



Andrés Zoppelletto (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Lic. Susana Darín / Ing. Guillermo Defino

2015



Índice

Seguimiento y revisión 8

Cambios del autor 8

Revisiones 8

Descripción del documento 8

1 Descripción General 9

1.1 Descripción básica del negocio 9

1.2 Situación actual del negocio 11

1.3 ¿Qué hace único a su negocio? 12

1.4 Describa los factores principales que considera harán exitoso su proyecto 14

1.5 Estrategia: Definir Misión, Visión y Propósito Estratégico 17

Misión 17

Visión 18

Propósito Estratégico 18

1.6 Identificación de la oportunidad de negocio 20

1.7 Capacidades centrales 23

1.8 Propuesta de valor para el cliente 25

1.9 Valores nucleares de la organización 26

Respecto a los proveedores 26

Respecto a los consumidores 26

Respecto a nuestro staff 26

1.10 Enfoque e iniciativas estratégicas 27

1.11 Áreas claves de resultados: identificar y justificar 29

1.12 Ingreso al sector: estrategias de inserción 29

Marco temporal 34

Alcance del servicio 34

Alcance geográfico 34



Alcance del mercado	35
2 Análisis estratégico	36
2.1 Análisis de Contexto	36
2.1.1 Descripción del escenario local	36
2.1.2 Factores económicos	39
2.1.3 Factores políticos	41
2.1.4 Factores Tecnológicos	44
2.1.5 Descripción del escenario: escenario–meta	46
2.1.6 Análisis sectorial. Definición de Oportunidades y Amenazas del negocio	47
2.2 Análisis de lo Competencia	48
2.2.1 Principales competidores directos	48
2.2.2 Análisis de cadena de valor	49
2.2.3 Definición de Factores Críticos de Éxito (FCE)	51
2.2.4 Fortalezas y debilidades del negocio.	53
3 Análisis FODA	54
3.1 Cuadro FODA	54
3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas	55
Fortalezas	55
Oportunidades	56
Debilidades	57
Amenazas	58
3.3 Conclusión: Atractivo de la Industria, Fortalezas del Negocio.	59
4 Segmentación	63
4.1 Segmentación de consumidores y/o Negocios	63
4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores	64
4.3 ¿Quiénes son los potenciales usuarios/ compradores del negocio?	70
4.4 Pautas de comportamiento esperado de cada segmento.	73



5 Plan de Acción 74

5.1 Posicionamiento del negocio 74

5.2 Programas generales de acción 76

5.2.1 Matriz de vinculación FODA y Desafíos – Planes Generales 77

Desafíos 77

Fortalezas 77

Oportunidades 78

Debilidades 78

Amenazas 79

5.3 Programas específicos de acción 80

Estrategias de Marketing 81

Estrategias de Tecnología 83

Cronograma operativo de acciones 85

6 Plan de Marketing 86

6.1 Objetivos 86

6.2 Resultados esperados en materia de cobertura y participación 89

6.3 Metas de Posicionamiento 90

6.4 Producto. Estrategia de Producto (o servicio) 91

6.4.1 Describa el producto/ servicio (qué es y qué no es) 93

6.4.2 ¿Es un producto/ servicio durable, estacional? 94

6.4.3 ¿Cuáles son las características del servicio que influyen sobre la decisión de compra? 95

6.4.4 ¿Existen estudios que respalden sus hipótesis? 96

6.5 Precio. Estrategia de Precio 97

6.5.1 Condicionantes del precio 97

6.5.2 Estrategia de precio 99

6.6 CIM (Comunicaciones integradas de marketing) 103



6.6.1 Planificación estratégica de las acciones de comunicación	104
6.6.2 Diseño de Sitio web (7 "C" y pantallas descriptivas)	106
6.7 Distribución	109
6.7.1 Factores condicionantes de la distribución. Principales canales	109
6.7.2 Estrategia de distribución	110
6.7.3 Canales (tipo y nivel)	110
6.7.4 Análisis de localización de puntos de venta propios	111
6.7.5 Opciones de asociación	111
6.7.6 Gestión del JIT just in time	111
7 Operaciones	112
7.1 Organización de la empresa	112
7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas.	113
7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves.	113
Dirección General	113
Gerencia de Marketing y RR.PP.	113
Gerencia Técnica	114
Equipo de marketing	114
Equipo de desarrollo	114
Servicio contable y legal	115
7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución	115
7.5 Filosofía y sistema de trabajo	116
7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos previstos de evolución de la estructura.	116
10 Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica	117
10.4 Introducción	117
10.4.1 Propósito	118
10.4.2 Alcance	119



10.4.3	Definiciones, Acrónimos y Abreviaciones	121
10.5	Descripción de las partes interesadas y usuarios	122
10.5.1	Resumen de las partes interesadas	122
10.5.2	Entorno de usuario	123
10.5.3	Perfil de las partes interesadas	124
10.6	Descripción global del producto	126
10.6.1	Perspectiva del producto	126
10.6.2	Resumen de características	127
10.6.3	Suposiciones y dependencias	128
10.7	Descripción detallada del producto	129
10.7.1	Estándares aplicables	131
10.7.2	Requisitos de sistema	131
10.7.3	Requisitos de desempeño de sistema	132
10.7.4	Requisitos de entorno	132
10.8	Requisitos de documentación	132
10.9	Guías de instalación, configuración y archivo léame	133
	Guía de instalación IIS 8.0	133
	Guía de instalación Framework 4.5	136
	Guía de instalación MS SQL Server 2012	137
10.10	Casos de uso	152
	Gráfico del alcance del sistema	153
10.11	Especificaciones de casos de uso	154
	CU-ADM-001 Registrando usuario	154
	CU-ADM-002 Modificando datos de usuario	163
	CU-ADM-003 Dando baja de usuario	173
	CU-NEG-001 Administrando establecimiento	183
	CU-NEG-002 Cargando establecimiento	193



CU-NEG-003	Modificando establecimiento	203
CU-NEG-004	Eliminando establecimiento	213
CU-NEG-005	Administrando canchas	223
CU-NEG-006	Cargando cancha	233
CU-NEG-007	Modificando cancha	243
CU-NEG-008	Eliminando cancha	254
CU-NEG-009	Buscando cancha	264
CU-NEG-010	Reservando cancha	274
CU-NEG-011	Administrando reservas	284
CU-NEG-012	Cancelando reserva	294
CU-NEG-013	Enviando notificación	304
CU-NEG-014	Calificando contraparte	311
CU-NEG-015	Consultando informes	320
CU-NEG-016	Administrando turnos	330
CU-SEG-001	Encriptando	339
CU-SEG-002	Desencriptando	347
CU-SEG-003	Generando dígitos verificadores	355
CU-SIS-001	Realizando copia de seguridad	363
CU-SIS-002	Ejecutando restauración de seguridad	370
CU-SIS-003	Escribiendo bitácora	377
CU-SIS-004	Leyendo bitácora	386
CU-SIS-005	Validando integridad de dígitos verificadores	394
CU-USR-001	Ingresando al sistema	402
CU-USR-002	Saliendo del sistema	412
CU-USR-003	Recuperando contraseña	421
CU-USR-004	Seleccionando idioma	430
10.12	Especificaciones adicionales	438



10.13	Mapa de navegación	439
10.14	Diagrama de paquetes	440
10.15	Diagrama de componentes	441
10.16	Diagrama Entidad Relación	442
	Modelo gráfico	442
	Diccionario de datos	443
10.17	Diagrama de despliegue	449
10.18	Diagrama de Clases de toda la solución	450
10.19	Especificación de Casos de Prueba	451
10.20	Pruebas unitarias	457
10.21	Material de apoyo al usuario final	457
11.3	Bibliografía consultada	458
	Otras referencias consultadas	458



Seguimiento y revisión

Cambios del autor

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
2015-04-14	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura anterior.
2015-04-18	Zoppelletto A.	2.0	Se genera nuevo documento desde cero con nueva estructura.
2015-07-04	Zoppelletto A.	3.0	Se unifican carpetas para entrega final.

Revisiones

Fecha	Auditor	Versión aprobada	Responsabilidad / Rol

Descripción del documento

Ítem	Detalle
Título del documento	
Autor	
Fecha de creación	
Última actualización	



1 Descripción General

1.1 Descripción básica del negocio

ReservaTuCancha.com.ar (en adelante RTC) le brindará a los establecimientos deportivos de Capital Federal y Gran Buenos Aires la posibilidad de ofrecerle a sus clientes un sistema centralizado de reservas online de canchas de padel, tenis, fútbol o cualquier otro deporte o disciplina, consultando la disponibilidad de un determinado oferente (establecimiento) o comparando entre aquellos que reúnan los criterios de búsqueda por actividad, zona, fecha, horario, precio y características en tiempo real.

Es muy frecuente encontrarse con el problema de haber juntado un grupo de personas para desarrollar alguna actividad deportiva, pero no poder encontrar un lugar para llevarla a cabo, principalmente por no conocer todas las opciones donde desempeñar las mencionadas actividades deportivas, o bien por presuponer que no podrá conseguir un cupo disponible sin intentar siquiera comunicarse con el sitio en cuestión.

ReservaTuCancha.com.ar es una idea basada en una plataforma online que permitirá buscar, seleccionar y realizar la reserva de diferentes canchas en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, con el posterior soporte analítico y de calificaciones.

Se detallará más adelante en el desarrollo del análisis del negocio las diferentes características ventajas que se esperan sean el diferencial respecto a la competencia, como también la estrategia de marketing y precios.

Es un negocio B2B2C (**Business to Business to Consumer**), donde como intermediario se le brinda a los diferentes clubes y establecimientos de alquileres de canchas (en adelante PROVEEDORES), la posibilidad de promocionar sus canchas, informando la disponibilidad de las mismas a los usuarios consumidores (en adelante CONSUMIDORES), y dándole la posibilidad a éstos de realizar la reservar online de ellas.

Hablamos de un servicio de **comercio electrónico directo** ya que, si bien no todas las fases de la transacción se presentan en forma digital, el servicio se brinda sobre el llamado 4to canal. Como en gran parte de los servicios brindados en forma digital, la



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



prestación del servicio final (el uso del predio alquilado) se brinda en forma tradicional. En una primera etapa del proyecto lo mismo sucederá con el pago del servicio, el cual se realizará in situ al momento de hacer uso del alquiler, no descartando a futuro permitir el pago electrónico adelantado del servicio.



1.2 Situación actual del negocio

ReservaTuCancha.com.ar **es una idea en formación** que surge del problema que tiene actualmente la comunidad deportiva aficionada de Buenos Aires cuando se encuentra habitualmente con dificultades de realizar reservas de canchas para diferentes actividades deportivas en diversos clubes de Capital y Gran Buenos Aires. Nos referimos a la tarea de comunicarse telefónicamente o presentarse personalmente, en diferentes clubes y sitios de alquiler de canchas, para realizar una reserva con el fin de organizar un encuentro.

En resumen, **RTC pretende, a través de diversas características, facilitar la tarea de organizar encuentros deportivos entre allegados a través de una plataforma web, dando al mismo tiempo valores agregados a los establecimientos asociados mediante informes analíticos real time, históricos y predictivos, entre otros.**

1.3 ¿Qué hace único a su negocio?

Si bien dentro del ámbito geográfico en donde se está analizando ingresar ya se cuentan con servicios similares, el relevamiento y estudio sobre estos servicios indica en su mayoría que no están completamente desplegados ni afianzados, ofreciendo a nuevos competidores la posibilidad de ingresar al mercado.

Este significativo hecho a su vez se tornará en un barrera de ingreso para futuros competidores, dado que a diferencia de otros servicios que se prestan sobre plataformas digitales (como venta de productos online, contratación de servicios atemporales o pedidos de delivery, entre otros) este servicio no permite que la publicación y asignación de turnos sea llevado a cabo en diferentes medios o ubicaciones. Generando por consiguiente, si se permite el término, un establecimiento cautivo (**importante factor que se mantiene en el tiempo resultado de la política de ingreso adecuada al sector**), resultándole costoso el cambio a otra plataforma. Más aún si el precio y el servicio son acordes.

Un *adecuado plan de ingreso*, a través de políticas de marketing y precio que se desarrollarán más adelante, acompañado de un servicio diferencial a través de características analíticas y predictivas, pretende ser la clave para lograr un exitoso despliegue y adopción por parte de los establecimientos y usuarios.

Uno de los mayores atractivos del sector se basa en el **potencial crecimiento** que puede tener el servicio, basándose en el número de establecimientos en el mercado meta (en CABA casi 300¹ clubes barriales y más de 1500² locales de prácticas deportivas; y alrededor de 5000³ establecimientos en toda la provincia de Buenos Aires. Ver anexo), apuntando obviamente a la mayor participación posible en el mercado, y el cada vez más grande y siempre creciente índice de acceso a Internet que está desarrollando el país, donde actualmente supera el 60%⁴ de inserción sobre la población total, considerando además que éste índice aumenta en las regiones de CABA y GBA, económicamente mejor posicionadas que el resto del país.

Las ventajas hacia los usuarios que ofrece el negocio pueden ser observadas desde dos puntos de vista diferentes:

¹ http://www.buenosaires.gob.ar/areas/deportes/listado_clubes_barriales.php

² http://www.indec.gov.ar/economico2005/definitivos/cuadros/cne04_2_16_c1.xls

³ http://www.indec.gov.ar/economico2005/definitivos/cuadros/cne04_6_16_c1.xls

⁴ <http://databank.worldbank.org/data/views/reports/tableview.aspx>



Por un lado, el servicio brindado por RTC permitirá principalmente aumentar el índice de uso de las canchas de los PROVEEDORES, **incrementando por consiguiente la rentabilidad** de las mismas con un **menor costo operativo**. Adicionalmente, y no menos importante, se brindarán reportes y análisis de uso de las reservas, valor agregado al habitual y normal sistema de reservas manual.

Por el otro lado, le brinda al CONSUMIDOR no sólo la posibilidad de acceder a un único sitio centralizando toda la información necesaria en forma gratuita, para tomar la decisión de realizar una reserva de manera más rápida, segura y eficaz posible, en menos tiempo, y con menor esfuerzo, sino también obtener alternativas a su búsqueda ante la falta de disponibilidad de establecimientos sobre la búsqueda realizada, quedar en un listado de espera ante reservas realizadas con posibilidad de ser notificado si se efectuase una cancelación, ser recordado del turno que tiene vigente, entre otras características.

Y en ambas parte podrán realizar calificaciones recíprocas del servicio prestado y tomado, como también se verán beneficiados por la posibilidad de ofrecer o acceder a diferentes promociones de alquileres, dado que los PROVEEDORES tendrán la posibilidad de dar a conocer su disponibilidad de manera muy económica, mejorar el posicionamiento en búsquedas y contratar publicidad tradicional en el sitio.

En tanto los CONSUMIDORES podrán acceder a dichas promociones, teniendo la posibilidad de comparar los beneficios de cada una de ellas, comparar precios y características de los establecimientos y acceder, como se mencionó, en forma unificada a toda la oferta existente del deporte de su interés.



1.4 Describa los factores principales que considera harán exitoso su proyecto

Para poder dar una correcta visión del servicio a prestar, se parte de las características que dan base a la idea:

- Amplio espectro y diversidad de PROVEEDORES para una mejor decisión: Como se mencionó, el potencial del mercado es de miles de establecimientos, que buscan dar al usuario CONSUMIDOR la posibilidad de realizar una única búsqueda, de manera precisa y rápida por la opción más adecuada a su necesidad. Algo que hoy en día no puede obtener de manera tradicional.

Adicionalmente, sobre el core de éste servicio se agregan diferenciadores claves al uso del servicio, como la sugerencia automática de establecimientos de similares características ante resultados exactos negativos en la búsqueda, o también la posibilidad de anotarse en lista de espera por un determinado alquiler.

- La digitalización del proceso de la reserva permite por consiguiente trabajar con los datos, analizar información y brindar al cliente métricas y reportes analíticos del uso, cancelaciones y capacidad ociosa (entre otros), permitiendo al establecimiento tomar decisiones, realizar cambios o aplicar promociones según considere adecuado, en pos de aumentar su atractivo y maximizar sus ganancias.

- Los PROVEEDORES tienen la posibilidad de ofrecer sus alquileres a una mayor universo de CONSUMIDORES, dado que no se restringe sólo a los clientes habituales del local, ni a los recomendados por terceros, sino que aún sin conocerlo llegaría a un más amplio espectro de clientes que antes no hubiesen llegado a contactarlo.

- El proceso de calificaciones por la reserva consumida, o respecto del usuario al que se le brindó el alquiler dará mayor transparencia en el uso del servicio, aumentará la confianza de las contrapartes, e incluso brindará mayor seguridad al efectuarse inhabilitaciones automáticas por el mal uso o comportamiento. Esta es una característica diferencial sobre el método de reserva tradicional.

- Si bien no se busca desarrollar en la primera etapa del proyecto, se tendrá la posibilidad de agregar el pago online por los servicios solicitados, para realizar de ésta



manera transacciones más seguras: Cómo toda solución de comercio electrónico permitirá la inclusión del pago online del servicio de manera muy sencilla, aumentando potencialmente el índice de asistencia a las reservas (bajando en consiguiente el índice de cancelación de las mismas).

- Como complemento del servicio core del negocio, se podrá también incorporar en un futuro un módulo de convocatorias, organización de partidos y calificaciones de los partidos y desempeños, incluso realizando alianzas estratégicas con servicios que actualmente ya provean esta característica, no solo facilitando sino también haciendo más divertida la experiencia del usuario consumidor al momento de organizar y concretar encuentros.

Ahora bien, las ventajas competitivas son las características o cualidades que posee un modelo de negocio que buscan perdurar en el tiempo, generar un diferencial en el mercado, aumentar beneficios y asegurar durabilidad.

- De acuerdo Pat Dorsey, autor de “The Little Book That Builds Wealth”, uno de las más importantes ventajas competitivas es el *costo del cambio*, esto es, el esfuerzo de un cliente para abandonar un servicio y pasarse a la competencia. Esto es particularmente cierto e importante en el ámbito del mercado propuesto, dado que como ya se mencionó, el servicio no se presta para ser ofrecido a través de diferentes vías, por lo que se debe buscar realizar un exitoso ingreso y transformar la salida en una barrera para el abandono del establecimiento hacia otro competidor.
- Otro importante factor que a destacar es el que podemos llamar *intangible de la marca*. Conseguir un posicionamiento exitoso en la mente del usuario, lograr y mantener un liderazgo en el mercado lleva a tener un valor único. Este es uno de los puntos que ya se mencionó, que deberá ser tratado en el plan de marketing y precios ya que es sensiblemente crítico.
- Dentro del equipo de trabajo, el *factor humano* y la alta calificación y más de 10 años de experiencia en el manejo de información, análisis de los datos, y generación de indicadores claves de negocio pretende posicionar al servicio, en este aspecto, por delante de cualquier competencia existente en el mercado.



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



1.5 Estrategia: Definir Misión, Visión y Propósito Estratégico

Misión

Es el motivo, propósito o fin de la organización, define para qué está y lo que pretende cumplir en el marco en el que actúa. Clara definición del alcance actual y futuro esperado del negocio. Ventajas competitivas. Es el HOY de la empresa.

No debe recortar las ambiciones para adecuarse a los recursos disponibles, por el contrario, se debe buscar aumentar los recursos para alcanzar metas aparentemente inalcanzables⁵.

Síntesis declaración de Misión: ReservaTuCancha

Marco temporal: Se plantea un marco temporal de 2 años. No menor, dado que no sería suficiente en alcanzar los desafíos que se plantean. No mayor ya que se considera que por el tipo de proyecto, la tecnología asociada al mismo, y por tratarse de un emprendimiento, es el plazo más adecuado para considerar el mismo.

Alcance del producto/servicio: Ayudar a acercar las partes en el proceso de reservas de canchas, para facilitar la organización de partidos, fomentando también las relaciones de cada deportista y al mismo tiempo maximizando la rentabilidad de cada uno de los establecimientos.

Alcance del mercado: Universo deportivo amateur de la región. Establecimientos deportivos que brinden los servicios de alquiler, y los usuarios que efectuarán las reservas en el ámbito amateur.

Alcance geográfico: En primera instancia, el despliegue se busca realizarlo en la región de Capital Federal y Gran Buenos Aires, siendo un área geográficamente acotada, y la de concentración por extensión.

Competencias únicas: El diferencial que se brinda por las capacidades humanas a través de la experiencia en el análisis de datos, la imagen de la marca sobre la que se debe realizar especial foco buscando una mejora continua, y el posicionamiento en el mercado que se debe no solo mantener sino mejorar a través de específicas estrategias directivas.

⁵ "Strategic Intent", G. Hamel y C.K. Prahalad



“Trabajar fuertemente durante los próximos 2 años en ayudar a acercar las partes en el proceso de reservas de canchas, en pos de simplificar la concreción de partidos amateurs en el mercado deportivo regional de Capital Federal y Gran Buenos Aires, no sólo facilitando y fomentando las relaciones de cada deportista sino también al mismo tiempo maximizando la rentabilidad de cada uno de los establecimientos. Buscando lograr esto a través de una plataforma moderna y tecnológica, potenciado por nuestra experiencia en el análisis de datos, realizando especial foco en la mejora continua de nuestra marca, y priorizando buscar el mejor posicionamiento en el mercado, *transformándonos en la mejor y más atractiva opción a elegir*”.

Dado que la idea no es un negocio existente, no se establecen desafíos originados en cambios que se deban hacer, sino los ya declarados desafíos de ingresos al mercado.

La definición de ésta misión deberá y será periódicamente revisada con el objetivo de estudiar los cambios del mercado, adecuando la estrategia y manteniendo la competitividad.

Visión

(Es la propuesta a futuro de la organización. Describe a dónde quiere llegar, lo que quiere ser. Es el rumbo que sueña seguir. Es el ¿hacia dónde? de la organización. Es el MAÑANA de la empresa)

“Liderar el mercado de la organización amateur de partidos”

Propósito Estratégico

El propósito estratégico marca las acciones a seguir para alcanzar los sueños de la empresa en cuento a las metas, posición y visión.

RTC tiene como propósito estratégico brindar un servicio confiable y de calidad impulsando la maximización de la rentabilidad y disminuyendo la complejidad de la organización de partidos.

Estas acciones serán definidas más detalladamente en los diferentes puntos del análisis del negocio a través de herramientas como el modelo de las cinco fuerzas de Porter para el análisis del contexto: la rivalidad entre competidores, la amenaza de

nuevos participantes, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los compradores o consumidores y el poder de negociación de los proveedores. Estas cinco fuerzas delimitan los precios, costos y requerimientos de inversión, que son los factores básicos que explican las perspectivas de rentabilidad a largo plazo y el atractivo de la industria.



1.6 Identificación de la oportunidad de negocio

Basado en el modelo de Porter⁶, a través del análisis de las 7 categorías que contempla, se puede trazar un perfil del atractivo de la industria y por consiguiente fundamentar la oportunidad de negocio.

Barreras de entrada: Dentro del análisis realizado, como ya se explicó, se identifica un alto costo de cambio por parte del proveedor (no así del consumidor). También se debe señalar que en un servicio de éstas características contar con una marca reconocida (o hacerla reconocida) es un diferencial importante.

Barreras de salida: No se identifican barreras de salida, a excepción de los convenios y contratos bilaterales que se firmen con los proveedores.

Rivalidad entre competidores: Como se mencionó, realizar un buen ingreso al mercado es fundamental para poder aumentar el costo de cambio hacia otros competidores. Se suma a esto el diferencial que se ofrece a través del factor humano y la experiencia en el ámbito analítico y de manejo de datos, lo que a diferencia de la competencia brinda un atractivo adicional. Sí se debe considerar también el potencial que tiene el mercado, con el gran número ya mencionado de establecimientos.

Poder de los compradores: Si bien no se concentra en pocos compradores, el poder que tienen los usuarios es crítico a la hora de lograr que el negocio sea exitoso. Las acciones de marketing y beneficios para atraer a los compradores es fundamental para el logro de los objetivos planteados.

Poder de los proveedores: El gran número de establecimientos hace que en forma individual no tengan un alto poder de negociación, si se logra penetrar fuertemente en el mercado, los propios proveedores necesitarán utilizar el servicio. Se debe trabajar en generar la “necesidad” por parte de los proveedores, planteando eficazmente los beneficios que obtendrán.

Disponibilidad de sustitutos: El principal sustituto es el proceso tradicional de reserva, que si bien no tiene las ventajas de la operación digital, es el actualmente adoptado

⁶ "Estrategias para el liderazgo competitivo", A. Hax y N. Majluf



por todos los establecimientos en el ámbito que se analiza. O yendo más allá del mero proceso, el cambio de la disciplina deportiva por otra actividad por parte del consumidor.

Acciones gubernamentales: No se detectan legislaciones o regulaciones a tener en cuenta en el mercado.

Como conclusión se puede hablar del uso de la tecnología que permite optimizar los procesos, posicionar el negocio actual de los establecimientos, aumentar las ganancias, mejorar las relaciones con el cliente y lograr mayor satisfacción en éste.

La aplicación del e-business en la innovación en los servicios tradicionales de reservas de canchas es el principal propulsor del cambio, creando una nueva estrategia de negocios y operaciones para los establecimientos buscando mayor eficiencia en la organización.

Estos factores son fundamentales para lograr la adopción del servicio.

Como una importante regla del e-business, se busca la satisfacción del cliente a través de escuchar las necesidades que presentan, convirtiéndose en aquel lugar diferente que le provee de una manera innovadora, sencilla, rápida y transparente un servicio que consume habitualmente, obteniendo más alternativas y mejores resultados.

Se responden a las principales tendencias del e-business, dando mayor rapidez al servicio de alquiler de canchas; permitiendo que el consumidor, a través del autoservicio, realice sus propias reservas; y brindando un conjunto de soluciones integradas, no sólo realizando búsquedas y reservas, sino potencialmente pudiendo generar todas las soluciones necesarias para desarrollar la actividad deportiva, una marcada tendencia a la integración.

La transparencia, teniendo el cliente a su alcance la disponibilidad de turnos, el estado de sus reservas, precios y características de las instalaciones a dónde podría concurrir, se suma a la facilidad de uso y reserva para incrementar su satisfacción en la experiencia de organizar un encuentro.



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



La implementación de un modelo eBiz permite extender el horario de atención de los establecimientos, de esta manera se puede atender 24 horas al día, los 7 días de la semana, los 365 días del año sin necesidad de personal adicional o pago de horas extras, sin costos operativos adicionales, llegando a un mercado más amplio.

El análisis realizado, y los factores diferenciales que se presentan en contraparte al tradicional proceso de reserva manual, son los que identifican la oportunidad del negocio en el mercado de reservas de canchas.

El potencial del mercado por el gran número de establecimientos, el alto uso de los servicios habituales por parte de los consumidores, y el aumento constante de la contratación, acceso y empleo de internet lleva a definir la factibilidad de la idea.

El poder de la información que se brindará, una marca que se logre establecer en el colectivo popular, y una amplia oferta de establecimientos ofrecidos de cara al consumidor, deben ser los pilares fundamentales para explotar ésta oportunidad.

1.7 Capacidades centrales

Las capacidades centrales son definidas por un conjunto de habilidades o experiencia que le permite a una organización proveer un beneficio específico o valor agregado a los consumidores. En términos más simples, son los factores que hacen que un cliente elija un producto o servicio sobre otro en el mercado.

Antes de comenzar a determinar las capacidades centrales, se debe fijar un punto honesto y alcanzable, no se puede ser el mejor en todo. Pocos líderes mundiales tienen más de 5 o 6 capacidad básicas fundamentales.

El paso a paso para determinar las capacidades centrales surgen de:

- 1- Determinar los factores que son importantes para los clientes cuando compran los productos y servicios.
- 2- Validar los tres requisitos de Prahalad y Hamel⁷: a) proveer acceso potencial a una amplia variedad de mercados, b) contribuir significativamente a los beneficios percibidos por el cliente del producto final y c) deben ser difíciles de imitar por los competidores.
- 3- Incorporar las capacidades centrales en la planificación estratégica de la organización.
- 4- Revisar las capacidades centrales periódicamente y considerar opciones de mejorarlas.
- 5- Hacer una lista de capacidades centrales que podrían ayudar a la empresa a llevar adelante su ventaja competitiva en el mercado futuro.

En el mercado de alquileres de canchas, independientemente de la disciplina que se practique, el consumidor busca precio, gran oferta, amplia disponibilidad y sobre todo facilidad en la transacción de reserva. Para que esto se logre, los establecimientos tienen que asimilar el uso del servicio, y esto se logra buscando que éstos estén cómodos con el resultado y obtengan inmediatos beneficios (no solo económicos, sino analíticos y de conocimiento del negocio).

Teniendo en cuenta estos puntos, desde la idea de negocio que se plantea se apunta a potenciar cada uno de estos aspectos, permitiéndole al consumidor realizar una comparación real de los precios ofrecidos, elegir a través de una gran variedad de

⁷ "The core competence of the corporation - Harvard Business Review ", K. Prahalad y G. Hamel



opciones con diferentes características, calificaciones y locaciones, y simplificando la tarea de reserva a través de unos pocos pasos, mejorando la experiencia del cliente.

Como segundo punto a considerar, el servicio tiene un futuro mercado prácticamente ilimitado, pudiéndose ofrecer en diversas locaciones y variedades de disciplinas; le genera marcados beneficios al negocio respecto al tradicional servicio manual de reserva, y dada la amplia variedad que se busca tener (y debe ser pilar fundamental del negocio) también lo es contra otros servicios digitales similares; algo que además debe lograrse para generar un diferencial significativo por sobre la competencia online. Como se mencionó, tanto la estrategia de ingreso con el adecuado marketing y política de precio, como también la estrategia diaria de la organización deben apuntar a acaparar la mayor variedad de oferentes posibles, con el fin de satisfacer la mayor cantidad de necesidades que la demanda requiera, llevando a un círculo virtuoso de uso del servicio.

La incorporación del pago online, el soporte a organización de partidos, la modalidad torneo o foros de usuarios, es algunos de los nuevos servicios que deben estar presentes como parte de la mejora continua y revisión periódica de las capacidades centrales y objetivos organizacionales.



1.8 Propuesta de valor para el cliente

La propuesta de valor hacia los establecimientos está enfocada principalmente en la posibilidad de brindar un servicio 24/7 de bajo costo, ampliar significativamente el universo de clientes que maneja y conoce el negocio, disminuir el nivel de no presentación sin cancelación previa (dado que éste sistema facilitaría la comunicación, cambios o cancelaciones), y poder obtener métricas y análisis detallado del uso, obteniendo por consiguiente un aumento en el índice de ocupación de sus canchas y por supuesto incrementando sus ganancias.

El cliente final del establecimiento, también usuario del sistema, tendrá un único sitio donde podrá hacer no solo búsqueda de canchas disponibles, sino también comparar y reservar, todo en pocos segundos. Esto lleva a aumentar el nivel de reserva que se realizan, donde muchas veces (y por experiencia propia) la organización de un encuentro se ve trunca por la dificultad de conseguir un turno acorde a las necesidades.



1.9 Valores nucleares de la organización

Respecto a los proveedores

Nuestros principales clientes, **razón de ser de todo el negocio y motor del servicio**, sobre los cuales brindaremos el mejor servicio, soporte y atención. Con un seguimiento continuo en el despliegue y adopción, se esperan obtener los mejores resultados.

Respecto a los consumidores

Los clientes finales de cada uno de los establecimientos, aquellos que reservarán y harán uso de los alquileres contratados, son los pilares fundamentales del negocio. Si los establecimientos son el motor, el consumidor es el **combustible del servicio**. Desde el primer ingreso al sitio, durante la registración y el final y eventual uso del servicio a través de la realización de una reserva, se brindará la mejor experiencia de uso posible.

Respecto a nuestro staff

Haciendo foco en la capacidad técnica y humana, a través de una fluida comunicación interna, se buscará motivar, guiar y promover las iniciativas del personal para el mejor desempeño y resultados posibles.

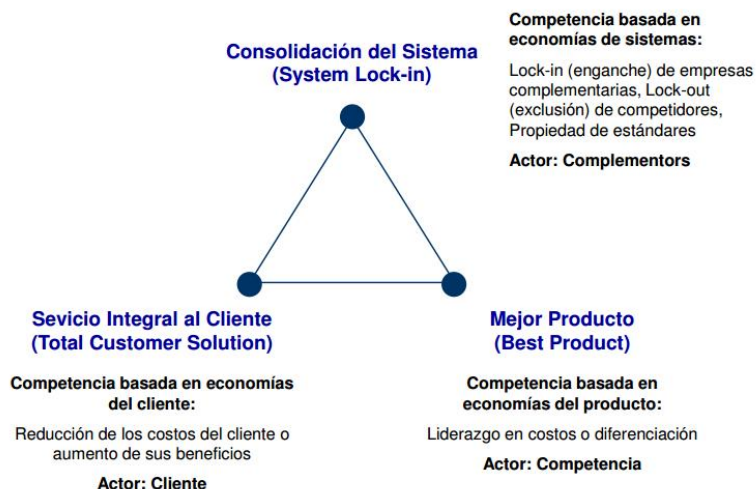
1.10 Enfoque e iniciativas estratégicas

La misión, visión, los objetivos, las metas, representan *qué* desea lograr una organización.

Sobre esta base se debe tener claro que “los clientes son la base de la estrategia de una empresa, la empresa se debe a sus clientes y hacia ellos se orientan todas sus actividades”⁸.

Las iniciativas estratégicas representan *cómo* hacerlo. “La primera ley de Newton aplicada a las organizaciones establece que una organización que se encuentra en estado de reposo permanecerá en reposo. La segunda ley de Newton indica que es necesaria una fuerza para acelerar una masa y lograr que ésta se mueva. Las iniciativas estratégicas representan la fuerza que acelera y mueve una masa organizacional”⁹.

El Modelo Delta propuesto por Hax y Wilde proporciona un esquema que establece un tipo de estrategia en el cual el vínculo con el cliente es esencial. En éste esquema encontramos un conjunto de opciones estratégicas denominado por los autores como “el triángulo”, muy diferentes entre sí:



⁸ “El Proyecto Delta”, C. Hax y D. L. Wilde

⁹ “The Execution Premium”, R. Kaplan y D. Norton



Basado en la **economía del sistema**, generando restricciones, desarrollando un mercado dominante y teniendo estándares de propiedad registrada (CS: *Consolidación del Sistema*), en la **economía del cliente**, redefiniendo su experiencia, brindando una solución integral, y realizando actividades antes realizadas por el cliente (*SIC: Solución Integral para el Cliente*) o en la **economía del producto**, a través del liderazgo de costos y diferenciación del producto en sí (*MP: Mejor Producto*).

En este contexto, las estrategias corporativa que se desarrollarán buscarán brindar una solución integral al cliente, en primera instancia buscando un posicionamiento clave en el mercado, entendiendo completamente la interacción del cliente con los servicios buscados, no generando simplemente una transacción sino estableciendo una relación con él, generando una diferencia respecto a nuestros competidores y que permita liderar el servicio de reservas online en el ámbito de la ciudad autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos.

Se buscará lograr éste posicionamiento, como ya se mencionó, a través de acciones concretas de marketing, con el objetivo de capturar la atención de la mayor cantidad de oferentes posibles, lo que llevará no solo a brindar un amplio catálogo de establecimientos a los consumidores de las canchas sino a tener la posibilidad de mejorar el servicio integrando y adecuando la oferta para cubrir mejor la necesidad. La columna vertebral de la propuesta al cliente debe ser la simplicidad del uso y la facilidad de obtener resultados, el análisis de datos en tiempo real y los potenciales informes y proyecciones que pueden realizarse.

Estas acciones deben ir acompañadas de una estrategia de precios acorde, que fomente el uso del servicio, haciendo ver en los establecimiento que ésta solución no es un gasto sino una inversión para mejorar la rentabilidad y bajar incluso costos, ejecutando por ellos los habituales procesos de reserva en una especie de outsourcing.

1.11 Áreas claves de resultados: identificar y justificar

De acuerdo al planteo estratégico que se está realizando, las principales áreas de la organización sobre las que se debe obtener los mejores y mayores resultados son marketing y sistemas.

Esto se debe a sencillas razones sobre las que se basa el negocio. Primeramente, la mayor oportunidad (y potencial ventaja competitiva, que se desea desarrollar) es el bajo nivel de competencia y adopción de productos similares en el mercado. Por lo tanto, el correcto delineamiento, ejecución y control de las políticas y estrategias de **marketing** para potenciar el efecto del ingreso al mercado, es fundamental para establecer sólidas bases para el futuro del negocio. Una estrategia errónea que no brinde como resultado una adopción del servicio en forma total llevará al fracaso de la organización.

En segunda medida, pero no menos importante, la idea de negocio se basa en la implementación de la solución ciento por ciento tecnológico, por lo que un fallo en la calidad del desarrollo o del soporte tecnológico del área de **sistemas** también llevará al fracaso de la implementación del negocio.

Áreas claves:

1- Marketing

Asegurar el exitoso ingreso del servicio al mercado.
Buscar la mejora continua de la posición del servicio en el mercado.
Responsable de la comunicación con los clientes y establecimientos.
Maximizar la relación y fidelidad de los clientes.
Aumentar la cantidad de clientes con los que cuenta el servicio.
Buscar liderar la participación del servicio en el mercado.

2- Sistemas

Desarrollar nuevos e innovadores módulos complementarios.
Ejecución de la mejora continua de los procesos informáticos.
Incorporación de nuevas tecnologías.

1.12 Ingreso al sector: estrategias de inserción



Michael Porter define cuatro estrategias básicas posibles:

- **La estrategia de liderazgo en costos**, obteniendo los productos o servicios a menor precio que la competencia, donde las fuentes de ventaja pueden incluir acceso preferencial a materias primas, tecnología superior, curva de la experiencia, economías de escala y otras similares.
- **La estrategia de diferenciación**, haciendo que el cliente perciba el producto o servicio como exclusivo, donde es posible plantear varias estrategias si hay varios atributos que son ampliamente valorados por los compradores.
- **La estrategia de enfoque (o especialización)**, donde una compañía concentra sus esfuerzos en atender bien a unos cuantos segmentos de mercado, en lugar de ir en busca de todo el mercado.
- **La “mitad de camino”**, que la siguen aquellas compañías que no tienen una estrategia clara y obtienen menos utilidades.

Claramente, sobre la base de estos conceptos que define el autor, la iniciativa planteada basará su éxito buscando el liderazgo a través de la **diferenciación**, la calidad del servicio brindado, el valor agregado ofrecido a los clientes (tanto a los establecimientos como a los consumidores) y la cercana y fuerte relación que se buscará construir en el uso del servicio.

En otro aspecto, un análisis de las fuerzas del mercado de Porter (que se detallará más adelante), debe considerar la rivalidad de los competidores existentes, la amenaza por el ingreso de nuevos competidores, el poder que ejercen los consumidores (los “clientes” en el servicio), la amenaza que pueden materializar nuevos productos sustitutos, y el poder de negociación por parte de los proveedores (los establecimientos que ofrecen los servicios).

Ante los *competidores existentes* ya se ha mencionado la baja inserción al mercado y baja adhesión de establecimientos al uso de estos servicios. Este es un punto clave a explotar para asegurarse el mejor posicionamiento posible en el sector.



Los *nuevos competidores* que pueden ingresar al mercado amenazando la rentabilidad del negocio están definidos por el espacio que nuestro servicio, y el de los actuales competidores, puedan brindarle. Esta es una barrera de ingreso clave dado que los ofrecimientos de canchas no pueden darse en dos servicios simultáneos, por consiguiente si se tiene “cautivo” al proveedor a través de correctas políticas de precios, calidad del servicio prestado y mejora continua en la experiencia de uso, nos aseguraremos minimizar éste riesgo.

Es clave para el negocio que los *consumidores* hagan uso del servicio, ellos son quienes mantienen en movimiento la rueda, y debe ser tenido en cuenta el poder que ejercen sobre el mercado en general. Debemos trabajar en que la experiencia de uso del servicio se la mejor, priorizando la calidad del servicio prestado y generándole la “necesidad” de usarnos por sobre el tradicional servicio.

Ante el mercado actual, la posibilidad de *productos sustitutos* es mínima. Por un lado, el servicio en sí de locación de canchas es una prestación física que no puede ser reemplazada. Tan solo una disciplina puede ser “reemplazada” por otra disciplina, pero esto no quita que el proceso de reserva debe hacerse igual.

Por el lado del método de reserva, la reserva tradicional es mucho más costosa (en todos los sentidos, y tanto para el proveedor como para el consumidor) que el método online, por lo que sólo podemos encontrar un sustituto en el medio por el cual se hace la reserva online, siendo la opción mobile aquella que está en crecimiento y esperamos para futuros módulos implementar.

Finalmente los *establecimientos*, son, como ya se hizo hincapié en varios puntos del desarrollo, críticos en el éxito del servicio. Así como ofician de proveedores de los servicios que se prestan en el negocio, también son competidores de sí mismos al brindar la posibilidad de realizar reservas de manera tradicional. Sobre éste aspecto se busca a través de diferentes acciones lograr la verdadera inserción en el mercado, y es sobre lo que principalmente desarrollaremos a continuación.

Adicionalmente a estas fuerzas, varios autores argumentan que se debe considerar también el *poder del gobierno* dado que puede regular precios, limitar la flexibilidad de



un mercado o marcar pautas que fomentan por ejemplo el libre comercio. Sobre este punto no se encuentra ningún factor significativo sobre el mercado actual, pero sí se lo debe considerar como un potencial aspecto futuro.

Por su parte, **Philip Kotler**, sugiere cuatro enfoques diferentes de acuerdo a la posición que se tiene o se quiere tener respecto a la competencia, a saber:

- **Líder**, es la compañía con la mayor participación de mercado que dirige los cambios de precio, la introducción de nuevos productos, la cobertura de distribución y los gastos de promoción.
 - Buscan ampliar el mercado total, proteger su participación de mercado y ampliar la participación de mercado.
- **Retador**, son empresas que hacen un gran esfuerzo por incrementar su participación de mercado en la industria, sin liderar el mercado.
 - Desafían al líder con un intento agresivo de obtener mayor participación de mercado, observa qué hizo exitoso al líder y trata de superarlo.
- **Seguidor**, son empresas que desean conservar su participación de mercado.
 - Juegan al ritmo de sus competidores, con menor inversión copian y mejoran los productos y programas del líder, deben mantener los costos y los precios bajos, con calidad de productos y servicios altos.
- **Especialista**, son compañías que atienden los pequeños segmentos que las otras compañías pasan por alto o ignoran.
 - Se especializan en un nicho lo suficientemente grande para ser redituable, enfocándose en líneas de mercado, clientes, productos y marketing mix.

En una etapa inicial de inserción al mercado, claramente la situación en que se encuentra el negocio lleva a tener que encarar una estrategia de **retador**, buscando ampliar rápidamente la participación en el mercado.

En aspectos más específicos podemos trabajar sobre las diferentes estrategias que considera también al autor como las indicadas a desarrollar en nuevos escenarios cada vez más competitivos:



- *Estrategia de los bajos costos:* Modificando el proceso tradicional de reserva, virtualizando la atención, se brinda un resultado inmediato que se ve reflejado en la disminución del costo operativo de atender a un cliente. El servicio online busca brindar un servicio 24/7 con una atención de bajo costo.
- *Experiencia única para el consumidor:* En este punto podemos hablar de una doble experiencia de uso, tanto del establecimiento (que además se ve beneficiado por la disminución de sus costos) como del consumidor (que obtiene un nuevo medio, más dinámico, amigable y rápido que el tradicional).
- *Reinventar el modelo de negocio:* A veces no es suficiente hacer algo mejor, sino también hacerlo diferente. Brindar servicios adicionales, como el proceso de calificaciones, lista de espera o reportería analítica, por sobre el corazón del negocio añade valor a lo esencial.
- *Ofrecer la máxima calidad en el producto:* Lograr ser percibidos como un servicio de calidad en la mente del usuario es un punto clave al momento de elegir qué medios usar. No es una estrategia de corto plazo, ni fácil de alcanzar desde el ingreso al mercado, pero una vez alcanzado asegura el triunfo del negocio.
- *Centrarse en nichos de mercado:* Diversificar el mercado meta es un error común de muchas nuevas ideas, intentar llegar a todos los estratos sociales, ambos sexos y a todas las edades garantiza que uno nunca pueda llegar a nadie. Es por eso que la segmentación (que se detallará más adelante) juega un rol fundamental en la creación de la estrategia a ejecutar.
- *Ser innovador:* Escuchar al mercado, cubrir anticipadamente las necesidades del cliente y estar un paso delante de la competencia es un objetivo que toda empresa debe perseguir. Muy difícil de lograr, parte de las estrategias que se definen deben considerar estos puntos.
- *Ser el mejor en diseño:* Ampliamente aplicable al desarrollo de productos, este punto no es menor a la hora de apuntalar el segundo punto de ésta lista. En nuestro negocio, al buscar la mejor experiencia para el consumidor, se debe



hablar también del diseño, la navegación del sitio en esta solución online y la facilidad del uso. Debe formar parte de la estrategia de inserción lograr fidelización del cliente, y esto se logra con la satisfacción del cliente y una gran experiencia con el servicio.

Marco temporal objetivo de 2 años (ya definido y explicado en la misión), período en el que se trabajará sobre una serie de acciones acordes a los aspectos desarrollados (y fundamentados) en éste punto.

Alcance del servicio, como se mencionó anteriormente el servicio core del negocio se basa en la publicación de turnos disponibles y la posibilidad de realizar reservas sobre estos. Si bien se explicará menor en el apartado 6.4 Producto, *adicionalmente a las búsquedas y reservas* se busca brindar servicios complementarios para mejorar la experiencia del uso del servicio, como también darle un valor agregado en comparación con el proceso tradicional de reserva.

Dentro del grupo de servicios complementarios que se brindarán se destacan:

- *Reportería analítica para los establecimientos*, con el fin de mejorar el uso de las canchas ofrecidas conociendo y entendiendo más y de mejor manera al usuario final.
- *Módulo de calificaciones de las contrapartes (e inhabilitaciones)*, buscando mejorar la interacción entre las partes, facilitando y ajustando las búsquedas de los consumidores al momento de reservas las canchas, y mejorando la experiencia en general del proceso de reserva.
- *Lista de espera para reservas*, con el fin de encontrar y hacer uso del alquiler adecuado para cada necesidad, se da la posibilidad de pedir ser notificado en caso de que una cancha se encuentre ocupada pero luego se libere.

Alcance geográfico, en una etapa inicial se trabajará sobre el área metropolitana de la ciudad autónoma de Buenos Aires y en la zona de Gran Buenos Aires. Esto es resultado del análisis de mercado realizado, considerando que se tiene en esta zona el número más alto de establecimientos (y por consiguiente de consumidores) del país, y a su vez en la zona geográfica acotada del país. Esto facilitará cualquier tipo de contacto físico y seguimiento que se deba hacer sobre los clientes.



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



En siguientes etapas se trabajará en implementaciones más allá del ámbito de CABA y GBA, siendo que este tipo de soluciones virtuales no tienen ningún tipo de restricción física.

Alcance del mercado, si bien se desarrollará en más detalle cuando se vea el apartado correspondiente a la Segmentación, sí se debe mencionar que no habrá restricciones de uso por parte del servicio para los proveedores o consumidores. La intención es abarcar la mayor cantidad de establecimientos en el ámbito geográfico ya definido, de manera que se brinde al consumidor la más amplia gama de opciones y alternativas al momento de hacer las búsquedas y reservas.

Respecto a los consumidores, se le facilitará el acceso a todo aquel usuario que acceda al sitio y desee realizar el alta, con las validaciones correspondientes pero sin ningún tipo de restricción social o de cualquier índole.



2 Análisis estratégico

2.1 Análisis de Contexto

2.1.1 Descripción del escenario local

Geográficamente iniciamos éste emprendimiento en el área de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las localidades pertenecientes al cordón urbano del Gran Buenos Aires. En siguiente etapas se proyectar el mismo servicio en el resto de la provincia de Buenos Aires, posteriormente al resto del país, y potencialmente exportar el modelo de negocio a países limítrofes e incluso de manera global.

De todas maneras, en el análisis de éste área geográfica inicial, encontramos más de 6000 establecimientos y clubes donde se realizan prácticas deportivas. Con un potencial mercado de 1.5M de usuarios, clientes consumidores del servicio, que hoy en día cuentan con acceso a internet y en edad de realizar actividades acordes al negocio (se desarrolla con más detalle en punto 4 Segmentación) se trabajará en segmentar y generar las estrategias adecuadas para cada grupo.

Resumen del análisis estructural de la industria

Los factores del mercado que debemos destacar en éste análisis refieren al tamaño del mercado (donde potencialmente se puede llegar a más de 20.000 establecimientos distribuidos a lo largo de todo el país), la tasa de crecimiento de dicho mercado (el cual, como se mencionó, tuvo su auge en la última década), la diferenciación del servicio (factor fundamental entre el tradicional proceso de reserva y el digital, potenciado a futuro por con diversos módulos complementarios como pago digital, foros, integración de redes sociales, etc.) y la rentabilidad de la industria (que de acuerdo al comportamiento del habitual cliente marca un constante consumo de los servicios).

Actual	Muy poco atractivo	Poco atractivo	Neutro	Atractivo	Muy atractivo
Futuro					
Factores de Mercado					
Tamaño del mercado					
Tasa de crecimiento del mercado					
Diferenciación del producto o servicio					
Rentabilidad de la industria					

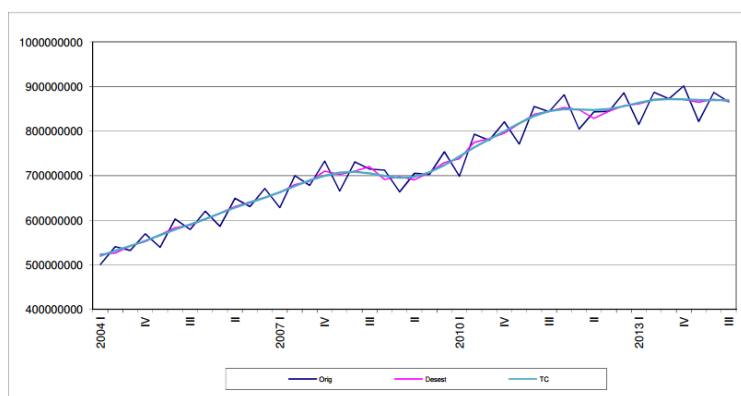
Considerando además diversos factores competitivos hablamos del alto grado de concentración de establecimientos en la región geográfica marcada (lo que lleva a tener un alto potencial de oferentes para que los consumidores tengan la más amplia oferta posible), bajo nivel de barreras de entrada (en lo que respecta al ámbito legal o judicial, mas no tanto en el costo de cambio por parte de los proveedores) y la disponibilidad de sustitutos (donde no se puede quedar exento de la decisión del consumidor de utilizar otros servicios de otra disciplina deportiva).

Actual	Muy poco atractivo	Poco atractivo	Neutro	Atractivo	Muy atractivo
Futuro					
Factores Competitivos					
Grado de concentración					
Barreras de entrada					
Disponibilidad de sustitutos					

2.1.2 Factores económicos

Según diversas fuentes analizadas se advierte que economía argentina seguirá este año estancada y con una inflación cercana al 30%¹⁰ y se requiere un costo político para eludir una severa crisis macroeconómica en 2015. De acuerdo a datos oficiales el crecimiento económico del país en el año 2014 fue del 0,6%¹¹, acompañando los valores privados que marcan la desaceleración (y probable recesión) del 2015:

PIB (en miles de pesos de 2004)



La consultora Economía & Regiones (E&R) advierte que en la segunda parte del año la "inflación podría acelerarse" como consecuencia de que hacia fin de año el dólar oficial "se deslizara más velozmente, cerrando el año en torno a \$9.70".

Sumado al análisis se encuentra también un estudio de la Fundación Libertad y Progreso (Diario La Nación¹², mayo 2015) donde el último Índice de Calidad Institucional (ICI) presentado ubica a la Argentina en el puesto 137° de una nómina de 193 en aspectos tales como la libertad de prensa, la vigencia del Estado de Derecho y la libertad económica. La medición de éste año, comparada con la que realizó hace un año, posiciona a nuestro país tres lugares más abajo y aparece ahora en niveles comparables de calidad de instituciones a los países como Ucrania, Mozambique, Gabón y Nepal, y peores que Líbano, Uganda, China y Rusia.

¹⁰ <http://www.cronista.com/economiapolitica/Estiman-con-que-la-economia-argentina-en-2015-seguira-estancada-y-con-inflacion-cercana-al-30-20150308-0008.html>

¹¹ http://www.indec.mecon.ar/uploads/informesdeprensa/pib_12_14.pdf

¹² <http://www.lanacion.com.ar/1791706-la-argentina-ante-su-mayor-derrumbe-institucional>



Algunos autores afirman que paradójicamente, el gobierno nacional goza actualmente del beneficio de que las expectativas privadas se constituyen hoy alrededor de la idea del fin del ciclo kirchnerista. Justamente la proximidad de los comicios presidenciales en nuestro país es una invaluable oportunidad para que los presidenciables pongan en agenda éstos temas.

La estabilidad del ciclo económico es fundamental para la planificación y proyección de los negocios, mientras más inestable es el ciclo económico de un país, los proyectos son más riesgosos y peor es el clima de negocios del país. Numerosa evidencia empírica demuestra los efectos nocivos de la volatilidad del ciclo económico sobre el crecimiento de las economías.

Con un foco más específico en la industria del software local según estimaciones realizadas sobre datos de la Encuesta Permanente de Hogares del INDEC, esta industria empleó, durante el primer semestre de 2009 a 61.246 personas, representando el 0,6% del empleo de Argentina, marca récord de los últimos diez años. El ritmo de crecimiento del empleo fue muy superior al del resto de la economía: entre 1999 y 2009 la tasa promedio anual fue del 7,7%, mientras que el empleo total creció a una tasa del 2,6% anual. Así, en diez años, se ha prácticamente duplicado la cantidad de puestos de trabajo del sector.

2.1.3 Factores políticos

En año electoral, el análisis del escenario político local se hace extremadamente complejo. El fin de un ciclo de gobierno de más de 10 años en el poder, con sus vicios y virtudes, marca indefectiblemente un cambio de rumbo que se dará sobre fin del año.

Realizando un análisis propuesto a partir del Índice de Calidad Institucional, Martín Krause (consejero académico de la Fundación Libertad y Progreso) sostuvo que el deterioro de las instituciones en nuestro país no es un dato menor, ya que afecta directa y palpablemente la posibilidad de desarrollo de los ciudadanos y de las empresas.

No es casual que en los primeros puestos del ranking de calidad institucional se ubiquen Suiza, Finlandia, Nueva Zelanda, Dinamarca, Noruega, Suecia y Canadá.

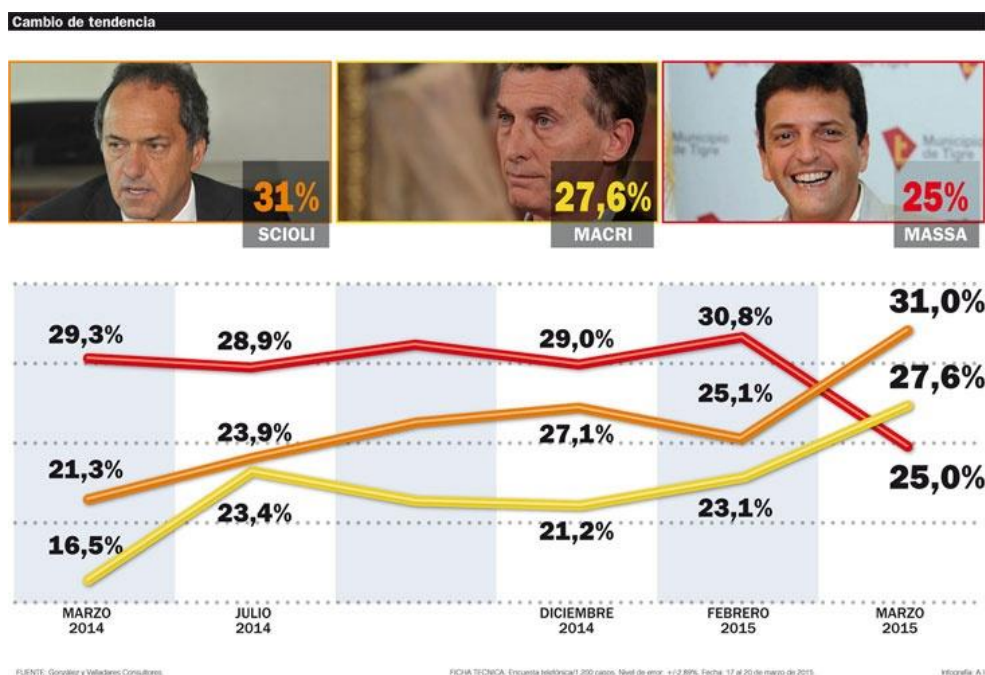
El nuevo gobierno deberá buscar revertir indicadores, tanto económicos como sociales, en busca de la estabilidad institucional. Se debe buscar un buen gobierno que sea capaz, honesto y dialoguista, que pueda administrar con eficiencia y con un respeto absoluto a la Constitución y las leyes. Esto lleva también a otro punto fundamental de la buena gestión, la corrupción. De acuerdo a un informe sobre el índice de percepción de la corrupción realizado por la organización no gubernamental Transparencia Internacional¹³, la República Argentina realiza el tercer descenso de manera consecutiva, siendo que en el año 2012 se ubicaba en la posición 102, ahora lo hace en la posición 107.

"Esta caída en el índice refleja la total ausencia de esfuerzos en nuestro país en materia de lucha contra la corrupción. Los organismos de control fueron reducidos a su mínima expresión durante los últimos años, convirtiéndolos en actores intrascendentes", manifestó Pablo Secchi, director ejecutivo de Poder Ciudadano.

Otra muy gráfica conclusión es la indicó José Ugaz, presidente de Transparencia Internacional al decir: "El índice pone de manifiesto que cuando líderes y altos funcionarios abusan de su poder para usar fondos públicos en beneficio propio el crecimiento se ve minado y los esfuerzos por frenar la corrupción quedan frustrados".

¹³ <http://www.lanacion.com.ar/1748993-la-argentina-volvio-a-caer-en-el-indice-de-percepcion-de-la-corrupcion-de-transparencia-internacional>

A pocos meses de las elecciones presidenciales, innumerables encuestas dan diversos resultados, aunque todas apuntan a un ballotage entre el candidato que surja del oficialismo (aquí Daniel Scioli marca una ventaja sobre Florencio Randazzo) y del PRO (donde Mauricio Macri se aventaja al resto de los precandidatos del mismo espacio político), y donde las decisiones que tome Sergio Massa serán claves para la definición.



Un escenario cambiante y que aún debería seguir cambiando, donde en tan sólo un año Scioli mejoró un 50% su intención de voto, al igual que Macri, y donde Massa perdió alrededor de un 20% de aceptación.



En lo que respecta al *marco regulatorio y del sistema jurídico*, las leyes a tener en cuenta en el desarrollo del negocio serán las siguientes:

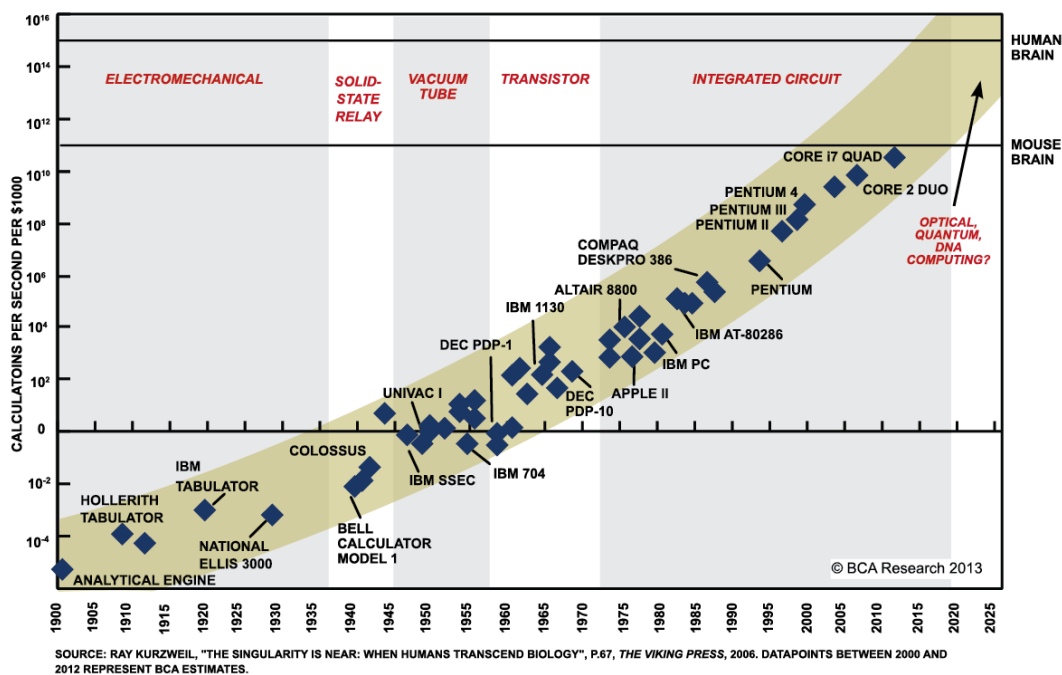
1. Ley 25326 – Ley de Protección de Datos Personales
2. Art. 43 de la CN – Habeas Data
3. Resolución S.C. Nº 338/2001 (14/09/2001) - Anteproyecto de Ley de Regulación de las Comunicaciones Publicitarias por Correo Electrónico
4. Resolución S.C. Nº 476/2001 (26/11/2001) - Anteproyecto de Ley de Delitos Informáticos
5. Resolución S.C. Nº 333/2001 - Anteproyecto de Ley de Protección Jurídica del Correo Electrónico

Como parte del proceso de alta el establecimiento deberá aceptar un convenio a efectos que la empresa quede totalmente excluida de responsabilidades en la información brindada por el comercio, los servicios prestados por éste y los precios publicados.

Se informará en el sitio que la empresa queda totalmente excluida de daños y perjuicios posibles realizados por el establecimiento al consumidor y quedando la misma excluida de cualquier responsabilidad por los precios y servicios publicados.

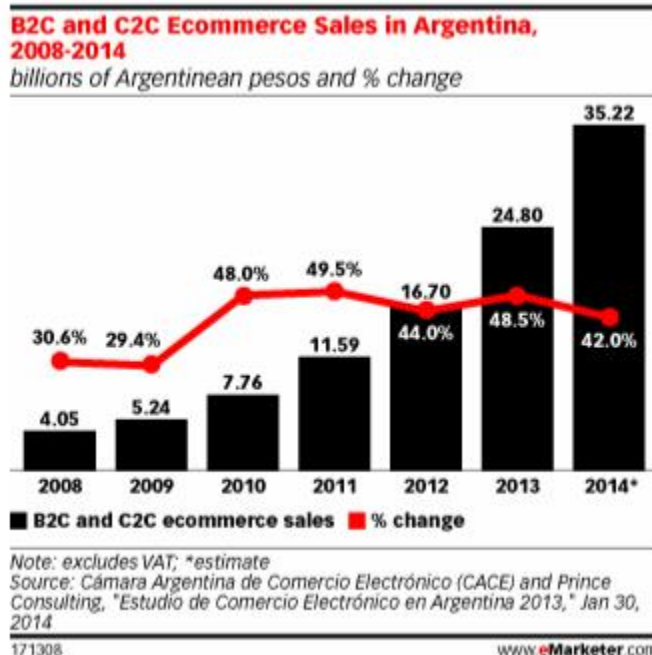
2.1.4 Factores Tecnológicos

Hoy en día el rápido avance de la tecnología genera que la toma de decisiones por parte de las empresas y organizaciones debe hacerse en forma inteligente y a tiempo, puesto que de lo contrario puede terminar en consecuencias no deseadas debido a que la tecnología quede obsoleta. Hecho que queda claramente evidenciado a través de lo planteado en la ley de Moore:



Acorde a éste avance, la interconexión a través de Internet ha crecido exponencialmente y ha facilitado la comunicación e integración de toda la cadena de valor de una industria, así como también ayudado a crecer en la comercialización de productos a través del comercio electrónico.

Este último punto se visualiza claramente en el siguiente cuadro gráfico, donde para el mercado argentino se tiene un notorio incremento en los últimos años producto del avance tecnológico y de comunicación.



Lo que ha llevado también a un cambio de las costumbres y en la forma de buscar, usar y consumir información en el mundo digitalizado. El siguiente cuadro gráfica claramente esta tendencia:





2.1.5 Descripción del escenario: escenario–meta

Respondiendo al entorno de marketing

Ante los diversos factores del entorno macroeconómico analizados, hay elementos incontrolables a los que debemos adaptarnos (como ser el escenario político en el que se encuentra el país), evitar aquellos que se consideren peligrosos (como el estancamiento económico y el ámbito inflacionario del mercado local, donde debemos buscar no depender de insumos del extranjero que deban ser abonados en dólares), y aprovechar las oportunidades que se presenten (como los avances tecnológicos que se vienen dando en los últimos años, la explosión del mobile, la expansión del consumo online de servicios, etc).



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



2.1.6 Análisis sectorial. Definición de Oportunidades y Amenazas del negocio

Se analiza en detalle en el punto 3 Análisis FODA.



2.2 Análisis de lo Competencia

2.2.1 Principales competidores directos

Llevando adelante un trabajo de investigación sobre el negocio y los proveedores que se encuentran en el mercado actual, no se detecta un gran número de competidores directos que puedan poner en peligro el desarrollo de la idea.

Sí se debe ser consciente que en el ámbito de los servicios digitales, justamente una de las fortalezas que se tiene es la fácil expansión geográfica, por lo que competidores que hoy no se consideran directos por el ámbito en el que se desempeñan, son potenciales emprendimientos que deben ser analizados.

En general sobre los servicios analizados, en su mayoría no están centrados en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires o Gran Buenos Aires, región geográfica sobre la que haremos foco en la primera etapa de despliegue del servicio.

Partizado.com.ar, si bien cuenta con una interfaz muy amigable e intuitiva, tiene pocas canchas disponibles para contratación (solo 12 canchas de 9 establecimientos), y están en la zona de La Plata, fuera de nuestro mercado meta inicial.

CanchasOnline.com, sí se encuentra en la zona de la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, pero solo cuenta con 3 canchas adheridas que no visualizan reputación ni registran movimientos, lo que indica su bajo nivel de implementación.

QueCancha.com, explota principalmente Mendoza, y de hecho no tiene registros de Capital Federal ni alrededores, al igual que Clickyreserva.com que explota la zona de Córdoba y alrededores.

Ninguno de los posibles competidores en la ciudad explota actualmente el potencial que tiene Buenos Aires y la región AMBA, y de la manera que se plantea.

2.2.2 Análisis de cadena de valor

La cadena de valor categoriza las actividades que producen valor añadido en una organización y se dividen en Actividades Primarias y Actividades de Apoyo¹⁴. La cadena de valor ayuda a determinar las actividades que permiten generar una Ventaja Competitiva sustentable.

La puesta a disposición de un conjunto de servicios al consumidor final moviliza diferentes actores económicos, cada uno de los cuales gestiona su cadena de valor.

Actividades Primarias

- Operaciones
 - La prestación de servicios genera que no haya manufactura de productos físicos por parte de la organización.
- Comercialización y Venta
 - Campañas publicitarias en diversos medios de comunicación, tanto tradicionales como virtuales.
 - Incorporación para los establecimientos, de un nuevo canal de comunicaciones con los clientes.
 - Ampliación de los servicios ofrecidos, a través de diferentes módulos complementarios al core, que es la reserva.
- Servicio Posventa
 - Limitación horaria del servicio de atención y soporte para los servicios contratados.

Actividades de Apoyo

- Desarrollo de la Tecnología
 - Gran explotación del nuevo canal de comunicaciones.
 - No se hace necesario el desarrollo de nuevas tecnologías de manufactura o producción dado que no es necesario para la prestación de los diferentes servicios ofrecidos.
- Gestión de los Recursos Humanos.

¹⁴ "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance", M. Porter



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



- Estructura organizacional reducida que facilita el control y gestión del negocio.
- Infraestructura Gerencial
 - Gran experiencia en el mercado de los servicios brindados.
 - Búsqueda continua de la satisfacción de las necesidades del clientes.
 - Adaptación y apertura a los cambios que se dan en el mercado, posibilitado por el tamaño de la organización y los procesos definidos.



2.2.3 Definición de Factores Críticos de Éxito (FCE)

Los factores críticos del éxito son aquellos que se considera que serán los generadores de ventajas competitivas, las cuales garantizarán un posicionamiento sólido y elevado en el mercado de nuestro negocio.

En el contexto del análisis del negocio se destacan los siguientes puntos:

- *Número de establecimientos asociados al servicio.* Un alto número de establecimientos asociados, resultado de una política de ingreso acorde y adecuada al sector, logrará brindar a los consumidores un amplio espectro de posibilidades de alquileres a reservar, y a su vez buscará cautivar al establecimiento evitando que salga del servicio por el alto “costo” del cambio que se genera.
- *Plan de ingreso.* Debe ser la clave para lograr un exitoso despliegue y adopción por parte de los establecimientos y usuarios, a través de políticas de marketing y precio que acompañen al servicio brindando un diferencial a través de características analíticas y predictivas.
- *Potencial del sector.* El increíble número de establecimientos que puedan ofrecer servicios, y el alto índice de acceso a internet de la población de usuarios apuntalan las posibilidades de éxito del negocio en el ámbito digital.
- *Costo operativo.* El bajo costo operativo que se tiene del servicio, y trasladado a la reducción del costo operativo por parte de los establecimientos lleva a tener una fuerte ventaja. Complementario a éste punto se debe mencionar el análisis de datos para detectar oportunidades de aumentar la rentabilidad con promociones y ofertas.
- *Calidad y complementos.* A través de procesos bien definidos, una organización acotada y profesional, y la implementación de servicios complementarios adicionales (reportes analíticos, calificación de contraparte, posibilidad de incorporar pago online, foros de discusión y redes sociales, organización de



eventos, etc) a la reserva en sí, core del negocio, se debe buscar afianzar las ventajas competitivas que se tienen.

- *Usabilidad y confianza.* Por parte del consumidor se debe hacer foco principalmente en la facilidad del uso de la aplicación. Ninguna plataforma digital puede ser exitosa si no cuenta con el aval del usuario a través de su uso, y esto se logra con una interfaz ágil e intuitiva, que permita realizar las acciones de manera segura y confiable.
- *Posicionamiento y marca.* Lograr y mantener un liderazgo en el mercado lleva a tener un valor único difícil de replicar. El adecuado plan de ingreso al sector es fundamental para lograr efectivizar éste punto.
- *Equipo de trabajo.* El factor humano, calificado y con experiencia en el ámbito del manejo de información, análisis de los datos, y generación de indicadores claves de negocio.



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



2.2.4 Fortalezas y debilidades del negocio.

Se analiza con detalle en el punto 3 Análisis FODA.

3 Análisis FODA

3.1 Cuadro FODA

Interno		Externo	
Fortalezas		Oportunidades	
<ul style="list-style-type: none"> - Organización pequeña. - Experiencia en el mercado. - Recursos humanos idóneos y adecuados. - Bajo costo de implementación. - Amigable interfaz de la plataforma digital. - Prestación de servicios integrados. 		<ul style="list-style-type: none"> - Aumento constante de usuarios a internet. - Baja penetración de la tecnología en el proceso tradicional de alquiler. - Explosión de los servicios móviles. - Demanda constante de alquileres de canchas. - Bajo nivel de competencia actual. - Tendencia a la vida sana y actividad física. 	
Debilidades		Amenazas	
<ul style="list-style-type: none"> - No contar con infraestructura. - Posible necesidad de inversión por parte de los establecimientos. - Imposibilidad de ofrecer soporte 24/7. - Dependencia tecnológica. - Falta de experiencia en marketing y ventas. - Posible imitación del servicio por terceros. 		<ul style="list-style-type: none"> - Desconfianza de los establecimientos en llevar su agenda de manera digital. - Resistencia de los consumidores por posibles errores en reserva. - Regulaciones gubernamentales impositivas. - Baja calidad de la prestación de los proveedores de internet locales. 	



3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Fortalezas

- **Organización pequeña:** El pequeño tamaño de la organización facilita su administración y control. Esto permite que la gestión y las acciones dentro de la empresa sean más fáciles de regular y ejecutar.
- **Experiencia en el mercado:** La experiencia en el mercado del alquiler de canchas para la realización de actividades deportivas aporta un gran valor a la organización.
- **Recursos humanos idóneos y adecuados:** Se cuenta con los recursos humanos necesarios para afrontar el desarrollo de la idea de negocio sobre una plataforma digital.
- **Bajo costo de implementación:** Los diversos servicios tecnológicos (registro de nombres a bajo costos y servidores virtuales a medida) que se pueden contratar en varias modalidades hacen que la implementación no requiera de una gran inversión inicial.
- **Amigable interfaz de la plataforma digital:** El diseño de la implementación digital, realizado de una manera amigable y amena, busca que la experiencia del usuario sea agradable y sencilla.
- **Prestación de servicios integrados:** Complementando el servicio core del negocio se encuentran una serie de módulos (coordinación de torneos, convocatoria a jugadores, alertas de promociones, organización de cumpleaños, etc) que, si bien no son contemplados en ésta primera etapa, podrán potenciar el uso del sitio en posteriores fases.



Oportunidades

- **Aumento constante de usuarios a internet:** El constante incremento de usuarios de internet de banda ancha en el país en los últimos años (*ver anexo, accesosinternet.pdf*), indican un extraordinario potencial de consumidores del servicio sin necesidad de inversiones donde actualmente se cuentan con más de 15 millones de conexiones en el país¹⁵.
- **Baja penetración de la tecnología en el proceso tradicional de alquiler:** El actual servicio de reserva, a través de un proceso manual y poco eficiente, representa una oportunidad al negocio planteado al brindar beneficios económicos directos a los establecimientos.
- **Explosión de los servicios móviles:** Los últimos años muestran una explosión en el consumo de servicios móviles, impulsados por el incremento de teléfonos inteligentes en el mercado argentino, donde por ejemplo el tráfico de datos se quintuplicó en los últimos 2 años¹⁶.
- **Demanda constante de alquileres de canchas:** El alquiler de canchas de fútbol tiene un porcentaje constante gracias a la cultura futbolística del país, para todas las clases sociales.
- **Bajo nivel de competencia actual:** La baja inserción de servicios digitales por parte de la competencia en el mercado de reservas brindan una inmejorable oportunidad para el ingreso de la organización.
- **Tendencia a la vida sana y actividad física:** Las actuales tendencias de la sociedad argentina a realizar cada vez más actividad física y rutinas saludables en pos de una vida más sana lleva al aumento de reservas para las actividades deportivas¹⁷.

¹⁵ http://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/internet_12_14.pdf

¹⁶ <http://www.lanacion.com.ar/1791871-el-acceso-movil-a-internet-desde-los-smartphones-gana-terreno-entre-los-usuarios-argentinos>

¹⁷ <http://www.eleconomistaamerica.com.ar/sociedad-eAm-argentina/noticias/6075388/09/14/Reducir-las-porciones-de-comida-y-mas-ejercicio-claves-de-una-vida-saludable.html#.Kku8AsiX66m4yhX>



Debilidades

- **No contar con infraestructura:** Si bien la infraestructura necesaria para llevar adelante el proyecto es reducida, en una primera etapa solo se implementará mediante un servicio de almacenamiento externo, con los problemas que ello puede producir por fallos del proveedor
- **Posible necesidad de inversión por parte de los establecimientos:** De no contar con la infraestructura necesaria (computadora, notebook o tablet, y conexión a internet), el establecimiento deberá realizar una inversión inicial para la completa implementación del servicio.
- **Imposibilidad de ofrecer soporte 24/7:** Si bien el servicio genera una prestación 24/7 para el uso del sitio sobre el que se soporta el negocio, en la primera etapa del despliegue el soporte personalizado se brindará en horarios reducidos.
- **Dependencia tecnológica:** Al ser un servicio montado sobre una plataforma digital, la operación del negocio es totalmente en línea. Problemas con la provisión de internet o del suministro eléctrico en los establecimientos generaría la imposibilidad de administrar y usar el servicio.
- **Falta de experiencia en marketing y ventas:** Siendo las estrategias de marketing y ventas serán fundamentales para el adecuado despliegue del negocio en el mercado, la falta de experiencia de la organización marca una importante debilidad que deberá ser atacada para no poner en riesgo el negocio.
- **Posible imitación del servicio por terceros:** Existe la posibilidad de que otros sitios similares, o los propios clubes tengan la intención de implementar un servicio similar.



Amenazas

- ***Desconfianza de los establecimientos en llevar su agenda de manera digital:***

La posibilidad de la interrupción del servicio, o de problemas en general, podría llevar a que los clubes con confíen sus agendas al sitio.

- ***Resistencia de los consumidores por posibles errores en reserva:*** Los posibles errores que se podrían producir en la realización de reservas podrían llevar a los usuarios a desconfiar del servicio y eventualmente dejarlo de lado por los métodos tradicionales.

