



PLAN DE PROYECTO

PROJ-VDJG-2025

Vitrina Digital Jiovani Go (VDJG): Plataforma Web para Optimización de Presencia en Línea

Integrantes	: Joaquín Cancino Torres
Carrera	: Ingeniería Civil informática
Asignatura	: Ingeniería de Software II
Docente	: Jerman Espíndola Sandoval
Fecha de Entrega	: 14 de mayo de 2025

Índice

1	Introducción.....	3
2	Problemática	4
3	Solución.....	5
3.1	Solución propuesta	5
3.2	Que no incluye	5
4	Arquitectura.....	7
4.1	Descripción de la arquitectura	7
4.2	Esquema / Arquitectura	8
5	Objetivos	9
5.1	Objetivo general:	9
5.2	Objetivos específicos para el desarrollo del software	9
5.3	Objetivos para realizar Mediciones en el Proyecto (OMP)	11
6	Estructura de Descomposición de Trabajo (EDT).....	13
7	Riesgos	14
7.1	Matriz de Riesgos (MR).....	17
8	Historias de Usuarios (HU).....	18
9	Conclusiones.....	24

1 Introducción

El proyecto "Plataforma Web para Optimización de Ventas - Jiovani Go" surge como respuesta a la necesidad de mejorar la presencia digital de la empresa de perfumería "Jiovani Go", que actualmente carece de presencia en línea. En el mercado actual, donde la digitalización es cada vez más relevante para el éxito comercial, esta ausencia representa una desventaja competitiva significativa.

La industria de la perfumería ha experimentado una transformación importante en los últimos años, con un creciente número de consumidores que utilizan plataformas digitales para informarse sobre productos, comparar opciones y realizar compras. Según estudios recientes, más del 60% de los consumidores de productos de belleza y perfumería investigan en línea antes de realizar una compra, incluso si luego adquieren el producto en una tienda física.

En este contexto, el desarrollo de una plataforma web para Jiovani Go no solo representa una oportunidad para aumentar la visibilidad de la marca, sino también para establecer un nuevo canal de comunicación con los clientes, potenciar las ventas y obtener información valiosa sobre preferencias y comportamientos del consumidor.

Este plan de proyecto define la estrategia para el desarrollo e implementación de dicha plataforma, contemplando desde los aspectos técnicos y funcionales hasta los riesgos potenciales y medidas de mitigación. El propósito es proporcionar una hoja de ruta clara y detallada que guíe el proceso de desarrollo, asegurando que el producto final cumpla con las expectativas del cliente y aporte valor real a su negocio.

La plataforma web propuesta será desarrollada siguiendo metodologías ágiles, con un enfoque centrado en el usuario y considerando las mejores prácticas en diseño web y experiencia de usuario (UX). El resultado será una herramienta digital que no solo mejore la visibilidad de Jiovani Go en el mercado, sino que también contribuya a la optimización de sus procesos de venta y al fortalecimiento de su relación con los clientes.

2 Problemática

El sector de la perfumería enfrenta actualmente desafíos significativos en relación con la digitalización y presencia en línea, especialmente para empresas tradicionales que no han adaptado sus estrategias al entorno digital. En el caso específico de "Jiovani Go", se ha identificado una problemática multidimensional que afecta directamente su competitividad y potencial de crecimiento.

La empresa carece por completo de presencia digital, lo que implica una invisibilidad práctica en un mercado donde los consumidores utilizan cada vez más internet para descubrir, investigar y comprar productos de perfumería. Esta ausencia no solo limita el alcance de la marca a un público físicamente cercano, sino que también restringe severamente las oportunidades de captación de nuevos clientes potenciales que, por tendencia global, inician su proceso de compra con una búsqueda en línea.

La falta de un sitio web impacta negativamente en múltiples aspectos del negocio:

1. **Visibilidad limitada:** Los consumidores no pueden encontrar información sobre Jiovani Go al realizar búsquedas relacionadas con perfumes en su área geográfica, cediendo ese espacio a competidores con presencia digital.
2. **Oportunidades de venta perdidas:** Sin una plataforma para mostrar su catálogo de productos, la empresa pierde ventas potenciales de clientes que prefieren explorar opciones en línea antes de realizar una compra.
3. **Desventaja competitiva:** Mientras los competidores aprovechan las herramientas digitales para construir relaciones con sus clientes, Jiovani Go queda rezagada, sin acceso a los beneficios del marketing digital y el análisis de datos.
4. **Falta de información sobre el mercado:** Sin presencia digital, la empresa carece de medios para recopilar información valiosa sobre comportamientos y preferencias de sus clientes potenciales.
5. **Limitaciones en estrategias de fidelización:** La ausencia de canales digitales dificulta la implementación de programas de fidelización efectivos, que podrían aumentar las tasas de retención de clientes.

