

Charter del Proyecto

Tienda Virtual - Tonantzintla Fonda
Especialistas en Comercio Electrónico, S.A. de C.V.

Versión 1.0

Historial de Revisión

Fecha	Versión	Descripción	Autor
08/02/2013	1.0	Primera Versión del Chárter	Ricardo Roldán

Tabla de contenido

1.	Introducción	4
1.1	Propósito	4
1.2	Alcance	4
1.3	Perspectiva general del proyecto	4
2.	Justificación del Proyecto	4
3.	Involucrados Clave del Proyecto	7
3.1	Áreas Clave Involucrados	7
3.2	Roles, Responsabilidades y Autoridades	8
3.3	Plan del Personal del Proyecto	8
4.	Plan de Administración del Proyecto	8
4.1	Propuesta del Proyecto	8
4.2	Administración del Proyecto	9
4.2.1	Reuniones y Reportes de Avance del Proyecto	9
4.2.2	Administración de Problemas	9
4.2.3	Administración de Cambios	10
4.2.4	Administración del Alcance	10
4.3	Plan de Administración de Riesgos	10
4.4	Estrategia de Comunicaciones	10
4.5	Administración de Calidad	11
4.6	Entregables del Proyecto	11
5.	Éxito del Proyecto	11
5.1	Supuestos	11
5.2	Criterios de Éxito	11
5.3	Restricciones del Proyecto	11
6.	Otros	11
6.1	Requerimientos de Licencias	12
6.2	Aspectos Legales, Copyright, y otros Avisos	12
7.	Firma del Charter del Proyecto	12

Chárter del Proyecto

1. Introducción

Chárter del proyecto Tienda Virtual - Tonantzintla Fonda.

1.1 Propósito

La creación de este documento tiene como finalidad el asegurar que todos los participantes del proyecto Tienda Virtual - Tonantzintla Fonda, estén bajo los mismos entendidos y persiguiendo las mismas metas y los mismos conceptos.

1.2 Alcance

Los alcances de este proyecto comprenden la creación de una tienda virtual, desde su diseño gráfico, su publicación en internet y la administración y mantenimiento por el tiempo contratado, este proyecto estará íntimamente ligado al negocio denominado Restaurante Tonantzintla Fonda y negocios alternos.

1.3 Perspectiva general del proyecto

El objetivo es crear una tienda virtual donde se ofrezcan algunos de los productos típicos de Puebla para incrementar los ingresos del consorcio al que representa. El Proyecto se basa en el diseño, desarrollo y publicación de una tienda virtual en internet, a través de la cual se puedan comercializar los productos que ofrece el consorcio, aprovechar las ventajas del comercio electrónico y poner al alcance de todo el público (alrededor del mundo) los artículos y productos distribuidos en exclusiva por la empresa.

Nombre del Proyecto	Tienda Virtual - Tonantzintla Fonda
Objetivo del Proyecto	Creación de una tienda virtual en Internet
Patrocinador del Proyecto	Consortio Tonantzintla, S.A. de C.V.
Fecha de Inicio	13 de Febrero del 2013
Fecha de Terminación	13 de Abril del 2013
Esfuerzo estimado	25 Horas
Proyectos Relacionados	Portal Tonantzintla Fonda
Presupuesto del Proyecto	\$15,000.00

2. Justificación del Proyecto

Las condiciones actuales del comercio marcan las claras tendencias de la mercadotecnia y la publicidad. Tales tendencias se enfocan hacia el acceso a la información vía internet y comercio electrónico. El no tener una presencia firme en internet puede hacer la diferencia entre el triunfo y el fracaso, ya que los consumidores modernos están cambiando su manera de informarse y de buscar nuevas alternativas para su consumo. Incluso, alrededor del mundo existen miles de consumidores potenciales que están al alcance de un click.

Tienda Virtual - Tonantzintla Fonda	
Documento: Charter del Proyecto	Versión: 1.0
Clave: MTS-051	Fecha: 08/04/2013

2.1 Estrategia (SMART)

Specific (Específico)

Crear una página de comercio electrónico que impulse a los usuarios a visitar el Restaurante y a adquirir artesanías y/o ingredientes típicos de Puebla.

