Seguido, el fabricante envía, a través del portal del MarketPlace, un aviso de despacho, que será registrado para la posterior notificación al comercio.

2.11.2. Motivadores de negocio del proceso

Los motivadores de negocio que soporta el proceso son:

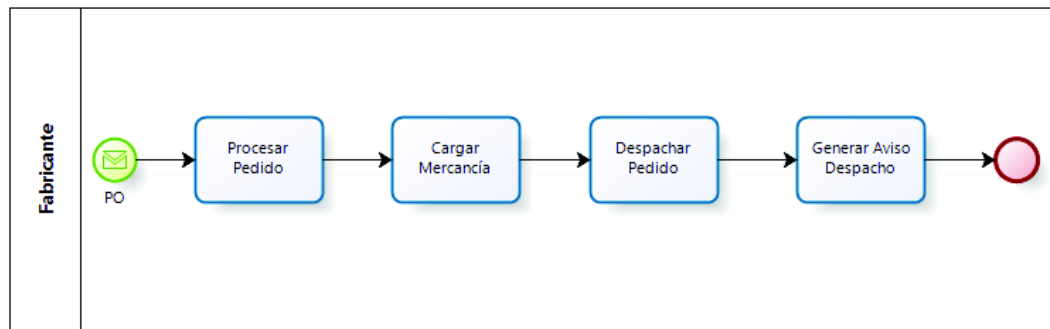
- M6: Autoservicio
- M16: Orientación al cliente.

2.11.3. Actividades

ID	Nombre	Descripción
121240	Procesar pedido	El fabricante alista los productos del PO.
121250	Cargar mercancía	El fabricante carga la mercancía en los camiones.
121260	Despachar pedido	El fabricante envía los camiones al comercio, para que los productos sean entregados.
121270	Generar aviso de despacho	El fabricante envía el aviso de despacho al MPLA.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.11.4. Diagrama BPMN



Powered by
bizagi
Modeler

2.11.5. Reglas de control de flujo

NA

2.11.6. Diagrama de flujo de información



2.11.7. Actores

ID	Actividad	Descripción	Actividades
AC4	Fabricante	Entidad que ofrece productos para la venta	121240, 121250, 121260, 121270

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.11.8. Matriz RACI

ACTOR	121240	121250	121260	121270
AC4	R	R	R	R

2.12. Proceso 9: Facturar Transacción

2.12.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P9	Facturar transacción	El proceso se encarga de facturar por los servicios prestados de mediación al fabricante

Para ello se consulta en el CRM el porcentaje de comisión pactado con el fabricante una vez se reciba el aviso de despacho de productos; el cual se multiplica por el monto de la operación. De esta manera obtiene la comisión a cobrar por mediar en la operación, el cual es informado al sistema de facturación para que se registre la transacción en la cuenta de facturación del fabricante.

2.12.2. Motivadores de negocio del proceso

Los motivadores de negocio que soporta el proceso son:

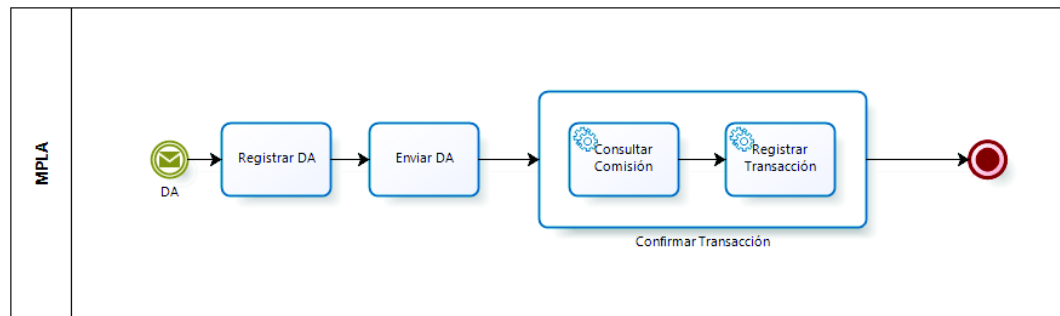
- M1: Facturación en línea.
- M5: Cobro Diferencial.
- M14: Paperless.

2.12.3. Actividades

ID	Nombre	Descripción
121160	Registrar DA	Se modifica el estado del PO, una vez tiene una orden de despacho.
121170	Enviar aviso de despacho	Se le envía el aviso de despacho generado por el fabricante al Comercio.
121190	Consultar comisión	Se consulta en la base de datos del CRM la comisión pactada con el fabricante.
121220	Registrar transacción	Se le envía el valor de la operación a facturación.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.12.4. Diagrama BPMN

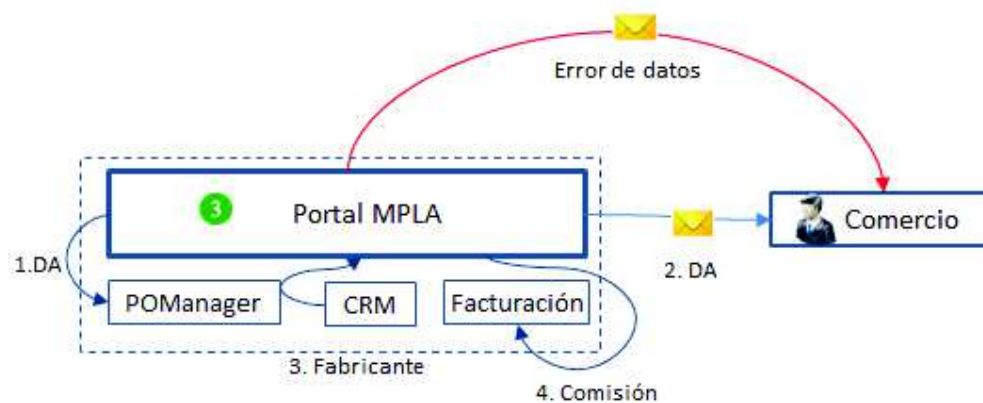


Powered by
bizagi
Modeler

2.12.5. Reglas de control de flujo


NA

2.12.6. Diagrama de flujo de información



2.12.7. Actores

ID	Actor	Descripción	Actividades
Ac1	MarketPlace	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes.	121160, 121170, 121190, 121220

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.12.8. Matriz RACI

Actor	121160	121170	121190	121220	121270
Ac1	R	R	R	R	R

2.13. Proceso 10: Calificar servicio

2.13.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P11	Calificar servicio	Este proceso el MPLA busca proveer a sus clientes con un sistema de calificación del servicio.

En el proceso, el MPLA consulta los servicios sin calificar para el cliente, le muestra los servicios que no ha calificado, el cliente selecciona y califica el servicio. El sistema registra la calificación recibida por el cliente por el servicio seleccionado.

2.13.2. Motivadores de negocio del proceso

Los motivadores de negocio que soporta el proceso son:

- M14: Revenueassurance.
- M16:Orientación al cliente.

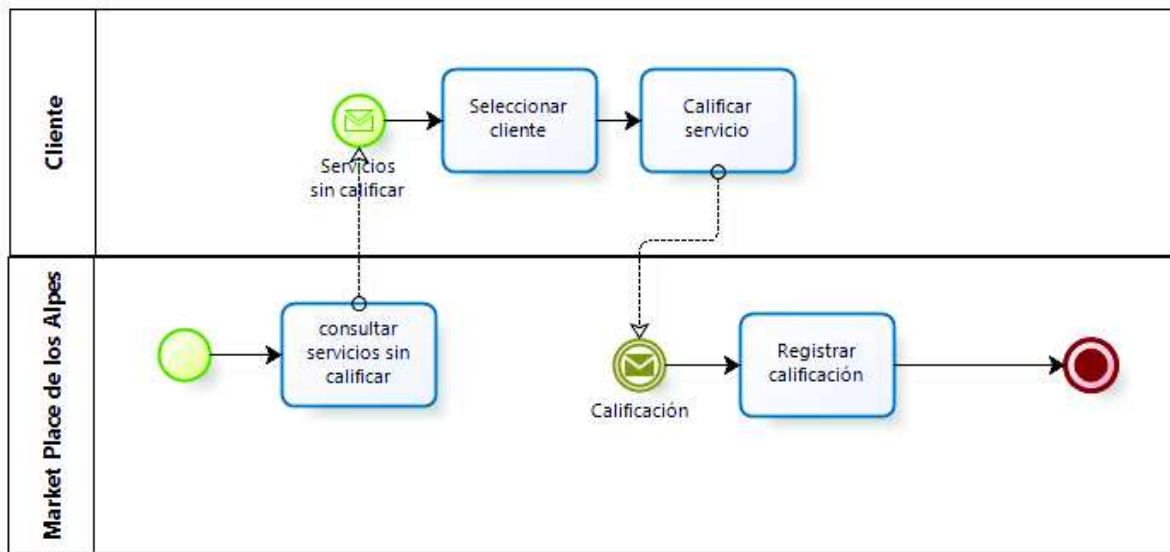
2.13.3. Actividades

Las actividades realizadas en el proceso se describen a continuación:

ID	Actividad	Descripción
211210	Consultar servicios sin calificar	El MPLA consulta en el sistema los servicios que se encuentran sin calificar.
211220	Seleccionar cliente	El cliente selecciona un cliente que esté pendiente por calificar.
211230	Calificar servicio	El cliente califica el servicio que no haya calificado.
211240	Registrar calificación	Se registra la calificación dada por el cliente.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