3 Solución

3.1 Solución propuesta

La solución propuesta consiste en el desarrollo e implementación de una plataforma web inicial para la empresa "Jiovani Go", diseñada específicamente para mejorar su presencia digital y la visibilidad de sus productos de perfumería. Esta primera fase de la plataforma funcionará como vitrina digital de la marca, presentando su catálogo de productos de manera atractiva y profesional.

Los componentes principales de la solución incluyen:

1. **Sitio web responsive y funcional:** Desarrollo de una interfaz web adaptativa utilizando React.js como biblioteca principal de JavaScript y Tailwind CSS para el diseño y estilizado, garantizando una experiencia óptima en todos los dispositivos con un diseño moderno y coherente con la identidad de la marca.
2. **Catálogo digital básico:** Implementación de un catálogo que presente los productos de Jiovani Go con fotografías, descripciones breves, información sobre notas olfativas y concentración, organizado por categorías.
3. **Panel de administración simplificado:** Desarrollo de un backend básico que permita al personal de Jiovani Go actualizar el catálogo y gestionar contenidos sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.
4. **Sección informativa:** Creación de páginas estáticas con información sobre la empresa, su historia y filosofía, así como contenido educativo básico sobre perfumes.
5. **Blog simple:** Implementación de un blog básico para publicación de artículos relacionados con el mundo de las fragancias, sin sistema de comentarios en esta primera fase.
6. **Formulario de contacto:** Inclusión de un formulario simple que facilite la comunicación entre clientes potenciales y la empresa.

3.2 Que no incluye

Para mantener la viabilidad del proyecto con los recursos y tiempo disponibles, esta primera fase no incluirá:

1. **Desarrollo de aplicaciones móviles nativas:** La solución contempla un diseño web responsive que funcionará en dispositivos móviles, pero no incluye el desarrollo de aplicaciones específicas para iOS, Android u otras plataformas.
2. **Sistema de pagos en línea integrado:** El alcance actual no abarca la implementación de un sistema de comercio electrónico completo con pasarela de pagos, carrito de compras y gestión de pedidos en línea.
3. **Integración con sistemas ERP o CRM existentes:** La plataforma funcionará como un sistema independiente y no se integrará con otros sistemas de gestión empresarial que la empresa pudiera utilizar.
4. **Sistema de métricas y análisis:** No se implementarán sistemas de seguimiento y análisis de usuarios, ni propios ni de terceros como Google Analytics.
5. **Optimización SEO:** No se incluirán estrategias ni implementaciones específicas para posicionamiento en buscadores.
6. **Sistema de comentarios en blog:** El blog será inicialmente de solo lectura, sin funcionalidad de comentarios.
7. **Estructura compleja de contenidos:** Se utilizará un modelo simplificado de contenidos sin implementar herencia compleja entre tipos de contenido.
8. **Gestión avanzada de múltiples imágenes:** Se limitará a una imagen principal por producto en esta fase.
9. **Optimización de rendimiento avanzada:** Se implementarán prácticas básicas de programación, pero no técnicas avanzadas como CDN personalizado o sistemas complejos de caching.
10. **Integraciones avanzadas con redes sociales:** Se incluirán botones básicos para compartir, pero no integración bidireccional completa con plataformas sociales.

Estos elementos podrían considerarse para fases posteriores del proyecto, según el éxito de la implementación inicial y las necesidades evolutivas de Jiovani Go.

4 Arquitectura

4.1 Descripción de la arquitectura

La solución propuesta para Jiovani Go estará basada en una arquitectura de aplicación web de tres capas: Frontend, Backend y Base de datos.

- **Frontend**

Para la capa Frontend, se utilizará React como biblioteca principal de JavaScript, complementada con Tailwind CSS como framework de utilidades para el diseño.

- **React:** Permitirá crear una interfaz de usuario dinámica y eficiente mediante un enfoque basado en componentes reutilizables.
- **Tailwind CSS:** Proporcionará un sistema de diseño altamente personalizable y eficiente, basado en clases de utilidad que acelerará el desarrollo visual y garantizará consistencia en toda la aplicación.
- **Vite:** Se utilizará como herramienta de construcción para optimizar el proceso de desarrollo, ofreciendo un servidor de desarrollo rápido y eficiente.

Esta combinación tecnológica permitirá:

- Desarrollar componentes modulares que faciliten el mantenimiento y la escalabilidad
- Lograr un diseño responsive con mínimo esfuerzo
- Mantener una coherencia visual en toda la plataforma
- Optimizar los tiempos de carga mediante la generación eficiente de código

- **Backend**

En la capa backend, se utilizará el framework Node.js con Express:

- **Node.js/Express:** Permitirá desarrollar una API REST eficiente que sirva como puente entre el frontend y la base de datos.
- **Middleware de autenticación:** Para gestionar el acceso seguro al panel de administración.
- **Controladores modulares:** Organizados para gestionar productos, contenidos y usuarios.

