

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE
MONTERREY



CRM BANCO – RETAIL

CASO DE LA DIRECCIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN DEL
TECNOLÓGICO DE MONTERREY, DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
DE SISTEMAS MEXICO

PROYECTO DE CAMPO REALIZADO POR:

SAMUEL MARTÍNEZ ARIAS

ASESOR:

ING. RICARDO CAMARGO CARMONA

FACILITADORES:

DR. ARMANDO HERRERA CORRAL

ING. RICARDO CAMARGO CARMONA

DR. RALF EDER LANGE

ING. JOSE LUIS GARCÍA RESENDIS

IF. EDUARDO MARTÍNEZ MARTÍNEZ

ATIZAPAN DE ZARAGOZA, ESTADO DE MÉXICO

A 1º DE DICIEMBRE DEL 2010



**TECNOLOGICO
DE MONTERREY.®**

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CAMPUS ESTADO DE MÉXICO

PROYECTO DE CAMPO

Walmart 



CRM BANCO-RETAIL

EMPRESA: Walmart de Mexico y Centroamérica.

PAIS: México

UNIDADES DE NEGOCIO: Sam's Club y Banco Walmart

ALUMNO: Samuel Alonso Martínez Arias

MATRÍCULA: XXXXXXXXXX

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVO	3
PERFIL DE LA EMPRESA	3
VISION DEL GRUPO	4
DIVISION DE SISTEMAS	4
VISION DE LA DIVISION	4
MISION DE LA DIVISION	4
ESTRATEGIAS DE NEGOCIO DE SAM'S CLUB	4
ARQUITECTURA DEL NEGOCIO	4
BUSINESS DRIVERS	4
TIPO DE BUSINESS DRIVERS	5
VISTA DE NEGOCIO	5
OBJETIVOS	5
PRINCIPIOS DE NEGOCIO	5
ALCANCE DEL PROYECTO	6
BENEFICIOS DEL PROYECTO	6
OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO	6
BENEFICIOS PARA SAM'S CLUB	7
BENEFICIOS PARA BANCO WALMART	7
CONCEPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO	8
VISIÓN DEL SISTEMA	8
OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO	8
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	9
AMBIENTE DEL NEGOCIO	9
PRINCIPALES NECESIDADES	9
SUPUESTOS Y DEPENDENCIAS DEL NEGOCIO	10
NOMENCLATURA	10
DOCUMENTACIÓN	10
CALIDAD DEL SERVICIO	11
SERVICE DESK	11
SOPORTE A KIOSCOS	11
ARQUITECTURA TECNOLÓGICA	12
ANEXO 1 SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware	
ANEXO 3 SFin_MBR_Req_Glosario	

INTRODUCCION

El proyecto comprende una estrategia de mejora de experiencia de compra del cliente, tomando en cuenta el crecimiento de los clubes de precios del grupo (Sam's club) y el crecimiento del banco Walmart. La propuesta es un CRM que mejore la experiencia de compra en los clubes, generando promociones personalizadas para los clientes.

OBJETIVO

El objetivo de este proyecto es generar un impacto positivo en el servicio al cliente y en la experiencia de compra, aprovechando el crecimiento de Banco Walmart en los últimos años y la expansión de las unidades de Retail (clubes de precios).

Adicionalmente se utilizarán tecnologías nuevas para el grupo y se aprovechará la tendencia de la utilización de dispositivos móviles.

PERFIL DE LA EMPRESA

HISTORIA

La historia de la empresa como tal surge en estados unidos, sin embargo la historia abarcará la cronología del grupo Walmart en México.

En 1958 nace Aurrerá con el lema " Cambiando los hábitos de compra de una nación".

En 1963 apertura de la segunda super tienda Aurrerá Satélite.

En 1964 se abre el primer Vips.

En 1965 se abre el primer Superama.

En 1990 Aurrerá introduce el código de barras en sus productos, eficientando sus operaciones.

En 1991 Walmart concreta su alianza con grupo Cifra.

En 1997 Walmart absorbe a grupo cifra y se forma el grupo Walmart que se conoce hasta el día de hoy.