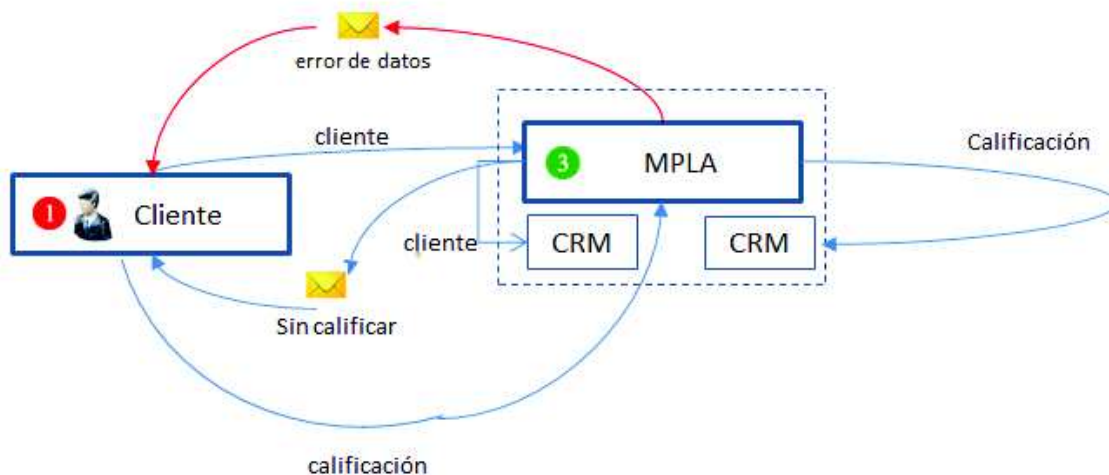
2.13.4. Diagrama BPMN



2.13.5. Reglas de control de flujo

No hay reglas de control de flujo.

2.13.6. Diagrama de flujo de información



	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

El cliente es el actor principal, ingresa al portal de MPLA, puede consultar los servicios sin calificar, luego califica el servicio en el MPLA.

2.13.7. Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac2	Cliente	Representa el cliente.	211220,211230
Ac1	MPLA	Representa la empresa MarketPlace de los Alpes	211210,211240

2.13.8. Matriz RACI

Actividad/Actor	Ac2	Ac1
211210		R
211220	I	
211230		R
211240		R

2.14. Proceso 11: Consultar calificación.

2.14.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P12	Consultar calificación	Este proceso permite a un cliente consultar la calificación de otro cliente.

Un cliente puede consultar las calificaciones que tiene otro cliente y ver cómo han sido los tratos anteriores del cliente en cuestión con otros clientes, esto le da una idea de que tan cumplido, responsable, etc., ha sido al realizar transacciones pasadas.

2.14.2. Motivadores de negocio del proceso

Los motivadores de negocio que soporta el proceso son:

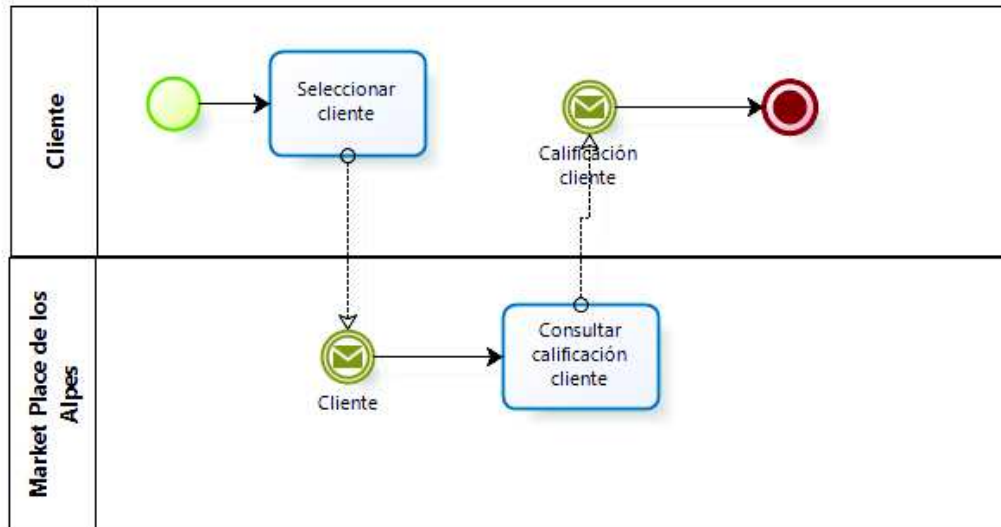
- M14: Revenueassurance.
- M16:Orientación al cliente.

2.14.3. Actividades

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

ID	Actividad	Descripción
211310	Seleccionar cliente	El cliente selecciona un cliente
211320	Consultar calificaciones	El MPLA consulta en el sistema las calificaciones que ha recibido el cliente seleccionado.

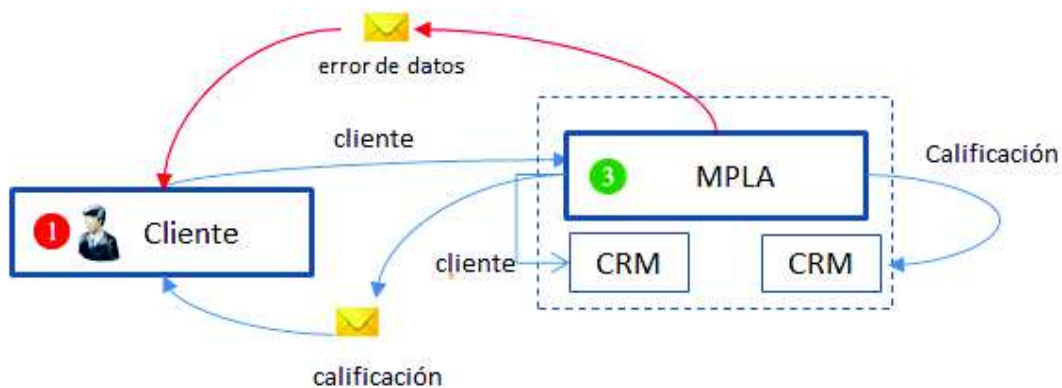
2.14.4. Diagrama BPMN



2.14.5. Reglas de control de flujo

No hay reglas de control de flujo.

2.14.6. Diagrama de flujo de información



El cliente ingresa al MPLA, consulta la calificación en el sistema y el MPLA le envía la calificación consultada.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.14.7. Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac2	Cliente	Representa a un cliente genérico del sistema.	211310
Ac1	MPLA	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes	211320

2.14.8. Matriz RACI

Actividad/Actor	Ac2	Ac1
211310	R	I
211320	R	I

2.15. Proceso 12: Crear criterio de segmentación

Los diferentes departamentos del MPLA pueden crear diferentes criterios de segmentación siempre y cuando este criterio le genere valor a la empresa. Después de realizar un estudio que soporte la creación del criterio, se valida si efectivamente éste genera valor a la hora de ser aplicado. Si genera valor se crea el criterio y luego los valores de segmentación para éste.

2.15.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P12	Proceso de Creación de Criterios de Segmentación	Este proceso es el encargado de crear los diferentes criterios de segmentación que resulten de cada uno de los estudios para los cuales el MPLA crea que es necesario realizar una segmentación y que creen un valor agregado al proceso.

2.15.2. Motivadores de negocio del proceso

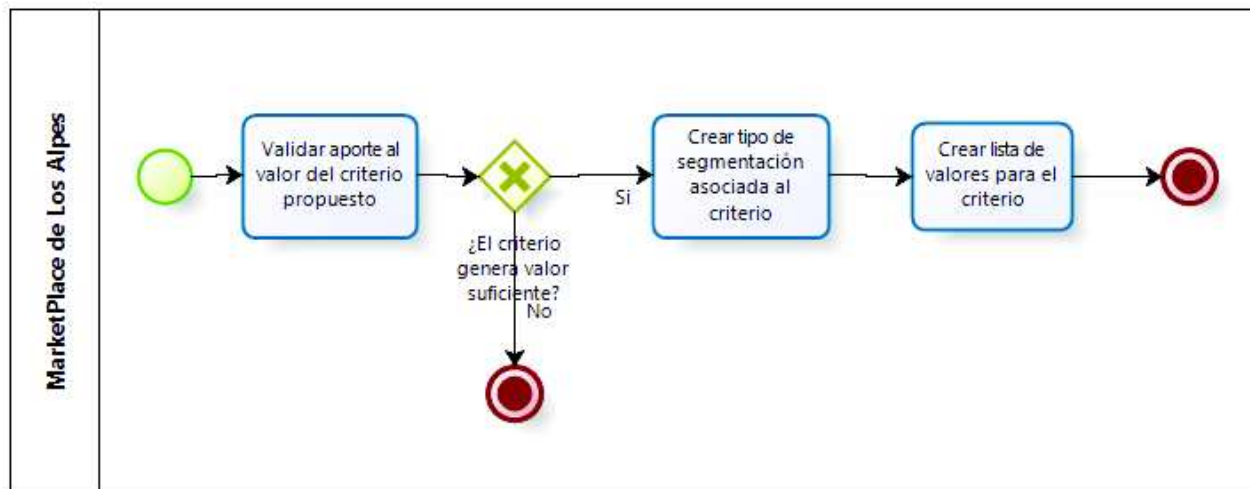
La modificación realizada al proceso de registro de Entidad ante el MPLA soporta los motivadores M5 (Cobro diferencial) y M16 (Orientación al cliente).