- ***Regulaciones gubernamentales impositivas:*** Diversas regulaciones gubernamentales existentes (que se analizarán más adelante) o futuras (como sucedió con el impuesto a servicios de suscripción online por parte de la AGIP¹⁸) pueden amenazar en forma directa el desarrollo del negocio.

- ***Baja calidad de la prestación de los proveedores de internet locales:*** La escasa inversión de los proveedores de internet y las recurrentes fallas que éstos presentan son un importante factor a considerar.

¹⁸ <http://www.agip.gov.ar/web/normativa/resolucion-nu00b0-593-agip-2014.html>

3.3 Conclusión: Atractivo de la Industria, Fortalezas del Negocio.

Análisis sectorial basado en el modelo de las cinco fuerzas de Porter:



Intensidad de la rivalidad entre los competidores

Crecimiento de la industria

La industria del alquiler de canchas tuvo su auge y crecimiento en la década pasada, lo que ha generado una disminución en el crecimiento. En el territorio regional de la ciudad autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires se cuenta con más de 7.000 locales (Ver Anexo) destinados a servicios de esparcimiento, servicios culturales y servicios deportivos. Por éste motivo los establecimientos deben buscar nuevas alternativas para marcar una diferencia en el sector, con la implementación de un nuevo canal de comunicación y servicios hacia los clientes.

Porcentaje del costo fijo respecto del valor agregado total del negocio

Los costos fijos correspondientes a la actividad se centran en costos de mantenimiento y servicios relacionados. El costo operativo fijo relacionado al servicio de reserve per sé, es un factor fundamental en el análisis del mercado y el servicio presentado.



Diferenciación del producto

Si bien los servicios que se ofrecen en el mercado no son exclusivos ni novedosos (dado que estamos hablando de ofrecimiento de canchas deportivas de manera genérica), se pueden diferenciar a través de la calidad de las instalaciones con que se cuentan, la calidad de atención, el precio, y ayudando esto a crear distancia con los competidores también a través de un nuevo canal de comunicaciones.

Concentración de los competidores

Existe actualmente un gran número de competidores, distribuidos en los diferentes barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, que ofrecen sus productos y servicios, principalmente los segundos, por canales tradicionales de comunicación.

Con casi 20.000 locales en el territorio nacional, más de 7.000 se encuentran en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y alrededores, constituyendo cerca del 35% sobre la totalidad del país, notándose claramente una gran concentración de locales en ésta región.

Amenaza de nuevos entrantes

La posibilidad de ingreso de nuevos competidores en la industria es una amenaza latente puesto que no hay altas barreras de ingreso al sector. Si bien las competencias únicas que existen hoy y en el futuro podrían ser homologadas por otras competencias en la búsqueda de captar nuevos clientes, sí se debe destacar que el costo de salida de los proveedores de un servicio a otro de similares características es alto, dado que los consumidores que se encuentren acostumbrados a utilizar un servicio de reserva online, seguirían usándolo aunque el establecimiento deje de ofrecer sus alquileres. Además de esto, el establecimiento proveedor no podrá llevar en paralelo la utilización de diversos servicios online, es una barrera fundamental si deseara realizar un cambio paulatino.

Amenaza de los sustitutos

Un análisis del mercado sobre el cual se ofrece el servicio digital de reservas indica que la única amenaza realmente tangible para que el servicio de alquiler sea



desplazado por un sustituto, es por la decisión de una persona que realiza actividad deportiva de realizar otras actividades u otros deportes.

Sin embargo, en un análisis puntual del servicio digital de reservas, el sustituto más importante es el mismo que se busca desplazar, el propio sistema tradicional de reservas manuales que ejecutan los establecimientos. Es por eso que los diferenciales que permite crear el servicio online son fundamentales para fortalecer la posición y generar fidelidad de los usuarios.

Poder de negociación de los proveedores

Número de proveedores importante

Se cuentan con un gran número de proveedores de servicios. Esto da la libertad de poder negociar con diferentes proveedores y no depender de ninguno en particular. De todas maneras para el éxito de la implementación se debe buscar el número más alto de oferentes posibles para que puedan enriquecer el sistema de búsquedas y resultados a los consumidores.

Disponibilidad de sustitutos para los productos de los proveedores

Los productos (servicios en éste caso) comercializado por los diferentes proveedores tienen una misma esencia y funcionalidad, no así calidad o características. Si bien el servicio en sí es el mismo, se puede hablar de diversos sustitutos con diferentes calidades o características.

Poder de negociación de los compradores

Número de compradores importantes

En un análisis posterior que trabajará sobre el número total de potenciales consumidores respecto al mercado meta sobre el que se quiere accionar. El número de compradores (o mejor dicho, consumidores) se ve afectado por la cantidad de conexiones al servicio de internet que hay en la zona geográfica definida en la misión y diferentes segmentaciones que se analizarán. Se debe destacar el gran potencial que tiene el mercado gracias al crecimiento constante del índice de conectividad del país.



Disponibilidad de los sustitos a los productos de la empresa

Dado que los servicios ofrecidos a los consumidores son pueden ser obtenidos o contratados por otros medios, principalmente el tradicional, debemos trabajar en lograr diferenciarnos los complementos ofrecidos, calidad de atención y facilidad de uso.

Curva de aprendizaje

Se busca que el servicio se amigable, intuitivo, atractivo pero sobre todo, sencillo. Esto debe ser un diferencial al momento de la toma de decisión del consumidor por uno u otro servicio.

El análisis realizado sobre los diferentes aspectos del estudio, deja en evidencia puntos positivos y negativos a los que debe enfrentarse la idea de negocio que se desarrolla.

Sobre estos, se debe destacar que el exitoso ingreso en el mercado, considerando el bajo nivel de competencia que existe actualmente, constituye una oportunidad que debe ser materializado para convertirlo en una evidente fortaleza. En contraparte, la falta de experiencia en planificación de estrategias de marketing y ventas, deberá ser una debilidad a tratar para minimizar todo riesgo.

Potenciar las fortalezas descriptas, buscando una sólida posición en el mercado, atenuar las debilidades, trabajar en disminuir o eliminar el impacto de las amenazas y aprovechar las oportunidades, es el objetivo de éste estudio.



4 Segmentación

4.1 Segmentación de consumidores y/o Negocios

La segmentación de los consumidores y negocios se ve analizada a través de diferentes factores, a saber:

Rentabilidad

Si bien la cantidad de potenciales clientes es diversa, tanto por sus ingresos económicos, como por su género o nivel social, no se considera rentable realizar diferentes análisis y estrategias de marketing para cada uno.

Individualidad

Dado que los servicios se brindan a consumidores finales (ofrecidos por los establecimientos), los mismos no son identificables o mensurables. De todas maneras, a través de relevamientos e investigación realizados se sabe que hay un importante número de consumidores a capturar.

Accesibilidad

Las estrategias de marketing deberán ser enunciadas de manera tal que nuestros servicios puedan ser alcanzados por todos los sectores. De todas maneras el público objetivo es aquel comprendido en las edades de entre 20 y 40 años, pero buscando ingresar además principalmente en los segmentos C2 y C3.

Capacidad de respuesta

No es necesaria la creación o implementación de diferentes estrategias de marketing basadas en los diferentes posibles segmentos. Esto se debe a que se espera obtener una respuesta similar de parte de todos los sectores del mercado, en cuanto a una misma y única estrategia de marketing.

4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores

Segmentación geográfica

En la primera etapa de implementación del servicio, nuestro público objetivo se centra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la zona de Gran Buenos Aires, que se componen por:





Segmentación demográfica

Por edad: Nuestro mayor interés estará enfocado a los usuarios de la llamada Generación Y (también llamados echo boomers), aquellos hijos de los baby boomers, que nacieron entre 1977 y 1994, con una edad comprendida entre los 20 y los casi 40 años, entre los cuales encontraremos el mayor porcentaje de deportistas activos, dispuestos a hacer uso del servicio.

Por sexo: Principalmente en los alquileres de canchas para fútbol, se concentrarán los esfuerzos en los usuarios del sexo masculino dado que éstos representan la amplia mayoría de consumidores. Además, estudios indican que los hombres de 18 a 45 años son el segmento con más probabilidades de hacer compras en línea.

Por ingresos: Si bien el servicio se brinda en forma gratuita para los usuarios, el ingreso que perciben los mismos será un factor determinante, dado que eso acotará la prestación del servicio a los usuarios que puedan solventar el costo de los alquileres, contratación de servicios adicionales, etc. De todas maneras, ésta restricción es algo que ya se encuentra presente en las modalidades tradicionales de reservas, alquileres y ventas.

Por etnia: En el ámbito demográfico, no se realizarán estas distinciones por religión, nacionalidad u ocupación puesto que no interfiere en el uso del servicio.

Segmentación psicográficas

La segmentación psicográfica¹⁹ busca determinar el público consumidor de acuerdo a sus actitudes, estilo de vida y personalidad. De esta manera, y de acuerdo a los hábitos de conexión y disponibilidad de banda ancha vemos que los principales usuarios del servicio serán deportistas amateurs de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y alrededores (que representan cerca del 50% de la comunidad online), que hacen uso habitual de Internet, tanto en forma hogareña (tendencia que va en aumento) como en oficinas o locales que prestan servicios de conexión a internet:

Jurisdicción	Total de accesos residenciales			Banda Estrecha ⁽¹⁾			Banda Ancha ⁽²⁾		
			Variación anual %			Variación anual %			Variación anual %
	Sep 2014	Sep 2013		Sep 2014	Sep 2013		Sep 2014	Sep 2013	
Total del país	13.366.561	11.974.633	11,6	34.490	46.307	-25,5	13.332.071	11.928.326	11,8
Ciudad de Buenos Aires	3.965.348	3.706.087	7,0	12.502	16.989	-26,4	3.952.846	3.689.098	7,1
Buenos Aires	3.580.683	3.173.163	12,8	9.709	13.729	-29,3	3.570.974	3.159.434	13,0
Córdoba	1.292.180	1.042.496	24,0	2.675	3.305	-19,1	1.289.505	1.039.191	24,1
Santa Fe	1.067.977	938.788	13,8	3.153	3.970	-20,6	1.064.824	934.818	13,9
Mendoza	479.434	435.353	10,1	618	729	-15,2	478.816	434.624	10,2
Neuquén	303.416	258.912	17,2	484	771	-37,2	302.932	258.141	17,4
Salta	167.647	172.677	-2,9	501	763	-34,3	167.146	171.914	-2,8
Jujuy	109.630	87.689	25,0	105	565	-81,4	109.525	87.124	25,7

Jurisdicción	Total de accesos de organizaciones			Banda Estrecha ⁽¹⁾			Banda Ancha ⁽²⁾		
			Variación anual %			Variación anual %			Variación anual %
	Sep 2014	Sep 2013		Sep 2014	Sep 2013		Sep 2014	Sep 2013	
Total del país	2.308.912	2.004.404	15,2	3.866	5.427	-28,8	2.305.046	1.998.977	15,3
Ciudad de Buenos Aires	977.308	823.700	18,6	1.201	1.503	-20,1	976.107	822.197	18,7
Buenos Aires	411.045	360.796	13,9	1.389	2.038	-31,8	409.656	358.758	14,2
Santa Fe	199.430	164.842	21,0	181	304	-40,5	199.249	164.538	21,1
Córdoba	190.782	164.965	15,6	173	279	-38,0	190.609	164.686	15,7
Mendoza	94.715	89.347	6,0	93	116	-19,8	94.622	89.231	6,0
Neuquén	s	41.172	///	s	162	///	43.693	41.010	6,5
Tucumán	s	44.894	///	s	124	///	54.456	44.770	21,6
Chubut	s	33.929	///	s	172	///	36.182	33.757	7,2
San Juan	s	25.827	///	s	112	///	26.005	25.715	1,1
Salta	s	26.234	///	s	415	///	27.699	25.819	7,3

Fuente: Indec (Ver Anexo)

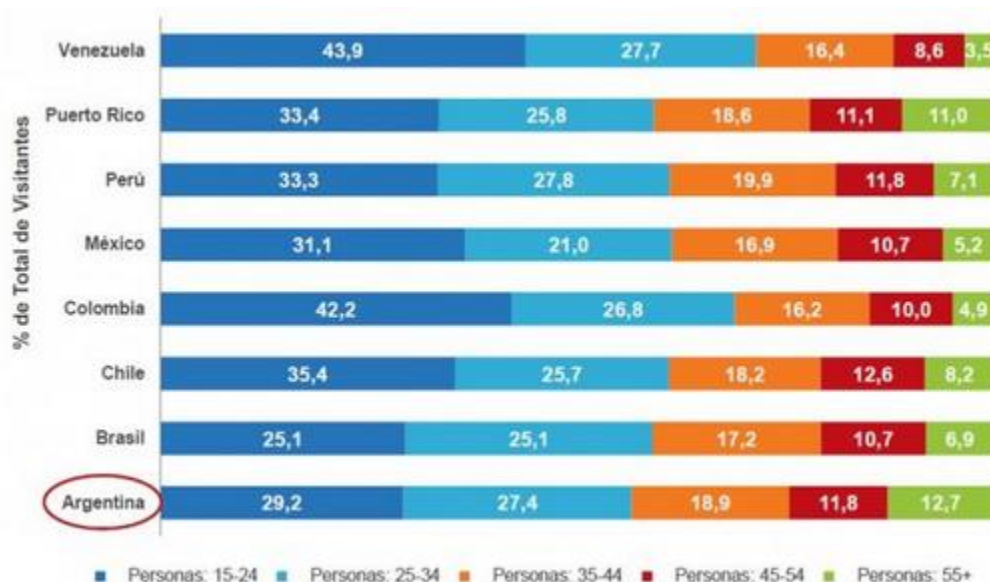
¹⁹ <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-psicografica.html>

Como se puede observar, es muy alta la cantidad de horas “online” promedio del usuario argentino a Internet:



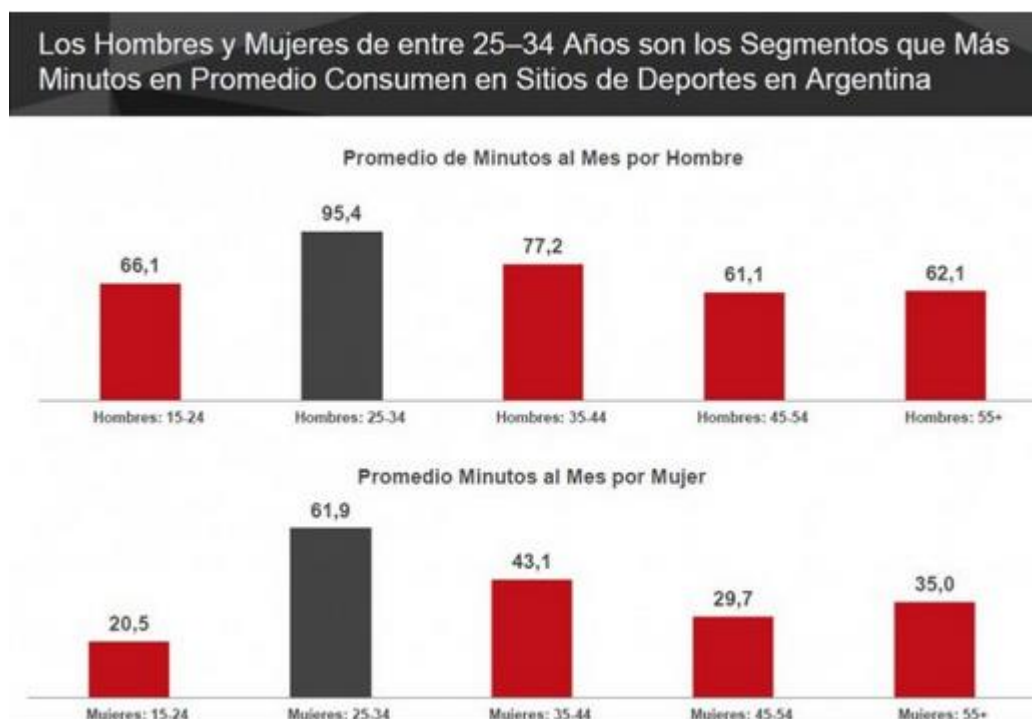
Fuente: Infobae (<http://www.infobae.com/2013/10/30/1520229-como-es-el-perfil-del-usuario-argentino-internet>)

A continuación se comprueba que más de la mitad de los actuales internautas, hoy en día, son menores de 34 años, esto acompaña a su vez al rango etario en que se encuentra habitualmente el jugador amateur promedio.



Fuente: Infobae (<http://www.infobae.com/2013/10/30/1520229-como-es-el-perfil-del-usuario-argentino-internet>)

Es interesante marcar que no solo los hombres pasan tiempo en sitios deportivos, sino que son sitios también a los cuales ingresan los usuarios femeninos:



Fuente: Infobae (<http://www.infobae.com/2013/10/30/1520229-como-es-el-perfil-del-usuario-argentino-internet>)

Y finalmente, sobre un estudio realizado por la consultora Ecolatina se desprende que los gastos relacionados al esparcimiento en la clase media argentina siguen siendo parte del gasto familiar. Si bien no hay datos públicos recientes, la tendencia porcentual sobre la composición total del gasto familiar se mantiene²⁰.

GASTO MENSUAL DE UNA FAMILIA CLASE MEDIA			
	Gasto oct-09 (pesos)	Gasto oct-10 (pesos)	Variación
Gasto Familiar	9.872	12.255	24,1%
Alimentos y bebidas	2.805	3.848	37,2%
Indumentaria	861	1.042	21,0%
Vivienda	1.384	1.630	17,8%
Equipamiento y mant. del hogar	637	733	15,0%
Atención médica y gastos para la salud	932	1.125	20,6%
Transporte y comunicaciones	948	1.087	14,7%
Esparcimiento y cultura	741	872	17,7%
Educación	1.086	1.337	23,1%
Bienes y servicios diversos	478	581	21,7%
Características del hogar			
Integrantes	Matrimonio con 2 hijos en edad escolar		
Vivienda	Alquilada		
Educación	Colegio privado subvencionado		
Autos	1 (con un plan de pago mensual)		
Medicina prepaga	Plan familiar		

FUENTE: IPC Ecolatina

²⁰ <http://www.iprofesional.com/notas/108591-La-difcil-tarea-de-ser-un-clase-media-revelan-cunto-dinero-necesita-para-vivir-por-mes>

4.3 ¿Quiénes son los potenciales usuarios/ compradores del negocio?

Como potencial cliente del negocio, aquel establecimiento que adhiera y haga uso del servicio para exponer y brindar sus reservas, será todo club, local y empresa que habitualmente ofrezca alquileres de canchas para la práctica de deportes.

Como usuario consumidor, los puntos más importantes a destacar de la segmentación, se pueden resumir de la siguiente manera:

Aspectos de Segmentación	Bajo	Medio	Alto
Geográfica		X	
Por edad			X
Por género	X		
Por nivel socioeconómico		X	
Por lugar de uso de Internet	X		
Por frecuencia de conexión	X		

En los aspectos más importantes de ésta segmentación se destacan como potenciales consumidores a los adolescentes y adulto joven de la zona de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores, principalmente de los niveles socioeconómicos C2 y C3 los cuales comprenden casi el 50% de la población argentina, que desarrollan frecuentemente actividades recreativas/deportivas en forma amateur:



Fuente: iProfesional (<http://www.iprofesional.com/notas/204121-Ser-clase-media-hoy-en-Argentina-cunto-se-debe-ganar-y-los-lmites-de-la-movilidad-social-ascendente>)

Sobre los tres segmentos más importantes se puede concluir que el mercado meta corresponde al menos al 48% (C2 y C3) del 57% (entre 15 y 34 años) del 50% (CABA y GBA) de accesos banda ancha del país:

Edad	Geografía	ABC1 (5,5%)	C2 (17%)	C3 (31%)	D1 30%	D2/E (16,5%)
15-24 (29,2%)	CABA y GBA		X	X		
	Resto País					
25-34 (27,4%)	CABA y GBA		X	X		
	Resto País					
35-44 (18,9%)	CABA y GBA					
	Resto País					
45-54 (11,8%)	CABA y GBA					
	Resto País					
<54 (12,7%)	CABA y GBA					
	Resto País					

Siendo entonces un potencial mercado de casi 1,8 millones de usuarios:



Conexiones banda ancha	Ubicación geográfica	Nivel SocioEconómico	Edad
100%	50%	48%	57%
13.366.000	6.683.000	3.207.840	1.796.390

Cómo definición del mercado meta de consumidores se establece:

“Todos aquellos deportistas, tanto masculinos como femeninos, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y alrededores, que tengan la necesidad de contratar los servicios de alquiler de canchas para la realización de prácticas deportivas amateur. Se hará foco en los jóvenes y adultos que forman parte de la gran mayoría de internautas del país, y principalmente (pero no en forma exclusiva) pertenecientes a los segmentos C2 y C3”.



4.4 Pautas de comportamiento esperado de cada segmento.

Se espera que todos los usuarios del servicio puedan realizar las diferentes acciones de uso del sistema sin ningún tipo de conocimiento particular. De acuerdo a los autores P. Kotler y G. Armstrong²¹, el comportamiento del consumidor final se ve afectado por factores culturales, sociales, personales y psicológicos, los que en general no pueden ser controlados pero sí deben ser tenidos en cuenta. Sobre estos puntos, en los apartados anteriores ya se ha analizado la clase social del mercado meta, edad, situación económica, etc.

Se espera para posteriores implementaciones e incrementos funcionales del servicio incluir módulos que potencien y motiven el uso del sitio no solo por su servicio específico de reserva, sino también por diversas opciones de recreación, información, grupos de discusión y demás.

²¹ "Fundamentos de Marketing", P. Kotler y G. Armstrong

5 Plan de Acción

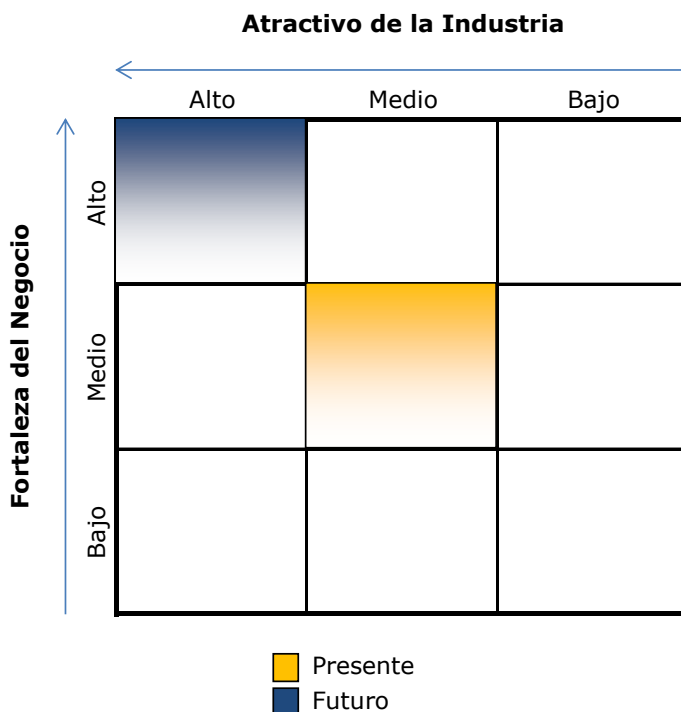
5.1 Posicionamiento del negocio

Considerando los análisis realizados anteriormente podemos definir y resumir el atractivo de la industria y la fortaleza de nuestro negocio de la siguiente manera:

Actual	Atractivo		
Futuro			
Evaluación General de la Industria	Bajo	Medio	Alto
Evaluación General			

Actual	Fortaleza		
Futuro			
Evaluación del Negocio frente a la Competencia	Bajo	Medio	Alto
Evaluación General			

Basándonos en estos datos se identifica el siguiente posicionamiento en la matriz de Atractivo de la industria / Fortaleza del negocio:



De esta manera, y teniendo en cuenta las estrategias genéricas asociadas a la matriz del Atractivo de la industria / Fortaleza del negocio sugeridas por **Arnoldo Hax**, definimos lo siguiente:

		Atractivo de la Industria		
		Alto	Medio	Bajo
Fortaleza del Negocio	Alto	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento - Búsqueda de predominio - Maximizar la inversión 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar segmentos de crecimiento - Invertir fuertemente - Mantener la posición en otras partes 	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener la posición general - Buscar flujo de fondos - Invertir a nivel de mantenimiento
	Medio	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar potencial para el liderazgo a través de la segmentación - Identificar las debilidades - Fortalecerse 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los segmentos de crecimiento - Especializarse - Invertir en forma selectiva 	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminar líneas - Minimizar la inversión - Posicionarse para reestructuración
	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - Especializarse - Buscar nichos - Considerar adquisiciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Especializarse - Buscar nichos - Considerar la salida 	<ul style="list-style-type: none"> - Confiar en la calidad de estadista del líder - Atacar los generadores de efectivo de los competidores - Salida y abandono oportuno

5.2 Programas generales de acción

Se diferencian en dos áreas claves de la empresa.

Estrategia de Marketing
<p>Lograr el mejor posicionamiento posible en el mercado a través de acciones de marketing, publicidad y promociones, tanto en los canales tradicionales como en los nuevos canales de comunicación. Consolidar la empresa a través de alianzas estratégicas. Mejorar y maximizar la relación y comunicación con los clientes. Aumentar la cantidad de clientes que hacen uso de los servicios en los establecimientos, incrementando también la cobertura geográfica de los mismos.</p>
<p>Directivo Responsable: Gerente de Marketing y RR.PP.</p>
<p>Indicadores Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> - NPS. Aumento del reconocimiento en el mercado a través de encuestas. - Cantidad de contactos recibidos a través del nuevo canal de comunicación. - Cantidad de usuarios registrados en el servicio.
<p>Hitos Importante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variación positiva del NPS de la marca obtenida de las encuestas. - Aumento del volumen de consultas realizadas a través de este nuevo canal, con la consiguiente disminución de contactos en los medios tradicionales. - Incremento del número de usuarios registrados al servicio.
<p>Fecha de ejecución: 04/01/2016 a 29/12/2017</p>

Estrategia de Tecnología
<p>Desarrollar e implementar un nuevo canal de comunicación con los potenciales clientes del mercado, a través del uso de Internet.</p>
<p>Directivo Responsable: Gerente Técnico</p>
<p>Indicador Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de ingresos al sitio. - Cantidad de búsquedas realizadas. - Cantidad de reservas concretadas a través del servicio.
<p>Hito Importante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primeras reservas realizadas por el nuevo canal de comunicación.
<p>Fecha de ejecución: 04/01/2016 a 22/09/2017</p>

5.2.1 Matriz de vinculación FODA y Desafíos – Planes Generales

A continuación se indican los vínculos que tienen los programas generales de acción con los diversos puntos identificados a través del análisis de FODA y desafíos planteados:

Desafíos

<i>Vínculos de los programas generales de acción</i>	Estrategia de Marketing	Estrategia de Tecnología
- Satisfacer al cliente	X	
- Brindar una herramienta innovadora a establecimientos		X
- Lograr potencial alcance nacional	X	X

Fortalezas

<i>Vínculos de los programas generales de acción</i>	Estrategia de Marketing	Estrategia de Tecnología
- Organización pequeña	X	
- Experiencia en el mercado	X	
- Recursos humanos idóneos y adecuados	X	
- Bajo costo de implementación		X
- Amigable interfaz de la plataforma digital	X	X
- Prestación de servicio integrados	X	X

Oportunidades

<i>Vínculos de los programas generales de acción</i>	Estrategia de Marketing	Estrategia de Tecnología
- Aumento constante de usuarios a Internet	X	
- Baja penetración de la tecnología en el proceso tradicional de alquiler	X	X
- Explosión de los servicios móviles		X
- Demanda constante de alquileres de canchas	X	
- Bajo nivel de competencia actual	X	
- Tendencia a la vida sana y actividad física	X	

Debilidades

<i>Vínculos de los programas generales de acción</i>	Estrategia de Marketing	Estrategia de Tecnología
- No contar con la infraestructura		X
- Posible necesidad de inversión pr parte de los establecimientos	X	X
- Imposibilidad de ofrecer soporte 24/7	X	
- Dependencia tecnológica		X
- Falta de experiencia en marketing y ventas	X	
- Posible imitación del servicio por terceros	X	

Amenazas

<i>Vínculos de los programas generales de acción</i>	Estrategia de Marketing	Estrategia de Tecnología
- Desconfianza de los establecimientos en llevar su agenda de manera digital	X	
- Interrupciones del servicio ajenas al Grupo		
- Costo de implementación para los establecimientos	X	
- Falta de confianza en las agendas por parte de los establecimientos	X	
- Falta de confianza de los usuarios por posibles errores en reservas.	X	

5.3 Programas específicos de acción

Los programas generales se desagregan en una serie de programas específicos:

Estrategia de Marketing
Gestar un equipo adecuado para llevar adelante los objetivos estratégicos de marketing.
Mejorar la comunicación con los clientes.
Potenciar la relación con los clientes.
Incrementar el número de usuarios registrados al servicio.
Ampliar la zona de influencia del negocio, aumentando la participación geográfica del servicio.

Estrategia de Tecnología
Fortalecer el nuevo canal de comunicación.
Implementar nuevos servicios complementarios a la publicación y reserva.
Invertir capitales para la incorporación de tecnología.
Incorporación de nuevas tecnologías.

A los cuales se les declara una determinada prioridad de la siguiente manera:

Declaración de la prioridad	Definición
Prioridad absoluta	La postergación perjudicará significativamente la posición competitiva. La falta de implementación dañará gravemente la posición competitiva.
Muy deseable	La postergación afectará de forma adversa la posición competitiva. La implementación ayudará significativamente a la posición competitiva.
Deseable	Si hubiera fondos disponibles, la posición competitiva podría mejorarse. Este programa resultaría útil, pero puede postergarse o cancelarse si no hay disponibilidad de recursos.

Estrategias de Marketing

Gestar un equipo adecuado para llevar adelante los objetivos estratégicos de marketing
Llevar adelante la creación de un equipo de marketing adecuado para poder llevar adelante los objetivos definidos por la estrategia planteada, incorporando personal o tercerizando servicios, según sea más adecuado.
Declaración de Prioridades: Prioridad absoluta
Directivo Responsable: Gerente de Marketing y RRPP
Declaración de Costos: Considerando diferentes escenarios (contratación de personal propio, personal tercerizado o servicio llave en mano de agencia especializada) el cálculo estimado será entre \$2000 y \$9000 mensuales.
Declaración de Beneficios: Permitirá diseñar, ejecutar y controlar todas las acciones de marketing definidas en el plan.
Fecha de ejecución: 04/01/2016 a 09/09/2016

Mejorar la comunicación con los clientes
Mejorar la comunicación con los clientes a través de nuevos canales de comunicación.
Declaración de Prioridades: Prioridad absoluta
Directivo Responsable: Gerente de Marketing y RRPP
Declaración de Costos: Considerando una dedicación del 20% del personal de marketing, se definiría un valor de \$400 a \$1800 mensuales (dentro los costos ya calculados).
Declaración de Beneficios: Mejorar la satisfacción del cliente, consumidor del servicio y usuario de los alquileres. Por consiguiente mejorando la imagen del servicio y ayudando a incrementar el market share.
Fecha de ejecución: 09/05/2016 a 13/01/2017

Potenciar la relación con los clientes
Potenciar la relación con los clientes y crear un mayor nivel de fidelización.
Declaración de Prioridades: Muy deseable
Directivo Responsable: Gerente de Marketing y RRPP



Declaración de Costos: Considerando una dedicación del 20% del personal de marketing, se definiría un valor de \$400 a \$1800 mensuales (dentro los costos ya calculados).
Declaración de Beneficios: Afianzar la relación con los clientes, mejorando la fidelización, contribuye a aumentar el market share e imagen del servicio.
Fecha de ejecución: 12/09/2016 a 19/05/2017

Incrementar el número de usuarios registrados al servicio
Aumentar la cantidad de clientes con los que cuenta el negocio haciendo llegar la oferta de servicios a nuevos potenciales clientes, a través de los actuales o nuevos canales de comunicación.
Declaración de Prioridades: Muy deseable
Directivo Responsable: Gerente de Marketing y RRPP
Declaración de Costos: Considerando una dedicación del 20% del personal de marketing, se definiría un valor de \$400 a \$1800 mensuales (dentro los costos ya calculados).
Declaración de Beneficios: Aumentar el market share tiene por consiguiente un aumento en los ingresos de la compañía.
Fecha de ejecución: 24/04/2017 a 29/12/2017

Ampliar la zona de influencia de los establecimientos, aumentando la participación geográfica del servicio
Incrementar la participación geográfica del servicio a través del nuevo canal de comunicación, que permite prácticamente eliminar las limitaciones geográficas del negocio.
Declaración de Prioridades: Deseable
Directivo Responsable: Gerente de Marketing y RRPP
Declaración de Costos: Considerando una dedicación del 20% del personal de marketing, se definiría un valor de \$400 a \$1800 mensuales (dentro los costos ya calculados).
Declaración de Beneficios: Aumentando el mercado target, con mayor ofrecimiento de establecimientos, aumentarán los ingresos de la compañía.
Fecha de ejecución: 24/04/2017 a 29/12/2017



Estrategias de Tecnología

Fortalecer el nuevo canal de comunicación
Fortalecer el nuevo canal de comunicación que se ofrece a los establecimientos, con los potenciales clientes del mercado a través de Internet brindando el servicio de búsqueda y reservas.
Declaración de Prioridades: Prioridad absoluta
Directivo Responsable: Gerente Técnico
Declaración de Costos: Considerando diferentes escenarios (contratación de personal propio, personal tercerizado o servicio llave en mano de agencia especializada) el cálculo estimado será entre \$2000 y \$9000 mensuales.
Declaración de Beneficios: Ofrecer un servicio de calidad a los establecimientos, permitiéndoles llegar a mayor cantidad de potenciales clientes y de mejor manera, aumentará por consiguiente los ingresos de la compañía.
Fecha de ejecución: 04/01/2016 a 09/09/2016

Implementar nuevos servicios complementarios a la publicación y reserva
Incorporar nuevas formas vías de publicación de servicios, y reserva por parte de los usuarios del servicio; como también desarrollar servicios adicionales al core del negocio.
Declaración de Prioridades: Muy deseable
Directivo Responsable: Gerente Técnico
Declaración de Costos: Considerando una dedicación del 50% del personal de marketing, se definiría un valor de \$1000 a \$4500 mensuales (sobre los costos ya calculados).
Declaración de Beneficios: Nuevos servicios tanto para establecimientos como para usuarios consumidores atraerá más clientes, mayor uso del servicio y por consiguiente mejorando el market share y las ganancias de la compañía.
Fecha de ejecución: 20/06/2016 a 24/02/2017

Invertir capitales para la incorporación de tecnología
Consolidar y potenciar el servicio prestado a través de inversiones en la compañía y colaborando en la inversión de los diferentes establecimientos.
Declaración de Prioridades: Deseable



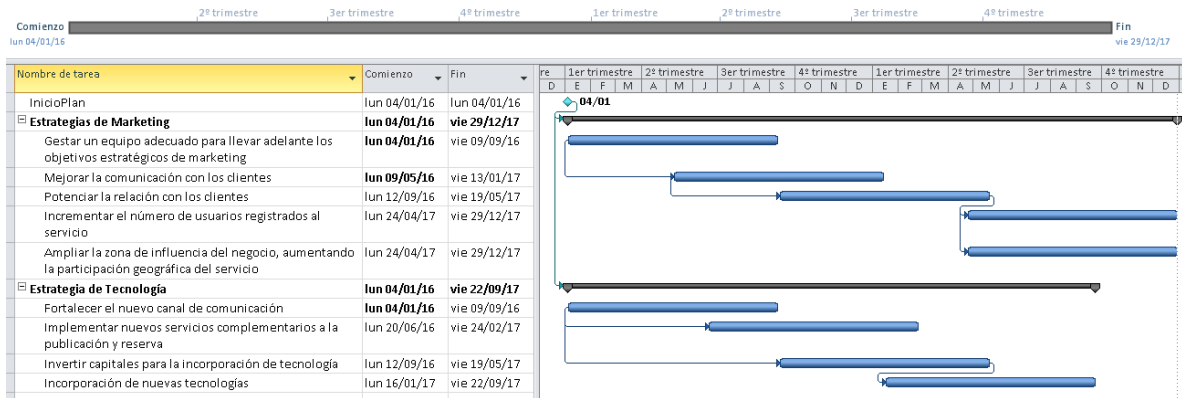
Directivo Responsable: Gerente Técnico
Declaración de Costos: De acuerdo a las definiciones que haga el equipo técnico basado en relevamiento y análisis de la situación. No estimable en ésta etapa.
Declaración de Beneficios: En un ámbito altamente cambiante como es el tecnológico se debe prever realizar inversiones periódicas.
Fecha de ejecución: 12/09/2016 a 19/05/2017

Incorporación de nuevas tecnologías
Adquisición e implementación de nuevas tecnologías en la empresa con el fin de innovar a través de nuevos canales de comunicación y optimizar los procesos actuales de información y reserva.
Declaración de Prioridades: Deseable
Directivo Responsable: Gerente Técnico
Declaración de Costos: De acuerdo a lo definido en la acción de “Invertir capitales para la incorporación de tecnología”.
Declaración de Beneficios: Complemento de la acción “Invertir capitales para la incorporación de tecnología”
Fecha de ejecución: 16/01/2017 a 22/09/2017



Cronograma operativo de acciones

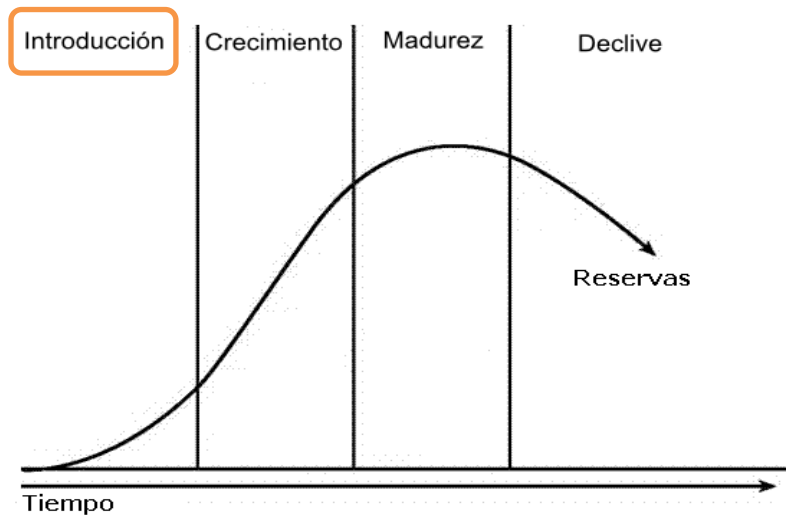
A continuación se detalla el GANTT sugerido y planificado correspondiente a los diferentes programas específicos desarrollados, segmentados por programa general:



6 Plan de Marketing

6.1 Objetivos

Si bien el servicio prestado por parte de los establecimientos se encuentra en una etapa de madurez, el servicio sobre el cual se trabaja pretende brindar un nuevo canal de comunicación y reserva, llevando el negocio tradicional a un concepto digital es el principal objetivo que busca la empresa, con el objetivo de disminuir costos operativos, ampliar el universo de clientes en el mercado e incrementando en consecuencia las ganancias recibidas, y se encuentra claramente en una etapa de introducción del ciclo de vida del mismo.



A través de la mezcla de marketing estableceremos diferentes estrategias:

- Estrategia del producto (o servicio)
- Estrategia del precio
- Estrategia de la promoción
- Estrategia de la plaza (o puntos de venta y distribución)

Donde de alguna manera a través de éstas estrategias, se busca tanto crear valor en el mercado, como capturar valor del mercado:

Mezcla de Marketing			
Producto	Comunicación	Distribución	Precio
Crean VALOR en el mercado			Captura VALOR del mercado

De acuerdo a la etapa en que se encuentra el servicio, las estrategias de marketing difieren en su foco, detallando a continuación los diversos puntos considerando la situación de start up del negocio:

Estrategia de la mezcla de marketing	Etapas del ciclo de vida del servicio			
	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Producto (servicio)	Etapa costosa, alto control y seguimiento.			
Precios	Precio bajo el promedio del mercado.			
Promoción	Intensivo. Dar a conocer el servicio, diferenciación, beneficios.			
Plaza (distribución)	Distribución (puntos de venta, “proveedores”) específicos y más controlado.			

De acuerdo a la etapa en que se encuentra la idea, y a través de las diferentes estrategias de marketing, se busca informar, persuadir y recordar a los compradores nuestros servicios. Por éste motivo la elección y puesta en marcha de una estrategia promocional, como la correcta definición de precios, es de vital importancia en el desarrollo del negocio.

Se buscará resaltar la atención y calidad de los servicios ofrecidos, destacando de esta manera una ventaja diferencial sobre los demás competidores y generando a su vez mayor atención por parte de los consumidores.



Se definen precisos y alcanzables objetivos para la organización, considerando el análisis realizado hasta el momento y los programas del plan de acción:

- Se buscará que a través de todas las estrategias de promoción planteadas se consiga un reconocimiento de marca de por lo menos un 30% dentro del mercado meta de consumidores definido, y participación de al menos 50% respecto a los competidores.
- Se buscará obtener los ingresos suficientes para no enfrentar pérdidas.
- Se buscará conseguir al menos 70 establecimientos oferentes de servicios en el ámbito geográfico meta (hablamos del 1% de los establecimientos totales).



6.2 Resultados esperados en materia de cobertura y participación

Los resultados esperados luego de transcurrir los primeros 6 meses de la ejecución del plan de negocio, serán los siguientes:

- Reconocimiento de marca de al menos un 10% dentro del mercado meta apuntado. Y al menos 20% de market share respecto los competidores.
- Como objetivo base se busca que los precios establecidos no generen déficit presupuestario, buscando como objetivo deseable que representen una ganancia de al menos un 10% por encima de los costos asociados a la prestación del servicio.
- Que al menos un 40% de los establecimientos (alrededor de 30 establecimientos) haya recibido reserva de servicios, y que al menos un 10% de la población de usuarios hayan realizado ingresos y reservas.

6.3 Metas de Posicionamiento

Los objetivos planteados hasta el momento buscan posicionarnos en la mente del consumidor como una alternativa ágil, rápida, fiable y moderna respecto al tradicional servicio de reserva.

La facilidad, diversidad de ofertas e inmediatez del proceso debe ser el pilar fundamental por el cual el consumidor recuerde el servicio.

Respecto a los proveedores (establecimientos) el servicio que brindamos debe verse prácticamente como una necesidad sobre la que deseen incursionar, interesándose por los potenciales beneficios y nuevos alcance que le pueden dar a su negocio.

Como propone P. Kotler²², la mezcla completa de beneficios con base en los cuales se posiciona el servicio es la propuesta de valor.

Desde un análisis de relación precio beneficio, para lograr el posicionamiento deseado trabajaremos en brindar un valor adecuado a menor costo, aunque en los primeros meses esto implique no percibir ganancias.

Esto podría resumirse y representarse de la siguiente manera:

		Precio		
		Más	Lo mismo	Menos
Beneficios	Más	Más por más	Más por lo mismo	Más por menos
	Lo mismo			Lo mismo por menos ★
	Menos			Menos por mucho menos

²² "Fundamentos de Marketing", P. Kotler y G. Armstrong



6.4 Producto. Estrategia de Producto (o servicio)

Al referirnos a los servicios brindados, podemos hablar de varias características que forman parte de los mismos:

a) Intangibilidad

Esta es una característica de los servicios, ya que no es posible tocarlos, verlos, probarlos, escucharlos o sentirlos, de la misma manera en que se hace con los bienes. En este caso la prestación que se brinda al cliente solo puede ser “tangible” al momento de hacer uso del mismo en las instalaciones del establecimiento.

b) Inseparabilidad

Característica de los servicios que les permite ser producidos y consumidos al mismo tiempo. Dado que no son manufacturados, los servicios prestados de alquiler a los usuarios son “elaborados” en el momento que son consumidos y utilizados.

c) Heterogeneidad

La heterogeneidad es una característica que hace a los servicios menos estandarizados y uniformes que los bienes, de manera que en nuestro caso pueden ser percibidos en forma diferente a otros similares, por características intangibles como la atención u organización.

d) Perecedero

Así como los servicios no son manufacturados, tampoco son almacenados ni inventariados, es por esto que reciben el carácter de perecederos.

e) Calidad del servicio

Dado las mencionadas características del servicio, es difícil medir y definir la calidad del servicio siendo percibido por los clientes de diferentes maneras en base a cinco componentes principales:

- **Confiabilidad:** Es uno de los componentes más importantes y analizados por los clientes. La correcta prestación del servicio desde la primera vez es esencial.
- **Sensibilidad:** La pronta y exacta respuesta al cliente ante sus necesidad o requerimientos es parte indispensable para la prestación de un servicio de calidad.



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



- Seguridad: La cortesía y conocimiento de los establecimientos transmiten seguridad a los clientes, dando la sensación de que pueden confiar en el comercio.
- Empatía: La atención y cuidado del cliente son factores esenciales para brindar servicio de calidad.
- Tangibles: Aquí se tienen en cuenta los aspectos físicos del servicio, como las instalaciones, equipos y apariencia del personal.



6.4.1 Describa el producto/ servicio (qué es y qué no es)

El servicio debemos diferenciarlo en 2 segmentos claramente separados.

Por un lado, el servicio ofrecido a los proveedores, donde podrán gestionar y ofrecer los alquileres de las canchas de sus establecimientos. Pudiendo llegar a más consumidores, con menor costo y más efectivamente.

Adicionalmente podrán obtener métricas de uso, cancelación y satisfacción, como también mejorar su posicionamiento o generar destacados en las publicaciones, brindándoles la oportunidad de tener una ventaja competitiva sobre otros establecimientos.

Por el otro lado, el servicio ofrecido a los consumidores, aquellos usuarios del servicio que desean realizar búsquedas de manera sencilla, ante un gran universo de oferentes, pudiendo realizar comparaciones en tiempo real, tomar decisiones de reservas cualquiera sea el día u horario, obteniendo un importante diferencial respecto al servicio tradicional de reservas.



6.4.2 ¿Es un producto/ servicio durable, estacional?

De acuerdo a la investigación de mercado y encuestas realizadas, se define el servicio como una prestación no estacional, de igual consumo durante todo el año. Si bien se destacan períodos vacacionales de menor consumo, la naturaleza del servicio permite hacer uso del mismo en cualquier momento del año, y esto lo acompaña el mercado consumidor.

A través de los servicios de información que provee nuestro negocio, los establecimientos podrán contar con información más certera de la estacionalidad de la prestación y concurrencia de consumidores, permitiéndole tomar mejores decisiones para aumentar la rentabilidad.

Por parte de los consumidores, la propuesta que se les brinda les permite realizar búsquedas de manera más económica (sobre todo en tiempo) en momento de picos de consumo, evitando contactos y comunicaciones infructuosas para contratar alquileres de canchas.



6.4.3 ¿Cuáles son las características del servicio que influyen sobre la decisión de compra?

El proceso de decisión de compra que lleva adelante el consumidor consta del reconocimiento de la necesidad, la búsqueda de información, evaluación de las alternativas, llevar adelante la decisión de compra en sí, y el posterior comportamiento del mismo ante el uso del servicio o adquisición del producto.

En este aspecto, el servicio ofrecido hacia los establecimientos deberá ser fuerte al momento de la evaluación de alternativas que hace el cliente, buscando torcer la balanza a través de un *mejor precio respecto a la competencia*, y de un *mejor servicio respecto al proceso tradicional* de reserva.

Respecto al usuario consumidor, se hará foco para que éste *conozca el servicio*, desee y genere la necesidad de usarlo.

Todo proceso de adopción de un nuevo producto o servicio inicia con la conciencia por parte del consumidor (darse cuenta que existe), la generación de interés (querer y buscar información al respecto, características, etc), evaluación (comparar y considerar si vale la pena hacer uso del mismo), probarlo y adoptarlo. Es por eso que se considera fundamental llevar adelante un exitoso despliegue de comunicación y difusión del negocio.

En el comportamiento posterior del uso o compra del servicio, en ambos casos se debe buscar la satisfacción del cliente para que éste se convierta en una publicidad positiva.



6.4.4 ¿Existen estudios que respalden sus hipótesis?

Se realizaron diversas entrevistas y encuestas para conocer las necesidades y gustos del mercado. A través de estas la proposición de valor y la correcta elección del modelo de ingreso y oportunidad del negocio se definen claves para el éxito del emprendimiento.

Los datos obtenidos respaldan las estrategias definidas, y que se detallarán los siguientes apartados, con el objeto de lograr la mayor participación posible del mercado proveedor, y un consumo cada vez más intensivo por parte de los clientes finales.

6.5 Precio. Estrategia de Precio

6.5.1 Condicionantes del precio

Dentro de los habituales condicionantes, que afecten y modifique el precio del servicio, se pueden enumerar los siguientes:

- Marco legal
- Mercado y competencia
- Objetivos de la compañía
- Múltiples partes interesadas
- Interdependencia de las demandas de los servicios ofertados
- Interacción entre los instrumentos comerciales
- Dificultad de determinar la respuesta de la demanda
- Costos y curva de experiencia del servicio
- Ciclo de vida del servicio

Si bien no todos los mencionados condicionantes afectan la definición y formulación del precio, se deben realizar algunas consideraciones:

- *Mercado y Competencia*: La realidad del mercado y la situación de negocio en etapa de introducción lleva a la imposibilidad de fijar precios óptimos, debiendo trabajar por debajo de la línea de la media del mercado, buscando crear un diferenciador respecto a la competencia.

- *Objetivos de la compañía*: Como ya se detalló, la búsqueda de un exitoso ingreso y posicionamiento en el mercado lleva a trabajar con bajos precios para lograr generar el conocimiento del servicio y la supervivencia inicial.

- *Múltiples partes interesadas*: Se deben considerar los competidores que hay en el mercado, las expectativas y alternativas con que cuentan los establecimientos-proveedores del negocio y la sociedad en general, hábitos de consumo y temporalidad de uso de los servicios.

- *Interacción entre los instrumentos comerciales*: Diversidad de la calidad de los servicios ofrecidos por los establecimientos, como también las acciones de publicidad



llevadas adelante llevan a afectar la elasticidad de la demanda, disminuyendo la sensibilidad de la misma respecto al precio.

- *Dificultad de determinar la respuesta de la demanda*: La elasticidad de la demanda varía a lo largo del ciclo de vida del servicio, esto lleva a la imposibilidad de determinar fácilmente el precio, sobre todo considerando que el negocio busca introducir un servicio nuevo de la compañía.

- *Costos y curva de experiencia del servicio*: Los costos fijos (independientes de la cantidad de servicios ofrecidos, y más bien asociados a la comercialización, publicidad, infraestructura y estructura organizacional), los costos variables (de acuerdo a tráfico de red por ejemplo, y otros ítems de índole variable) y la propia experiencia que se verá incrementada a través del tiempo con la prestación de los servicio, relación comercial con los establecimientos y formas de comunicación con los clientes, son factores a tener en cuenta.

- *Ciclo de vida del servicio*: En la temprana etapa de introducción del servicio al mercado, los precios deberán ser competitivos y por ende, por debajo de la media del mismo. En posteriores etapas del ciclo de vida se verán ajustados para maximizar la rentabilidad.

6.5.2 Estrategia de precio

La estrategia de precios se debe desarrollar de acuerdo a los objetivos perseguidos por la compañía, el servicio ofrecido, la competencia existentes y en diversos factores que condicionan el precio.

Para fijar los precios se pueden llevar adelante diferentes estrategias, como la basada en los costos, basada en la competencia o basada en el mercado o demanda. Independientemente de ello, el precio mínimo a establecer debería estar altamente relacionado con el costo del servicio (de hecho habría pérdidas si se está por debajo de éste valor) y el precio máximo a establecer no debería ser superior a la percepción de valor que tiene el cliente.

Análisis de Costos

Los costos podrían clasificarse según su comportamiento en Fijos y Variables.

Los costos fijos: son aquellos que permanecen relativamente constantes o invariables a través del tiempo y no están ligados al servicio brindado:

COSTOS FIJOS		
Detalle	Frecuencia	Monto mensual Aprox
Honorarios de estudio contable	Mensual	\$ 400
ABL, Luz, Comunicaciones, Seguros	Mensual	\$ 900
Agua, Gas	Bimestral	\$ 150
Gas	Bimestral	\$ 75
Impuestos Municipales / Nacionales	Anual	\$ 175
Insumos de Oficina / Computación	Mensual	\$ 300
Salarios y Cargas Sociales	Mensual	\$ 18.000
Consultorías	Mensual	\$ 4.000
TOTAL		\$ 24.000



Los costos variables: son aquellos que varían en forma proporcional de acuerdo al nivel de actividad que posee la empresa.

COSTOS VARIABLES		
Detalle	Frecuencia	Monto mensual Aprox
Promoción y Publicidad	Mensual	\$ 3.000
Impuesto a los ingresos Brutos	Anual	\$ 800
Mantenimientos	Mensual	\$ 600
Otros Gastos (viáticos y varios)	Mensual	\$ 600
TOTAL		\$ 5.000

El diseño de una correcta estrategia de precios deben tener en cuenta principalmente los objetivos de la empresa, la flexibilidad y la orientación del mercado.

Dicho esto, la fijación de precios para penetrar en el mercado busca fijar un precio bajo inicial con el fin de penetrar en el mercado de manera rápida y profunda atrayendo a un gran número de consumidores en muy poco tiempo y conseguir una participación de mercado importante.

Los precios a establecer serán por los servicios de ofrecimiento de canchas, a rigor de la verdad sería el cobro sobre el **consumo de la reserva realizada** (modelo de negocios de comisiones sobre las transacciones), en una etapa posterior se cobrará también por **tipo de publicación y destacados en el posicionamiento** en las búsquedas de canchas (valor fijo por tipo de destacado) y **publicidades** (cobro por click).

Ingresos en concepto de comisión por reserva consumida

Se cobrará un **7%** sobre el cargo del servicio de alquiler. De acuerdo al tipo de cancha publicada y el horario de la misma (por el uso de iluminación artificial) nos encontramos con un promedio de, por ejemplo, \$200 para canchas de padel y tenis, y \$500 para canchas de fútbol.

Sobre ésta premisa, considerando la asociación inicial de alrededor de 20 establecimientos, podemos pensar en un **mínimo promedio diario de 30 reservas** concretadas a través de nuestro servicio de entre \$200 y \$500 (pensando en un total promedio de \$12.000 diarios de consumo, marcarían un cobro de \$840 diarios, alrededor de **\$25.200 mensuales**).



Ingresos en concepto de publicación

Los destacados de publicación permitirán a los proveedores aumentar la exposición de sus establecimientos y canchas, en diferentes modalidades:

- *Publicación Bronce*: Disminuye el cargo por comisión efectuada a 5,5%, pero se cobra por la publicación mensual un cargo fijo de **\$110** por cancha. De manera que RTC se asegura un ingreso fijo mensual por cada cancha publicada en éste servicio, y el establecimiento tiene la posibilidad de disminuir su costo de publicación si concreta más de **15** reservas mensuales (punto de inflexión entre el costo del destacado y el beneficio por reducción del porcentual de la comisión, dado que si concreta sólo una reserva abonaría \$137,5 de la publicación y la reserva, pero si concreta 16 abonaría \$550 en lugar de \$560).
- *Publicación Plata*: Al igual que el servicio Bronce, disminuye el cargo por comisión efectuada a 4,5%, pero se cobra por la publicación mensual un cargo fijo de **\$250** por cancha. De manera que RTC se asegura un ingreso fijo mensual por cada cancha publicada en éste servicio, y el establecimiento tiene la posibilidad de disminuir su costo de publicación si concreta más de **20** reservas mensuales (punto de inflexión entre el costo del destacado y el beneficio por reducción del porcentual de la comisión, dado que si concreta sólo una reserva abonaría \$272,5 de la publicación y la reserva, pero si concreta 21 abonaría \$722,50 en lugar de \$735).
- *Publicación Oro*: Destaca la publicación en los resultados de búsquedas que concuerden con la cancha, y adicionalmente disminuye el cargo por comisión efectuada a 4,5%, pero se cobra por la publicación mensual un cargo fijo de **\$300** por cancha. De manera que RTC se asegura un ingreso fijo mensual por cada cancha publicada en éste servicio, y el establecimiento tiene la posibilidad de disminuir su costo de publicación si concreta más de **25** reservas mensuales (punto de inflexión entre el costo del destacado y el beneficio por reducción del porcentual de la comisión, dado que si concreta sólo una reserva abonaría \$322,5 de la publicación y la reserva, pero si concreta 26 abonaría \$885 en lugar de \$910).



Ingresos en concepto de publicidad alojada

Se implementará con AdSense un servicio de publicidad por el que se registrarán ingresos. No se puede determinar de un modo preciso los ingresos provenientes del servicio de AdSense dado que depende de varios factores.

- El tipo de anuncios que aparece en las páginas: al mostrar anuncios con AdSense para contenido, se puede mostrar anuncios que se pagan cuando los usuarios hacen clic en ellos o cuando los ven. Todos los anuncios compiten en una subasta de anuncios, y el sistema elige automáticamente a los anunciantes que están dispuestos a pagar más y que aseguren una buena experiencia de usuario.
- El precio de los anuncios que aparecen en las páginas: no todos los anuncios tienen el mismo precio, por lo que sus ganancias pueden variar de un día para otro en función de los presupuestos de los anunciantes, de su contenido específico y de los anuncios en los que los usuarios hacen clic.
- La cantidad de productos de AdSense que utiliza: puede ganarse dinero con AdSense de muchas formas distintas: mostrando anuncios en las páginas web, mostrando anuncios en feeds y más.



6.6 CIM (Comunicaciones integradas de marketing)

Las comunicaciones integradas del marketing buscan brindar mensajes congruentes, claros y atractivos sobre la compañía y la marca, dando a conocer el producto o servicio y sus ventajas.

En sus diversas formas encontramos la publicidad, las ventas personales, las relaciones públicas, el marketing directo, y la promoción de ventas. Cada una con características propias y claramente diferencias, en conjunto son parte de la estrategia de comunicación.

En una etapa de gestación, previa incluso a la introducción del servicio en el mercado se debe buscar crear conciencia y prueba del producto. Para esto se decide buscar una serie de acciones que encuentren en adoptadores tempranos y detallistas una buena aceptación, y promociones para incitar la prueba del mismo.

Es por esto que, como parte de una estrategia de atracción, consideramos hacer foco en elementos de **publicidad** y **promoción**, lo que requiere un gasto considerable para crear una demanda que atraerá el uso del canal.



6.6.1 Planificación estratégica de las acciones de comunicación

Comunicación masiva

Objetivo: Dar a conocer el servicio en el mercado, informar sobre sus características de manera clara y sencilla. Se busca con el medio radial realizar en forma masiva la comunicación para posicionar el servicio en la mente del consumidor, y complementar la estrategia con publicidad en internet en sitios especializados y de consumo masivo.

Tipo: Publicidad

Estilo: Multimedia

Medio: Radio, televisión e Internet

Clase: de servicio y corporativo

Detalle: Más específicamente, se buscará realizar publicidades en programas radiales de gran audiencia, considerando los costos que estos implican. Estos pueden ser en los segmentos deportivos de “No somos nadie” de radio Metro, “Basta de todo” de radio Metro y “Más que fútbol” de DirectvSports.

En el caso de la publicidad en internet se buscará realizar las acciones en sitios del género deportivo como NetShoes, Ole y CanchaLlena.

Dado que, en el caso de la radio y la televisión, son medios donde la publicidad es “escuchada a medias”, se debe considerar realizar publicidad que logre el posicionamiento en la mente del consumidor, más no ahonde en detalles del servicio. De alguna manera que de manera rápida y sencilla el consumidor asocie el slogan o música escuchada en forma inmediata con el servicio, como sucede con MercadoLibre, Despegar, Piero y muchas más.

Observaciones: Se debe realizar el cálculo de presupuesto adecuado para llevar adelante la acción y obtener los resultados deseados. Se complementa con acciones de promoción.

Comunicación específica

Objetivo: Llegar en forma directa al potencial cliente, usuario del sitio a través de banners destacados y mejoras de posicionamiento en motores de búsquedas, que sean mostrados en los casos que se realicen búsquedas relacionadas al servicio y ciertos keywords que se determinen de manera eficiente.

Tipo: Publicidad

Estilo: Multimedia

Medio: Internet



Clase: de servicio y corporativo

Detalle: A través del servicio de AdWords se buscará realizar un buen posicionamiento no solo del servicio que se brinda, sino también de la marca y la compañía. De acuerdo al presupuesto que se planifique se pueden ajustar los diferentes parámetros referidos al tipo de destacado, cantidad de veces que se visualiza por día la marca o servicio, y ubicación del mismo entre otros.

Esto permite alta selectividad (los resultados se muestran de acuerdo al interés de la búsqueda), bajo costo (al realizarse a través de un servicio masivo), impacto inmediato (dado que el usuario recibe la publicidad acorde a la necesidad que está buscando cubrir) y con capacidades interactivas (donde el comportamiento de la publicidad puede variar con respecto a las acciones del usuario).

Observaciones: Se debe realizar el cálculo de presupuesto adecuado para llevar adelante la acción y obtener los resultados deseados. Se complementa con acciones de promoción.

Descuentos

Objetivo: Complementar las acciones de publicidad con el fin de lograr la adopción del servicio por parte de los usuarios consumidores y los establecimientos.

Tipo: Promoción de venta

Estilo: Descuento al momento de pago

Clase: De servicio

Detalle: Como complemento, y parte de la estrategia de adopción del servicio se plantea lo que de alguna manera puede entender como una alianza estratégica con los propios clientes (proveedores). La idea es poder brindarles a los usuarios consumidores cierto porcentaje de descuento al costo del servicio, si la reserva la hacen de manera online a través del servicio. Esto es a convenir con cada establecimiento, por lo que no se puede aún en esta etapa de análisis tener las definiciones concretas.

Como contraparte, para que el comercio pueda llevar adelante dicho descuento, se le otorgará una rebaja o crédito incluso, sobre el monto que deben abonar por el uso del servicio. Este costo puede variar de acuerdo al tipo de servicio contratado, pero deberá acordarse en cada caso en particular.

6.6.2 Diseño de Sitio web (7 "C" y pantallas descriptivas)

Para un sitio atractivo, interesante y eficaz los expertos sugieren hacer uso del modelo de las 7 "C" en el proceso de diseño:

- Contexto

- Captura la estética y percepción funcional, se centra en la organización y el diseño del sitio.

El sitio se enfocara principalmente en la facilidad de navegación y una estética moderna. Para ello se debe lograr un equilibrio entre la publicidad, el contenido y el color, con el fin de que el usuario se sienta cómodo y le resulte una navegación fácil a través de los diversos enlaces y páginas que conforman el sitio.

Los colores a utilizar serán de la gama del verde, naranja y amarillo, colores inconscientemente relacionados a las actividades deportivos por el color del piso y pelotas. Todos los componentes mantendrán el mismo estilo, tipografías y la resolución base con la que se trabajará será de 1024 x 768 pixels.

El esquema básico de diseño será una MasterPage compuesta por las siguientes secciones:

<<Top Bar>>	
<<Contenido>>	<<Novedades>>
<<Footer>>	

- Contenido

- Se refiere a lo que se presenta en el portal, todo el material digital es considerado contenido en el sitio (texto, video, audio e imágenes), así como la forma en que se presenta, incluyendo ofertas de producto, servicio e información.

Se desarrollará un módulo que brinde los servicios necesarios para gestionar el contenido de los espacios comunes, tales como información, misión, y valores de la



empresa, noticias deportivas, información y consejos para la realización de actividades deportivas.

Los usuarios podrán a través de la interfaz realizar búsquedas para una rápida visualización de la información buscada.

Se debe evitar que la página sea demasiado “pesada” y las mismas se carguen rápidamente, generando una agradable interacción y fluidez de uso.

- **Comunidad**

- Fomenta la interacción entre usuarios, haciendo posible la de alguna manera la comunicación entre ellos.

El servicio, como parte de sus características tendrá en una primera implementación la gestión de calificaciones tanto por parte de los proveedores como también de los usuarios, de esta manera habrá una interacción constante en el consumo del servicio.

Adicionalmente, en etapas posteriores, se contempla la incorporación de una sección de foro y organización de partidos entre usuarios, fomentando aún más la comunicación e interacción de los usuarios, generando una verdadera comunidad de navegantes interconectados.

- **Personalización (Customization)**

- Es la característica del sitio a ser capaz de adaptarse a los diversos navegantes y permitir la personalización por parte de estos.

En este aspecto, se permitirá la visualización del sitio en diferentes idiomas según la preferencia de cada usuario. La opción de cambio de lenguaje en que se muestra el sitio estará disponible para todos los usuarios y podrán modificar en su configuración en que idioma desea visualizar la aplicación.

- **Comunicación**

- Manifiesta el nivel y la forma de comunicación entre el sitio y el usuario, tanto de un sentido como al otro.



Con un formulario de contacto, el usuario dejará sus inquietudes y necesidades a ser tratadas por la compañía. Un representante podrá responder por medio de estos servicios a dichas necesidades a fin de preservar la fidelización del cliente.

El servicio de gestión de reservas cuenta además con una comunicación al momento de efectivizar una reserva, así como también al momento de la cancelación de la misma. De esta manera el sitio se mantiene en constante comunicación tanto con los proveedores como con los consumidores, informando la situación de cada turno.

- **Conexión**

- Refiere al grado de conexión que tiene el sitio con otros portales.

El sitio proveerá de vínculos a otros sitios de interés, ya sea información de que se ofrecen por publicidad, como por alianzas que se lleven adelante con otros servicios. Adicionalmente, en etapas posteriores se contempla la posibilidad de incorporar enlaces a servicios complementarios a la reserva de canchas.

- **Comercio**

- Capacidad que tiene el sitio de llevar adelante transacciones comerciales

En la etapa inicial de desarrollo e implementación del servicio, no se cuenta con la característica de realizar transacciones financieras. La interacción que se facilita entre proveedores y consumidores se materializa posteriormente a través de transacciones económicas in situ en los establecimientos donde se consumen los servicios.

En etapas posteriores de implementación y mejora continua del sitio, se plantea la incorporación del servicio de pago electrónico anticipado por el uso del servicio ofrecido en el establecimiento.



6.7 Distribución

La distribución es la actividad que se caracteriza por acondicionar, adecuar, adaptar, fraccionar, manipular, trasladar y entregar el producto.

En el caso de los servicios, esta actividad es sensiblemente diferente, donde la naturaleza del producto (por ser intangible) condiciona necesariamente las diferentes etapas del proceso.

6.7.1 Factores condicionantes de la distribución. Principales canales

Como parte de los principales factores que condicionan la distribución se encuentra la ya mencionada naturaleza del producto, el mercado en sí mismo y los objetivos de la empresa.

Como se indicó, de acuerdo a la **naturaleza del producto**, los servicios que se ofrecen son considerados productos intangibles que determinan y condicionan fuertemente la estrategia de distribución.

Respecto al **mercado**, la distribución es determinada de alguna manera por la ubicación geográfica de los que podríamos llamar puntos de servicio, aquella ubicación donde se encuentran los establecimientos que brindan las canchas para llevar adelante las actividades deportivas reservadas.

Finalmente, los **objetivos de la empresa** condicionan fuertemente cualquier tipo de estrategia que se declare. En una primera etapa de implementación se encuentra definido el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la zona de Gran Buenos Aires como la zona geográfica a explotar. La posibilidad de brindar el servicio en otras regiones no se encuentra descartada para etapas posteriores de implementación.

6.7.2 Estrategia de distribución

Como parte del análisis se pueden considerar diferentes estrategias de distribución, como ser la extensiva, la intensiva, la selectiva o la exclusiva.

Cada una, con diferentes características, debe ser estudiada para seleccionar aquella que se adapte acorde a los condicionantes enumerados (naturaleza del producto, el mercado y los objetivos de la empresa).

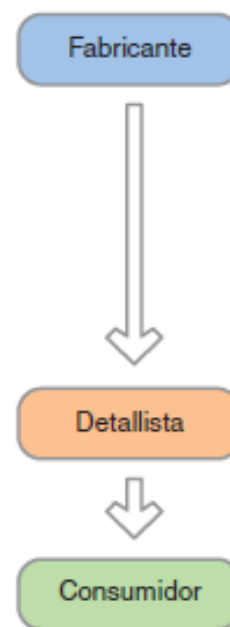
De esta manera se debe optar por la estrategia que mejor se amolde al contexto del escenario y situación del producto o servicio.

En el contexto de gestación e introducción del servicio en el mercado, y alineado a los objetivos de la empresa, una estrategia de distribución **selectiva** acotando la prestación a la zona de CABA y alrededores, parece ser la más adecuada.

6.7.3 Canales (tipo y nivel)

Considerando el servicio que se presta, como un intangible que se complementa con la posterior posesión del alquiler efectivo de la reserva realizada, nuestra organización puede ser considerada como de intermediarios entre los proveedores y los consumidores, y de alguna manera similar a la labor de un **detallista**, que acerca al consumidor final lo que el establecimiento de manera “masiva” ofrece.

Contiendo a nuestro propio servicio como intermediario en la comunicación y transacción entre el establecimiento y los consumidores, podemos hablar de un **canal de marketing indirecto**, que hace uso del cuarto canal de comunicación para conectar las partes del proceso a través de un **flujo** del tipo **de información**.





6.7.4 Análisis de localización de puntos de venta propios

De alguna manera, y como ya se mencionó, el servicio es prestado a través de los alquileres que proveen los diferentes establecimientos asociados a la compañía. De esta manera podemos realizar interpretar como “propios” todos aquellos puntos de prestación de canchas para las actividades, y siendo estos en ésta ya mencionada primera etapa de despliegue, la Ciudad de Buenos Aires y alrededores.

6.7.5 Opciones de asociación

Las asociaciones con proveedores y clientes son parte de la estrategia de logística de muchas compañías que buscan mejorar el servicio al cliente y reducir los costos del canal. De esta manera no se limitan a mejorar sólo su propia logística, sino a trabajar con otros miembros del canal buscando la mejora a través de la sinergia.

En el caso de los servicios que presta la empresa, no hay detectadas opciones de asociación válidas que ayuden en el proceso de distribución.

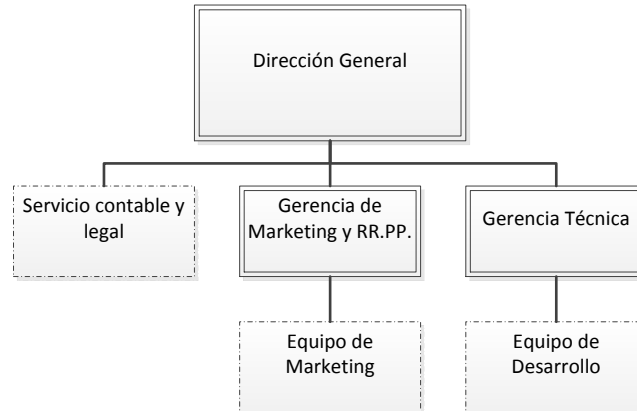
6.7.6 Gestión del JIT just in time

Sin entrar en detalle podemos determinar que la “distribución” (a decir verdad, la prestación) del servicio se realiza de manera inmediata ante el proceso de consumo. De esta manera aspectos del concepto de gestión just in time no se verían aplicables.

7 Operaciones

7.1 Organización de la empresa

Con una estructura sencilla y un equipo propio acotado, la organización de la empresa es simple:



Este organigrama cubre la necesidad organizativa y de comunicación de la empresa, a través del mismo (por su sencillez) se busca poder tomar decisiones de manera ágil, concretarlas con rapidez y responder al mercado, competidores y consumidores de la mejor manera.

Con un equipo de trabajo dedicado a las acciones concretas de marketing, promociones y comunicación, otro equipo abocado al desarrollo tecnológico de la empresa, y servicios contables y legales tercerizados a través de diferentes profesionales, la compañía busca satisfacer todas las necesidades que surgieron como parte del plan de negocio en los primeros tiempos de trabajo.

El liderazgo y la toma de las decisiones más significativas son tareas realizadas por la dirección general: Con la puesta en común y consenso del resto del equipo de trabajo, las decisiones fundamentales que deben tomarse, y la comunicación de éstas de manera clara y sencilla es responsabilidad de la dirección general.

La comunicación en la empresa será ágil y precisa, evitando ambigüedades en los mensajes y realizándose todo comunicado formal por escrito, ya sea a través memorandos o de correo electrónico a los involucrados o afectados.



7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas.

La iniciativa surge como una idea gestada desde el año 2005 por el estudiante de ingeniería en sistemas Andrés Zoppelletto, quien por diferentes situaciones personales, profesionales y del contexto del país lleva adelante 10 años después.

7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves.

Dirección General

Descripción: Deberá llevar adelante la dirección de la compañía, lo que implica la toma de decisiones estratégicas más importantes, generación de alianzas estratégicas y ejecución de las negociaciones necesarias.

Comunicaciones: Deberá marcar lineamientos claros para con sus colaboradores, y marcar las pautas generales del relacionamiento con clientes y proveedores.

Jornada laboral: La dedicación laboral deberá ser de jornada completa.

Habilidades y competencias: Debe tener o desarrollar competencias de comunicación, marketing y comercio electrónico, que en su conjunto ayuden a llevar adelante las tareas requeridas para el rol.

Gerencia de Marketing y RR.PP.

Descripción: La principal responsabilidad recae en llevar adelante las acciones necesarias para lograr los objetivos planteados en las estrategias específicas de marketing.

Comunicaciones: Tendrá a su cargo la comunicación de la compañía, tanto interna como externa. Y será especialmente responsable por la información manejada en su área.

Jornada laboral: La dedicación laboral deberá ser de jornada completa.



Habilidades y competencias: Poder de negociación, liderazgo de equipo, diseño de estrategias, conocimiento avanzado de marketing, promociones y relaciones públicas y experiencia en el mercado.

Gerencia Técnica

Descripción: Su responsabilidad recae en llevar adelante las acciones necesarias para lograr los objetivos planteados en las estrategias específicas de tecnología.

Comunicaciones: Será responsable por la información manejada en su área, velando por la comunicación entre la empresa y los equipos de desarrollo contratados.

Jornada laboral: La dedicación laboral deberá ser de jornada completa.

Habilidades y competencias: Poder de negociación, liderazgo de equipo, diseño de estrategias, conocimiento avanzado de la tecnología desarrollada y experiencia en el mercado.

Equipo de marketing

Descripción: Servicio o personal dedicado a llevar adelante las acciones definidas y necesarias para lograr los objetivos de marketing.

Comunicaciones: Recibirán los objetivos, detalle de la tarea y lineamientos generales por parte del gerente de marketing y relaciones públicas.

Jornada laboral: A definir de acuerdo a las necesidades del plan.

Habilidades y competencias: Amplios y comprobados conocimientos en la ejecución de tareas relacionadas a las estrategias de marketing.

Equipo de desarrollo

Descripción: Contempla al servicio o personal dedicado a llevar adelante las acciones definidas y necesarias para lograr los objetivos de tecnología.



Comunicaciones: Recibirán los objetivos, detalle de la tarea y lineamientos generales por parte del gerente de tecnología.

Jornada laboral: A definir de acuerdo a las necesidades del plan.

Habilidades y competencias: Amplios y comprobados conocimientos en la ejecución de tareas relacionadas a desarrollo y mantenimiento y plataformas digitales.

Servicio contable y legal

Descripción: Tercerización de los aspectos contables y legales, que implica horas contratadas para derivar toda consulta o requerimiento que necesite la compañía.

Comunicaciones: El o los servicios contratados dependerán en forma directa de la dirección general de la empresa.

Jornada laboral: A definir de acuerdo a las necesidades del plan.

Habilidades y competencias: Conocimientos contables y jurídicos para la gestión de todos los temas de índole legal de la compañía.

7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución

En la primera etapa de lanzamiento del servicio no se contemplan cambios en la estructura y organización de la compañía, y la misma evolucionará a medida que lo requiera el mercado y el desarrollo del negocio.



7.5 Filosofía y sistema de trabajo

La filosofía de la compañía comparte los valores y creencias de una organización sustentable y comprometida con la sociedad. Está compuesta por una serie de principios y valores, que se basan en lo que somos y en lo que creemos; así como conocer nuestros compromisos y responsabilidades con el mercado.

¿Quiénes somos?

ReservaTuCancha estará integrada por un equipo de profesionales y personal idóneo, con la adecuada capacitación para brindarle siempre el mejor servicio.

¿Qué creemos?

Creemos que la base de nuestro negocio está en nuestro compromiso con cada establecimiento y consumidor, debiendo trabajar para ofrecer el mejor servicio y la mejor experiencia del mercado.

Compromiso y responsabilidad

Ser un servicio que ofrezca y refleje responsabilidad, atendiendo las necesidades que el mercado establezca trabajando en la mejora continua.

Guiar, desarrollar y fomentar la formación de los recursos que forman parte de la empresa, con base en los méritos y predisposición.

7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos previstos de evolución de la estructura.

Como se indicó en “7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución”, la estructura futura no se encuentra definida, y se irá adecuando de acuerdo la necesidad del mercado y situación de la compañía.