- **Base de Datos**

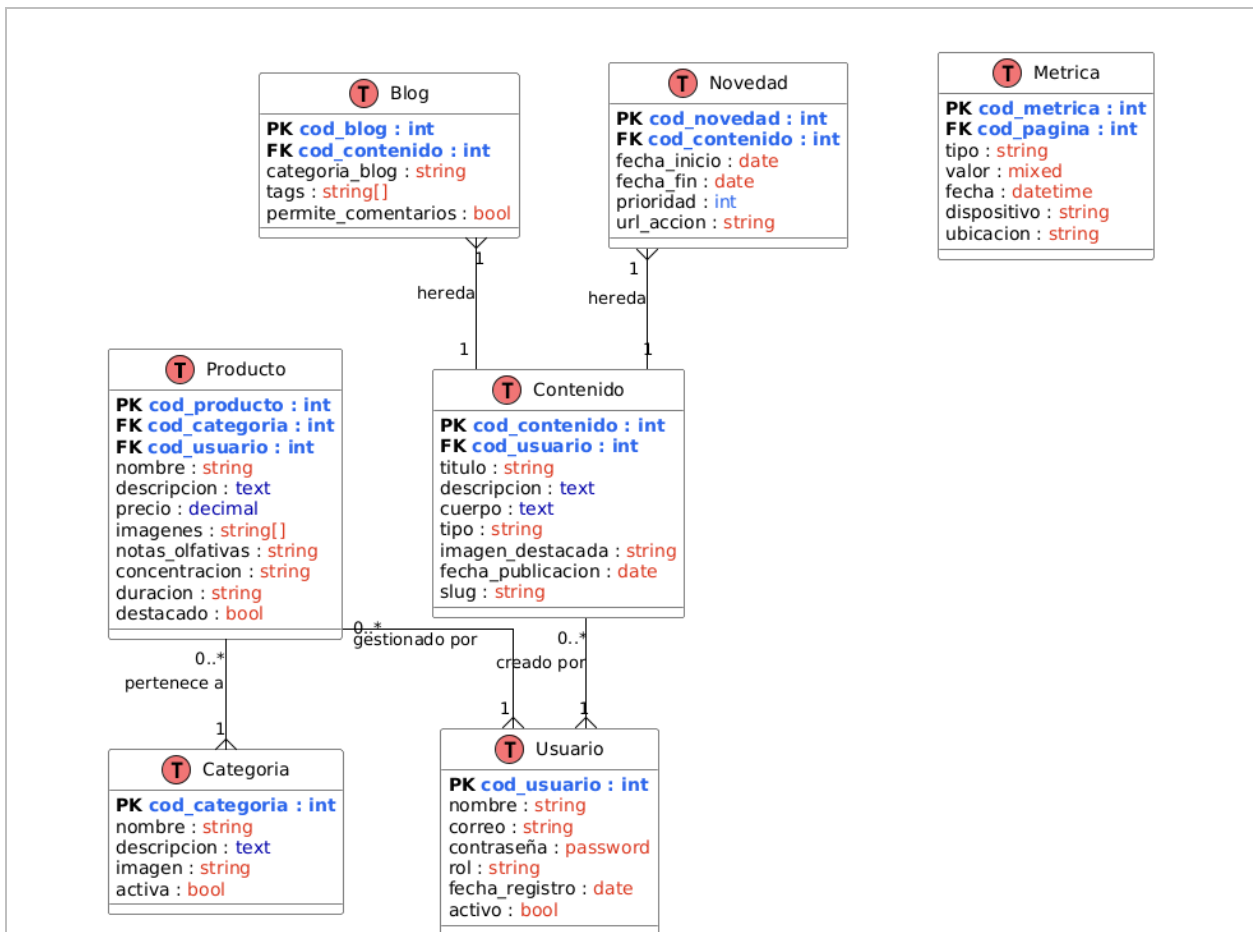
Se utilizará MongoDB como el sistema de gestión de base de datos:

- **MongoDB:** Base de datos NoSQL que proporciona flexibilidad para el modelado de productos con atributos variables y facilita la gestión de contenidos.

- **Esquemas optimizados:** Diseñados específicamente para las necesidades de un catálogo de perfumería, con campos especializados para notas olfativas, concentración y duración.

Esta arquitectura de tres capas proporciona una separación clara de responsabilidades, facilitando el mantenimiento y permitiendo la evolución independiente de cada capa según las necesidades futuras de Jiovani Go.

4.2 Esquema / Arquitectura



El diagrama anterior representa el modelo de datos diseñado para la plataforma web de Jiovani Go, mostrando las entidades principales y sus relaciones:

1. **Producto:** Entidad central que almacena la información de los perfumes, incluyendo atributos específicos del sector como notas olfativas, concentración y duración. Cada producto pertenece a una categoría y es gestionado por un usuario administrador.