Measurable (Medible)

El éxito de la campaña a través del portal será medida por medio de encuestas a los clientes que acudan personalmente al Restaurante, también serán importantes las estadísticas de visitas y el número de compras concretadas.

Achievable (Realizable)

El Portal del Restaurante será el medio por el cual se publicará la tienda virtual, en ella se venderán artículos típicos de los artesanos poblanos, pensando siempre en artículos que sean atractivos y sobre todo manejables, poco frágiles y livianos. De la misma manera se ofrecerán productos alimenticios que puedan ser comercializados en cualquier parte del mundo y con empaques que así lo permitan. Las entregas se harán a través de paquetería de clase mundial con cargo a los clientes.

Realistic (Realista)

El comercio electrónico es hoy una realidad, y es, sin duda uno de los mejores escaparates para promocionar los negocios y realizar transacciones seguras a través de la red.

Time-Bound (con Límite de Tiempo)

El portal funcionará, en su primera etapa, por seis meses, una vez transcurrido ese tiempo se decidirá si se continúa con la estrategia de mercado o bien se cierra. En caso de continuar, se deberá decidir qué productos continúan, qué productos salen y qué productos entrarán al catálogo de artículos.

2.2 Análisis de Mercado

Nuestro mercado TARGET, es los Estados Unidos. Esta decisión se basa en la cercanía con ese país y la facilidad de comunicarse con los clientes potenciales incluso vía telefónica.

PRINCIPALES PROVEEDORES DE TOP 5 ARTESANÍAS A LOS EE.UU. (EN MILLONES DE US\$) – CONT.

691310 ESTATUILLAS DE CERAMICA Y OTROS ARTICULOS DE ADORNO, DE PORCELANA O CHINA

PAIS	2000	2003	2004	2005	2006	2007	% VAR 07/06	PART %
TOTAL	340.14	293.10	238.73	203.64	198.93	197.01	-1.0	100.0
1 China	199.54	192.31	162.16	137.28	132.46	134.22	1.3	68.1
2 Spain	44.64	39.62	27.42	22.92	26.57	21.28	-16.8	10.8
3 United Kingdom	7.00	5.96	6.39	5.23	5.07	6.78	33.6	3.4
4 Thailand	11.54	6.96	4.57	5.87	5.00	5.23	4.7	2.7
5 France	12.09	5.43	5.15	4.15	4.39	4.32	-1.6	2.2
22 Peru	0.06	0.12	0.12	0.15	0.08	0.44	480.8	0.2

Fuente: US International Trade Commission

2.3 Perfil del Comprador

El perfil del comprador de artesanías en general es el siguiente:

- Personas adultas
- Viajeros frecuentes
- Coleccionistas o interesados en el arte
- Aprecio por productos hechos a mano
- Tiene un alto grado de educación
- Posee niveles de ingreso relativamente altos

No descartar el mercado latino e hispano que conocen los productos y buscan decorar sus hogares para recordar o distinguir su identidad y tradiciones.

2.4 Perfil del Comprador (de Artesanías Norteamericano)

De acuerdo al Estudio de Mercado de Artesanías en los Estados Unidos se obtuvo la siguiente información:

“...Los gustos de los consumidores norteamericanos en artesanía están cambiando continuamente, por lo que es necesario innovar y mejorar la calidad también continuamente para poder competir. Las líneas de productos con mayor demanda en el mercado son: artículos para decoración de usos múltiples y coleccionables (artículos que adquieren un valor dada su vinculación a un evento). Estos últimos, han registrado el mayor crecimiento dentro del sector, con una tasa anual de crecimiento del 11.5%; siendo sus principales consumidores 25 millones de estadounidenses entre 45 y 65 años de edad, quienes han mostrado un marcado interés por transformar sus hogares en espacios agradables. Otra oportunidad de vender accesorios y regalos en Estados Unidos, es el alto poder adquisitivo de la población. Se calcula un gasto de 500 dólares en las compras de navidad a nivel per cápita. Asimismo, hay otras temporadas de gran demanda de regalos, como el día de San Valentín, día de las madres, día de acción de gracias, día de las brujas y pascuas.”