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.15.3. Actividades

ID	Actividad	Descripción
112110	Validar aporte al valor del criterio propuesto	Antes de crear un criterio de segmentación se debe validar si éste le da valor a los procesos de la empresa, ya que se debe evitar crear criterios
112120	Crear tipo de segmentación asociada al criterio	Esta actividad se encarga de instanciar en el sistema la agrupación de segmentos por criterio, por ejemplo, para los segmentos 1, 2, 3, 4, 5 y 6 el criterio de segmentación puede ser el estrato.
112130	Crear Lista de valores para el criterio	La lista de valores asociada al criterio es creada en el sistema en esta actividad. Para el ejemplo de la actividad 112130 serían 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

2.15.4. Diagrama BPMN



2.15.5. Reglas de control de flujo

ID	Descripción
P12F1	El criterio de segmentación genera valor

CODIGO

10-04-2012

NO OFICIAL

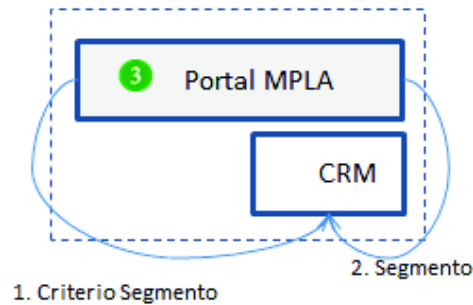
1.0

P12F1N

El criterio de segmentación no genera valor

2.15.6.

Diagrama de flujo de información



2.15.7.

Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac1	MarketPlace	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes.	111270, 111230, 111280, 111260, 111120, 111150, 111160, 111170, 111180, 111130, 111140, 111240, 111250, 111190, 111200, 112110, 112120, 112130, 112210, 112220.
Ac2	Cliente	Representa un comerciante o fabricante del Sistema.	111110
Ac3	Comercio	El comercio se encarga de recibir los catálogos de productos de los fabricantes y a su vez de generar los RMA en caso de ser necesario.	
Ac4	Fabricante	El fabricante es el actor que provee productos que pueden ser de interés para los comercios.	
Ac5	Facturación	Departamento encargado de realizar la facturación y administrar, generar y controlar los pagos realizados por los clientes del MarketPlace.	

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.15.8. Matriz RACI

Actor	112110	112120	112130
Ac1	R	R	R

2.16. Proceso 13: Segmentar clientes

Después de que La Dirección Comercial del MPLA logra agrupar a algunos clientes en algunos segmentos puede colocar esta información en un formato para que sea cargada al sistema. El sistema toma la información del archivo y aplica reglas de validación si son necesarias y relaciona a cada cliente con su segmento en el sistema.

2.16.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P13	Proceso de Segmentación de Clientes	Este proceso es el encargado de segmentar los clientes de manera masiva para poder soportar la diferenciación de servicios.

2.16.2. Motivadores de negocio del proceso

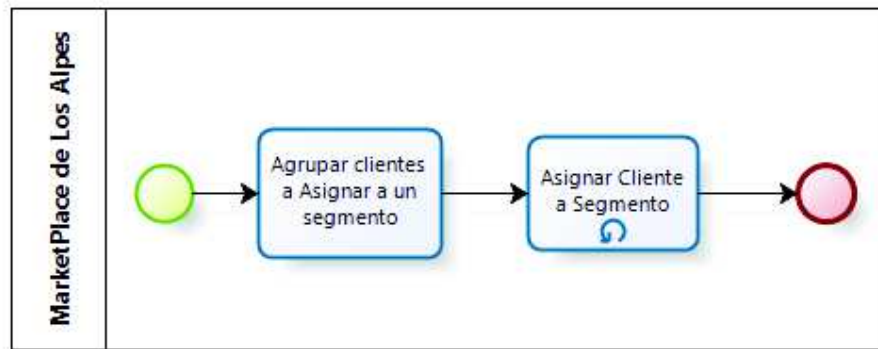
La modificación realizada al proceso de registro de Entidad ante el MarketPlace soporta los motivadores M5 (Cobro diferencial) y M16 (Orientación al cliente).

2.16.3. Actividades

ID	Actividad	Descripción
112210	Agrupar Clientes a asignar a un segmento	La Dirección Comercial del MPLA debe estar en constante revisión tanto de los clientes que aún no aparecen como no segmentados como de los que han cambiado de segmento para poder asociar los nuevos segmentos a los clientes.
112220	Asignar Cliente a Segmento	Con la información suministrada por La Dirección Comercial del MPLA el sistema asocia los segmentos a los clientes reportados.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

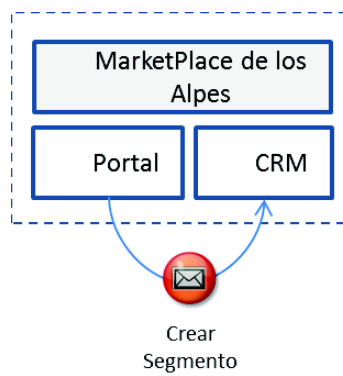
2.16.4. Diagrama BPMN




Powered by
bizagi
Modeler

2.16.5. Reglas de control de flujo NA

2.16.6. Diagrama de flujo de información



	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.16.7. Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac1	MarketPlace	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes.	111270, 111230, 111280, 111260, 111120, 111150, 111160, 111170, 111180, 111130, 111140, 111240, 111250, 111190, 111200, 112110, 112120, 112130, 112210, 112220.
Ac2	Cliente	Representa un comerciante o fabricante del Sistema.	111110

2.16.8. Matriz RACI

Actor	112210	112220
Ac1	R	R

2.17. Proceso 14: Contraoferta

2.17.1. Descripción del proceso

ID	Proceso	Descripción
P14	Contraoferta	El proceso de contraoferta le permite a un comercio negociar con uno o varios fabricantes, sobre los precios de venta de un producto.

- El comercio decide si quiere hacer una contraoferta o no para esto tiene un tiempo límite de 24 horas a partir del cierre de la subasta, si el comercio no ha decidido en ese tiempo no se hace contraoferta y la transacción no es exitosa.
- Si el comercio decide por hacer una contraoferta, esta es enviada al MPLA quien se encarga de informar a los participantes de la subasta que el comercio quiere contraofertar
- Ahora los comercios deben tomar la decisión si quieren o no aceptar los términos de la contraoferta, para esto tienen un tiempo límite de 24 horas a partir del envío del mensaje de contraoferta. Si ningún fabricante acepta los términos en el tiempo límite no se realiza la contraoferta.
- El primer fabricante que acepte los términos de la contraoferta es el que finalmente cerrara la negociación con el cliente. Para esto el fabricante deberá enviar un mensaje de aceptación y el MPLA se encargara de informarle al comercio sobre la noticia.
- Luego el fabricante deberá enviar la orden de despacho al MPLA quien le informara al cliente sobre la orden y procederá a facturar la orden del despacho.


2.17.2. Motivadores de negocio del proceso

Este nuevo proceso soporta los siguientes motivadores de negocio: M6(Autoservicio), M8 Modelo tecnológico flexible, M16 (Orientación al cliente) .

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.17.3. Actividades

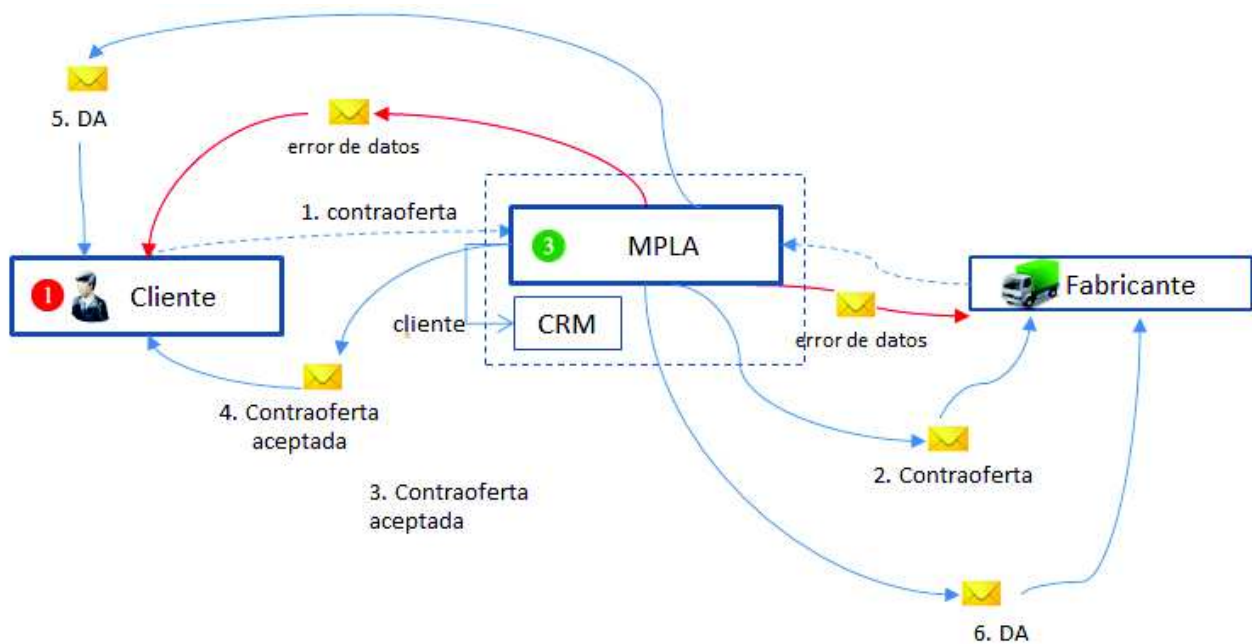
ID	Nombre	Descripción
128010	Contra ofertar	El comercio elige si desea contraoferta o no.
128020	Notificar contraoferta	El comercio informa sobre su decisión de contra ofertar.
128030	Informar contraoferta	El MPLA les informa a los participantes de la subasta de la decisión del cliente de contra ofertar.
128040	Validar contraoferta	El fabricante elije si desea o no aceptar los términos de la contraoferta.
128050	Rechazar contraoferta	El fabricante rechaza la contraoferta del comercio.
128060	Aceptar contraoferta	El fabricante acepta los términos de la contraoferta.
128070	Validar existencia de mas fabricantes	El MPLA valida si existen más fabricantes que todavía no han tomado la decisión de aceptar o no los términos de la contraoferta.
128080	Confirmar fabricante ganador	El MPLA le informa al comercio que existe un fabricante que ha aceptado su contraoferta y que es el ganador.
127000	Despachar orden	El sub-proceso despachar orden el fabricante carga la mercancía y envía la orden del despacho al MPLA.
126000	Facturar la DA	El sub-proceso de facturar DA , el MPLA se encarga de enviar la orden de despacho al Comercio además de registrar la DA y cobrar la comisión.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.17.5. Reglas de control de flujo