Actualmente el grupo Walmart cuenta con más de 1,300 tiendas de varios negocios:

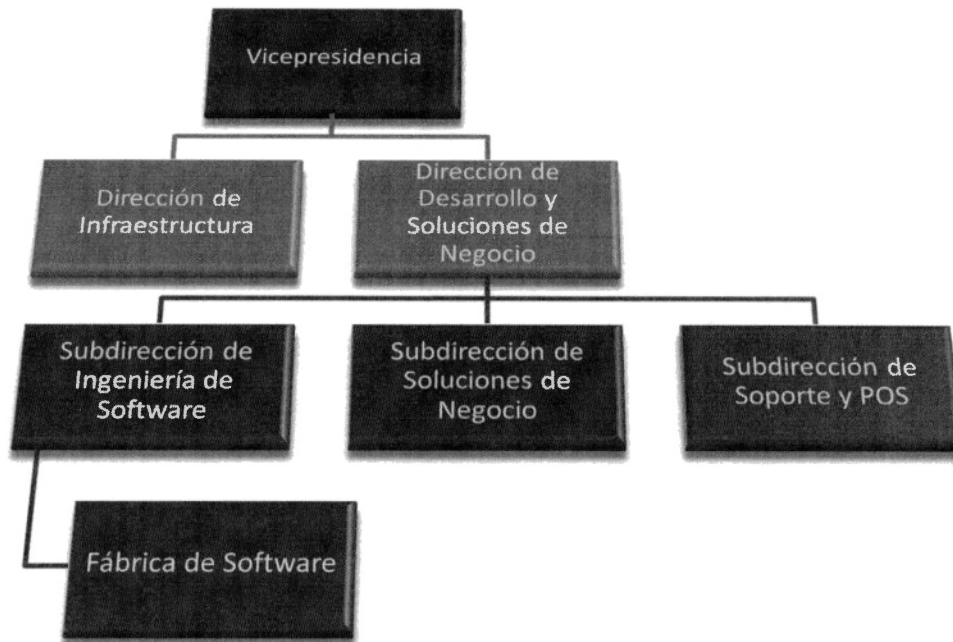
- * Walmart Supercenter
- * Sam's Club
- * Bodega Aurrerá
- * Mi Bodega
- * Bodega Aurrerá Express
- * Superama
- * Vips
- * San Remo
- * El portón
- * Ragazzi
- * Malecón
- * La finca
- * Suburbia
- * Suburbia Liquidaciones
- * Fundación Walmart
- * Banco Walmart
- * Prichos

En los cuales se tienen más de 170 mil empleados trabajando.

VISION DEL GRUPO

Contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias mexicanas.

DIVISIÓN DE SISTEMAS



Visión de la división de Sistemas

Soportar la estrategia de ventas de la presidencia, así como ser la solución tecnológica para el éxito de Walmart.

Misión de la división de Sistemas

Lograr incrementar la eficiencia y eficacia de la operación, así como soportar el crecimiento rentable de la organización y otorgar una visión estratégica a la presidencia.

Estrategia del negocio de Sam's

Como unidades de club de precios se identifican por tener una gran calidad en la experiencia de compra del cliente, así como hacerlo sentir preferido y reconocido, basándose en esta estrategia se propone el sistema en el cual se tendrán almacenados los gustos y preferencias del cliente, a fin de generar propuestas personalizables de valor para él.

ARQUITECTURA DEL NEGOCIO

BUSINESS DRIVERS

- 1.-Mejora en la experiencia de compra del cliente.
- 2.-Mejor servicio al cliente a través de la entrega de nuevos productos y servicios
- 3.-Reducción de costos de operación y de inventario

TIPO DE BUSINESS DRIVERS

- 1.- Oportunidad.- Es una forma de presentar una ventaja competitiva en el mercado que adicionalmente generará una mejora significativa en el sentimiento de conocimiento personal del cliente y un doble negocio al generar las promociones con el CRM unido al banco.
- 2.- Mandatorio.- Es una estrategia de la compañía de siempre buscar nuevas formas de llegar a los clientes y de generar nuevas formas de negocio.
- 3.- Dolor.- El resurtido e inventario siempre han generado altos costos por la compañía, una mejor estrategia de resurtido a través del conocimiento del cliente evitará sobre-inventariar las tiendas.

