**Arquitectura Empresarial**

**Market Place de Los Alpes Internacional**



**Nombre Proyecto:** Sistema TSP

**Fecha:** Marzo 9 de 2011

**Realizado por:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Persona** | **Código** |
| Carlos Ernesto González Vargas | 200819123 |
| Willian Alejandro Idrobo Luna | 201110544 |
| Erik Fernando Arcos Franco | 201110856 |
| David Pérez Chibuque | 201117818 |
| Andrés Mauricio Erazo Benavides | 201110949 |
| Sandra Milena Gómez Ríos | 201110951 |

**Control de versiones**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Versión** | **Fecha** | **Autor** | **Descripción del Cambio** |
| 1.00 | Marzo 9 de 2011 | Ingenium | Creación del documento |
| 1.01 | Marzo 10 de 2011 | Líder de Desarrollo | Definición del diseño conceptual |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

 

**Contenido**

[**1.** **Documento de visión** 2](#_Toc287775394)

[**1.1.** **Modelo Operacional** 2](#_Toc287775395)

[**1.1.1.** **Modelo Operacional Actual** 2](#_Toc287775396)

[**1.1.2.** **Modelo Operacional Objetivo** 2](#_Toc287775397)

[**1.2.** **Identificar los motivadores de negocio.** 2](#_Toc287775398)

[**1.3.** **Alcance del trabajo de arquitectura empresarial** 3](#_Toc287775399)

[**1.3.1.** **Dominio** 3](#_Toc287775400)

[**1.3.2.** **Alcance Horizontal** 3](#_Toc287775401)

[**1.3.3.** **Alcance Vertical** 3](#_Toc287775402)

[**1.4.** **Diagrama de Solución** 3](#_Toc287775403)

[**2.** **Arquitectura de negocio** 4](#_Toc287775404)

[**2.1.** **BPA TO-BE nivel-4** 4](#_Toc287775405)

[**2.2.** **Procesos de negocio en BPMN (TO-BE) a nivel BPA-N4** 4](#_Toc287775406)

[**2.3.** **Análisis de brecha de la arquitectura de Negocio** 4](#_Toc287775407)

[**2.4.** **Identificación de Proyectos** 4](#_Toc287775408)

[**2.5.** **Estimación por Proyecto: Duración, Esfuerzo y Costo.** 4](#_Toc287775409)

[**2.6.** **Criterios de Priorización.** 4](#_Toc287775410)

[**2.7.** **Roadmap de Implementación** 4](#_Toc287775411)

[**2.8.** **Identificación de KPIs** 4](#_Toc287775412)

[**3.** **Arquitectura de datos** 6](#_Toc287775413)

[**3.1.** **Inventario de Entidades de Negocio** 6](#_Toc287775414)

[**3.2.** **Modelo ontológico de relaciones entre entidades.** 6](#_Toc287775415)

[**3.3.** **Modelo semántico entre las Entidades.** 6](#_Toc287775416)

[**3.4.** **Mapeo de entidades x proceso, entidades x sistema de información** 6](#_Toc287775417)

[**3.5.** **Análisis de brecha de la arquitectura de datos** 6](#_Toc287775418)

[**3.6.** **Identificación de Proyectos para cerrar la brecha de Negocio** 6](#_Toc287775419)

[**3.7.** **Criterios de Priorización** 6](#_Toc287775420)

[**3.8.** **Roadmap de Implementación** 6](#_Toc287775421)

**Arquitectura Empresarial**

**Market Place de Los Alpes Internacional**

1. **Documento de visión**
   1. **Modelo Operacional**
      1. **Modelo Operacional Actual**

El modelo actual del MarketPlace de los Alpes es un modelo unificado debido a estandariza e integra sus procesos de interés. Tal como se define en el documento **AnalisisDisenoEcos.pdf** que especifica el As-Is del MPLA “La estandarización de procesos facilita y fomenta características organizacionales y tecnológicas deseables en el MarketPlace, tales como: maximización de los ingresos (Revenue Assurance), modelo tecnológico flexible, manejo de excepciones de negocio y trazabilidad de los procesos”[[1]](#footnote-1).

* + 1. **Modelo Operacional Objetivo**

Se conserva el modelo operacional actual debido a que su funcionamiento actual permite la maximizacion de ingresos, el modelo tecnológico flexible, manejo de excepciones de negocio y la trazabilidad de los procesos, estas características siguen alineadas con los nuevos motivadores identificados, que buscan crear una organización orientada al cliente, con estándares internacionales, con procesos mejorados.