ID	Descripción
P14F1	El cliente ha hecho una contraoferta.
P14F1N	El cliente no ha hecho una contraoferta.
P14F2	El fabricante ha aceptado los términos de la contraoferta.
P14F2N	El fabricante no ha aceptado los términos de una contraoferta.
P14F3	Existen fabricantes pendientes de la decisión de aceptar o no una contraoferta.
P14F3N	No existen más fabricantes pendientes de una decisión sobre una contraoferta.

2.17.6. Diagrama de flujo de información



2.17.7. Actores

ID	Nombre	Descripción	Actividades
Ac1	Marketplace	Entidad principal que se encarga de mediar entre comercios y fabricantes	128030, 128070, 128080
Ac3	Comercio	El comercio se encarga de recibir los catálogos de productos de los fabricantes y a su vez de generar los RMA en caso de ser necesario.	128010, 128020
Ac4e	Fabricante	El fabricante es el actor que provee productos que pueden ser de interés para los comercios.	128040, 128050, 128060

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

2.17.8. Matriz RACI

Actividad/Actor	Ac1	Ac2	Ac3
128000		R	
128010	I	R	
128020	R		I
128030			R
128040			R
128050			R
128060	R		
128070	R	I	
127000	I		R
126000	R	I	

2.17.8 Actividades vs Entidades

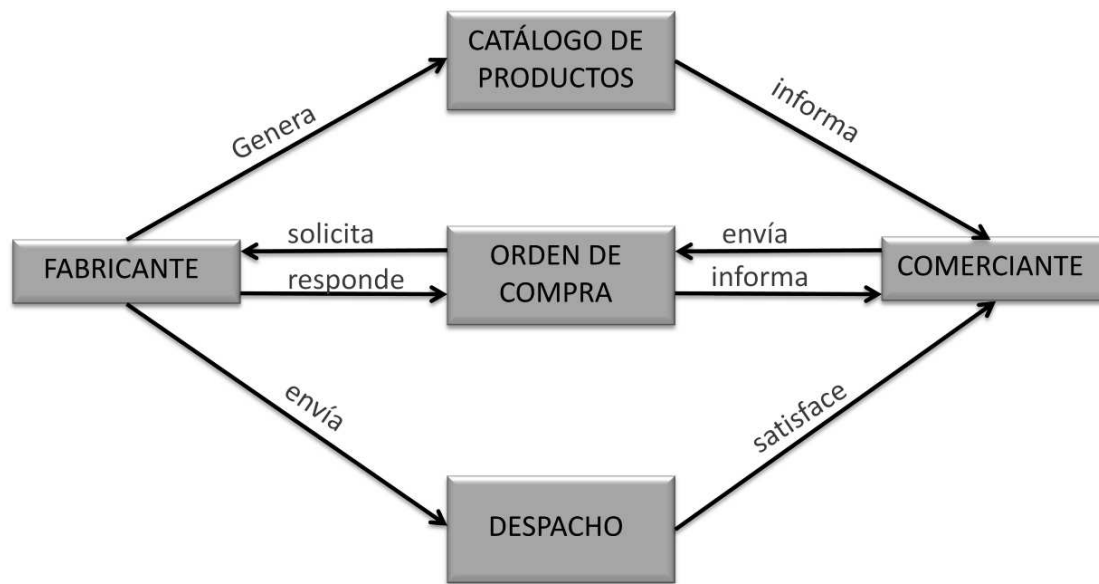
Actividades/Entidades	E1	E3	E4	E20
128010				x
128020				X
128030				X
128040				x
128050				x
128060				x
128070	x	x		x
128080	x	x	x	x

3. Arquitectura de datos

3.1. Modelo ontológico

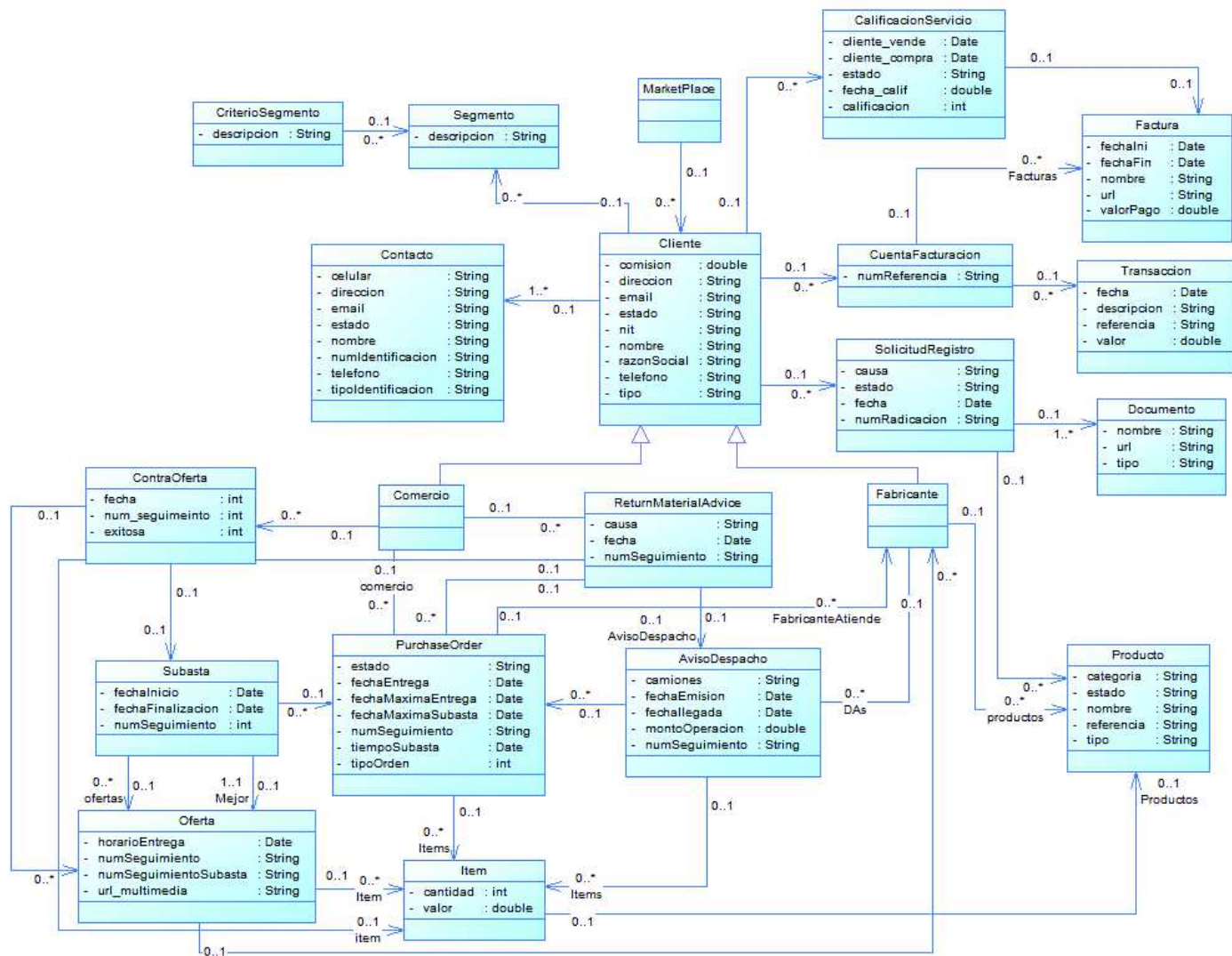
El negocio donde se desenvuelve el MarketPlace de los Alpes es intermediando en transacciones entre fabricantes y comerciantes, lo cual se muestra a continuación:

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0	



	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

3.2. Diagrama de entidades



	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

3.3. Descripción de entidades

ID	Nombre	Descripción
E1	MarketPlace	Representa un cliente del MarketPlace que presenta interés en ofrecer productos a los comerciantes.
E2	Cliente	Representa un cliente genérico que se inscribe en el sistema.
E3	Fabricante	Representa un cliente del MarketPlace que presenta interés en ofrecer productos a los comerciantes. Crea y comercializa los productos pedidos dentro del PO.
E4	Comercio	Representa un cliente del MarketPlace que presenta interés en comprar productos de los fabricantes.
E5	Contacto	Representa una persona que se encarga de ser el contacto entre un comercio o fabricante y el MarketPlace.
E6	CuentaFacturacion	Representa una cuenta de facturación que se crea una vez un cliente es aceptado en el sistema.
E7	Transaccion	Representa una transacción que se carga a la cuenta de facturación de un cliente.
E8	SolicitudRegistro	Representa una solicitud de registro al MarketPlace hecha por un cliente.
E9	Documento	Representa los documentos de soporte que se entregan con la solicitud.
E10	OrdenCompra	Representa una orden de compra (PO) enviada desde un comercio para realizar una compra al fabricante que gane la subasta inversa.
E11	Producto	Representa un producto genérico perteneciente a un cliente.
E12	Item	Representa un ítem incluido en una orden de compra. El ítem se encuentra asociado a un producto e indica la cantidad de este producto que se desea adquirir.
E13	AvisoDespacho	Representa un mensaje de aviso de despacho (DA), el cual se envía desde un fabricante hacia un comercio cuando se envían los productos solicitados en una orden de compra.
E14	Subasta	Representa una subasta que se inicia a una PO recibida de un comercio.
E15	Oferta	Representa una oferta realizada sobre una subasta específica.
E16	OrdenDevolucion	Representa una orden de devolución de productos desde un comercio a un fabricante por ser defectuosos.
E17	Factura	Representa una orden de catálogo de productos de un fabricante. A raíz de la orden, se propagan los productos de interés a los comercios.
E18	CriterioSegmento	Clasificación que agrupa a diferentes valores de segmento, por ejemplo, para el criterio de segmentación "Tipo de Empresa" se encuentran valores como: Multinacional, Grandes empresas, empresas, pymes, y microempresas.
E19	Segmento	Valor común asociado a las características de los clientes y que ayuda a distinguirlos y agruparlos.
E20	Contraoferta	Representa una contraoferta de una orden de compra.
E21	CalificacionServicio	Calificaciones entre clientes sobre servicios concretados exitosamente.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

3.4. Entidades de negocio vs actividades

P1: Registro de entidad frente al MarketPlace

Entidad	11110	111270	111230	111240	111260	111120	111150	111160	111170	111180	111130	111140	111280	111250	111190	111200
E1		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
E2		X	X	X	X										X	X
E5														X		
E6													X			
E8	X															
E9	X															
E11	X															

P2: Proceso de orden de compra:

Actividad/Entidad	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15
111130			X					X	X				
121130			X					X					
121310								X					
121320								X				X	
121110		X						X					
121120		X						X					
125000		X						X				X	X
121330								X				X	
121140		X										X	
121180			X					X					
131180		X	X					X			X		
121150			X										
126000		X	X					X			X		
121230								X					
127000		X						X			X		

P3 a P6: No se modificaron los procesos.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

P7: Compra directa

ID	Nombre	121130	121310	121150	126000	125001	125002	127000
E1	MarketPlace							
E2	Cliente							
E3	Fabricante			X	X			
E4	Comercio	X	X				X	
E5	Contacto							
E6	CuentaFacturacion							
E7	Transaccion							
E8	SolicitudRegistro							
E9	Documento							
E10	OrdenCompra		X	X	X			
E11	Producto				X	X	X	X
E12	Item				X	X	X	X
E13	AvisoDespacho							X
E14	Subasta							
E15	Oferta					X		
E16	OrdenDevolucion							
E17	Factura				X			
E18	CriterioSegmento							
E19	Segmento							
E20	Contraoferta							

P8: Despachar orden

ID	Nombre	121240	121250	121260	121270
E1	MarketPlace				
E2	Cliente				
E3	Fabricante				
E4	Comercio			X	X
E5	Contacto				
E6	CuentaFacturacion				
E7	Transaccion				
E8	SolicitudRegistro				
E9	Documento				
E10	OrdenCompra	X	X		
E11	Producto	X	X		
E12	Item	X	X		

 <div>Grupo CASE Consultoría en Arquitectura de Software Empresarial</div>	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

E13	AvisoDespacho				X
E14	Subasta				
E15	Oferta				
E16	OrdenDevolucion				
E17	Factura				
E18	CriterioSegmento				
E19	Segmento				
E20	Contraoferta				

P9: Facturar transacción.

ID	Nombre	121160	121170	121190	121220
E1	MarketPlace				
E2	Cliente				
E3	Fabricante				
E4	Comercio		X	X	
E5	Contacto				
E6	CuentaFacturacion			X	X
E7	Transaccion				X
E8	SolicitudRegistro				
E9	Documento				
E10	OrdenCompra				
E11	Producto				
E12	Item				
E13	AvisoDespacho	X	X		
E14	Subasta				
E15	Oferta				
E16	OrdenDevolucion				
E17	Factura				
E18	CriterioSegmento				
E19	Segmento				
E20	Contraoferta				

	ANÁLISIS TO-BE MPLA																CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0												

P10: Calificar servicio

Actividad/Entidad	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21
211210	X																			X
211220		X																		
211230		X																		X
211240	X					X	X													X

P11: Consultar calificación

Actividad/Entidad	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21
211310		X																		X
211320	X					X	X													X

P12: Crear criterio de segmentación


Entidad	112110	112120	112130
E18		X	
E19			X

P13: Segmentar clientes

Entidad	112210	112220
E2		X

P14: Proceso de contraoferta

Actividades/Entidades	E1	E3	E4	E20
128010				X
128020				X
128030				X
128040				X
128050				X
128060				X
128070	X	X		X
128080	X	X	X	X

	ANÁLISIS TO-BE MPLA			CODIGO	
				VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	

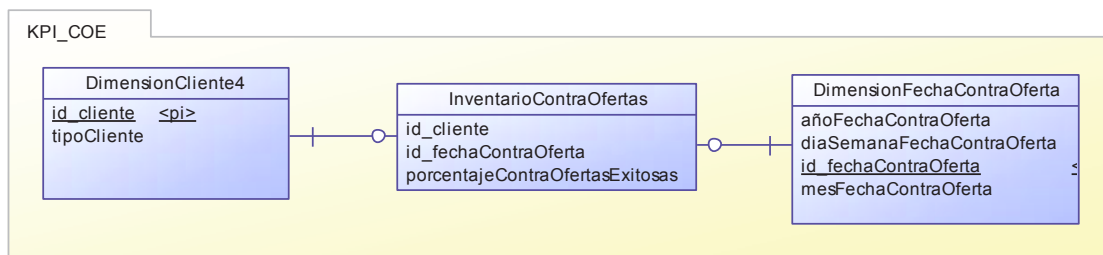
3.5. Indicadores

Los indicadores son la base fundamental para conocer el desempeño y comportamiento de la organización. Con los nuevos requerimientos, se definen nuevos indicadores a partir de la información obtenida de las operaciones registradas en las entidades de negocio que los soportan.

3.5.1. PORCENTAJE DE CONTRAOFERTAS EXITOSAS

ID	Definición		
KPI5	Número de contraofertas exitosas por total de contraofertas (COE)		
Descripción			
Corresponde al número total de contraofertas que terminaron en transacción exitosa por mes			
Color	Rango	Cota Mínima	Cota Máxima
	Bajo	0%	50%
	Medio	51%	80%
	Bueno	81%	En Adelante

Modelo Dimensional



Descripción

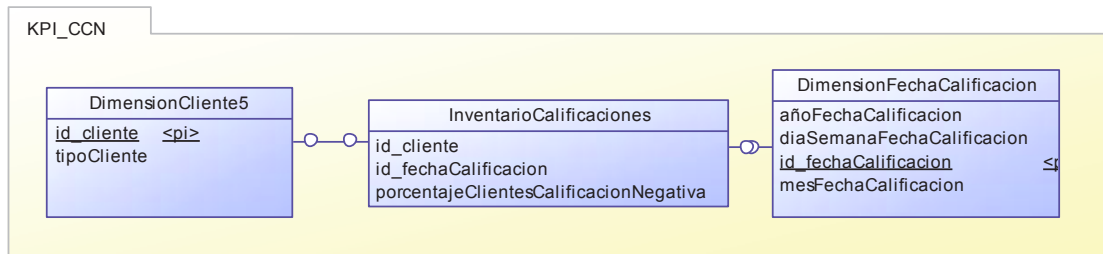
Se requiere como tabla de hechos el inventario de contraofertas. Con estas, se realizan agregaciones por fecha de elaboración de la contraoferta y cliente, para poder determinar diferentes medidas del KPI según el tipo de cliente en el tiempo.

3.5.2. Porcentaje de clientes con calificación negativa

ID	Definición		
KPI6	Número de clientes con la calificación negativa por total de clientes (CCN)		
Descripción			
Corresponde al número total de clientes con calificación negativa respecto del total de clientes del MarketPlace por mes			
Color	Rango	Cota Mínima	Cota Máxima
	Bajo	10%	En Adelante
	Medio	5%	9%
	Bueno	---	4%

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

Modelo Dimensional



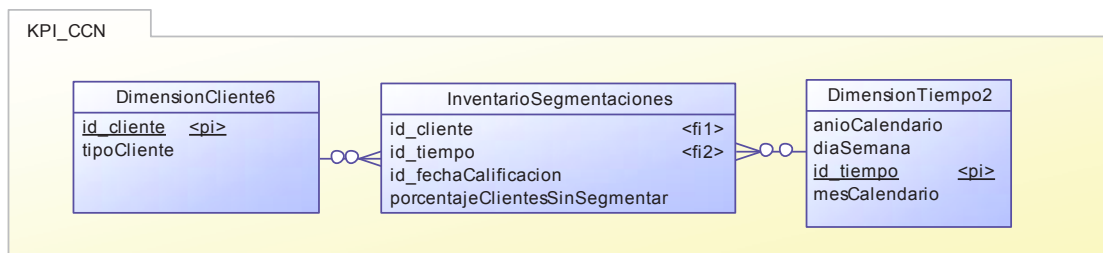
Descripción

Se requiere como tabla de hechos el inventario de calificaciones del servicio de clientes. A partir de estas, se realizan agregaciones por fecha de calificación del servicio y cliente, para poder determinar diferentes medidas del KPI según el tipo de cliente en el tiempo.