2. **Categoría:** Permite la clasificación jerárquica de los productos, facilitando la navegación y organización del catálogo. Contiene datos básicos como nombre, descripción e imagen representativa.
3. **Usuario:** Gestiona los permisos y accesos al sistema, con roles definidos que determinan las acciones permitidas dentro de la plataforma. Este componente es fundamental para la seguridad y administración del contenido.
4. **Contenido:** Representa la estructura base para los elementos informativos de la plataforma. Incluye atributos comunes como título, descripción, cuerpo del texto e imagen destacada.
5. **Blog y Novedad:** Entidades que heredan de Contenido, extendiendo su funcionalidad para casos de uso específicos. Blog permite la gestión de artículos informativos, mientras que Novedad está orientada a anuncios temporales con fechas de inicio y fin.
6. **Métrica:** Aunque en la versión inicial no implementaremos sistemas de análisis, el modelo contempla esta entidad para futuras expansiones, permitiendo registrar datos sobre el uso de la plataforma.

5 Objetivos

5.1 Objetivo general: Desarrollar e implementar una plataforma web básica y funcional para la empresa "Jiovani Go" que mejore su presencia digital, facilite la visibilidad de su catálogo de productos y establezca un canal de comunicación con sus clientes potenciales, contribuyendo así a aumentar su reconocimiento en el mercado de perfumería.

5.2 Objetivos específicos para el desarrollo del software

1. **Diseñar e implementar un sitio web responsive** con una interfaz intuitiva y atractiva que refleje la identidad de marca de Jiovani Go, garantizando una experiencia básica óptima en diferentes dispositivos, utilizando React y Tailwind CSS.

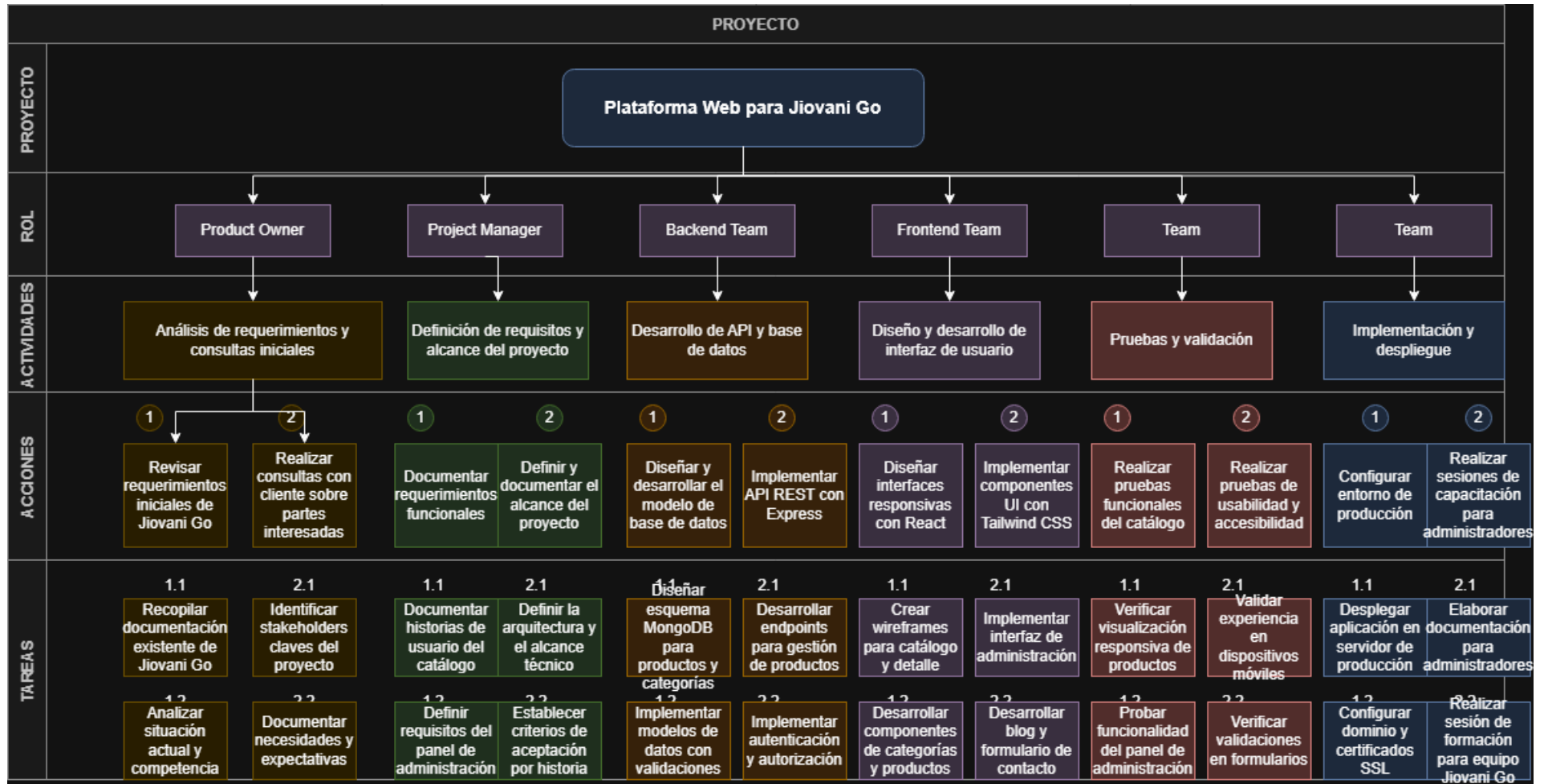
2. **Desarrollar un catálogo digital funcional** que presente los productos de perfumería de manera organizada y atractiva, con imágenes de calidad, descripciones breves y sistema de categorización básico.
3. **Implementar un panel de administración simple** que permita al personal de Jiovani Go gestionar el contenido del sitio y actualizar el catálogo de productos sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.
4. **Crear un blog básico** para la publicación de contenido relacionado con el mundo de las fragancias, como artículos educativos y novedades del sector.
5. **Crear formularios de contacto funcionales** que faciliten la comunicación entre clientes potenciales y la empresa, con validación básica de campos.
6. **Asegurar un rendimiento aceptable** de la plataforma mediante prácticas básicas de programación y estructura adecuada del código.
7. **Implementar una estructura de navegación intuitiva** que permita a los usuarios encontrar fácilmente los productos y la información que buscan.
8. **Establecer medidas básicas de seguridad** para proteger la información del sitio y del panel de administración.