10 Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica

10.4 Introducción

ReservaTuCancha.com.ar (en adelante RTC, ver 10.4.3) le brindará a los establecimientos deportivos de Capital Federal y Gran Buenos Aires la posibilidad de ofrecerle a sus clientes un sistema centralizado de reservas online de canchas de padel, tenis, fútbol o cualquier otro deporte o disciplina, consultando la disponibilidad de un determinado oferente (establecimiento) o comparando entre aquellos que reúnan los criterios de búsqueda por actividad, zona, fecha, horario, precio y características en tiempo real.

RTC es una idea que surge de la necesidad que tiene actualmente la comunidad deportiva aficionada de Buenos Aires cuando se encuentra habitualmente con el problema de realizar reservas de canchas para diferentes actividades deportivas en diversos clubes de Capital y Gran Buenos Aires. Nos referimos a la tarea de comunicarse telefónicamente o presentarse personalmente, en diferentes clubes y sitios de alquiler de canchas, para realizar una reserva con el fin de organizar un encuentro.



10.4.1 Propósito

ReservaTuCancha.com.ar pretende facilitar la tarea de organizar encuentros deportivos entre allegados o usuarios del sitio.

Es muy frecuente encontrarse con el problema de haber reunido un grupo de personas para desarrollar alguna actividad deportiva, pero no poder encontrar un lugar para llevarla a cabo, principalmente por no conocer todas las opciones donde desempeñar las mencionadas actividades deportivas, o bien por presuponer que no podrá conseguir un cupo disponible sin intentar siquiera comunicarse con el establecimiento en cuestión.



10.4.2 Alcance

El sistema contará con un usuario proveedor de servicios, que estará conformado por los establecimientos que ofrezcan sus alquileres a través del sitio. Para esto deberán registrarse y configurar la agenda (tanto las canchas, restricciones, como también los días y horarios ofrecidos), que querrá tener disponible para el público consumir.

Estos deberán llevar sus agendas de reserva en el sitio, de manera de mantener consistente la información de reservas. De esta manera, la reserva de las canchas se podrá realizar de dos maneras, una en forma online realizada directamente por los CONSUMIDORES (ver 10.4.3), y otra, también online, pero por parte de los PROVEEDORES (ver 10.4.3), que podrán también tomar solicitudes por las vías tradicionales, ya sea por teléfono o personalmente en sus establecimientos.

Contará también con la posibilidad de realizar cancelaciones de turnos en todo momento, y de cualquier turno que sea necesario. Los PROVEEDORES podrán realizarlo sin ningún tipo de restricción, pero los CONSUMIDORES lo harán de acuerdo a las políticas definidas (y configuradas) por cada establecimiento. Al realizar una cancelación, se enviará un correo electrónico a ambas partes detallando el motivo de la cancelación.

El sistema consta de los siguientes módulos que se detallan a continuación:

- **Consumidores y Proveedores.** Este módulo permitirá a cada usuario administrar toda la información personal o del establecimiento, según corresponda. Constará de varias pantallas en las cuáles podrá modificar los datos del usuario, como así también en el caso de los proveedores, los datos del establecimiento, canchas, horarios, precios y restricciones que apliquen.

- **Administrador.** Permitirá administrar los accesos de los usuarios finales y establecimientos adheridos al servicio. Mediante este módulo, el usuario administrador tendrá la posibilidad de realizar cualquier tipo de modificación sobre los datos ingresados por los usuarios y por los proveedores de canchas.

Además tendrá acceso a funcionalidades internas del sistema como gestión del multiidioma, lectura de la bitácora de eventos, administración de la ayuda al usuario y FAQs, y resguardo de seguridad.



- **Búsqueda y Reserva de Turnos por Criterios y Cancelación.** Permitirá realizar búsquedas de turnos disponibles en base a diferentes criterios que el usuario establezca previamente, como así también realizar, modificar o cancelar la reserva correspondiente.

- **Gestión e Informes.** Tanto para PROVEEDORES como CONSUMIDORES el sistema brindará la posibilidad de ver historial de reservas, reportes de uso, cancelaciones y capacidad (según corresponda).

- **Calificación.** A través del éste módulo los usuarios del servicio podrán calificarse entre sí (los PROVEEDORES a los CONSUMIDORES, y viceversa) con el fin de facilitar el buen uso del servicio. Implementando también un método de inhabilitación por usuario incumplidor.

En un primer despliegue del sistema, no incluirá ninguno de los siguientes módulos:

- Módulo de facturación
- Módulo de cobranza
- Módulo de cuentas corrientes

Estas operaciones deberán ser llevadas a cabo en cada uno de los establecimientos en forma tradicional.

Además de los mencionados módulos, el sistema contará con una serie de funcionalidades internas a saber:

- Bitácora de eventos
- Multiidioma
- Ayuda al usuario / Preguntas frecuentes
- Resguardo de seguridad
- Encriptación de datos sensibles
- Control de acceso, seguridad y roles



10.4.3 Definiciones, Acrónimos y Abreviaciones

El siguiente apartado busca enumerar y detallar todos los conceptos o palabras propias que son importantes en el dominio de la solución:

CONSUMIDOR: Hace referencia a uno de los tipos de usuario del sitio. En este caso, es el usuario que realiza búsquedas y reservas de canchas ofrecidas por los diferentes establecimientos.

PROVEEDOR: Es el establecimiento en sí, que ofrece sus servicios a través del sitio, lleva adelante su agenda, y es el principal cliente del sistema.

RTC: ReservaTuCancha, hace referencia al sistema per sé, asociándolo con el sitio web reservatucancha.com.ar



10.5 Descripción de las partes interesadas y usuarios

10.5.1 Resumen de las partes interesadas

En el contexto de la idea de negocio, las partes interesadas se corresponden con los diferentes roles identificados que interactuarán en el sistema: Esto contempla 3 tipos de usuarios registrados con los que interactuará: DE SISTEMA, PROVEEDOR y CONSUMIDOR.

El usuario ADMINISTRADOR es un tipo especial de usuario de sistema, aquel que podrá realizar modificaciones en el servicio con permisos extraordinarios. Representa a personal de la organización de RTC.

El usuario PROVEEDOR es aquel establecimiento que ofrecerá los servicios a través del sitio. Tendrá la posibilidad de administrar sus agendas, canchas y restricciones de servicios que brinde. Podrá (y deberá) manejar su agenda, reservando y cancelando sus propios turnos.

Es sobre el cual se hará el foco en capturar, para poder ofrecer la más amplia gama de opciones a los consumidores. Es también con quien se lucrará.

El usuario CONSUMIDOR es que usuario final que realiza búsquedas en el sitio, compara disponibilidad, precios y características, para finalmente realizar las reservas que desee. Podrá verificar sus reservas realizadas, cancelarlas (sujeto a las restricciones de cada establecimiento) y administrar sus datos personales.

El sistema permitirá también el acceso de INVITADOS que podrán conocer los servicios ofrecidos y la posibilidad de registrarse como un nuevo usuario para poder hacer uso de toda la aplicación.



10.5.2 Entorno de usuario

El sistema tendrá un entorno web amigable desarrollado en lenguaje Visual.Net, diseñado para la mejor experiencia del cliente tanto PROVEEDOR como CONSUMIDOR. Basado y diseñado con las mejores prácticas del entorno web, permitirá realizar toda la gestión de canchas y reservas que el sistema ofrezca.

La administración por parte de RTC también se realizará a través de la interfaz web del sistema, por lo que contemplará no solo el módulo de clientes, sino también los de administración, bitácora y resguardo.

El perfil de INVITADO tendrá acceso a la pantalla de bienvenida, como a su vez a la pantalla de Registración y de Log In, también el mismo podrá acceder a las pantallas en donde se presenten los servicios que presta sistema.

El perfil de CONSUMIDOR tendrá acceso a las pantallas de Log In, de recuperación de contraseñas, a todas las pantallas mencionadas previamente en el perfil de invitado pero también a las pantallas de búsqueda, listados y cancelaciones.

El perfil del PROVEEDOR tendrá acceso a las interfaces de modificación de servicios prestados por el establecimiento, reservas realizadas de los clientes y realización de reportes.

El perfil de ADMINISTRADOR del sistema tendrá acceso a todas las interfaces de manejo de la aplicación web en sí, es decir, manejo de usuarios, permisos, bitácora y resguardo.



10.5.3 Perfil de las partes interesadas

El término de partes interesadas, también conocidos como stakeholder, se refiere a quienes son afectados o pueden ser afectados por las actividades de una empresa.

En esta situación encontramos al responsable del negocio (que a su vez tendrá el rol de administrador del sitio), a los diferentes establecimientos que harán uso del servicio (como proveedores) y a los clientes que realizarán las diferentes búsquedas y reservas (los consumidores).

Como parte del análisis, también se desea destacar los diferentes tipos de usuarios del servicio y roles que interactúan con el sistema.

Administrador

Representante	Andrés Zoppelletto
Descripción	Responsable de la administración del sitio, sistema y código.
Tipo	Experto de sistemas
Responsabilidades	Encargado del mantenimiento del sistema en su totalidad, contacto con el ISP, y contacto técnico en caso de incidentes.

Proveedor

Representante	Establecimiento registrado
Descripción	Usuario oferente de turnos.
Tipo	Usuario
Responsabilidades	Mantener los turnos, agenda y reservas actualizadas, como así también las restricciones de uso.

Consumidor

Representante	Cliente registrado
Descripción	Usuario solicitante de turnos.
Tipo	Usuario sin entrenamiento
Responsabilidades	Busca, lista y realiza reservas de turnos en los establecimientos encontrados. En caso de necesidad, realiza cancelación de turnos agendados.



Invitado

Representante	Invitado NN
Descripción	Usuario no registrado al sistema
Tipo	Usuario sin entrenamiento
Responsabilidades	Podrá conocer los servicios ofrecidos, pero sin poder buscar, listar y ni realizar reservas de turnos.



10.6 Descripción global del producto

10.6.1 Perspectiva del producto

El sistema busca lograr el acercamiento entre las partes, proveyéndole una plataforma 24/7 a los establecimientos, de manera que puedan maximizar el nivel de reservas concretadas y disminuir los gastos administrativos. Por otro lado, el usuario consumidor de reservas tendrá en forma unificada un entorno amigable que le permita en pocos segundos realizar una reserva, disminuyendo el tiempo empleado para contactar al establecimiento, evitando el re contacto, y pudiendo comparar características de los oferentes en tiempo real.



10.6.2 Resumen de características

Qué necesita el cliente	Características funcionales del sistema que lo resuelve
Buscar fácilmente una cancha disponible	Un módulo de búsqueda y reservas de canchas por fecha, hora, zona y tipo; que devolverá como resultado todos los establecimientos con canchas disponibles según la búsqueda.
Comparar canchas disponibles	El mismo módulo de búsquedas y reservas permitirá, re ordenar el listado por diferentes atributos, comparando y eligiendo el más adecuado.
Ofrecer canchas 24 x 7	El módulo de búsquedas y reservas (que usan los consumidores) es el medio por el cual el proveedor puede ofrecer 24 x 7 sus canchas disponibles.
Disminuir gastos administrativos	El módulo de búsquedas y reservas permite al establecimiento configurar los servicios ofrecidos sin tener que revalidarlos, disminuyendo gastos operativos de configuración y de personal.
Modificar datos	El módulo de consumidores y proveedores le permitirá realizar cambios sobre su cuenta, ya sea proveedor que desea gestionar sus canchas, como consumidor que desea editar datos personales.
Conocer uso y consumo de los servicios ofrecidos	El módulo de listados y reportes le permitirá al establecimiento tener estadísticas y reportes sobre el uso y prestación del servicio ofrecido.
Calificar contraparte	El módulo de calificaciones dará la posibilidad de calificar a la contraparte, de manera que el sistema pueda realizar sanciones si fuese necesario, tratando de asegurar las mejores condiciones para todos los usuarios.
Resguardo de los datos	Además del resguardo automático, se dará la posibilidad a través del módulo de administración de realizar una copia de seguridad bajo demanda.
Lectura de bitácora de eventos	A través del módulo de administración, se podrá realizar una lectura de eventos.



10.6.3 Suposiciones y dependencias

- Para hacer uso del sistema, el PROVEEDOR deberá contar con acceso a internet. Si bien no es requerimiento para la realización de reservas (dado que pueden ser realizadas 100% por los usuarios consumidores en forma directa), si es necesario que cuenta con acceso para realizar la administración de las canchas ofrecidas y para listar y conocer los turnos que deberá brindar al acercar el cliente al establecimiento.

- Para hacer uso del sistema, el CONSUMIDOR deberá contar con acceso a internet. Si bien puede realizar también las reservas de manera tradicional (por teléfono al establecimiento o en forma personal), si desea hacer uso del sistema de búsquedas y reservas deberá accederlo a través de internet.



10.7 Descripción detallada del producto

ReservaTuCancha.com.ar (en adelante RTC) le brindará a los establecimientos deportivos de Capital Federal y Gran Buenos Aires la posibilidad de ofrecerle a sus clientes un sistema centralizado de reservas online de canchas de padel, tenis, fútbol o cualquier otro deporte o disciplina, consultando la disponibilidad de un determinado oferente (establecimiento) o comparando entre aquellos que reúnan los criterios de búsqueda por actividad, zona, fecha, horario, precio y características en tiempo real.

Es muy frecuente encontrarse con el problema de haber juntado un grupo de personas para desarrollar alguna actividad deportiva, pero no poder encontrar un lugar para llevarla a cabo, principalmente por no conocer todas las opciones donde desempeñar las mencionadas actividades deportivas, o bien por presuponer que no podrá conseguir un cupo disponible sin intentar siquiera comunicarse con el sitio en cuestión.

ReservaTuCancha.com.ar es una idea basada en una plataforma online que permitirá buscar, seleccionar y realizar la reserva de diferentes canchas en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, con el posterior soporte analítico y de calificaciones.

Para poder dar una correcta visión del servicio a prestar, se parte de las características que dan base a la idea:

- Amplio espectro y diversidad de PROVEEDORES para una mejor decisión: Como se mencionó, el potencial del mercado es de miles de establecimientos, que buscan dar al usuario CONSUMIDOR la posibilidad de realizar una única búsqueda, de manera precisa y rápida por la opción más adecuada a su necesidad. Algo que hoy en día no puede obtener de manera tradicional.

Adicionalmente, sobre el core de éste servicio se agregan diferenciadores claves al uso del servicio, como la sugerencia automática de establecimientos de similares características ante resultados exactos negativos en la búsqueda, o también la posibilidad de anotarse en lista de espera por un determinado alquiler.

- La digitalización del proceso de la reserva permite por consiguiente trabajar con los datos, analizar información y brindar al cliente métricas y reportes analíticos del



uso, cancelaciones y capacidad ociosa (entre otros), permitiendo al establecimiento tomar decisiones, realizar cambios o aplicar promociones según considere adecuado, en pos de aumentar su atractivo y maximizar sus ganancias.

- Los PROVEEDORES tienen la posibilidad de ofrecer sus alquileres a una mayor universo de CONSUMIDORES, dado que no se restringe sólo a los clientes habituales del local, ni a los recomendados por terceros, sino que aún sin conocerlo llegaría a un más amplio espectro de clientes que antes no hubiesen llegado a contactarlo.
- El proceso de calificaciones por la reserva consumida, o respecto del usuario al que se le brindó el alquiler dará mayor transparencia en el uso del servicio, aumentará la confianza de las contrapartes, e incluso podrá brindar a futuro mayor seguridad al efectuarse inhabilitaciones automáticas por el mal uso o comportamiento. Esta es una característica diferencial sobre el método de reserva tradicional que podrá desarrollarse en implementaciones futuras.
- Si bien no se busca desarrollar en la primera etapa del proyecto, se tendrá la posibilidad de agregar el pago online por los servicios solicitados, para realizar de ésta manera transacciones más seguras: Como toda solución de comercio electrónico permitirá la inclusión del pago online del servicio de manera muy sencilla, aumentando potencialmente el índice de asistencia a las reservas (bajando en consiguiente el índice de cancelación de las mismas).
- Como complemento del servicio core del negocio, se podrá también incorporar en un futuro un módulo de convocatorias, organización de partidos y calificaciones de los partidos y desempeños, incluso realizando alianzas estratégicas con servicios que actualmente ya provean esta característica, no solo facilitando sino también haciendo más divertida la experiencia del usuario consumidor al momento de organizar y concretar encuentros.



10.7.1 Estándares aplicables

Tanto para el desarrollo del sistema, como para la generación de los componentes propios se usará .Net como tecnología de desarrollo.

Se hará uso de ADO.net como modelo de conexión y obtención de datos al servidor de base de datos.

El lenguaje que se utilizará en la creación de código para ser ejecutado del lado del servidor es NET, dado que todo el sistema será diseñado con orientación al lenguaje VB y .Net.

10.7.2 Requisitos de sistema

Módulo No funcional

- Encriptación de datos sensibles
- Generación de dígitos verificadores para integridad de datos

Módulo Consumidores y Proveedores

- Administrar cuenta (user, pass, mail, datos de contacto)
- Administrar establecimiento (en el caso del proveedor, abm de canchas, horarios, restricciones, datos del lugar)

Módulo Administrador

- Administrar cuenta ajena
- Visualización de bitácora.
- Proceso de resguardo on demand de seguridad de la base.

Módulo de Búsqueda y Reserva de Turnos por Criterios y Cancelación

- Buscar turnos disponibles
- Realizar reserva
- Modificar reservas
- Cancelar reservas

Módulo de Gestión e Informes

- Listar reservas históricas
- Generar informes de uso, cancelaciones y capacidad



Módulo de Calificación

- Dar la calificación de la contraparte
- Confirmar uso de la reserva (para posterior informe de consumo)
- Sin intervención externa, en base a la calificación reevalúa la situación del calificado.

10.7.3 Requisitos de desempeño de sistema

Como parte de los requisitos de desempeño del sistema, se identifican los siguientes:

- Uptime del servicio mayor al 98% en el horario de 7 a 23hs
- Tiempo de respuesta menor a 5seg para cada una de las consultas al sistema.

10.7.4 Requisitos de entorno

El sistema será desarrollado con lenguaje Visual Basic .NET 2012 con conexión a una base de datos de Microsoft SQL Server 2012 por lo que deberá ser montado en un servidor con Microsoft Windows, preferentemente 2003 en adelante.

10.8 Requisitos de documentación

No se requiere documentación adicional al presente documento.

10.9 Guías de instalación, configuración y archivo léame

Para el correcto funcionamiento del sistema, se deberá contar con IIS 8.0 y Framework 4.5 (dado que se construye en lenguaje Visual.Net 2012) y motor de base de datos MS SQL Server 2012.

Se indican a continuación el paso a paso de instalación de cada servicio mencionado y requerido.

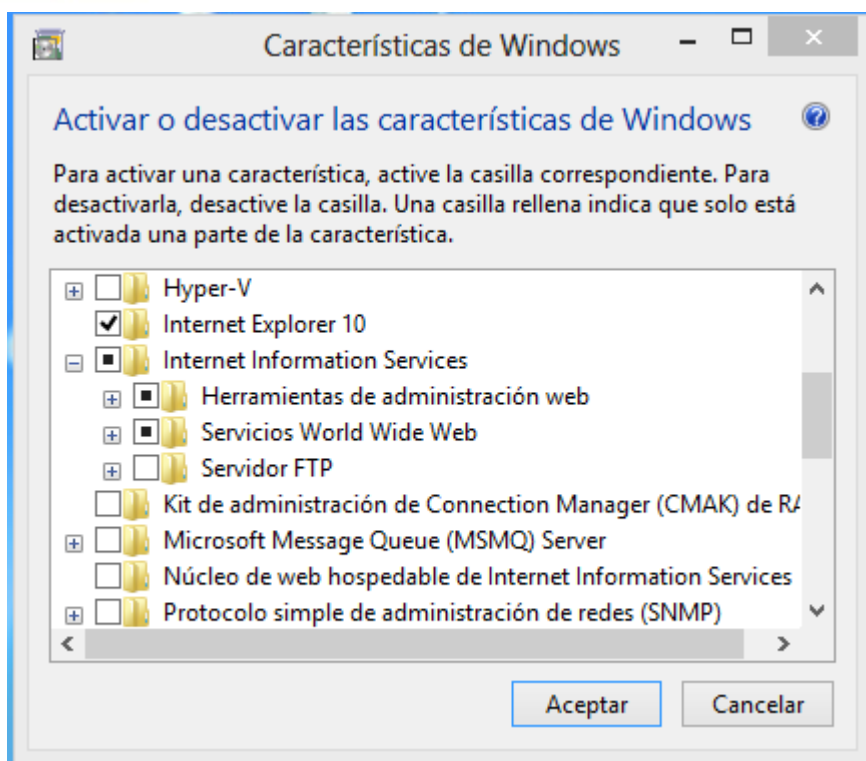
Guía de instalación IIS 8.0

En la pantalla de Inicio nos desplazamos hacia la derecha para que aparezca la barra de herramientas. Seleccionaremos la opción de Buscar y buscaremos el término Características (dentro de la sección Configuración)

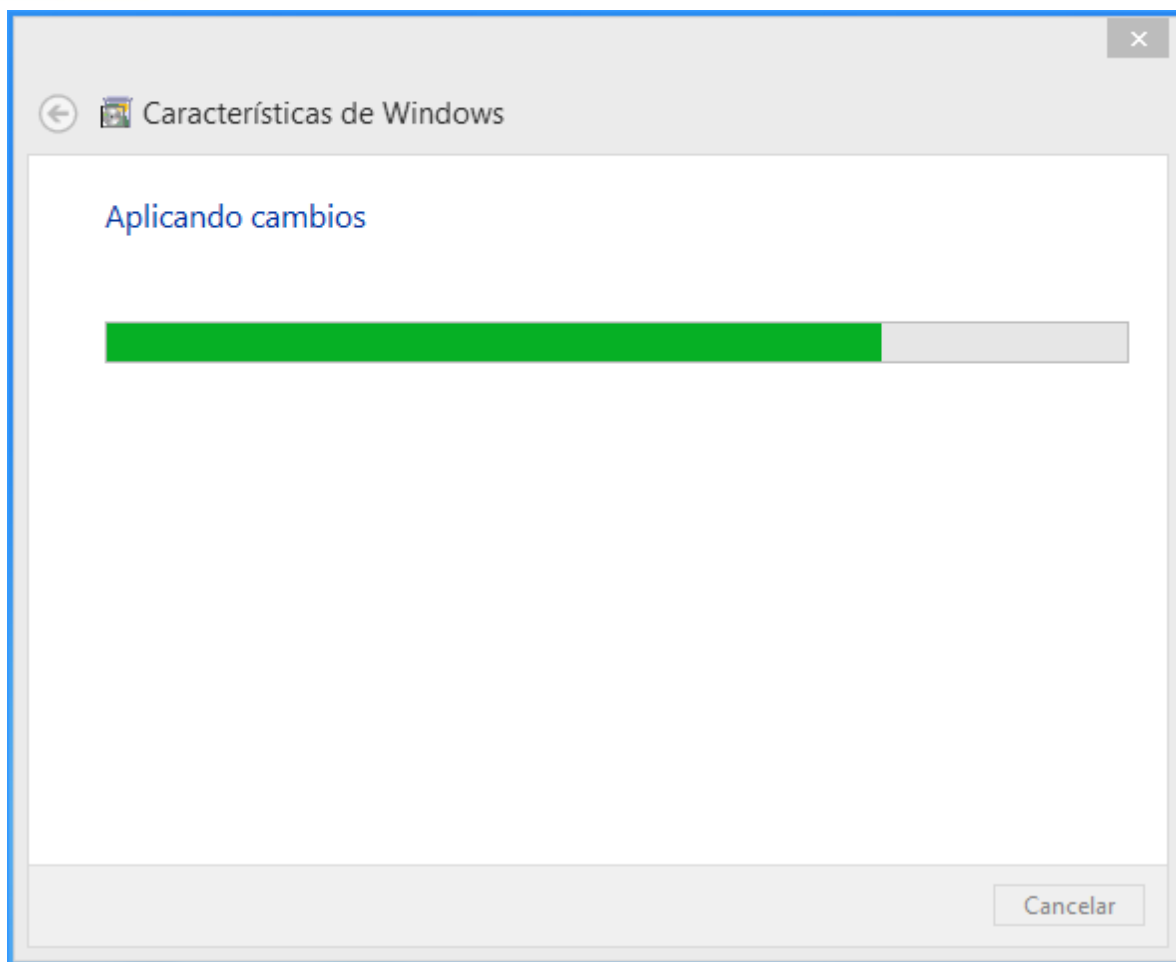


Seleccionamos Activar o desactivar las características de Windows.

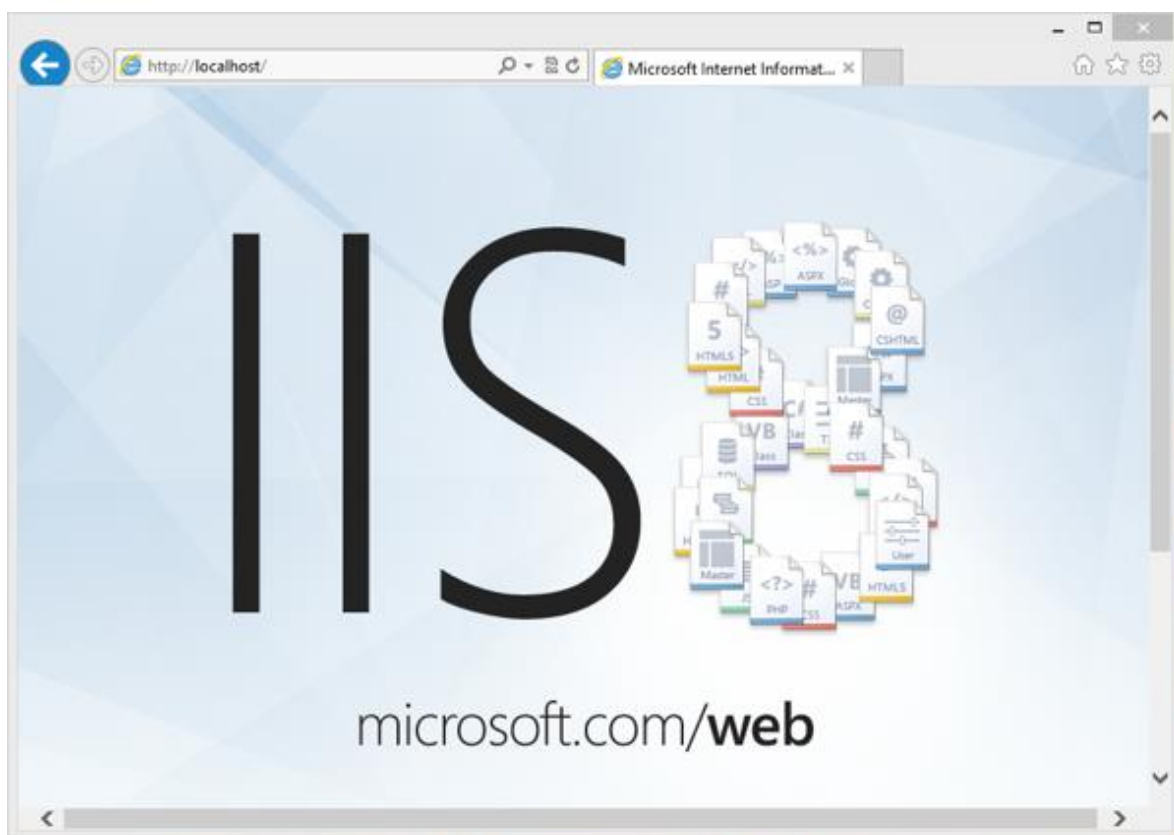
Activaremos la característica Internet Information Services y pulsaremos Aceptar.



Esperaremos a que se instale la característica y ¡listo! ya tenemos en nuestro Windows 8 IIS instalado.



Para confirmar que todo está correctamente instalado, nos vamos a nuestro navegador y ponemos `http://localhost`, nos deberá cargar una página de la misma forma que en la imagen.



Para trabajar con IIS 8 es como en sus versiones anteriores, el path es C:\inetpub\wwwroot

Guía de instalación Framework 4.5

- Para instalar o descargar .NET Framework desde el Centro de descarga de Microsoft, siga las instrucciones del sitio [https://msdn.microsoft.com/es-es/library/5a4x27ek\(v=vs.110\).aspx](https://msdn.microsoft.com/es-es/library/5a4x27ek(v=vs.110).aspx)
- Seleccione el idioma de la página de descarga. Esta opción no descarga los recursos localizados de .NET Framework; solo afecta al texto que aparece en la página de descarga.
- Elija Descargar.
- Si se lo piden, seleccione la descarga que coincide con la arquitectura del sistema y después elija Siguiente.
- Cuando aparezca el mensaje de descarga:
 - o Si desea instalar .NET Framework en el equipo, elija Ejecutar y siga las instrucciones de la pantalla.

- Si desea descargar .NET Framework para su redistribución, elija Guardar y siga las instrucciones de la pantalla.
- Si desea descargar recursos para otros idiomas, siga las instrucciones de la sección siguiente para instalar uno o varios paquetes de idioma.

Guía de instalación MS SQL Server 2012

Al empezar el proceso de instalación, nos aparece una ventana que nos indica que el programa está procesando la operación actual:



Luego de unos segundos nos muestra la pantalla principal del centro de instalación de SQL Server, en donde podremos observar varias opciones para elegir, entre las que encontramos:



Al aparecer la pantalla de Centro de Instalación, daremos clic en la opción Instalación y nos mostrará varias opciones para poder instalar nuestro SQL Server 2012. En esta ocasión haremos clic en la primera opción "Nueva instalación independiente de SQL Server o agregar características a una instalación existente".



Esto hará que el asistente de instalación se inicie y nos mostrará la ventana “Reglas auxiliares del programa de instalación”, la cual se encargará de identificar problemas que puedan surgir al momento de empezar a instalar los archivos auxiliares de instalación, en caso de aparecer alguno, éste deberá ser corregido antes de continuar con la instalación.



Al terminar de hacer el análisis y comprobar que todo está correcto, procedemos a dar clic en el botón “Aceptar”.

Es importante mencionar que de haber algún problema o error detectado, aparecerá en la sección estado un link que nos dará información referente al problema y su posible solución.

Luego aparecerá una nueva ventana que nos solicitará la clave del producto.



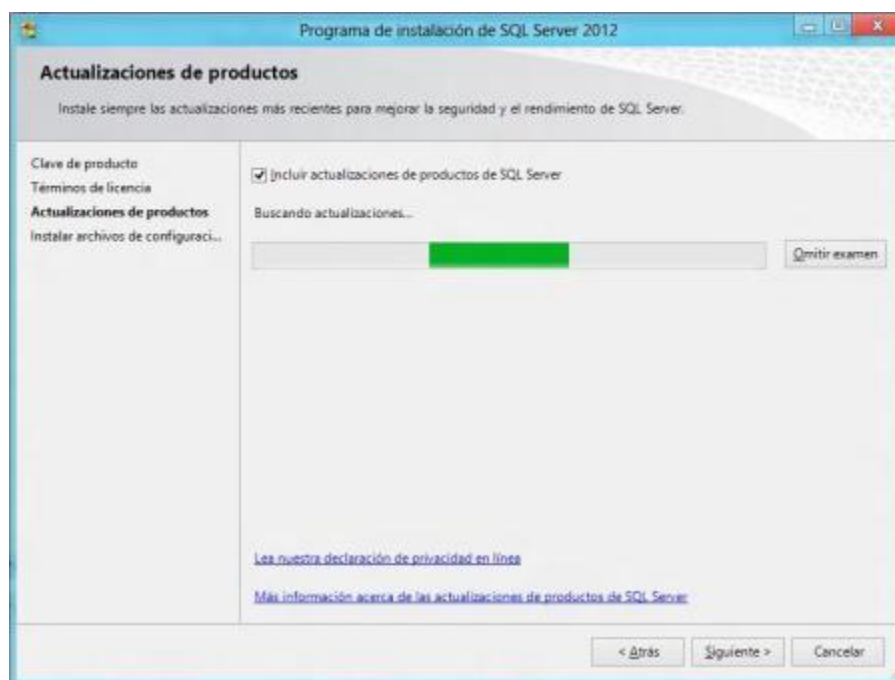
Luego de escribir nuestra clave, damos clic en el botón “Siguiente”, y nos llevará a la pantalla de los “Términos de licencia”.



En esta pantalla luego de leer los términos de la licencia y estar de acuerdo con los mismos, seleccionamos la casilla “Acepto los términos de licencia”, también podemos seleccionar la siguiente casilla para enviar datos de uso a Microsoft acerca de cómo usamos nuestro SQL Server.

Nota: la segunda casilla no es obligatoria seleccionarla.

Luego de haber seleccionado la o las casillas correspondientes, damos clic en el botón “Siguiente”, esto nos llevará a una nueva ventana de “Actualizaciones de productos”.

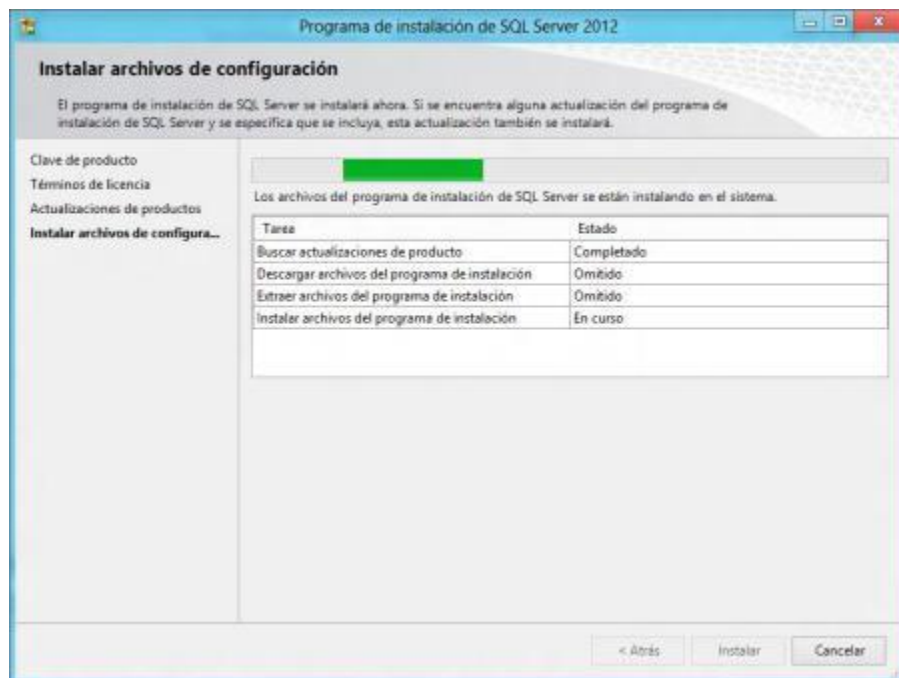


En esta ventana se hace una comprobación en línea de las actualizaciones más recientes que podamos instalar para mejorar la seguridad y rendimiento de nuestro SQL Server.

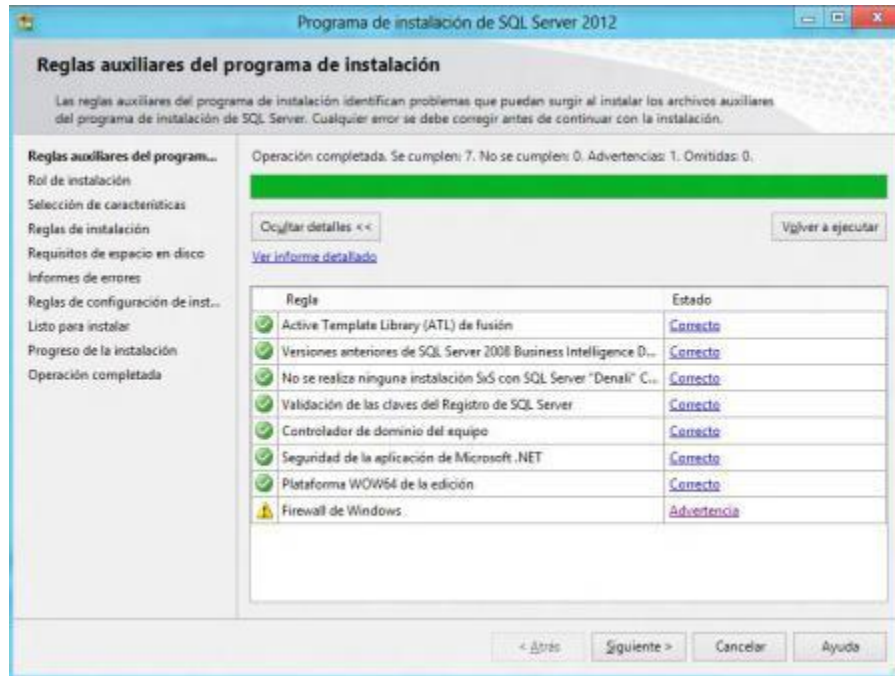
En caso de no haber ninguna actualización disponible nos mostrará un mensaje avisándonos que no se han encontrado actualizaciones.



Luego de terminar el proceso de actualizaciones damos clic en el botón “Siguiendo”.
A continuación aparecerá la ventana “Instalar archivos de configuración”, la cual procederá a instalar las actualizaciones (en caso de existir), así como los archivos del programa de instalación.



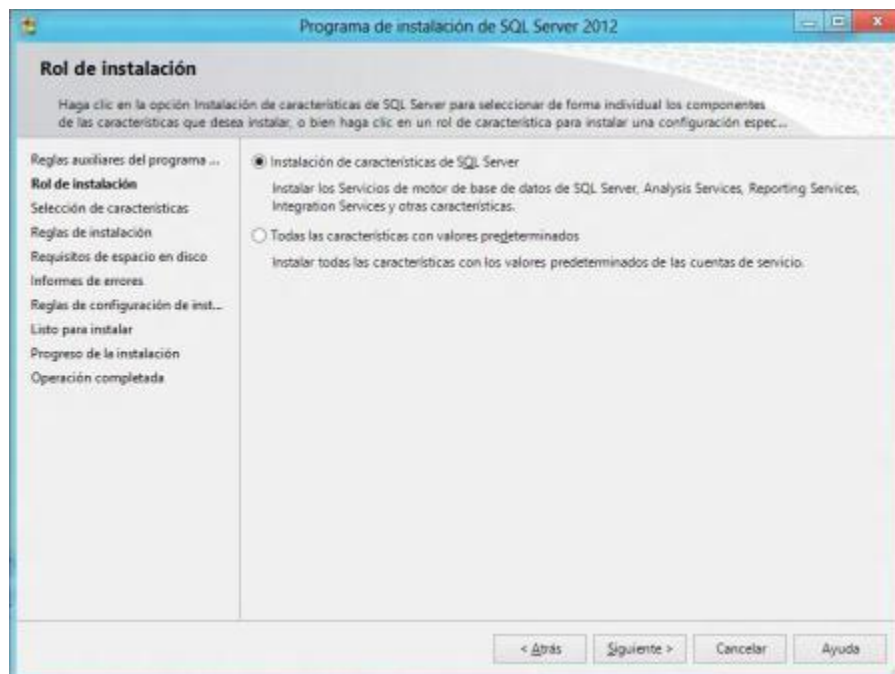
Luego de este paso aparecerá nuevamente la ventana “Reglas auxiliares del programa de instalación”, pero esta vez comprobará las reglas necesarias para proceder a la instalación final de nuestro SQL Server.



Luego de la comprobación de las reglas auxiliares, podremos ver los detalles de la misma

La advertencia que aparece en "Firewall de Windows" nos indica que el firewall de Windows se encuentra habilitado y debemos comprobar que los puertos necesarios para habilitar el acceso remoto se encuentren abiertos.

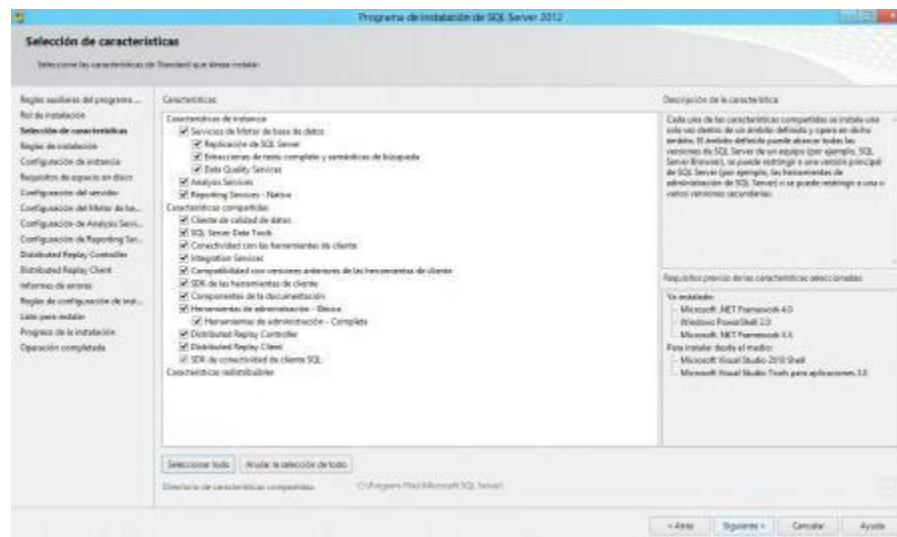
En esta ventana seleccionaremos la opción de instalación con las características que consideremos más idóneas para nuestro SQL Server.



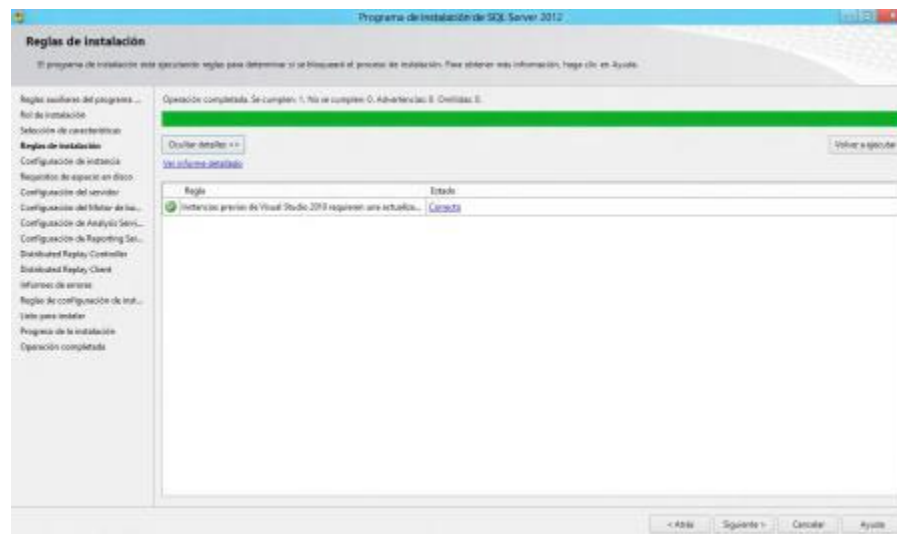
La primera opción nos permite seleccionar de forma individual las características que instalaremos, mientras que la segunda opción instalará todas las características con sus valores predeterminados.

En este paso a paso seleccionaremos la primera opción “Instalación de características de SQL Server”

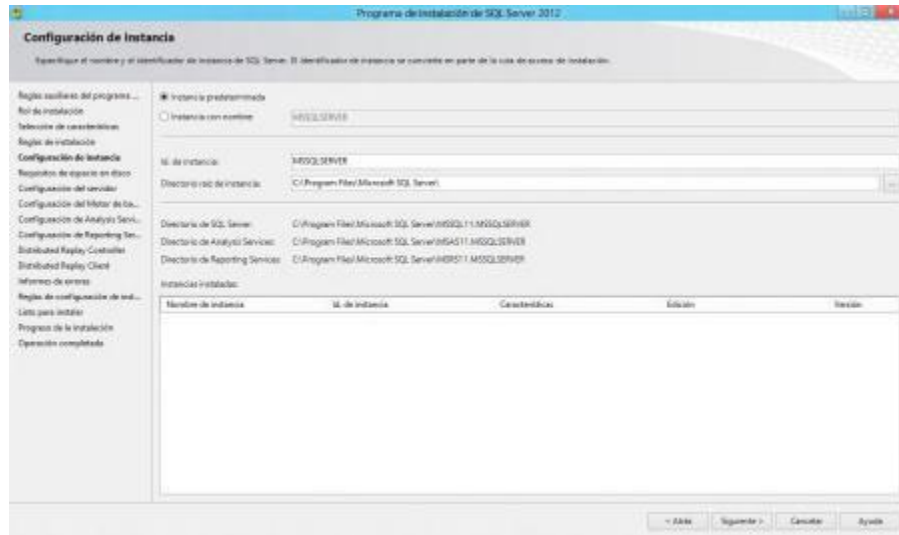
Al seleccionar la opción de instalación, procederemos a dar clic en el botón “Siguiente”, esto nos llevará a la ventana “Selección de características”, en la cual seleccionaremos todas las características que deseamos instalar.



Después de seleccionar las características necesarias, haremos nuevamente clic en el botón “Siguiente” y llegaremos a la ventana “Reglas de instalación”.



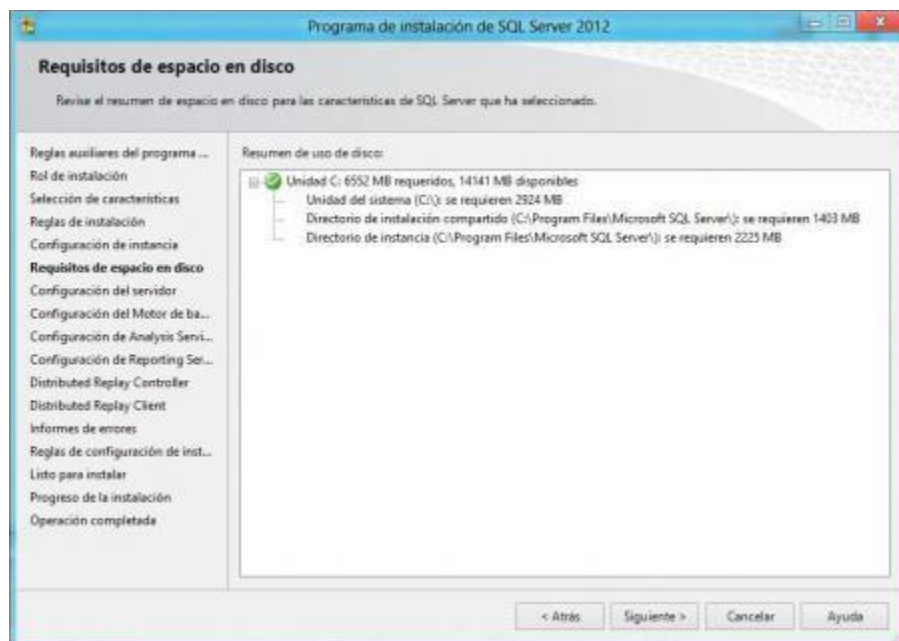
Al comprobar que todas las reglas son cumplidas haremos clic en “Siguiente” para poder ver la ventana “Configuración de instancia”.



Es en esta ventana en donde crearemos nuestra instancia, por defecto el nombre predeterminada de la instancia es MSSQLSERVER, sin embargo si hacemos clic en la opción “Instancia con nombre”, podremos colocar el nombre que nosotros consideremos más apropiado para identificarla.

En “Directorio raíz de la instancia” podemos cambiar el lugar donde almacenaremos o crearemos nuestra instancia, sin embargo si no tenemos experiencia es mejor dejar los valores predeterminados que nos ofrece el asistente.

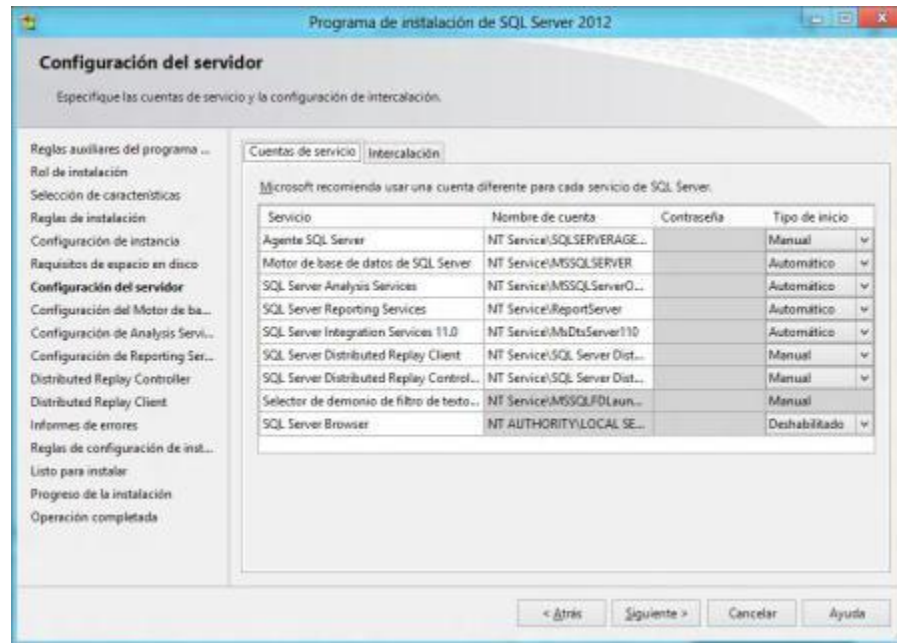
Luego de configurar nuestra instancia, damos clic en el botón “Siguiente” para llegar a la ventana “Requisitos de espacio en disco”.



En esta ventana veremos los datos de espacio requerido y el espacio que tenemos disponible para proceder con la instalación.

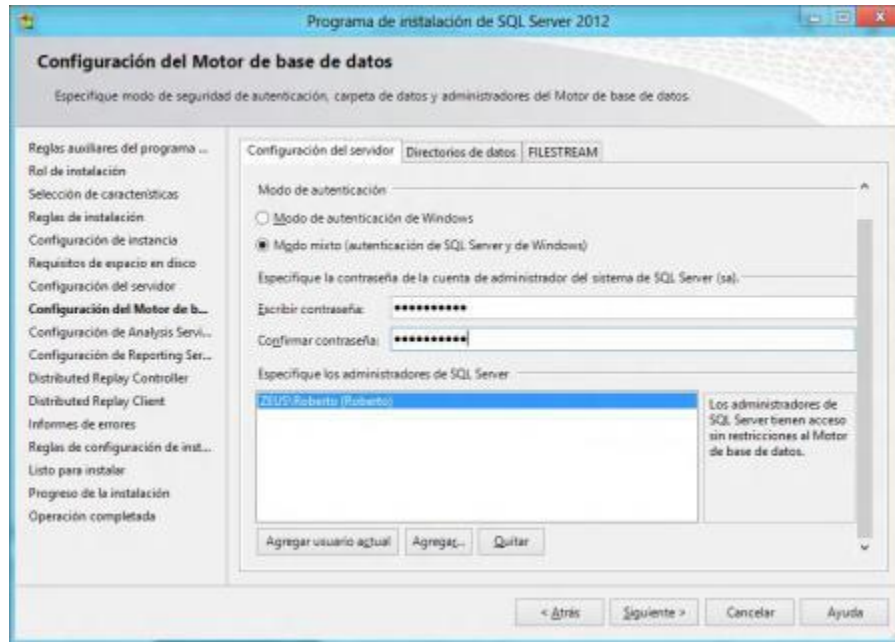
Luego de comprobar que realmente contamos con espacio suficiente para la instalación damos clic en el botón “Siguiente”.

Luego aparecerá una nueva ventana “Configuración del servidor”, donde especificaremos las cuentas de servicio y la configuración de intercalación.

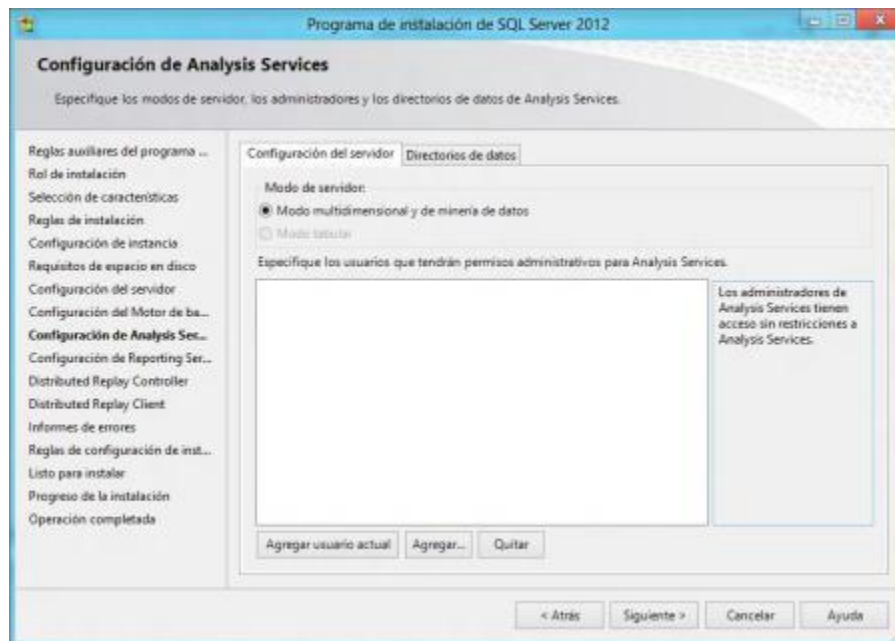


Es muy recomendable utilizar una cuenta diferente para cada servicio, asignar una contraseña distinta a cada uno y en la pestaña “Intercalación” dejar los valores por defecto, salvo que sea en verdad necesario modificar esos valores.

Al finalizar de configurar las cuentas y contraseñas de nuestro servidor, procedemos a dar clic en el botón “Siguiente” nuevamente, esto nos llevará a la ventana “Configuración del Motor de base de datos”.



Acá seleccionaremos el Modo de autenticación y elegiremos el o los usuarios que serán los administradores del SQL Server y asignaremos sus contraseñas, en la pestaña “Directorios de datos” y “FILESTREAM“, se recomienda dejar los valores por defecto. Luego de la asignación del o los administradores de nuestro SQL Server, damos clic en el botón “Siguiente” para llegar a la ventana “Configuración de Analysis Services”.



En la pestaña “Configuración del servidor” dejamos la opción por defecto y agregamos a los usuarios que tendrán permisos administrativos para Analysis Services.

En la pestaña “Directorio de datos”, dejaremos los valores que vienen también por defecto, salvo que sea muy necesario cambiarlos.

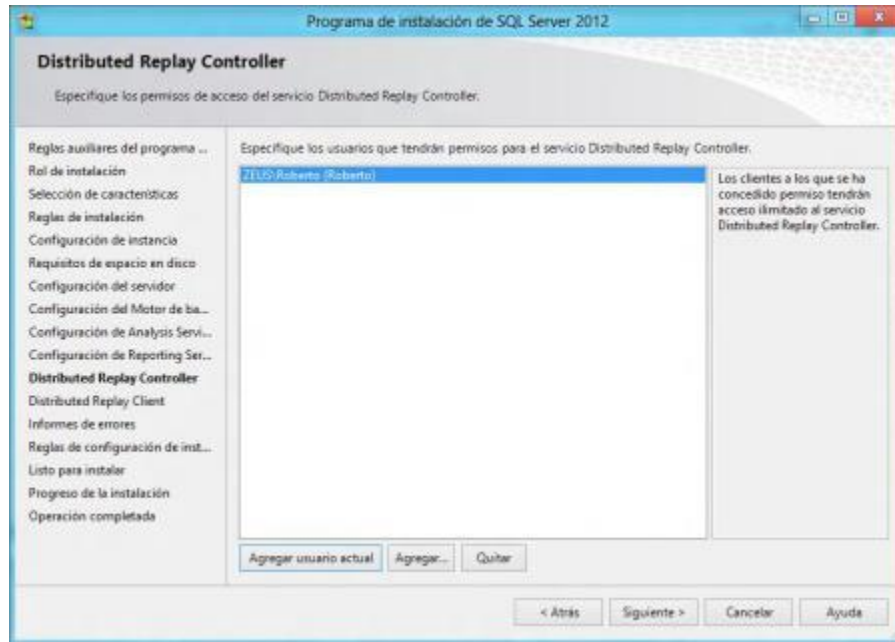
Luego de hacer las modificaciones necesarias, daremos nuevamente clic en el botón “Siguiente” para continuar. Aparecerá una nueva ventana “Configuración de Reporting Services”, en esta ventana encontraremos tres opciones.



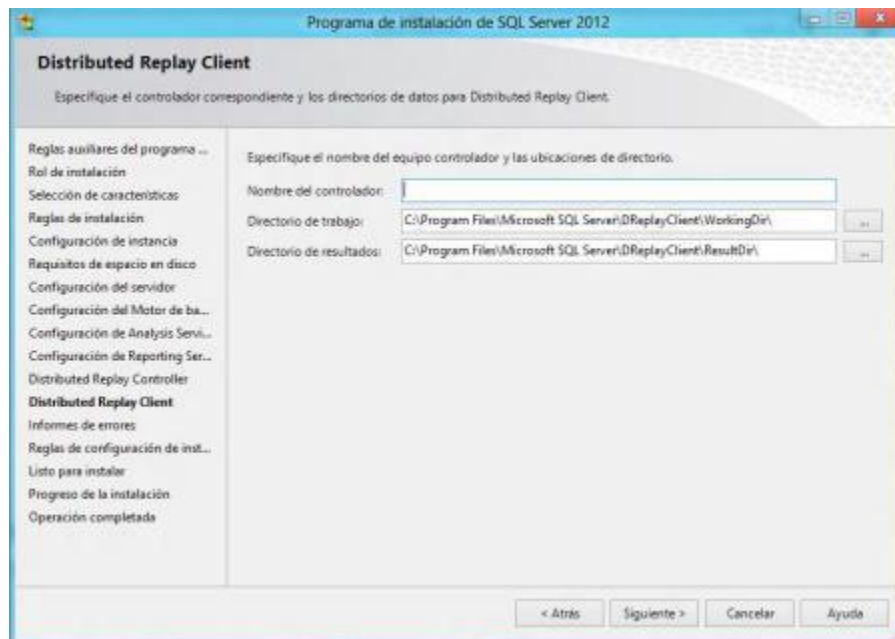
Seleccionaremos la primera opción “Instalar y configurar” ya que esto nos permite instalar y configurar el servidor de informes en modo nativo y dejarlo operativo después de completar la instalación.

Nota: las otras dos opciones nos permiten configurar el servidor de informes de otras maneras, pero éstas son recomendadas hacerlas por usuarios con experiencia.

Luego de seleccionar la opción de configuración que vayamos a utilizar damos clic en el botón “Siguiente” para llegar a la ventana “Distributed Replay Controller”, en donde asignaremos a los usuarios que tendrán permisos para el servicio Distributed Replay Controller.



Luego de asignar a los usuarios que tendrán permisos de acceso, procedemos nuevamente a dar clic en el botón “Siguiente” para poder especificar el controlador correspondiente y los directorios de datos para el Distributed Replay Controller.



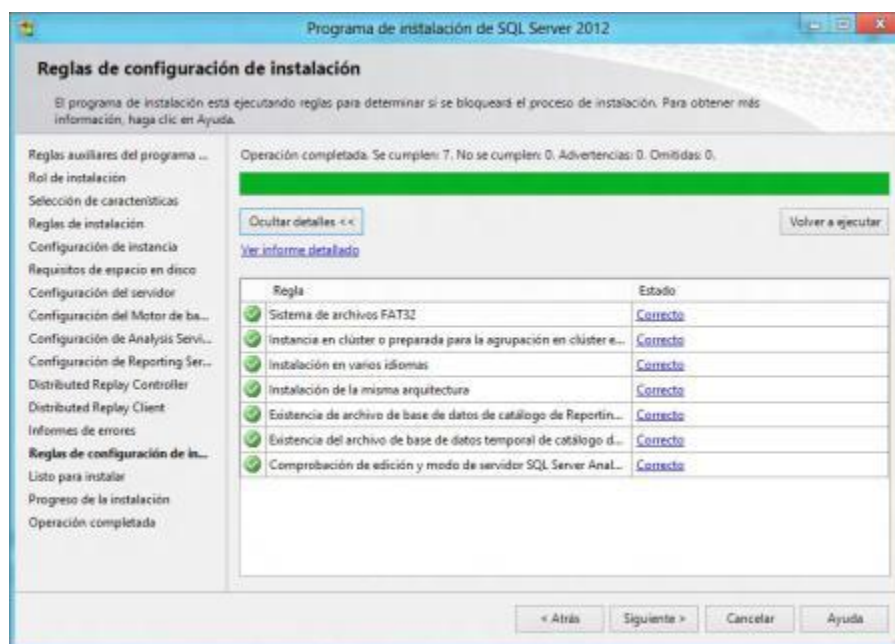
Una vez hayamos especificado el nombre del controlador y los respectivos directorios, daremos clic en el botón “Siguiente”. Esta acción nos llevará a la ventana de “Informe de errores”.



En esta ventana podremos (si así lo deseamos) enviar informes de errores de Windows y de SQL Server automáticamente a Microsoft, para ayudar a mejorar las futuras versiones de SQL Server.

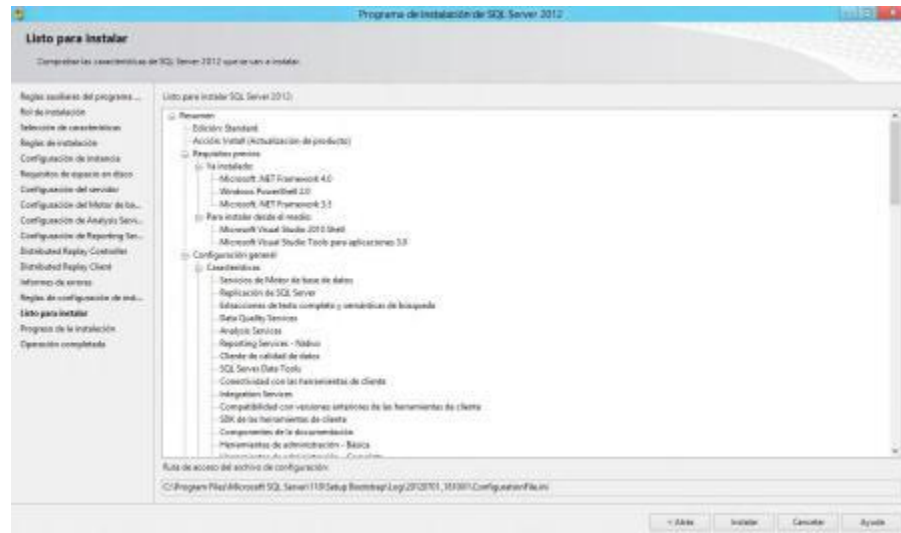
Nota: esta opción es completamente opcional, sin embargo es recomendable para poder ayudar en la mejora de las futuras versiones SQL Server.

Luego de decidir si seleccionamos o no la casilla, damos clic en siguiente, para llegar a la ventana "Reglas de configuración de instalación".

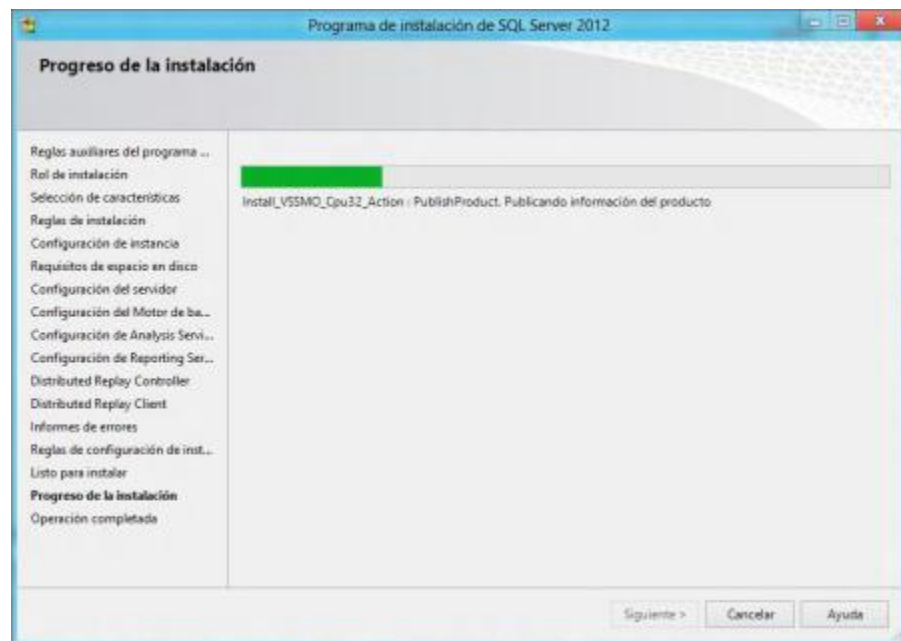


En estas reglas confirmaremos que no hayan errores, en caso de existir algún error, procedemos a corregirlo y ejecutar nuevamente el test haciendo clic en el botón “Ejecutar de nuevo”, al finalizar y comprobar que ya no existe ningún error hacemos clic en el botón “Siguiente”.

Después de haber dado clic en siguiente, aparecerá una nueva ventana donde podremos revisar todas las características a instalar.



Una vez que hayamos revisado y estemos seguros que son las características que hemos elegido, procederemos a dar clic en el botón “Instalar”. Después de haber dado clic en instalar veremos la ventana “Progreso de la instalación” y empezará el proceso de instalación de nuestro SQL Server 2012.







10.10 Casos de uso

CU-ADM-001 Registrando usuario

CU-ADM-002 Modificando datos de usuario

CU-ADM-003 Dando baja de usuario

CU-NEG-001 Administrando establecimiento

CU-NEG-002 Cargando establecimiento

CU-NEG-003 Modificando establecimiento

CU-NEG-004 Eliminando establecimiento

CU-NEG-005 Administrando canchas

CU-NEG-006 Cargando cancha

CU-NEG-007 Modificando cancha

CU-NEG-008 Eliminando cancha

CU-NEG-009 Buscando cancha

CU-NEG-010 Reservando cancha

CU-NEG-011 Administrando reservas

CU-NEG-012 Cancelando reserva

CU-NEG-013 Enviando notificación

CU-NEG-014 Calificando contraparte

CU-NEG-015 Consultando informes

CU-NEG-016 Administrando turno

CU-SEG-001 Encriptando

CU-SEG-002 Desencriptando

CU-SEG-003 Generando dígitos verificadores

CU-SIS-001 Realizando copia de seguridad

CU-SIS-002 Ejecutando restauración de seguridad

CU-SIS-003 Escribiendo bitácora

CU-SIS-004 Leyendo bitácora

CU-SIS-005 Validando integridad de dígitos verificadores

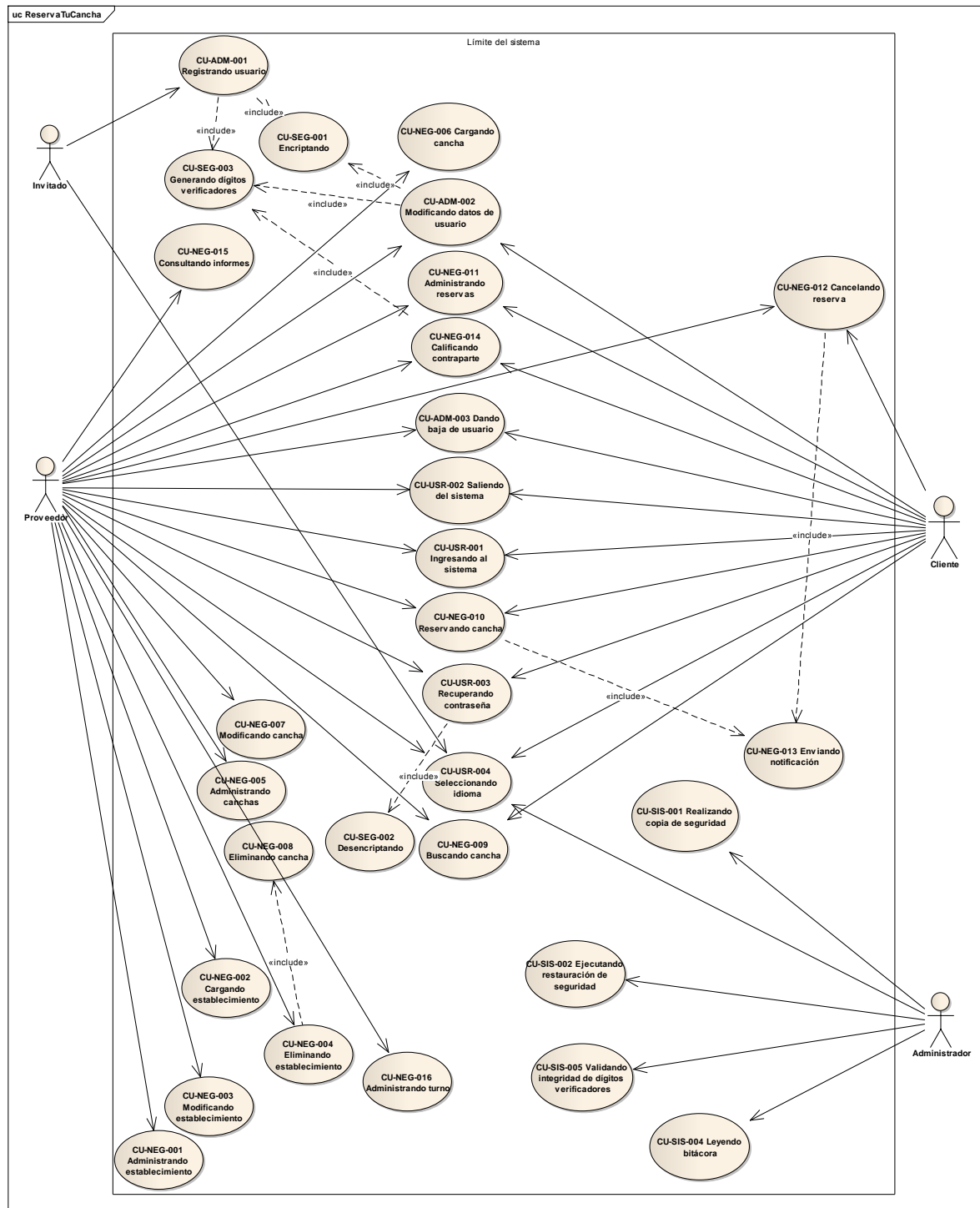
CU-USR-001 Ingresando al sistema

CU-USR-002 Saliendo del sistema

CU-USR-003 Recuperando contraseña

CU-USR-004 Seleccionando idioma

Gráfico del alcance del sistema





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



10.11 Especificaciones de casos de uso

Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-ADM-001 Registrando
usuario

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

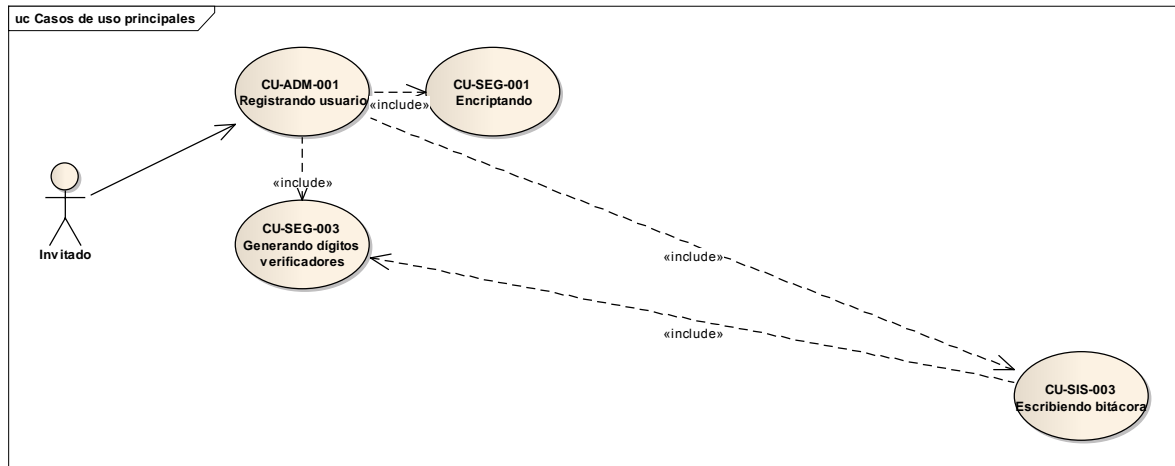
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	156
10.11.3	Gráfico del caso de uso	157
10.11.4	Objetivo	158
10.11.5	Identificación del caso de uso	158
10.11.6	Nombre del caso de uso	158
10.11.7	Descripción del caso de uso	158
10.11.8	Pre Condición	158
10.11.9	Post Condición	158
10.11.10	Actores primarios	158
10.11.11	Actores secundarios	158
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	158
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	158
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	159
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	159
10.11.14.2	Caminos alternativos	159
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	159
10.11.16	Diagrama de secuencia	160
10.11.17	Diagrama de clase	161
10.11.18	Diagrama de flujo	162
10.11.19	Diagrama de entidad relación	162



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo
Un usuario no registrado del sistema lleva adelante el proceso de registración para poder hacer uso del servicio.
10.11.5 Identificación del caso de uso
CU-ADM-001
10.11.6 Nombre del caso de uso
Registrando usuario
10.11.7 Descripción del caso de uso
El usuario accede al sitio y desea autenticarse para poder hacer uso del sistema de acuerdo a lo definido en roles y perfiles correspondientes.
10.11.8 Pre Condición
El usuario ingresa a la interfaz de registración a través de la opción correspondiente.
10.11.9 Post Condición
El usuario se registra en el sistema.
10.11.10 Actores primarios
Invitado
10.11.11 Actores secundarios
No hay.
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso
El usuario desea registrarse.
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones
No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El visitante ingresa los datos de nombre, apellido, dirección, localidad, código postal, país, teléfonos de contacto, dirección de correo electrónico y contraseña (en dos oportunidades, que deben ser iguales).
2. El sistema verifica si la dirección de correo electrónico está registrada con anterioridad.
3. El sistema registra el usuario, usando la encriptación (CU-SEG-001) para la contraseña.
4. El sistema registra en la bitácora el evento de alta de usuario (CU-SIS-003).
5. El sistema da la bienvenida y muestra la pantalla de acuerdo a los permisos que tiene el usuario.

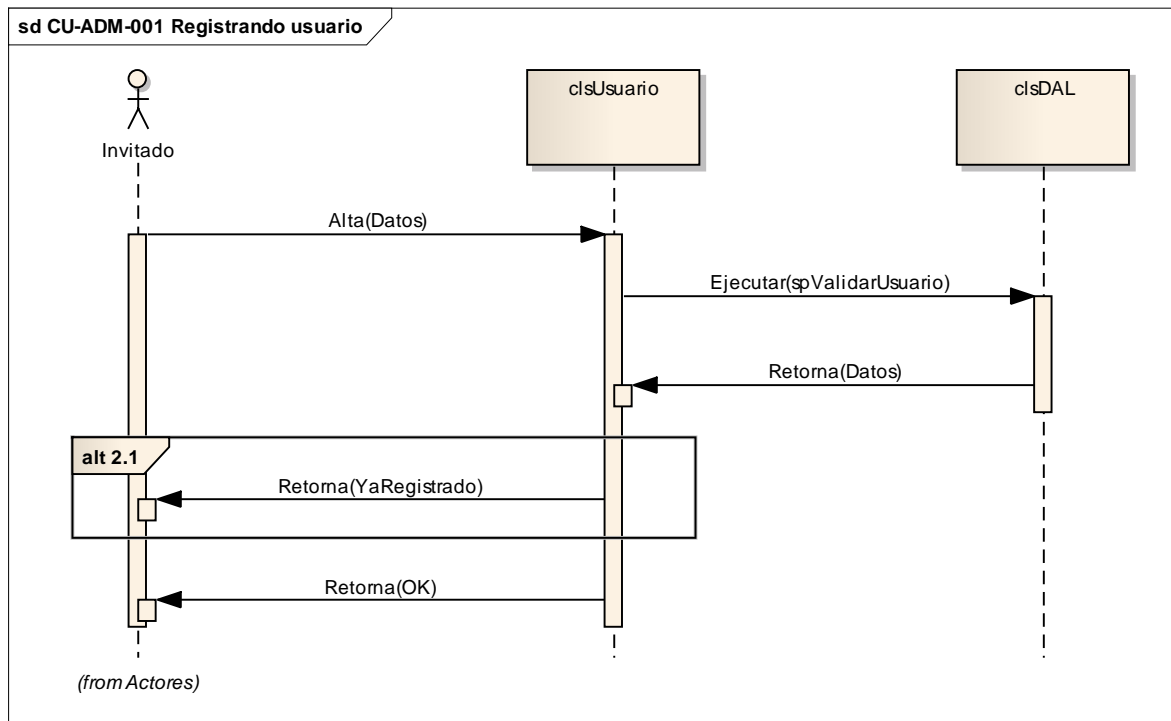
10.11.14.2 Caminos alternativos

- 2.1 El sistema detecta que la dirección de mail ya se encuentra registrada y le da aviso al usuario que verifique la información ingresada y vuelva a intentar, volviendo al punto 1.

