**CONTROL DE VERSIONES**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Versión** | **Hecha por** | **Revisada por** | **Aprobada por** | **Fecha** | **Motivo** |
| **1** | **CRoa**  **IEchavarria** |  |  | **15-10-2014** | **Versión original** |

**Project Charter.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Número de Proyecto** | **Nombre del Proyecto** | **Siglas** |
| 0005 | Reputación y promociones | RP |
| **Project Manager** | **Sponsor** | **Fecha** |
| Carlos Felipe Roa Chávez | Jorge Villalobos  Gerente MarketPlace de los Alpes | 15/10/2014 |

**Descripción del Proyecto**

|  |
| --- |
| **1- Antecedentes** – Por qué nace el proyecto y cómo se alinea al negocio |
| La empresa MarketPlace de los Alpes, con el fin de brindar mayor confianza entre sus clientes, desea crear el concepto de reputación el cual permitirá diferenciar los clientes mas confiables, basados en sus transacciones exitosas versus fallidas.  En búsqueda de aumentar las transacciones realizadas en el MPLA, se ampliara la oferta de productos a través de la promoción de combos (Grupo de productos) por parte de fabricante, el cual podrá ser adquirirlo directamente por un comercio a través de una orden de Compra directa, con vigencia establecida. |
| **2 - Objetivo General** |
| Implementar las estrategias de reputación y de promociones de combos, con el fin de incentivar a los clientes para aumentar su uso en la plataforma. |
| **3 - Objetivos del Proyecto** – Del negocio, Específicos, Medibles, Alcanzables, Realistas, con Fecha |
| Adicionar un atributo en la entidad cliente llamado reputación donde permitirá deferenciar de acuerdo a las transacciones exitosas versus fallidas.  Permitir a las clientes, al realizar una transacción filtrando las contrapartes por su nivel de reputación.  Ampliar la oferta de productos de los fabricantes, por medio de la creación de combos.  Permitir a los comercios adquirir combos promocionales ofrecidos por los fabricantes de forma directa durante una vigencia determinada. |
| **4 - Alcance del Proyecto** – Lo que incluye y lo que NO incluye |
| La ejecución del proyecto esta dividido en 3 Sub proyectos.  **P 9. Actualización del portal del MPLA**  **P 10. Permitir a un fabricante promocionar productos a través de combos.**  **P 11. Realizar las modificación para soportar el concepto de reputación**  Crear un único subproceso de confirmación de transacción, el cual pueda ser usado por los procesos de transacciones y en el cual se realizará la consulta y descuento sobre comisión, a los clientes que sean considerados de alta actividad (alto volumen de transacciones). |
| **5 - Presupuesto Inicial Asignado** – Define método de medición |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | **Unidad** | **P9** | **P10** | **P11** | **Hr/Unidad** | **Total** | | **Portal** |  |  |  |  |  |  | | **Portlet** | Portlet |  |  |  | 2 |  | | **Bean Session** | Bean |  |  |  | 4 |  | | **Proxy** | Proxy |  |  |  | 3 |  | | **JSPX** | JSPX |  |  |  | 4 |  | | **OSB Front** | Transf |  |  |  | 0.3 |  | | **OSB Front** | Mensaje |  |  |  | 4 |  | | **BPEL** | Bloque |  |  | 31 | 0.44 |  | | **BAM-Entidad** | Entidad |  |  | 1 | 1 |  | | **BAM- KPI** | KPI |  |  | 2 | 2 |  | | **OSB Back** | Transf |  |  | 2 | 0.3 |  | | **OSB Back** | Mensaje |  |  | 1 | 4 |  | | **Aplicaciones** | Loc |  |  |  | 12 |  | | **Base de datos-Atributos** | Atrib |  |  | 4 | 3 |  | |  |  |  |  |  | Total |  | |
| **6 -Cliente y Stakeholders Principales** –Nombre y Puesto, los que se identifiquen hasta hoy |
| |  |  | | --- | --- | | **Nombre** | **Rol que desempeña en el proyecto** | | |  | | --- | | Lina Giseth Casas Salas | | Soporte Técnico Marketplace | | Oscar Gonzalez | Sponsor y arquitecto del Marketplace | | Mario Sánchez | Arquitecto y directivo del Marketplace | | Jorge Villalobos | Arquitecto y directivo del Marketplace | |
| **7- Equipo de Trabajo** – Nombre y Puesto |
| |  |  | | --- | --- | | **Nombre** | **Rol** | | Carlos Felipe Roa | líder de proyecto | | Paula Castellanos | Líder Desarrollo | | Felipe Fagua | Líder Pruebas | | Ingrid Echavarria | Líder Planeación | | David Abril | Líder Calidad | | Gabriel Martínez Rojas | Líder Riesgos | |
| **8-Entregables a un alto nivel** –Milestones principales |
| |  |  | | --- | --- | | **Milestones –**Lo que puedas visualizar | **Estado** | | Plan de Calidad |  | | Plan de riesgos |  | | Plan de desarrollo |  | | Plan de pruebas |  | | Entrega y demostración de producto final |  | | Presentación del cierre del proyecto |  | | Documento final de arquitectura |  | |
| **9- Supuestos del Proyecto** –factores que se consideran ciertos, reales y certeros |
| 1. Se cuenta con una disponibilidad de 6.5 horas del personal por semana 2. Cada Miembro del equipo debe responder con las tareas de su rol TSP asignado 3. El día domingo se realiza una reunión de seguimiento y asignación de tareas 4. El día Sábado es la fecha limite de ingreso de tiempos a la herramienta |
| **10- Riesgos Identificados** – ¿Qué se puede presentar que ponga el proyecto en peligro? |
| 1. El tiempo gastado para llevar a cabo cada una de las actividades del proyecto es superior al planeado 2. Fallas de comunicación en el equipo 3. No aplicar y mantener una correcta gestión documental del proyecto 4. Problemas de Integración de tecnologías 5. Baja disponibilidad de los integrantes del grupo para cumplir con tareas puntuales. |