VISTA DE NEGOCIO

Estos business drivers se buscan por el aumento de la operación en los últimos años, Walmart México ha crecido a un ritmo muy acelerado y el grupo tiene la expectativa de ajustar costos cada vez más. Adicionalmente como estrategia para el año entrante, se pretende convertir a México como el centro de tecnología para Latinoamérica y Brasil.

Precisamente el área de sistemas es un área que se dedica a la automatización de procesos, crecimiento rentable, reducción de costos e incremento en la eficiencia de las áreas.

GRUPOS DE INTERÉS:

- Gerencia de planeación estratégica.
- Gerencia de contraloría de sistemas
- Dirección de Infraestructura, Comunicación y soporte.
- Subdirección de soluciones de negocio.
- División de fábrica de software.

IDENTIFICAR MODELOS Y ESTÁNDARES

Actualmente se tiene PMI para la administración de proyectos y CMMI e ITIL (no implementado en su totalidad) en proceso de implementación en la organización.

Los estándares de la compañía son regidos por el corporativo de Estados Unidos.

OBJETIVOS

- 1.- Incrementar las ventas en un 30% al generar promociones personalizadas a los clientes.
- 2.- Incrementar la atención personalizada a los clientes impactando positivamente en la imagen de la organización.
- 3.- Reducción en un 10% el sobreinventariado de las tiendas.

PRINCIPIOS DE NEGOCIO

1.- Incremento en el servicio personalizado a los clientes.

Racional del principio: Generar una ventaja competitiva notable y difícil de copiar.

Implicación: Inversión en tecnología para el incremento del servicio personalizado.

Obstáculos: La autorización del negocio para generar un ROI.

Acciones: Impacto positivo al servicio al cliente.

2.- Reducción de inventarios.

Racional del principio: Es un costo cuya reducción es una prioridad para la organización.

Implicación: Inteligencia para un mejor conocimiento de las tiendas y su mercado, lo que permitirá administrar mejor el inventario de las tiendas y a reducir costos.

Obstáculos: La implementación de este servicio implica una gran inversión.

Acciones: Venta del proyecto a las áreas de negocio, así como sus beneficios económicos y de imagen para la organización.

3.- Presentación del proyecto a nivel vicepresidencia.

Racional del principio: Es necesario presentar el proyecto para obtener el apoyo de las áreas involucradas.

Implicación: Presentación a la gerencia, posteriormente a la dirección para obtener el apoyo.

Obstáculos: La premisa de reducción de gastos del negocio.

Acciones: Presentación del proyecto a nivel dirección.

ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto contempla la generación de un servicio de promociones personalizadas en base al perfil de compra y perfil bancario de los clientes. Implica el llevar un mejor control de inventarios y la generación de un sistema CRM para un mejor conocimiento del cliente.

BENEFICIOS DEL PROYECTO

Esperamos generar un impacto positivo en la atención al cliente, así como mejorar su experiencia y motivación de compra con promociones personalizadas para él, adicionalmente se maneja una base de conocimiento acerca de los clientes que permite una mejor toma de decisiones estratégicas comerciales.

Este proyecto representa innovación en el ramo del retail y genera una ventaja competitiva que será difícil de igualar.

La obtención de esta información tanto por parte de los clubes de precios como del banco generarán un conocimiento muy profundo del cliente, esto genera un servicio personalizado y la imagen de que la empresa sigue de cerca su comportamiento de compra, la interpretación de esta información para el negocio a nivel central generará conocimiento que soporte la creatividad y toma de decisiones del mismo por lo que tomando como base dicho conocimiento podrán generar servicios novedosos en un futuro.

OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO

Los beneficios esperados para los clubes de precios repercuten positivamente en impacto a ventas, se tiene un estimado de un incremento de un 30% sobre las ventas promedio del año pasado, esto equivale aproximadamente entre 900,000 y 1,200,000 pesos mensuales.

El beneficio esperado para el banco es el incremento entre un 15 y 20% de la contratación de productos, lo que representa ingresos por concepto de anualidades y administración bancaria.

El crecimiento esperado se obtuvo en base a proyectos anteriores implementados en el negocio y relacionados con promociones a clientes, en proyectos anteriores la segmentación de promociones se hizo a niveles regionales y geográficos sin llegar al detalle de generar

conocimiento del cliente, de su comportamiento de compras y de su perfil de posibilidad de pago en caso de que tuviese algún producto bancario.