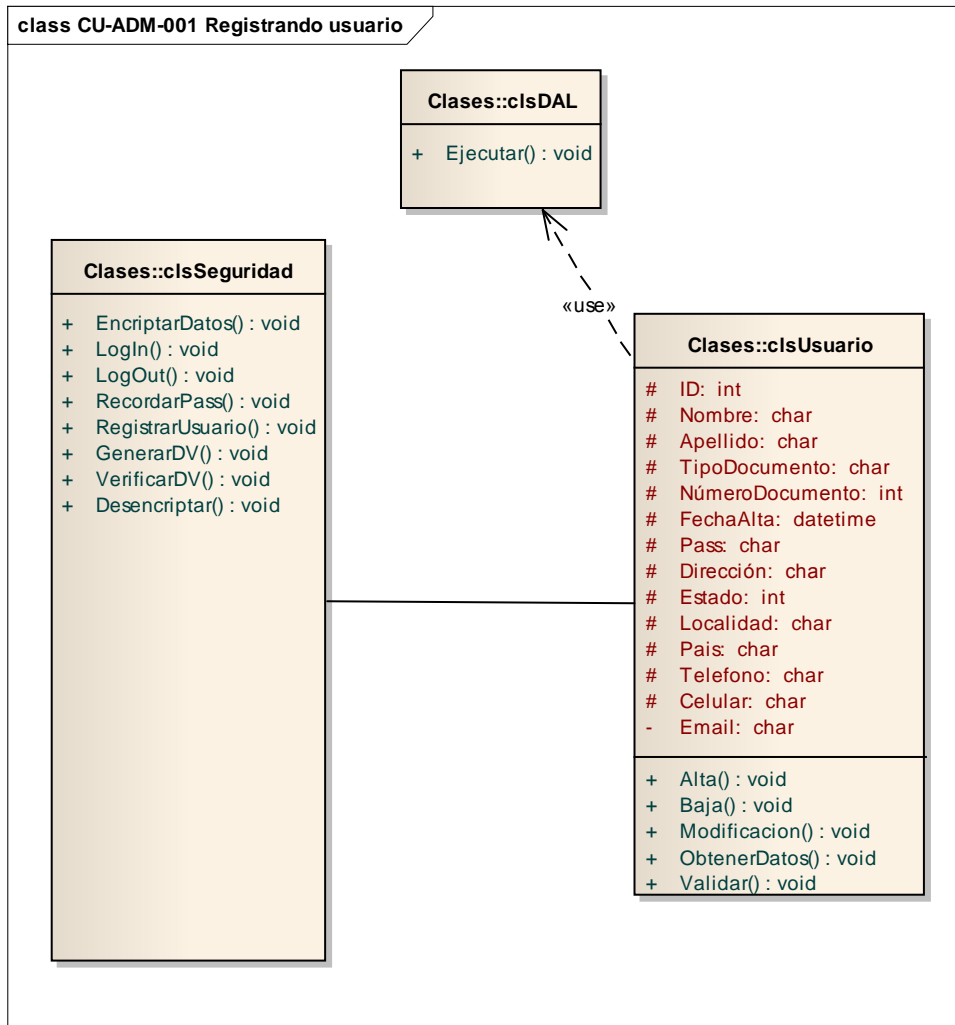
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

En la pantalla de registración se mostrarán los campos a completar, como ser nombre, apellido, dirección, localidad, código postal, país, teléfono de contacto, dirección de correo electrónico y contraseña (en dos oportunidades). Además se mostrarán las políticas de uso del sitio las cuales deberán ser aceptadas para poder proceder a dar el alta.

10.11.16 Diagrama de secuencia



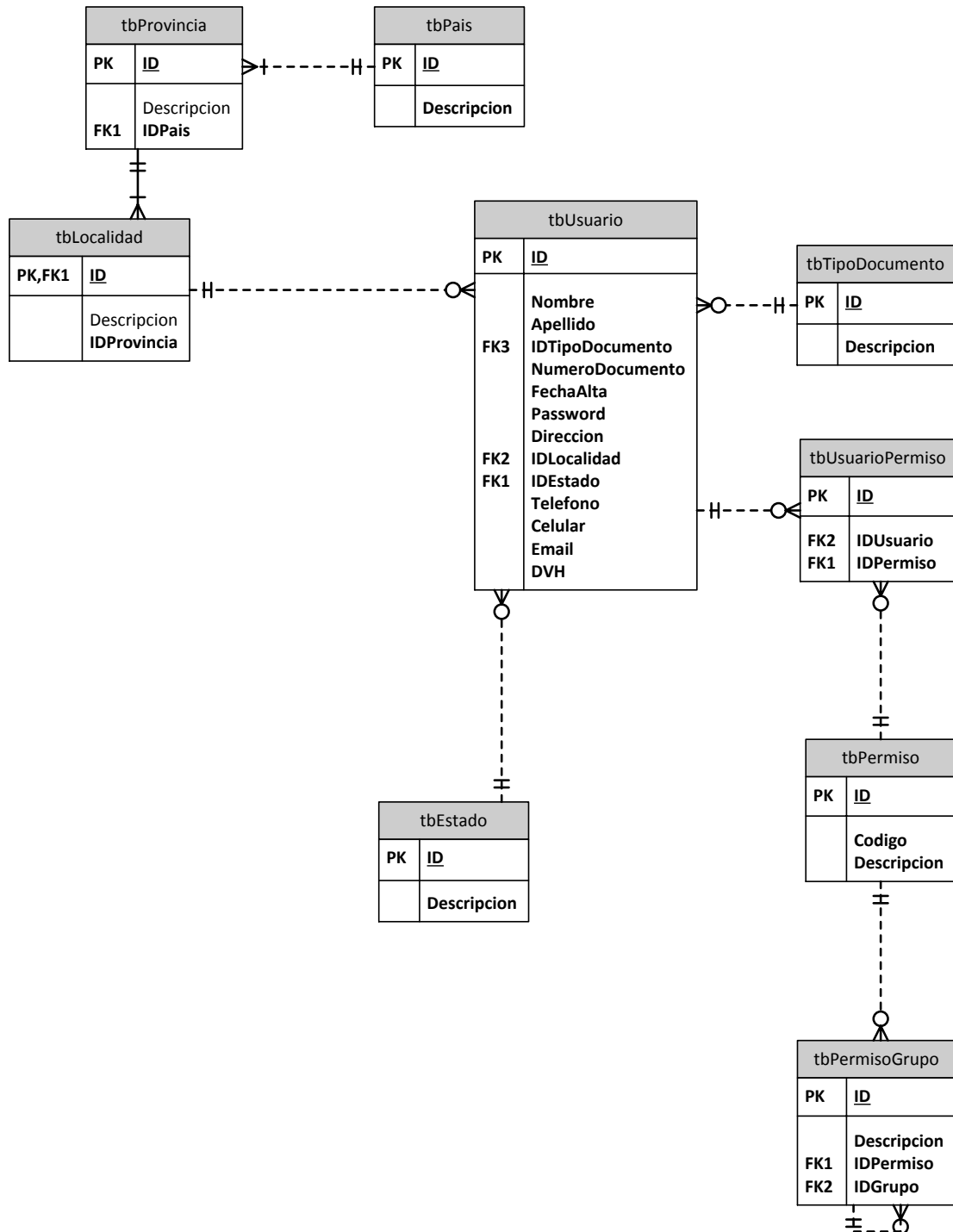
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-ADM-002 Modificando
datos de usuario

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

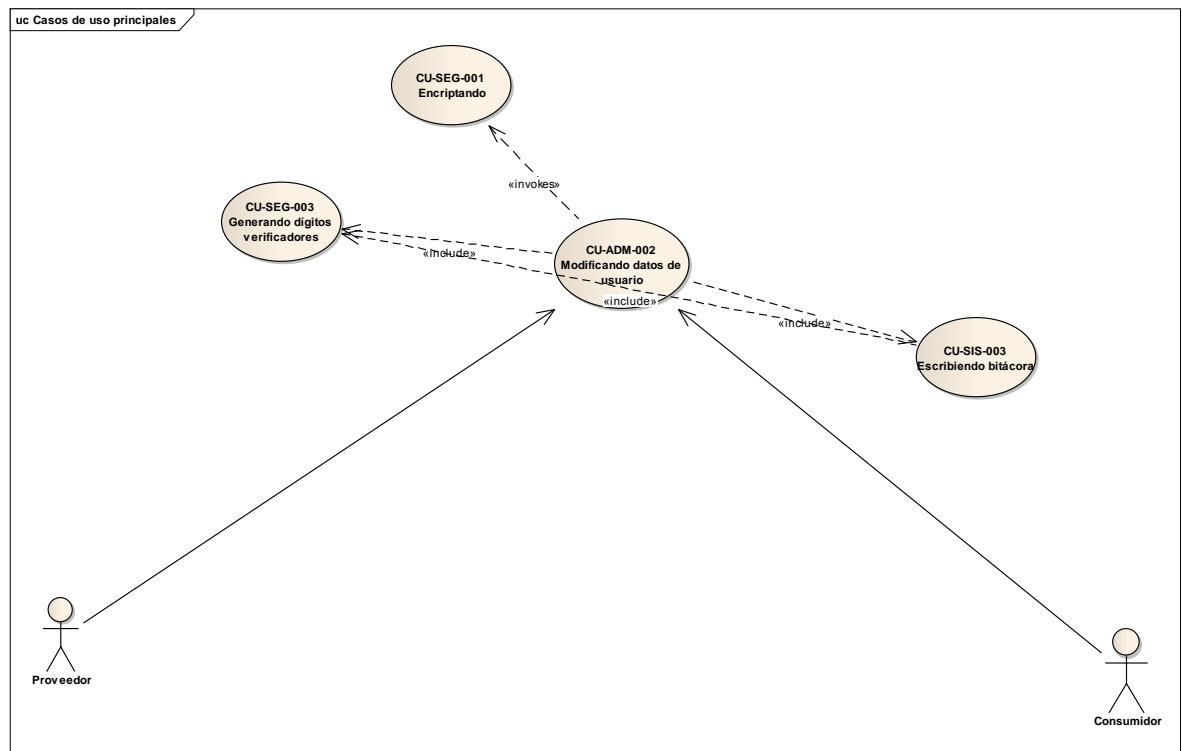
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	165
10.11.3	Gráfico del caso de uso	166
10.11.4	Objetivo	167
10.11.5	Identificación del caso de uso	167
10.11.6	Nombre del caso de uso	167
10.11.7	Descripción del caso de uso	167
10.11.8	Pre Condición	167
10.11.9	Post Condición	167
10.11.10	Actores primarios	167
10.11.11	Actores secundarios	167
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	167
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	167
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	168
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	168
10.11.14.2	Caminos alternativos	168
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	169
10.11.16	Diagrama de secuencia	170
10.11.17	Diagrama de clase	171
10.11.18	Diagrama de flujo	172
10.11.19	Diagrama de entidad relación	172



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Un usuario registrado del sistema desea modificar alguno de los datos personales o contraseña que tiene registrados.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-ADM-002

10.11.6 Nombre del caso de uso

Modificando datos de usuario

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario accede al sitio y desea modificar alguno de los datos que tiene registrados en el sistema. A excepción de la dirección de correo electrónico, todos los demás datos que ha cargado el usuario oportunamente en el proceso de registración pueden ser modificados.

10.11.8 Pre Condición

Que el usuario se encuentre registrado y haya ingresado al sistema.

10.11.9 Post Condición

Se modifican los datos que el usuario desea cambiar.

10.11.10 Actores primarios

Administrador, Proveedor, Consumidor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea modificar datos de su cuenta.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa al sistema y solicita modificar datos de su cuenta.
2. El sistema le muestra sus actuales datos de nombre, apellido, dirección, localidad, código postal, país, teléfono de contacto. Además de estos le provee de dos campos para ingresar contraseña y verificación de contraseña.
3. El usuario modifica los datos (la contraseña lo debe hacer en dos oportunidades, que deben coincidir) que sea cambiar de su cuenta, sin poder cambiar la dirección de correo electrónico dado que ésta es su identificación en el sistema.
4. El sistema registra los nuevos datos, usando la encriptación (CU-SEG-001) para la contraseña.
5. El sistema registra en la bitácora el evento de solicitud de alta de usuario (CU-SIS-003) e informa fin del proceso.

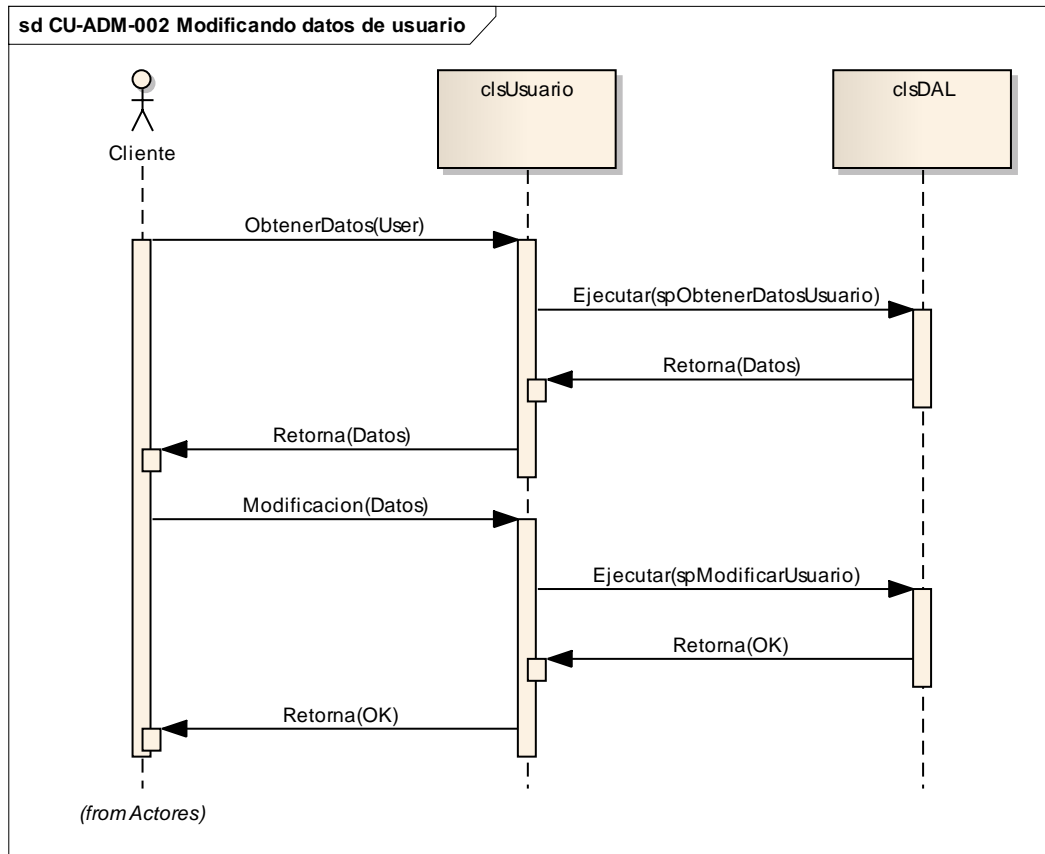
10.11.14.2 Caminos alternativos



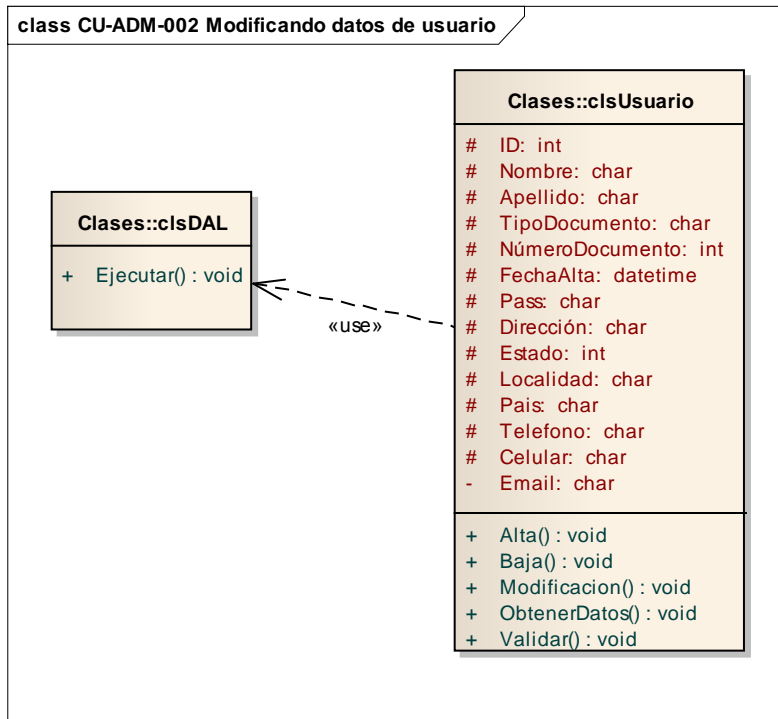
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

En la pantalla de modificación de datos se mostrarán los campos a completar, como ser nombre, apellido, dirección, localidad, código postal, país, teléfono de contacto y contraseña (en dos oportunidades, para su validación).

10.11.16 Diagrama de secuencia



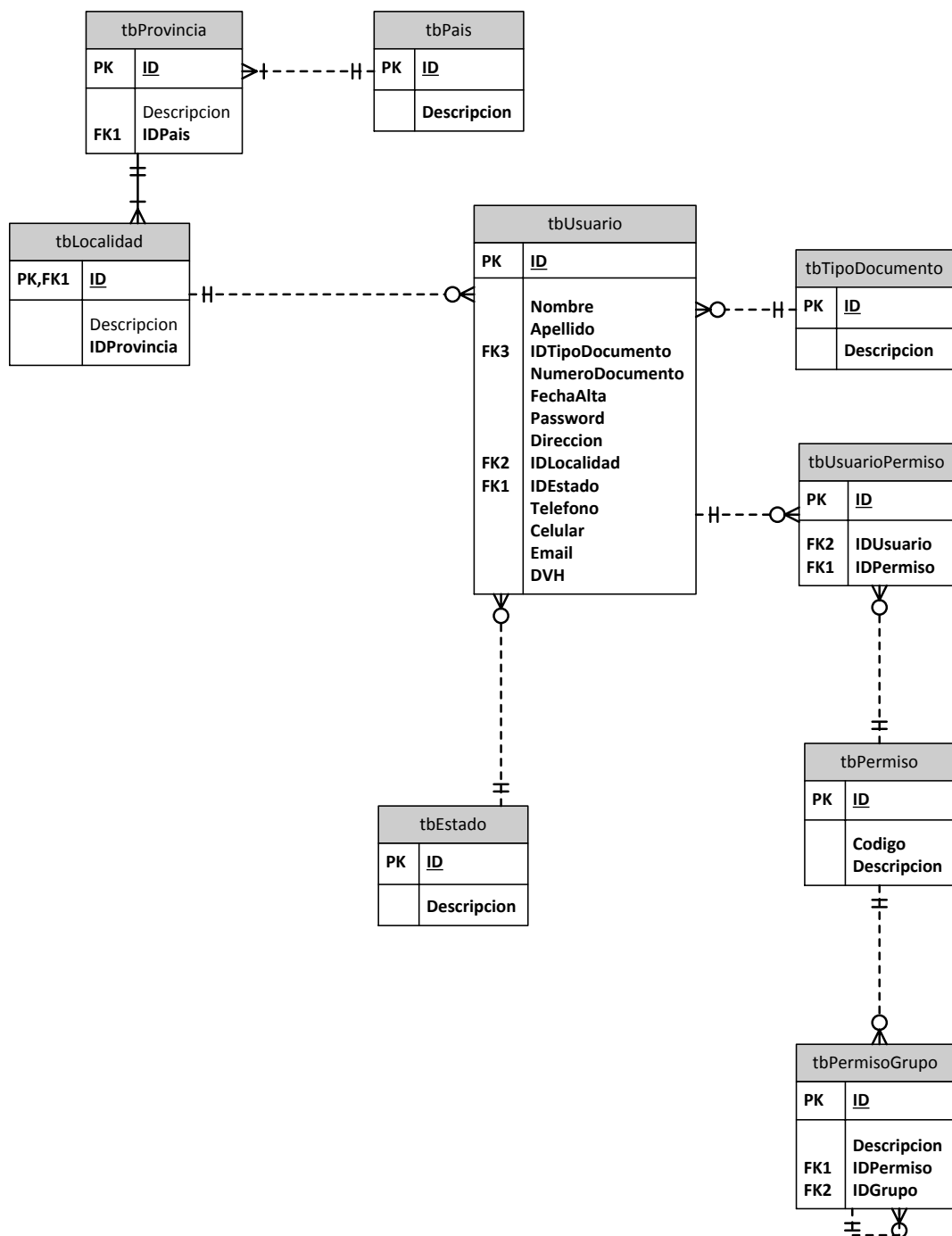
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-ADM-003 Dando baja de usuario

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

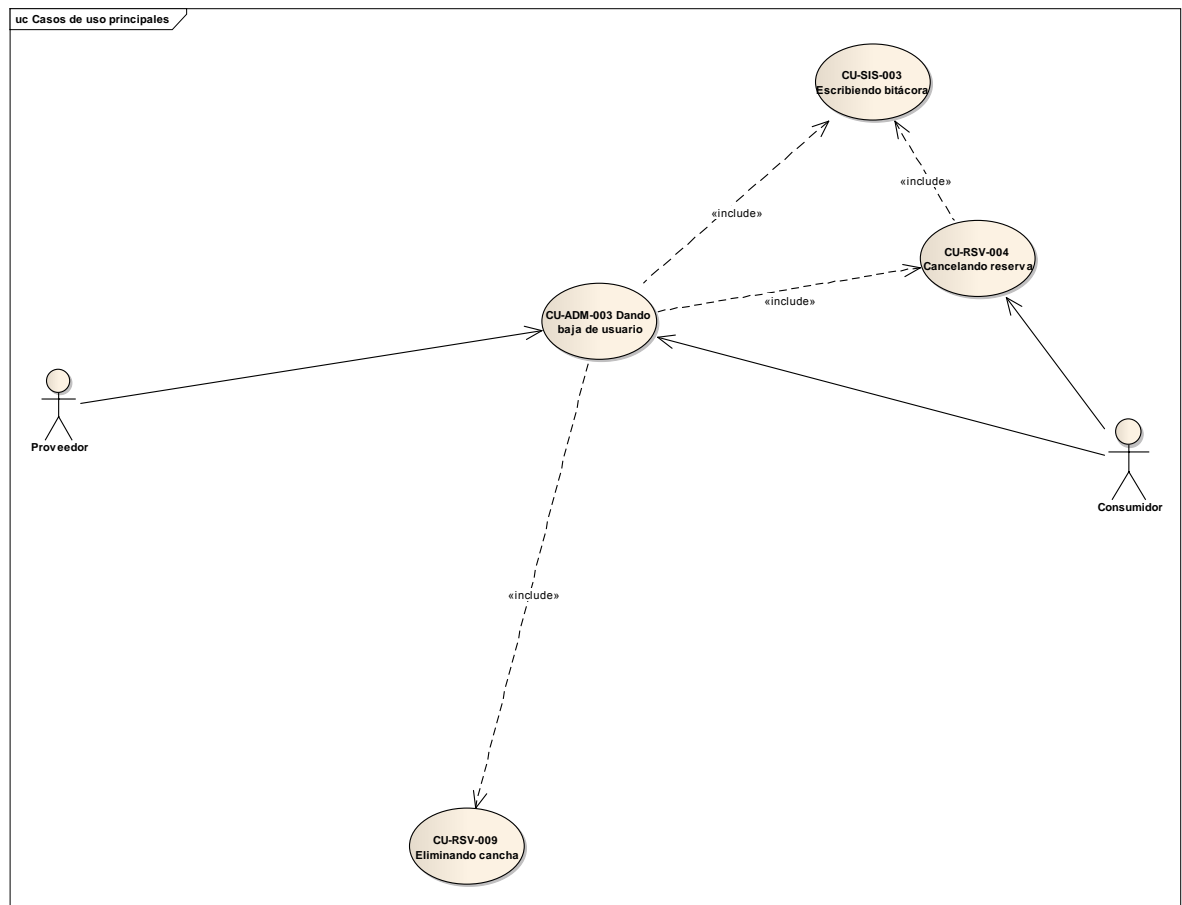
10.11.2 Historial de revisión de la especificación	175
10.11.3 Gráfico del caso de uso	176
10.11.4 Objetivo	177
10.11.5 Identificación del caso de uso	177
10.11.6 Nombre del caso de uso	177
10.11.7 Descripción del caso de uso	177
10.11.8 Pre Condición	177
10.11.9 Post Condición	177
10.11.10 Actores primarios	177
10.11.11 Actores secundarios	177
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso	177
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones	177
10.11.14 Descripción analítica del caso de uso	178
10.11.14.1 Escenario principal de éxito	178
10.11.14.2 Caminos alternativos	178
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario	179
10.11.16 Diagrama de secuencia	180
10.11.17 Diagrama de clase	181
10.11.18 Diagrama de flujo	182
10.11.19 Diagrama de entidad relación	182



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Un usuario registrado del sistema desea realizar la baja de su registro en el servicio.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-ADM-003

10.11.6 Nombre del caso de uso

Dando baja de usuario

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario accede al sitio y solicita dar de baja el registro que tiene en el sistema. El sistema deberá validar si tiene reservas en curso, o canchas ofrecidas (dependiendo del tipo de usuario) y le advertirá que ésta acción generará la cancelación automática de la reserva y/o la baja (según corresponda) de las publicaciones vigentes.

10.11.8 Pre Condición

Que el usuario se encuentre registrado y haya ingresado al sistema.

10.11.9 Post Condición

El usuario se elimina del sistema (a nivel lógico), las publicaciones se cancelan, al igual que las reservas en curso.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor, Consumidor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea borrar su registro en el sistema.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa al sistema y solicita dar de baja de su cuenta.
2. El sistema verifica que el usuario no posee reservas ni publicaciones de canchas activas.
3. El sistema modifica el estado del usuario a BAJA.
4. El sistema registra en la bitácora el evento de baja del usuario (CU-SIS-003) y confirma baja.

10.11.14.2 Caminos alternativos

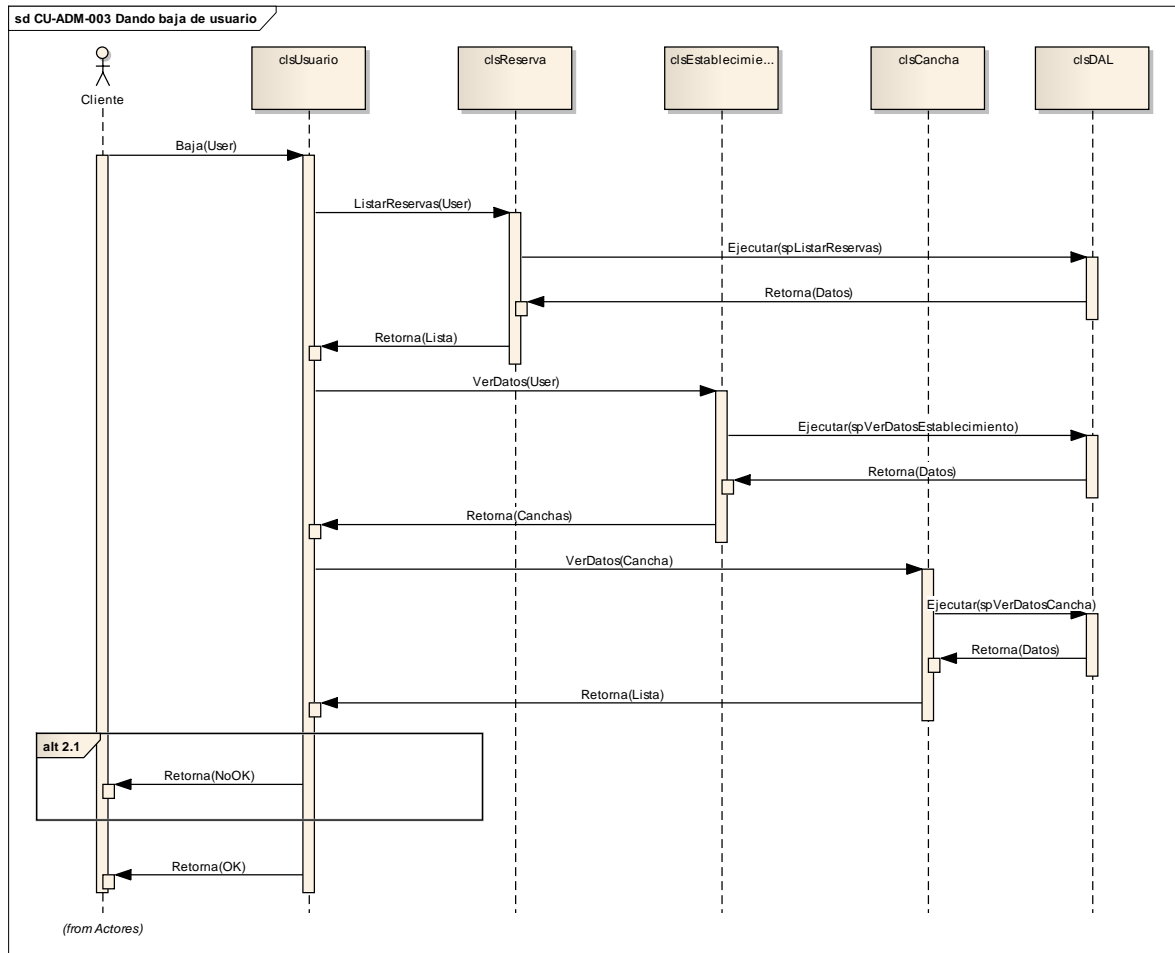
- 2.1 El sistema verifica que el usuario posee reservas o publicaciones de canchas activas, por lo que indica no puede dar la baja hasta eliminar reservas o publicaciones, y vuelve a punto 1.



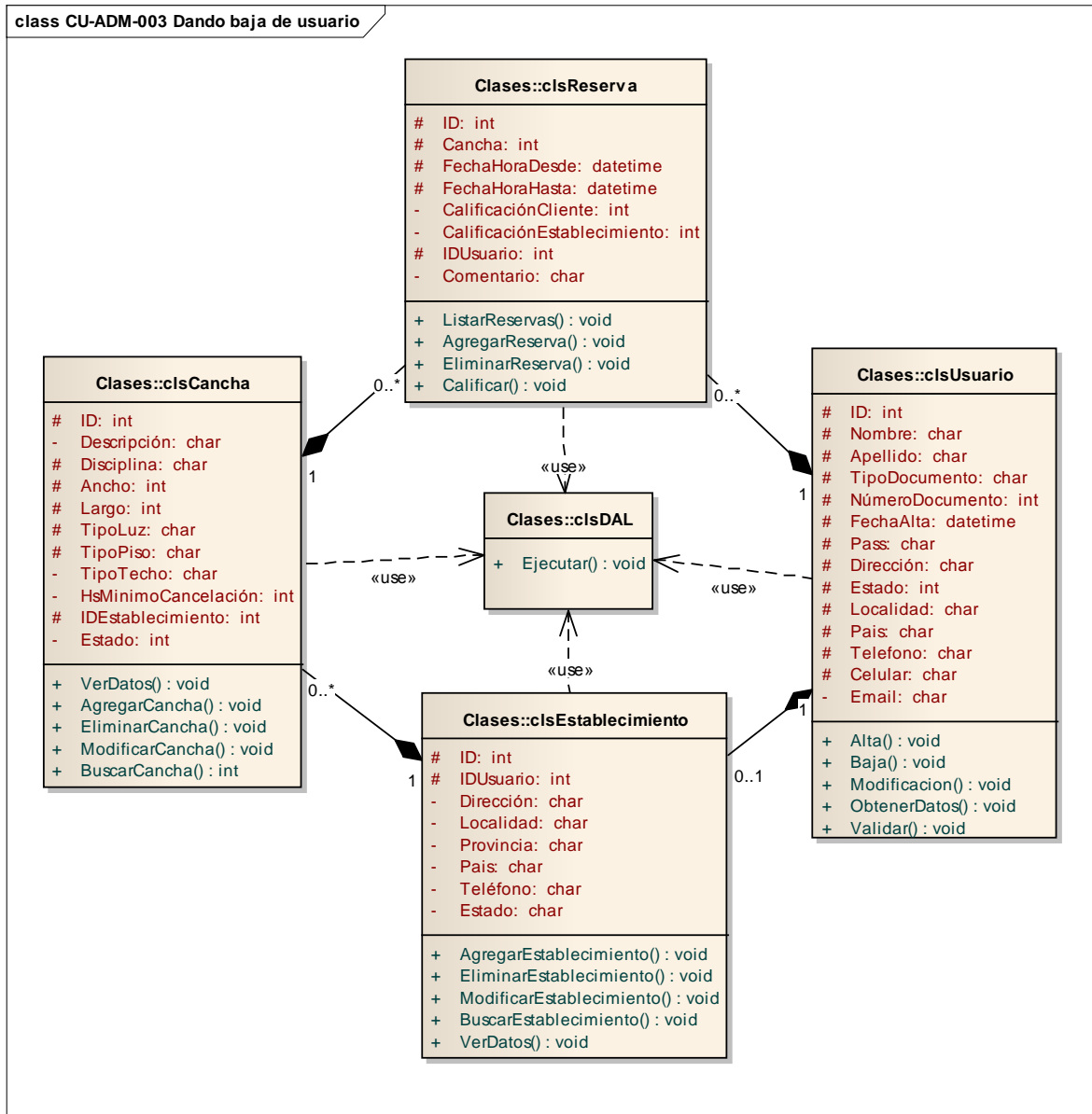
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

En la pantalla de administración del usuario, además de modificar los datos (para CU-ADM-002) puede presionar un botón de baja, que le pedirá confirmación y procederá a dar realizar la eliminación del usuario en el sistema.

10.11.16 Diagrama de secuencia



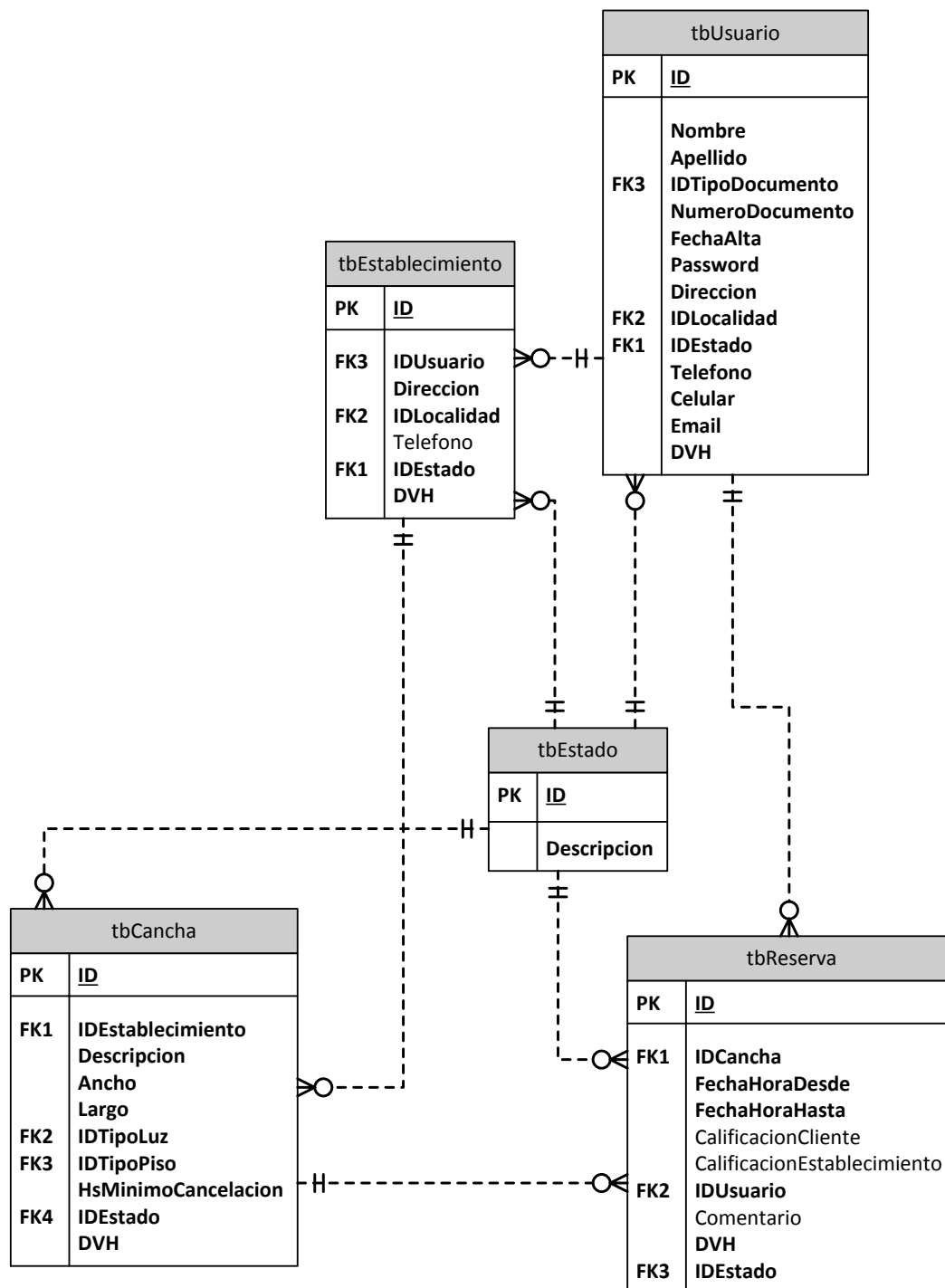
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No se requiere el desarrollo de un diagrama de flujo en esta etapa del proyecto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-001 Administrando
establecimiento

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

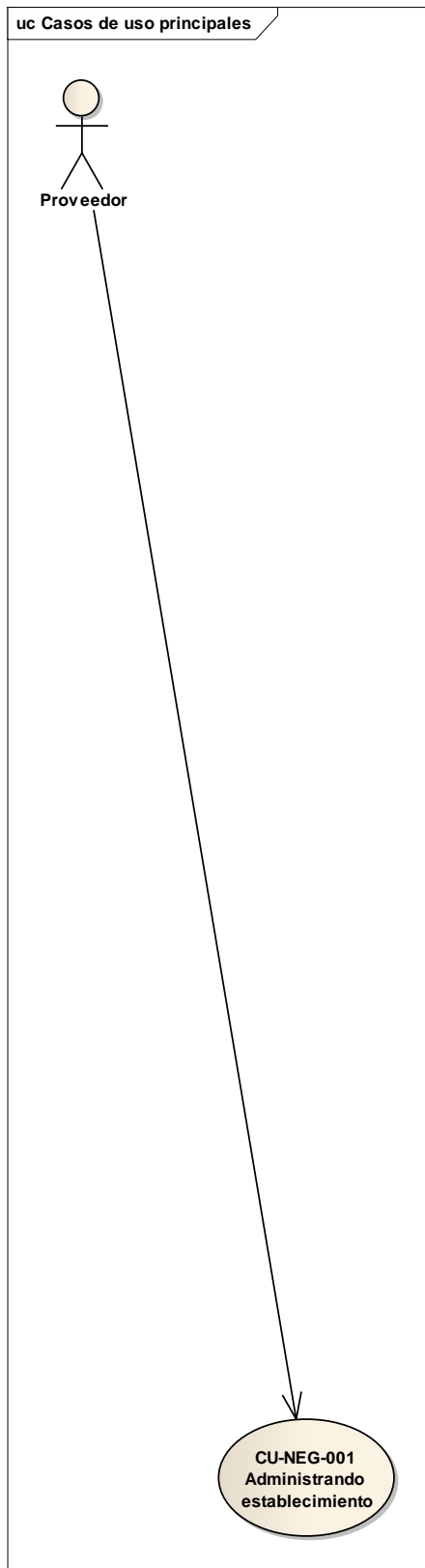
10.11.2 Historial de revisión de la especificación	185
10.11.3 Gráfico del caso de uso	186
10.11.4 Objetivo	187
10.11.5 Identificación del caso de uso	187
10.11.6 Nombre del caso de uso	187
10.11.7 Descripción del caso de uso	187
10.11.8 Pre Condición	187
10.11.9 Post Condición	187
10.11.10 Actores primarios	187
10.11.11 Actores secundarios	187
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso	187
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones	187
10.11.14 Descripción analítica del caso de uso	188
10.11.14.1 Escenario principal de éxito	188
10.11.14.2 Caminos alternativos	188
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario	189
10.11.16 Diagrama de secuencia	190
10.11.17 Diagrama de clase	191
10.11.18 Diagrama de flujo	192
10.11.19 Diagrama de entidad relación	192



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-23	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor busca dar de alta un nuevo establecimiento, o modificar o eliminar un establecimiento ya existente en su cuenta.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-001

10.11.6 Nombre del caso de uso

Administrando establecimiento

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proveedor ingresa a la administración de sus establecimientos donde se le listan los establecimientos que tiene cargados asociados a su usuario (con la opción de modificar CU-NEG-003 Modificando establecimiento o de eliminar CU-NEG-004 Eliminando establecimiento), permitiéndole también a través de un botón el alta de un nuevo establecimiento.

En el caso del alta, se le pedirán diversos datos del establecimiento.

10.11.8 Pre Condición

El proveedor debe haber ingresado en la sección de administración de establecimientos.

10.11.9 Post Condición

El establecimiento deseado es creado, modificado o eliminado.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea administrar un establecimiento e ingresa en la sección.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario del tipo proveedor ingresa a la interfaz de administración de establecimientos, lo que genera listar el pedido de establecimientos.
2. El sistema lista los establecimientos que tiene creados en su cuenta. Pudiendo modificar, eliminar o crear un nuevo.
3. El usuario elige alguna de las opciones posibles siendo direccionado a la sección correspondiente (CU-NEG-002 Cargando establecimiento; CU-NEG-003 Modificando establecimiento; CU-NEG-004 Eliminando establecimiento).

10.11.14.2 Caminos alternativos

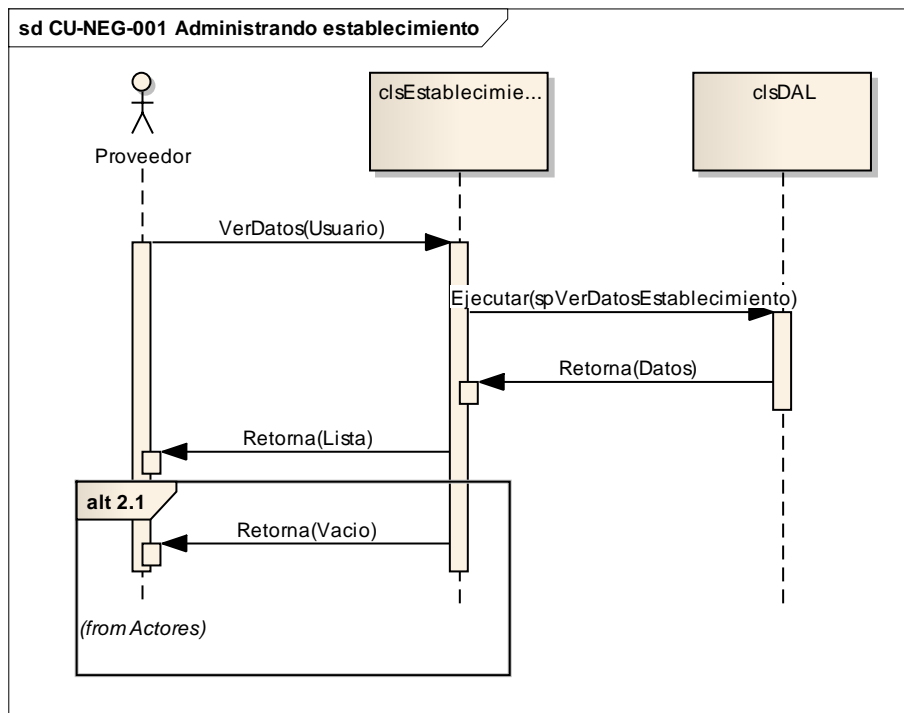
- 2.1 El sistema indica que no tiene establecimientos creados asociados a su usuario.



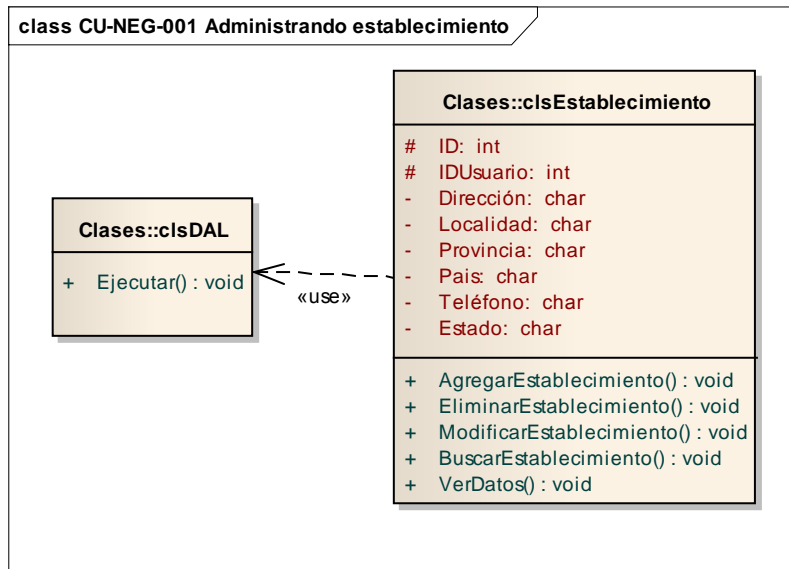
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de establecimientos asociados a su usuario (en caso que tenga creados), con botones para poder modificar o eliminarlos. Además se le muestra otro botón para ir a la sección de carga de establecimiento.

10.11.16 Diagrama de secuencia



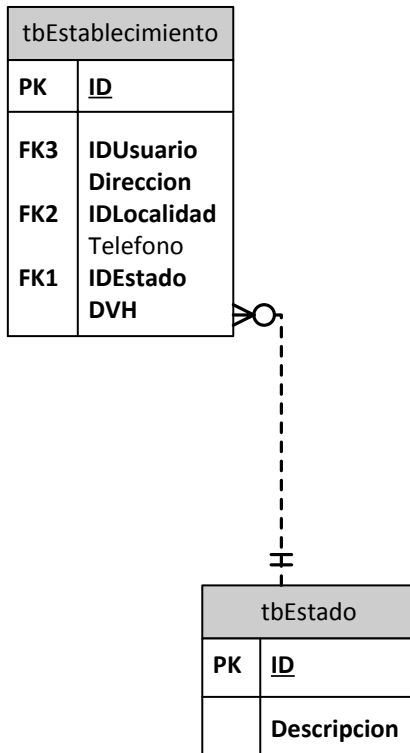
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-002 Cargando
establecimiento

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

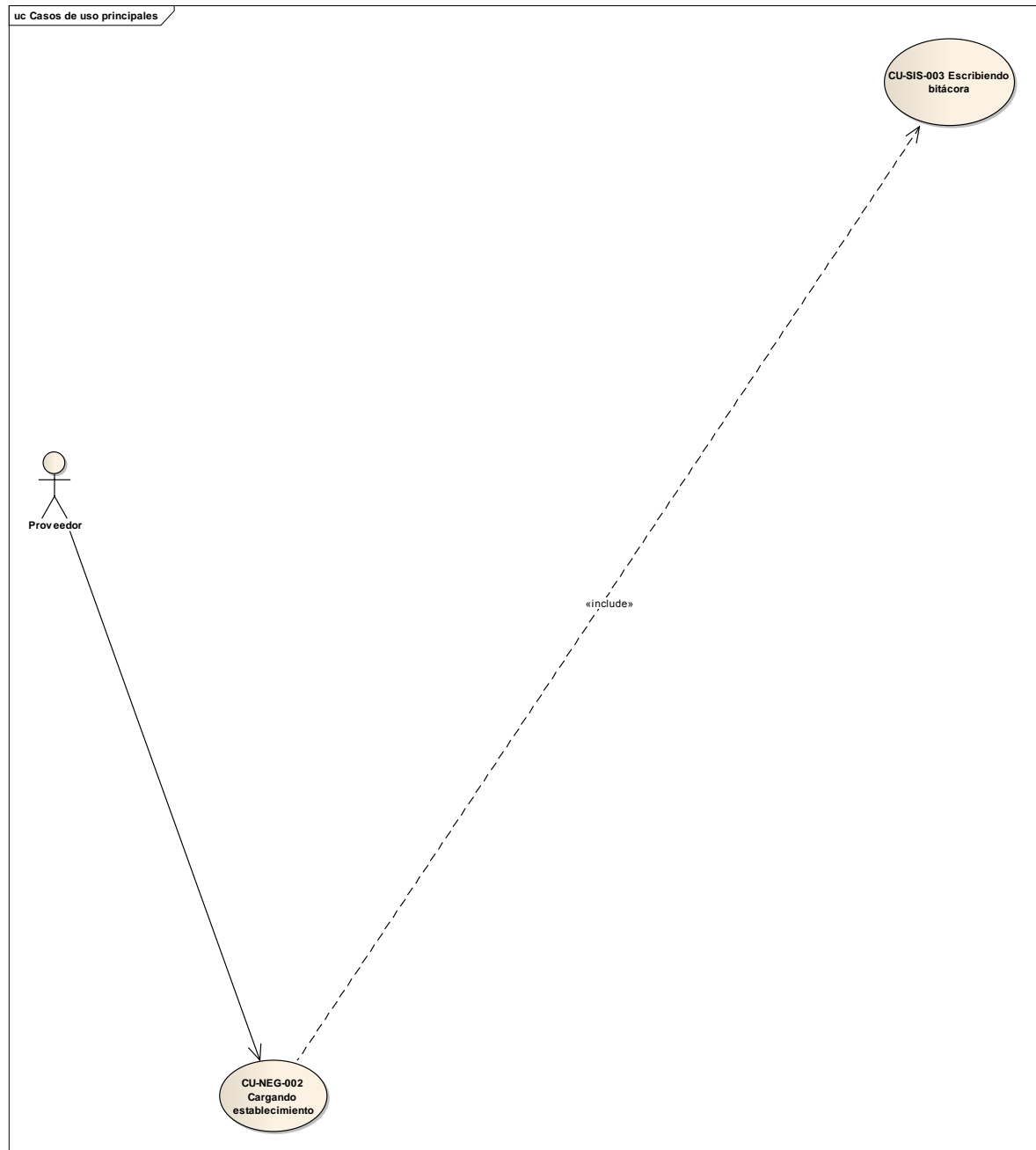
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	195
10.11.3	Gráfico del caso de uso	196
10.11.4	Objetivo	197
10.11.5	Identificación del caso de uso	197
10.11.6	Nombre del caso de uso	197
10.11.7	Descripción del caso de uso	197
10.11.8	Pre Condición	197
10.11.9	Post Condición	197
10.11.10	Actores primarios	197
10.11.11	Actores secundarios	197
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	197
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	197
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	198
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	198
10.11.14.2	Caminos alternativos	198
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	199
10.11.16	Diagrama de secuencia	200
10.11.17	Diagrama de clase	201
10.11.18	Diagrama de flujo	202
10.11.19	Diagrama de entidad relación	202



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor desea realizar el alta de un establecimiento para asociarlo a su cuenta y posteriormente crearle canchas a publicar.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-002

10.11.6 Nombre del caso de uso

Cargando establecimiento

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proveedor ingresa a la administración de establecimientos, y desde allí se le muestra la opción de cargar un nuevo establecimiento.

En el alta del establecimiento se le pedirá indique datos varios del mismo como la dirección, localidad, provincia, país y teléfono.

10.11.8 Pre Condición

El proveedor debe haber ingresado en la sección de alta de establecimiento, desde la opción de administración de establecimiento.

10.11.9 Post Condición

El establecimiento deseado se da de alta en el sistema.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea dar el alta de un establecimiento.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de alta de establecimientos desde la sección de administración de establecimientos.
2. El sistema le solicita indique los diferentes datos del establecimiento como domicilio, localidad, provincia, país y teléfono.
3. El usuario ingresa la información correspondiente para cada dato y continúa con el proceso de alta.
4. El sistema valida la información ingresada, genera el establecimiento en estado inicial DESHABILITADO.
5. Escribe en bitácora el evento (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora) y vuelve a la pantalla de administración de establecimientos (CU-NEG-001 Administrando establecimientos).

10.11.14.2 Caminos alternativos

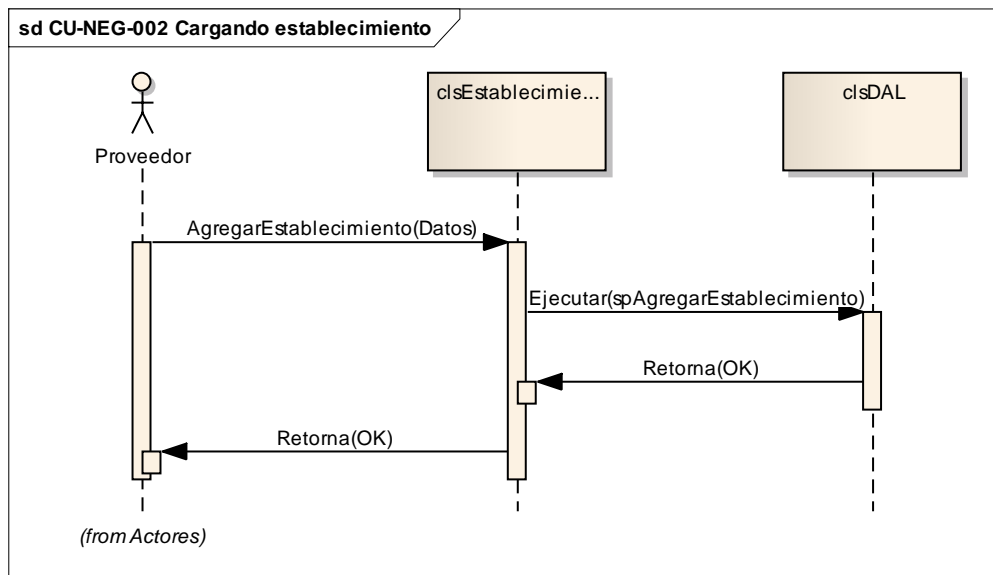
- 4.1 El sistema detecta algún dato ingresado erróneamente y le solicita al usuario que lo vuelva a ingresar, volviendo al punto 3.



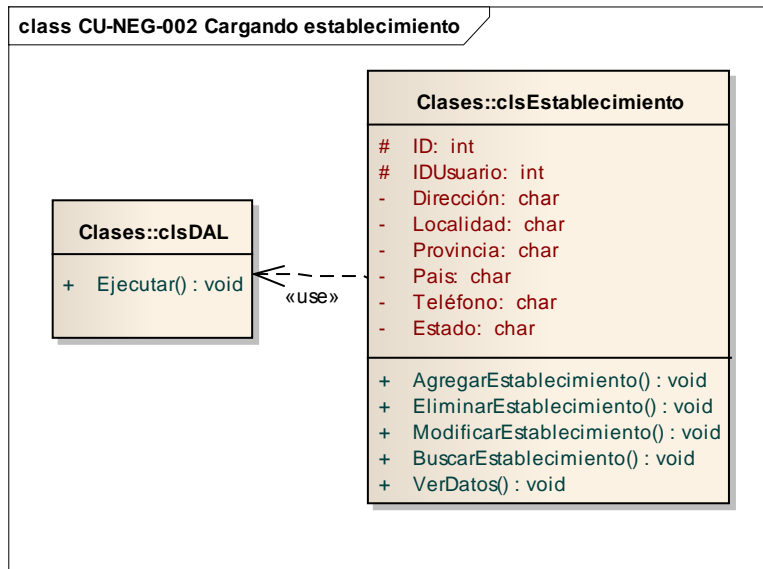
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se muestra una pantalla con diversos campos a ser completados: Dirección (del tipo texto), Localidad (del tipo listado), Provincia (del tipo listado), País (del tipo listado) y Teléfono (del tipo texto).

10.11.16 Diagrama de secuencia



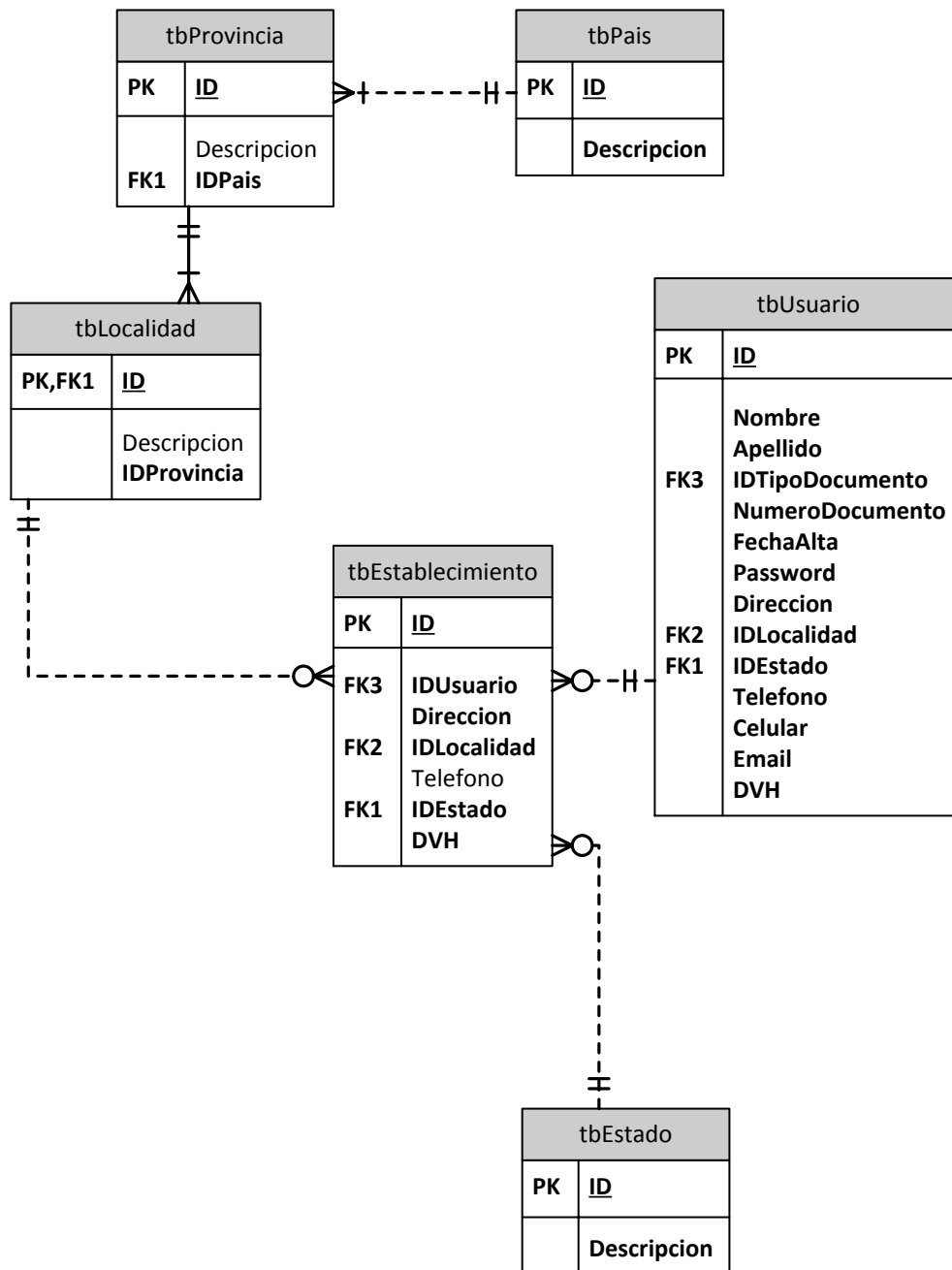
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-003 Modificando
establecimiento

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

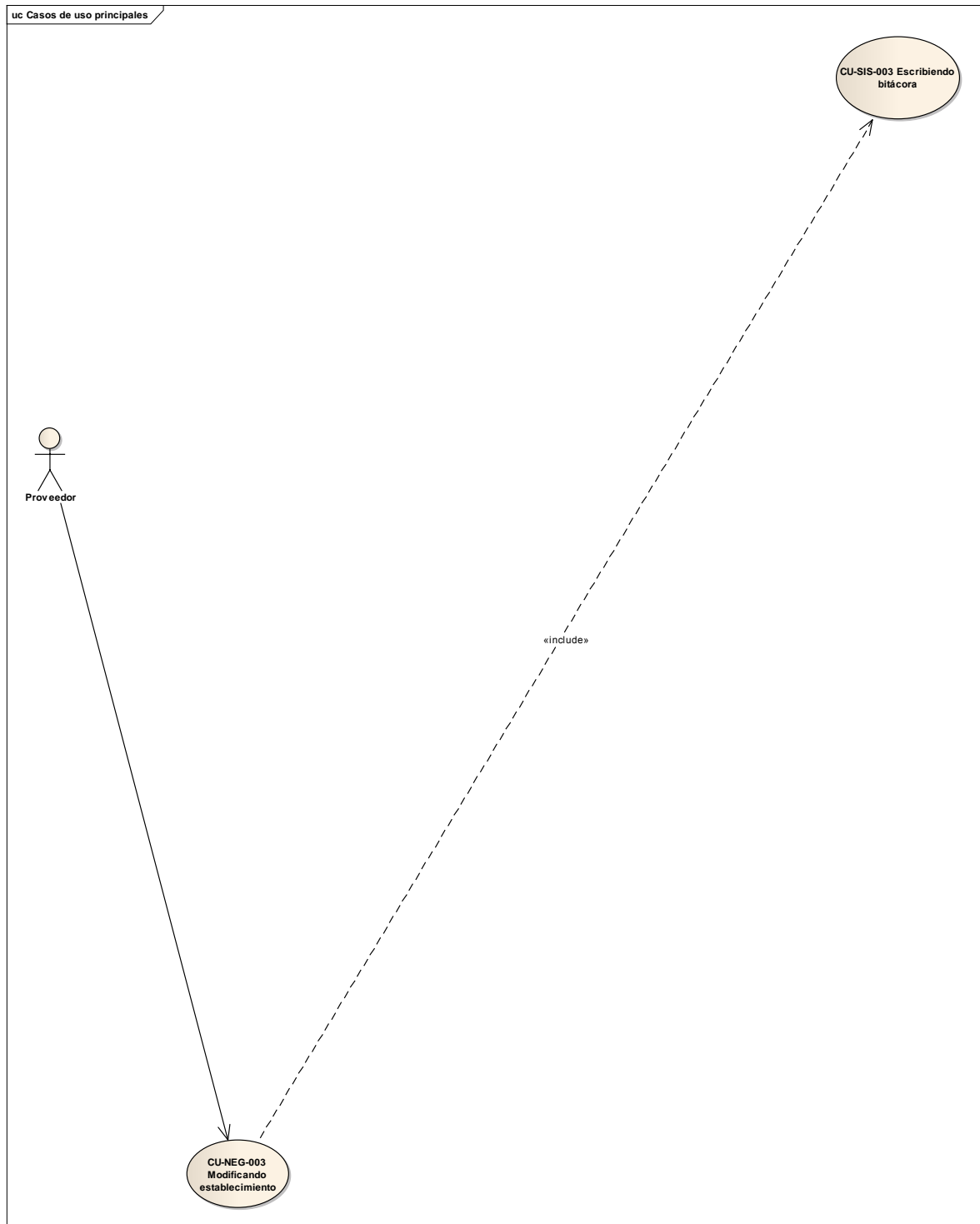
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	205
10.11.3	Gráfico del caso de uso	206
10.11.4	Objetivo	207
10.11.5	Identificación del caso de uso	207
10.11.6	Nombre del caso de uso	207
10.11.7	Descripción del caso de uso	207
10.11.8	Pre Condición	207
10.11.9	Post Condición	207
10.11.10	Actores primarios	207
10.11.11	Actores secundarios	207
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	207
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	207
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	208
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	208
10.11.14.2	Caminos alternativos	208
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	209
10.11.16	Diagrama de secuencia	210
10.11.17	Diagrama de clase	211
10.11.18	Diagrama de flujo	212
10.11.19	Diagrama de entidad relación	212



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor desea modificar un establecimiento asociado a su cuenta.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-003

10.11.6 Nombre del caso de uso

Modificando establecimiento

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proveedor ingresa a la administración de establecimientos, y desde allí selecciona un establecimiento para modificar. En la modificación se le permite al usuario cambiar los datos cargados en el establecimiento, como también cambiarle el estado del mismo. En caso de cambiar el estado a DESHABILITADO, no debe tener canchas asociadas con reservas vigentes.

10.11.8 Pre Condición

El proveedor debe haber ingresado en la sección de administración de establecimientos y haber seleccionado el establecimiento a modificar.

10.11.9 Post Condición

Los datos del establecimiento seleccionado son modificados.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea modificar un establecimiento.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de modificación de un establecimiento desde la sección de administración de establecimientos.
2. El sistema le muestra los datos actuales con los que está cargado el establecimiento y le solicita modifique los que desee.
3. El usuario ingresa la información que desea modificar (domicilio, localidad, provincia, país, teléfono y estado) y continúa con el proceso de modificación.
4. El sistema valida los datos ingresados.
5. En caso de cambiar el estado, el sistema verifica la situación de las canchas que tiene.
6. El sistema realiza la modificación del establecimiento, escribe en bitácora el evento (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora) y vuelve a la sección de administración.

10.11.14.2 Caminos alternativos

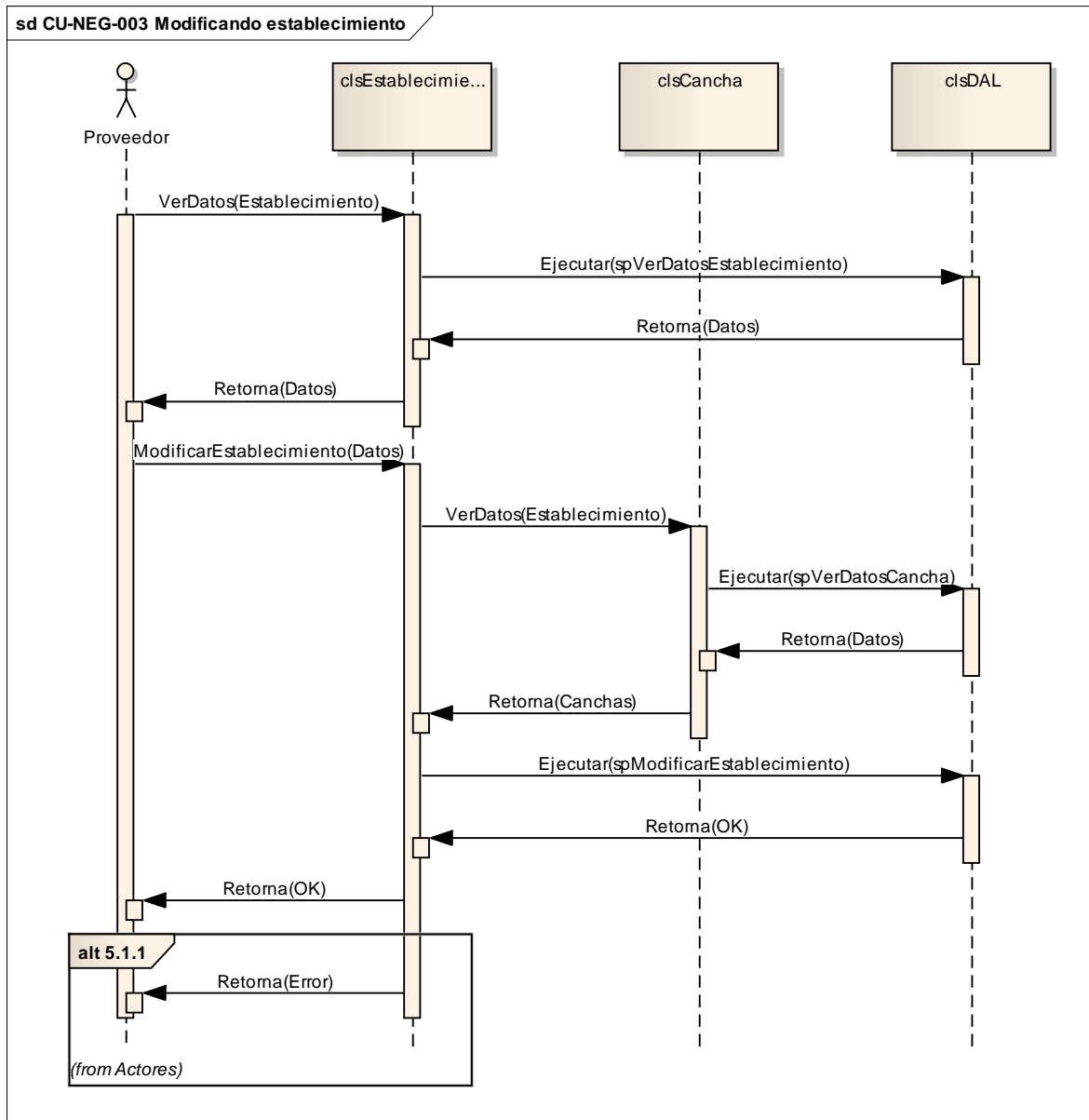
- 4.1 El sistema detecta algún dato ingresado erróneamente y le solicita al usuario que lo vuelva a ingresar, volviendo al punto 3.
- 5.1.1 El sistema corrobora que tiene canchas habilitadas por lo que no permite realizar el cambio de estado a INHABILITADO y vuelve al punto 3.



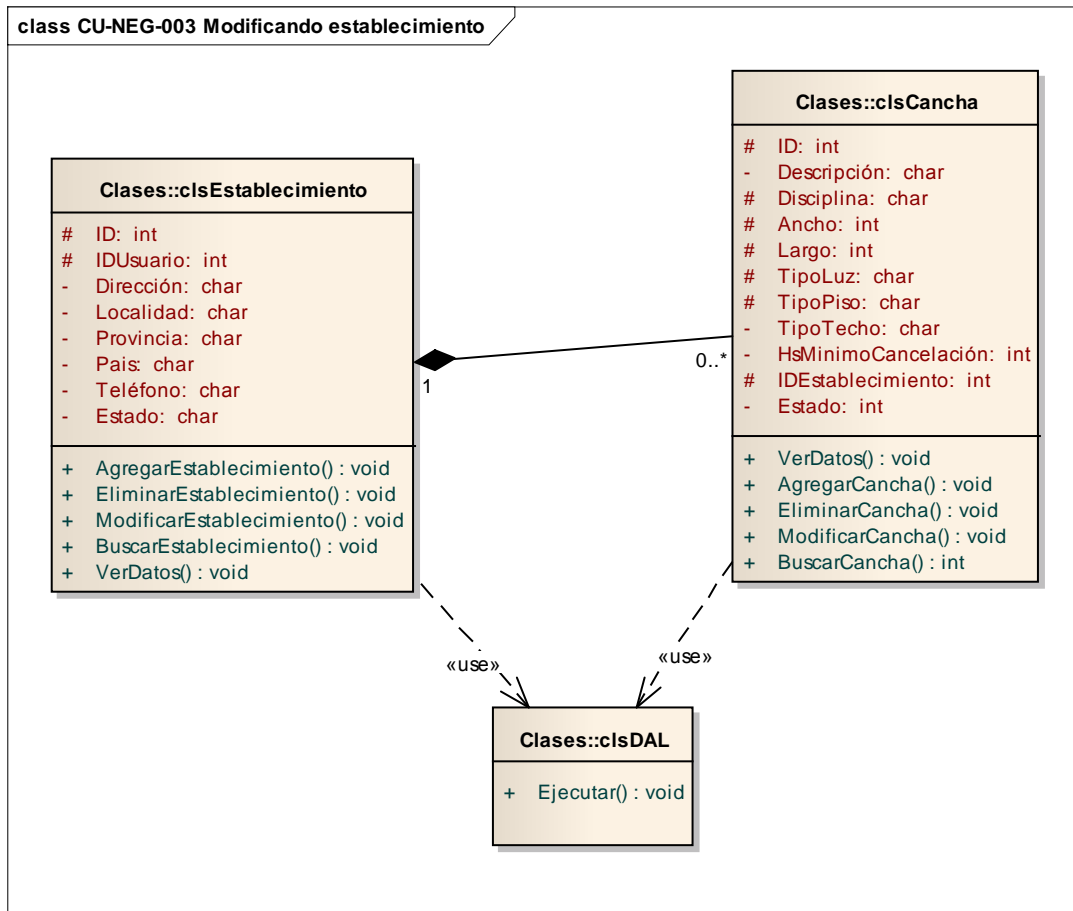
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se muestra una pantalla con diversos campos a ser completados: Dirección (del tipo texto), Localidad (del tipo listado), Provincia (del tipo listado), País (del tipo listado), Teléfono (del tipo texto) y Estado (del tipo listado)

10.11.16 Diagrama de secuencia



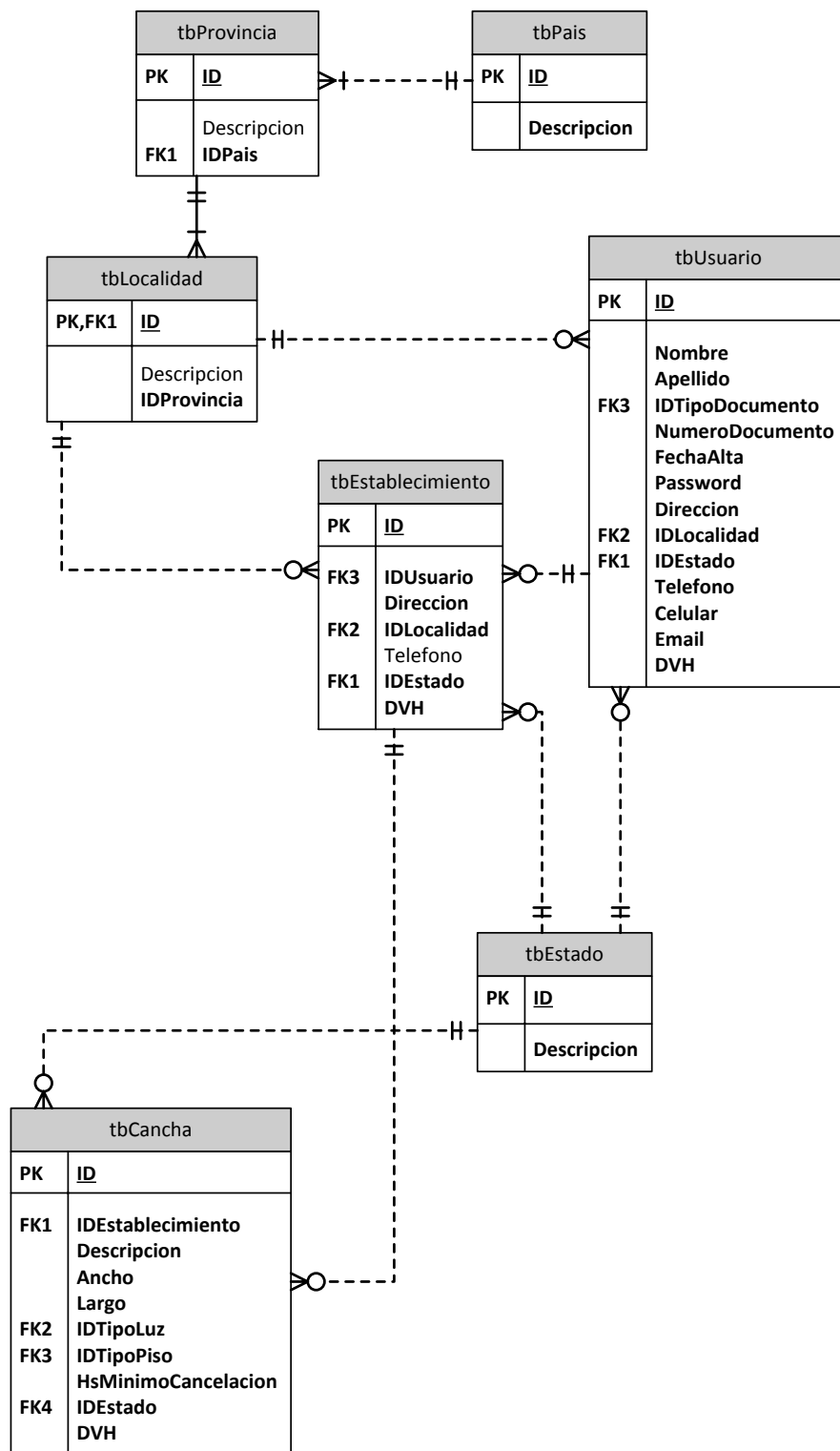
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-004 Eliminando
establecimiento

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

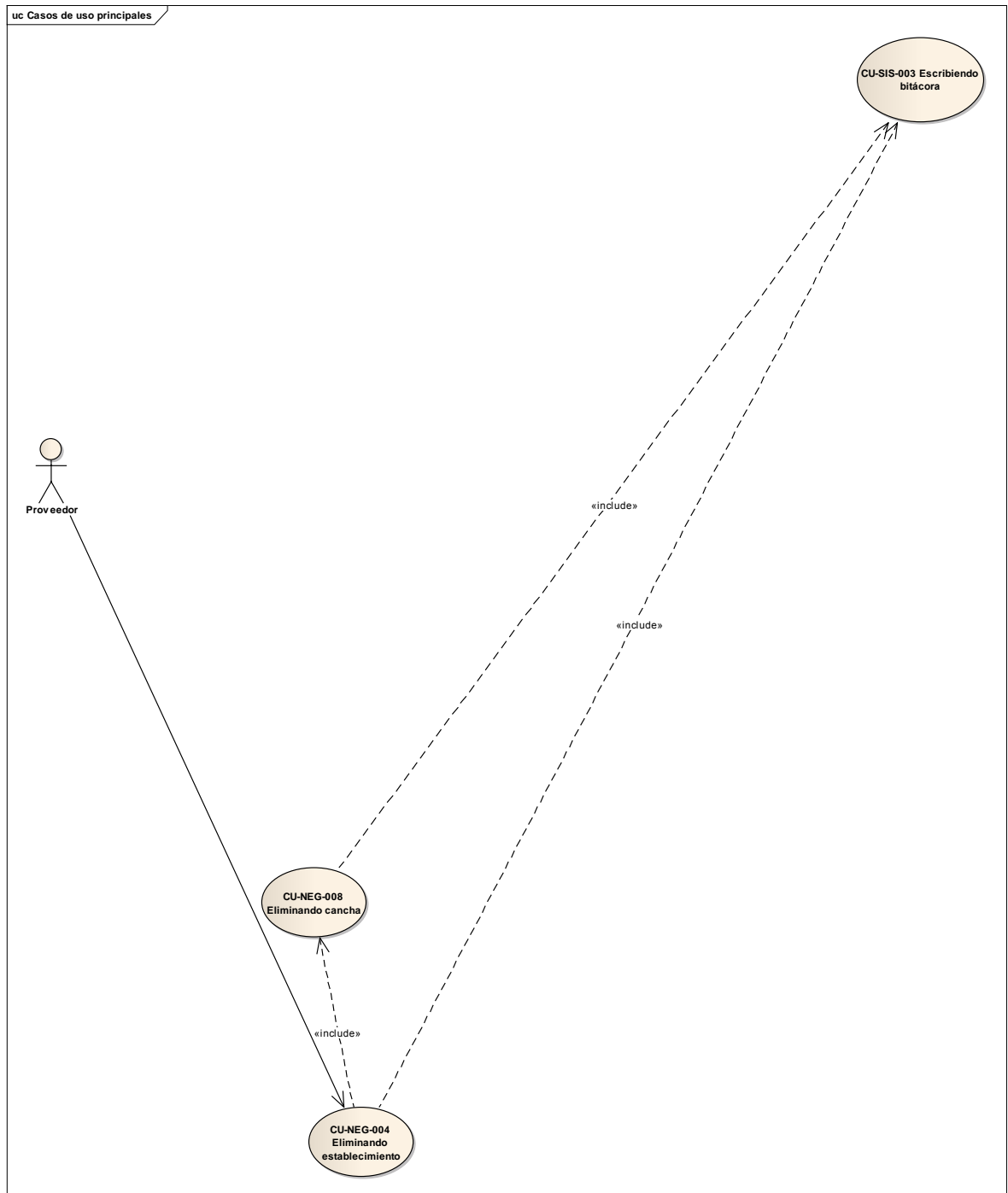
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	215
10.11.3	Gráfico del caso de uso	216
10.11.4	Objetivo	217
10.11.5	Identificación del caso de uso	217
10.11.6	Nombre del caso de uso	217
10.11.7	Descripción del caso de uso	217
10.11.8	Pre Condición	217
10.11.9	Post Condición	217
10.11.10	Actores primarios	217
10.11.11	Actores secundarios	217
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	217
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	217
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	218
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	218
10.11.14.2	Caminos alternativos	218
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	219
10.11.16	Diagrama de secuencia	220
10.11.17	Diagrama de clase	221
10.11.18	Diagrama de flujo	222
10.11.19	Diagrama de entidad relación	222



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor desea eliminar un establecimiento asociado a su cuenta.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-004

10.11.6 Nombre del caso de uso

Eliminando establecimiento

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proveedor ingresa a la administración de establecimientos, y desde allí selecciona un establecimiento para eliminar. Al mismo tiempo que elimina el establecimiento, se eliminarán las canchas asociadas a éste (CU-NEG-008 Eliminando cancha). Para poder eliminar un establecimiento no debe tener canchas asociadas con reservas vigentes. La baja se hace a nivel lógico, por lo que la información histórica se mantiene.