5.3 Objetivos para realizar Mediciones en el Proyecto (OMP)

Objetivos específicos	Indicador de éxito (Meta) del objetivo
Alcance	
1.- Elaborar todos los entregables propuestos	(Entregables cumplidos actuales * 100) / Entregables propuestos. índice de éxito 100%
2.- Realizar los requerimientos solicitados por el cliente. (Entregables cumplidos actuales * 100) / requerimientos totales. índice de éxito 100%	2.- Realizar los requerimientos solicitados por el cliente. (Entregables cumplidos actuales * 100) / requerimientos totales. índice de éxito 100%
Cronograma (Tiempo)	
1.- Cumplir con las horas estimadas para el proyecto (Horas actuales*100) / total de horas estimadas (2.160). Índice de éxito 100%	1.- Cumplir con las horas estimadas para el proyecto (Horas actuales*100) / total de horas estimadas (2.160). Índice de éxito 100%
2.- Medir el tiempo de las etapas de codificación del proyecto (Horas actuales*100) / total de horas estimadas de codificación (1.440). Índice de éxito 110%	2.- Medir el tiempo de las etapas de codificación del proyecto (Horas actuales*100) / total de horas estimadas de codificación (1.440). Índice de éxito 110%
Costo	
1.- Cumplir con el presupuesto estimado del proyecto (Presupuesto actual * 100) / Presupuesto total acordado (\$14.500.000 CLP). índice de éxito 90%	1.- Cumplir con el presupuesto estimado del proyecto (Presupuesto actual * 100) / Presupuesto total acordado (\$14.500.000 CLP). índice de éxito 90%
2.- Contrastar gastos de organización, administración y	2.- Contrastar gastos de organización,

dirección (Presupuesto actual * 100) / Presupuesto total acordado. Índice de éxito 90%	administración y dirección (Presupuesto actual * 100) / Presupuesto total acordado. Índice de éxito 90%
Calidad	
1.- Cumplir con la cantidad de pruebas estimadas para el proyecto (Pruebas exitosas realizadas*100) /cantidad total de pruebas definidas. Índice de éxito 100%.	1.- Cumplir con la cantidad de pruebas estimadas para el proyecto (Pruebas exitosas realizadas*100) /cantidad total de pruebas definidas. Índice de éxito 100%.
2.- Calcular la cantidad de pruebas exitosas para el proyecto (Pruebas exitosas*100) / cantidad total de pruebas. Índice de éxito 90%	2.- Calcular la cantidad de pruebas exitosas para el proyecto (Pruebas exitosas*100) / cantidad total de pruebas. Índice de éxito 90%