Como riesgo se tiene la barrera tecnológica que representa para los clientes el utilizar un kiosco para obtener promociones personalizadas, como forma de mitigar este riesgo es con un piloto que comprenderá 5 unidades con la mayor afluencia de clientes y mayor ticket promedio, y el roll-out será paulatino a todos los clubes del país.

Como ventaja a nivel negocio que impacta al proyecto es la tendencia del negocio a invertir en soluciones tecnológicas innovadoras que puedan dar ventaja competitiva.

BENEFICIOS PARA SAM'S CLUB

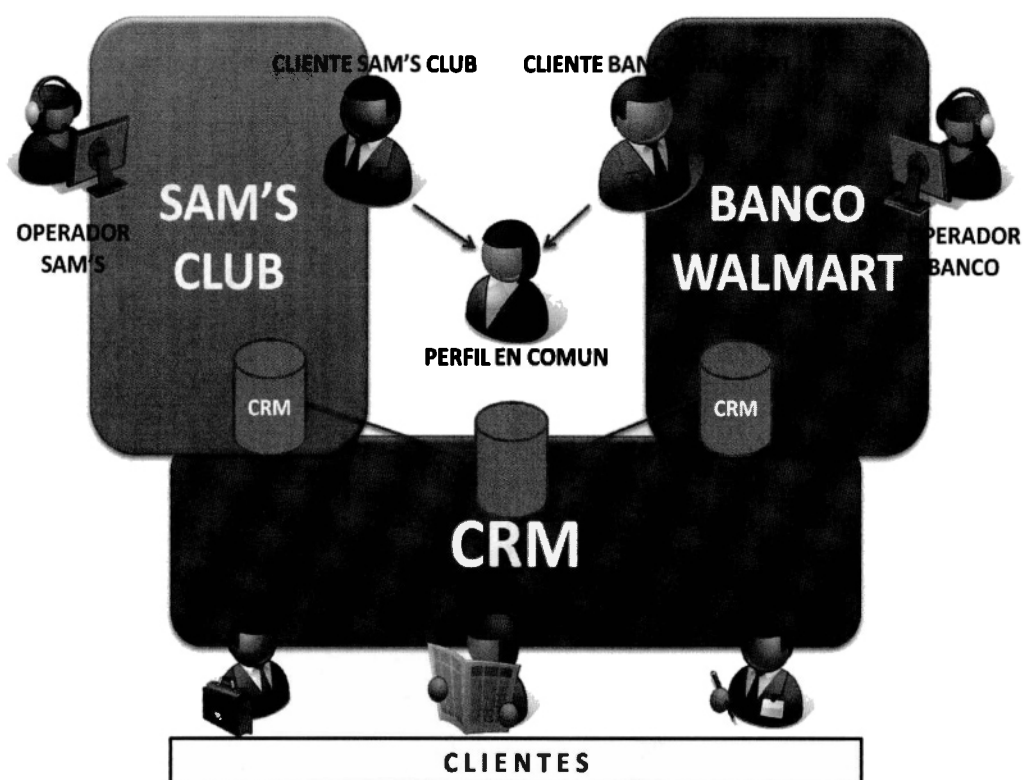
- Mejor experiencia de compra del cliente
- Mejor imagen del negocio con el cliente
- Motivación de compra.
- Incremento del ticket promedio
- Incremento en ventas
- Reducción de costos por logística e Inventario.

BENEFICIOS PARA BANCO WALMART

- Sirve como marketing para el banco.
- El banco toma mayor presencia en el mercado.
- Motivación a los clientes para contratar productos del banco.
- Incremento de ingresos por contratación de productos bancarios

CONCEPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

El proyecto contempla el unificar o relacionar cuentas del banco Walmart con los números de socio que quedan grabados en sus credenciales de membresía, el objetivo es generar promociones en relación a su comportamiento de compra unificado con su comportamiento de tarjetahabientes, las promociones se les harán llegar a los clientes por medio de correo electrónico o SMS a sus celulares. Estas promociones serán variables y tendrán una vigencia específica.



VISIÓN DEL SISTEMA

OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO

Actualmente no se tiene información concentrada de los clientes para generar estrategias de promocionales tanto en la parte del club como de la parte de banco, por lo que el desarrollo de este proyecto será una innovación tanto en procesos de negocio generando sinergias de la parte del banco y de la parte de retail (clubes de precios).