10.11.8 Pre Condición

El proveedor debe haber ingresado en la sección de administración de establecimientos y haber seleccionado el establecimiento a eliminar.

10.11.9 Post Condición

El establecimiento seleccionado es eliminado, como así también las canchas que estuvieran asociadas a éste.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea eliminar un establecimiento.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de administración de establecimientos y selecciona la opción de eliminar establecimiento.
2. El sistema verifica el estado de las canchas asociadas.
3. El sistema elimina el establecimiento, escribe el evento en la bitácora (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora) y vuelve a cargar la sección de administración de establecimientos.

10.11.14.2 Caminos alternativos

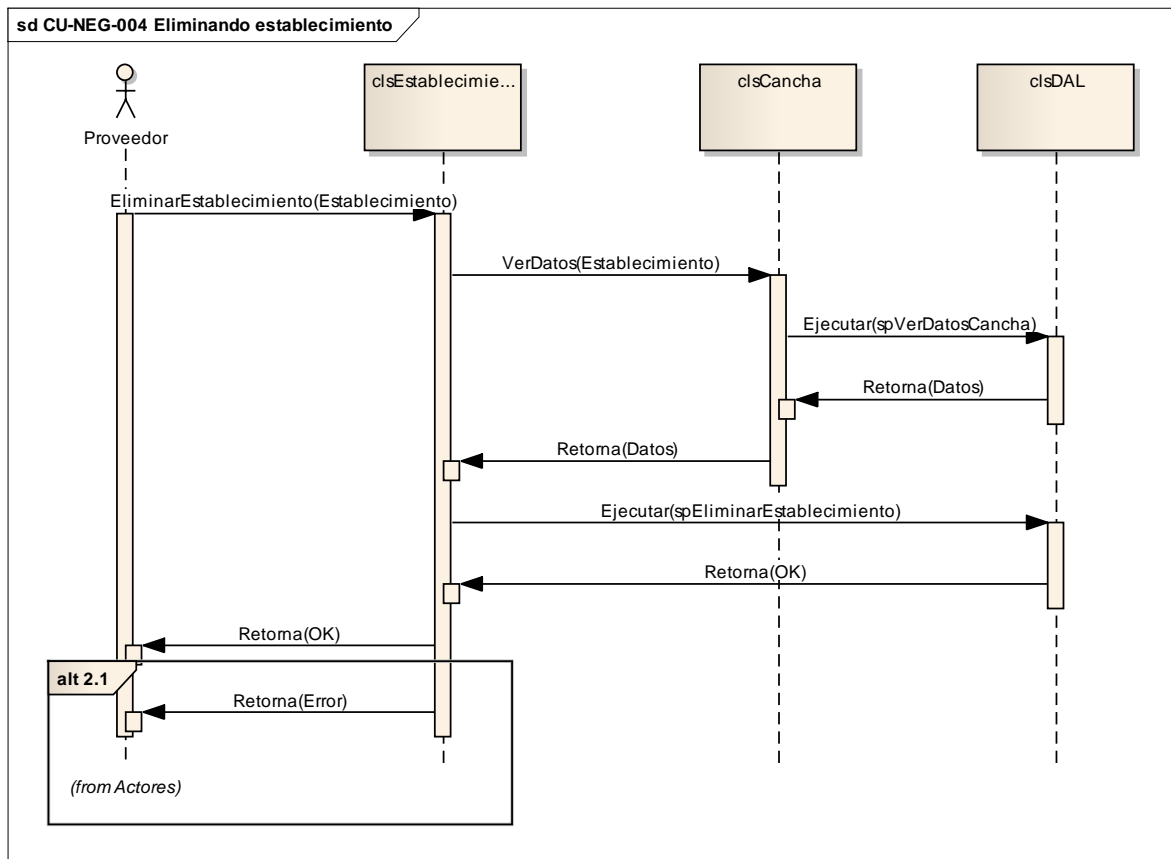
- 2.1 El sistema corrobora que tiene canchas vigentes por lo que no permite realizar la eliminación y se lo indica con un error, volviendo al punto 1.



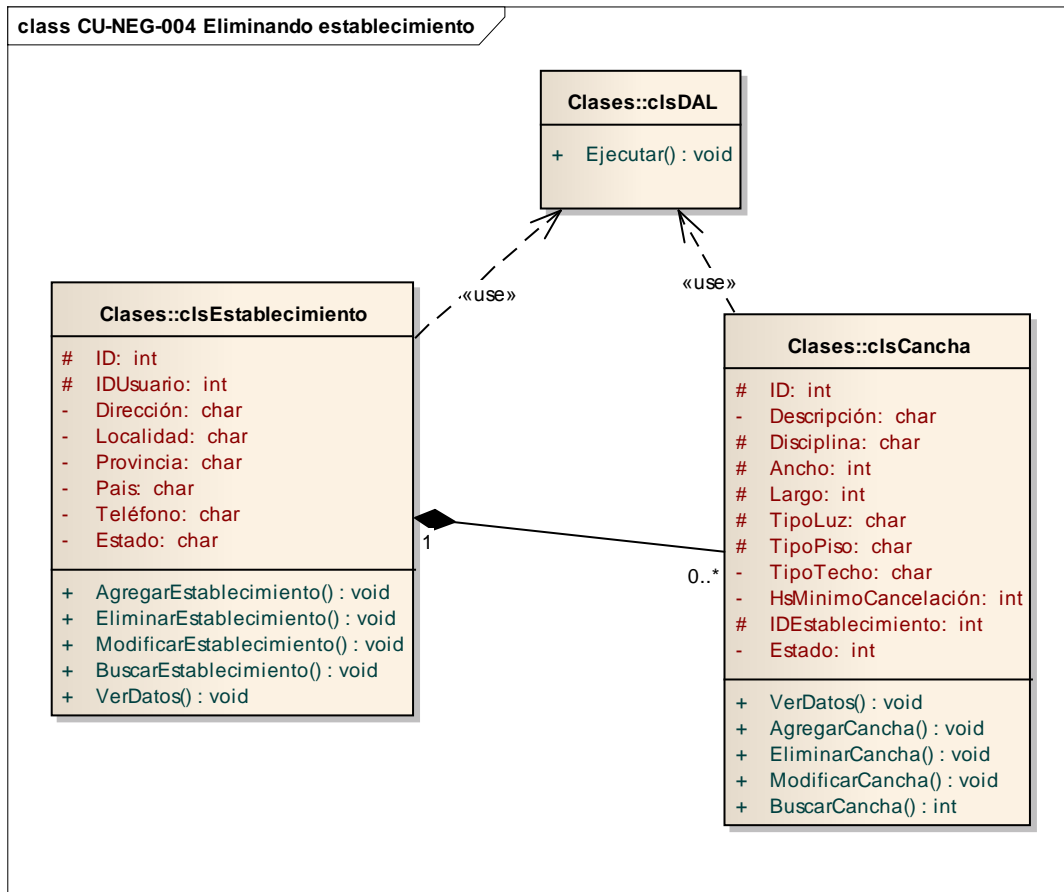
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de establecimientos asociados a su usuario (en caso que tenga creados), con botones para poder modificar o eliminarlos. Además se le muestra otro botón para ir a la sección de carga de establecimiento.

10.11.16 Diagrama de secuencia



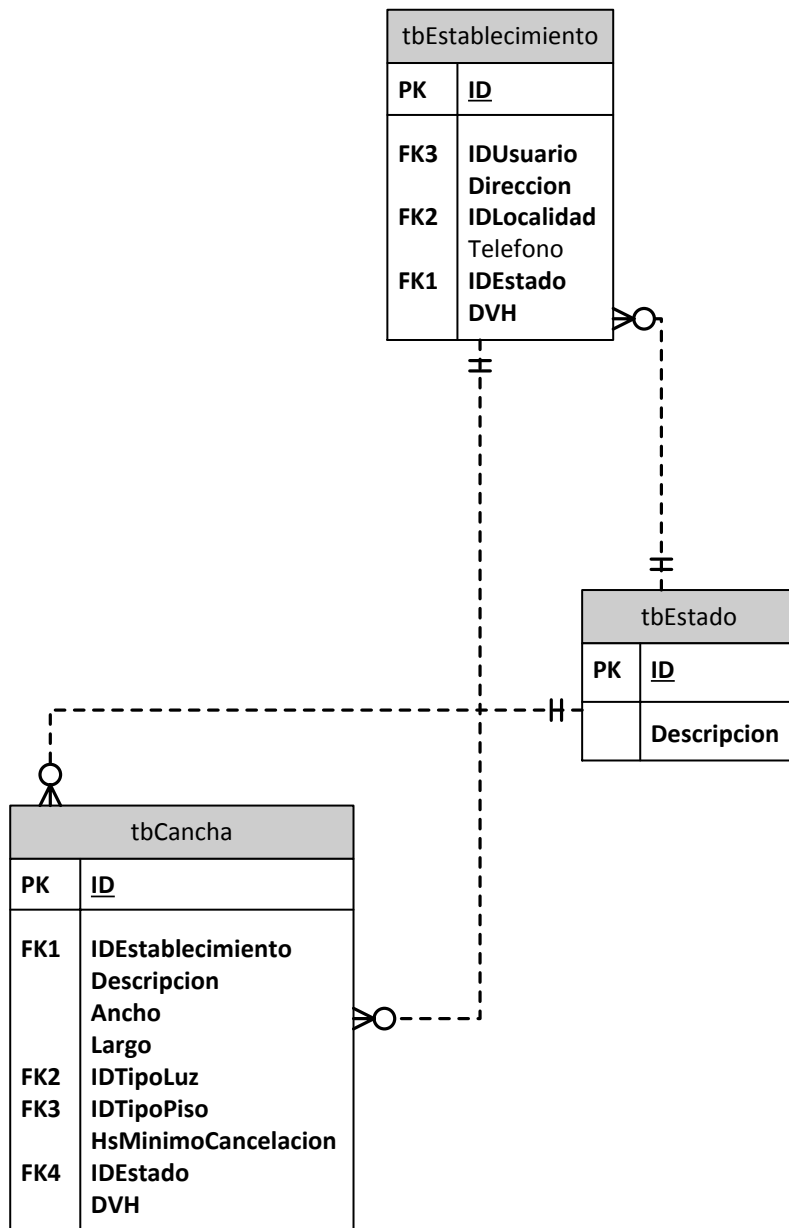
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-005 Administrando canchas

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

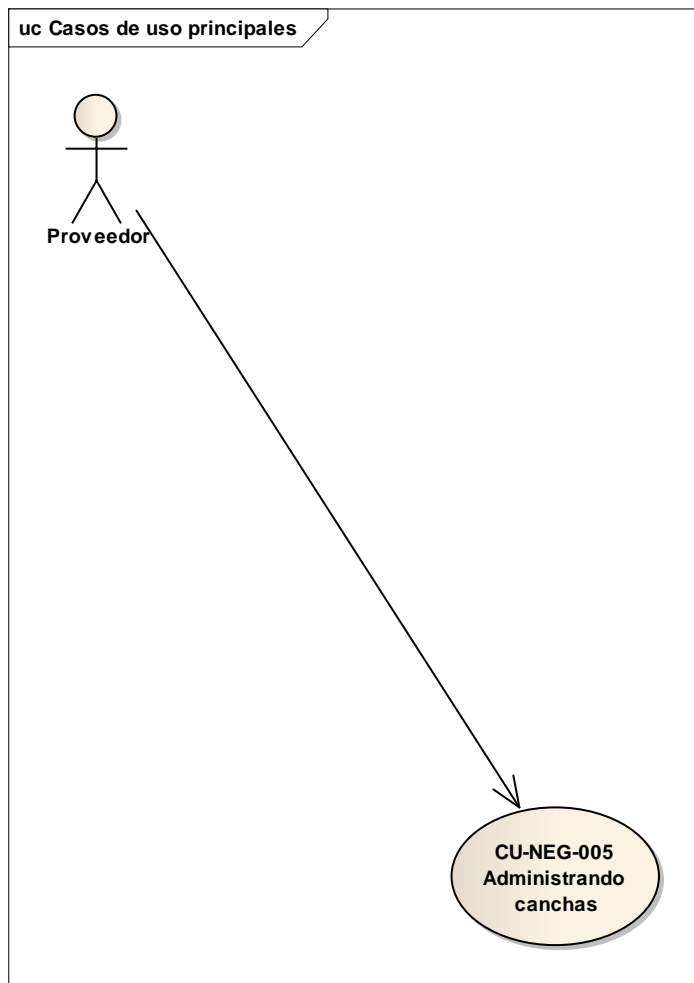
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	225
10.11.3	Gráfico del caso de uso	226
10.11.4	Objetivo	227
10.11.5	Identificación del caso de uso	227
10.11.6	Nombre del caso de uso	227
10.11.7	Descripción del caso de uso	227
10.11.8	Pre Condición	227
10.11.9	Post Condición	227
10.11.10	Actores primarios	227
10.11.11	Actores secundarios	227
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	227
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	227
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	228
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	228
10.11.14.2	Caminos alternativos	228
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	229
10.11.16	Diagrama de secuencia	230
10.11.17	Diagrama de clase	231
10.11.18	Diagrama de flujo	232
10.11.19	Diagrama de entidad relación	232



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-23	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor busca dar de alta, modificar o eliminar una cancha de alguno de sus establecimientos.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-005

10.11.6 Nombre del caso de uso

Administrando canchas

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario del tipo establecimiento ingresa a la sección de administración de canchas, se le listan las canchas de los establecimientos que tiene asociados a su cuenta, y desde allí puede optar por dar de alta una cancha nueva (CU-NEG-006 Cargando cancha), modificar una existe que figure en el listado (CU-NEG-007 Modificando cancha), eliminar una existe que figure en el listado (CU-NEG-008 Eliminando cancha) o administrar turnos de una existente que figure en el listado (CU-NEG-016 Administrando turno).

En el caso del alta, se le pedirán diversos datos de la cancha y disponibilidad.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ingresado en la sección de administración de canchas.

10.11.9 Post Condición

Selecciona la acción deseada e invoca al caso de uso correspondiente.

10.11.10 Actores primarios

Establecimiento

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea administrar las canchas de su/s establecimiento/s.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de administración de canchas.
2. El sistema lista las canchas que tiene creadas en sus establecimientos, agrupado por establecimiento mostrándole la opción de crear, modificar, eliminar o administrar sus turnos.
3. El usuario elige alguna de las opciones posibles siendo direccionado a la sección correspondiente (CU-NEG-006 Cargando cancha; CU-NEG-007 Modificando cancha; CU-NEG-008 Eliminando cancha; CU-NEG-016 Administrando turno).

10.11.14.2 Caminos alternativos

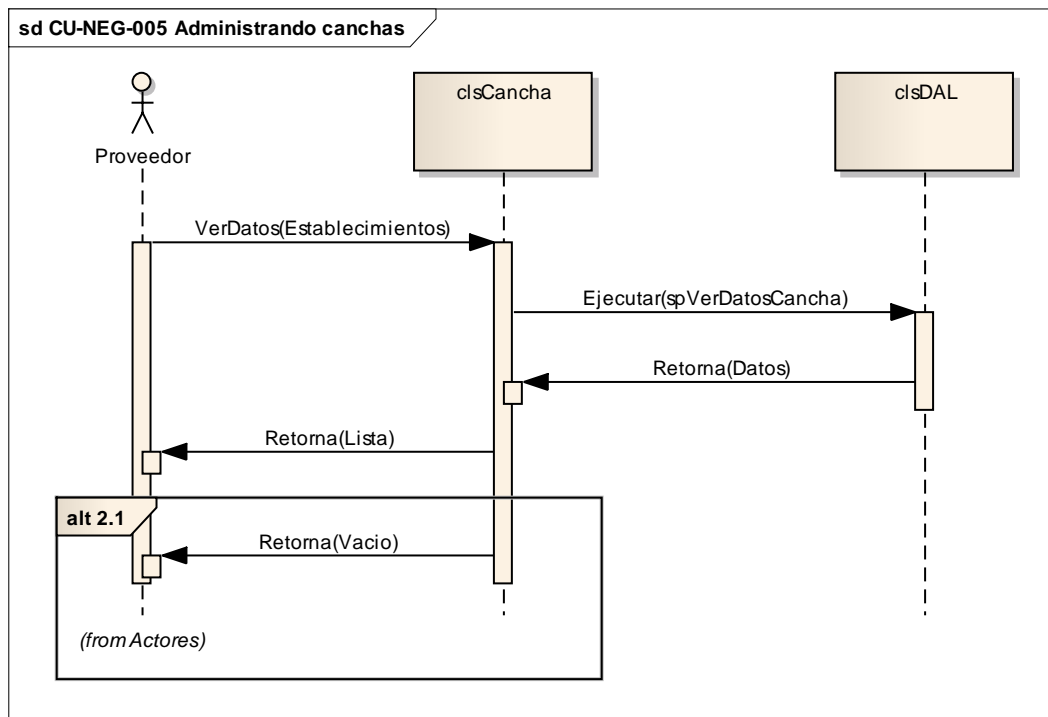
- 2.1 El sistema indica que no tiene canchas creadas en ninguno de sus establecimientos.



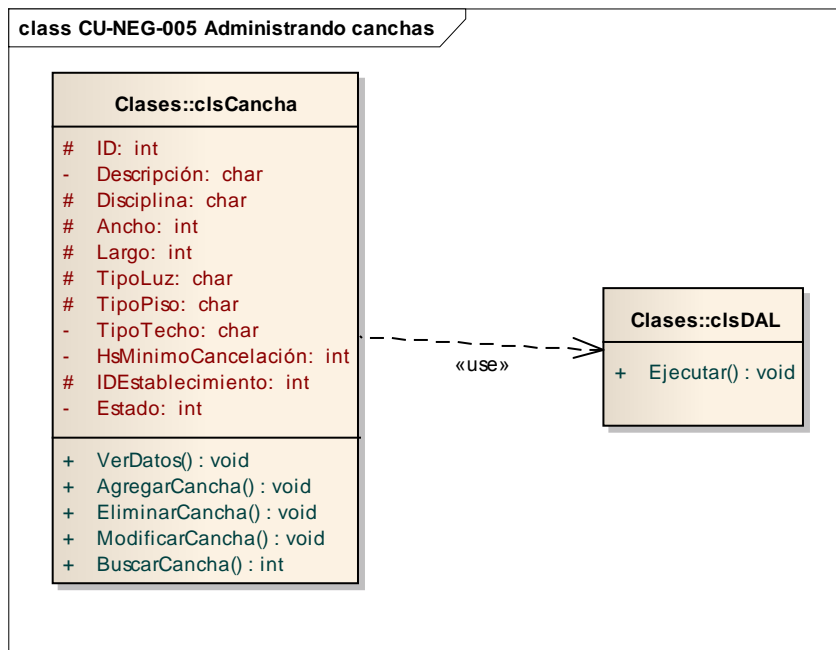
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de canchas que tiene creadas en los diferentes establecimientos (en caso que tenga creadas), con botones para poder modificar o cancelarlas. Además se le muestra otro botón para ir a la sección de carga de canchas.

10.11.16 Diagrama de secuencia



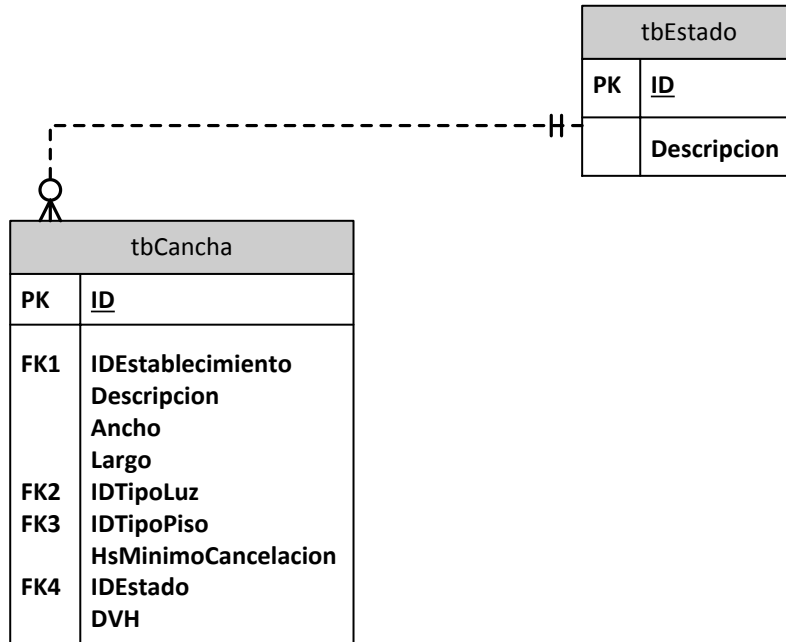
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-006 Cargando cancha

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

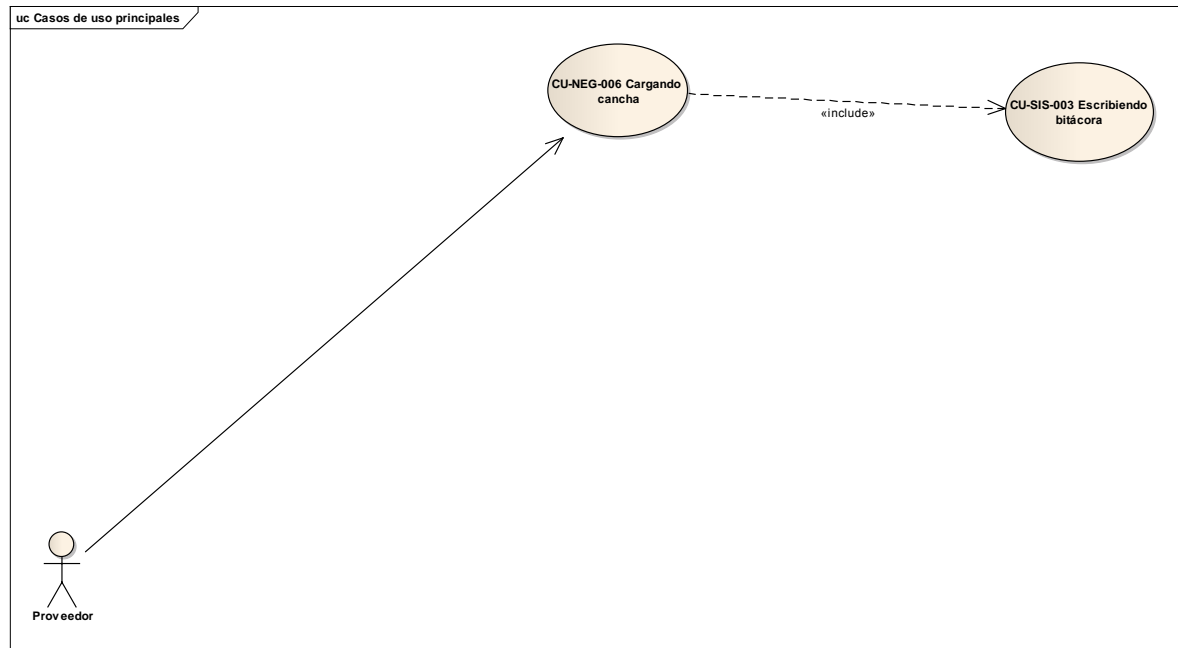
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	235
10.11.3	Gráfico del caso de uso	236
10.11.4	Objetivo	237
10.11.5	Identificación del caso de uso	237
10.11.6	Nombre del caso de uso	237
10.11.7	Descripción del caso de uso	237
10.11.8	Pre Condición	237
10.11.9	Post Condición	237
10.11.10	Actores primarios	237
10.11.11	Actores secundarios	237
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	237
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	237
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	238
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	238
10.11.14.2	Caminos alternativos	238
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	239
10.11.16	Diagrama de secuencia	240
10.11.17	Diagrama de clase	241
10.11.18	Diagrama de flujo	242
10.11.19	Diagrama de entidad relación	242



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor desea realizar el alta de las canchas de su establecimiento para la posterior publicación y reserva.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-006

10.11.6 Nombre del caso de uso

Cargando cancha

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proveedor ingresa a la administración de sus canchas, y desde allí se le muestra la opción de cargar una nueva cancha.

En el alta de la cancha se le pedirá indique a qué establecimiento quiere asociar la cancha, datos varios de la misma (nombre descriptivo, el tipo de deporte, ancho, largo, tipo de luz, tipo de piso y tipo de techo).

10.11.8 Pre Condición

El proveedor debe haber ingresado en la sección de alta de cancha, desde la opción de administración de canchas.

10.11.9 Post Condición

La cancha deseada se da de alta en el sistema.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea dar el alta de una cancha.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de alta de canchas desde la sección de administración de canchas.
2. El sistema le solicita indique a qué establecimiento desea asociar la cancha, así como también las diferentes características de ésta como ser nombre descriptivo, el tipo de deporte, ancho, largo, tipo de luz, tipo de piso, tipo de techo, tiempo mínimo de cancelación).
3. El usuario ingresa la información correspondiente para cada dato y continúa con el proceso de alta.
4. El sistema valida la información ingresada, genera la cancha en estado inicial DESHABILITADA, escribe en bitácora el evento (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora) y vuelve a la pantalla de administración de canchas.

10.11.14.2 Caminos alternativos

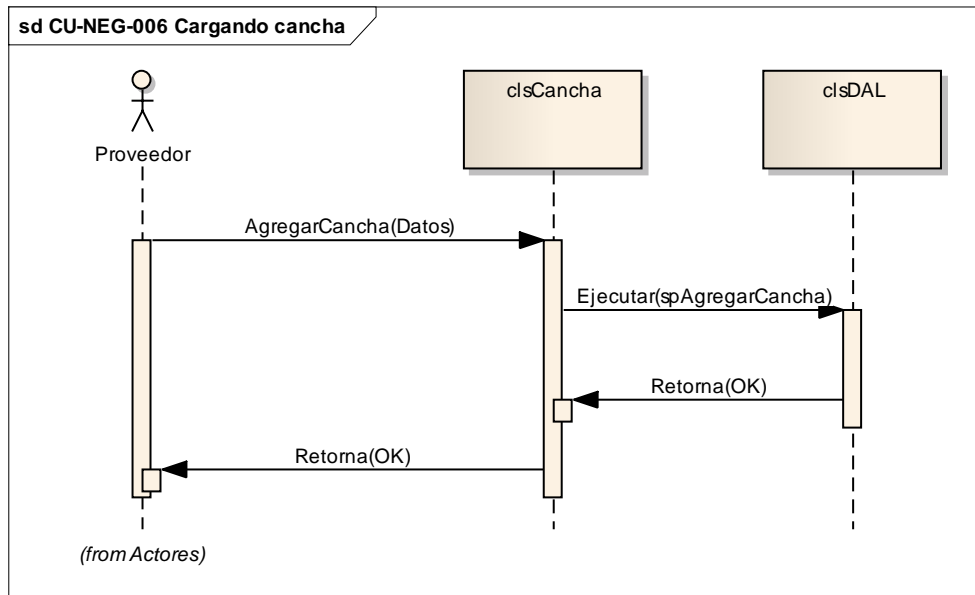
- 4.1 El sistema detecta algún dato ingresado erróneamente y le solicita al usuario que lo vuelva a ingresar, volviendo al punto 3.



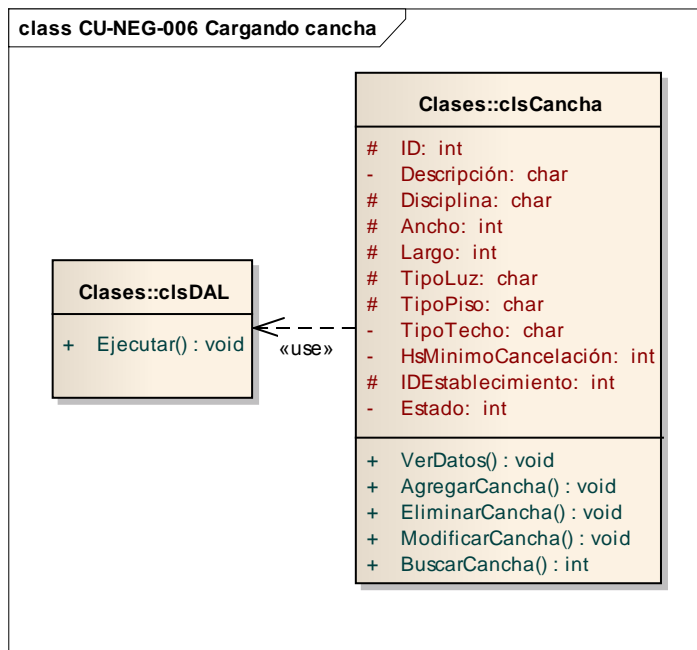
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se muestra una pantalla con diversos campos a ser completados: Establecimiento asociado (del tipo listado), Nombre descriptivo (del tipo texto), Tipo de disciplina (del tipo listado), Ancho (del tipo numérico), Largo (del tipo numérico), Tipo de luz (del tipo listado), Tipo de piso (del tipo listado), Tipo de techo (del tipo listado) y Tiempo mínimo de cancelación en horas (del tipo numérico).

10.11.16 Diagrama de secuencia



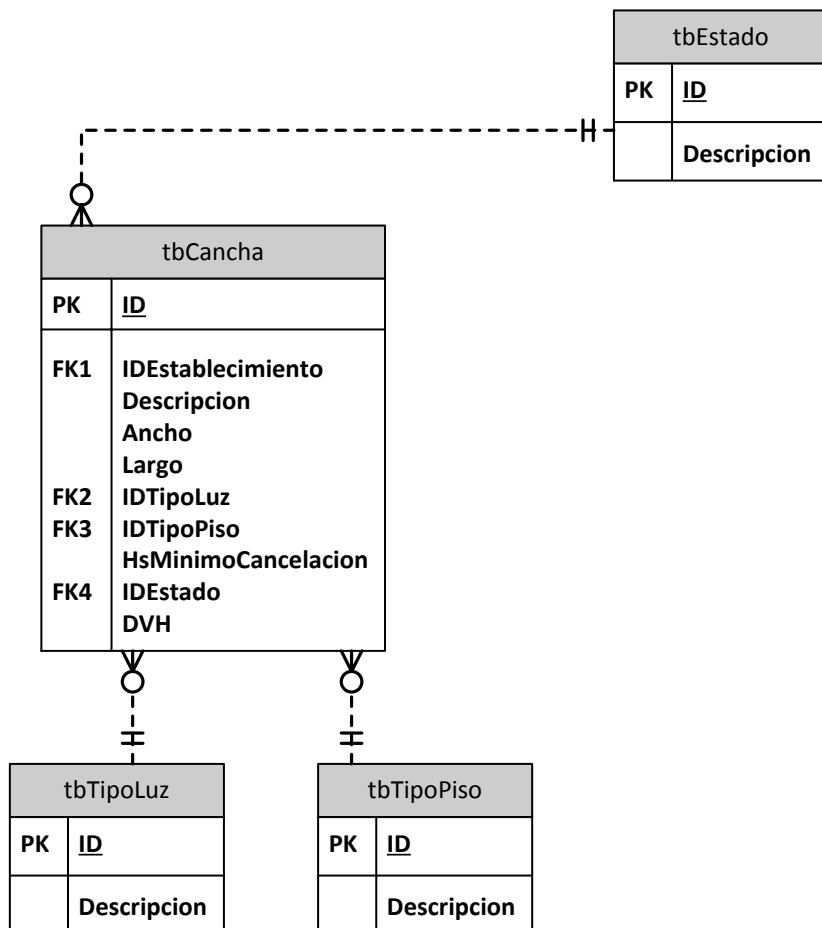
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-007 Modificando
cancha

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

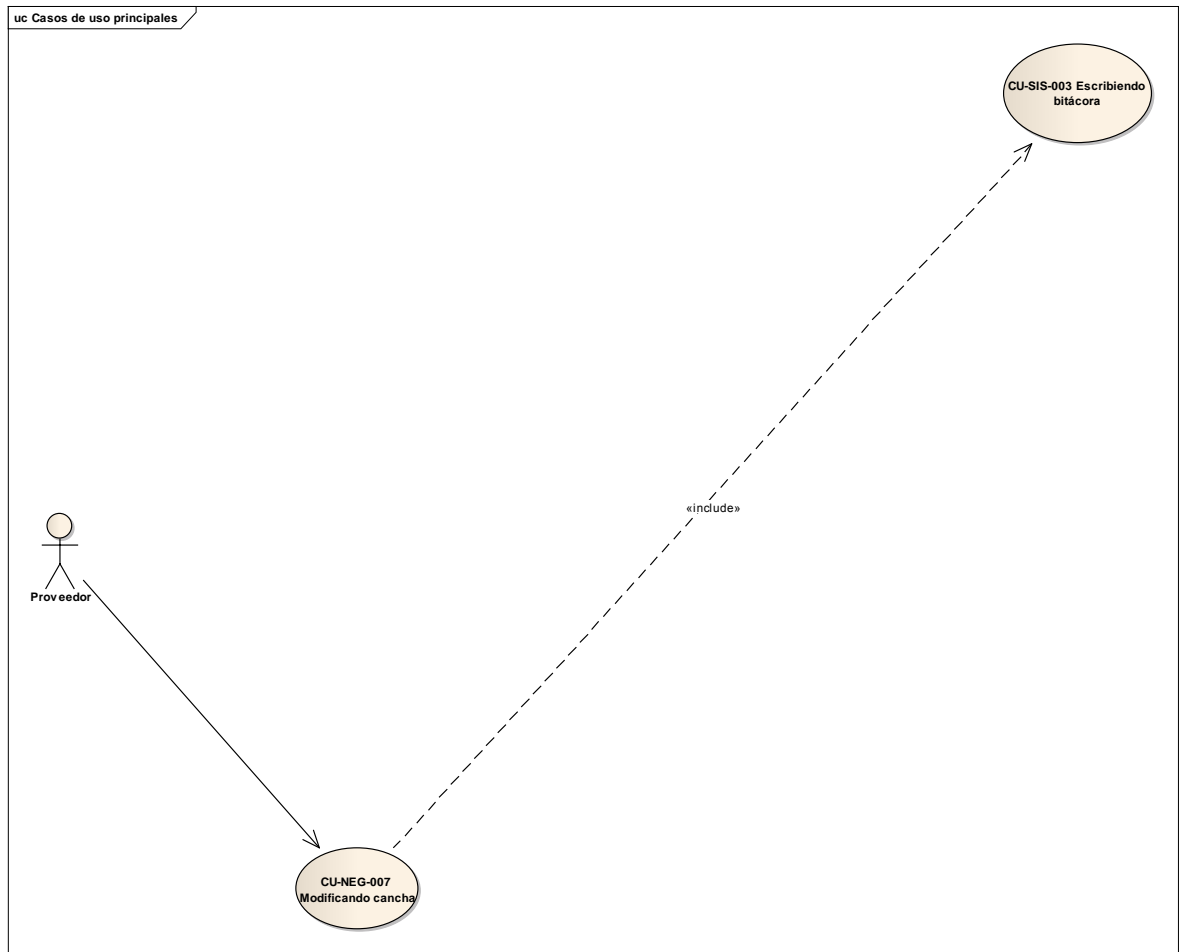
10.11.2 Historial de revisión de la especificación	245
10.11.3 Gráfico del caso de uso	246
10.11.4 Objetivo	247
10.11.5 Identificación del caso de uso	247
10.11.6 Nombre del caso de uso	247
10.11.7 Descripción del caso de uso	247
10.11.8 Pre Condición	247
10.11.9 Post Condición	247
10.11.10 Actores primarios	247
10.11.11 Actores secundarios	247
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso	247
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones	247
10.11.14 Descripción analítica del caso de uso	248
10.11.14.1 Escenario principal de éxito	248
10.11.14.2 Caminos alternativos	248
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario	250
10.11.16 Diagrama de secuencia	251
10.11.17 Diagrama de clase	252
10.11.18 Diagrama de flujo	253
10.11.19 Diagrama de entidad relación	253



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario del tipo proveedor desea modificar una cancha asociada a alguno de sus establecimientos.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-007

10.11.6 Nombre del caso de uso

Modificando cancha

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proveedor ingresa a la administración de canchas, y desde allí selecciona una cancha para modificar. En la modificación se le permite al usuario cambiar los datos cargados en la misma, como también cambiarle el estado para poder publicarla. Para cambiar el estado a HABILITADO, la cancha deberá tener turnos cargados previamente.

10.11.8 Pre Condición

El proveedor debe haber ingresado en la sección de administración de canchas y haber seleccionado la cancha a modificar.

10.11.9 Post Condición

Los datos de la cancha seleccionada son modificados.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea modificar una cancha asociada a un establecimiento propio.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de modificación de una cancha desde la sección de administración de canchas.
2. El sistema le muestra los datos actuales con los que está cargada la cancha y le solicita modifique los que desee.
3. El usuario ingresa la información que desea modificar (establecimiento, nombre descriptivo, el tipo de deporte, ancho, largo, tipo de luz, tipo de piso, tipo de techo y estado) y continúa con el proceso de modificación.
4. El sistema valida la información ingresada.
5. El sistema valida la consistencia del estado con los turnos asociados y las reservas vigentes.

10.11.14.2 Caminos alternativos

- 4.1 El sistema detecta algún dato ingresado erróneamente y le solicita al usuario que lo vuelva a ingresar, volviendo al punto 3.
- 5.1.1 El sistema verifica que el estado cambia a HABILITADA, por lo que controla los turnos asociados a la cancha.
- 5.1.2 El sistema verifica que no hay turno asociados a la cancha por lo que no permite proseguir con el cambio de estado, le indica al usuario que para cambiar el estado a HABILITADA debe asociar turnos y vuelve al punto 3.



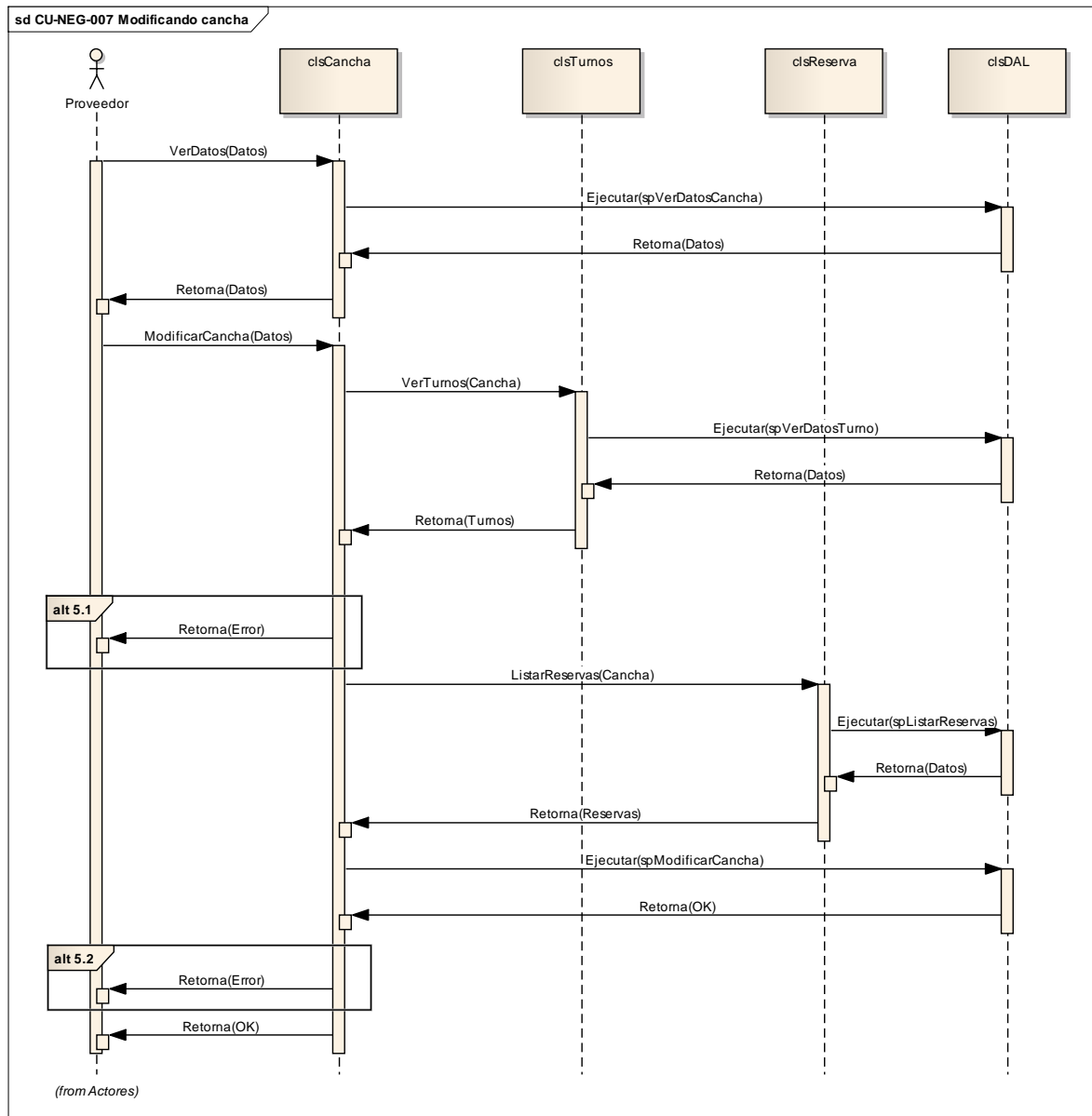
<p>6. El sistema realiza la modificación de la cancha, escribe en bitácora el evento (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora) y vuelve a la sección de administración de canchas.</p>	<p>5.2.1 El sistema verifica que el estado cambia a DESHABILITADA, por lo que controla las reservas vigentes asociadas a la cancha.</p> <p>5.2.2 El sistema verifica que existen reservas vigentes asociadas a la cancha por lo que no permite proseguir con el cambio de estado, le indica al usuario que para cambiar el estado a DESHABILITADA debe cancelar las reservas y vuelve al punto 3.</p>
---	---



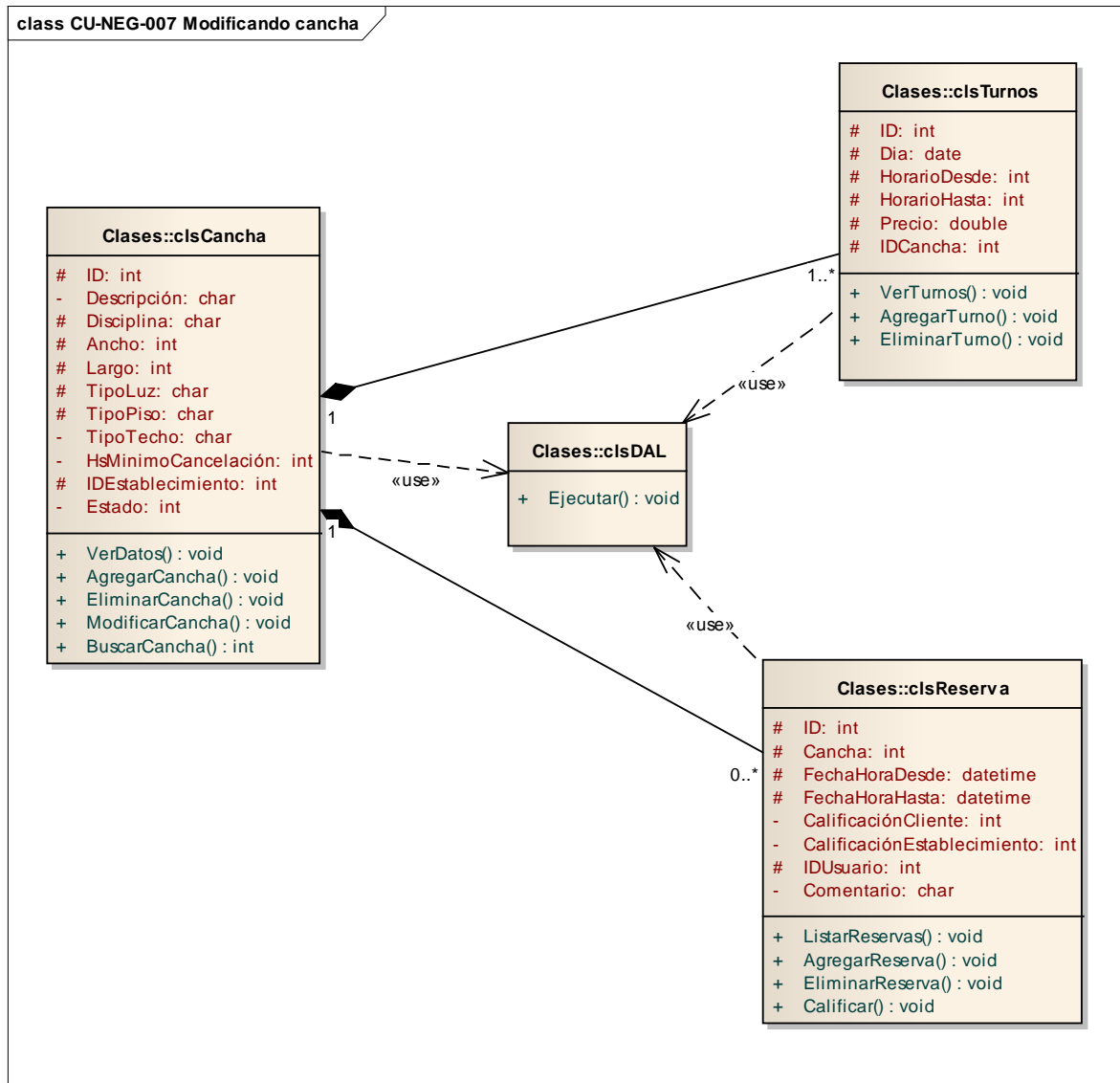
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se muestra una pantalla con diversos campos con la información actual, posibles de ser modificados: Establecimiento asociado (del tipo listado), Nombre descriptivo (del tipo texto), Tipo de disciplina (del tipo listado), Ancho (del tipo numérico), Largo (del tipo numérico), Tipo de luz (del tipo listado), Tipo de piso (del tipo listado), Tipo de techo (del tipo listado).

10.11.16 Diagrama de secuencia



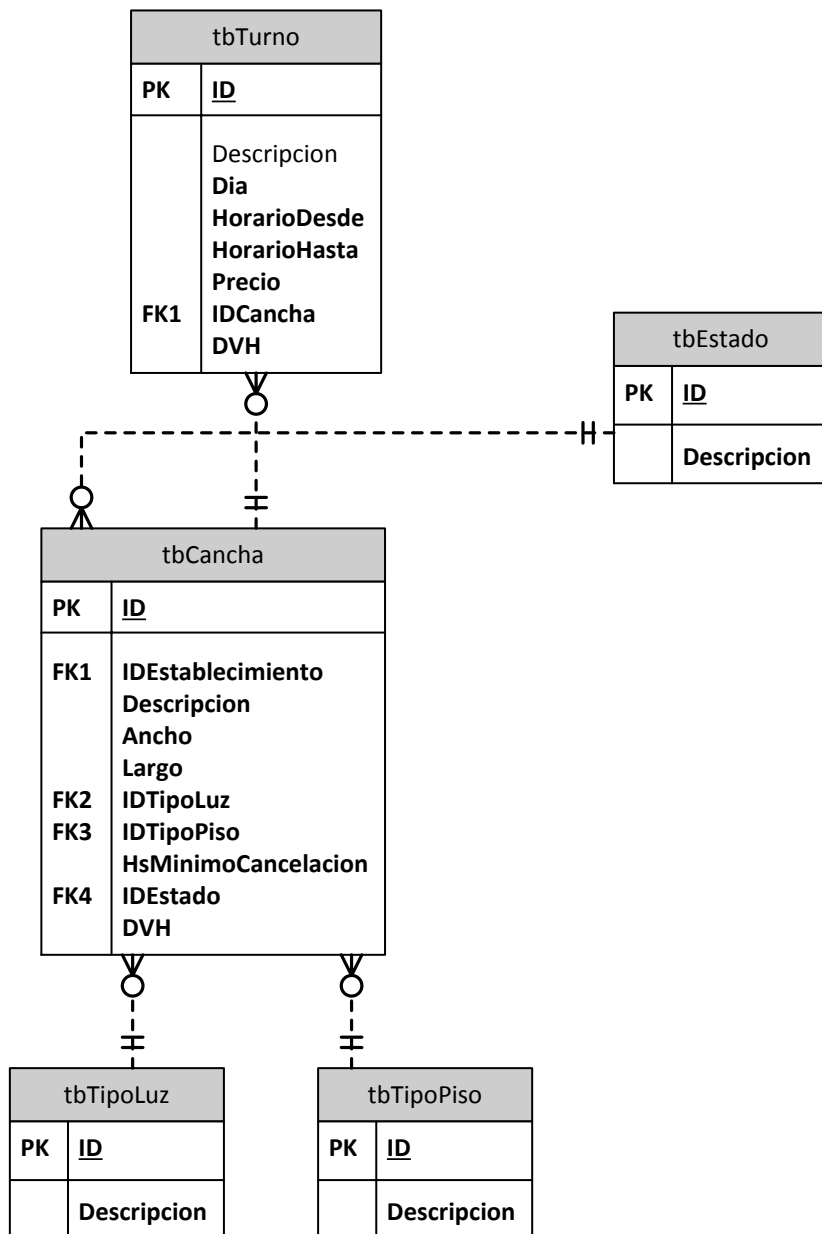
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-008 Eliminando
cancha

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

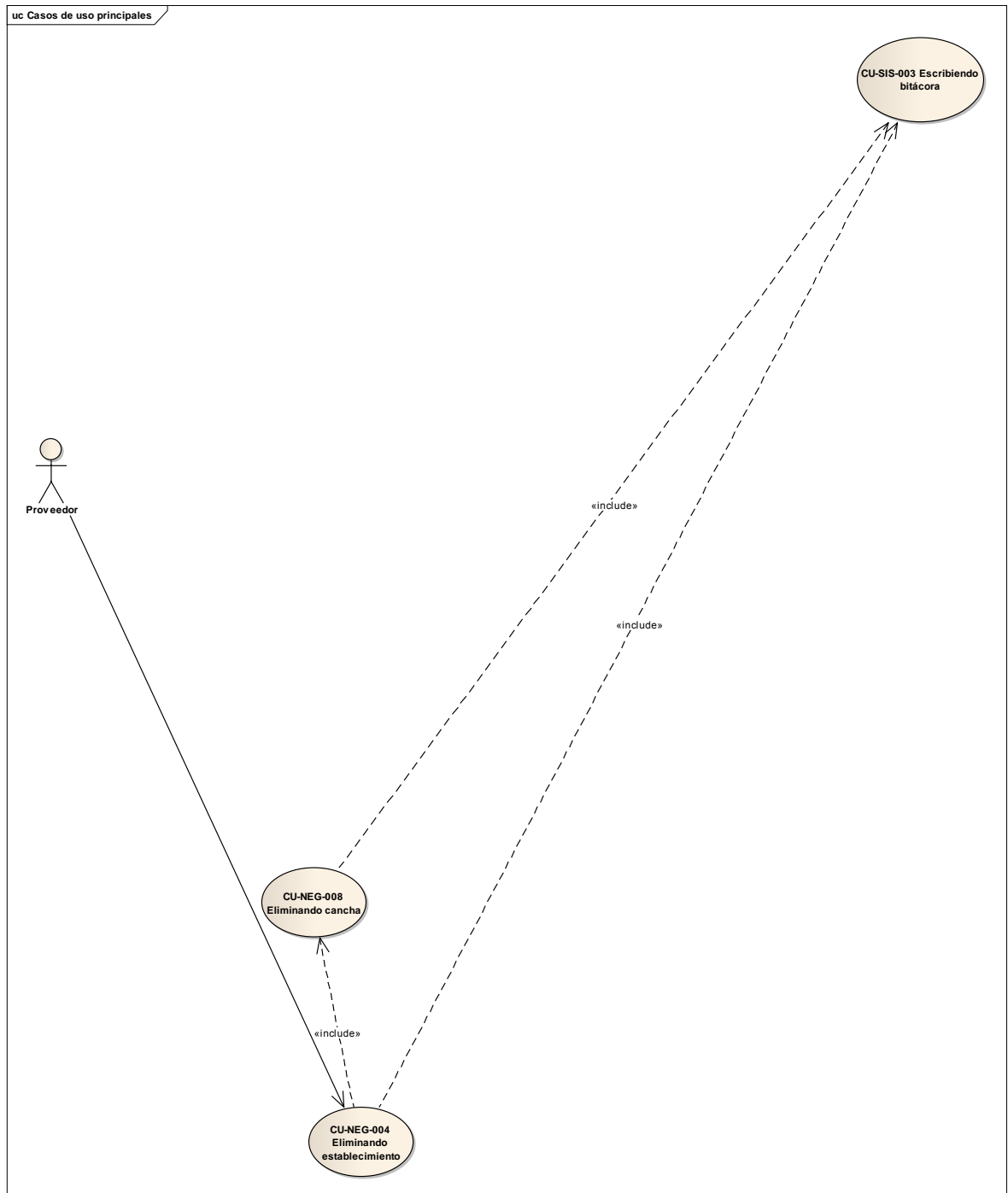
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	256
10.11.3	Gráfico del caso de uso	257
10.11.4	Objetivo	258
10.11.5	Identificación del caso de uso	258
10.11.6	Nombre del caso de uso	258
10.11.7	Descripción del caso de uso	258
10.11.8	Pre Condición	258
10.11.9	Post Condición	258
10.11.10	Actores primarios	258
10.11.11	Actores secundarios	258
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	258
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	258
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	259
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	259
10.11.14.2	Caminos alternativos	259
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	260
10.11.16	Diagrama de secuencia	261
10.11.17	Diagrama de clase	262
10.11.18	Diagrama de flujo	263
10.11.19	Diagrama de entidad relación	263



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso





10.11.4 Objetivo
El usuario del tipo proveedor desea eliminar una cancha asociada a su cuenta.
10.11.5 Identificación del caso de uso
CU-NEG-008
10.11.6 Nombre del caso de uso
Eliminando cancha
10.11.7 Descripción del caso de uso
El proveedor ingresa a la administración de canchas, y desde allí selecciona una cancha para eliminar. Para poder eliminar una cancha no debe tener reservas vigentes. La baja se hace a nivel lógico, por lo que la información histórica se mantiene.
10.11.8 Pre Condición
El proveedor debe haber ingresado en la sección de administración de canchas y haber seleccionado la cancha a eliminar.
10.11.9 Post Condición
La cancha seleccionada es eliminada.
10.11.10 Actores primarios
Proveedor
10.11.11 Actores secundarios
No hay.
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso
El usuario desea eliminar una cancha.
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones
No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de administración de canchas y selecciona la opción de eliminar una cancha.
2. El sistema verifica que no tenga reservas vigentes.
3. El sistema elimina el cancha, escribe el evento en la bitácora (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora) y vuelve a cargar la sección de administración de canchas.

10.11.14.2 Caminos alternativos

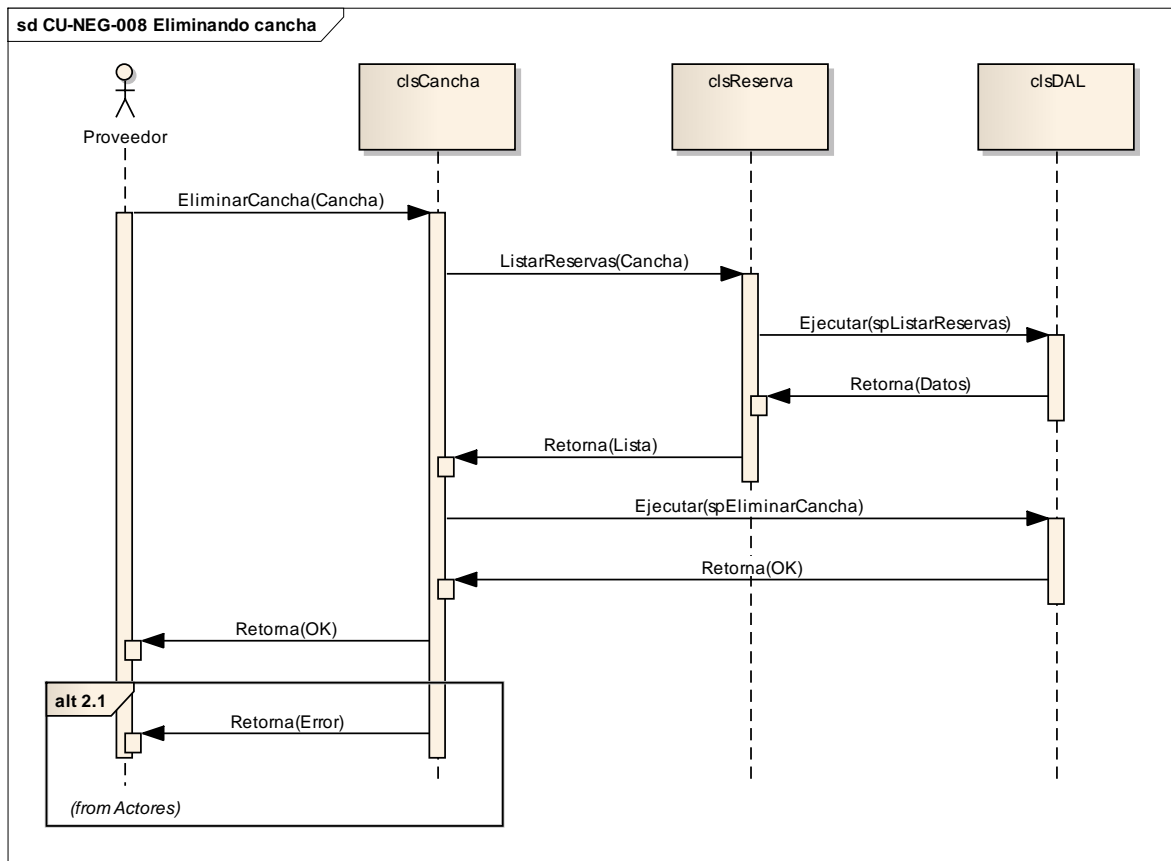
- 2.1 El sistema corrobora que tiene reservas vigentes por lo que no permite realizar la eliminación y se lo indica con un error, volviendo al punto 1.



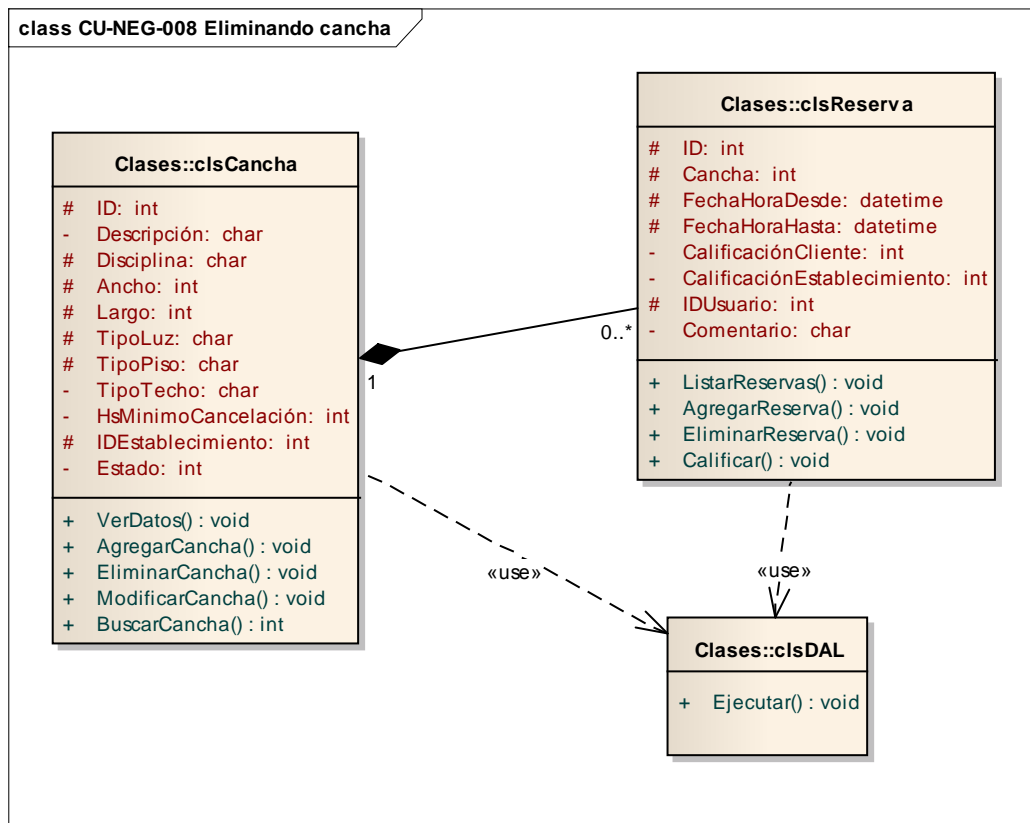
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de canchas asociadas a sus establecimientos, con botones para poder modificar o eliminarlos (justamente sobre el cuál debe hacer click para este CU). Además se le muestra otro botón para ir a la sección de carga de cancha.

10.11.16 Diagrama de secuencia



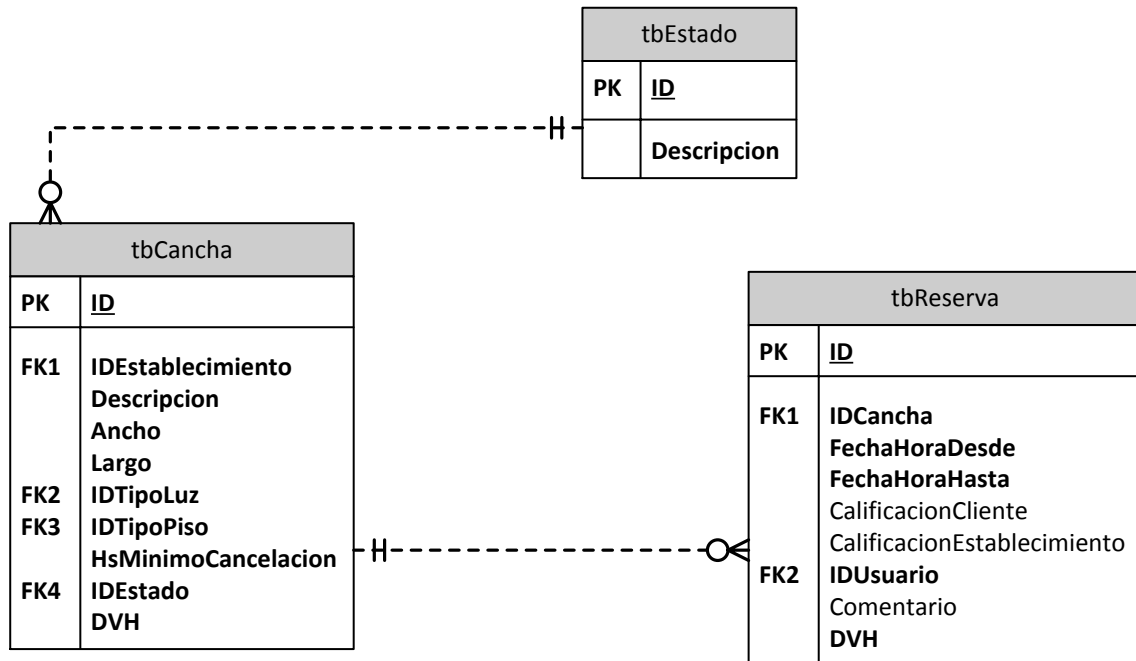
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-009 Buscando cancha

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

10.11.2	Historial de revisión de la especificación	266
10.11.3	Gráfico del caso de uso	267
10.11.4	Objetivo	268
10.11.5	Identificación del caso de uso	268
10.11.6	Nombre del caso de uso	268
10.11.7	Descripción del caso de uso	268
10.11.8	Pre Condición	268
10.11.9	Post Condición	268
10.11.10	Actores primarios	268
10.11.11	Actores secundarios	268
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	268
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	268
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	269
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	269
10.11.14.2	Caminos alternativos	269
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	270
10.11.16	Diagrama de secuencia	271
10.11.17	Diagrama de clase	272
10.11.18	Diagrama de flujo	273
10.11.19	Diagrama de entidad relación	273



ReservaTuCancha.com.ar

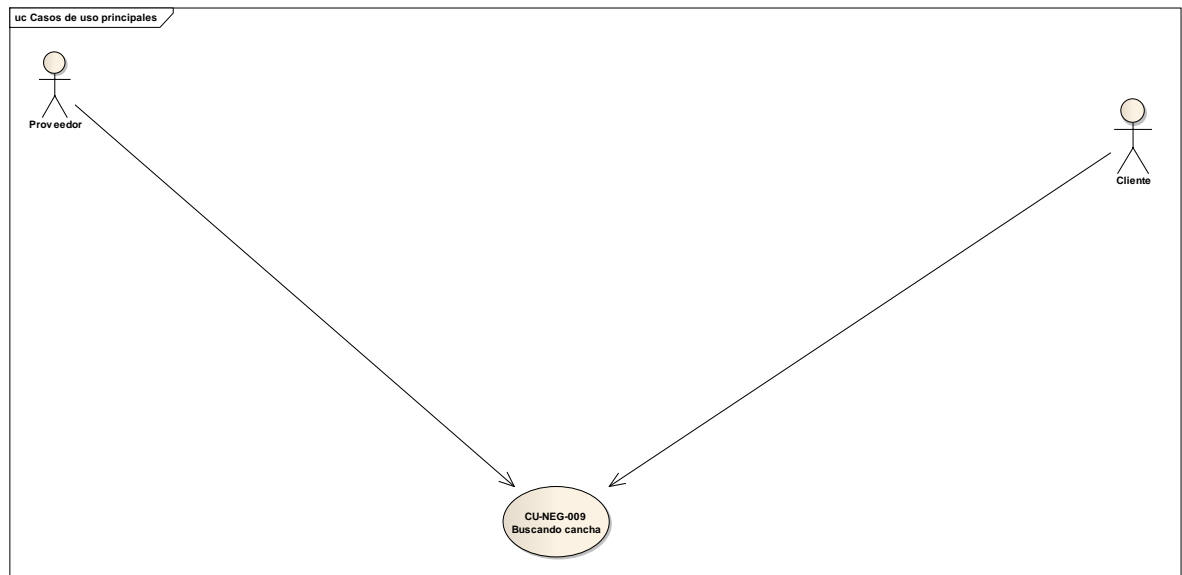
Andrés Zoppelletto (5093)



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Un navegante del sitio puede ingresar criterios de búsqueda y obtener un listado de las canchas disponibles bajo ese criterio. En el caso de un usuario no registrado podrá realizar la búsqueda, pero no se le mostrarán los datos del establecimiento ni podrá obviamente realizar reservas.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-009

10.11.6 Nombre del caso de uso

Buscando cancha

10.11.7 Descripción del caso de uso

El navegante accede al sitio e ingresa los valores correspondientes a los rangos de búsqueda para los diferentes criterios a analizar en la búsqueda de canchas. El sistema busca las canchas que coinciden con dichos criterios, indicando si están disponibles o incluso lista canchas ya reservadas para anotarse en lista de espera. En el caso que el usuario no esté registrado en el sitio, no le mostrará ni le permitirá buscar por establecimiento.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ingresado al sitio.

10.11.9 Post Condición

El usuario recibe la lista de canchas de acuerdo a los criterios buscados.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor, Cliente

10.11.11 Actores secundarios

Invitado.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea buscar canchas.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de búsqueda de canchas e ingresa el rango de valores de los diferentes criterios por los cuales desea realizar la búsqueda: fecha (obligatorio), desde/hasta horario, nombre del establecimiento, disciplina, rango de calificación del establecimiento, rango de precios, zona de la ubicación y disponibilidad (puede buscar canchas ya reservadas para entrar en lista de espera).
2. El sistema ejecuta la búsqueda de canchas.
3. El sistema muestra la lista de establecimientos y canchas que cumplen con los criterios buscados, dándole la opción de seleccionar alguna para realizar la reserva o quedar anotado en lista de espera (CU-NEG-010 Reservando cancha).

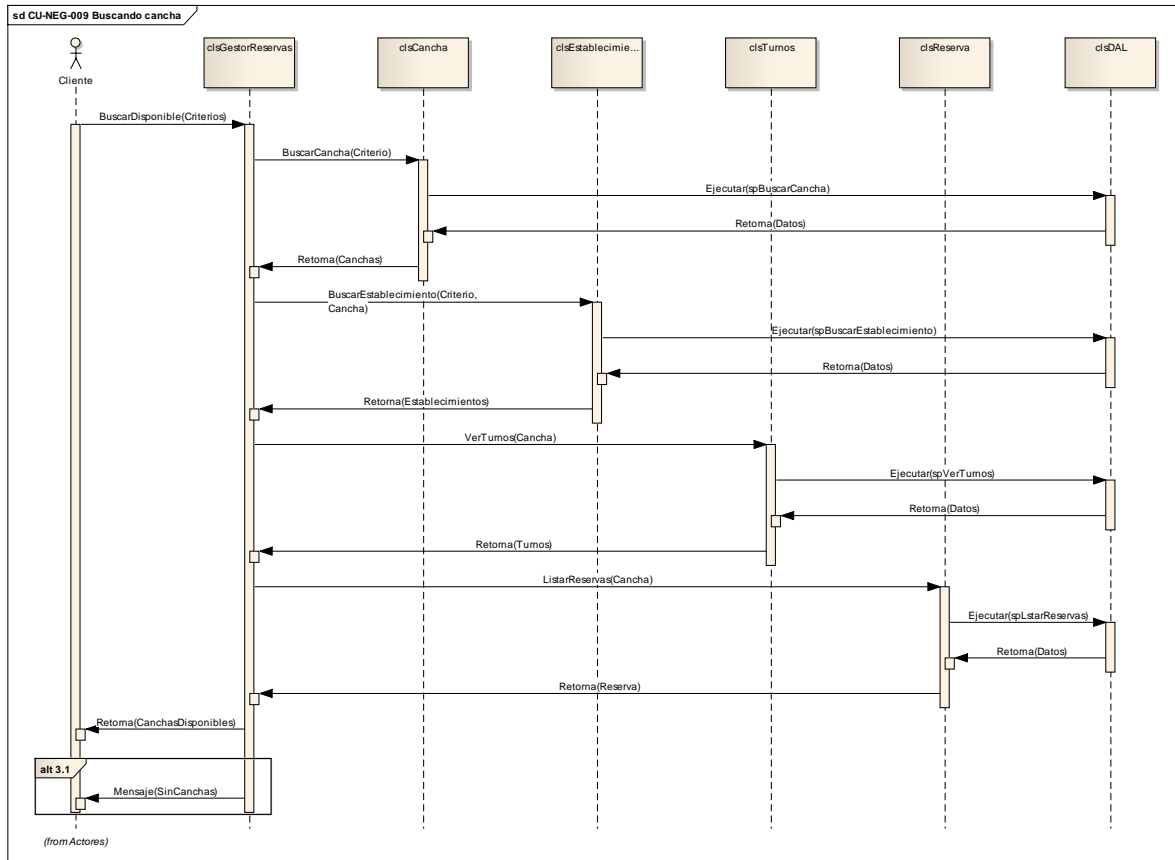
10.11.14.2 Caminos alternativos

- 3.1 El sistema no encuentra canchas que cumplan con los criterios de búsqueda e informa al usuario para que cambie los criterios y busque nuevamente, volviendo al punto 1.

