DEFINICION DEL PROYECTO

**1 Identificación:**

Proyecto: Organización internacional de licores

Responsables: Eduardo Ocampo, David Rodriguez

Historia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Numero | Fecha | Descripción |
| 01a | S05 | Se pretende hacer biblioteca informática de licores, de tal forma que los usuarios conozcan de licores y puedan comprar dependiendo de su país. |
| 01b | S07 |  |
| 02a | S11 |  |
| 02b | S13 |  |
| 03a | S17 |  |

**2 Introducción:**

2.1 Tema del proyecto:

El tema es la recopilación de información de bebidas con contenido de alcohol, para su venta y distribución a nivel mundial.

El tema nos pareció interesante porque creemos que es innovador y porque hay una cierta ignorancia a la hora de consumir bebidas con contenido de alcohol.

Las fuentes de información serán, tiendas locales en el caso de Colombia, y grandes multinacionales, al igual que mercados electrónicos de países extranjeros.

2.2 Organización:

Nombre: Drinking International Association. (DIA)

Logo:



Misión: Informar a las personas que accedan a la plataforma de la asociación, sobre los licores y diferente información extra contando el precio, y dar la opción de compra.

Patrocinadores: Empresas nacionales e internacionales que desean promocionar sus licores, de tal forma que estos lleguen a diferentes países.

**3 Descripción del proyecto**

3.1 Problema

El problema a solucionar es las restricciones que se tienen en el mercado de licores en Colombia, y la ignorancia sobre estos.

La oportunidad a aprovechar es que los licores en Colombia no se exportan y así mismo es difícil conseguir licores no producidos en Colombia, esto permitiría que se conocieran diferentes tragos en diferentes países y facilitara la obtención.

3.2 Objetivos

Los objetivos del sistema son:

-Facilitar el mercado de licores a nivel internacional.

-Informar sobre estos mismos a los usuarios.

-Dar a conocer el mercado nacional e internacional de licores en diferentes partes

El impacto de estos objetivos sería un crecimiento en empresas pequeñas y medianas de licores, y una mayor cultura y conocimiento de los licores.

3.3 Alcance

Aspectos incluidos: Contenido de alcohol, nombre, país de origen, marca, tipo de licor y mezclas.

Aspectos no incluidos: Los ingredientes, producción e historia.

3.4 Factores críticos

Los factores fundamentales para el proyecto son, la cooperación de las empresas pequeñas, medianas y grandes, con respecto a la comercialización de su producto en otros países. Al igual que el reconocimiento del proyecto ante el mercado internacional con el apoyo de los usuarios.