3. Involucrados Clave del Proyecto

3.1 Áreas Clave Involucradas

Las siguientes son las áreas claves que deberán estar involucradas a todo lo largo del desarrollo del proyecto y que con su experiencia y decisión harán de éste un proyecto éxitos.

Participantes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Director General ▪ Gerente Comercial ▪ Contador ▪ Diseño Gráfico ▪ Tecnología WEB ▪ Seguridad Informática 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mario Marín ▪ Manuel Bartlett ▪ Gustavo Díaz Ordaz ▪ Ricardo Roldán ▪ Héctor Flores ▪ Manuel Rodríguez
----------------------	--	---

3.2 Roles, Responsabilidades y Autoridades

Rol	Responsabilidad
Patrocinador del Proyecto	Iniciar el proyecto, asignar Gerente de Proyecto
Gerente del proyecto	Ejecutar el proyecto, contacto directo con el Cliente
Responsable de área (Administrador del proyecto)	Administrar el proyecto, controlar avances, documentar juntas con el Cliente, llevar los gastos.
Líder técnico	Se encargará de buscar las mejores alternativas para la publicación y función de la Tienda Virtual.
Líder usuario	Dará el visto bueno a las aplicaciones, desarrollos y aspecto de las páginas que conformarán el portal.
Área desarrollo	Desarrollar el proyecto, entregar documentación al Administrador del proyecto.
Área usuaria	Encargados de verificar la funcionalidad y contenidos del portal.
Auditor de Sistema	Verificará que los avances y presupuestos del proyecto sigan conforme a lo estipulado. Dará aviso al patrocinador y/o al Gerente del Proyecto en caso de identificar cualquier desviación.

3.3 Plan del Personal del Proyecto

Rol	Asignado a
Patrocinador del Proyecto	Mario Marín
Gerente del proyecto	Ricardo Roldán
Responsable de área (Administrador del proyecto)	Manuel Rodríguez
Líder técnico	Demetrio Roldán
Líder usuario	Manuel Bartlett
Área desarrollo	Demetrio Montiel
Auditor de Sistema	Gustavo Díaz Ordaz

4. Plan de Administración del Proyecto

4.1 Propuesta del Proyecto

La Tienda Virtual estará enfocada a la promoción y venta de los productos y artesanías que la investigación de mercado haya arrojado para incrementar de manera considerable las ganancias de la empresa, así como la promoción de los demás servicios del consorcio.

4.2 Administración del Proyecto

4.2.1 Reuniones y Reportes de Avance del Proyecto

Evento	Frecuencia	Resultados Publicados	Realizado por	Distribución
Reuniones del Equipo del Proyecto	Diaria	Minuta de junta diaria	Gerente del Proyecto	Director del Proyecto y Equipo del Proyecto
Reuniones del Equipo de Trabajo del Negocio	Diaria	Información requerida por el área de desarrollo.	Gerente Comercial	Gerente del Proyecto y todos los equipos
Reuniones con el Equipo Técnico	Semanal	Análisis de tecnologías y sugerencias de sistemas a aplicar	Líder Técnico	Gerente del Proyecto y todos los equipos
Reuniones con Patrocinador del Proyecto	Semanal	Páginas desarrolladas, avances en contratación de servicios y cotizaciones	Gerente del Proyecto	Patrocinador del Proyecto

4.2.2 Administración de Problemas

En caso de ser detectado algún problema que impida el progreso del proyecto, éste deberá ser perfectamente documentado por escrito, se deberá incluir en el documento la solución o petición requerida y deberá contar con la firma del Patrocinador y/o el Administrador del proyecto. El documento será puesto a consideración del Gerente de Proyecto, mismo que evaluará su viabilidad y costo, en caso de haberlo.

4.2.3 Administración de Cambios

Para el caso de que se desee hacer algún cambio respecto a los diseños, funcionalidades, información incluida, etc., éste deberá ser solicitado por escrito, se deberá incluir en el documento el cambio o petición requerida y deberá contar con la firma del Patrocinador y/o el Administrador del proyecto. El documento será puesto a consideración del Gerente de Proyecto, mismo que evaluará su viabilidad y costo, en caso de haberlo.