6 Estructura de Descomposición de Trabajo (EDT)



7 Riesgos

Causa (hecho)	Riesgo (evento incierto)	Efecto (impacto)	Acciones para mitigar riesgo (Acciones)
Falta de definición clara en los requisitos iniciales	Cambios frecuentes en los requisitos durante el desarrollo	Retrasos en el cronograma, aumento de costos, reelaboración de componentes	Dedicar tiempo suficiente a la fase de análisis, documentar detalladamente los requisitos, implementar procesos ágiles que permitan adaptarse a cambios, mantener comunicación constante con el cliente
Retrasos en la entrega de información o aprobaciones por parte del cliente	Bloqueos en el avance del proyecto	Incumplimiento de plazos, reasignación ineficiente de recursos	Establecer acuerdos claros sobre tiempos de respuesta, definir un calendario de reuniones y aprobaciones, implementar un plan de escalamiento para resoluciones
Inexperiencia del equipo con algunas tecnologías seleccionadas	Dificultades técnicas inesperadas	Retrasos en la implementación, calidad inferior del código	Planificar tiempo para capacitación, establecer estándares de codificación claros, implementar revisiones de código frecuentes, considerar mentorías
Estimación optimista del esfuerzo requerido	Subestimación de la complejidad de las tareas	Incumplimiento de plazos, presión excesiva sobre el equipo	Utilizar técnicas de estimación basadas en datos históricos, incluir márgenes de seguridad en las estimaciones, revisar periódicamente el progreso real vs. estimado

Deficiencias en las pruebas	Descubrimiento tardío de errores o problemas de usabilidad	Retrasos por correcciones tardías, percepción negativa del usuario final	Implementar estrategias de pruebas continuas, incluir pruebas automatizadas, realizar pruebas de usabilidad tempranas con usuarios reales
Selección inadecuada de proveedores de hosting	Problemas de rendimiento o disponibilidad en producción	Experiencia negativa del usuario, daño a la reputación	Realizar un análisis detallado de proveedores, establecer SLAs claros, implementar pruebas de carga previas, tener planes de contingencia
Rotación de personal clave	Pérdida de conocimiento específico del proyecto	Retrasos mientras nuevos miembros se familiarizan, inconsistencias en la implementación	Documentar adecuadamente el conocimiento, fomentar la propiedad colectiva del código, mantener repositorios bien organizados
Cambios en navegadores o tecnologías web durante el desarrollo	Incompatibilidades con nuevas versiones	Problemas de funcionamiento en ciertos entornos, trabajo adicional de adaptación	Implementar pruebas en múltiples navegadores, utilizar estándares web establecidos, monitorear anuncios de cambios en plataformas relevantes
Fallos en la identificación de todas las integraciones necesarias	Descubrimiento tardío de necesidades de integración	Retrasos, cambios de arquitectura	Realizar un mapeo completo de sistemas al inicio, validar con todas las áreas involucradas, planificar capacidad de extensión
Falta de participación de usuarios finales en las fases de diseño	Desarrollo de funcionalidades que no satisfacen necesidades reales	Baja adopción, necesidad de rediseños	Incluir a usuarios representativos en sesiones de diseño, implementar procesos de validación de prototipos,

			realizar pruebas de usabilidad tempranas
Eventos externos imprevistos (desastres naturales, crisis sanitarias)	Interrupción del trabajo del equipo	Retrasos significativos, posible necesidad de replantear alcance	Implementar capacidades de trabajo remoto, tener planes de continuidad, mantener comunicación efectiva en situaciones de crisis
Requisitos de accesibilidad no considerados inicialmente	Incumplimiento de estándares de accesibilidad	Exclusión de usuarios con discapacidades, posibles implicaciones legales	Incluir requisitos de accesibilidad desde el diseño, realizar auditorías periódicas, utilizar herramientas automatizadas de verificación
Cambios en estrategia comercial de Jiovani Go	Modificación de prioridades durante el proyecto	Necesidad de reenfocar el desarrollo, posible redefinición de alcance	Mantener comunicación constante con directivos, incluir flexibilidad en la planificación, documentar formalmente los cambios de alcance

7.1 Matriz de Riesgos (MR)

MATRIZ DE RIESGOS					LEYENDA						
RIESGO	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo	GRAVEDAD (IMPACTO)						
					MUY BAJO 1	BAJO 2	MEDIO 3	ALTO 4	MUY ALTO 5		
Hackeo robo de las recetas de la página web	3	4	12	Importante	PROBABILIDAD	MUY ALTA 5	5	10	15	20	25
Hackeo robo de datos del usuario	5	5	25	Muy grave		ALTA 4	4	8	12	16	20
Error de planificación en tiempo	3	4	12	Importante		MEDIA 3	3	6	9	12	15
Error de planificación económica	5	5	25	Muy grave		BAJA 2	2	4	6	8	12
Padecimiento de personal	3	3	9	Importante		MUY BAJA 1	1	2	3	4	5
Renuncia de personal	4	4	16	Muy grave							
Inundación en la empresa	2	5	10	Importante							
Daño infraestructura	3	5	15	Muy grave							
Robo de instrumentaría	3	5	15	Muy grave							
Error de mantenimiento	2	4	8	Apreciable							
Error en la asignación de permisos	2	4	8	Apreciable							
Fallas en los sistemas de validación	3	4	12	Importante							
Perdida de datos sensibles	4	5	20	Muy grave							
Instalación de programas maliciosos	3	5	15	Muy grave							
Caida del sistema	5	5	25	Muy grave							
Ataque Ddos	5	5	25	Muy grave							
Incendio en la empresa	5	5	25	Muy grave							
corto circuito	4	5	20	Muy grave							