Adicionalmente se requiere un roll out en tiendas de kioscos especializados en los cuales los clientes se pueden autogenerar promociones al momento de entrar en la unidad, como servicio adicional al de las promociones enviadas vía SMS.

Habrá que generar un CRM con las membresías de los clientes del club y un CRM de clientes a partir de productos de banco, como punto final habrá que generar información cruzada de ambas bases con la finalidad de lograr el producto final del proyecto con toda la inversión que esto requiere y se detallará más adelante.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El problema de	Proporcionar al cliente un sentimiento de conocimiento y mayor experiencia de compra.
afecta a	Servicios Financieros, Productos de Banco, Operaciones Sam's Club
cuyo impacto es	Exceso de inventario en unidades, nueva experiencia de compra.
una solución exitosa debe ser	<ul style="list-style-type: none"> • Kioskos especializados que generen promociones para los clientes en el club. • Promociones periódicas para dispositivos móviles y por medio de SMS's para los clientes • Un CRM que permita mejor el conocimiento del cliente del club y del banco. • Generar una base de conocimiento que permita la mejor distribución de inventarios de las unidades.
de tipo	<p>Innovación de tecnología y procesos de negocio en el grupo.</p> <p>Incrementa Ventas a través de un impacto positivo a la experiencia de compra de los clientes y a través de las contrataciones de productos bancarios.</p> <p>Incrementa Utilidades a través de una mejor distribución de inventarios.</p>

AMBIENTE DEL NEGOCIO

1. La estrategia del banco es incrementar la cantidad de productos y servicios así como la especialización de los mismos en los diferentes sectores de la población.
2. El objetivo del proyecto es innovar en tecnología así como en los diferentes procesos de negocio, conjuntando 2 áreas de la organización que se manejan de forma distinta y las cuales cada una tiene su operación diaria.
3. Al ser una propuesta de la división de sistemas habrá que generar fundamentos de negocio que permitan que el proyecto se lleve a cabo con la autorización de los dirigentes de ambas partes del negocio.

PRINCIPALES NECESIDADES

Necesidad	Prioridad
Generar un CRM de productos de banco y clientes.	A
Generar un CRM de clientes por medio de la membresía de compra.	A
Generar una base de inteligencia con la información cruzada de ambos CRM's	A
Hacer un deploy en unidades con los kiosks especializados de promociones. (seleccionar tiendas piloto).	A
El sistema debe tener un buen nivel de respuesta para los clientes	A
El sistema debe tener la capacidad de generar promociones de las dos unidades de negocio en conjunto, mandarlas a nivel tienda o zona o a nivel cliente y con una vigencia específica.	A
El sistema debe generar preferencias de compra y obtener tendencias de inventarios a través de los históricos de HOST para generar un conocimiento del inventario en las unidades.	A

SUPUESTOS Y DEPENDENCIAS DEL NEGOCIO

Actualmente la iniciativa proviene desde la división de sistemas, por lo que habrá que la iniciativa tendrá que tener su tiempo de convencimiento al negocio, adicionalmente es un servicio que abarca horizontalmente a dos unidades de negocio que casi no tienen relación entre ellas y por lo que se tendrá que trabajar en procesos de negocio y de TI en conjunto para el logro de este proyecto.

Como supuesto tenemos que el proyecto será presentado inicialmente a nivel subdirección con la finalidad de dar luz a dicho proyecto y por lo que no será tan necesario ir al detalle de justificaciones y beneficios a nivel negocio.

NOMENCLATURA

La nomenclatura usada para los documentos estará basada en los estándares de CMMI, principalmente en la versión adaptada para ISD México (Information System Division) y se conformará de la siguiente manera:

- Área solicitante o Área Champion del proyecto por parte del negocio
- Siglas representativas del proyecto
- Siglas de referencia del documento o artefacto
- Nombre del artefacto.