3.5.3. Porcentaje de clientes sin segmentar

ID	Definición		
KPI7	Número de clientes sin clasificación de segmento por total de clientes (PCSS)		
Descripción			
Corresponde al número total de clientes que aún no se han segmentado bajo ningún criterio respecto del total de clientes del MarketPlace por mes			
Color	Rango	Cota Mínima	Cota Máxima
	Bajo	20%	En Adelante
	Medio	10%	19%
	Bueno	---	9%

Modelo Dimensional



Descripción

Se requiere como tabla de hechos el inventario de segmentación de clientes. Conde éstos, se realizan agregaciones por tipo de cliente, para poder determinar diferentes medidas del KPI.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

3.6. Principios de datos

PDAT1	Disponibilidad de la información
Enunciado	La información de la empresa debe estar disponible para quien lo requiere en todos los canales que puedan acceder a los servicios del MPLA.
Análisis	Se debe fortalecer los canales de comunicación existentes así como realizar una fuerte planeación que soporte la disponibilidad de la información en nuevos canales de comunicación.
Implicaciones	La no disponibilidad de la información en el momento que se requiera puede afectar la calidad del servicio al cliente y el inconformismo por parte de los clientes del MPLA.

PDAT2	Soporte y seguridad de la información
Enunciado	La información de la empresa debe estar respaldada por copias de seguridad que estén disponibles y protegidas ante cualquier imprevisto que ocurra, además de que la información debe estar protegida debidamente.
Análisis	Se deben implementar políticas de la buena realización de copias de la información. Se debe implementar políticas de seguridad que permitan que la información de los clientes así como la información de los pagos permanezca en el MPLA y no pueda ser accedida por agentes externos.
Implicaciones	El no realizar una correcta política de copias de seguridad y no proteger la información debidamente puede ocasionar daños irreversibles en la empresa y desconfianza en los clientes del MPLA.

PDAT3	Internacionalización de la información
Enunciado	La información mostrada a los clientes del MPLA debe puede ser vista en múltiples idiomas.
Análisis	Debido a la necesidad de integración con Marketplaces a nivel internacional la información mostrada en los medios de comunicación podrá ser traducida en diferentes idiomas.
Implicaciones	Imposibilitar la traducción de la información mostrada en los medios de comunicación del MPLA , será un impedimento en la necesidad de expansión de la compañía.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

3.7. Políticas de datos

Las siguientes son las políticas que gobiernan los datos en la arquitectura de datos

ID	Descripción	Principio
PD1	Se garantiza la disponibilidad de la información desde los diferentes canales de comunicación del MPLA.	PDAT1
PD2	Se garantiza una creación, buena ejecución y mejora continua en las prácticas de la seguridad de la información.	PDAT2
PD3	Se certifica que la información del cliente no pueda ser accedida por ningún agente o sistema externo de los debidamente permitidos por el MPLA.	PDAT2
PD4	Se asegura una política de Back-ups de la información que permita la recuperación de información en cualquier momento	PDAT2
PD5	Se garantiza que la información mostrada por los canales del MPLA se adapte correctamente a diferentes idiomas.	PDAT3

3.8. Reglas de datos

ID	Descripción	Política
RD1	Un cliente del MPLA puede acceder a los servicios en cualquier momento.	PD1
RD2	Únicamente los empleados debidamente permitidos pueden tener acceso a la información del MPLA.	PD3
RD4	Ningún empleado podrá utilizar la información del MPLA para fines diferentes a los estrictamente relacionados con la compañía.	PD3
RD5	Solamente personal autorizado está en capacidad de realizar las copias respectivas de los sistemas involucrados	PD4
RD6	Toda información presentada al cliente debe tener en su codificación, identificadores de idioma, para facilitar la traducción de los documentos.	PD5


4. Arquitectura de aplicaciones

Esta arquitectura describe los sistemas que intervienen en el funcionamiento del MarketPlace. En esta arquitectura es posible manejar la replicación de información, redundancia de datos o interacción entre sistemas

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

4.1. Descripción de aplicaciones

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
AP_RQS	RiskQualification	Consolida y calcula el riesgo de una empresa a partir de la existencia en Confecamaras, calificación de Datacrédito y listas negras (Clinton y antilavado).
AP_CRM	CRM OnDemand	Maneja las relaciones con los clientes que fueron registrados y con los que no fue posible realizar esta acción. Administra las preferencias de los clientes.
AP_TMS	TransactManager	Soporta la operación de mediación de mensajes del MPLA. Además, genera y selecciona el fabricante ganador en la subasta inversa.
AP_BCS	BillingCharges	Genera y administra el proceso de facturación por comisión realizada para cada cliente del MPLA
AP_POM	POManager	Se encarga de registrar todas las órdenes de compra que ingresan al sistema para darles seguimiento.
AP_BAM	Oracle BAM	Genera reportes y realiza monitoreo en tiempo real de la actividad diaria del MPLA.
AP_LDAP	LDAP	Se encarga de guardar los datos de los usuarios del sistema y de autenticarlos en el portal empresarial del MPLA.
AP_MAIL	Mailer	Se encarga del envío de correos electrónicos a los clientes.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	03-05-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

4.4 Principios de aplicaciones

PDAP1	Trazabilidad de las operaciones
Enunciado	El MPLA hace seguimiento a las diferentes operaciones que hacen los usuarios en el sistema.
Análisis	El MPLA necesita monitorear las operaciones que hacen los usuarios en el sistema para poder realizar auditorías y trazabilidad sobre las mismas.
Implicaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Se debe almacenar en tiempo real las actividades realizadas diariamente en el MPLA..

4.5 Políticas de aplicaciones

ID	Descripción	Principio
PD1	Se deben almacenar las operaciones realizadas por los usuarios del MPLA.	PDAP1
PD2	Se deben generar reportes periódicamente de las actividades realizada en el MPLA.	PDATEC1

4.6 Reglas de aplicaciones

ID	Descripción	Política
RD1	Toda la información de las operaciones hechas por los usuarios del MPLA debe estar actualizada y puede ser accedida en cualquier momento por el personal estrictamente autorizado.	PD1
RD2	Todos los reportes de actividades deben ser generados digitalmente (paperless)	PD3

5. Arquitectura de tecnología

5.1 Principios de tecnología

PDATEC1	Integración
Enunciado	El modelo operativo del Marketplace necesita mantener altos grados de integración entre sus servicios y aplicaciones.
Análisis	El MPLA necesita mantener la interoperabilidad y la organización del flujo de información entre sus aplicaciones, haciendo que estas hablen en mismo lenguaje.
Implicaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Se debe asegurar la comunicación entre las distintas aplicaciones. - Debe tener Mayor Mantenibilidad a Menor Costo.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

PDATEC2	Escalabilidad
Enunciado	La implementación de nuevos servicios sólo necesita algunos recursos adicionales en lugar de una gran modificación de las aplicaciones e infraestructura.
Análisis	MPLA es una compañía que quiere permanecer en constante evolución, es por eso que necesita una infraestructura escalable para poder implementar sus nuevos servicios sin que afecte drásticamente el funcionamiento de sus procesos y servicios.
Implicaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Se deben tener estandarizados los componentes tecnológicos. - Implementar nuevas funcionalidades no deben tener un impacto significativo en el funcionamiento de la infraestructura tecnológica del MPLA

5.2 Políticas de tecnología

ID	Descripción	Principio
PD1	Se debe asegurar la comunicación entre las distintas aplicaciones.	PDATEC1
PD2	Se garantiza el Soporte a procesos de negocio.	PDATEC1
PD3	Se garantiza que la implementación de nuevas funcionalidades no tendrán un impacto significativo en el funcionamiento de la infraestructura tecnológica.	PDATEC2

5.3 Reglas de tecnología

ID	Descripción	Política
RD1	Todas las comunicaciones entre distintas aplicaciones deben tener protocolos estándar.	PD1
RD2	Siempre se debe aprovechar la infraestructura actual.	PD3

6. Análisis de brecha y roadmap de implementación

6.1 Brecha Arquitectura de negocio

6.1.1. Análisis de Brecha P1Registro de entidad frente al MarketPlace

Para este proceso solamente se implemento la segmentación de los clientes, se espera que esta nueva actividad ayude a los diferentes procesos del MPLA a prestar un servicio diferenciado a los clientes.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

	111110	111270	111230	111240	111260	111120	111150	111160	111170	111180	111130	111140	111240	111250	111190	111200	Eliminado	Proyecto
111110	K																	
111270		K																
111230			K															
111240				K														
111260					K													
111120						K												
111150							K											
111160								K										
111170									K									
111180										K								
111130											K							
111140												K						
111250														K				
111190															K			
111200																K		
Nuevo													P1SGM1					
Proyecto													PYSCLI					

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
P1SGM1	Asociación del cliente a un Segmento	Después de crear el cliente y si se tiene conocimiento de a que segmentos agregarlo, es posible relacionarlo a los respectivos segmentos. Si no es posible la segmentación, hay un segmento por defecto al que se debe agregar, este segmento es “Cliente sin segmentar”.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

6.1.2. Análisis de Brecha P2 : Procesamiento de orden de compra

Para este proceso se agruparon 8 actividades en dos diferentes subprocesos, para facilitar la comprensión del mismo, además de adicionar dos nuevas actividades que son selección de productos y realizar contraoferta:

Arquitectura Base/Arquitectura objetivo	121130	121310	121320	121110	121120	125000	121330	121140	121180	121150	121160	121170	121190	121220	121230	121240	121250	121260	121270	121340	121350	126000	127000	Eliminado
121130	K																							
121310		K																						
121320			K																					
121110				K																				
121120					K																			
125000						K																		
121330							K																	
121140								K																
121180									K															
121150										K														
121160																								P2ATN1
121170																								P2ATN2
121190																								P2ATN3
121220																								P2ATN4
121230															K									
121240																								P2ATN5
121250																								P2ATN6
121260																								P2ATN7
121270																								P2ATN8
Nuevo																				P2ATN9	P2ATN10	P2ATN11	P2ATN12	
Proyecto																				PYORK	PYORK	PYORK	PYORK	

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL	VERSION	1.0

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
ATN1	Agrupación de actividad de registro de PA	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Facturar Transacción
ATN2	Agrupación de actividad de envío de aviso de despacho	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Facturar Transacción.
ATN3	Agrupación de actividad de consultar comisión	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Facturar Transacción.
ATN4	Agrupación de actividad de registro de transacción	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Facturar Transacción
ATN5	Agrupación de actividad de procesar Pedido	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Despachar Orden.
ATN6	Agrupación de actividad de carga de mercancía	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Despachar Orden.
ATN7	Agrupación de actividad de despachar pedido	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Despachar Orden.
ATN8	Agrupación de actividad de generar aviso de despacho	Esta actividad se agrupa en un subproceso denominado Despachar Orden.
ATN9	Selección de productos	Esta actividad se encarga de la selección de los productos por parte del comercio
ATN10	Subproceso de contraoferta	Este subproceso se encarga de realizar el manejo de las contraoferta que hace el cliente hacia los fabricantes
ATN11	Subproceso Facturar Transacción	Este subproceso se encarga de agrupar las actividades de facturación.
ATN12	Subproceso Despachar Orden	Este proceso se encarga de agrupar las actividades relacionadas con el despacho de los productos por parte del fabricante

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

6.1.3. Análisis de Brecha P3, P4, P5, P6:

Estos procesos no tienen análisis de brecha ya que no se vieron impactados por ninguna de las oportunidades de mejora.

6.1.4. Análisis de Brecha P7: Compra Directa

A continuación se presenta el inventario de cambios necesarios para poder soportar el nuevo proceso de compra directa.


	121130	121310	121150	126000	125001	125002	127000	Eliminado
121130	K							
121310		K						
121150			K					
Nuevo				P7ATN1	P7ATN2	P7ATN3	P7ATN4	
Proyecto				PYORC	PYORC	PYORC	PYORC	

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
P7ATN1	Subproceso facturar transacción	Se adiciona un subproceso que factura la transacción al fabricante, donde se agrupan actividades que antes eran propias de un solo proceso, para ser reutilizadas en otros
P7ATN2	Fabricante procesa solicitud	Nueva actividad en la que el fabricante determina si tiene o no los productos disponibles para despacho
P7ATN3	Notificar productos no disponibles	Actividad en la que el fabricante notifica al MPLA de no poder atender la orden de compra que se le requirió.
P7ATN4	Subproceso Despachar orden	Se adiciona un subproceso que se encarga del despacho de productos dados por una orden de compra, agrupando actividades que eran propias de un solo proceso, para ser reutilizado por diferentes procesos.

6.1.5. Análisis de Brecha P8 Despachar Orden

El cambio realizado en este conjunto de actividades es que dejaron de pertenecer solamente al proceso de Generación de Orden de Compra, la idea fue convertirlo en un proceso reutilizable que pudiera atender requerimientos tanto del proceso en el que se encontraba como de procesos nuevos como contraoferta y compra directa.

	121240	121250	121260	121270	Eliminado
121240	K				
121250		K			
121260			K		
121270				K	
Nuevo					

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

6.1.6. Análisis de Brecha P9 Facturar Transacción

El cambio realizado en este conjunto de actividades es que dejaron de pertenecer solamente al proceso de Generación de Orden de Compra, la idea fue convertirlo en un proceso reutilizable que pudiera atender requerimientos tanto del proceso en el que se encontraba como de procesos nuevos como contraoferta y compra directa.

	121160	121170	121190	121220	Eliminado
121160	K				
121170		K			
121190			K		
121220				K	
Nuevo					

6.1.7. Análisis de Brecha P10Calificar servicio

En el análisis de brecha, como es un proceso nuevo y las actividades no eran utilizadas por un proceso del AS-IS, todas se ubican como actividades nuevas.

El proyecto definido para el proceso es servicio al cliente (SERCLI)

	211210	211220	211230	211240	Eliminado	Proyecto
Nuevo	P10ANT1	P10ATN2	P10ATN3	P10ATN4		
Proyecto	SERCLI	SERCLI	SERCLI	SERCLI		

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
P10ATN1	Consultar servicios sin calificar	El MPLA consulta en el sistema los servicios que se encuentran sin calificar.
P10ATN2	Seleccionar cliente	El cliente selecciona un cliente que esté pendiente por calificar.
P10ATN3	Calificar servicio	El cliente califica el servicio que no haya calificado.
P10ATN4	Registrar calificación	Se registra la calificación dada por el cliente.

6.1.8. Análisis de Brecha P11Consultar calificación

Los cambios presentados a continuación soportan la oportunidad de mejora asociada la calificación que pueden dar de un cliente en una transacción.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

	211310	211320	Eliminado	Proyecto
Nuevo	P11ANT1	P11ATN2		
Proyecto	SERCLI	SERCLI		

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
P11ATN1	Seleccionar cliente	El cliente selecciona un cliente
P11ATN2	Consultar calificaciones	El MarketPlace consulta en el sistema las calificaciones que ha recibido el cliente seleccionado.

6.1.9. Análisis de Brecha P12 Crear criterio de segmentación

Este proceso es completamente nuevo, se espera que la creación de criterios basados en un estudio restrinja la creación de estos y vuelva riguroso el proceso de crear un criterio nuevo.

	112110	112120	112130	Eliminado	Proyecto
Nuevo	P12SGM1	P12SGM2	P12SGM3		
Proyecto	PYSCLI	PYSCLI	PYSCLI		

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
P12SGM1	Socialización del proceso de creación de criterios	Todos los departamentos del MPLA deben ser consientes que la creación de los criterios de segmentación son para diferenciar el servicio al cliente y que no deben ser creados para facilidad del funcionamiento interno ya que se puede afectar el desempeño del sistema
P12SGM2	Implementación de Criterios de Segmentación	Se debe implementar una entidad que agrupo las segmentaciones para poder darle diferente uso en los procesos del MPLA
P12SGM3	Implementación de segmentos	Se debe implementar una entidad segmente los clientes para poder dar un servicio diferenciado en los procesos del MPLA

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

6.1.10. Análisis de Brecha P13Segmentar clientes

La relación entre los clientes y sus segmentos es importante para poder prestar un servicio diferenciado al cliente a través de los diferentes servicios prestados por el MPLA.

	112210	112220	Eliminado	Proyecto
Nuevo	P13SGM1	P13SGM2		
Proyecto	PYSCLI	PYSCLI		

ID	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
P13SGM1	Cargar archivo con información del segmento con el que se relacionan los clientes	Se debe dar soporte a través de archivo aLa Dirección Comercial del MPLA, para que la relación del cliente con cada segmento sea cargada en el sistema de la manera más rápida posible.
P13SGM2	Implementar procedimiento que relacione los clientes con el segmento reportado	Se debe crear un procedimiento por si se hace necesario aplicar reglas que validen la relación de un cliente con el segmento reportado de acuerdo a reglas.

6.1.11. Análisis de Brecha P14 Contraoferta

El análisis de brecha toma en cuenta que este proceso es nuevo, a continuación se puede observar que casi la totalidad de las actividades son nuevas.

AS-IS/TO-BE	128000	128010	128020	128030	128040	128050	128060	128070	126000	127000	Eliminado	Proyecto
128070								K				
Nuevo	P14AT N1	P14AT N2	P14AT N3	P14AT N4	P14AT N5	P14AT N6	P14AT N7		P14AT N8	P14AT N9		
Proyecto	PYORC	PYORC	PYORC	PYORC	PYORC	PYORC	PYORC		PYORC	PYORC		

5.1 Brecha Arquitectura de datos

Se modificaron entidades para facilitar el manejo de contenido multimedia y se adicionaron nuevas entidades que facilitarán las calificaciones de los clientes, el manejo de contraofertas y la segmentación de entidades registradas:

	ANÁLISIS TO-BE MPLA																CODIGO	
																	VERSION	1.0
FECHA DE ACTUALIZACION				10-04-2012				ESTADO				NO OFICIAL						

Arquitectura Base/Arquitectura objetivo	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	E 8	E 9	E1 0	E1 1	E1 2	E1 3	E1 4	E15	E1 6	E1 7	E18	E19	E20	E21	Eliminado
E1	K																					
E2		K																				
E3			K																			
E4				K																		
E5					K																	
E6						K																
E7							K															
E8								K														
E9									K													
E10										K												
E11											K											
E12												K										
E13													K									
E14														K								
E15															EA T1							
E16																K						
E17																	K					
Nuevo																		EA T2	EA T3	EA T4	EA T5	