8 Historias de Usuarios (HU)

EPICA O MÓDULO 1	HISTORIAS DE USUARIOS		
En este módulo se gestiona todo lo relacionado con la creación y administración de cuentas de usuario, perfiles y autenticación.	N.º 1		TÍTULO: visualización de productos destacados
	HISTORIA		Como cliente quiero ver los productos destacados en la página principal para conocer las mejores ofertas de Jiovani Go.
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH
	1	La página principal debe mostrar al menos 4 productos destacados	
	2	Cada producto debe mostrar imagen, nombre y precio como mínimo	
	3	Al hacer clic en un producto se debe dirigir a la página de detalle de este	
	4	Los productos destacados deben rotarse periódicamente	
HISTORIAS DE USUARIOS			
	N.º 2		TÍTULO: Navegación por categorías
	HISTORIA		Como cliente quiero navegar por categorías de perfumes para encontrar fácilmente productos según mis intereses.
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH
	1	Debe existir un menú de navegación con categorías claramente identificadas	
	2	Al seleccionar una categoría, se deben mostrar solo los productos de esa categoría	
	3	Las categorías deben incluir como mínimo: perfumes masculinos y femeninos	
	4	Debe haber una opción para ver todos los productos sin filtrar	

ÉPICA O MÓDULO 1		HISTORIAS DE USUARIOS		
	N.º 3		TÍTULO: Detalle de producto	
	HISTORIA		Como cliente quiero ver información detallada de cada perfume para conocer sus características antes de contactar a la empresa.	
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	La página de detalle debe mostrar: nombre, imagen, precio, descripción y notas olfativas		
	2	Mostrar información sobre la concentración del perfume (eau de toilette, eau de parfum)		
	3	Incluir información sobre el tiempo de duración estimado del perfume		
	4	Mostrar información sobre disponibilidad del producto (en stock, agotado, etc.)		
ÉPICA O MÓDULO 2		ADMINISTRACION DE PRODUCTOS		
Este módulo permite al personal de Jiovani Go gestionar el catálogo de productos de manera eficiente y mantenerlo actualizado.	N.º 4		TÍTULO: Creación de productos	
	HISTORIA		Como administrador quiero añadir nuevos productos al catálogo para mantenerlo actualizado con las últimas novedades.	
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Formulario con campos para nombre, imagen, categoría, precio, descripción y notas olfativas		
	2	Validación de campos obligatorios antes de guardar (nombre, categoría, precio e imagen)		
	3	Opción para marcar el producto como destacado		
	4	Confirmación exitosa tras guardar y opción para añadir otro producto o volver al listado		

ÉPICA O MÓDULO 2	ADMINISTRACION DE PRODUCTOS
------------------	-----------------------------

N.º 5	TÍTULO: Edición de productos		
HISTORIA	Como administrador quiero editar los productos existentes para mantener la información actualizada y corregir errores.		
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
1	Acceso a la edición desde el listado de productos mediante botón claramente visible		
2	Formulario prellenado con los datos actuales del producto seleccionado		
3	Capacidad para actualizar cualquier campo, incluyendo la imagen del producto		
4	Notificación de confirmación al guardar los cambios realizados		

ÉPICA O MÓDULO 2	ADMINISTRACION DE PRODUCTOS
------------------	-----------------------------

N.º 6	TÍTULO: Eliminación de productos		
HISTORIA	Como administrador quiero eliminar productos del catálogo para retirar aquellos que ya no están disponibles.		
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
1	Opción de eliminación accesible desde el listado de productos		
2	Solicitud de confirmación antes de eliminar definitivamente un producto		
3	Notificación clara tras la eliminación exitosa del producto		
4	Opción para cancelar la eliminación en la ventana de confirmación		