Ejemplo: SFina_MBR_Req_Glosario.doc; en donde:

- SFina = Servicios Financieros
- MBR = Marketing Banco Retail
- Req = Requerimiento
- Glosario = Glosario de términos de referencia del proyecto
- .doc = extensión o tipo de archivo

Como referencia se tendrán las siguientes siglas de referencia de los artefactos:

Sigla	Significado
AM	Actas y Minutas
PL	Planes y acuerdos
RR	Reportes y resultados
REQ	Requerimientos
DI	Diseño
MSG	Mensaje Outlook

Como parte del proyecto se tomarán como referencia las metodologías de ITIL y COBIT para reforzar la parte teórica del proyecto.

DOCUMENTACION

Este documento se tendrá para hacer referencia a los demás documentos anexos y el cual servirá como complemento y base para el entregable final.

CALIDAD DEL SERVICIO

Actualmente se cuentan con más de 80 millones de membresías inscritas en el negocio de Sam's Club las cuales pertenecen como a socios comunes (clientes) como a socios de negocio (otros negocios PyMes) de los cuales se espera tener un perfil de compra con al menos un año de historia para tener un perfil más aproximado. En cuanto a la parte de banco actualmente se cuentan con poco más de 1 millón de productos bancarios contratados, por lo que el cruce de información requerirá de una maquina con gran capacidad, además de estar en modo de alta disponibilidad y con redundancia.

Actualmente el nivel de disponibilidad promedio en la línea de cobro de crédito se encuentra de 3 a 5 caídas al año ya que es primordial para la compañía porque son Ingresos directos por venta. Basado en esto, un servicio de Marketing de este tipo debe de tener una disponibilidad (promedio costo-beneficio) de un 10 a un 15% menos. Como DRP manual, el negocio deberá contar con promociones del esquema anterior, promociones públicas y por segmentos de mercado.

Para el cliente un fallo en el servicio de promociones provoca molestia, un segundo fallo provoca enojo, un tercer fallo es una venta perdida, un reclamo o incluso la pérdida del cliente como tal, al ser un servicio expuesto al cliente del club es necesario asegurarle que lo tendrá disponible lo más posible, por lo que el objetivo es garantizar el servicio de modo que se permitan de 7 a 10 fallos centralizados anualmente apoyados por el proveedor.

El payback esperado del servicio en conjunto de las dos áreas de negocio será suficiente para soportar los costos de operación a nivel sistemas e infraestructura.