Id	Nombre	Descripción
EAT1	Agregación campo ubicación multimedia a la tabla Oferta	Se le adiciona a la entidad oferta un campo que describe la ubicación del contenido multimedia cuando se agrega éste a la hora de realizar la oferta por parte del comerciante.
EAT2	Agregación entidad CriterioSegmento.	Esta entidad permite agrupar diferentes valores de segmento.
EAT3	Agregación entidad Segmento	Esta entidad permite agregar Valores comunes asociados a las características de los clientes y que ayuda a distinguirlos y agruparlos se agrupa en un subproceso denominado Facturar Transacción.
EAT4	Agregación entidad Contraoferta	Esta entidad representa una contraoferta de una orden de compra.
EAT5	Agregación entidad CalificacionServicio	Esta entidad permite almacenar las calificaciones entre los clientes de servicios concretados exitosamente.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

5.2 Brecha Arquitectura de aplicaciones

No hubo cambios a nivel de la brecha de aplicaciones, las aplicaciones actuales se mantienen:

Arquitectura Base/Arquitectura objetivo	AP_RQS	AP_CRM	AP_TMS	AP_BCS	AP_POM	AP_BAM	AP_LDAP	AP_MAIL	Eliminado
AP_RQS	K								
AP_CRM		K							
AP_TMS			K						
AP_BCS				K					
AP_POM					K				
AP_BAM						K			
AP_LDAP							K		
AP_MAIL								K	
Nuevo									


5.3 Consolidación del análisis de brecha

Acción	Cantidad de procesos	Cantidad de actividades														Cantidad de entidades	Cantidad de aplicaciones
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14		
Modifica	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Mantien e	4	15	11	0	0	0	0	3	4	4	0	0	0	0	0	16	8
Nuevo	7	1	4	0	0	0	0	4	0	0	4	2	3	2	9	4	0
elimina	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	14	16	15	0	0	0	0	7	4	4	4	2	3	2	9	21	8

5.4 Plan de proyectos

5.4.1 Proyectos requeridos

- **Diseño y desarrollo de un portal Móvil para el MPLA:** Este proyecto consiste en crear un portal móvil para que los clientes del MPLA accedan a los servicios e información que se describen a continuación.
 - Información misional del MPLA.
 - Consulta y Descarga de catálogos de productos de acuerdo a un criterio de -búsqueda.
 - Consultar los perfiles y reputación de los usuarios.
 - Consultar las facturas pendientes de pago.
 - Consultar historial de compras o ventas.

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

- **Desarrollo de un mecanismo de segmentación de clientes:** Este proyecto consiste en desarrollar un mecanismo que agrupe los clientes de acuerdo a los criterios que le den valor al servicio diferenciado. Este mecanismo permitirá establecer unas tarifas diferenciadas que estén diseñadas en para favorecer al cliente, dependiendo del historial que éste tenga en el MPLA.
- **Implementación de nuevas formas de compra y oferta para los clientes del MPLA:** Este proyecto busca diversificar la forma en que los clientes del MPLA realizan las órdenes de compra, así como implementar la posibilidad de negociar directamente con la contra parte.

Estas nuevas formas constan de órdenes de compra multi-producto, compras directas y realización de contraofertas.

- **Implementación de un espacio virtual que se integre al portal WEB del MPLA:** Este proyecto consiste en la creación de un espacio o comunidad virtual donde los clientes del MPLA puedan interactuar entre sí utilizando chats, foros, intercambio de multimedia, calificaciones por servicio, etc.

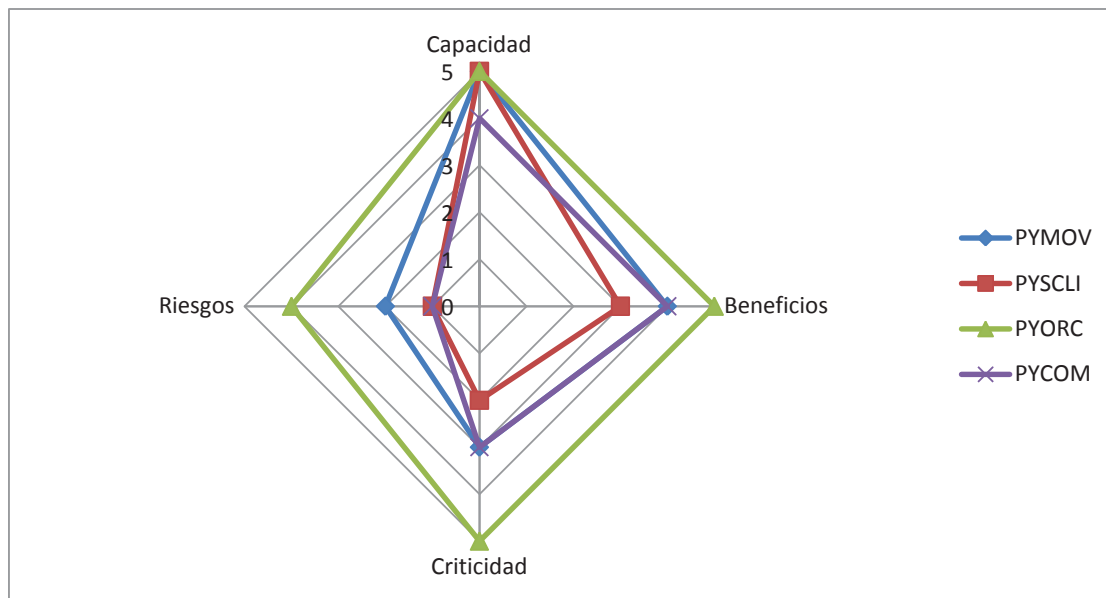
Además tendrá la opción para traducir información relevante que garantice la lectura de los mensajes por cualquier cliente en diferentes partes del mundo.

5.4.2 Priorización de proyectos

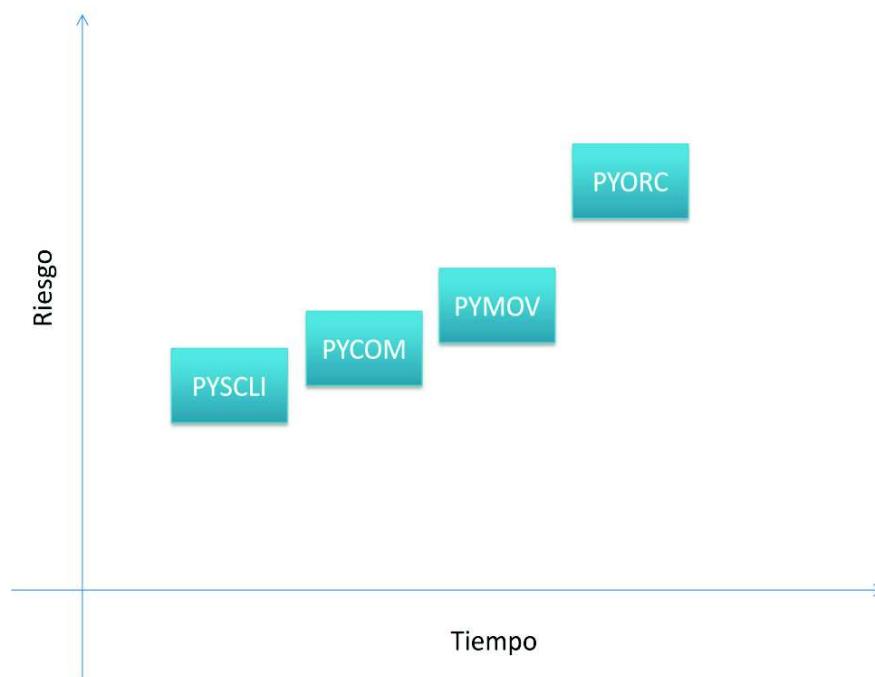
La priorización inicial presentada a continuación fue realizada teniendo en cuenta juicio de expertos.


ID	Proyecto	Capacidad	Criticidad	Riesgo	Beneficio	Total
PYMOV	Diseño y desarrollo de un portal Móvil para el MPLA	5	4	3	2	3.5
PYSCLI	Desarrollo de un mecanismo de segmentación de clientes	5	3	2	1	2.75
PYORC	Implementación de nuevas formas de compra y oferta para los clientes del MPLA	5	5	5	4	4,75
PYCOM	Implementación de un espacio virtual que se integre al portal WEB del MPLA:	4	4	3	1	3

	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		



5.4.3 Roadmap de proyectos



	ANÁLISIS TO-BE MPLA				CODIGO	
					VERSION	1.0
	FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

5.5 Arquitecturas de transición

A continuación se hace una breve descripción de las arquitecturas de transición necesarias para llegar a la arquitectura objetivo. Teniendo en cuenta las 15 semanas con las que se cuentan.

Id	MPLA-TR1
Nombre	Arquitectura con segmentación de clientes
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener una arquitectura que soporte la segmentación de clientes y el cobro diferenciado de tarifas.
Proyectos relacionados	PYSCLI
Duración	3 semanas

Id	MPLA-TR2
Nombre	Arquitectura con interacción entre usuarios y multi-canalidad.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura que soporte la comunicación de los usuarios. Además de la internacionalización del portal de MPLA • La arquitectura debe soportar el acceso a ciertos servicios e información del MPLA desde canales móviles.
Proyectos relacionados	PYCOM,PYMOV
Duración	7 semanas

Id	MPLA-TR3
Nombre	Arquitectura de diversificación de compras y ofertas.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura para dar soporte a la posibilidad de contra-ofertar, comprar directamente y crear órdenes de compra multiproducto.
Proyectos relacionados	PYORC
Duración	5 semanas

 Grupo CASE <small>Consultoría en Arquitectura de Software Empresarial</small>	ANÁLISIS TO-BE MPLA			CODIGO	
				VERSION	1.0
FECHA DE ACTUALIZACION	10-04-2012	ESTADO	NO OFICIAL		