ÉPICA O MÓDULO 3	GESTION DE CONTENIDOS			
Este módulo permite administrar los contenidos informativos y educativos del blog y las páginas estáticas del sitio.	N.º 7		TÍTULO: Creación de artículos para blog	
	HISTORIA		Como administrador quiero crear artículos para el blog sobre el mundo de las fragancias para educar a los clientes y mejorar el SEO.	
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Editor de texto enriquecido para crear contenido con formato (negritas, listas, etc.)		
	2	Opción para añadir imágenes al artículo		
	3	Campos para título, resumen y contenido principal		
	4	Vista previa del artículo antes de publicarlo		
ÉPICA O MÓDULO 3	GESTION DE CONTENIDOS			
	N.º 8		TÍTULO: Gestión de páginas informativas	
	HISTORIA		Como administrador quiero editar las páginas informativas (Sobre nosotros filosofía) para mantener actualizada la información de la empresa.	
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Listado de páginas disponibles para editar		
	2	Editor de contenido similar al del blog		
	3	Capacidad para actualizar imágenes y textos		
	4	Cambios reflejados inmediatamente en el sitio público después de guardar		

ÉPICA O MÓDULO 4	COMUNICACIÓN CON CLIENTES			
Este módulo gestiona las funcionalidades de contacto y comunicación entre los clientes y la empresa.				
	N.º 9	TÍTULO: Formulario de contacto		
	HISTORIA	Como cliente quiero contactar a la empresa a través de un formulario para hacer consultas sobre productos o información de compra.		
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Formulario con campos para nombre, email, teléfono, asunto y mensaje		
	2	Validación de campos obligatorios (nombre, email y mensaje)		
	3	Mensaje de confirmación tras el envío exitoso		
	4	Notificación al administrador cuando se recibe un nuevo mensaje		
ÉPICA O MÓDULO 4	COMUNICACIÓN CON CLIENTES			
	N.º 10	TÍTULO: Gestión de mensajes recibidos		
	HISTORIA	Como administrador quiero ver y gestionar los mensajes recibidos a través del formulario de contacto para responder a los clientes.		
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Listado de mensajes recibidos con fecha, remitente y asunto		
	2	Opción para marcar mensajes como leídos o pendientes		
	3	Visualización del contenido completo de cada mensaje		
	4	Función para eliminar mensajes antiguos o archivados		

ÉPICA O MÓDULO 5	SEGURIDAD Y ACCESOS			
Este módulo gestiona la autenticación y seguridad del panel de administración.				
	N.º 11	TÍTULO: Inicio de sesión de administradores		
	HISTORIA	Como administrador quiero iniciar sesión de forma segura para acceder al panel de administración de la plataforma.		
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Formulario de login con campos de usuario y contraseña		
	2	Validación de credenciales contra la base de datos		
	3	Bloqueo temporal tras múltiples intentos fallidos		
	4	Redirección al dashboard tras inicio de sesión exitoso		
ÉPICA O MÓDULO 5	SEGURIDAD Y ACCESOS			
	N.º 12	TÍTULO: Gestión de usuarios administradores		
	HISTORIA	Como administrador principal quiero gestionar usuarios con acceso al panel para controlar quién puede modificar el contenido del sitio.		
	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN		PH	
	1	Listar usuarios administradores existentes		
	2	Crear nuevos usuarios con nombre, email y contraseña		
	3	Editar permisos de usuarios existentes		
	4	Desactivar usuarios sin eliminarlos completamente		

9 Conclusiones

La problemática de la falta de presencia digital para Jiovani Go ha sido claramente identificada como un factor limitante para su competitividad en el mercado actual de perfumería. Esta situación plantea una pregunta fundamental: ¿cómo puede una empresa tradicional de perfumes adaptarse al entorno digital y aprovechar las oportunidades que ofrece sin perder su esencia y valores?

La respuesta se encuentra en la solución propuesta en este Plan de Proyecto, que establece un enfoque gradual y estratégico para desarrollar una plataforma web que funcione como vitrina digital, permitiendo a Jiovani Go mostrar su catálogo de productos, compartir su historia y filosofía, y establecer un canal directo de comunicación con sus clientes potenciales.

A lo largo de este documento, hemos definido con precisión la arquitectura tecnológica, los objetivos específicos y las métricas de éxito que guiarán el desarrollo del proyecto. La metodología ágil adoptada, junto con las historias de usuario detalladas, proporciona un marco claro para la implementación de cada funcionalidad, asegurando que respondan directamente a las necesidades tanto de la empresa como de sus clientes.

La identificación temprana de riesgos y sus correspondientes estrategias de mitigación permitirá anticiparnos a posibles obstáculos, minimizando su impacto en el progreso del proyecto. Especialmente relevantes son las consideraciones sobre la experiencia de usuario, la seguridad de la información y la flexibilidad para futuras expansiones.

En conclusión, este Plan de Proyecto establece las bases para transformar la presencia digital de Jiovani Go, ofreciendo una solución escalable y adaptada a sus recursos actuales. La implementación exitosa de esta primera fase sentará las bases para una evolución progresiva hacia funcionalidades más avanzadas, como el comercio electrónico completo, que podrían ser consideradas en etapas posteriores según el éxito y la adopción de esta plataforma inicial.