Con el fin de proveer la internacionalizacion del MarketPlace de los Alpes los procesos deben ser integrados y estandarizados, permitiendo a futuro expandir su campo de acción a más países.

* 1. **Identificar los motivadores de negocio.**

Los identificadores de negocio identificados en el **Plan Estratégico del MPLA**[[2]](#footnote-2) para las fuerzas externas descritas a causa del TLC que afectan al MPLA son los siguientes.

Tabla 1. Motivadores del Negocio

| **ID** | **Nombre** | **Descripción** |
| --- | --- | --- |
| **M1** | Gestión de solicitudes post-venta | Permite implementar SLA, gestionar los reclamos de facturación, órdenes incompletas, órdenes tardías, comisiones mal calculadas. |
| **M2** | Pagos en línea | Permite soportar la funcionalidad del pago en línea |
| **M3** | Ofrecer servicios de comunicación entre clientes | Brinda herramientas de comunicacion entre los clientes y permite implementar la funcionalidad de calificación. |
| **M4** | Realizar compra directa | Permite escoger un proveedor de manera directa teniendo como referencia las calificaciones dadas y su historial. |
| **M5** | Generar informes | Permite implementar una vista 360° del cliente donde se generan una gran cantidad de reportes. |
| **M6** | Extender procesos del MP | Soporta la nueva visión internacional del market place. |
| **M7** | Estandarizar mensajes de comunicación | La comunicación debe ser estandarizada para facilitar el crecimiento y adaptación del market place en mas países. |

* 1. **Alcance del trabajo de arquitectura empresarial**

A continuación se Define el alcance del trabajo a realizar.

* + 1. **Dominio**

El dominio se compone de las siguientes vistas de arquitectura empresarial:

* Arquitectura de negocio: Donde se incluye el modelado del proceso de negocio acorde a los motivadores identificados y el roadmap que nos permite llegar del As-Is al To-Be
* Arquitectura de datos e información: Donde se incluye el modelado de la estructura de datos necesaria para responder a los motivadores identificados.
  + 1. **Alcance Horizontal**

Diseño e Implementación de los siguientes procesos:

* Pendiente

Modificación de los siguientes procesos:

* Pendiente
  + 1. **Alcance Vertical**

Modificación y extensión del MarketPlace de los Alpes para soportar el funcionamiento internacional del negocio, especificando todos los procesos a nivel 4, y haciendo uso de las herramientas presentes en el MarketPlace actual como BPEL, BAM, ESB, adicionalmente uso del estándar XML/EDIFACT.

* 1. **Diagrama de Solución**

Elaborar un “solution diagram” que ilustre claramente el estado actual del market place, los problemas críticos de negocio que aquejan a la organización para enfrentar los inminentes tlc, solución de alto nivel propuesta (pitch de elevator) y beneficios de negocio que se lograría con la solución propuesta

1. **Arquitectura de negocio**
   1. **BPA TO-BE nivel-4**

Pendiente

* 1. **Procesos de negocio en BPMN (TO-BE) a nivel BPA-N4**

PROCESO DE REPLICACION DEL PRICAT



La entidad fabricante ingresa al portal del MarketPlace y envía un mensaje tipo PRICAT.

Se consulta dentro del CRM los comercios que corresponden a la categoría en alguno de los productos del catalogo recibido.

Una vez identificadas las entidades de comercio, se procede a notificar a las mismas los productos del PRICAT de su interés. Adicionalmente, se le envía al comercio un correo electrónico informándole que tiene nuevos productos para comprar disponibles.

Posteriormente, se consulta en el CRM el monto de comisión a cobrar al cliente y se envía el cargo de la comisión a cobrar al sistema de facturación.

| **ID** | **Nombre** | **Descripción** |
| --- | --- | --- |
|  | Generar orden PRICAT | La entidad fabricante genera un mensaje PRICAT. |
|  | Consultar comercios interesados | El sistema determina los comercios interesados en conocer los productos de la orden PRICAT. |
|  | Determinar productos de interés | El sistema determina los productos de interés para cada comercio y configura las ordenes PRICAT para cada uno de ellos. |
|  | Enviar mensaje PRICAT | El sistema notifica a los comercios interesados. |
|  | Calcular comisión | El sistema calcula la comisión a cobrar al fabricante y los comercios, para ello consulta el CRM. |
|  | Realizar descuentos | Se aplican descuentos con base a los históricos de fabricantes y comercios. |
|  | Realizar facturación | El sistema genera los cargos por el servicio a cada entidad dentro del sistema de facturación, a través de un mensaje en Batch. |
|  | Recibir mensaje PRICAT | El comercio recibe la orden PRICAT. |