Críticos	Patrocinador, Administrador y Gerente del Proyecto
Rutinarios	Gerente del Proyecto, Administrador del Proyecto
Diferidos	Gerente del Proyecto, Administrador del Proyecto
Rechazados	Patrocinador, Administrador y Gerente del Proyecto

4.2.4 Administración del Alcance

Toda modificación en los alcances del proyecto deberá ser discutida en las juntas diarias mediante una propuesta por escrito de los criterios a cambiar en los alcances del proyecto. De estas juntas se llegará a un acuerdo por escrito en donde se estipulen los nuevos alcances del proyecto, así como las implicaciones en la línea de tiempo, presupuestos y entregables finales.

4.3 Plan de Administración de Riesgos

Factor de Riesgo	Nivel de Riesgo	Impacto Potencial	Técnicas de Gestión de Riesgos
Falta de Información	Alto	Medio	<ul style="list-style-type: none"> ● Minutas de Juntas ● Control de Resultados ● Cumplimiento de Acuerdos ● Realización de Respaldos Diarios ● Entrega de avances al Cliente ● Contratación de Hosting confiable ● Registro de marcas, logotipos y desarrollos ante el IMPI
Pérdida de Información	Alto	Alto	
Robo de Identidad	Alto	Muy Alto	

4.4 Estrategia de Comunicaciones

Audiencia	Que	Cuando	Quien	Como
Diseñador, Patrocinador, Líder de Usuarios	Presentación de avances y diseños	Semanal	Gerente del Proyecto	Junta
Administrador, Gerente del Proyecto, Patrocinador	Estatus del Proyecto, presupuestos	Semanal	Administrador	Junta

4.5 Administración de Calidad

Rubro	Criterios de Calidad
Diseños	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impresión a color con guías de pantone (donde aplique). ▪ Imágenes digitales en DVD en diversos formatos y Alta Definición
Páginas WEB	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visualización desde distintos tipos de monitores y resoluciones ▪ Pruebas de funcionalidad satisfactorias ▪ Pruebas de seguridad satisfactorias

4.6 Entregables del Proyecto

Entregables	Fecha Planeada	Internos / Externos
Diseños de la página WEB de la Tienda Virtual	23 de Marzo del 2013	Interno
Contratación de paquetería para envíos	6 de Abril del 2013	Interno
Entrega de la Tienda Virtual en funcionamiento	13 de Abril del 2013	Interno

5. Éxito del Proyecto

5.1 Supuestos

1. La Tienda Virtual será una fuente de ingresos adicional al negocio del cual estará íntimamente relacionada.
2. Será el complemento perfecto para la comercialización de los productos a nivel mundial vía comercio electrónico.

5.2 Criterios de Éxito

1. Será de vital importancia la participación de cada uno de los involucrados en el proyecto.
2. El cumplimiento con las obligaciones, en tiempo y forma.
3. La entrega de información y recursos a tiempo.

5.3 Restricciones del Proyecto

1. Los recursos económicos deberán estar disponibles para el caso de las contrataciones que se llevarán a cabo.
2. La falta de seguimiento, decisión y acuerdo, pueden ser motivo de retrasos para el proyecto.

6. Otros

En general se deberá de prever todo aquel asunto que permita llevar a buen puerto el proyecto, tal como contratación de servicios, firma de acuerdos, toma de decisiones, etc.

6.1 Requerimientos de Licencias

El sistema o sistemas de pago que se implementaran en la tienda deberán cumplir con la contratación requerida por los proveedores de dichos servicios.

6.2 Aspectos Legales, Copyright, y otros Avisos

Los diseños, programas y desarrollos hechos ex profeso para la Tienda Virtual se deberán registrar ante las instancias legales para evitar el mal uso de estos.

7. Firma del Charter del Proyecto

Las siguientes firmas manifiestan entender los materiales contenidos en este Charter del Proyecto y firman de acuerdo para cumplir con las responsabilidades descritas en él.

Mario Marín
Patrocinador del Proyecto

Fecha _____

Gustavo Díaz Ordaz
Auditor del Proyecto

Fecha _____

Demetrio Roldán
Responsable de Área

Fecha _____

Ricardo Roldán
Gerente del Proyecto

Fecha _____