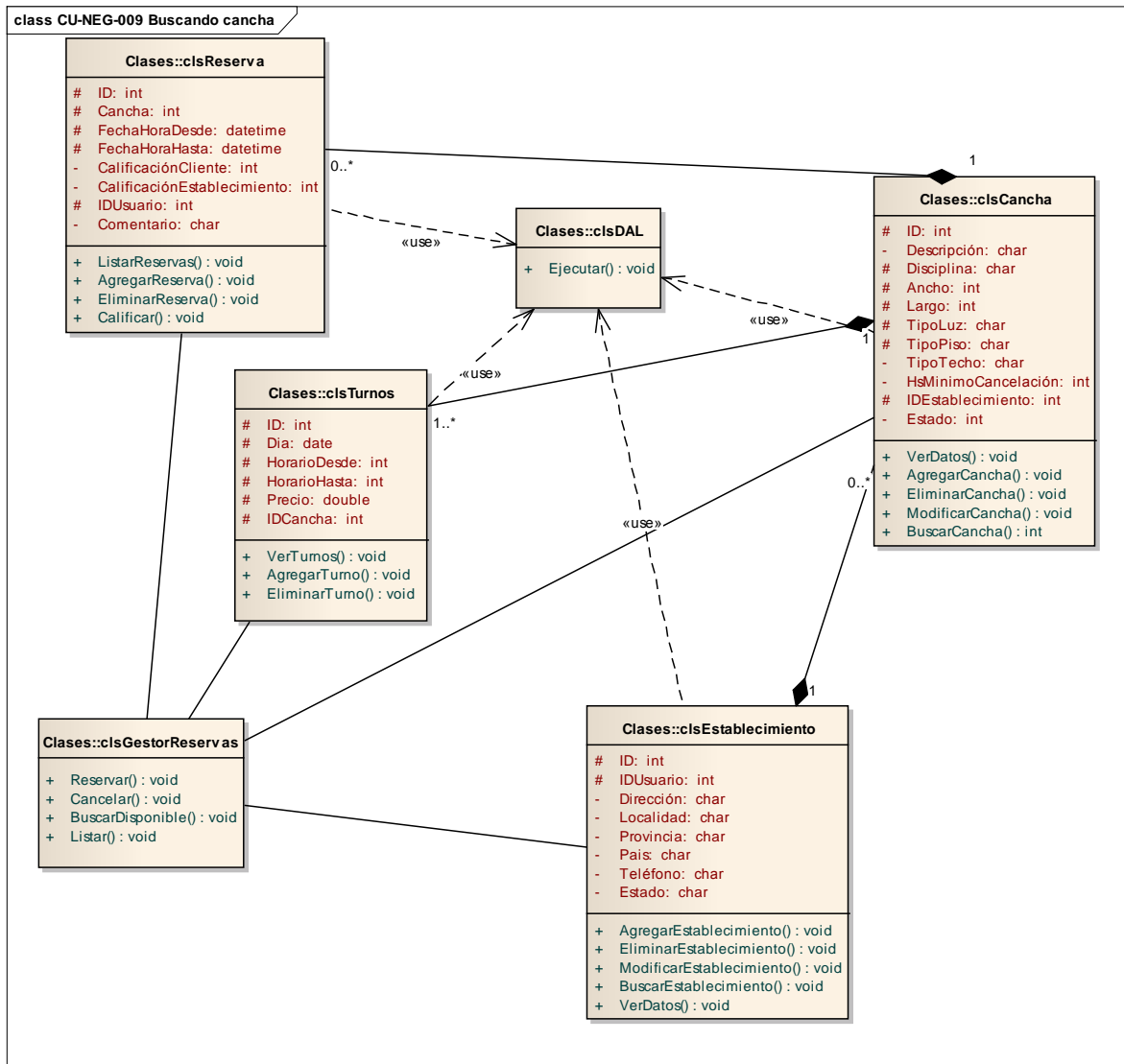
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se visualiza una pantalla con los diferentes filtros que pueden ser aplicados en la búsqueda: Fecha (del tipo calendario, obligatorio), rango horario desde hasta (del tipo hora), nombre del establecimiento (del tipo texto), disciplina (del tipo lista), rango de calificación del establecimiento (del tipo numérico), rango de precios (del tipo numérico), zona de la ubicación (del tipo selección multiple por país, provincia y localidad) y disponibilidad (del tipo lista). Una vez ingresados los criterios de búsqueda, el sistema desplegará un listado (si encuentra coincidencias) de las canchas que correspondan, para la posterior reserva si fuese deseado o inscripción en lista de espera.

10.11.16 Diagrama de secuencia



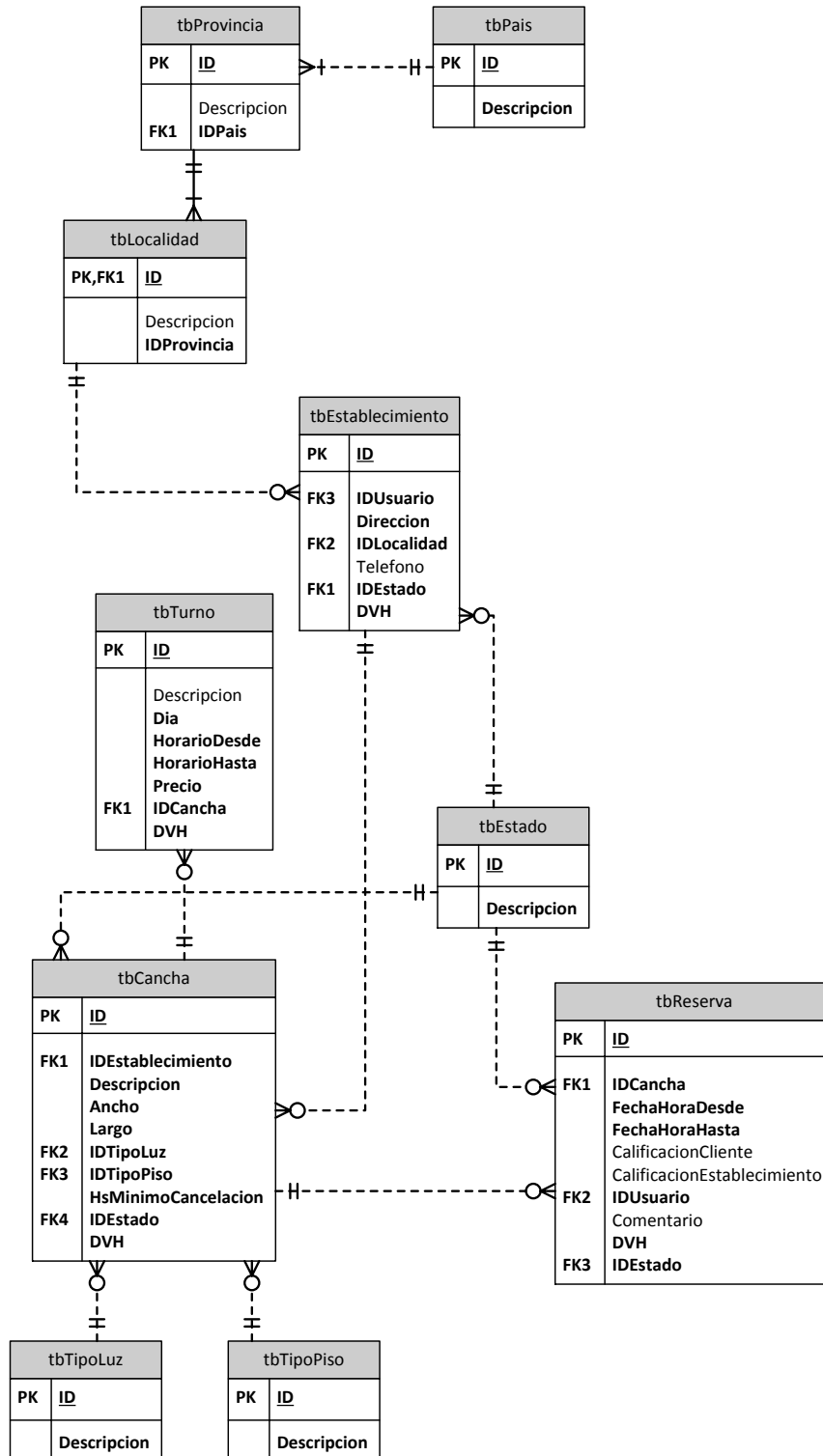
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-010 Reservando
cancha

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

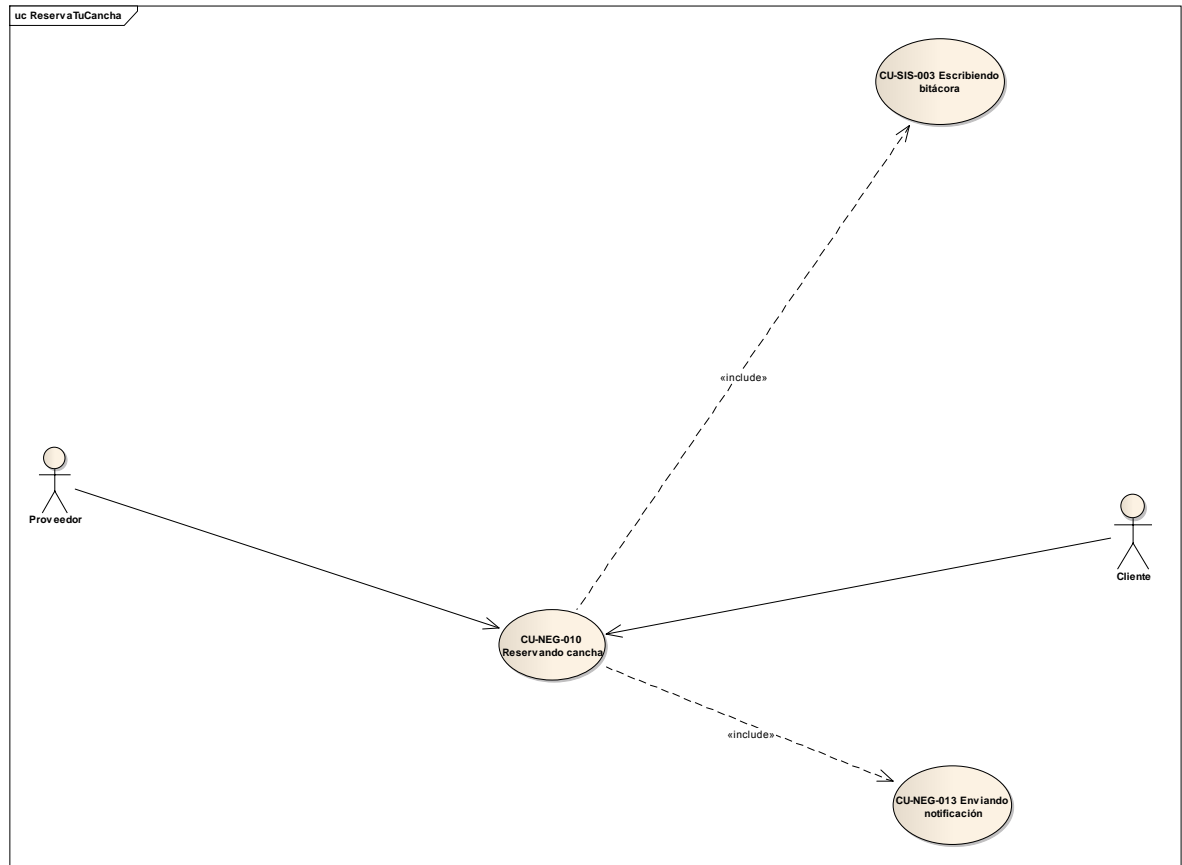
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	276
10.11.3	Gráfico del caso de uso	277
10.11.4	Objetivo	278
10.11.5	Identificación del caso de uso	278
10.11.6	Nombre del caso de uso	278
10.11.7	Descripción del caso de uso	278
10.11.8	Pre Condición	278
10.11.9	Post Condición	278
10.11.10	Actores primarios	278
10.11.11	Actores secundarios	278
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	278
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	278
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	279
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	279
10.11.14.2	Caminos alternativos	279
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	280
10.11.16	Diagrama de secuencia	281
10.11.17	Diagrama de clase	282
10.11.18	Diagrama de flujo	283
10.11.19	Diagrama de entidad relación	283



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Sobre una lista de canchas disponibles para su reserva, resultado de un grupo de criterios de búsqueda que se ejecutó en la búsqueda de canchas, el usuario puede realizar la reserva de la cancha en el turno que indique o anotarse en lista de espera.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-010

10.11.6 Nombre del caso de uso

Reservando cancha

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario recibe una lista de canchas disponibles para realizar reservas, listado basado en una serie de criterios que él mismo ingresó previamente (CU-NEG-009 Buscando cancha). De esa lista selecciona la cancha deseada para realizar la reserva o anotarse en lista de espera. En ese caso, al cancelarse la reserva en cuestión, se le enviará una notificación indicándole que se liberó el turno.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ejecutado CU-NEG-009 Buscando cancha y visualizar una lista de canchas disponibles para reservar.

10.11.9 Post Condición

El usuario realizar la efectiva reserva de la cancha o inscripción en lista de espera.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor, Cliente.

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

CU-NEG-009 Buscando cancha

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario seleccionó la cancha y turno sobre el cuál desea hacer la reserva.
2. El sistema registra la reserva de la cancha correspondiente.
3. El sistema escribe en bitácora el evento (CU-SIS-003 Escribiendo bitácora).
4. El sistema informa la correcta reserva.
5. El sistema procesa envío de correo electrónico según corresponda (CU-NEG-013 Enviando notificación).

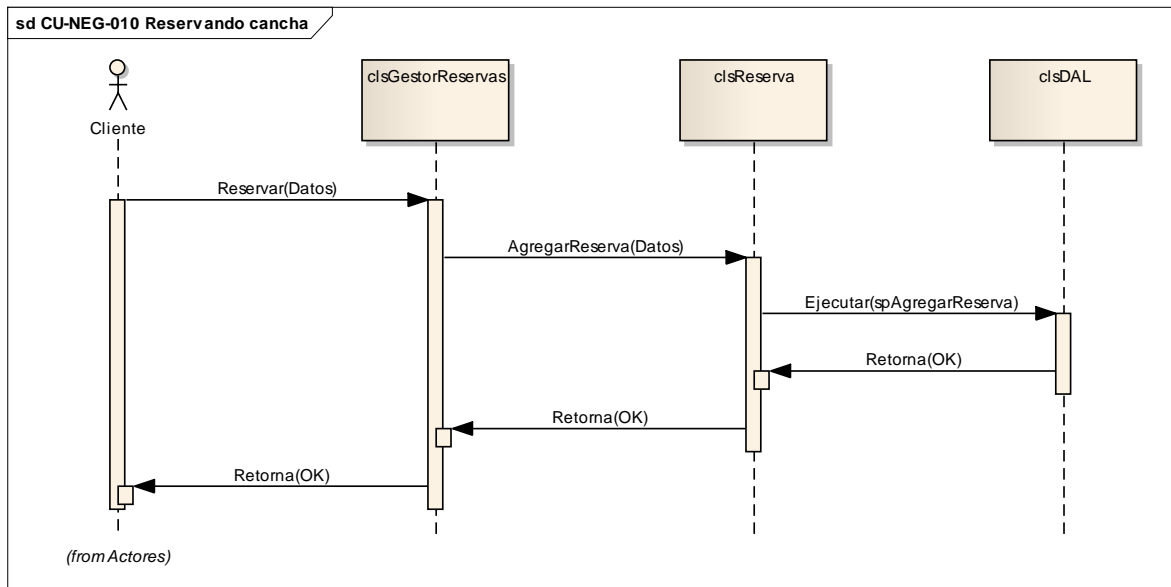
10.11.14.2 Caminos alternativos



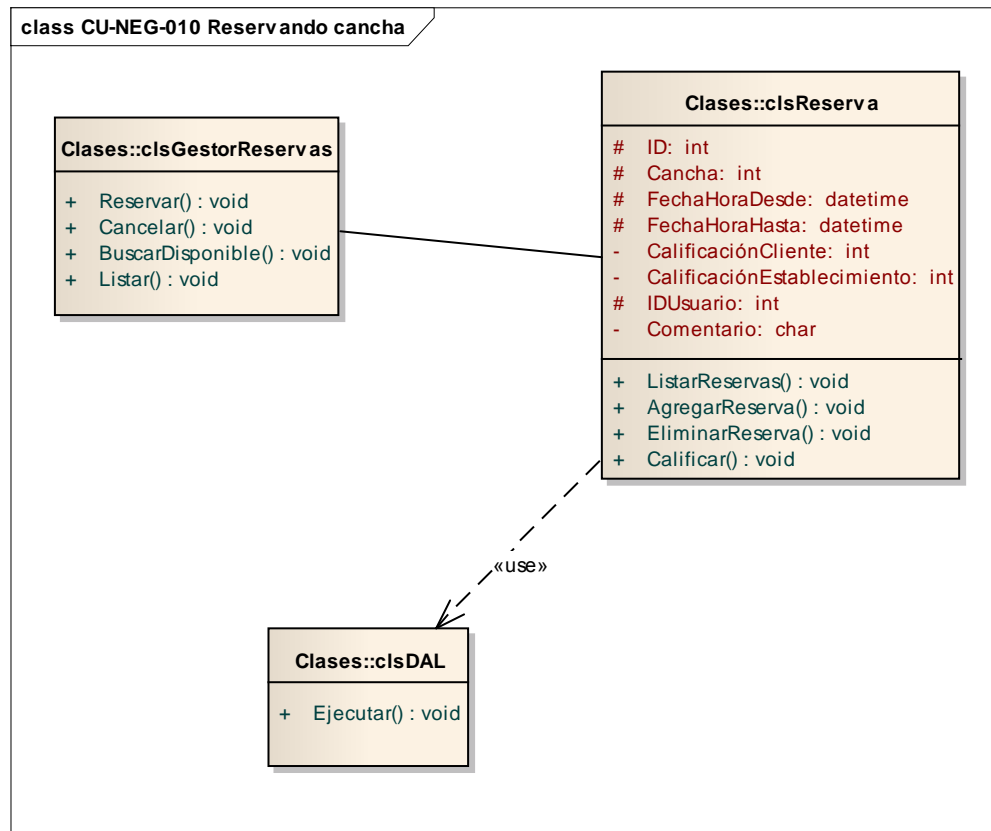
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

La pantalla muestra una lista de canchas disponibles de acuerdo a los diferentes criterios de la búsqueda que ejecutó el usuario. Sobre dicha lista el sistema le da la posibilidad al usuario de seleccionar y reservar el turno deseado. Una vez que hace la reserva el sistema confirma la correcta ejecución del pedido con un mensaje en pantalla y realiza el envío de la notificación.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase





10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbReserva	
PK	<u>ID</u>
FK1	IDCancha FechaHoraDesde FechaHoraHasta CalificacionCliente CalificacionEstablecimiento
FK2	IDUsuario Comentario DVH
FK3	IDEstado



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-011 Administrando
reservas

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

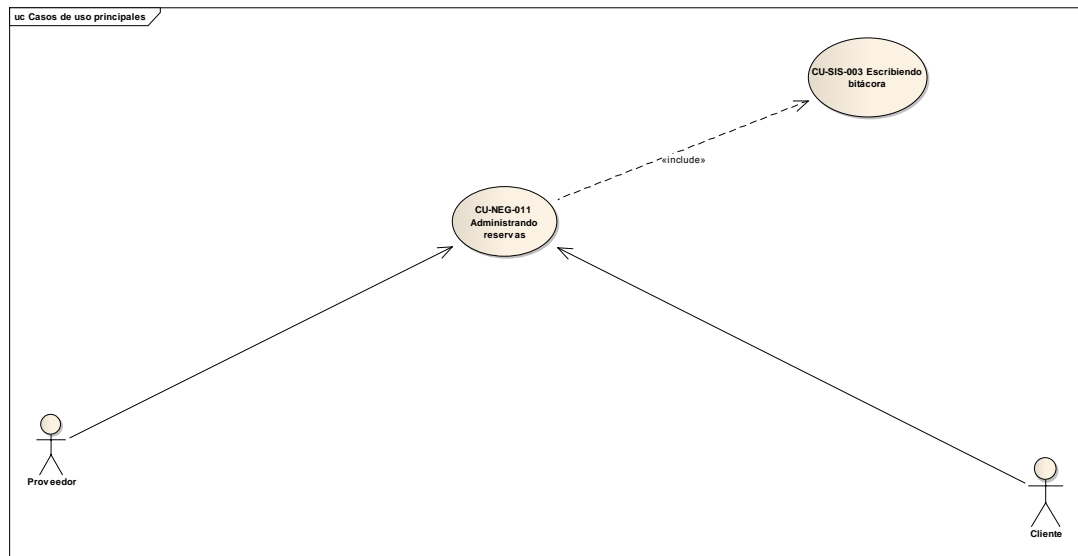
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	286
10.11.3	Gráfico del caso de uso	287
10.11.4	Objetivo	288
10.11.5	Identificación del caso de uso	288
10.11.6	Nombre del caso de uso	288
10.11.7	Descripción del caso de uso	288
10.11.8	Pre Condición	288
10.11.9	Post Condición	288
10.11.10	Actores primarios	288
10.11.11	Actores secundarios	288
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	288
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	288
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	289
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	289
10.11.14.2	Caminos alternativos	289
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	290
10.11.16	Diagrama de secuencia	291
10.11.17	Diagrama de clase	292
10.11.18	Diagrama de flujo	293
10.11.19	Diagrama de entidad relación	293



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-23	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario registrado puede listar tanto las reservas históricas sin calificación, para calificarlas, como las que tiene vigentes, ya sea como cliente o como proveedor, y cancelar las mismas.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-011

10.11.6 Nombre del caso de uso

Administrando reservas

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario registrado podrá listar tanto las reservas históricas que tiene sin calificar, como las reservas vigentes, que tiene asociadas a su cuenta. En el caso del usuario proveedor podrá ver todas las reservas que están realizadas en los establecimientos asociados a su usuario. En el caso del usuario cliente podrá listar todas las reservas que tiene hechas con su usuario. En ambos casos podrán calificar las reservas históricas pasadas que aún no calificó (CU-NEG-014 Calificando contraparte) como cancelar las reservas vigentes (CU-NEG-012 Cancelando reserva).

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe estar autenticado en el sitio.

10.11.9 Post Condición

Lista las reservas y permite calificar o cancelar una reserva si lo desea.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor, Cliente.

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea administrar las reservas asociadas a su cuenta.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de administración de reservas.
2. El sistema lista las reservas que tiene asociadas a su cuenta, agrupadas por establecimiento, brindándole la opción de cancelar alguna reserva vigente o calificar alguna reserva histórica que aún no calificó.
3. En caso que lo desee, el usuario podrá optar por cancelar una reserva a través de CU-NEG-012 Cancelando reserva o calificarla a través de CU-NEG-014 Calificando contraparte

10.11.14.2 Caminos alternativos

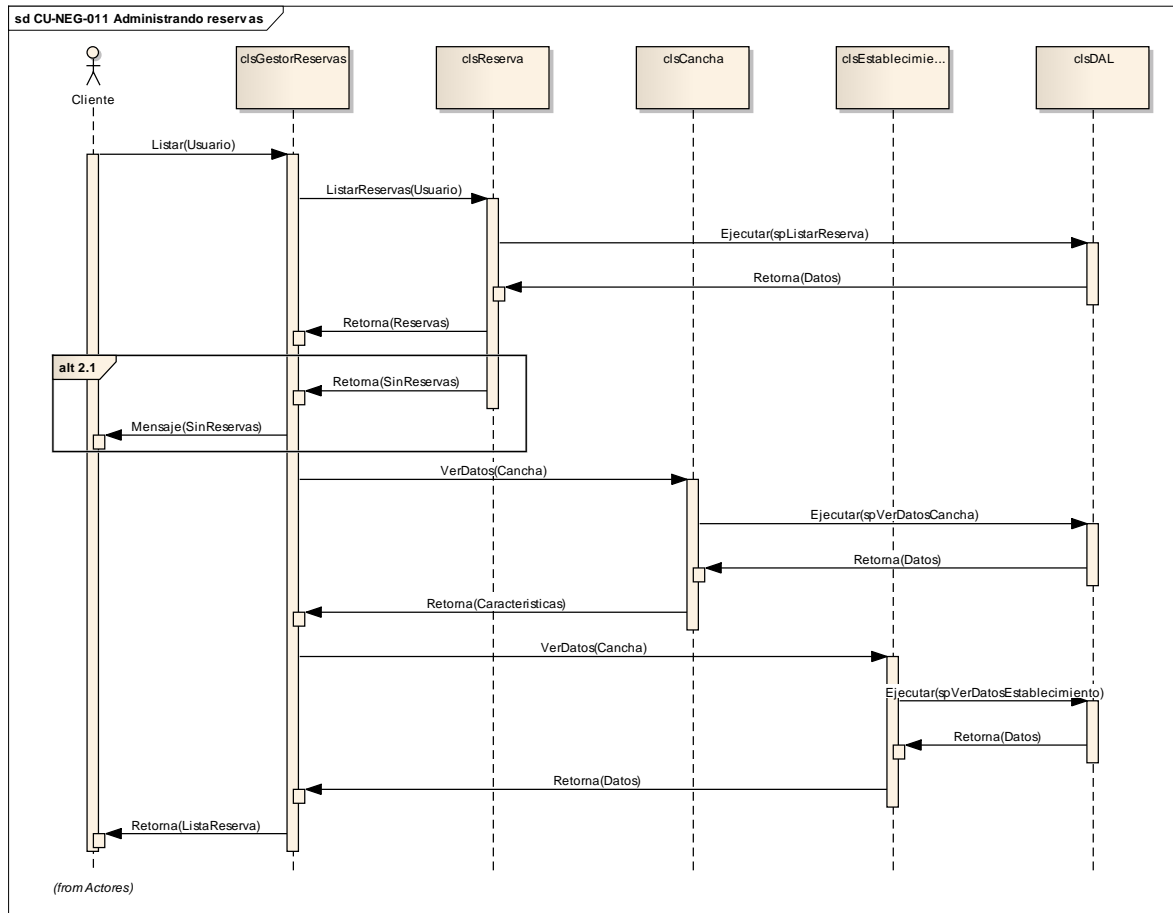
- 2.1 El sistema indica que no tiene reservas vigentes asociadas a su cuenta ni históricas pendientes de calificar.



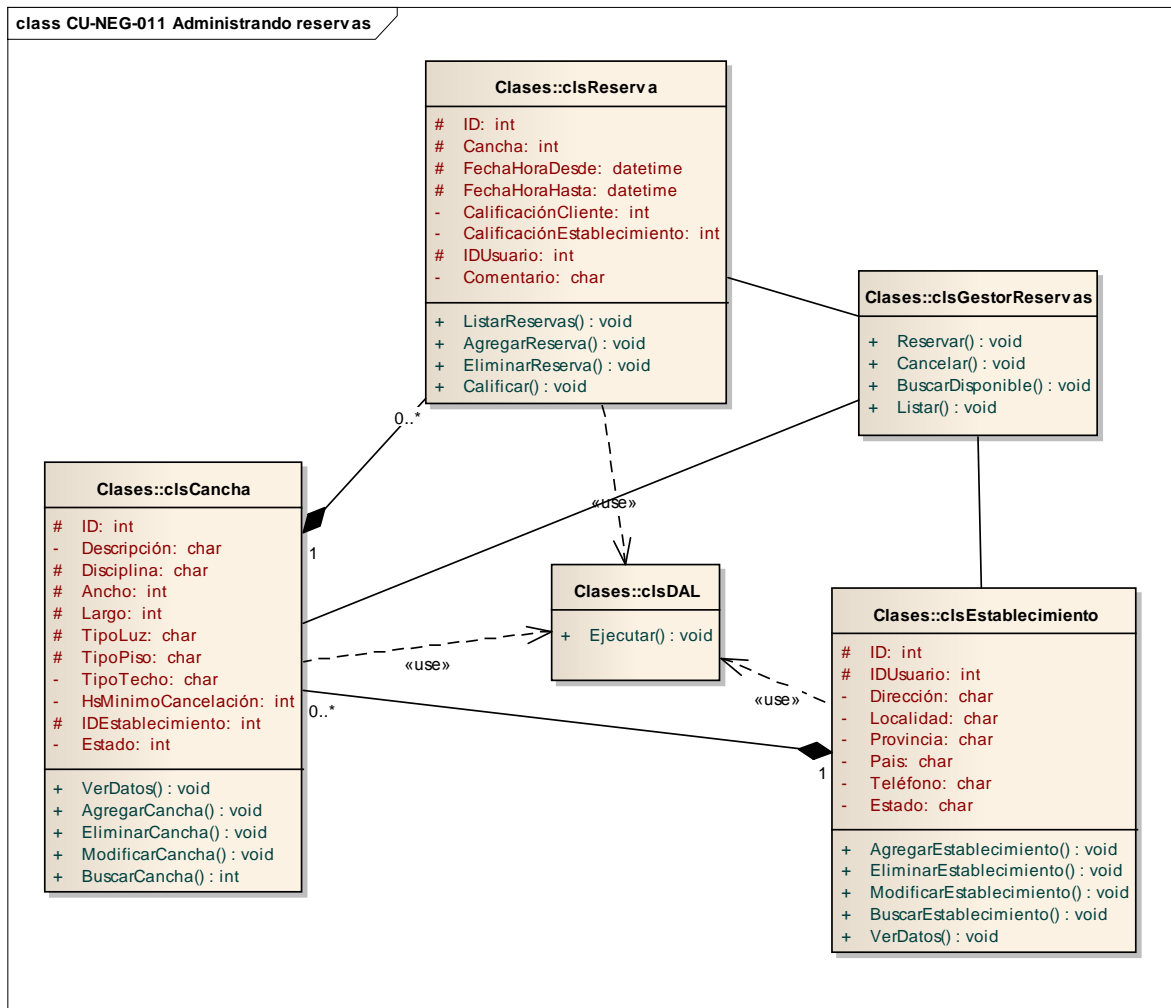
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de reservas que tiene asociadas a su cuenta, agrupado por establecimiento (en caso que tenga reservas vigentes), con botones para poder cancelarlas o calificarlas.

10.11.16 Diagrama de secuencia



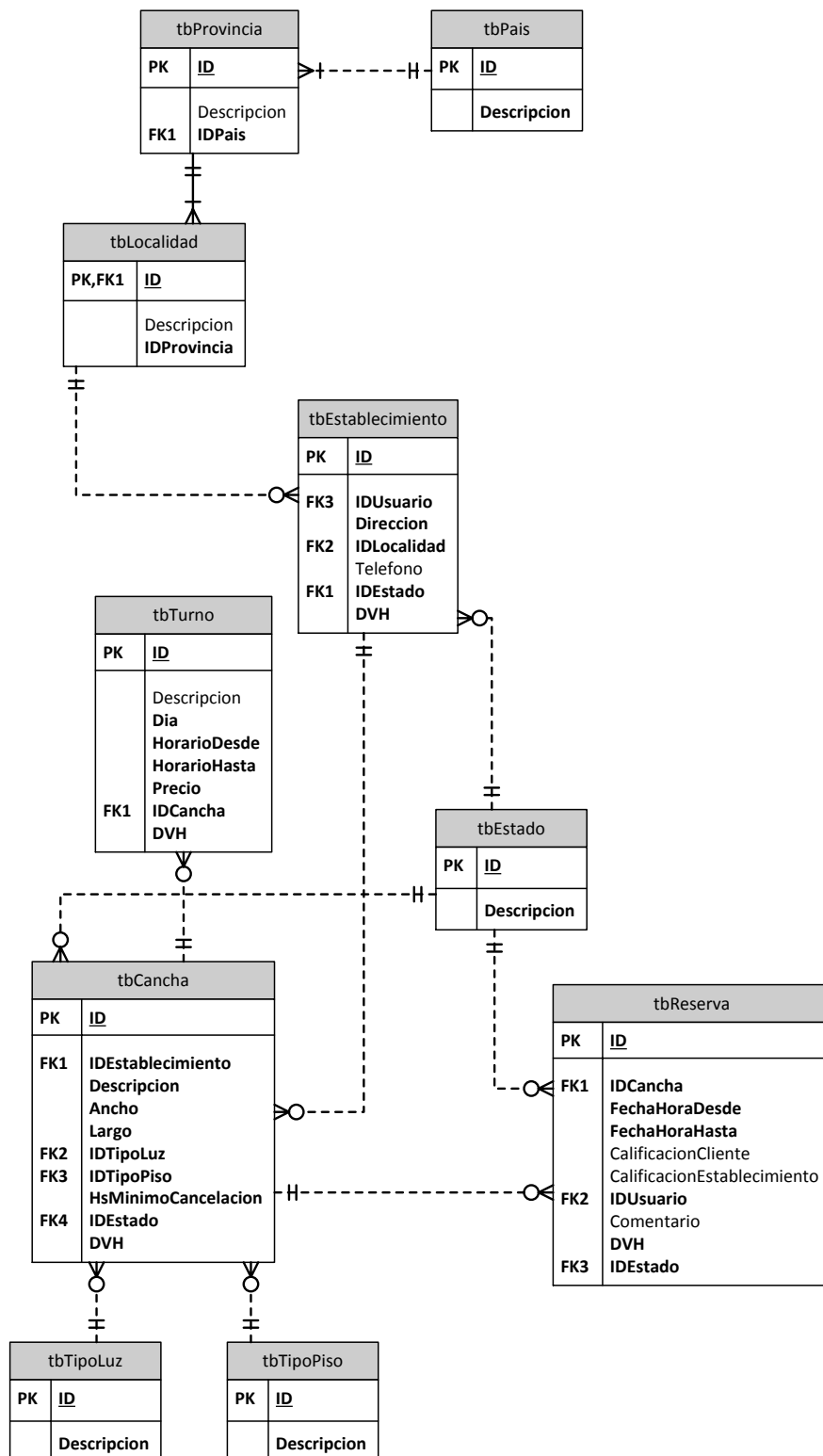
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-012 Cancelando
reserva

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

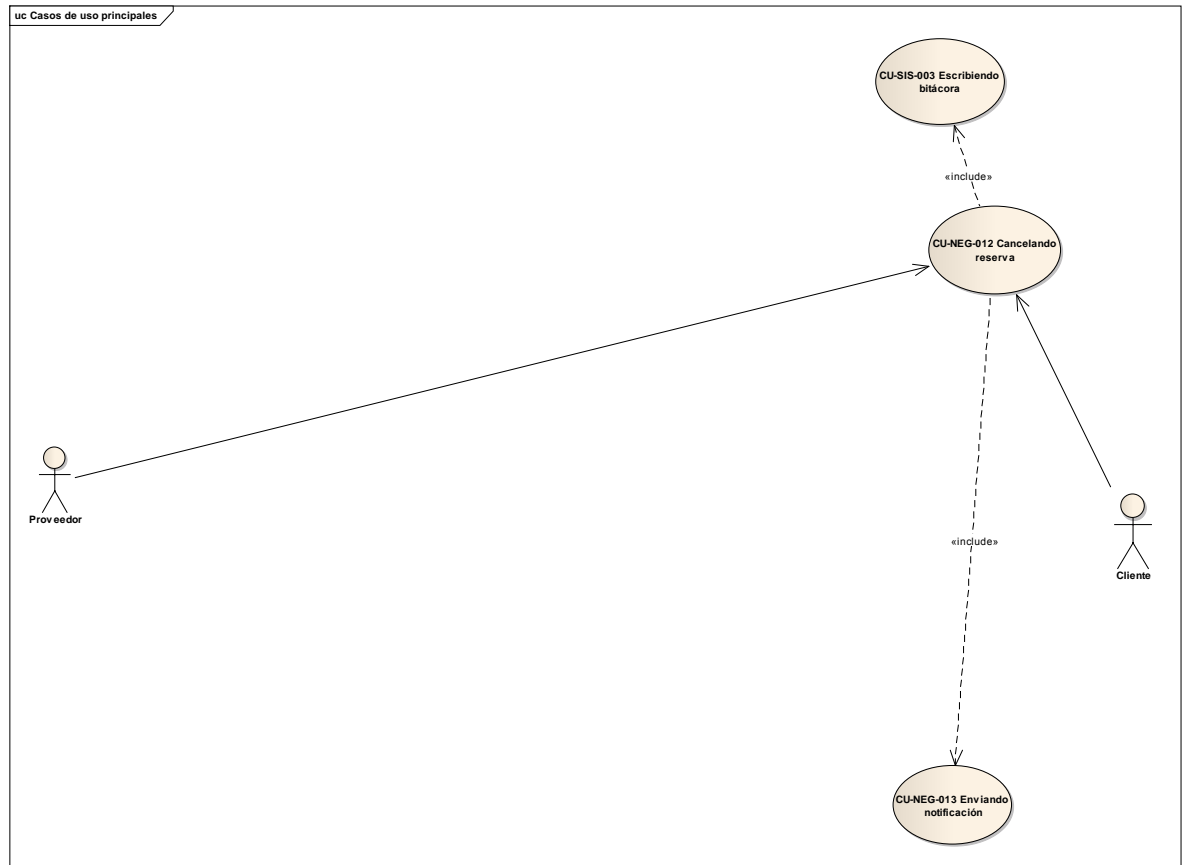
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	296
10.11.3	Gráfico del caso de uso	297
10.11.4	Objetivo	298
10.11.5	Identificación del caso de uso	298
10.11.6	Nombre del caso de uso	298
10.11.7	Descripción del caso de uso	298
10.11.8	Pre Condición	298
10.11.9	Post Condición	298
10.11.10	Actores primarios	298
10.11.11	Actores secundarios	298
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	298
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	298
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	299
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	299
10.11.14.2	Caminos alternativos	299
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	300
10.11.16	Diagrama de secuencia	301
10.11.17	Diagrama de clase	302
10.11.18	Diagrama de flujo	303
10.11.19	Diagrama de entidad relación	303



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso





10.11.4 Objetivo
El usuario del tipo proveedor desea cancelar una reserva asociada a su cuenta.
10.11.5 Identificación del caso de uso
CU-NEG-012
10.11.6 Nombre del caso de uso
Cancelando reserva
10.11.7 Descripción del caso de uso
El proveedor ingresó previamente a la administración de reservas, donde se le listó las reservas asociadas a su cuenta, y desde allí optó por cancelar una reserva vigente. El ejecutar la cancelación de la reserva se le enviará una notificación al establecimiento y al usuario (de corresponder) con el motivo.
10.11.8 Pre Condición
El usuario debe haber ingresado en la sección de administración de reservas y haber seleccionado la reserva a cancelar.
10.11.9 Post Condición
La reserva seleccionada es cancelada.
10.11.10 Actores primarios
Cliente, Proveedor.
10.11.11 Actores secundarios
No hay.
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso
El usuario desea cancelar una reserva.
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones
No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la interfaz de administración de reservas y selecciona la opción de cancelar una reserva en particular.
2. En caso que el usuario sea del tipo cliente, el sistema verifica la política y restricciones de cancelación.
3. El sistema valida que la cancelación cumple las políticas de cancelación de la cancha.
4. El sistema le pide indique motivo de cancelación y confirmación del proceso.
5. El usuario confirma la ejecución del proceso.
6. El sistema cancela la reserva, escribe el evento en la bitácora con el motivo correspondiente (CUS-SIS-003 Escribiendo bitácora).
7. El sistema envía la notificación correspondiente (CU-NEG-013 Enviando notificación) al establecimiento y al usuario (si corresponde) y vuelve a cargar la sección de administración de reservas.

10.11.14.2 Caminos alternativos

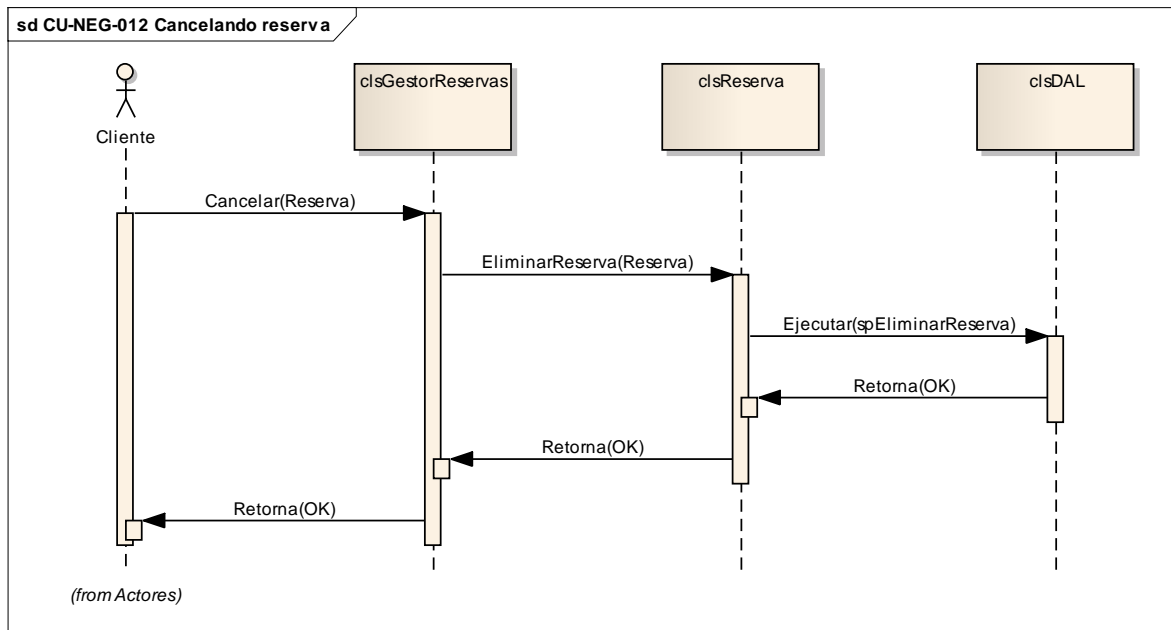
- 3.1 El sistema indica que la política de cancelación de la cancha no permite ejecutar la cancelación de la reserva y le sugiere comunicarse con el establecimiento, volviendo al punto 1.
- 5.1 El usuario cancela la ejecución del proceso y vuelve al punto 1.



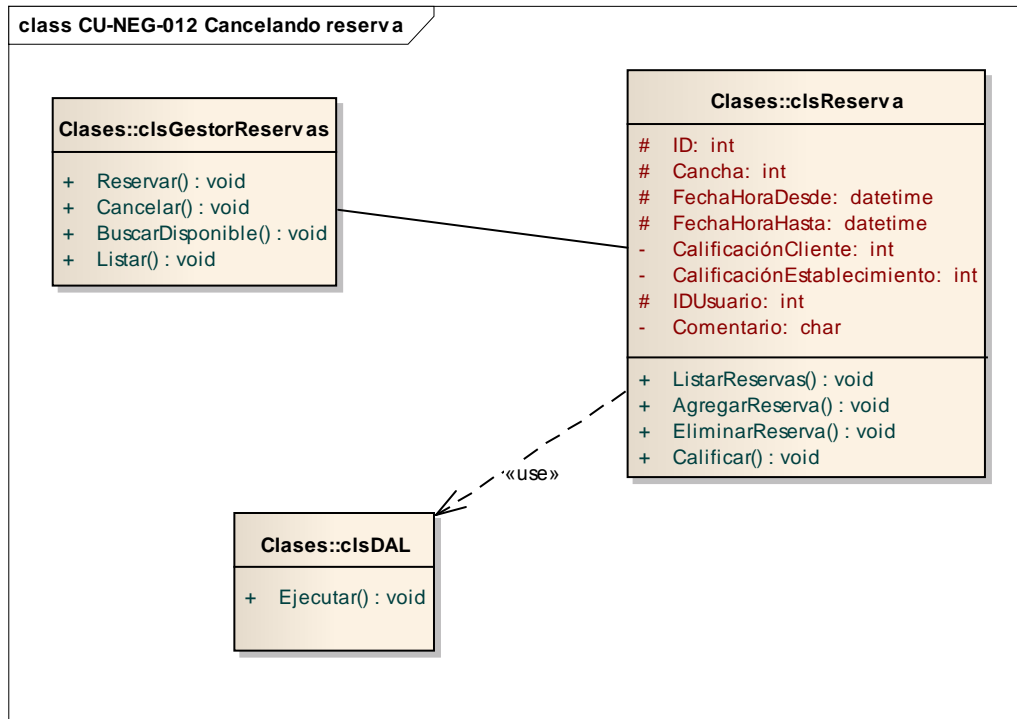
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de reservas asociadas a su cuenta, con botones cancelarlos (justamente sobre el cuál debe hacer click para este CU). Al seleccionar la opción de cancelación se le desplegará una lista de posibles motivos de cancelación para que seleccione.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase





10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbReserva	
PK	<u>ID</u>
FK1	IDCancha FechaHoraDesde FechaHoraHasta CalificacionCliente CalificacionEstablecimiento
FK2	IDUsuario Comentario DVH
FK3	IDEstado



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-013 Enviando
notificación

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

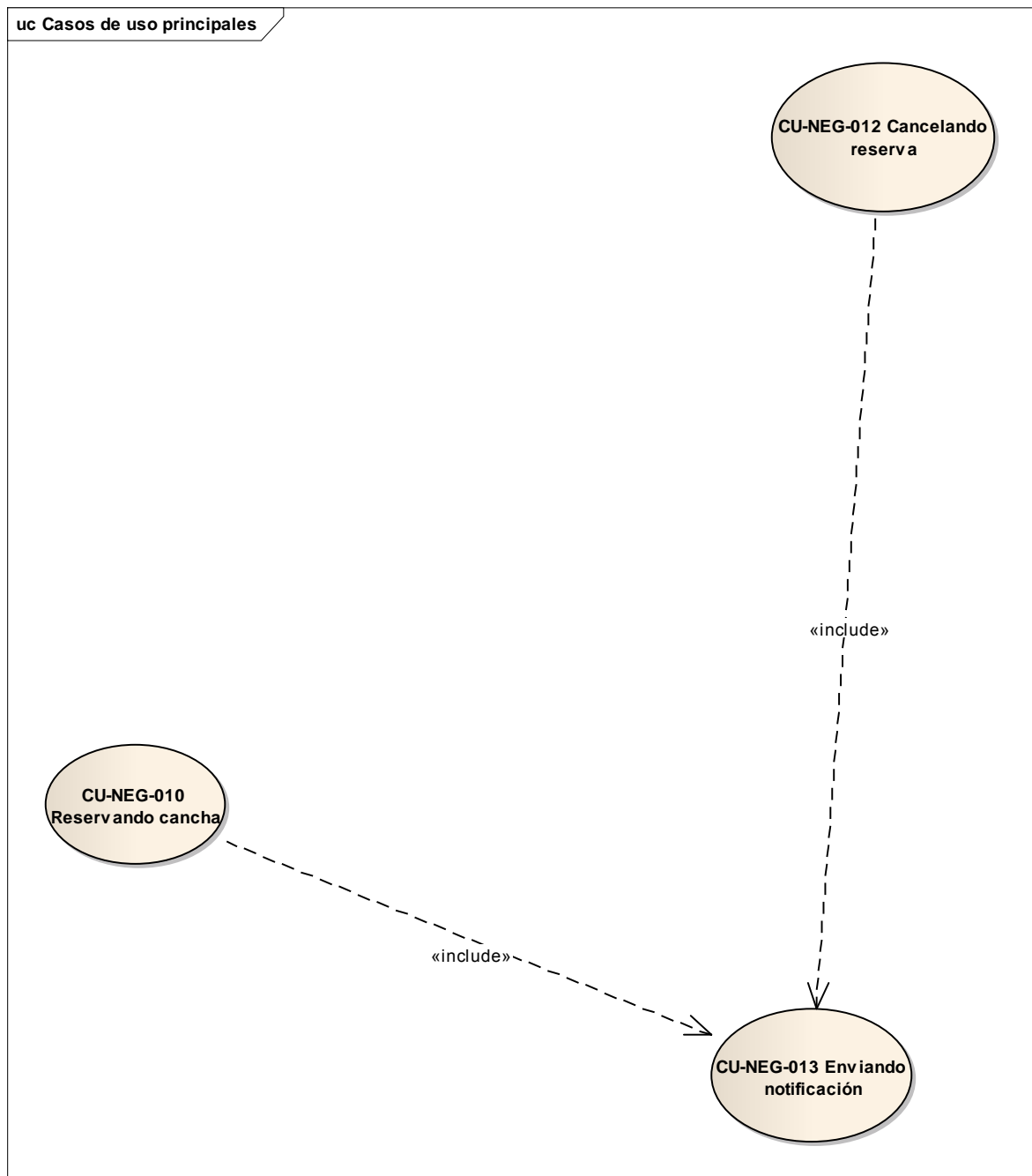
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	306
10.11.3	Gráfico del caso de uso	307
10.11.4	Objetivo	308
10.11.5	Identificación del caso de uso	308
10.11.6	Nombre del caso de uso	308
10.11.7	Descripción del caso de uso	308
10.11.8	Pre Condición	308
10.11.9	Post Condición	308
10.11.10	Actores primarios	308
10.11.11	Actores secundarios	308
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	308
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	308
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	309
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	309
10.11.14.2	Caminos alternativos	309
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	310
10.11.16	Diagrama de secuencia	310
10.11.17	Diagrama de clase	310
10.11.18	Diagrama de flujo	310
10.11.19	Diagrama de entidad relación	310



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Enviar notificaciones indicando generación o cancelación de reserva a los usuarios involucrados en la misma, y a los anotados en lista de espera.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-013

10.11.6 Nombre del caso de uso

Enviando notificación

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proceso es invocado por la registración o cancelación de una reserva. En el caso de una registración, notifica a los usuarios relacionados al evento que se generó la reserva (si la realizó un proveedor, sólo le enviará a éste la notificación).

En el caso de la cancelación de una reserva, notifica a los usuarios relacionados al evento que se generó la reserva (si la realizó un proveedor, sólo le enviará a éste la notificación). Adicionalmente validará si hay usuarios anotados en lista de espera para también notificarlos.

10.11.8 Pre Condición

Un usuario debe haber optado por generar o cancelar una reserva.

10.11.9 Post Condición

Se envía notificación por registración o cancelación de reserva.

10.11.10 Actores primarios

No hay.

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El sistema busca enviar notificación por generación o cancelación de reserva.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

6. El sistema verifica qué tipo de notificación (Reserva o Cancelación), y qué tipo de usuario realizó la reserva.
7. El sistema busca los usuarios relacionados a la petición (tanto el establecimiento, como el generador de la reserva en caso que no haya sido un establecimiento, y usuarios anotados en lista de espera en caso de una cancelación).
8. El sistema realiza el envío de las notificaciones a los usuarios correspondientes.

10.11.14.2 Caminos alternativos



10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Sin interfaz de usuario.

10.11.16 Diagrama de secuencia

El diagrama no aplica a éste caso de uso.

10.11.17 Diagrama de clase

El diagrama no aplica a éste caso de uso.

10.11.18 Diagrama de flujo

El diagrama no aplica a éste caso de uso.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

El diagrama no aplica a éste caso de uso.



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-014 Calificando
contraparte

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

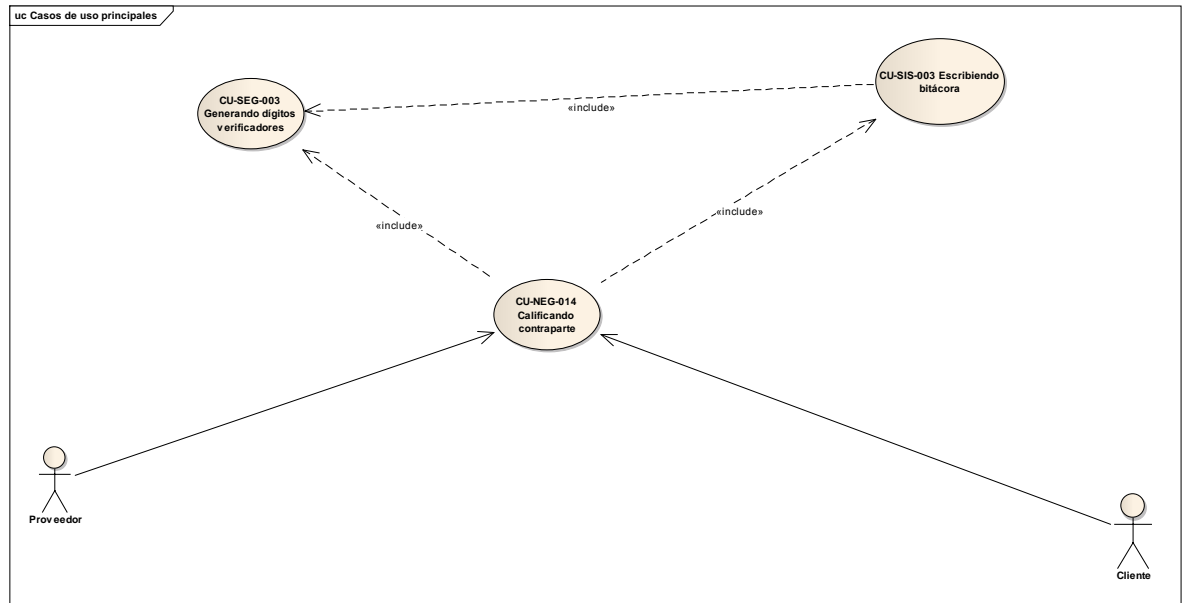
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	313
10.11.3	Gráfico del caso de uso	314
10.11.4	Objetivo	315
10.11.5	Identificación del caso de uso	315
10.11.6	Nombre del caso de uso	315
10.11.7	Descripción del caso de uso	315
10.11.8	Pre Condición	315
10.11.9	Post Condición	315
10.11.10	Actores primarios	315
10.11.11	Actores secundarios	315
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	316
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	316
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	317
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	317
10.11.14.2	Caminos alternativos	317
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	318
10.11.16	Diagrama de secuencia	318
10.11.17	Diagrama de clase	318
10.11.18	Diagrama de flujo	319
10.11.19	Diagrama de entidad relación	319



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario registrado realiza la calificación de su contraparte indicando su grado de satisfacción por la transacción realizada. Esta calificación será registrada tanto para el usuario, como para el establecimiento y la cancha asociada a la reserva.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-014

10.11.6 Nombre del caso de uso

Calificando contraparte

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario registrado al sistema debe haber ingresado a la sección de administración de reservas, donde verá las reservas históricas pendientes de calificar. Al seleccionar una reserva para calificar, se le consultará en una escala de satisfacción del 1 al 5, su grado de conformidad respecto a la transacción realizada.

En el caso del establecimiento, el cálculo de calificación corresponde a la ponderación de todas las calificaciones históricas de las reservas de las canchas que están asociadas a éste.

En el caso del usuario del establecimiento, el cálculo de calificación corresponde a la ponderación de todos los establecimientos de todas las calificaciones históricas de las reservas de las canchas que están asociadas a éste.

10.11.8 Pre Condición

Un usuario registrado debe haber seleccionado calificar una reserva.

10.11.9 Post Condición

Se registra la calificación de la reserva.

10.11.10 Actores primarios

Cliente, Proveedor.

10.11.11 Actores secundarios

No hay.



10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

Un usuario desea calificar una reserva pasada.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

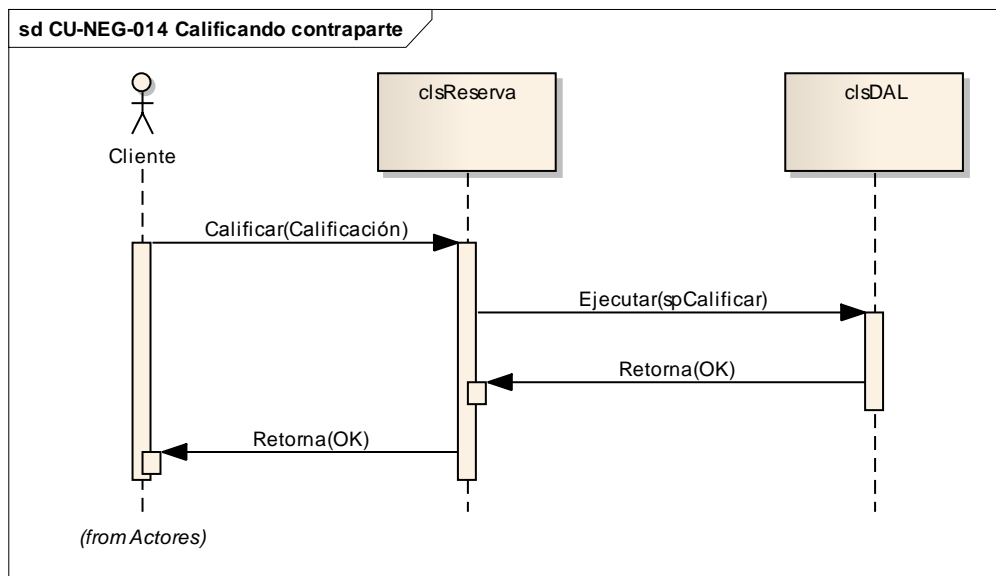
1. El sistema solicita ingrese la calificación del 1 al 5, sobre la conformidad de la transacción.
2. El sistema registra en la reserva correspondiente el valor de la calificación otorgada por el usuario.
3. El sistema genera el cálculo de los dígitos verificadores correspondientes (CU-SEG-003 Generando dígitos verificadores).
4. El sistema registra en la bitácora el evento correspondiente (CU-SIS-003 Escribiendo bitácora).

10.11.14.2 Caminos alternativos

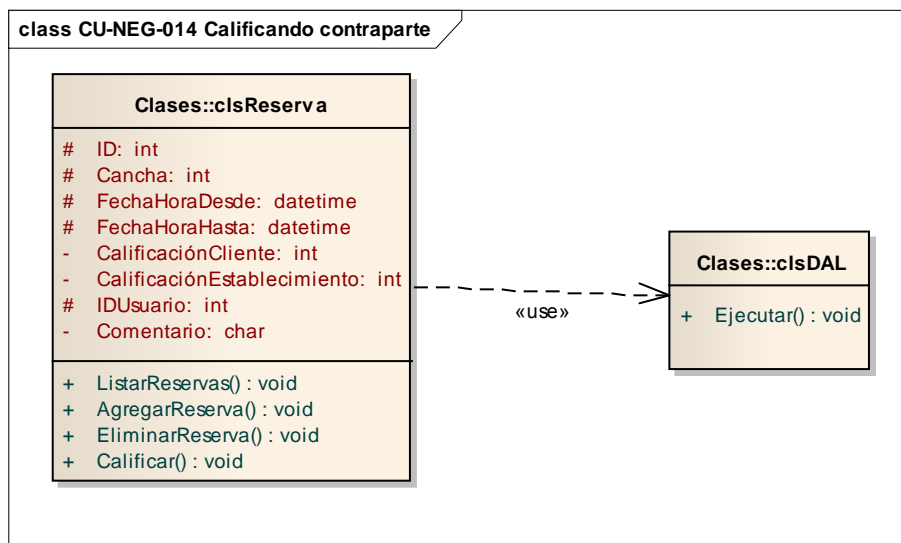
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se muestra una ventana emergente dónde se solicita califique de 1 a 5 la transacción realizada.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase





10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbReserva	
PK	<u>ID</u>
FK1	IDCancha FechaHoraDesde FechaHoraHasta CalificacionCliente CalificacionEstablecimiento
FK2	IDUsuario Comentario DVH
FK3	IDEstado



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-015 Consultando
informes

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

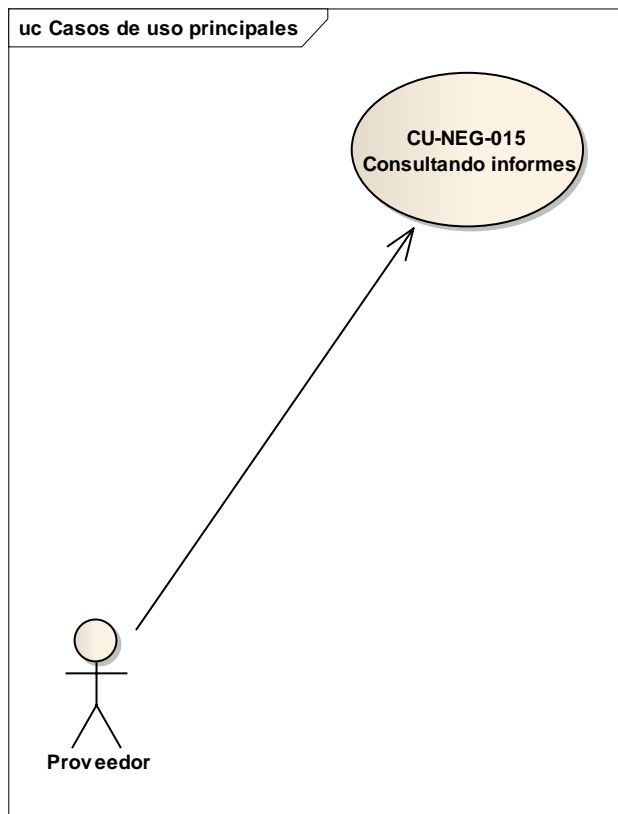
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	322
10.11.3	Gráfico del caso de uso	323
10.11.4	Objetivo	324
10.11.5	Identificación del caso de uso	324
10.11.6	Nombre del caso de uso	324
10.11.7	Descripción del caso de uso	324
10.11.8	Pre Condición	324
10.11.9	Post Condición	324
10.11.10	Actores primarios	324
10.11.11	Actores secundarios	324
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	324
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	324
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	325
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	325
10.11.14.2	Caminos alternativos	325
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	326
10.11.16	Diagrama de secuencia	327
10.11.17	Diagrama de clase	328
10.11.18	Diagrama de flujo	329
10.11.19	Diagrama de entidad relación	329



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario podrá acceder a una serie de listados e informes analíticos del uso del servicio, índice de cancelación, etc.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-015

10.11.6 Nombre del caso de uso

Consultando informes

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario del tipo proveedor podrá consultar una serie de informes analíticos y listados basados en los datos de uso y cancelación de las canchas, de esa manera podrá tomar diferentes decisiones para optimizar el uso de las canchas y mejorar su rentabilidad.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe estar autenticado y debe acceder a la opción de informes.

10.11.9 Post Condición

Se visualiza el informe seleccionado.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor.

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

Un usuario desea ejecutar un informe.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa a la secciones de informes.
2. El sistema despliega las opciones de informes disponibles y solicite que seleccione una.
3. El usuario selecciona uno de los informes para ejecutarlo.
4. El sistema ejecuta el informe seleccionado, solicitando filtros si correspondiera, y muestra el resultado esperado.

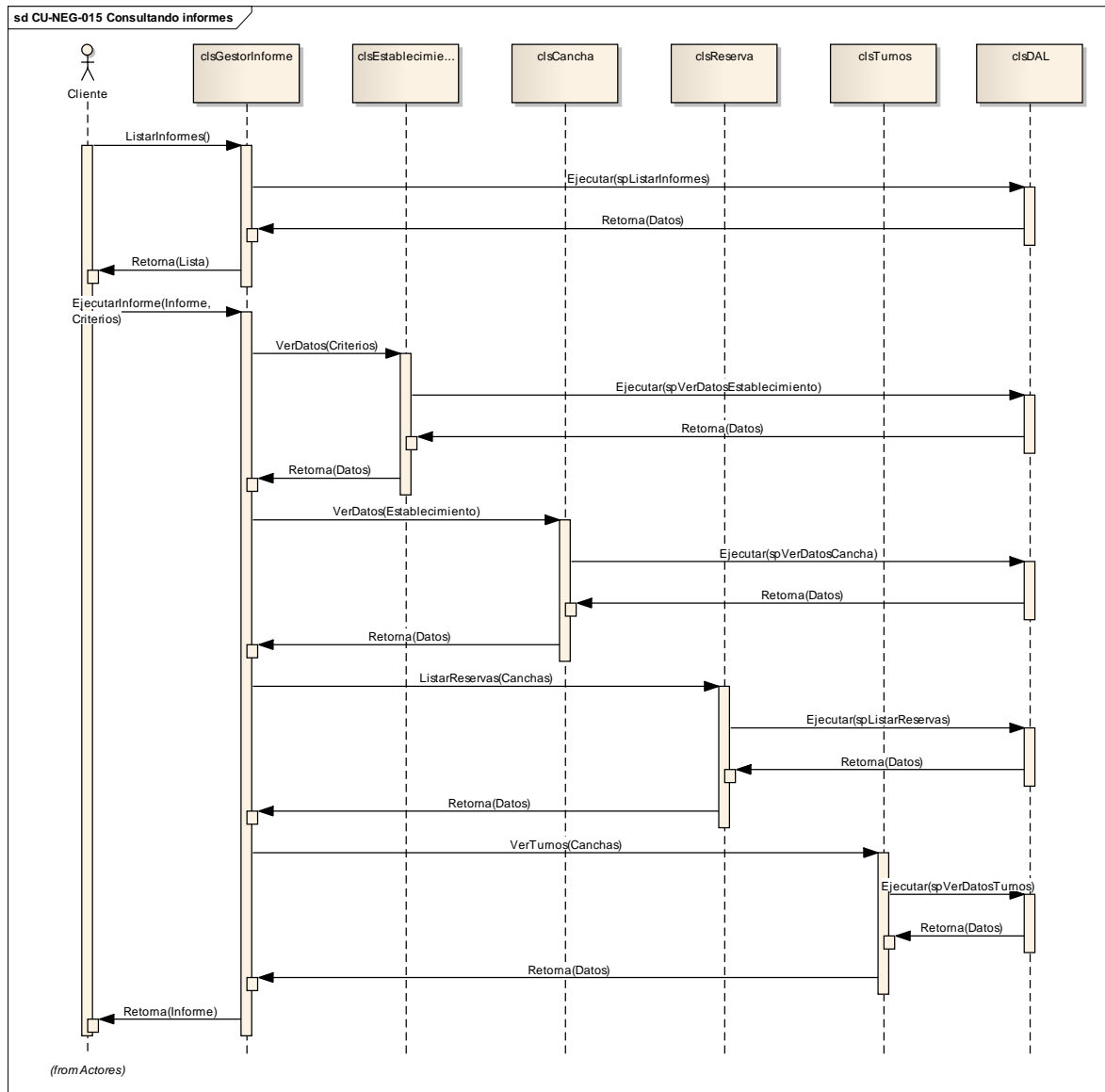
10.11.14.2 Caminos alternativos



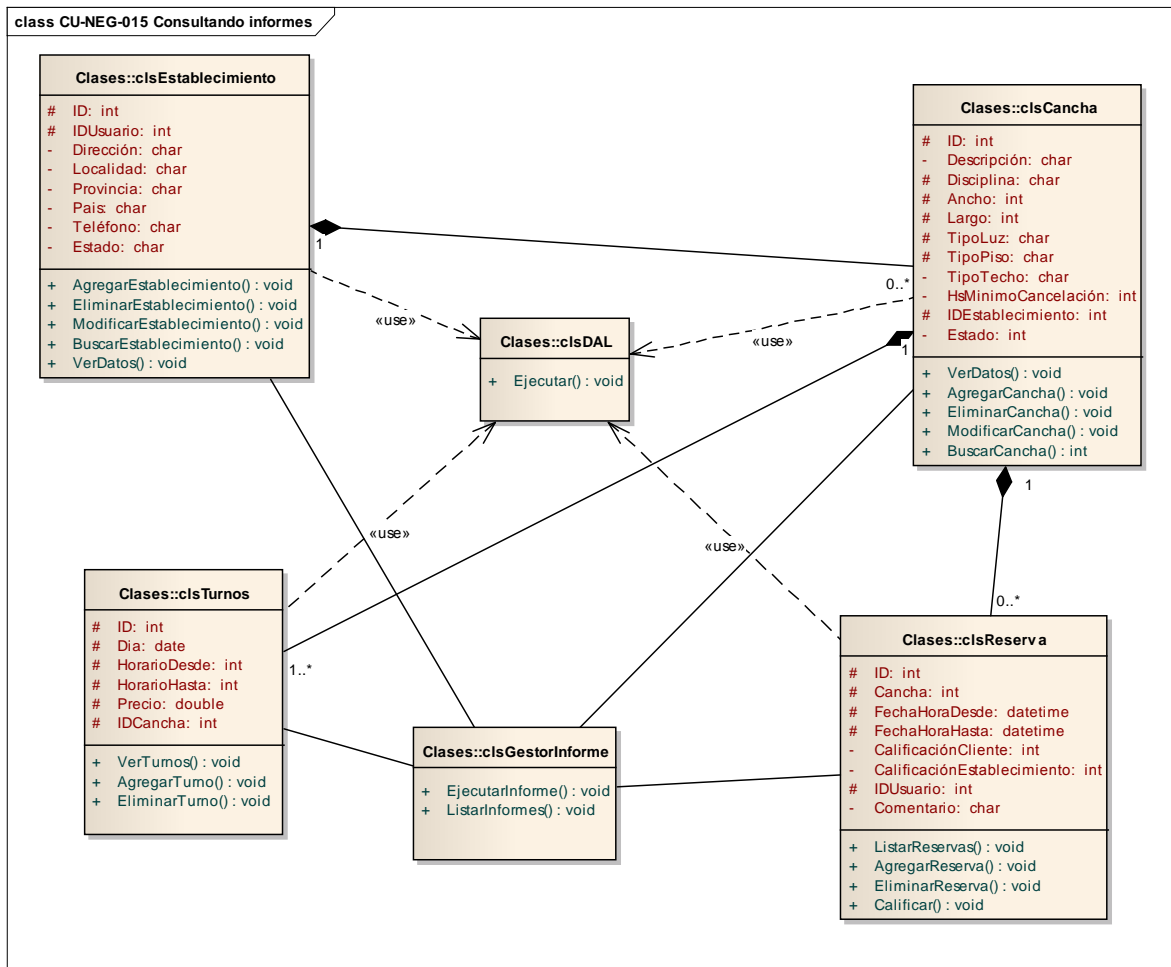
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se muestra una lista de informes disponibles para que el usuario seleccione. En el caso que el reporte requiera que se ingresen filtros, se le pedirá al usuario que lo haga y acepte los mismos, para la ejecución final del reporte. Se mostrará el reporte por pantalla, de acuerdo a los campos que éste tenga.

10.11.16 Diagrama de secuencia



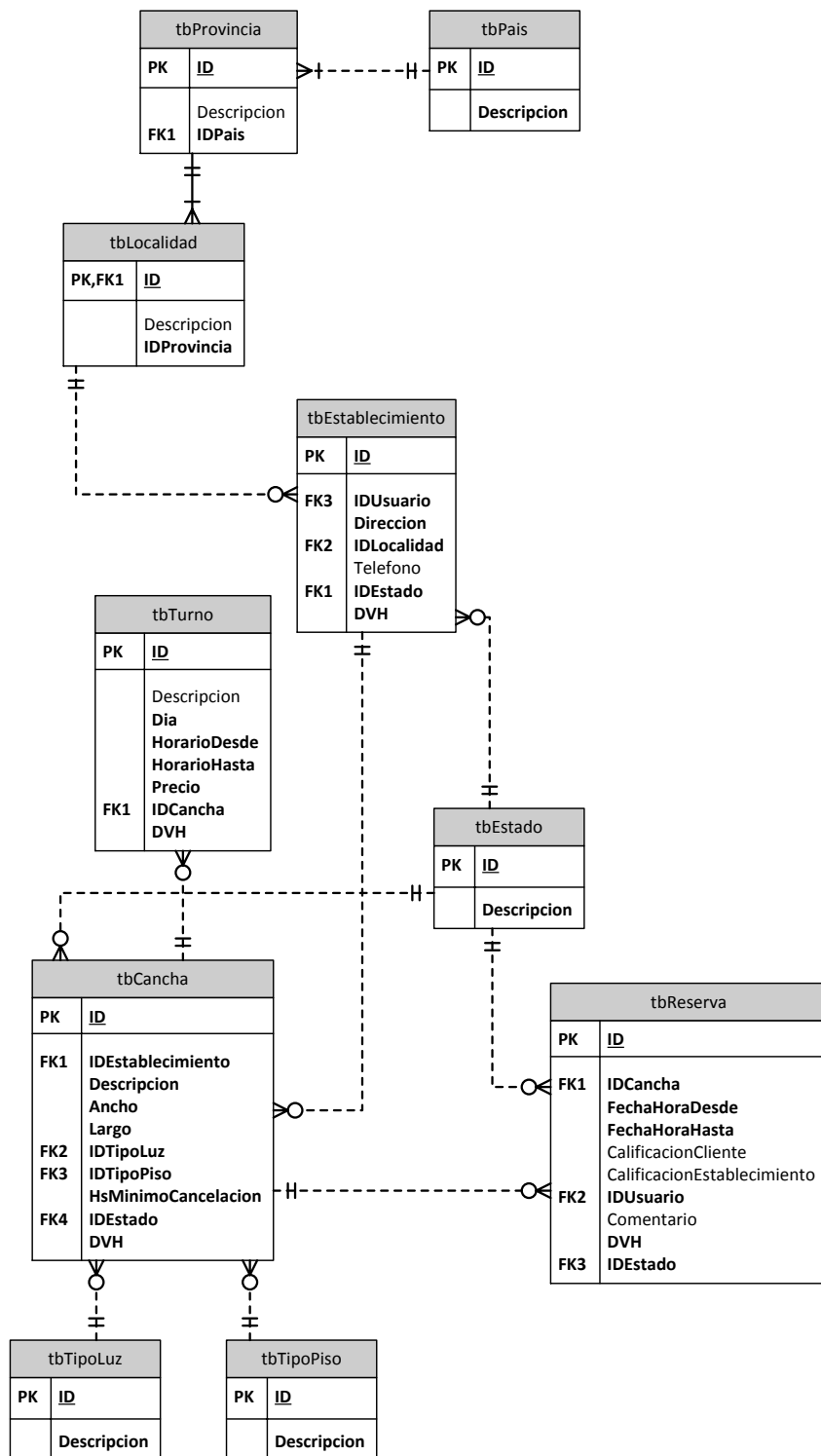
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-NEG-016 Administrando
turnos

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

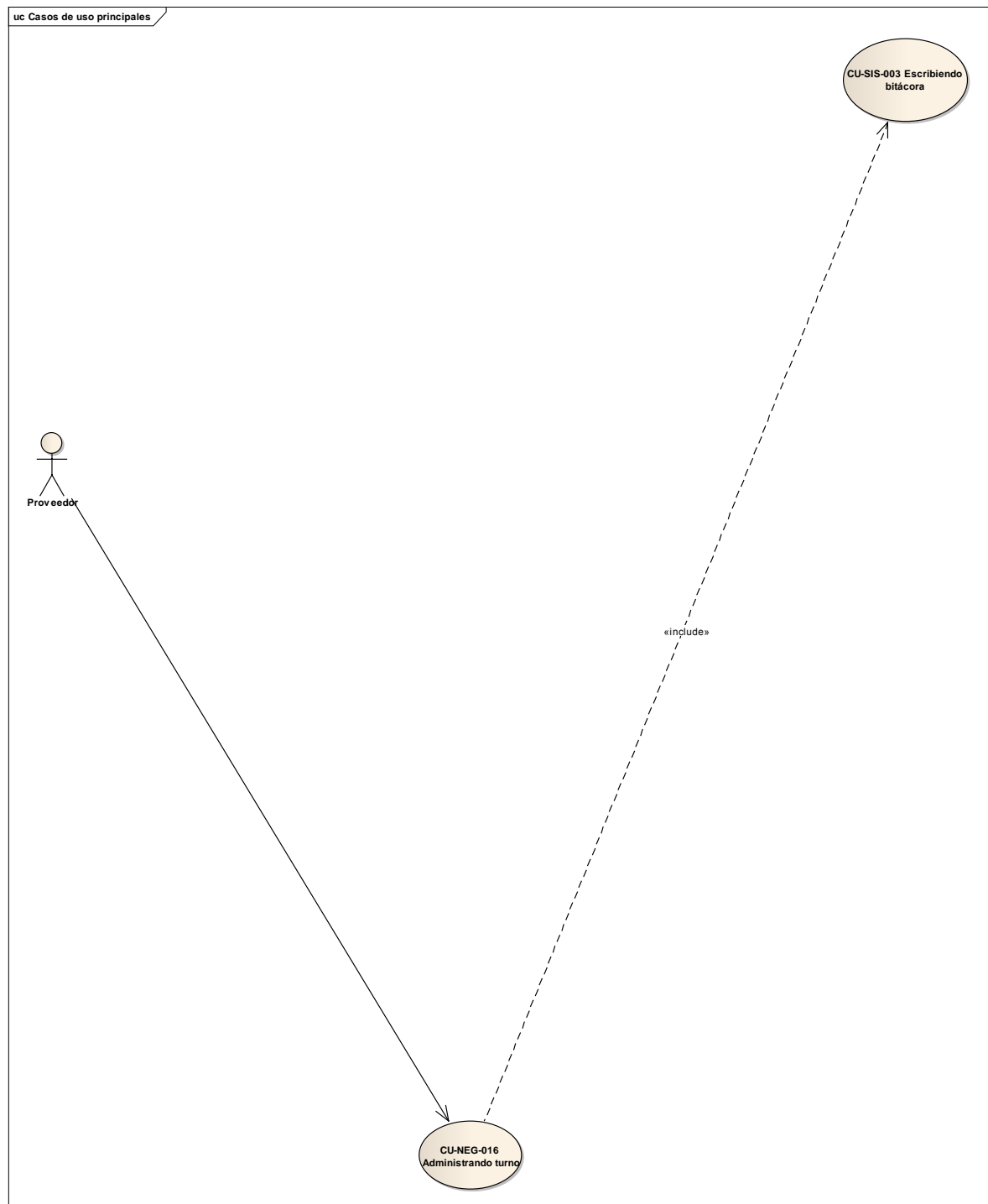
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	332
10.11.3	Gráfico del caso de uso	333
10.11.4	Objetivo	334
10.11.5	Identificación del caso de uso	334
10.11.6	Nombre del caso de uso	334
10.11.7	Descripción del caso de uso	334
10.11.8	Pre Condición	334
10.11.9	Post Condición	334
10.11.10	Actores primarios	334
10.11.11	Actores secundarios	334
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	334
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	334
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	335
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	335
10.11.14.2	Caminos alternativos	335
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	336
10.11.16	Diagrama de secuencia	337
10.11.17	Diagrama de clase	338
10.11.18	Diagrama de flujo	338
10.11.19	Diagrama de entidad relación	338



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-23	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario que cuenta con al menos un establecimiento registrado, y al menos una cancha generada podrá administrar los turnos que tiene disponibles a ofrecer.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-NEG-016

10.11.6 Nombre del caso de uso

Administrando turnos

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario proveedor podrá administrar los turnos asociados a cada una de las canchas que tenga generadas en sus establecimientos. Esto configurará de cierta manera las restricciones de uso de las canchas, impidiendo realizar las reservas fuera de cierto horario o fecha.

