

Facultad Regional Córdoba

Ingeniería en Sistemas de Información

Cátedra Proyecto Final

Ciclo Lectivo 2020



GreedyMe

**Autogestión de descuentos y promociones para clientes de
comercios**

Curso: 5K3.

Integrantes:

Cerutti Roldan, Juan Manuel	70714
Duje, Franca Belén	70380
Niclis, Yazimel Santiago	70345
Vaca, María Laura	69572
Zablosky, Juan Pablo	70213

Docentes:

- Docente responsable: Ing. Sergio Quinteros
- JTP: Ing. Cecilia Savi

GreedyMe

Autogestión de descuentos y promociones para clientes de comercios

Cerutti Roldan, Juan Manuel
Duje, Franca Belén
Niclis, Yazimel Santiago
Vaca, María Laura
Zablosky, Juan Pablo

Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Córdoba

Abstract

Actualmente, no existe en Argentina una aplicación que permita tanto al cliente como al comercio, centralizar las promociones que se ofrecen. Es por esto, que GreedyMe busca posicionarse en el mercado brindando esta ventaja competitiva accesible y fácil de aprovechar.

Se trata de un sistema de información cuyo objetivo es brindar a los clientes una mejor gestión de sus beneficios de compra y, además, información útil sobre el comportamiento de los consumidores al negocio.

Es un sistema mobile y web[1], a través del cual se centralizan los beneficios de compra de los distintos proveedores existentes en el mercado, para que los clientes puedan utilizarlos de forma intuitiva y cómoda. Además, brinda otras funcionalidades como sistema de recompensas, publicidad dirigida, comunicación instantánea con el cliente mediante notificaciones y visualización de comercios en mapas de fácil acceso.

El desarrollo del mismo fue efectuado mediante las estructuras de trabajo definidas por el PMI[2] y SCRUM[3], y las tecnologías que implementa son Firebase[4], React[5] y React Native[6].

Palabras Clave

Beneficios de compra, Promociones, Comercios, Compras, Innovación Tecnológica, Solución de Negocio, Analíticas, SCRUM, PMI.

Introducción

En los últimos años, con la revolución digital y la economía cambiante, muchas industrias tuvieron que adaptarse a las nuevas tendencias de los consumidores. Por eso, se han visto forzadas a innovar su manera de actuar y elaborar estrategias de marketing más atractivas para permanecer vigentes ante la competencia.

La sociedad argentina, se encuentra acostumbrada a comprar a partir de los descuentos o promociones. Rebajas de tarjetas de crédito, bancos, programas de beneficios, ofertas propias de los comercios y más, buscan triunfar en la fiebre del consumo “al mejor precio”. El 97% de los argentinos busca ofertas cuando compra on-line.[7]

Actualmente en Argentina, existen modelos de economía colaborativa con mucha fuerza en el mercado eCommerce. Ejemplos son: Rappi, Glovo, PedidosYa, UberEats.

La tecnología tiene un rol central en la evolución de las cuponeras. El acceso a la información de consumo, en combinación con herramientas de machine learning[8], permite brindar propuestas cada vez más personalizadas. El desafío es el de ofrecer descuentos, no en base a búsquedas actuales, sino anticipándose al deseo del consumidor.

Aun así, la principal problemática en el país respecto al alcance de este servicio es la falta de visión sobre el uso de tecnologías y el desconocimiento de las plataformas existentes en el mercado.

Es importante conocer los distintos matices tecnológicos de cada aplicación móvil para poder compararlos y decidir qué plataforma utilizar acorde al contexto de negocio en el que está inmersa la aplicación.

Elementos del Trabajo y metodología

Para la dirección del proyecto, se adopta el marco de trabajo del PMI. El mismo se basa en cinco grupos de procesos: inicio, planificación, ejecución, control y cierre.

El PMI define el proyecto como un emprendimiento temporal que se lleva a cabo para crear un producto o servicio. Este se compone por actividades y tareas diferentes y puede ser elaborado de manera gradual.

Para la gestión del producto, se utilizan metodologías ágiles guiadas por el marco de trabajo SCRUM.

Esto se debe a que, por la naturaleza del proyecto, es necesaria una estructura de trabajo que permita el desarrollo del producto de manera ágil.

SCRUM establece la priorización de la calidad, así como del trabajo colaborativo en equipo para arribar a una versión del producto al final de cada iteración o Sprint, como se le llama en él.

El plan de desarrollo cuenta con un total de diecisiete Sprints de dos semanas de duración cada uno.

En cuanto a la gestión del proyecto y generación de métricas, se efectúan por la herramienta JIRA[9].

Respecto a la implementación del sistema y su arquitectura, se trabaja con Firebase como back-end as a service, brindando bases de datos en tiempo real, storage en la nube, servicios de autenticación y funciones que se ejecutan del lado del servidor asegurando sistemas con gran robustez, escalabilidad y seguridad.

Para el desarrollo de la aplicación para iOS y Android se utiliza React Native y para el front-end del sistema web, React. Para ambos casos, el IDE utilizado es Visual Studio Code[10].

Resultados

Para el estudio del problema, se realizó una encuesta a 949 personas, consideradas consumidores, de rangos etarios menores a 18 años y mayores a 60, de distintos sexos y de distintas partes de Argentina.

