**Plan de Gestión de los Interesados**

**Proyecto SevenDe**

**Versión 1.0**

**Control de versiones**

| **Fecha** | **Versión** | **Descripción** | **Autor** |
| --- | --- | --- | --- |
| 15/11/2024 | 1.0 | Creación del documento | Sebastian Ayala |
| 21/11/2024 | 2.0 |  | Josué Torres |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**ÍNDICE**

[**1. Identificación de los interesados: 4**](#_kzsm893ln77u)

[1.1 Interesados principales: 4](#_vd2m484idlyb)

[1.1.1 Estudiantes de la UNMSM: 4](#_lrfin959hgab)

[1.1.2 Restaurantes cercanos: 4](#_qg6mhq4doyjv)

[1.1.3 Administración UNMSM: 5](#_7rqg6q7vxzcc)

[2. Estrategias de gestión de los interesados: 5](#_wdi40b4ka6i9)

[2.1 Estudiantes: 5](#_4g170mg5cj8r)

[2.2 Restaurantes cercanos: 6](#_9ch48mhh1a50)

[2.3 Administración de la UNMSM: 6](#_icq4z7mu88nd)

# 

# Identificación de los interesados:

## 1.1 Interesados principales:

### 1.1.1 Estudiantes de la UNMSM:

* Rol: Usuarios finales de la aplicación
* Intereses:

. Acceso rápido a los menús

. Mejor organización a la hora de reservar y pedir menús

. Precios accesibles

. Diversidad de opciones

. Facilidad de uso.

* Influencia: Baja, debido a su rol final; sin embargo, es clave para medir el éxito y alcance del proyecto.

### 1.1.2 Restaurantes cercanos:

* Rol: Proveedores de comida/menú
* Intereses:

. Promocionar sus negocios

. Incremento de ventas

. Mejor organización.

* Influencia: Alta, al ser las personas encargadas de ofrecer su producto, estas son las más importantes para dar uso a la funcionalidad del software.

### 1.1.3 Administración UNMSM:

* Rol: Posible patrocinador del proyecto.
* Intereses:

. Mejorar el orden afuera de las puertas de la universidad

. Mejorar la seguridad a la hora de entrar

. Evitar conflictos de las personas encargadas de atraer a los estudiantes por menús.

* Influencia: Baja/Alta debido a que gracias a esto se pueden coordinar mejores presupuestos para una mejor evaluación.

# [Estrategias de gestión de los interesados](https://docs.google.com/document/d/1SvuTUPnOesJxmgfpCyjO2LKdquLt-gt90HhrqdM0SU8/edit?tab=t.0#heading=h.spohot5v10mt):

En esta sección se analizará las distintas estrategias de los interesados mencionados anteriormente en el documento:

## 2.1 **Estudiantes:**

* Acciones:
* Campañas de difusión a través de redes sociales y tablones de anuncios.
* Diseño de una interfaz intuitiva, de fácil uso y adaptable.
* Encuestas y recomendaciones para evaluar la satisfacción.
* Medida de éxito:
* Aumentar en un 30% el número de reservas mensuales durante el primer semestre.

## 2.2 Restaurantes cercanos:

* Acciones:
* Realizar reuniones para evaluar el progreso, solucionar dudas, y arreglar problemas.
* Proveer información sobre incidencias.
* Medida de éxito:
* Que el porcentaje de restaurantes cercanos a San Marcos sea mayor al 50%.

## 2.3 Administración de la UNMSM:

* Acciones:
* Presentar un informe sobre las acciones que se están realizando
* Solicitar reuniones con los encargados.
* Demostrar cómo el problema de desorden existente se disuelve gracias al software
* Medida de éxito:
* Aprobar el proyecto de manera oficial.