PROCESO DE GENERACIÓN DE INFORMES VISTA 360



La entidad fabricante o entidad de comercio ingresa al portal del MarketPlace y selecciona el tipo de mensaje del que quiere generar los informes.

A continuación la entidad fabricante o entidad de comercio selecciona el tipo de reporte que desea generar.

Si el tipo de reporte es histórico debe seleccionar el histórico de un listado con los parámetros ya definidos.

Posteriormente, se envía la solicitud del informe al MarketPlace, Posteriormente el MP recibe la solicitud, consulta la información y genera el reporte, que finalmente es enviado a quien lo solicitó.

| **ID** | **Nombre** | **Descripción** |
| --- | --- | --- |
|  | Seleccionar mensaje | La entidad fabricante o fabricante selecciona el tipo de mensaje del que quiere información. |
|  | Deseleccionar tipo de reporte | La entidad fabricante o fabricante selecciona el tipo de reporte que desea, histórico o especifico. |
|  | Consultar listado | La entidad fabricante o fabricante establece los parámetros específicos para el reporte histórico. |
|  | Consultar reporte | Se envían todos los parámetros del informa para ser generado en MP |
|  | Consultar información | El MP realiza las consultas necesarias para la generación del informe |
|  | Generar reporte | Se crea y envía el reporte seleccionado a quien lo solicita a través de la plataforma MP |

* 1. **Análisis de brecha de la arquitectura de Negocio**

Pendiente: Elaborar una análisis de brecha de la arquitectura de negocio (El análisis es comparando funcionalidades a nivel-4)

* 1. **Identificación de Proyectos**

Pendiente: Identificar y documentar proyectos alrededor de cada brecha para cerrar la misma.

* 1. **Estimación por Proyecto: Duración, Esfuerzo y Costo.**

Pendiente

* 1. **Criterios de Priorización.**

Pendiente: Definir los criterios de priorización de cada una de las iniciativas o proyectos que cierran la brecha y documentarlos de acuerdo a como los entienden los stakeholders

* 1. **Roadmap de Implementación**

Pendiente: Elaborar un roadmap de implementación priorizado en el tiempo. (Entregar en roadmap en un Gantt)

* 1. **Identificación de KPIs**

Pendiente: Identificar y especificar por los menos 5 KPIs que permitan monitorear el negocio del MPLA en su visión TO-BE

1. **Arquitectura de datos**
   1. **Inventario de Entidades de Negocio**

Pendiente: Elaborar inventario de entidades de negocio

* 1. **Modelo ontológico de relaciones entre entidades.**

Elaborar el modelo ontológico de relaciones entre entidades.

* 1. **Modelo semántico entre las Entidades.**

Crear modelo semántico entre las entidades identificadas.

* 1. **Mapeo de entidades x proceso, entidades x sistema de información**

Elaborar un mapeo de entidades x proceso, entidades x sistema de información

* 1. **Análisis de brecha de la arquitectura de datos**

Elaborar un análisis de brecha de la arquitectura de datos

* 1. **Identificación de Proyectos para cerrar la brecha de Negocio**

Documentar cada uno de los proyectos identificados para cerrar la brecha de negocio a nivel de: tiempos, recursos y dineros.

* 1. **Criterios de Priorización**

Definir los criterios de priorización de cada una de las iniciativas o proyectos que cierran la brecha y documentarlos de acuerdo a como los entienden los stakeholders.

* 1. **Roadmap de Implementación**

Elaborar un roadmap de implementación priorizado en el tiempo

1. Tomado del Documento De Análisis Y Diseño De La Arquitectura Y Los Procesos, Laboratorio De Arquitectura Empresarial, Uniandes 2011. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ingeniería de Sistemas y Computación ECOS - Especialización en Construcción de Software, Arquitecturas Empresariales y de Integración, Proyecto - Enunciado General, Uniandes 2011. [↑](#footnote-ref-2)