En dicha encuesta un 97,3% respondió que desearía tener información, en un solo

lugar, de todos los descuentos disponibles según sus proveedores. El 89% de los encuestados, declaró no estar informado o no recordar las promociones y beneficios actuales, y un 71,4% confesó haberse disgustado al entrar a un comercio y que la promoción por la que asistió ya no se encontrara disponible.

Por lo tanto, fue posible observar cómo los principales medios de información que se proveen no son inmediatos y dependen de la disposición del cliente para buscarlos. Dicha conclusión, se consideró como el principal obstáculo en la actualidad de la comunicación comercio-cliente.

En la realidad actual del servicio de beneficios de compra en Argentina, no existe aplicación alguna que brinde una solución que permita centralizar todos los beneficios y a su vez, permita la publicidad del comercio mediante estas oportunidades de compra.

Es por esto, que el objetivo principal GreedyMe es agilizar la comunicación comercio-cliente, a través de la integración de tecnologías que permitan mostrar ofertas en tiempo real vigentes.

De esta manera el sistema, no solamente está orientado al cliente sino también a los tomadores de decisiones del negocio.

Brinda una experiencia nueva para éstos, ya que las analíticas[11] que se generan no son las convencionales y permiten obtener una visión del negocio de la cual no se tiene mucha información.

Por el lado del cliente consumidor, el sistema le ofrece la oportunidad de filtrar las oportunidades de compra según sus preferencias y ubicación donde se encuentre.

Por último, agiliza la comunicación mediante el envío personalizado de notificaciones por parte del comercio a sus clientes acerca de las promociones y beneficios que ofrece.

Discusión

GreedyMe busca implementarse en la sociedad argentina principalmente como un producto de innovación tecnológica para los

clientes de comercios, de los cuales se espera que hagan el mayor uso del sistema. Del mismo modo, adopta también la funcionalidad de una solución de negocio para locales de rubros variados.

Con la funcionalidad que el sistema posee actualmente, se considera que ambas perspectivas mencionadas pueden ser alcanzadas.

En un futuro, se planea agregar nuevas funcionalidades al sistema que permitan mejorar aún más la experiencia de compra del cliente. Algunas de ellas serían la incorporación de analíticas más avanzadas para el comercio y un sistema de recompensas para el consumidor que permita la acumulación de puntos obtenidos por compras realizadas de forma online y no solo física en el comercio.

Conclusión

GreedyMe trata de un sistema gestor de promociones y beneficios para comercios de rubros variados. Estos pueden ser tanto aquellos que provengan de sistemas financieros, como también los propios del comercio. La misma se instalará como una aplicación en los dispositivos de los clientes mientras que, por el lado del comercio, se accederá mediante una página web.

Busca ser una herramienta que brinde una ventaja competitiva en el mercado a comercios, otorgando un alto grado de competitividad. Brinda la posibilidad de obtener información acerca del comportamiento del consumidor para facilitar y eficientizar la toma de decisiones del establecimiento a nivel gerencial y estratégico.

A través de la integración de tecnologías variadas, facilita al cliente la visualización de compra a precios exclusivos para el consumidor, registrando sus datos de financiación y mostrando ofertas en tiempo real vigentes.

Agradecimientos

A nuestros compañeros y profesores que se mostraron dispuestos a ayudar en todo momento y

resolver cualquier inquietud que haya surgido en el proceso de desarrollo del proyecto.

A nuestra casa de estudios, Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Córdoba, por brindarnos el conocimiento y el apoyo en todo momento de nuestra carrera.

Referencias

- [2]. Project Management Institute: <https://www.pmi.org/> - Último acceso: agosto 2020.
- [3]. SCRUM: marco de trabajo colaborativo <https://www.atlassian.com/es/agile/scrum> - Último acceso: agosto 2020.
- [4]. Firebase: <https://firebase.google.com/?hl=es> - Último acceso: agosto 2020.
- [5]. React: <https://es.reactjs.org/> - Último acceso: agosto 2020.
- [6]. React Native: <https://reactnative.dev/> - Último acceso: agosto 2020.
- [7]. <https://www.infobae.com/tecnologia/2019/12/16/las-cuponeras-digitales-abren-emprendimientos-y-prometen-aumentar-las-ventas-en-las-fiestas/> - Último acceso: julio 2020.
- [9]. JIRA: herramienta de desarrollo de software <https://es.atlassian.com/software/jira> - Último acceso: agosto 2020.
- [10]. Visual Studio Code: <https://code.visualstudio.com/> - Último acceso: agosto 2020.

Notas a pie de página

- [1]. Se desarrolla con tecnología mobile para la implementación del usuario cliente y tecnología web para el del comercio.
- [8]. Machine Learning: Sistema capaz de identificar patrones complejos en millones de datos, predecir comportamientos y mejorarse de manera independiente con el tiempo.
- [11]. Analíticas: datos procesados, convertidos en información útil y presentada convenientemente.

Datos de Contacto:

Cerutti, Juan Manuel

Email: juanmanuelcerutti@gmail.com

Duje, Franca Belén

Email: franduje@gmail.com

Niclis, Yazimel Santiago

Email: yazimelniclis1995@gmail.com

Vaca, Maria Laura

Email: mlauri1997@gmail.com

Zablosky, Juan Pablo

Email: juanzablosky@gmail.com