Esto le permitirá, en los casos de canchas nuevas, crearle turnos para poder habilitarlas.

10.11.8 Pre Condición

El usuario proveedor debe haber seleccionado la opción de administrar turno de una cancha.

10.11.9 Post Condición

Se realiza la administración de turnos deseada.

10.11.10 Actores primarios

Proveedor.

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario proveedor ingresar en la sección de administración de turnos desde el listado de canchas a administrar.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El sistema lista los diferentes turnos generados para la cancha seleccionada, con opciones que le permite eliminar turnos o crear un nuevo turno en la cancha.
2. El usuario ejecuta la opción de creación de turno.
3. El sistema solicita ingrese las diferentes opciones de turnos a configurar.
4. El usuario selecciona las opciones deseadas para la creación del rango de turnos a generar y confirma creación
5. El sistema crea el turno y vuelve a cargar la página.

10.11.14.2 Caminos alternativos

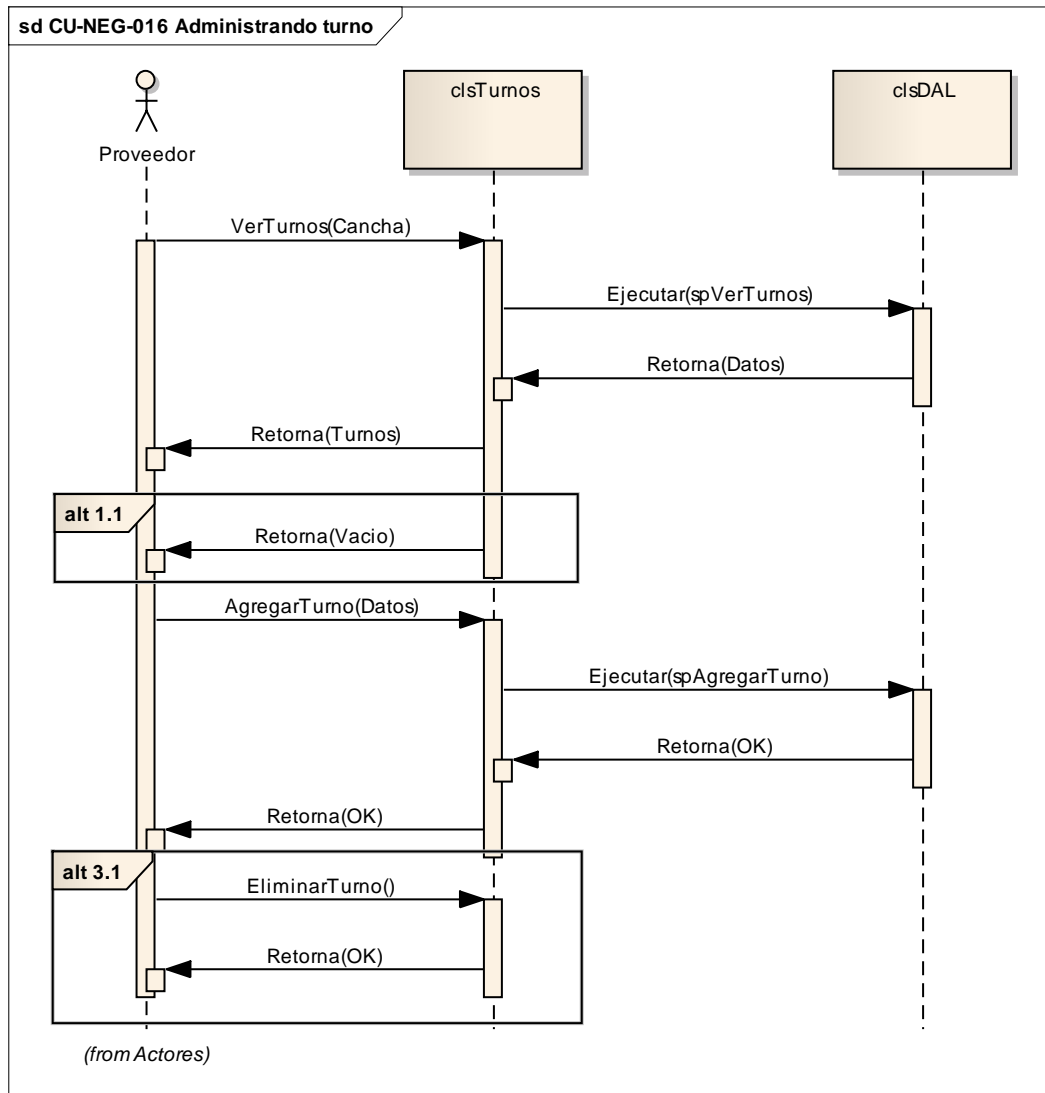
- 1.1 El sistema indica que no tiene turnos creados para la cancha.
- 2.1.1 El usuario ejecuta la opción de eliminación de turno.
- 2.1.2 El sistema confirma eliminación del turno y vuelve a cargar la página.



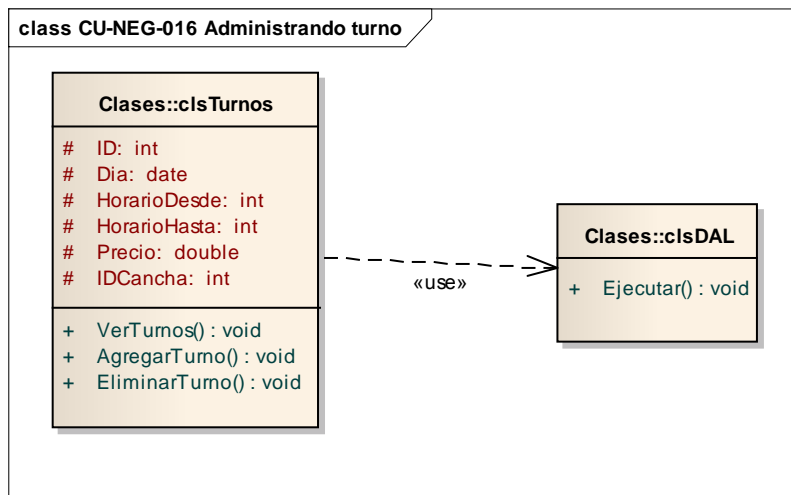
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se le muestra al usuario una pantalla con la lista de turnos que tiene creados en la cancha, con botones para poder eliminarnos o crear nuevos.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbTurno	
PK	ID
	Descripcion
	Dia
	HorarioDesde
	HorarioHasta
	Precio
FK1	IDCancha
	DVH



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SEG-001 Encriptando

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

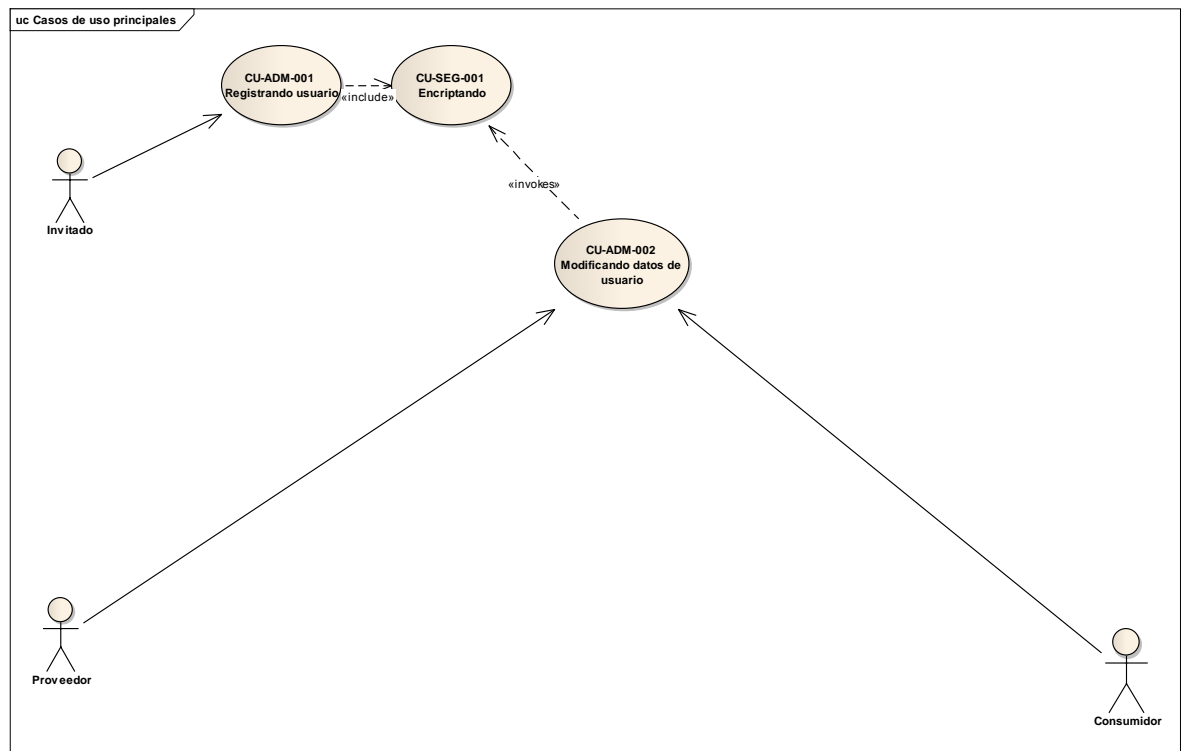
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	341
10.11.3	Gráfico del caso de uso	342
10.11.4	Objetivo	343
10.11.5	Identificación del caso de uso	343
10.11.6	Nombre del caso de uso	343
10.11.7	Descripción del caso de uso	343
10.11.8	Pre Condición	343
10.11.9	Post Condición	343
10.11.10	Actores primarios	343
10.11.11	Actores secundarios	343
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	343
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	343
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	344
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	344
10.11.14.2	Caminos alternativos	344
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	344
10.11.16	Diagrama de secuencia	345
10.11.17	Diagrama de clase	346
10.11.18	Diagrama de flujo	346
10.11.19	Diagrama de entidad relación	346



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El proceso encripta los datos sensibles que deben ser guardados en la base de datos.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SEG-001

10.11.6 Nombre del caso de uso

Encriptando

10.11.7 Descripción del caso de uso

Cada vez que se deben encriptar datos para ser guardados en la base de datos, será invocado éste proceso de manera que ingrese el dato plano y retorne el dato encriptado.

10.11.8 Pre Condición

Un dato plano debe ser encriptado.

10.11.9 Post Condición

Se retorna un dato encriptado basado en el dato plano que recibió el proceso.

10.11.10 Actores primarios

Sistema, ProcesoEncriptación

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El sistema internamente debe encriptar datos planos.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

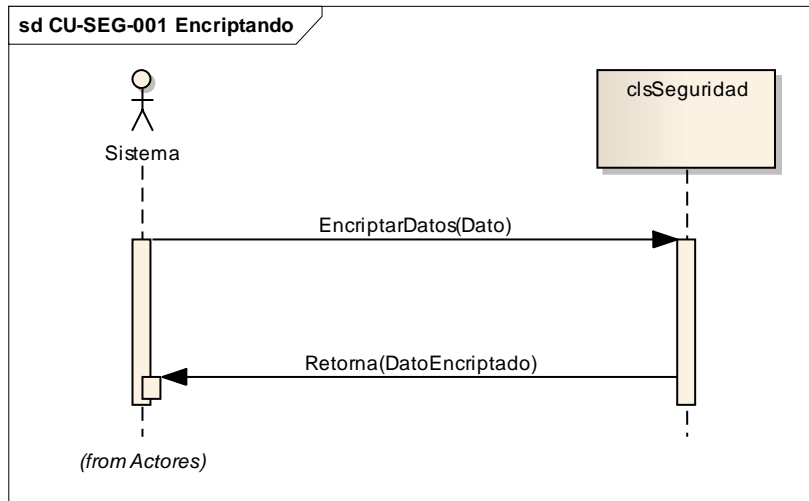
1. El sistema debe encriptar datos planos para ser almacenados en la base de datos.
2. El sistema envía los datos planos al proceso de encriptación.
3. El proceso de encriptación aplica algoritmo de encriptación sobre el dato plano.
4. El proceso de encriptación retorna el dato encriptado al sistema.

10.11.14.2 Caminos alternativos

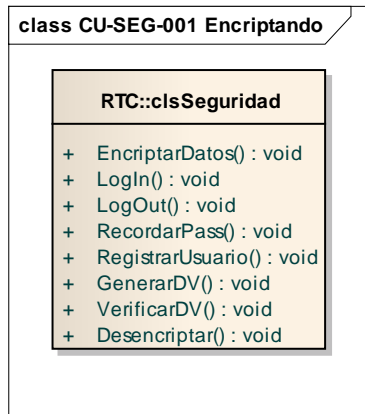
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

No aplica dado que se refiere a un proceso interno invocado por el sistema.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbUsuario	
PK	ID
FK3	Nombre
	Apellido
	IDTipoDocumento
FK2	NumeroDocumento
	FechaAlta
	Password
FK1	Direccion
	IDLocalidad
	IDEstado
	Telefono
	Celular
	Email
	DVH



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SEG-002 Desencryptando

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

10.11.2 Historial de revisión de la especificación	349
10.11.3 Gráfico del caso de uso	350
10.11.4 Objetivo	351
10.11.5 Identificación del caso de uso	351
10.11.6 Nombre del caso de uso	351
10.11.7 Descripción del caso de uso	351
10.11.8 Pre Condición	351
10.11.9 Post Condición	351
10.11.10 Actores primarios	351
10.11.11 Actores secundarios	351
10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso	351
10.11.13 Puntos de extensión y condiciones	351
10.11.14 Descripción analítica del caso de uso	352
10.11.14.1 Escenario principal de éxito	352
10.11.14.2 Caminos alternativos	352
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario	352
10.11.16 Diagrama de secuencia	353
10.11.17 Diagrama de clase	353
10.11.18 Diagrama de flujo	354
10.11.19 Diagrama de entidad relación	354



ReservaTuCancha.com.ar

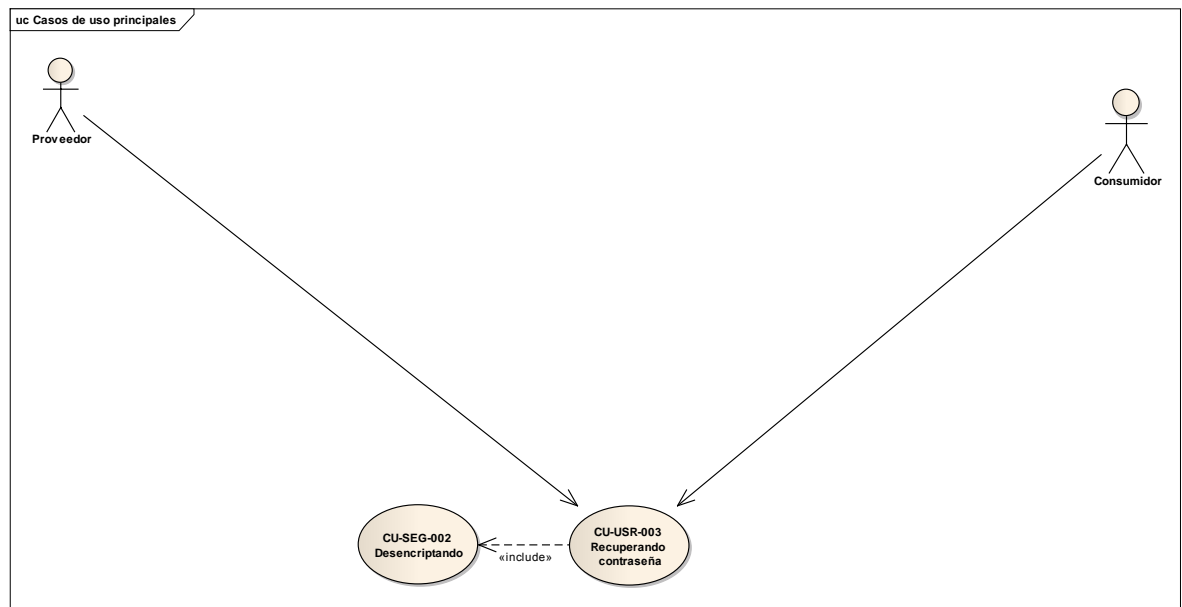
Andrés Zoppelletto (5093)



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El proceso obtiene datos encriptados desde la base de datos y necesita desencriptarlos para mostrarlos planos al usuario o usarlos en otros procesos.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SEG-002

10.11.6 Nombre del caso de uso

Desencriptando

10.11.7 Descripción del caso de uso

Cada vez que el sistema obtiene datos encriptados desde la base de datos y necesita transformarlos a datos planos, debe invocar un proceso de desencriptación que retorne el dato plano.

10.11.8 Pre Condición

El sistema tiene un dato encriptado que necesita desencriptar.

10.11.9 Post Condición

Se retorna un dato plano basado en un dato previamente encriptado.

10.11.10 Actores primarios

Sistema, ProcesoDesencriptación

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El sistema internamente debe desencriptar datos encriptados.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

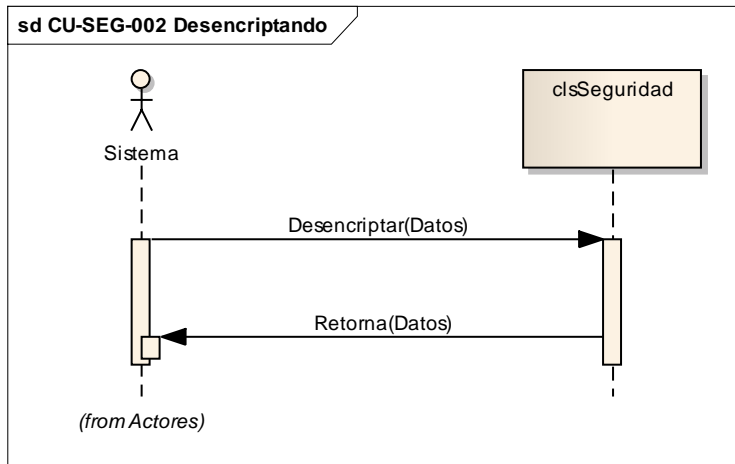
1. El sistema obtiene datos encriptados que deben ser desencriptados para ser mostrados al usuario o utilizados en otros procesos.
2. El sistema envía los datos encriptados al proceso de desencriptación.
3. El proceso de desencriptación aplica algoritmo de desencriptación sobre el dato encriptado.
4. El proceso de desencriptación retorna el dato desencriptado al sistema.

10.11.14.2 Caminos alternativos

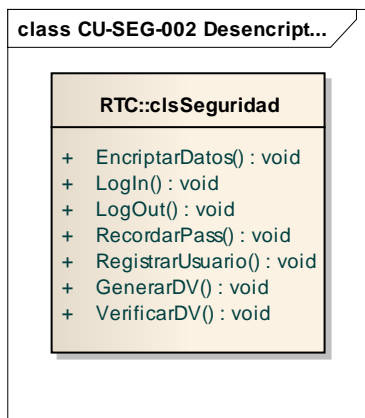
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

No aplica dado que se refiere a un proceso interno invocado por el sistema.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase





10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbUsuario	
PK	ID
FK3	Nombre Apellido IDTipoDocumento NumeroDocumento FechaAlta Password Direccion
FK2	IDLocalidad
FK1	IDEstado Telefono Celular Email DVH



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SEG-003 Generando
dígitos verificadores

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

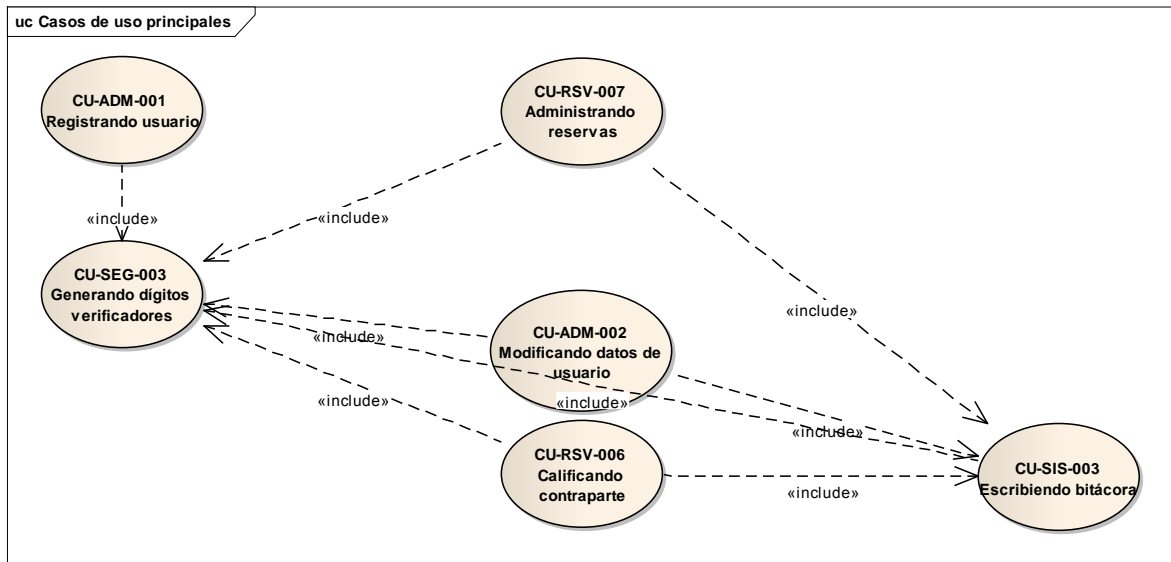
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	357
10.11.3	Gráfico del caso de uso	358
10.11.4	Objetivo	359
10.11.5	Identificación del caso de uso	359
10.11.6	Nombre del caso de uso	359
10.11.7	Descripción del caso de uso	359
10.11.8	Pre Condición	359
10.11.9	Post Condición	359
10.11.10	Actores primarios	359
10.11.11	Actores secundarios	359
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	359
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	359
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	360
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	360
10.11.14.2	Caminos alternativos	360
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	360
10.11.16	Diagrama de secuencia	361
10.11.17	Diagrama de clase	361
10.11.18	Diagrama de flujo	362
10.11.19	Diagrama de entidad relación	362



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El proceso es invocado cada vez que se escribe una tabla primaria para el sistema, con el objetivo posterior de validar integridad de la base de datos haciendo uso del método de dígito verificador horizontal y vertical.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SEG-003

10.11.6 Nombre del caso de uso

Generando dígitos verificadores

10.11.7 Descripción del caso de uso

Proceso interno invocado por el sistema al momento de realizar la escritura en la base de datos, con el objetivo de preservar la integridad de la base asegurando que ningún dato de las tablas primarias del sistema ha sido modificado por fuera del proceso habitual, ni ningún registro ha sido añadido en dichas tablas. Entendiéndose por tabla primera las tablas que se desean sean aseguradas.

10.11.8 Pre Condición

El sistema ha escrito en una tabla primaria de la base de datos.

10.11.9 Post Condición

Se escribe el dígito verificador horizontal en la tabla en cuestión, y el dígito verificador vertical en la tabla maestra de DV.

10.11.10 Actores primarios

Sistema, GeneradorDV

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El sistema escribió datos en la base de datos que requiere calcular o recalcular DV.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No hay.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

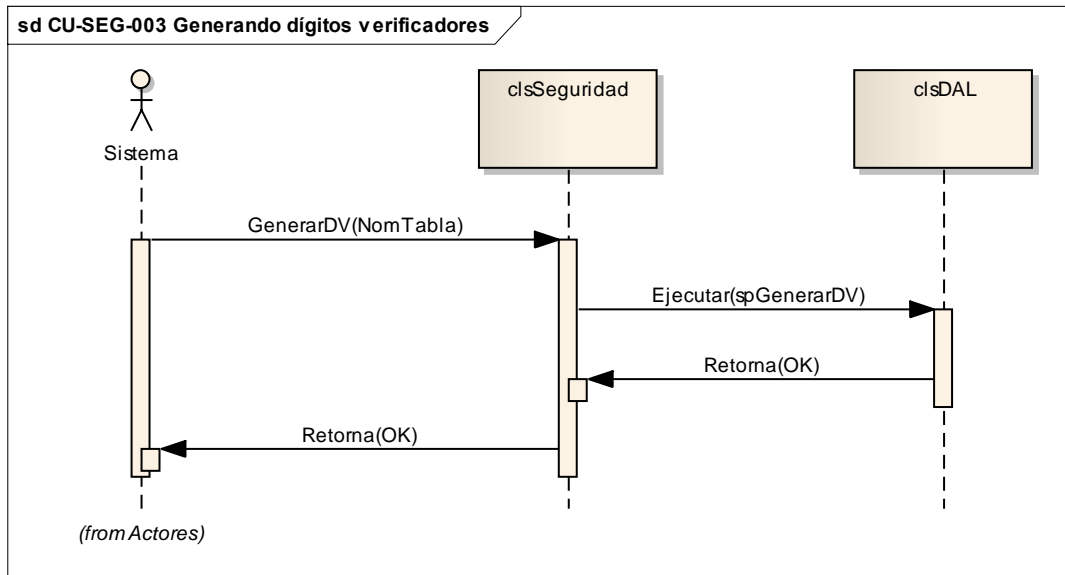
1. El sistema escribió en la base de datos e invoca el proceso de dígito verificador indicando la tabla en cuestión y el registro involucrado.
2. El proceso de dígito verificador calcula el valor del dígito verificador horizontal para dicho registro.
3. El proceso de dígito verificador escribe en la base el valor calculado para el registro.
4. El proceso de dígito verificador calcula el valor del dígito verificador vertical para dicha tabla.
5. El proceso de dígito verificador escribe en la tabla DV de la base de datos el valor calculado para la tabla afectada.
6. El proceso de dígito verificador retorna mensaje de proceso exitoso al sistema.

10.11.14.2 Caminos alternativos

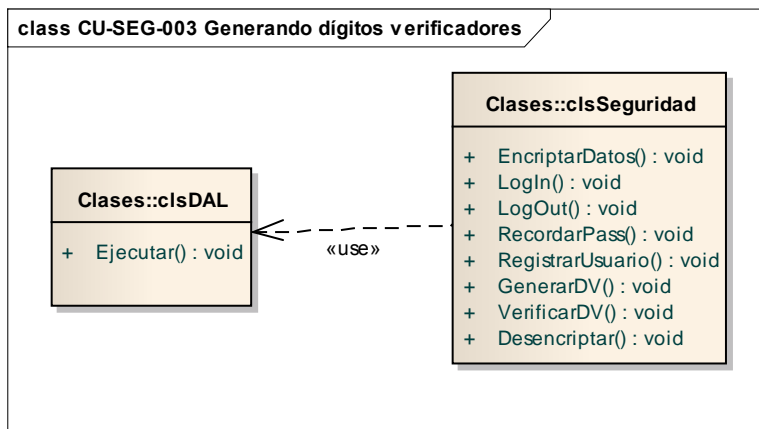
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

No aplica dado que se refiere a un proceso interno invocado por el sistema.

10.11.16 Diagrama de secuencia



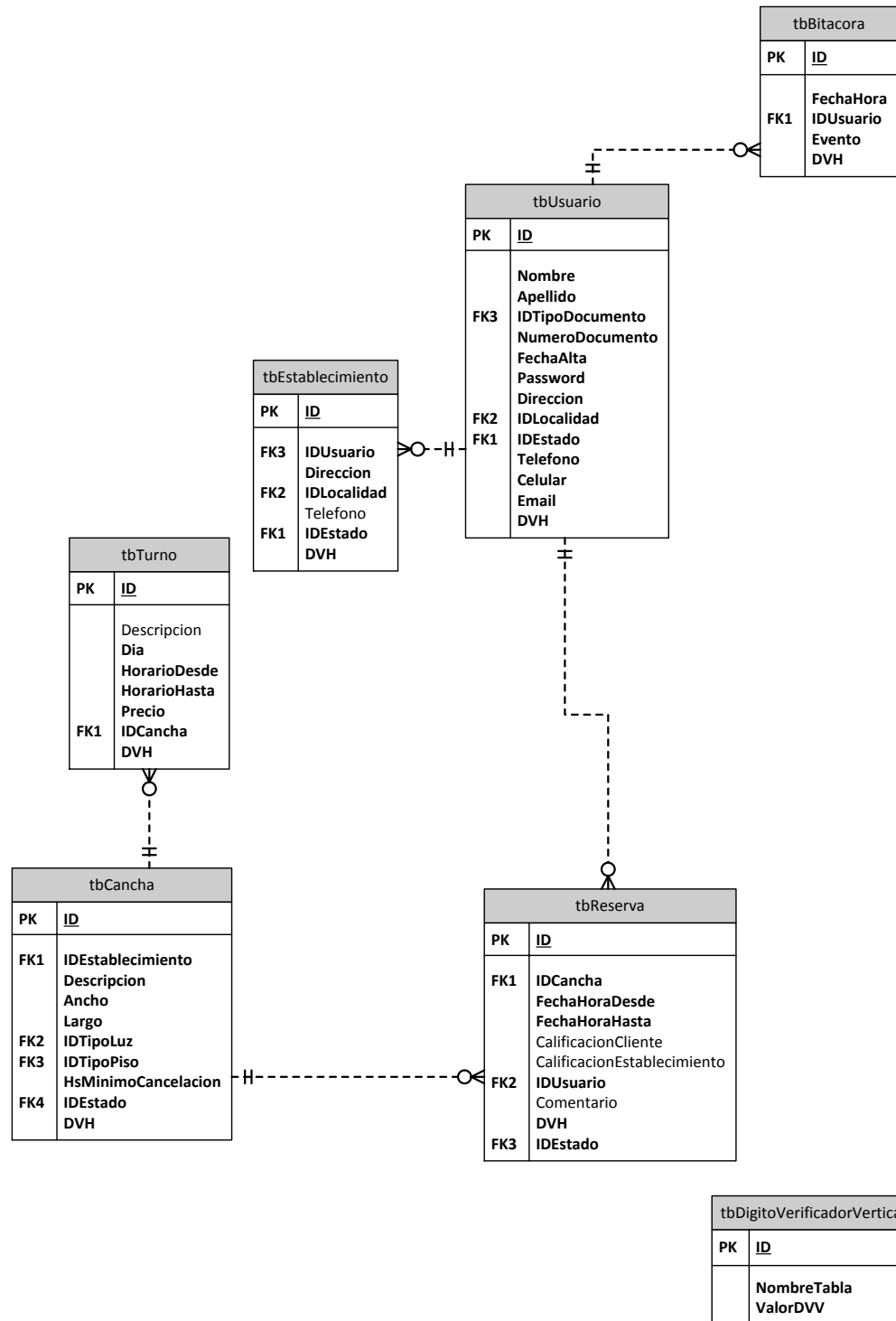
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SIS-001 Realizando copia
de seguridad

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

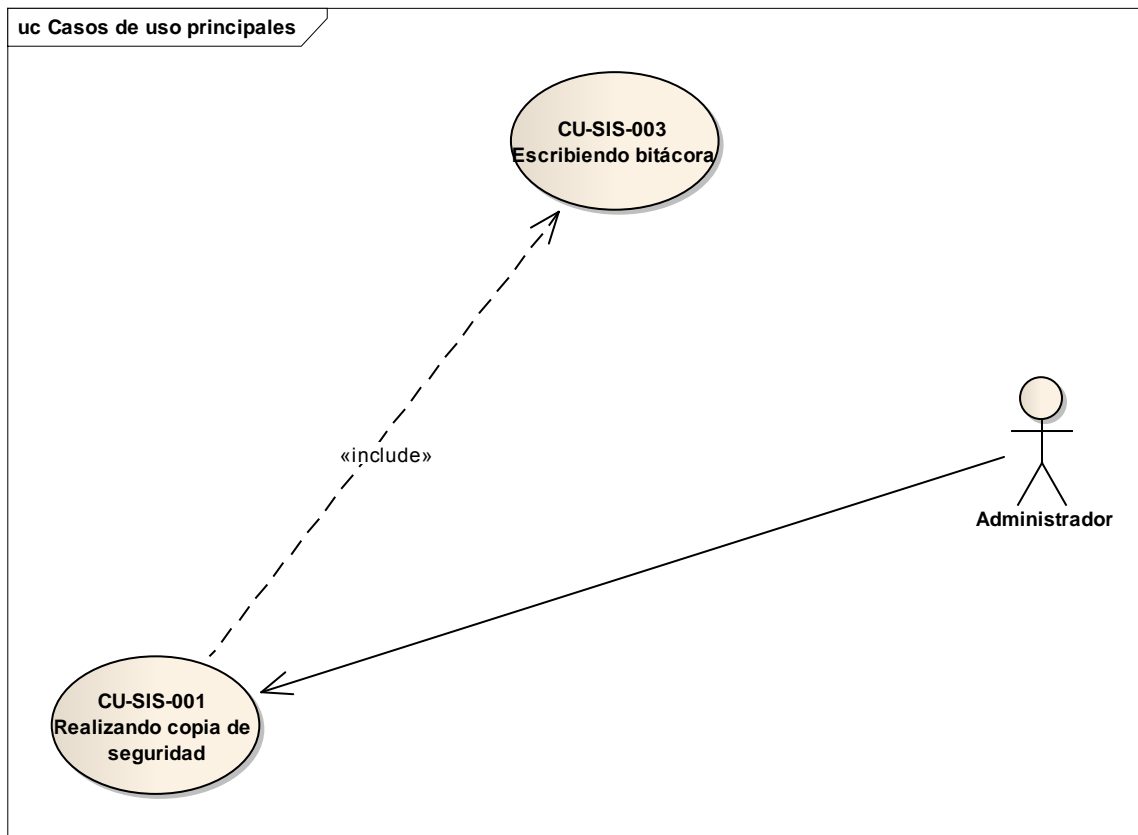
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	365
10.11.3	Gráfico del caso de uso	366
10.11.4	Objetivo	367
10.11.5	Identificación del caso de uso	367
10.11.6	Nombre del caso de uso	367
10.11.7	Descripción del caso de uso	367
10.11.8	Pre Condición	367
10.11.9	Post Condición	367
10.11.10	Actores primarios	367
10.11.11	Actores secundarios	367
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	367
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	367
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	368
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	368
10.11.14.2	Caminos alternativos	368
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	368
10.11.16	Diagrama de secuencia	369
10.11.17	Diagrama de clase	369
10.11.18	Diagrama de flujo	369
10.11.19	Diagrama de entidad relación	369



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario administrador solicita realizar el proceso de resguardo de seguridad en forma manual.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SIS-001

10.11.6 Nombre del caso de uso

Realizando copia de seguridad

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario solicita la ejecución el proceso de resguardo de la información de manera manual, para esto el sistema valida previamente que tenga los permisos suficientes para ejecutar la operación.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ingresado al sitio e ingresar con los permisos suficientes para ejecutar la operación.

10.11.9 Post Condición

Se realiza el resguardo de seguridad.

10.11.10 Actores primarios

Administrador

10.11.11 Actores secundarios

Base de datos

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario autenticado solicita ejecutar el proceso de resguardo de seguridad.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario solicita al sistema la ejecución del proceso de resguardo de datos.
2. El sistema invoca el proceso de la base de datos que genera el resguardo de seguridad de los datos.
3. El sistema registra en la bitácora el evento (CU-SIS-003).
4. El sistema avisa al usuario que el proceso finalizó.

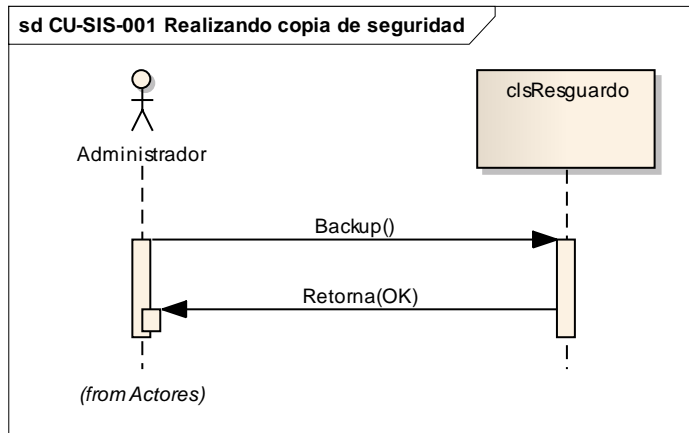
10.11.14.2 Caminos alternativos

10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

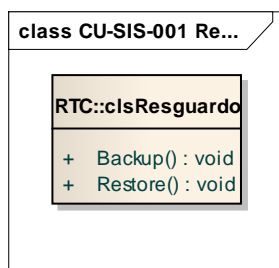
Se mostrará un módulo de administración donde el usuario con los permisos necesarios (administrador) podrá ejecutar varias operaciones a saber:

- Realizar copia de seguridad
- Ejecutar restauración de seguridad
- Validar integridad de dígitos verificadores

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

No aplica el análisis requerido en éste punto.



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SIS-002 Ejecutando
restauración de seguridad

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

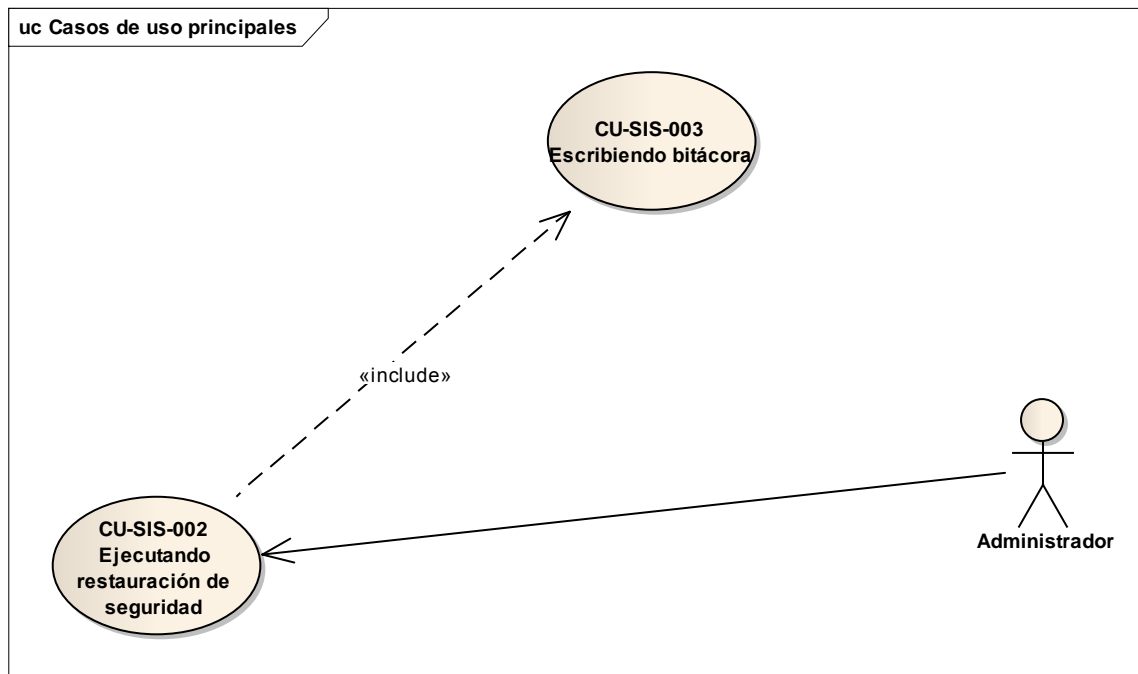
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	372
10.11.3	Gráfico del caso de uso	373
10.11.4	Objetivo	374
10.11.5	Identificación del caso de uso	374
10.11.6	Nombre del caso de uso	374
10.11.7	Descripción del caso de uso	374
10.11.8	Pre Condición	374
10.11.9	Post Condición	374
10.11.10	Actores primarios	374
10.11.11	Actores secundarios	374
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	374
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	374
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	375
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	375
10.11.14.2	Caminos alternativos	375
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	375
10.11.16	Diagrama de secuencia	376
10.11.17	Diagrama de clase	376
10.11.18	Diagrama de flujo	376
10.11.19	Diagrama de entidad relación	376



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario administrador solicita realizar el proceso de recuperación de la copia de seguridad previamente realizada.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SIS-002

10.11.6 Nombre del caso de uso

Ejecutando restauración de seguridad

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario solicita la ejecución el proceso de recuperación de la información resguardada previamente, para esto el sistema valida previamente que tenga los permisos suficientes para ejecutar la operación.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ingresado al sitio e ingresar con los permisos suficientes para ejecutar la operación.

10.11.9 Post Condición

Se realiza la recuperación de seguridad.

10.11.10 Actores primarios

Administrador

10.11.11 Actores secundarios

Base de datos

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario autenticado solicita ejecutar el proceso de recuperación de seguridad.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario solicita al sistema la ejecución del proceso de recuperación de datos resguardados previamente.
2. El sistema pide se ingrese la ruta donde se encuentra el archivo de respaldo a recuperar.
3. El usuario ingresa la ruta donde se encuentra el archivo a recuperar.
4. El sistema invoca el proceso de recuperación de datos en base al archivo seleccionado.
5. El sistema registra en la bitácora el evento de recuperación (CU-SIS-003).
6. El sistema avisa al usuario que el proceso finalizó.

10.11.14.2 Caminos alternativos

- 4.1 El sistema detecta error en la ejecución del proceso invocado y da aviso al usuario.

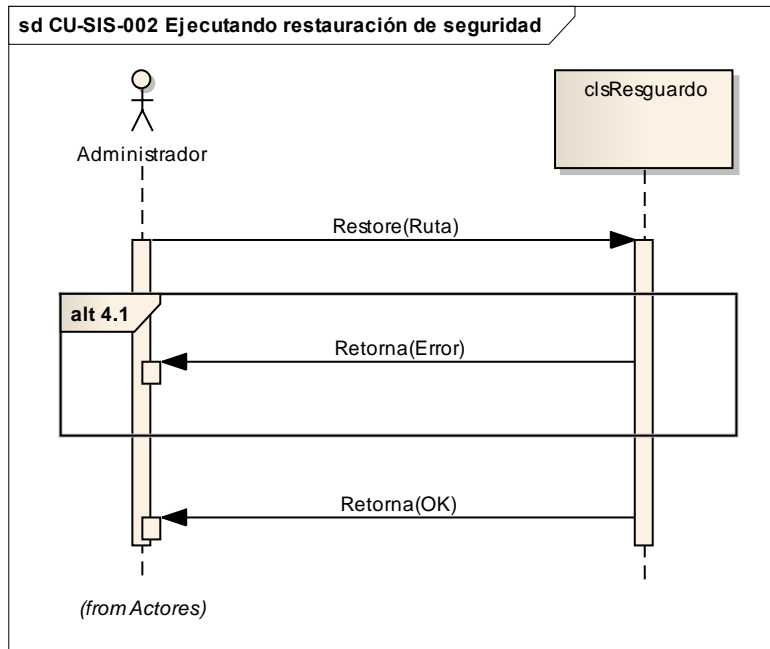
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se mostrará un módulo de administración donde el usuario con los permisos necesarios (administrador) podrá ejecutar varias operaciones a saber:

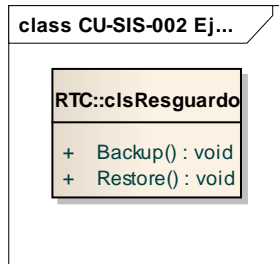
- Realizar copia de seguridad
- Ejecutar restauración de seguridad
- Leer bitácora
- Validar integridad de dígitos verificadores

Al seleccionar el proceso de restauración, se pedirá ingrese la ruta donde se encuentra del archivo a restaurar.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

No aplica el análisis requerido en éste punto.



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SIS-003 Escribiendo
bitácora

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

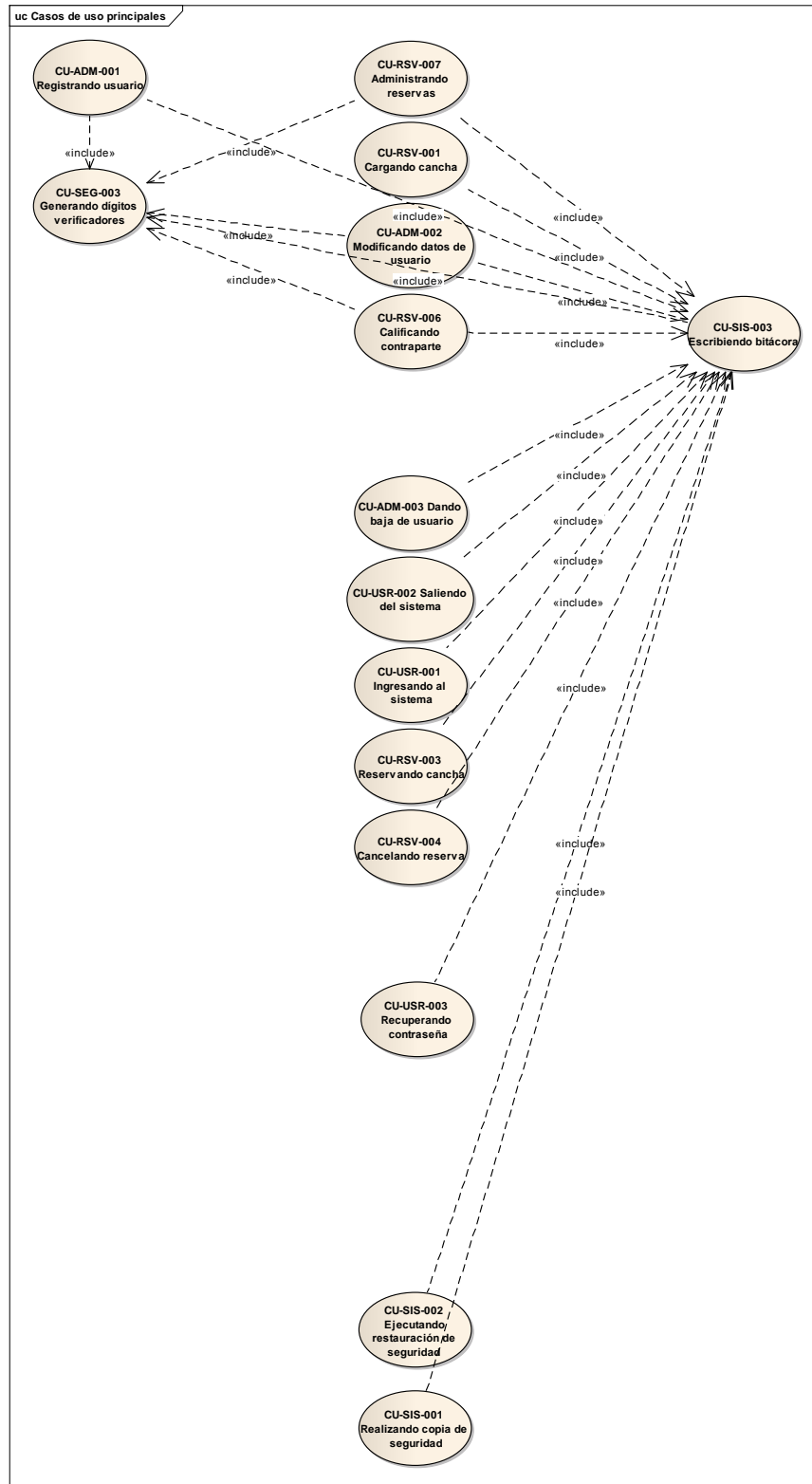
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	379
10.11.3	Gráfico del caso de uso	380
10.11.4	Objetivo	381
10.11.5	Identificación del caso de uso	381
10.11.6	Nombre del caso de uso	381
10.11.7	Descripción del caso de uso	381
10.11.8	Pre Condición	381
10.11.9	Post Condición	381
10.11.10	Actores primarios	381
10.11.11	Actores secundarios	381
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	381
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	381
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	382
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	382
10.11.14.2	Caminos alternativos	382
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	383
10.11.16	Diagrama de secuencia	384
10.11.17	Diagrama de clase	385
10.11.18	Diagrama de flujo	385
10.11.19	Diagrama de entidad relación	385



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Es el proceso que describe los pasos para la escritura del registro en la base de datos de la bitácora cada vez que se lo invoca.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SIS-003

10.11.6 Nombre del caso de uso

Escribiendo bitácora

10.11.7 Descripción del caso de uso

El proceso de escritura de registros en la bitácora es invocado por el sistema en forma interna cada vez que lo invoca un evento registrable.

10.11.8 Pre Condición

El proceso es invocado por un evento que amerita ser registrado.

10.11.9 Post Condición

El evento es registrado en la bitácora.

10.11.10 Actores primarios

Sistema

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

Un evento debe ser registrado en la bitácora.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.



10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El sistema ejecuta un evento que debe ser registrado en la bitácora.
2. El sistema invoca el proceso de registración del evento.
3. El proceso de registración en bitácora escribe los datos correspondientes al evento en la base de datos.

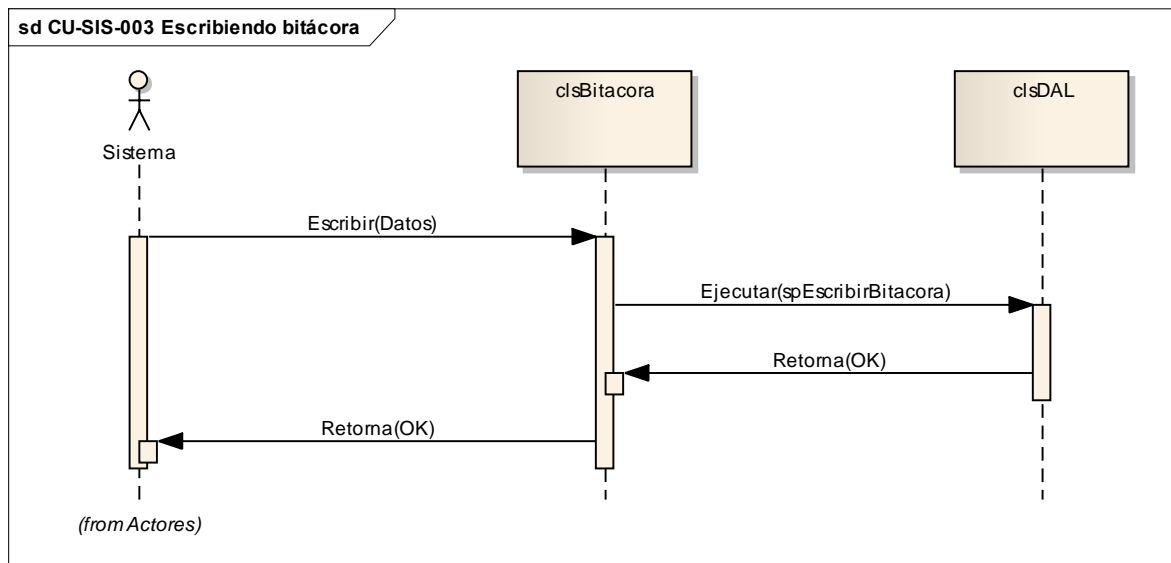
10.11.14.2 Caminos alternativos



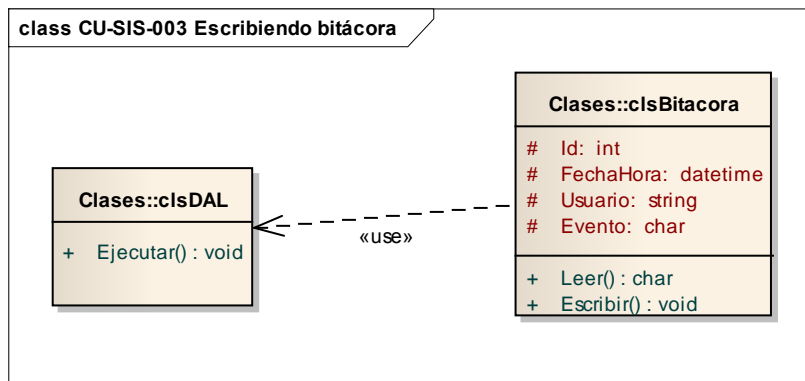
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se mostrarán dos campos donde el usuario deberá ingresar usuario y contraseña. Adicionalmente tendrá tres botones o vínculos que le permitirá realizar el inicio de sesión, solicitar la recuperación de contraseña o ir al formulario de registración.

10.11.16 Diagrama de secuencia



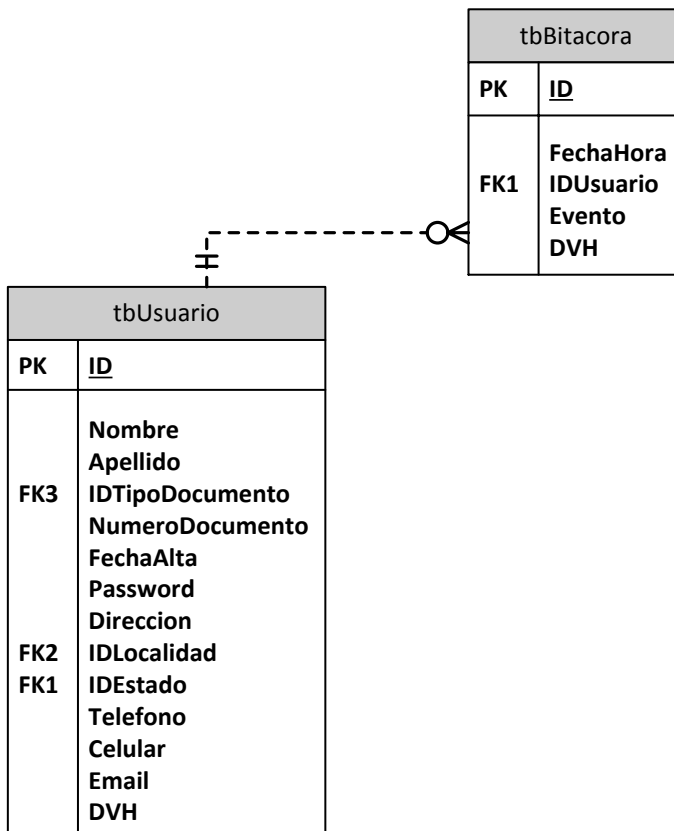
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SIS-004 Leyendo bitácora

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

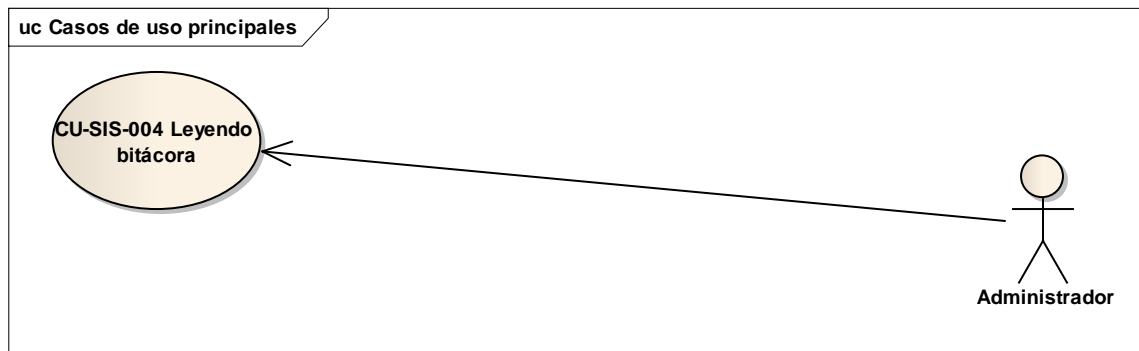
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	388
10.11.3	Gráfico del caso de uso	389
10.11.4	Objetivo	390
10.11.5	Identificación del caso de uso	390
10.11.6	Nombre del caso de uso	390
10.11.7	Descripción del caso de uso	390
10.11.8	Pre Condición	390
10.11.9	Post Condición	390
10.11.10	Actores primarios	390
10.11.11	Actores secundarios	390
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	390
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	390
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	391
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	391
10.11.14.2	Caminos alternativos	391
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	391
10.11.16	Diagrama de secuencia	392
10.11.17	Diagrama de clase	393
10.11.18	Diagrama de flujo	393
10.11.19	Diagrama de entidad relación	393



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario administrador solicita listar los eventos que están registrados en la bitácora.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SIS-004

10.11.6 Nombre del caso de uso

Leyendo bitácora

10.11.7 Descripción del caso de uso

El administrador solicita listar los eventos que están registrados en la bitácora. El sistema le consulta qué tipo de filtros quiere realizar, y le despliega los registros correspondientes a los eventos que coinciden con esos filtros.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ingresado al sitio e ingresar con los permisos suficientes para ejecutar la operación.

10.11.9 Post Condición

Se muestran los registros de la bitácora solicitada.

10.11.10 Actores primarios

Administrador

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario autenticado solicita listar los eventos de la bitácora.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario ingresa los filtros deseados y solicita al sistema listar los eventos que se registraron en la bitácora.
2. El sistema realiza la búsqueda de registros y se los lista al usuario.
3. El sistema registra en la bitácora el evento (CU-SIS-003).

10.11.14.2 Caminos alternativos

- 2.1 En caso que no se encuentren registros, el sistema informará que no hay datos a mostrar.

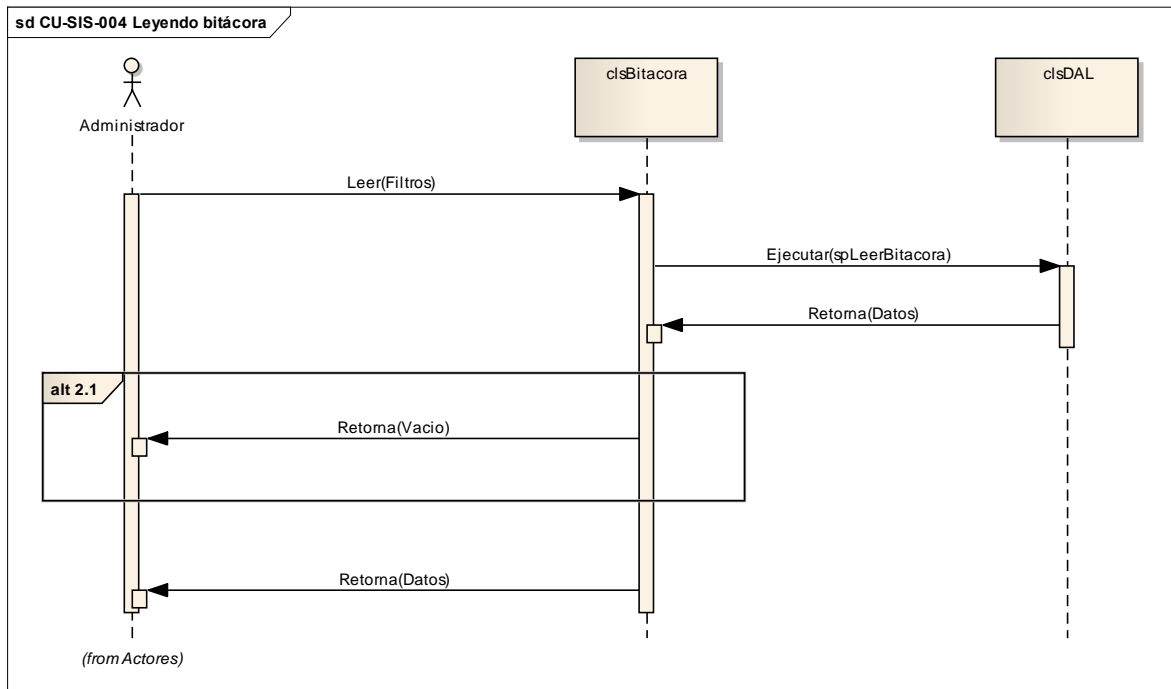
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se mostrará un módulo de administración donde el usuario con los permisos necesarios (administrador) podrá ejecutar varias operaciones a saber:

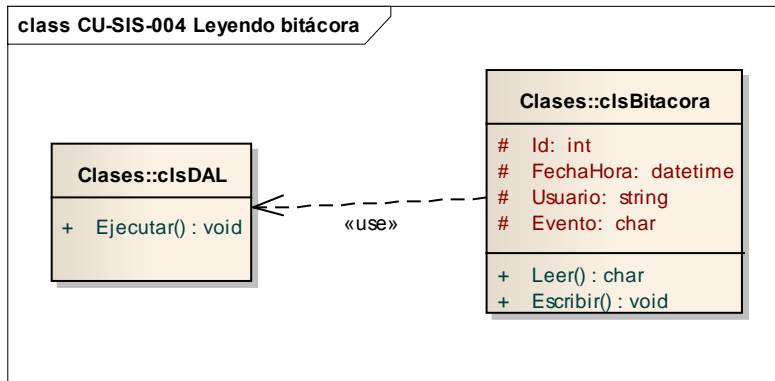
- Realizar copia de seguridad
- Ejecutar restauración de seguridad
- Leer bitácora
- Validar integridad de dígitos verificadores

Luego de ejecutar la operación, al listar los registros le permite volver a la pantalla anterior.

10.11.16 Diagrama de secuencia



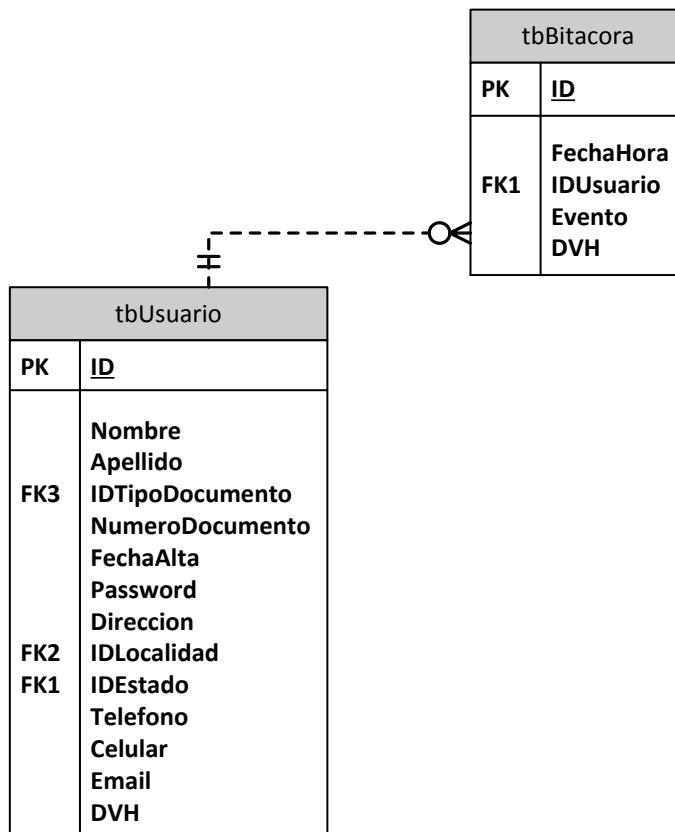
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-SIS-005 Validando
integridad de dígitos
verificadores

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

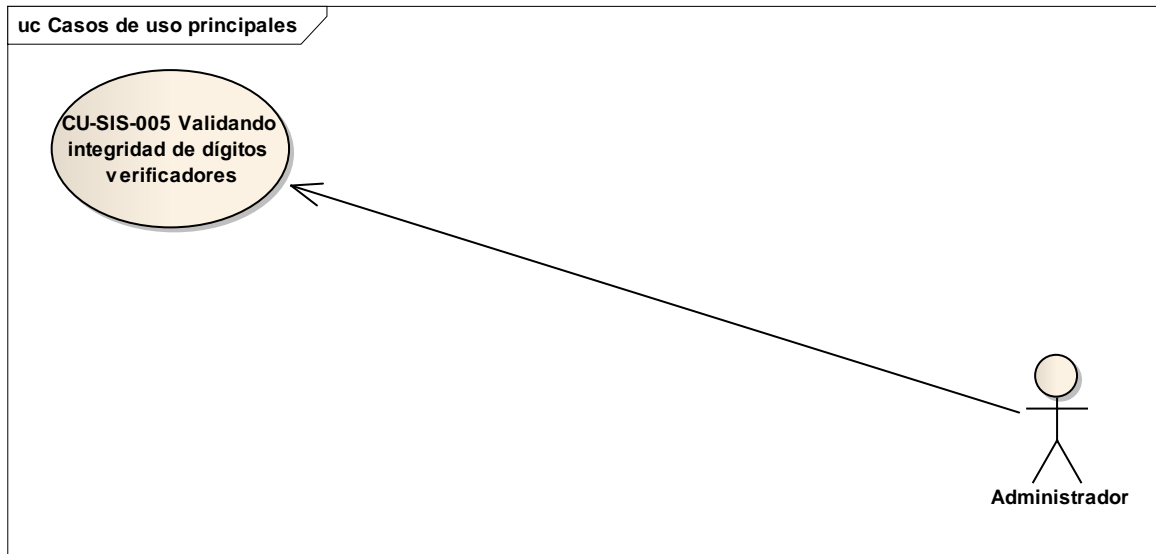
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	396
10.11.3	Gráfico del caso de uso	397
10.11.4	Objetivo	398
10.11.5	Identificación del caso de uso	398
10.11.6	Nombre del caso de uso	398
10.11.7	Descripción del caso de uso	398
10.11.8	Pre Condición	398
10.11.9	Post Condición	398
10.11.10	Actores primarios	398
10.11.11	Actores secundarios	398
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	398
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	398
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	399
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	399
10.11.14.2	Caminos alternativos	399
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	399
10.11.16	Diagrama de secuencia	400
10.11.17	Diagrama de clase	400
10.11.18	Diagrama de flujo	400
10.11.19	Diagrama de entidad relación	401



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

El usuario administrador desea validar la integridad de la base de datos a través de la verificación de los dígitos verificadores horizontal y vertical de la base de datos.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-SIS-005

10.11.6 Nombre del caso de uso

Validando integridad de dígitos verificadores

10.11.7 Descripción del caso de uso

A través de éste proceso el usuario administrador ejecuta el proceso por el cual valida la integridad de la base de datos, realizando el cálculo de generación de dígitos verificadores y comparándolos con los valores que actualmente tienen las tablas en la base de datos.

10.11.8 Pre Condición

El usuario ingreso al sistema debe tener los permisos suficientes para realizar la operación.

10.11.9 Post Condición

El sistema indica el estado de integridad de la base de datos.

10.11.10 Actores primarios

Administrador, Sistema

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario administrador desea validar integridad de la base.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario administrador ejecuta el proceso de validación de integridad de la base de datos.
2. El sistema realiza el cálculo del dígito verificador vertical de la tabla DV.
3. El sistema realiza el cálculo del dígito verificador horizontal de cada registro de las tablas que figuran en la tabla de DV.
4. El sistema le informa al usuario el resultado del proceso.

10.11.14.2 Caminos alternativos

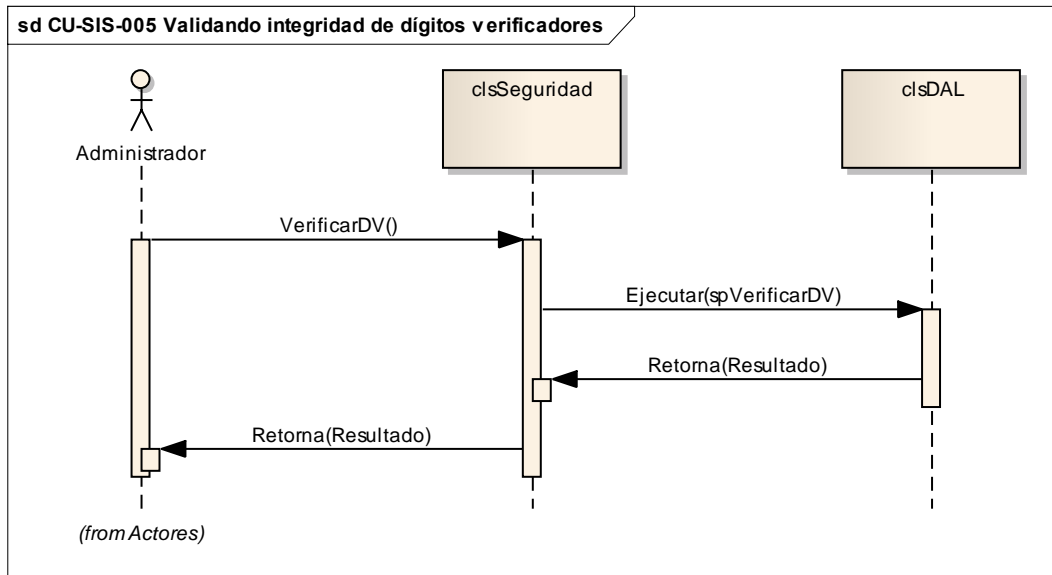
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se mostrará un módulo de administración donde el usuario con los permisos necesarios (administrador) podrá ejecutar varias operaciones a saber:

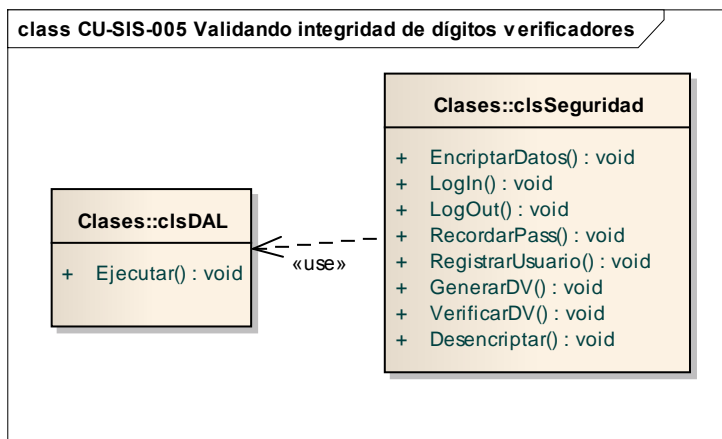
- Realizar copia de seguridad
- Ejecutar restauración de seguridad
- Leer bitácora
- Validar integridad de dígitos verificadores

Luego de ejecutar la operación, al listar los registros le permite volver a la pantalla anterior.

10.11.16 Diagrama de secuencia



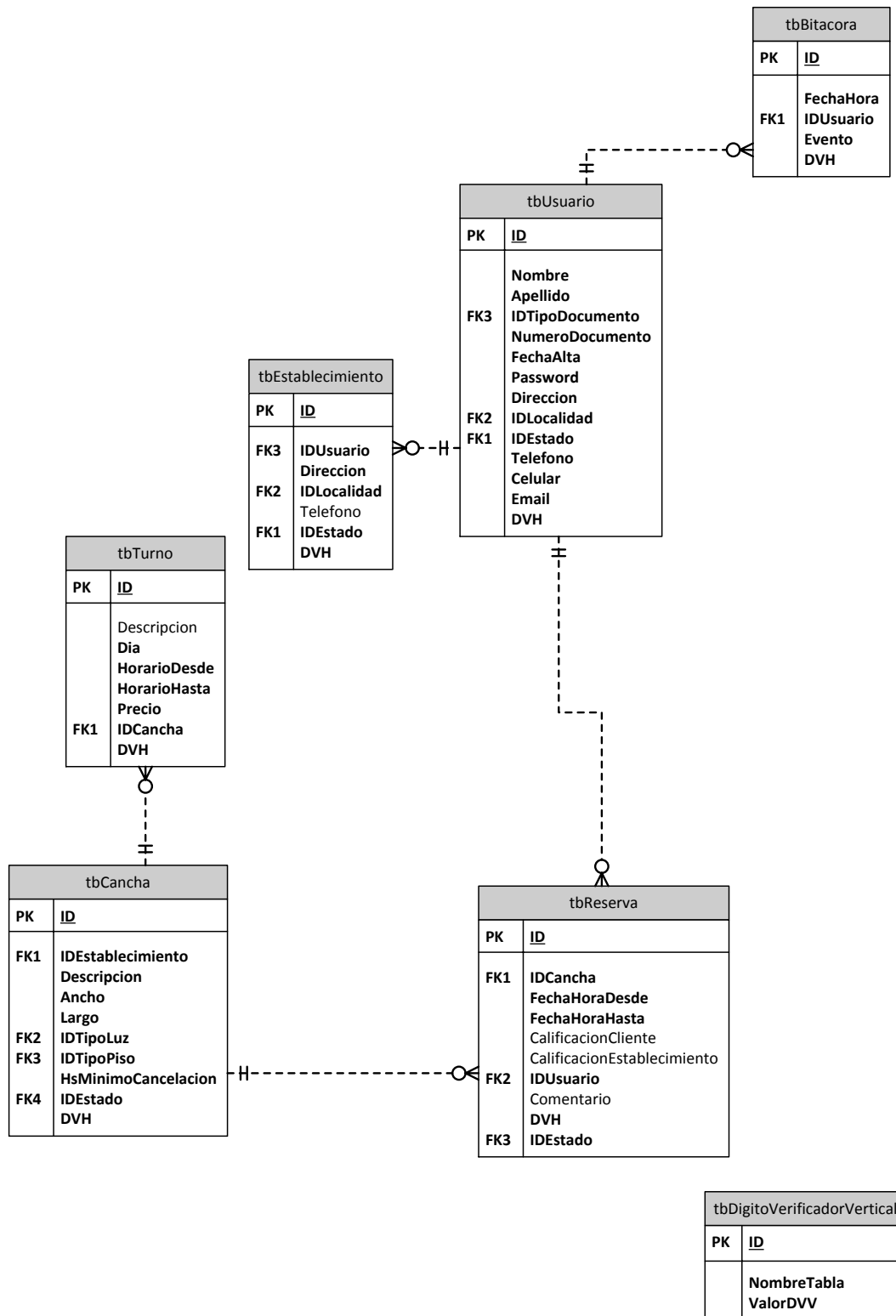
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-USR-001 Ingresando al
sistema

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

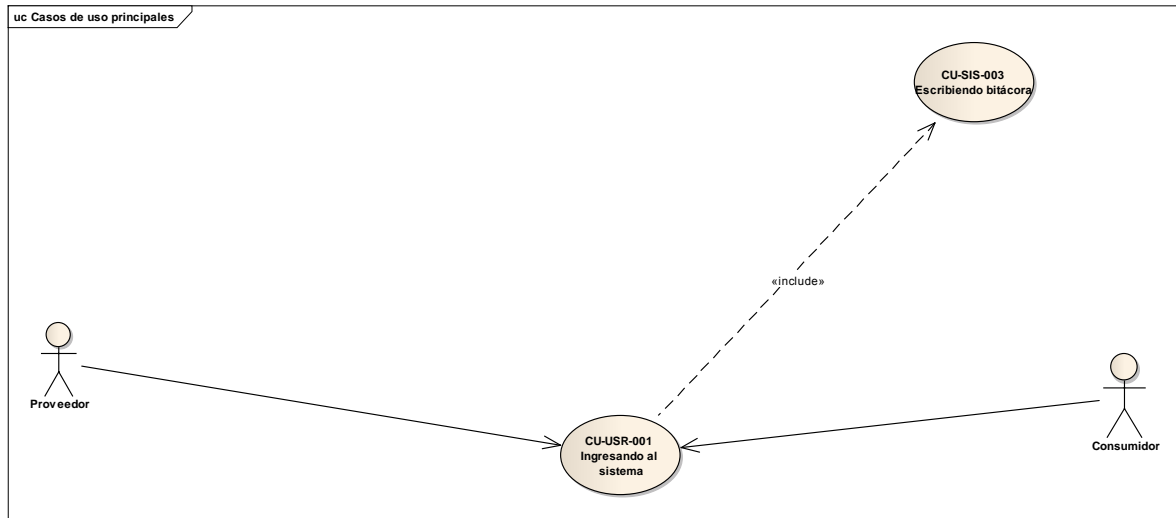
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	404
10.11.3	Gráfico del caso de uso	405
10.11.4	Objetivo	406
10.11.5	Identificación del caso de uso	406
10.11.6	Nombre del caso de uso	406
10.11.7	Descripción del caso de uso	406
10.11.8	Pre Condición	406
10.11.9	Post Condición	406
10.11.10	Actores primarios	406
10.11.11	Actores secundarios	406
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	406
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	406
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	407
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	407
10.11.14.2	Caminos alternativos	407
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	408
10.11.16	Diagrama de secuencia	409
10.11.17	Diagrama de clase	410
10.11.18	Diagrama de flujo	411
10.11.19	Diagrama de entidad relación	411



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Es el proceso que describe los pasos de ingreso al sistema por parte de un usuario que aún no se autenticó y no ha recibido aún autorización.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-USR-001

10.11.6 Nombre del caso de uso

Ingresando al sistema

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario accede al sitio y desea autenticarse para poder hacer uso del sistema de acuerdo a lo definido en roles y perfiles correspondientes.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe haber ingresado al sitio.

10.11.9 Post Condición

El usuario abre sesión en el sistema.

10.11.10 Actores primarios

Administrador, Proveedor, Consumidor, Invitado, Sistema

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea autenticarse.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario accede a la interfaz de ingreso.
2. El sistema solicita nombre de usuario y contraseña.
3. El usuario ingresa nombre de usuario y contraseña en los campos mostrados y acepta continuar.
4. El sistema verifica que el usuario y la contraseña ingresados son correctos.
5. El sistema obtiene roles y perfil del usuario.
6. El sistema registra en la bitácora el evento de ingreso (CU-SIS-003).
7. El sistema da la bienvenida y muestra la pantalla de acuerdo a los permisos que tiene el usuario.

10.11.14.2 Caminos alternativos

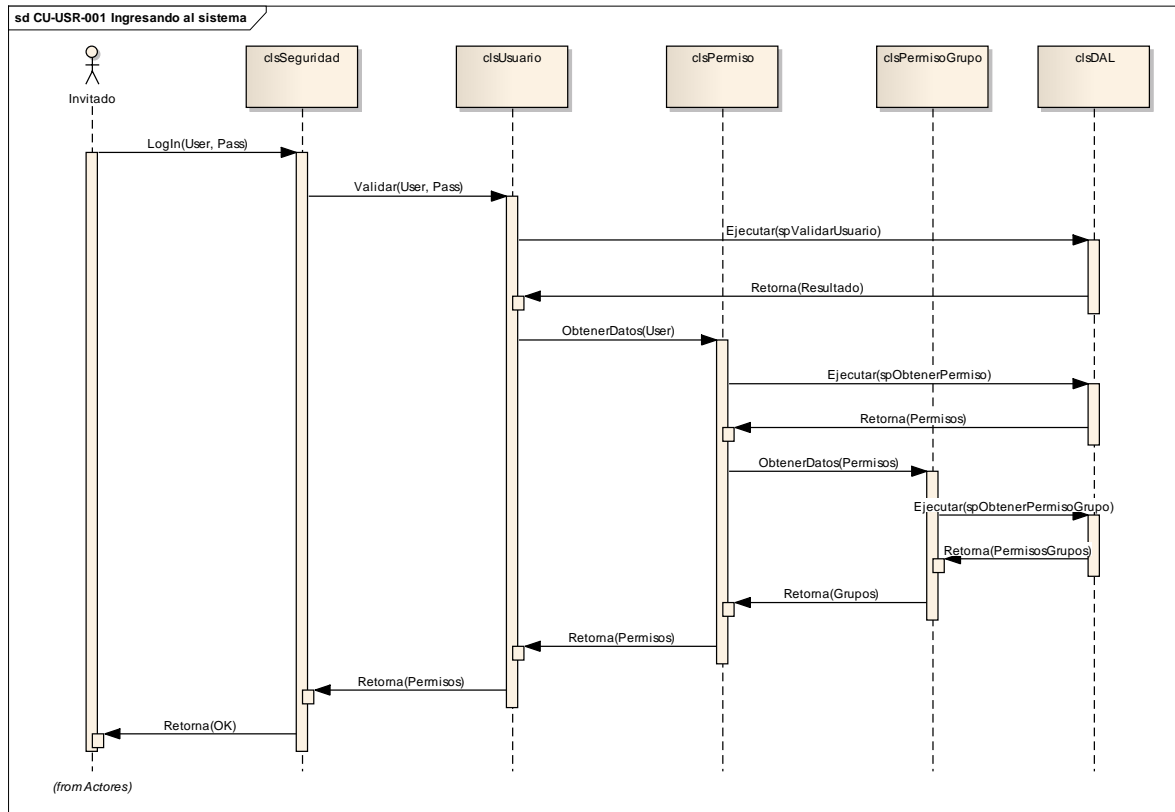
- 4.1.1 El sistema detecta error en usuario y/o contraseña al no coincidir las credenciales con ningún registro de la base usuarios.
- 4.1.2 El sistema indica que la cuenta no existe y solicita ingresar nuevamente los datos, recuperar contraseña (CU-USR-003) o registrarse (CU-ADM-001).



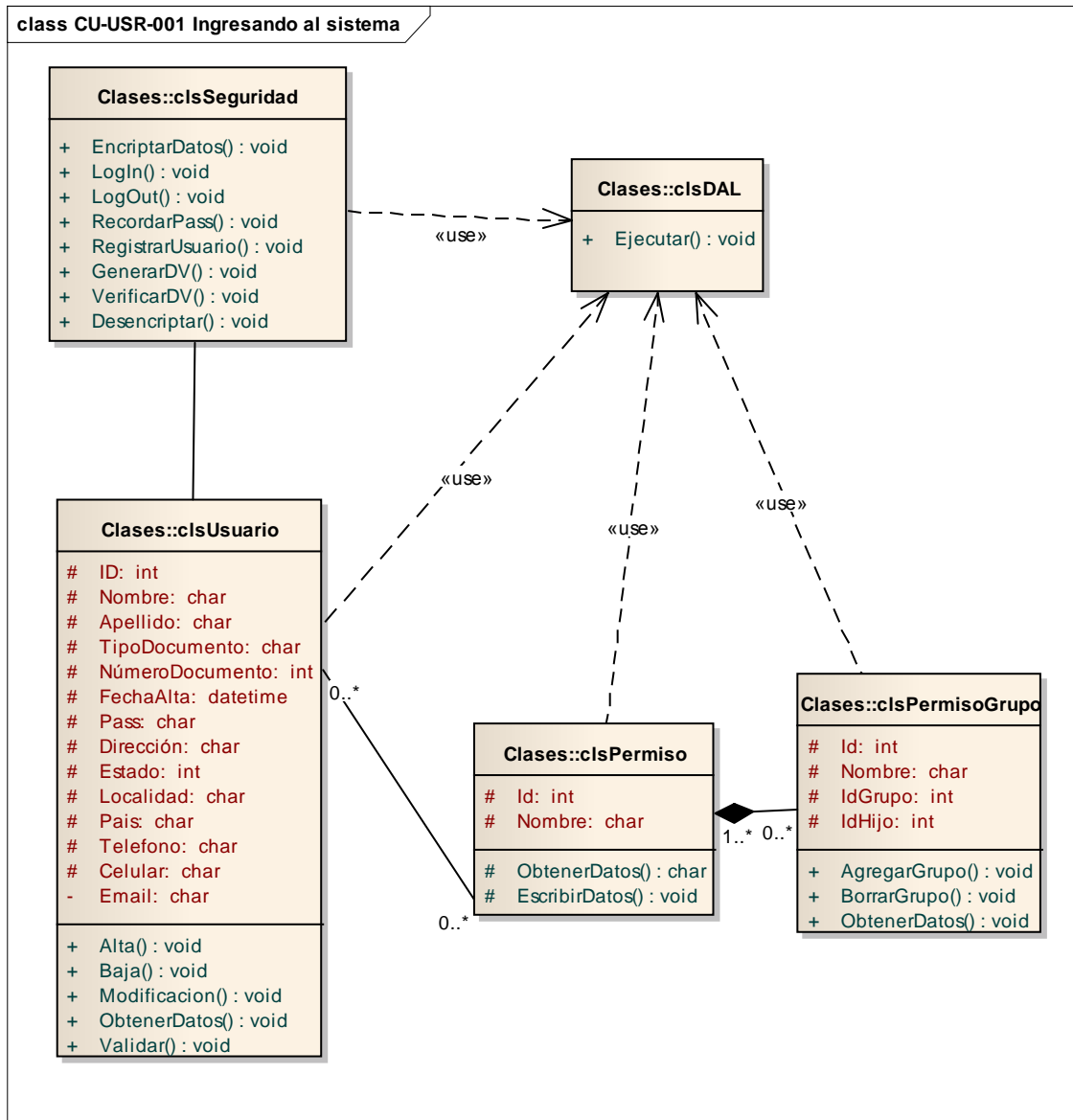
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Se mostrarán dos campos donde el usuario deberá ingresar usuario y contraseña. Adicionalmente tendrá tres botones o vínculos que le permitirá realizar el inicio de sesión, solicitar la recuperación de contraseña o ir al formulario de registración.

10.11.16 Diagrama de secuencia



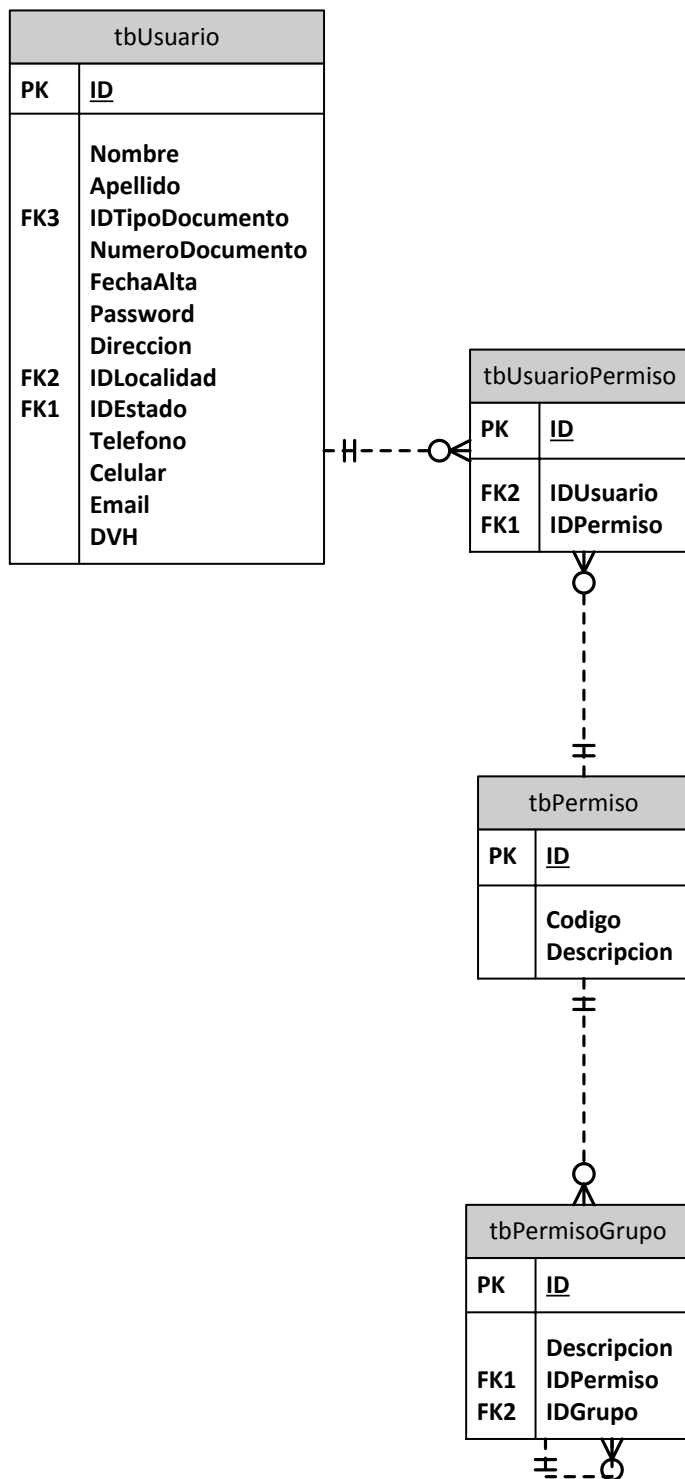
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-USR-002 Saliendo del
sistema

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

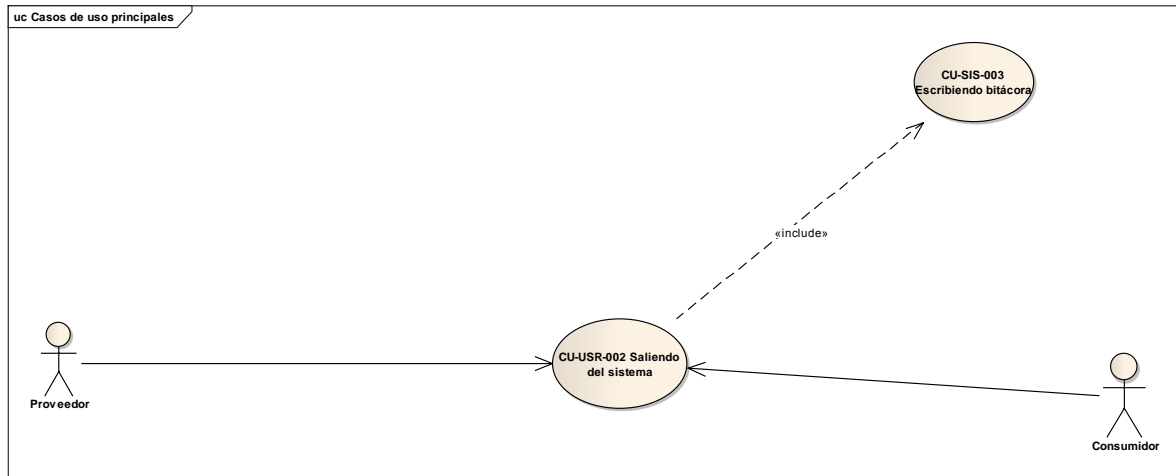
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	414
10.11.3	Gráfico del caso de uso	415
10.11.4	Objetivo	416
10.11.5	Identificación del caso de uso	416
10.11.6	Nombre del caso de uso	416
10.11.7	Descripción del caso de uso	416
10.11.8	Pre Condición	416
10.11.9	Post Condición	416
10.11.10	Actores primarios	416
10.11.11	Actores secundarios	416
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	416
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	416
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	417
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	417
10.11.14.2	Caminos alternativos	417
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	417
10.11.16	Diagrama de secuencia	418
10.11.17	Diagrama de clase	419
10.11.18	Diagrama de flujo	420
10.11.19	Diagrama de entidad relación	420



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Este proceso le permite al usuario salir del sistema.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-USR-002

10.11.6 Nombre del caso de uso

Saliendo del sistema

10.11.7 Descripción del caso de uso

El usuario desea salir del sistema, esto hará que pierda los privilegios para acceder a las secciones aseguradas, y genera un registro en la bitácora.

10.11.8 Pre Condición

El usuario debe estar autenticado en el sistema y desear salir.

10.11.9 Post Condición

El usuario cierra sesión en el sistema.

10.11.10 Actores primarios

Administrador, Proveedor, Consumidor, Sistema

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario desea salir del sistema.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

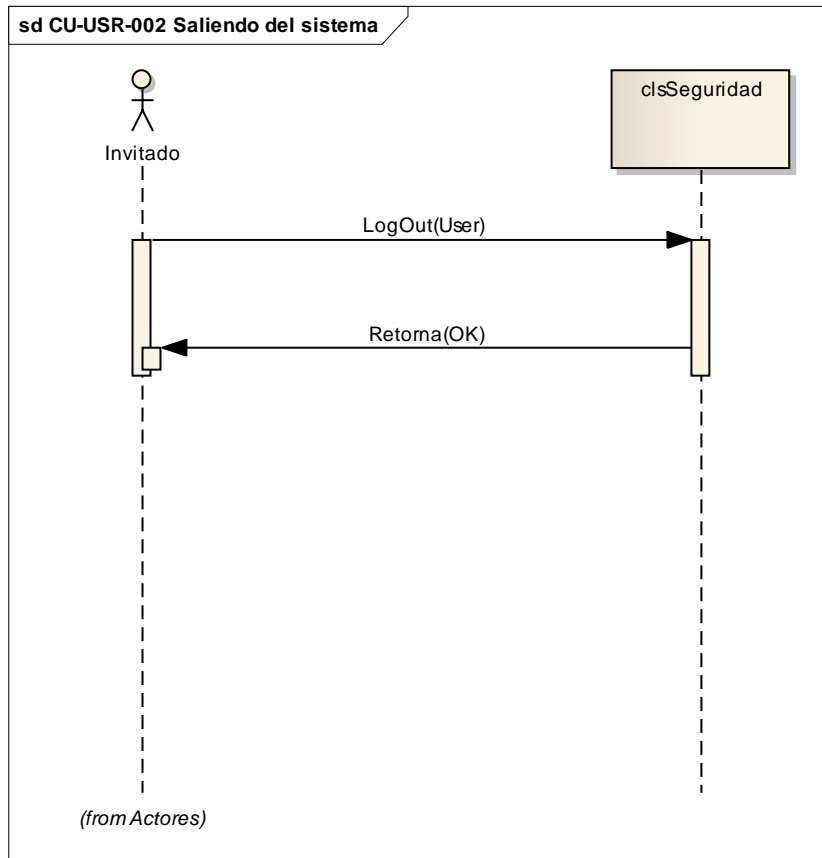
1. El usuario autenticado solicita salir del sistema.
2. El sistema registra en la bitácora el evento de egreso (CU-SIS-003).
3. El sistema borra de memoria la sesión del usuario.
1. 4. El sistema despide al usuario e indica salida exitosa del sistema.

10.11.14.2 Caminos alternativos

10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

En una barra de opciones, estarán visibles las funciones más habituales de los usuarios, incluido el cierre de sesión.

10.11.16 Diagrama de secuencia





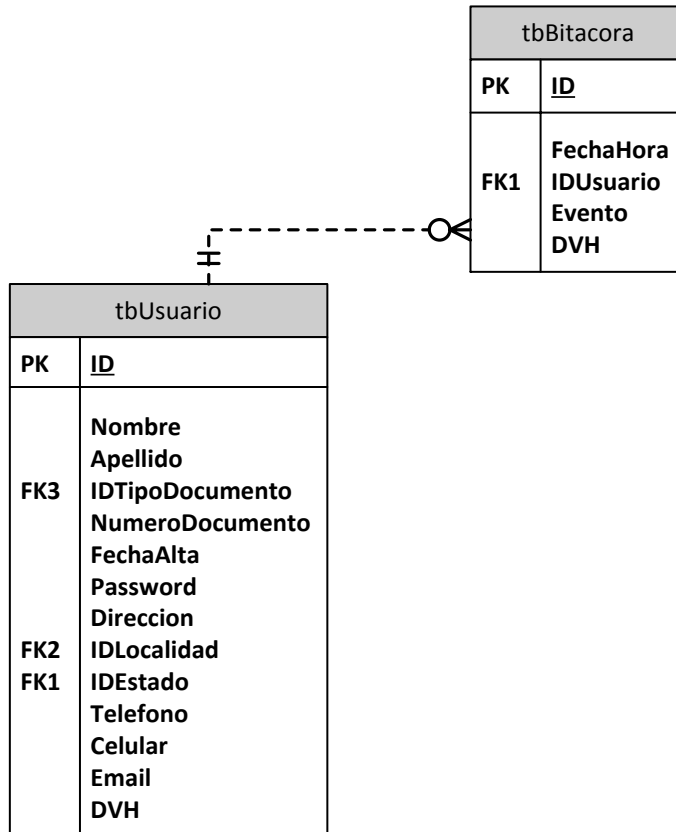
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-USR-003 Recuperando contraseña

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

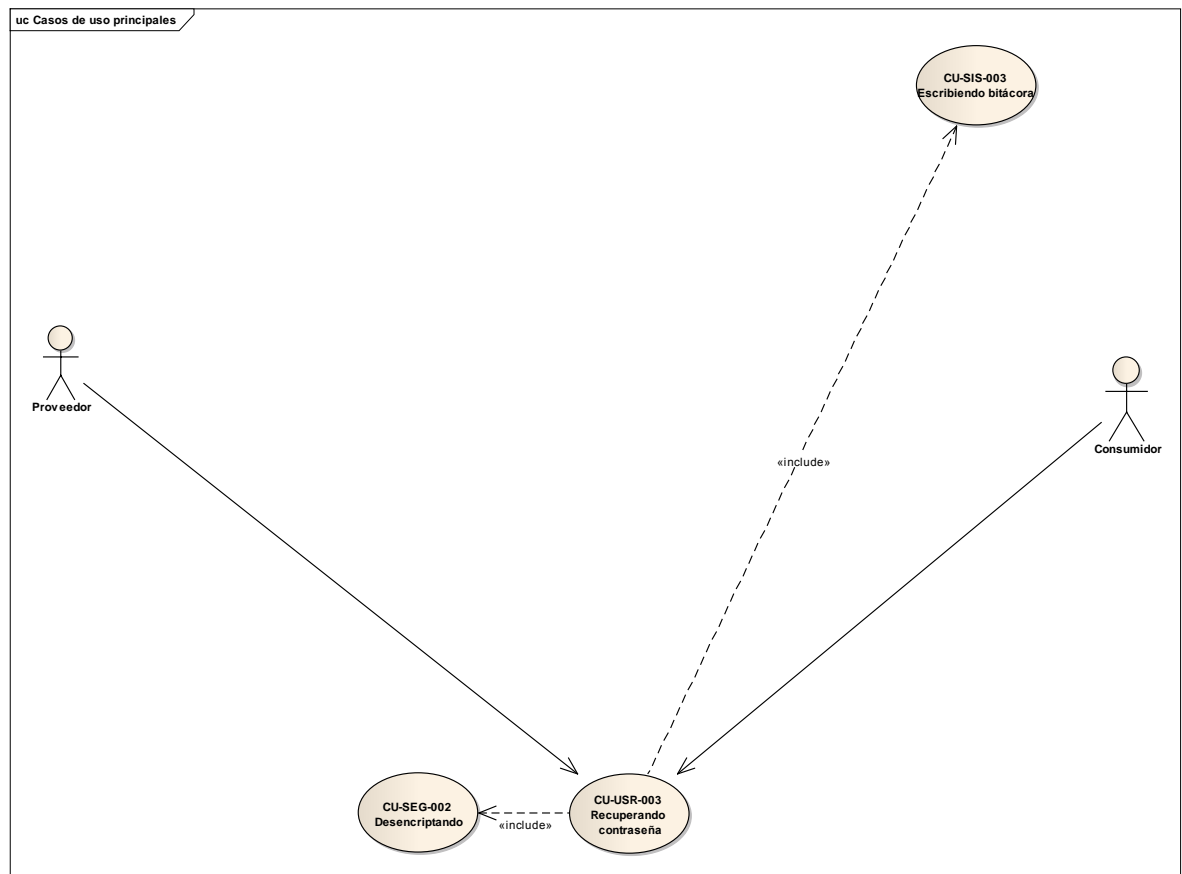
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	423
10.11.3	Gráfico del caso de uso	424
10.11.4	Objetivo	425
10.11.5	Identificación del caso de uso	425
10.11.6	Nombre del caso de uso	425
10.11.7	Descripción del caso de uso	425
10.11.8	Pre Condición	425
10.11.9	Post Condición	425
10.11.10	Actores primarios	425
10.11.11	Actores secundarios	425
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	425
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	425
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	426
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	426
10.11.14.2	Caminos alternativos	426
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	426
10.11.16	Diagrama de secuencia	427
10.11.17	Diagrama de clase	428
10.11.18	Diagrama de flujo	429
10.11.19	Diagrama de entidad relación	429



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Se proporcionara un proceso de recuperación de contraseña para aquellos usuarios que no recuerden su contraseña para iniciar sesión.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-USR-003

10.11.6 Nombre del caso de uso

Recuperando contraseña

10.11.7 Descripción del caso de uso

En aquellos casos que el usuario registrado no recuerde su contraseña, se proporciona un proceso de recuperación de contraseña que le permitirá eventualmente volver a ingresar al sistema de manera autenticada.

10.11.8 Pre Condición

El usuario desea recordar la contraseña con la que se registró en el sistema.

10.11.9 Post Condición

El usuario es informado de la contraseña.

10.11.10 Actores primarios

Administrador, Proveedor, Consumidor, Invitado

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

El usuario no recuerda la contraseña de inicio de sesión y solicita se le recuerde.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

1. El usuario solicita se le recuerde la contraseña.
2. El sistema solicita ingrese nombre de usuario (que coincide con la dirección de correo electrónico con la que se registró) para enviarle la contraseña.
3. El usuario ingresa la dirección de correo electrónico y acepta el pedido.
4. El sistema verifica que el usuario existe en la base y recupera la contraseña correspondiente.
5. El sistema envía por correo electrónico la contraseña a la dirección de mail registrada.
6. El sistema registra en la bitácora el evento de solicitud (CU-SIS-003).
7. El sistema informa que se envió la contraseña con éxito a su casilla de correo electrónico.

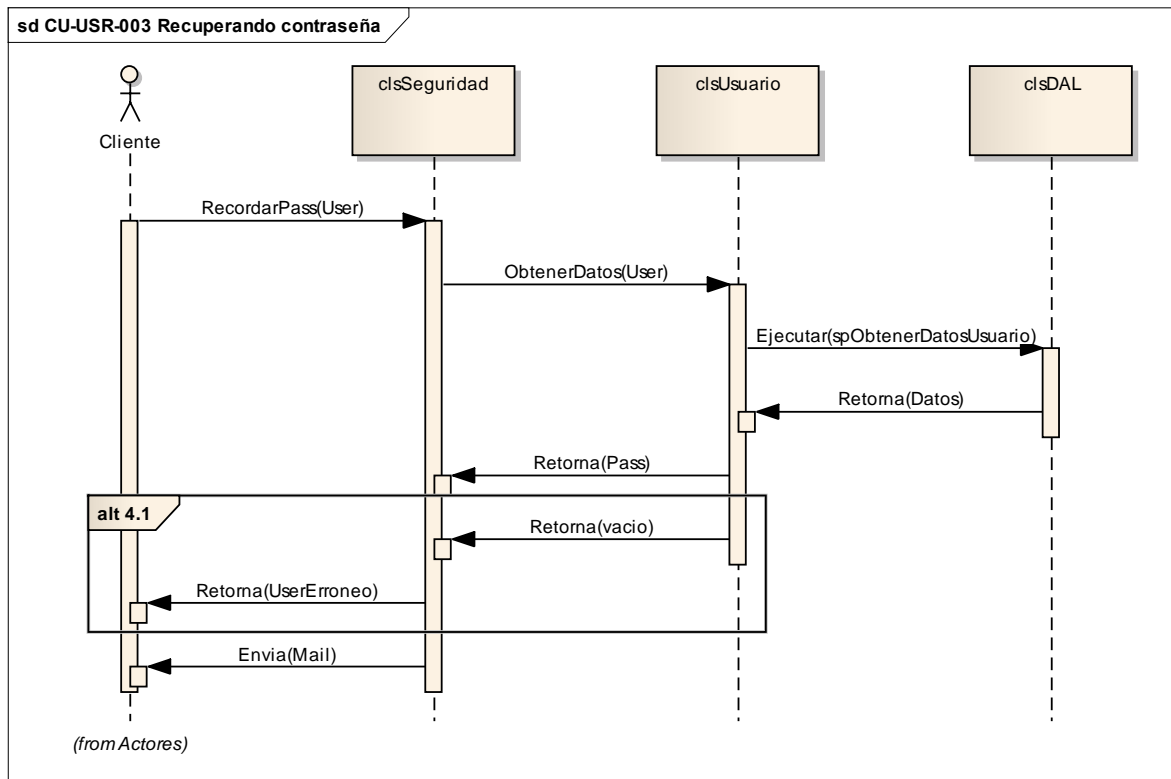
10.11.14.2 Caminos alternativos

- 4.1 El usuario no existe en el sistema y vuelve a punto 2.

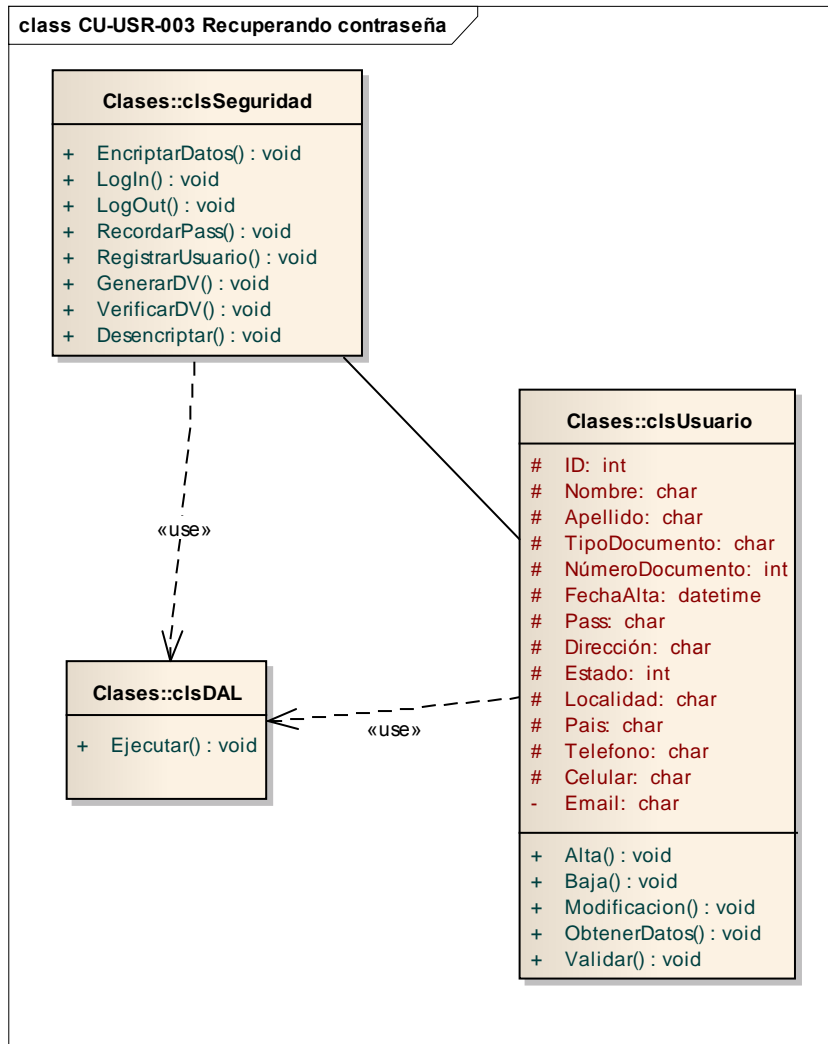
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

Misma pantalla de ingreso al sistema. Se mostrarán dos campos donde el usuario deberá ingresar usuario y contraseña. Adicionalmente tendrá tres botones o vínculos que le permitirá realizar el inicio de sesión, solicitar la recuperación de contraseña o ir al formulario de registración.

10.11.16 Diagrama de secuencia



10.11.17 Diagrama de clase





10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación

tbUsuario	
PK	<u>ID</u>
FK3	Nombre Apellido IDTipoDocumento NumeroDocumento FechaAlta Password Direccion
FK2	IDLocalidad
FK1	IDEstado Telefono Celular Email DVH



ReservaTuCancha.com.ar
Andrés Zoppelletto (5093)



Universidad Abierta Interamericana UAI 2015

ReservaTuCancha.com.ar
Tecnología

CU-USR-004 Seleccionando idioma

Zoppelletto, Andrés (5093)

Seminario de Informática Aplicada en Negocios

Ing. Guillermo Defino





Índice

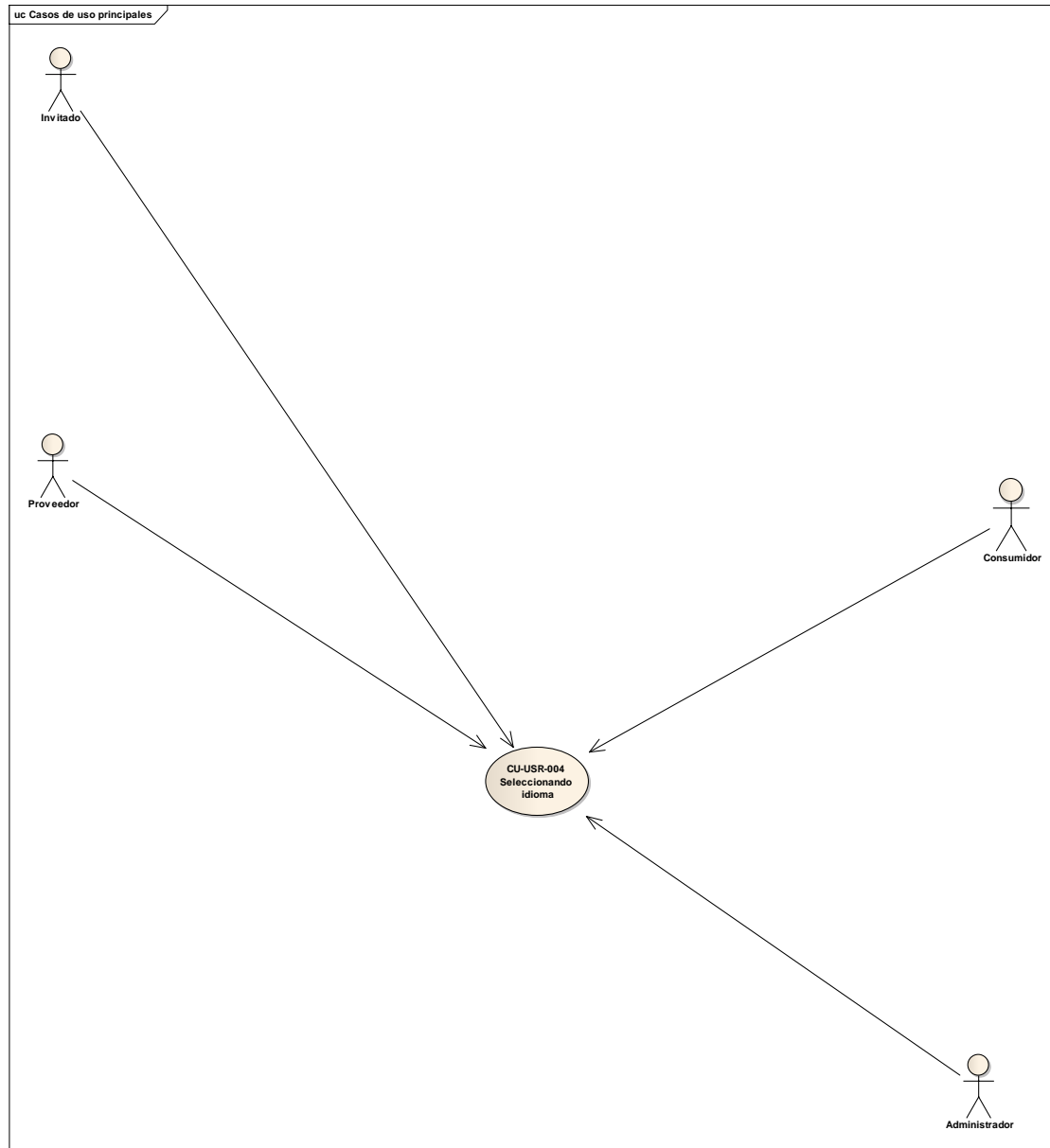
10.11.2	Historial de revisión de la especificación	432
10.11.3	Gráfico del caso de uso	433
10.11.4	Objetivo	434
10.11.5	Identificación del caso de uso	434
10.11.6	Nombre del caso de uso	434
10.11.7	Descripción del caso de uso	434
10.11.8	Pre Condición	434
10.11.9	Post Condición	434
10.11.10	Actores primarios	434
10.11.11	Actores secundarios	434
10.11.12	Eventos disparadores del caso de uso	434
10.11.13	Puntos de extensión y condiciones	434
10.11.14	Descripción analítica del caso de uso	435
10.11.14.1	Escenario principal de éxito	435
10.11.14.2	Caminos alternativos	435
10.11.15	Prototipo de la Interfaz de usuario	435
10.11.16	Diagrama de secuencia	436
10.11.17	Diagrama de clase	437
10.11.18	Diagrama de flujo	437
10.11.19	Diagrama de entidad relación	437



10.11.2 Historial de revisión de la especificación

Fecha	Responsable	Versión	Referencia de los cambios
2015-05-01	Zoppelletto A.	1.0	Se genera documento inicial, índice y estructura de títulos.

10.11.3 Gráfico del caso de uso



10.11.4 Objetivo

Permite al usuario que ingresa al sistema, aunque no se autentique, a seleccionar el idioma con que quiere interactuar con el sistema.

10.11.5 Identificación del caso de uso

CU-USR-004

10.11.6 Nombre del caso de uso

Seleccionando idioma

10.11.7 Descripción del caso de uso

Al ingresar al sistema, la presentación del mismo se hará en el idioma default del navegador, pero mediante una opción de selección le permite elegir al navegante el lenguaje con el cual quiere usar el servicio.

10.11.8 Pre Condición

El usuario ingresa a la página y desea cambiar el idioma del sitio.

10.11.9 Post Condición

El idioma que se usa en el sitio es cambiado.

10.11.10 Actores primarios

Administrador, Proveedor, Consumidor, Invitado

10.11.11 Actores secundarios

No hay.

10.11.12 Eventos disparadores del caso de uso

Usuario selecciona cambiar el idioma del sitio.

10.11.13 Puntos de extensión y condiciones

No aplica.

10.11.14 Descripción analítica del caso de uso

10.11.14.1 Escenario principal de éxito

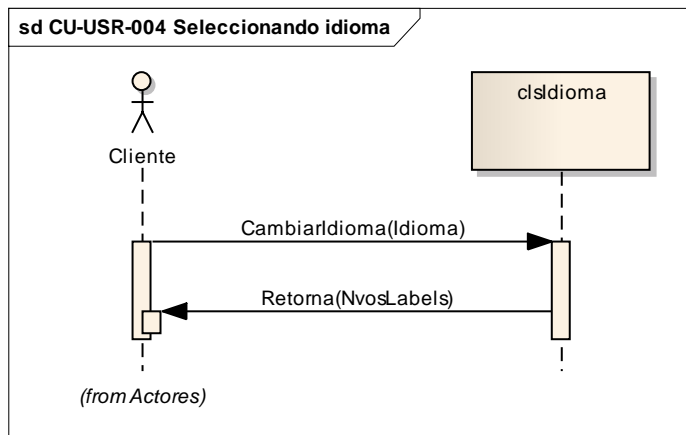
1. El usuario ingresa al sitio y selecciona el idioma deseado.
2. El sistema realiza el cambio de idioma en los textos de la interfaz.

10.11.14.2 Caminos alternativos

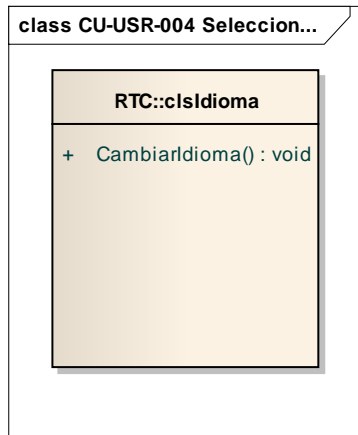
10.11.15 Prototipo de la Interfaz de usuario

En toda pantalla del sistema se contará con una lista de idiomas a seleccionar, para que el usuario en cualquier momento que lo desee realice el cambio de idioma.

10.11.16 Diagrama de secuencia



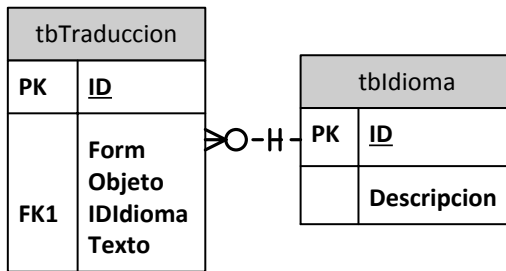
10.11.17 Diagrama de clase



10.11.18 Diagrama de flujo

No aplica el análisis requerido en éste punto.

10.11.19 Diagrama de entidad relación





10.12 Especificaciones adicionales

En el sistema se utilizará un algoritmo de encriptación, el cual recibe un parámetro por medio de la variable QueString, y el mismo es encriptado mediante la función Encriptar:

Function Encriptar(QueString as String) As String

 'Resultado

 For x = 1 To Len(QueString)

 Resultado = Resultado & Chr(Asc(Mid(QueString, x, 1)) + 3)

 Next

 Encriptar = Resultado

End Function

`Para desencriptar el valor se utiliza una función inversa a la anterior.

Function Encriptar(QueString as String) As String

 For x = 1 To Len(QueString)

 Resultado = Resultado & Chr(Asc(Mid(QueString, x, 1)) - 3)

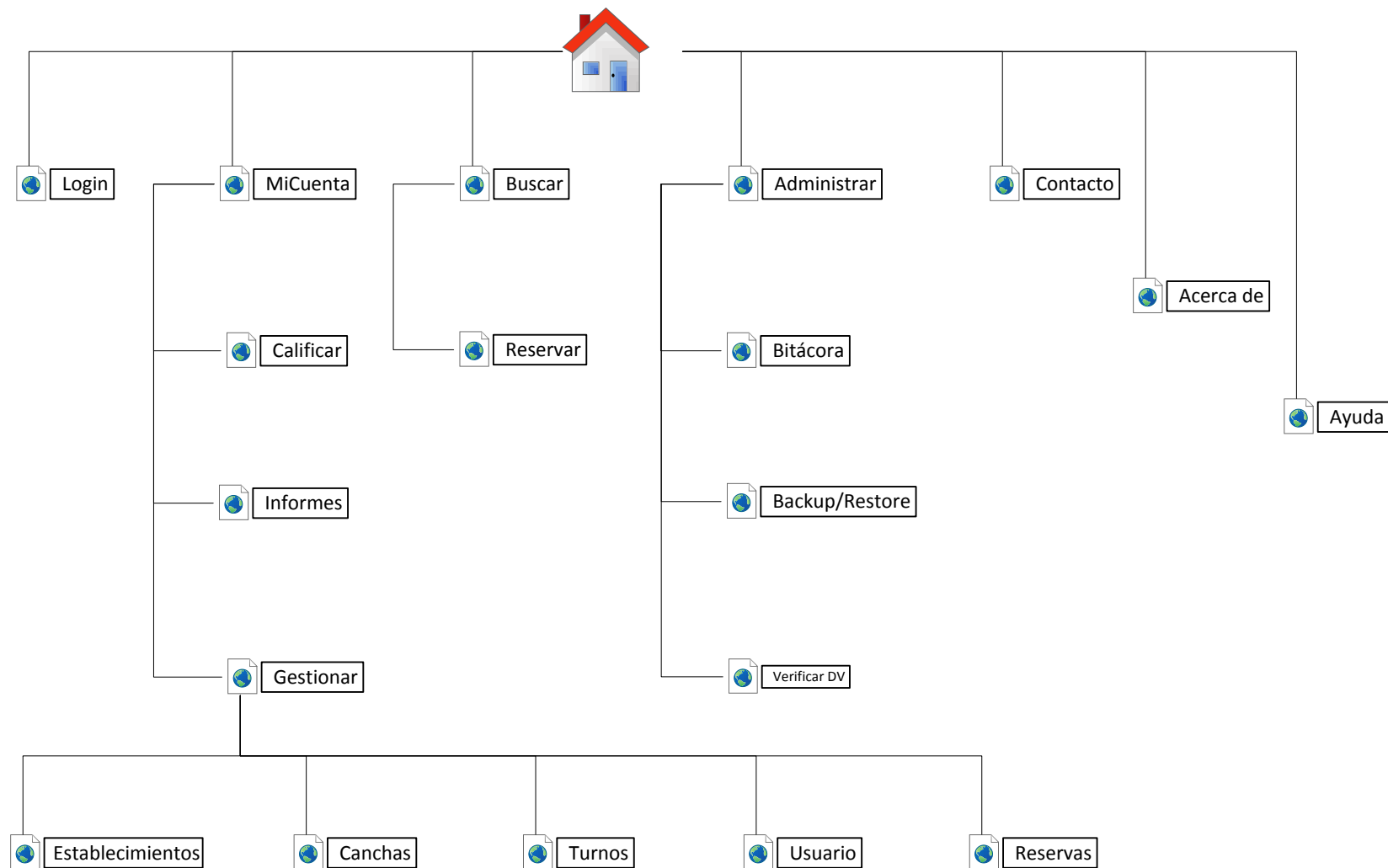
 Next

 Desencriptar = Resultado

End Function

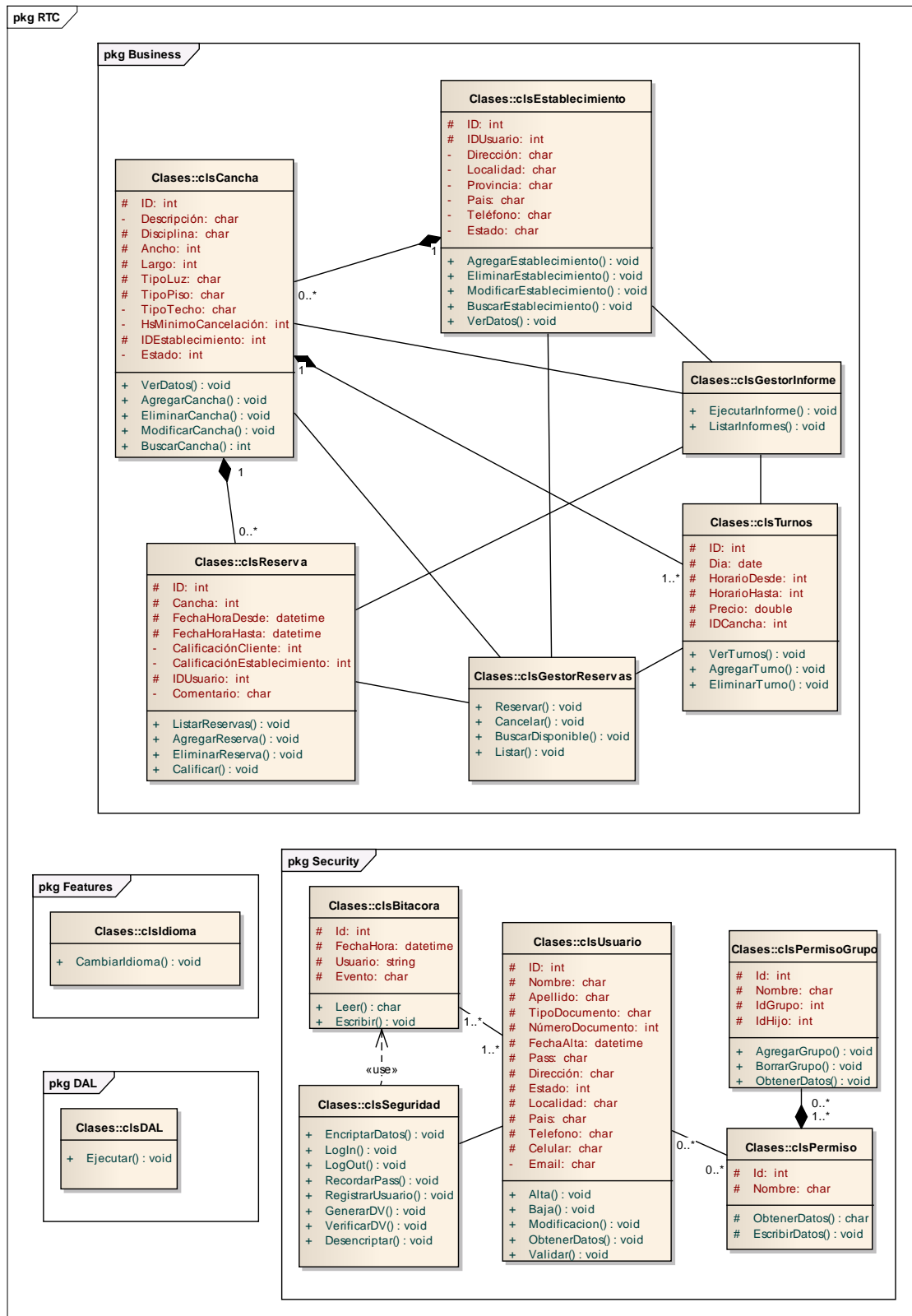


10.13 Mapa de navegación

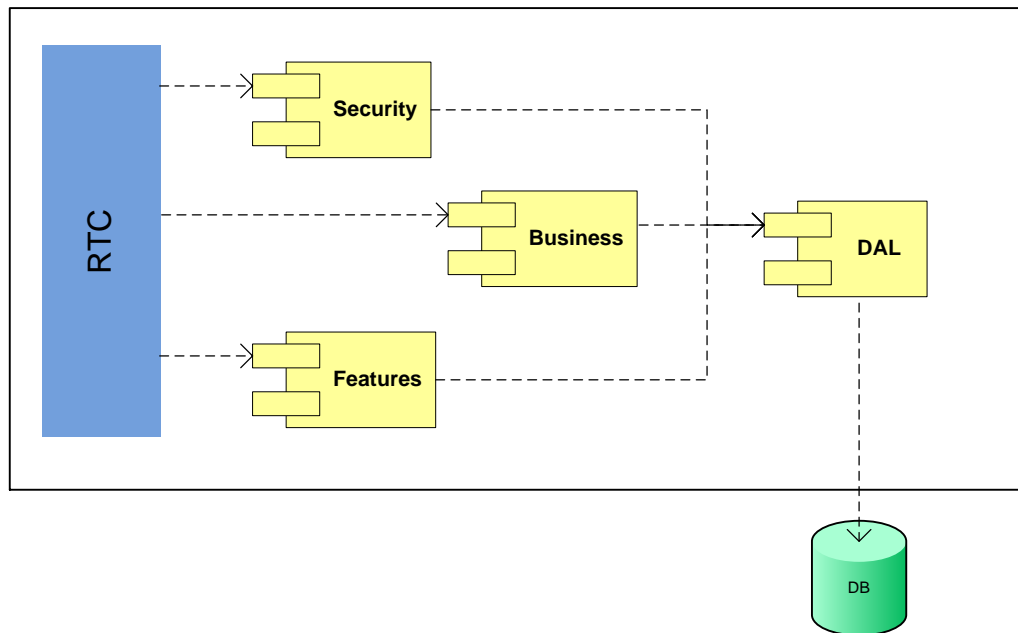




10.14 Diagrama de paquetes

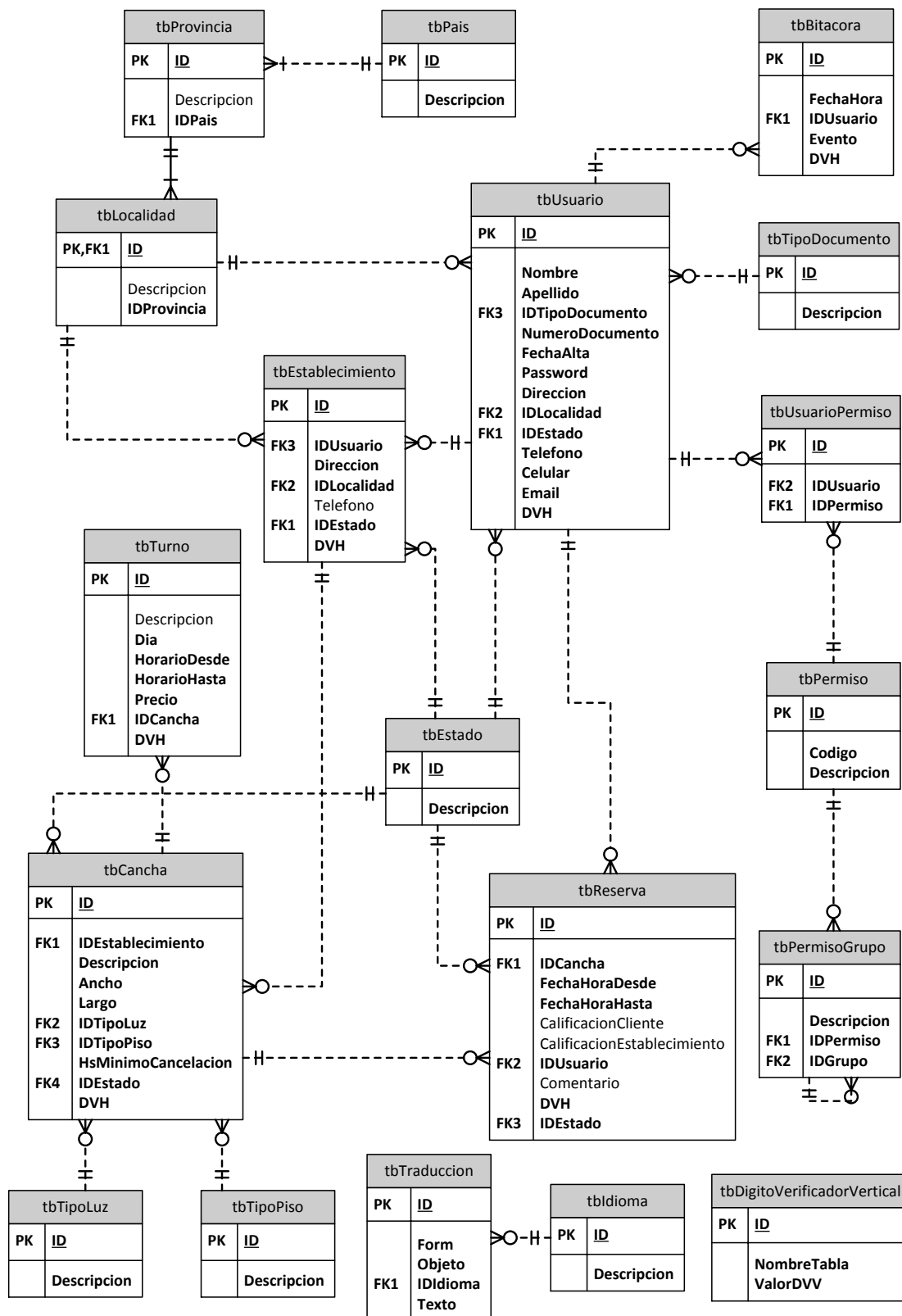


10.15 Diagrama de componentes



10.16 Diagrama Entidad Relación

Modelo gráfico





Diccionario de datos

Entidad	Descripción				
tbBitacora	Tabla que almacena el registro de eventos.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbBitacora.	int	SI		4
FechaHora	Fecha y hora del evento registrado.	datetime	NO		8
IDUsuario	ID del usuario que generó el evento.	int	NO	tbUsuario.ID	4
Evento	Descripción del evento registrado.	varchar	NO		50
DVH	Valor del dígito verificador por cada registro.	int	NO		4

Entidad	Descripción				
tbCancha	Información de las canchas generadas y sus características.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbCancha.	int	SI		4
IDEstablecimiento	ID del establecimiento al que pertenece.	int	NO	tbEstablecimiento.ID	4
Descripcion	Descripción de la cancha.	varchar	NO		50
Ancho	Dimensión de ancho de la cancha.	int	NO		4
Largo	Dimensión de largo de la cancha.	int	NO		4
IDTipoLuz	ID del tipo de luz de la cancha.	int	NO	tbTipoLuz.ID	4
IDTipoPiso	ID del tipo de piso de la cancha.	int	NO	tbTipoPiso.ID	4
HsMinimoCancelacion	Cantidad mínima de hs para la cancelación.	int	NO		4
IDEstado	ID del estado de la cancha.	int	NO	tbEstado.ID	4
DVH	Valor del dígito verificador por cada registro.	int	NO		4

Entidad	Descripción				
tbDigitoVerificadorVertical	Información del digito verificador vertical por tabla.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbDigitoVeriificadorVertical.	int	SI		4
NombreTabla	Nombre de la tabla sobre la que se realiza el control de dígito verificador vertical.	varchar	NO		50
ValorDVV	Valor del dígito verificador vertical de la tabla controlada.	int	NO		4



Entidad	Descripción				
tbEstablecimiento	Datos de los establecimientos generados.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbEstablecimiento.	int	SI		4
IDUsuario	ID del usuario responsable del establecimiento.	int	NO	tbUsuario.ID	4
Direccion	Dirección del establecimiento.	varchar	NO		50
IDLocalidad	ID de la localidad donde se encuentra el establecimiento.	int	NO	tbLocalidad.ID	4
Telefono	Telefono de contacto del establecimiento.	varchar	NO		50
IDEstado	ID del estado del establecimiento.	int	NO	tbEstado.ID	4
DVH	Valor del dígito verificador por cada registro.	int	NO		4

Entidad	Descripción				
tbEstado	Tabla maestra de estados.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbEstado.	int	SI		4
Descripcion	Descripción del estado.	varchar	NO		50

Entidad	Descripción				
tblidioma	Tabla maestra de idiomas.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tblidioma.	int	SI		4
Descripcion	Descripción del idioma.	varchar	NO		50

Entidad	Descripción				
tbLocalidad	Datos de las localidades y la provincia a la que pertenece.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbLocalidad.	int	SI	tbProvincia.ID	4
Descripcion	Nombre de la localidad.	varchar	NO		50
IDProvincia	ID de la provincia a la que pertenece la localidad.	int	NO		4

Entidad		Descripción			
tbPais	Datos de los países.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbPais.	int	SI		4
Descripcion	Nombre del país.	varchar	NO		50



Entidad		Descripción				
tbPermiso		Código y descripción de los permisos disponibles.				
Nombre	Descripción		Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbPermiso.		int	SI		4
Codigo	Código del permiso.		varchar	NO		50
Descripcion	Descripción del permiso.		varchar	NO		50

Entidad		Descripción				
tbPermisoGrupo		Relación de los permisos y grupos de acceso.				
Nombre	Descripción		Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbPermisoGrupo.		int	SI		4
Descripcion	Descripción de la relación permiso grupo.		varchar	NO		50
IDPermiso	ID del permiso para el grupo.		int	NO	tbPermiso.ID	4
IDGrupo	ID del grupo para el permiso.		int	NO	tbPermisoGrupo.ID	4

Entidad		Descripción				
tbProvincia		Datos de las provincias y el país al que pertenecen.				
Nombre	Descripción		Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbProvincia.		int	SI		4
Descripcion	Nombre de la provincia.		varchar	NO		50
IDPais	ID del país donde pertenece la provincia.		int	NO	tbPais.ID	4



Entidad		Descripción				
tbReserva		Información de las reservas.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size	
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbReserva.	int	SI		4	
IDCancha	ID de la cancha sobre la que se generó la reserva.	int	NO	tbCancha.ID	4	
FechaHoraDesde	Fecha y hora de inicio de la reserva.	datetime	NO		8	
FechaHoraHasta	Fecha y hora del fin de la reserva.	datetime	NO		8	
CalificacionCliente	Calificación del cliente que consumió la reserva.	int	NO		4	
CalificacionEstablecimiento	Calificación del establecimiento donde se consumió la reserva.	int	NO		4	
IDUsuario	ID del usuario que realizó la reserva.	int	NO	tbUsuario.ID	4	
Comentario	Comentario libre de la reserva. En caso de reserva generada por el establecimiento se registra el nombre del usuario que reserva.	varchar	NO		50	
IDEstado	ID del estado de la reserva.	int	NO	tbEstado.ID	4	
DVH	Valor del dígito verificador por cada registro.	int	NO		4	

Entidad		Descripción				
tbTipoDocumento		Maestra de tipos de documento.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size	
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbTipoDocumento.	int	SI		4	
Descripcion	Descripción del tipo de documento.	varchar	NO		50	

Entidad		Descripción				
tbTipoLuz		Maestra del tipo de luz de las canchas.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size	
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbTipoLuz.	int	SI		4	
Descripcion	Descripción del tipo de luz.	varchar	NO		50	

Entidad		Descripción				
tbTipoPiso		Maestra del tipo de piso de las canchas.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size	
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbTipoPiso.	int	SI		4	
Descripcion	Descripción del tipo de piso.	varchar	NO		50	



Entidad	Descripción				
tbTraduccion	Etiquetas traducidas en cada uno de los idiomas configurados.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbTraduccion.	int	SI		4
Form	Form o página donde se encuentra el elemento a traducir.	varchar	NO		50
Objeto	Nombre del objeto a traducir.	varchar	NO		50
IDIdioma	ID del idioma en que se encuentra el texto.	int	NO	tbIdioma.ID	4
Texto	Texto de la traducción.	varchar	NO		50

Entidad	Descripción				
tbTurno	Datos de los turnos ofrecidos por cada cancha.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbTurno.	int	SI		4
Descripcion	Descripción del turno creado.	varchar	NO		50
Dia	Días válidos del turno.	date	NO		3
HorarioDesde	Horario en que inicia el turno a ofrecer.	time	NO		5
HorarioHasta	Horario en que finaliza el turno a ofrecer.	time	NO		5
Precio	Precio del turno para esos días y esos horarios.	decimal	NO		5
IDCancha	ID de la cancha sobre la que se genera la disponibilidad de los turnos.	int	NO	tbCancha.ID	4
DVH	Valor del dígito verificador por cada registro.	int	NO		4

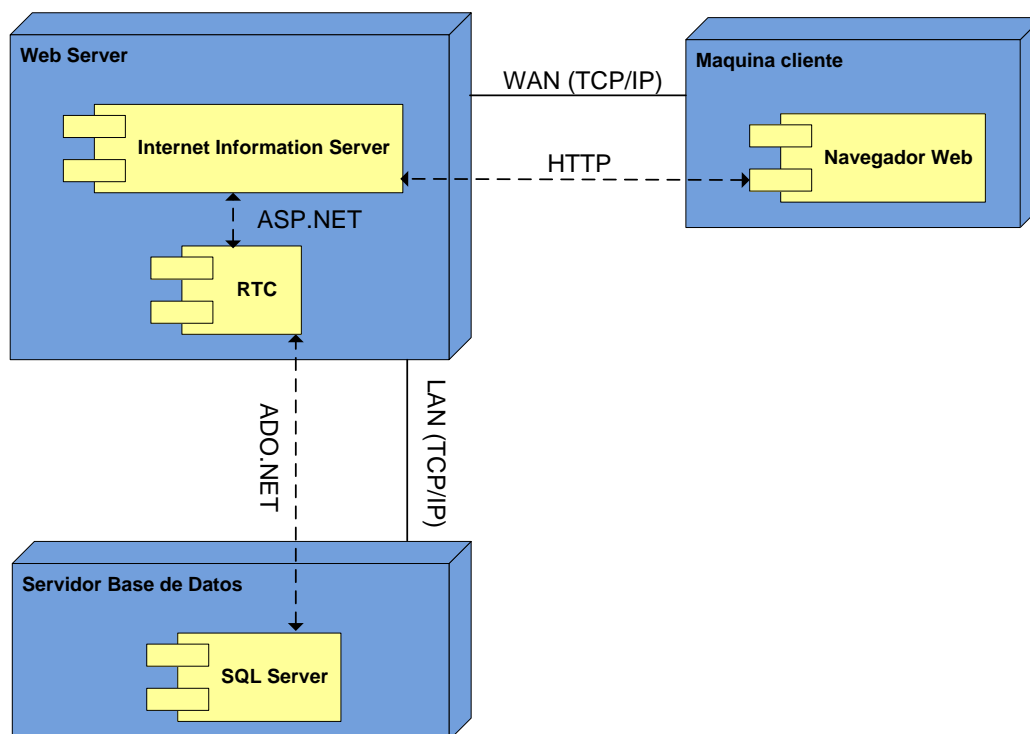


Entidad	Descripción				
tbUsuario	Tabla maestra de los usuarios y sus datos particulares.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbUsuario.	int	SI		4
Nombre	Nombre del usuario.	varchar	NO		50
Apellido	Apellido del usuario.	varchar	NO		50
IDTipoDocumento	ID del tipo de documento del usuario registrado.	int	NO	tbTipoDocumento.ID	4
NumeroDocumento	Número de documento del usuario.	int	NO		4
FechaAlta	Fecha de alta del usuario.	smalldatetime	NO		4
Password	Contraseña encriptada del usuario.	varchar	NO		50
Direccion	Domicilio del usuario.	varchar	NO		50
IDLocalidad	ID de localidad donde se encuentra el usuario.	int	NO	tbLocalidad.ID	4
IDEstado	ID del estado del usuario.	int	NO	tbEstado.ID	4
Telefono	Teléfono de contacto del usuario.	varchar	NO		50
Celular	Teléfono móvil del usuario.	varchar	NO		50
Email	Dirección de correo electrónico del usuario, identificador del usuario.	varchar	NO		50
DVH	Valor del dígito verificador por cada registro.	int	NO		4

Entidad	Descripción				
tbUsuarioPermiso	Relación de usuario y permisos.				
Nombre	Descripción	Type	PK	FK	Size
ID	Identificador unívoco del registro de la tabla tbUsuarioPermiso.	int	SI		4
IDUsuario	ID del usuario.	int	NO	tbUsuario.ID	4
IDPermiso	ID del permiso que posee el usuario.	int	NO	tbPermiso.ID	4

10.17 Diagrama de despliegue

A continuación se observa un modelo de la implementación de hardware a utilizar y las relaciones entre sus componentes y nodos:



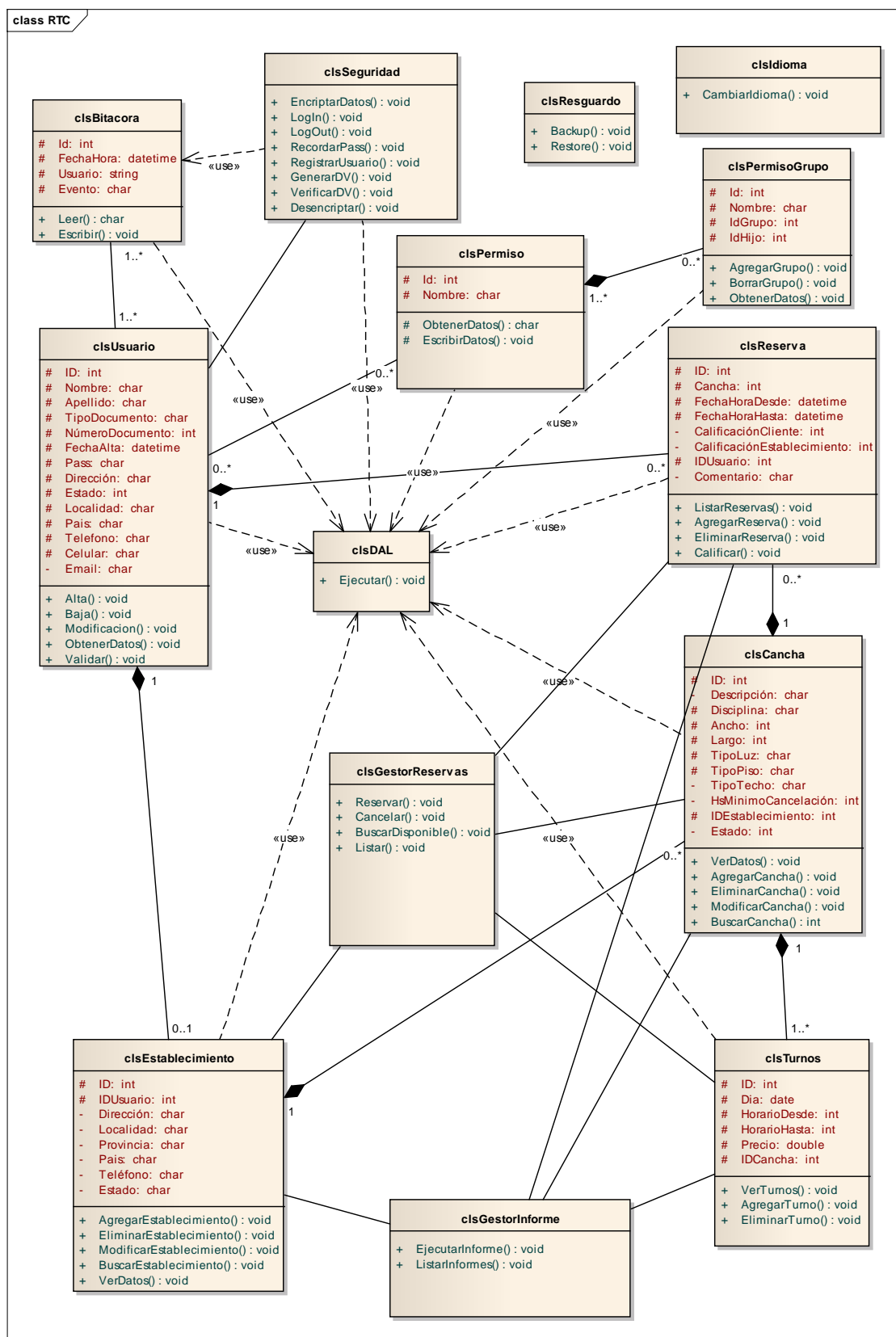
En el diagrama se observa el nodo denominado Web Server que incluirá entre sus componentes el IIS 8.0 y la aplicación propiamente interactuando con el mediante código ASP.NET

Se modela como nodo separado al servidor de bases de datos, en este caso SQL Server 2012 que tendrá como función administrar los datos de la aplicación, comunicándose con ella por medio de ADO.NET.

Como tercer nodo se identifica la máquina cliente provista de un web browser a elección del cliente que permita interactuar con la aplicación por medio del protocolo HTTP.

La comunicación de red entre los distintos nodos ya sea LAN o WAN se realiza utilizando protocolo TCP/IP.

10.18 Diagrama de Clases de toda la solución



10.19 Especificación de Casos de Prueba

Todas las pruebas deben ser realizadas con un único usuario proveedor y un único usuario consumidor, de manera que los datos generados están interrelacionados, permitiendo reutilización de información y optimizando tiempos de ejecución.

Identificación del caso de prueba CP-NEG-001
Descripción del caso de prueba MiCuenta. Gestionar. Alta de Establecimiento.
Prioridad Alta - Bloqueante
Resultado esperado Realizar el alta de un establecimiento.
Pasos a ejecutar <ol style="list-style-type: none">1. Ingresar al sistema con un usuario del tipo Proveedor.2. Ingresar a la sección "MiCuenta".3. Ingresar a la subsección "Gestionar".4. Ingresar a la administración de los establecimientos.5. Dar de alta un nuevo establecimiento, ingresar los datos necesarios y establecerlo en Colegiales, CABA.
Datos Se debe generar un nuevo establecimiento con sede en Colegiales (para futuras pruebas).



Identificación del caso de prueba CP-NEG-002
Descripción del caso de prueba MiCuenta. Gestionar. Alta de Cancha.
Prioridad Alta - Bloqueante
Resultado esperado Realizar el alta de una cancha.
Pasos a ejecutar <ol style="list-style-type: none">1. Ingresar al sistema con un usuario del tipo Proveedor.2. Ingresar a la sección “MiCuenta”.3. Ingresar a la subsección “Gestionar”.4. Ingresar a la administración de los canchas.5. Dar de alta una nueva cancha del tipo “tenis”, ingresar los datos necesarios, asociada al establecimiento ya generado en la prueba CP-NEG-001.
Datos Se debe generar una nueva cancha de tenis, asociada al establecimiento generado anteriormente en Colegiales.



Identificación del caso de prueba CP-NEG-003
Descripción del caso de prueba MiCuenta. Gestionar. Alta de Turno.
Prioridad Alta - Bloqueante
Resultado esperado Realizar el alta de un turno.
Pasos a ejecutar <ol style="list-style-type: none">1. Ingresar al sistema con un usuario del tipo Proveedor.2. Ingresar a la sección "MiCuenta".3. Ingresar a la subsección "Gestionar".4. Ingresar a la administración de los turnos.5. Dar de alta un nuevo turno para que esté disponible de lunes a viernes de 9 a 18, en la cancha generada en la prueba CP-NEG-002, asociada al establecimiento ya generado en la prueba CP-NEG-001.
Datos <p>Se debe generar un nuevo turno que estará disponible en la cancha de tenis, asociada al establecimiento generado anteriormente en Colegiales.</p>



Identificación del caso de prueba CP-NEG-004
Descripción del caso de prueba MiCuenta. Gestionar. Habilitar Cancha.
Prioridad Alta - Bloqueante
Resultado esperado Habilitar una cancha.
Pasos a ejecutar <ol style="list-style-type: none">1. Ingresar al sistema con un usuario del tipo Proveedor.2. Ingresar a la sección "MiCuenta".3. Ingresar a la subsección "Gestionar".4. Ingresar a la administración de los canchas.5. Habilitar la cancha creada en durante el caso de prueba CP-NEG-002, que tiene asociado el turno generado en el caso de prueba CP-NEG-003, asociada al establecimiento ya generado en la prueba CP-NEG-001.
Datos Se debe habilitar la cancha generada anteriormente.



Identificación del caso de prueba CP-NEG-005
Descripción del caso de prueba MiCuenta. Gestionar. Habilitar Establecimiento.
Prioridad Alta - Bloqueante
Resultado esperado Habilitar un establecimiento.
Pasos a ejecutar <ol style="list-style-type: none">1. Ingresar al sistema con un usuario del tipo Proveedor.2. Ingresar a la sección “MiCuenta”.3. Ingresar a la subsección “Gestionar”.4. Ingresar a la administración de los establecimientos.5. Habilitar el establecimiento creado en la prueba CP-NEG-001.
Datos Se debe habilitar el establecimiento generado anteriormente.



Identificación del caso de prueba CP-NEG-006
Descripción del caso de prueba Buscar. Cancha. Reservar.
Prioridad Alta
Resultado esperado Realizar la efectiva y correcta reserva de una cancha.
Pasos a ejecutar <ol style="list-style-type: none">1. Ingresar al sistema con un usuario del tipo Consumidor.2. Ingresar a la sección “Buscar”.3. Completar los campos de búsqueda con datos válidos (datos).4. Seleccionar una cancha y reservar.
Datos Los datos para la búsqueda deberán ser los ingresados en los casos de pruebas anteriores (ubicación: Colegiales, cancha: tenis, turno: lunes a las 13hs)



10.20 Pruebas unitarias

Identificación del caso de prueba CP-UNI-001
Descripción del caso de prueba Prueba unitaria de encriptación de datos.
Prioridad Alta
Resultado esperado Encriptar dos veces el mismo dato y que se obtengan iguales resultados. Encriptar una tercera vez otro dato diferente, y obtener un resultado diferente a los anteriores.
Modulo involucrado Método EncriptarDatos() de la clase clsSeguridad.
Datos de prueba "Prueba123", "123Prueba"

10.21 Material de apoyo al usuario final

No aplica en esta instancia del desarrollo.



11.3 Bibliografía consultada

DORSEY, Pat. The Little Book That Builds Wealth: The Knockout Formula for Finding Great Investments. 1ra edición. Wiley, 2008. ISBN 9780470226513

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 8va edición. Pearson Educación, 2008. ISBN 9789702611868

HAMEL, Gary y PRAHALAD, C. K.. Strategic Intent, Harvard business review classics. Harvard Business Press, 2010. ISBN 9781422136546

HAMEL, Gary y PRAHALAD, C. K.. The core competence of the corporation - Harvard Business Review, 1990.

HAX, Arnoldo C.. Estrategias para el liderazgo competitivo, Colección Master: Management. Ediciones Granica S.A., 2004. 9789506414658

HAX, Arnoldo C. y WILDE, Dean L.. El Proyecto Delta. Editorial Norma, 2003. ISBN 9789580473220

KAPLAN, Robert S. y NORTON David P.. The Execution Premium. Harvard Business School Press. Deusto, 2008. ISBN 9788423426805

PORTER, Michael E.. Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance. The Michael E. Porter Trilogy, Competitive strategy. Simon and Schuster, 2011. ISBN 9781451651492

Otras referencias consultadas

CRONISTA.COM, Sección de Economía y Política.
<http://www.cronista.com/economiapolitica/Estiman-con-que-la-economia-argentina-en-2015-seguira-estancada-y-con-inflacion-cercana-al-30-20150308-0008.html> [Consulta: 16 de mayo 2015]



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



ELECONOMISTA.COM.AR, Nota de Sociedad Argentina.

<http://www.eleconomistaamerica.com.ar/sociedad-eAm-argentina/noticias/6075388/09/14/Reducir-las-porciones-de-comida-y-mas-ejercicio-claves-de-una-vida-saludable.html#.Kku8AsiX66m4yhX> [Consulta: 9 de junio 2015]

GCBA, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Deportes.
http://www.buenosaires.gob.ar/areas/deportes/listado_clubes_barriales.php [Consulta: 9 de mayo 2015]

GCBA, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Rentas. Resolución 593.
<http://www.agip.gov.ar/web/normativa/resolucion-nu00b0-593-agip-2014.html>
[Consulta: 12 de junio 2015]

INDEC, Gobierno de la Nación Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
http://www.indec.gov.ar/economico2005/definitivos/cuadros/cne04_2_16_c1.xls
[Consulta: 9 de mayo 2015]

INDEC, Gobierno de la Nación Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
http://www.indec.gov.ar/economico2005/definitivos/cuadros/cne04_6_16_c1.xls
[Consulta: 9 de mayo 2015]

INDEC, Gobierno de la Nación Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
http://www.indec.mecon.ar/uploads/informesdeprensa/pib_12_14.pdf [Consulta: 18 de mayo 2015]

INDEC, Gobierno de la Nación Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
http://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/internet_12_14.pdf [Consulta: 4 de junio 2015]

IProfesional.COM, Nota de GUTIERREZ Fernando en la sección Economía.
<http://www.iprofesional.com/notas/108591-La-difcil-tarea-de-ser-un-clase-media-revelan-cunto-dinero-necesita-para-vivir-por-mes> [Consulta: 20 de junio 2015]



ReservaTuCancha.com.ar

Andrés Zoppelletto (5093)



THE WORLD BANK, The International Bank for Reconstruction and Development. DataBank. <http://databank.worldbank.org/data/views/reports/tableview.aspx> [Consulta: 9 de mayo 2015]

LA NACION.COM, Nota de Opinión en la sección Editorial. <http://www.lanacion.com.ar/1791706-la-argentina-ante-su-mayor-derrumbe-institucional> [Consulta: 18 de mayo 2015]

LA NACION.COM, Nota de Santiago DAPELO en la sección Política. <http://www.lanacion.com.ar/1748993-la-argentina-volvio-a-caer-en-el-indice-de-percepcion-de-la-corrupcion-de-transparencia-internacional> [Consulta: 18 de mayo 2015]

LA NACION.COM, Nota de Telefonía 4G en la sección Tecnología. <http://www.lanacion.com.ar/1791871-el-acceso-movil-a-internet-desde-los-smartphones-gana-terreno-entre-los-usuarios-argentinos> [Consulta: 6 de junio 2015]

MARKETINGYCONSUMO.COM, Nota de la sección Noticias. <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-psicografica.html> [Consulta: 19 de junio 2015]