SERVICE DESK

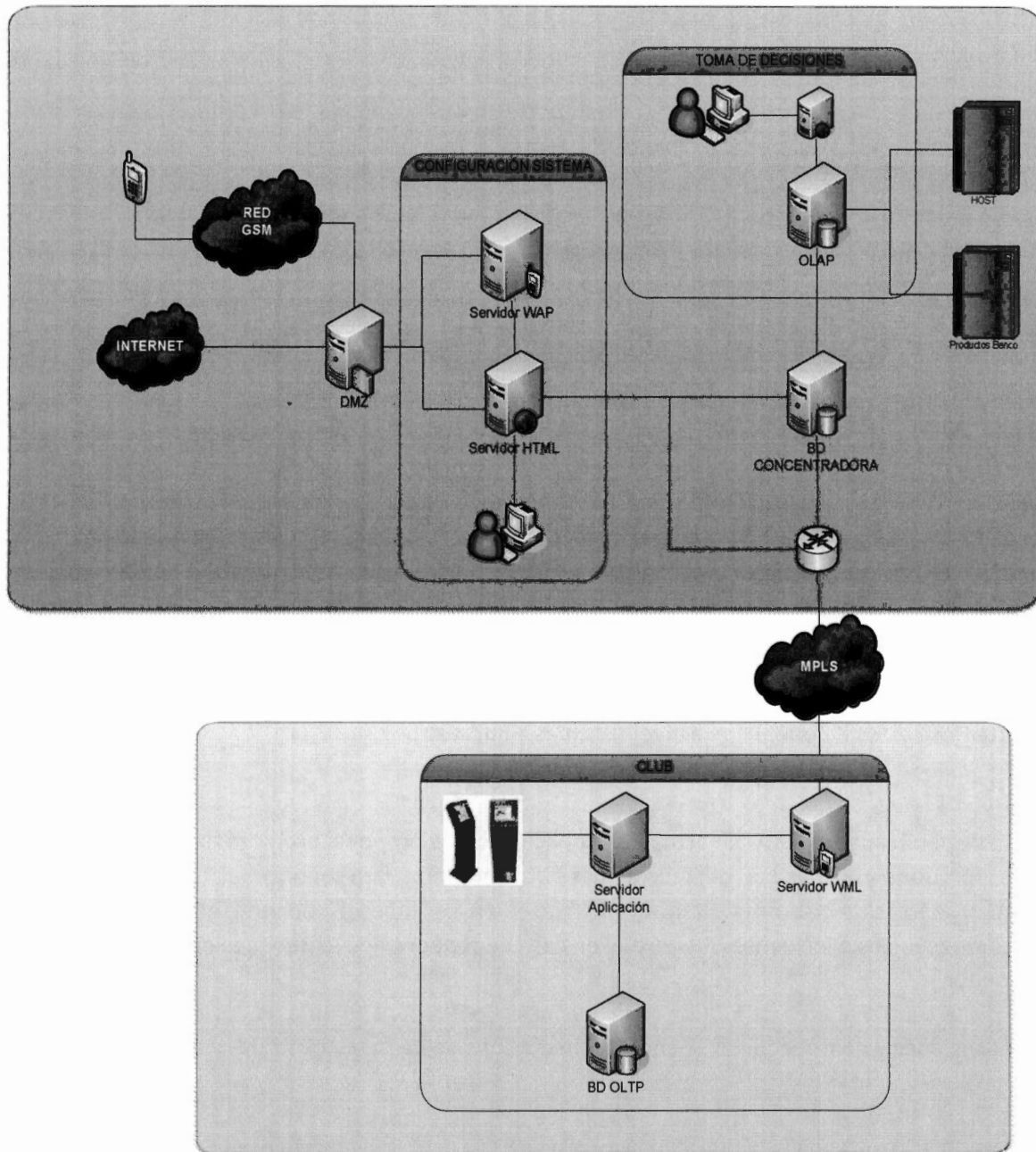
Con la disponibilidad de servicio actual del Service Desk, se propone 1 recurso extra para los turnos matutino y vespertino, dejando a un lado el nocturno, para soportar la atención de los kioscos y soporte de dispositivos que se encuentren en los clubes. Finalmente el service desk dará soluciones simples a incidentes menores y en caso de requerir apoyo pedirá la intervención del proveedor.



En la parte central al área de ViBCon (Vital Business Continuity), quien es la encargada del soporte de aplicaciones y de tercer nivel se encargarán del soporte de bases centrales y aplicación.

SOPORTE A KIOSCOS

Se utilizará el mismo soporte que se tiene para los kioscos de facturación electrónica, actualmente el soporte es terciarizado con HP. Para el cual se está generando un nuevo contrato, y se informará al proveedor del nivel de servicio y soporte requerido para estos kioscos.



ARQUITECTURA TECNOLÓGICA



	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

Marketing Banco Retail Plan de Desarrollo de Software

Versión 0.01

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

Revisión y Aprobación Histórica

Versión	Descripción	Autor y fecha	Aprobación y fecha
0.01	Creación del Documento	Samuel Martínez Arias 03/10/2010	




	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

Tabla de Contenido

1.	Introducción	4
1.1	Propósito	4
1.2	Alcance	4
1.3	Definiciones, Acrónimos, y Abreviaciones	4
2.	Panorama del Proyecto	4
2.1	Propósito del Proyecto, Objetivo y Alcance	4
2.2	Suposiciones y Restricciones	4
2.3	Entregables del Proyecto	5
2.4	Modelo de Ciclo de Vida del Proyecto	9
2.5	Adaptaciones pre-establecidas al ITSP	9
3.	Organización del Proyecto	9
3.1	Interfaces Internas y Externas	9
3.2	Roles y Responsabilidades	10
3.3	Recursos Materiales requeridos	12
4.	Procesos de Administración del Proyecto	12
4.1	Plan del Proyecto	12
	4.1.1 Plan de Trabajo	12
	4.1.2 Estimación y criterios de re-planeación	12
	4.1.3 Criterios de toma de decisiones formales	12
4.2	Plan de Comunicación	13
	4.2.1.1 Plan de Entrenamiento para el Proyecto	14
4.3	Procesos de Monitoreo y Control del Proyecto	15
	4.3.1 Control de Asuntos	15
	4.3.2 Estrategia de Administración de Riesgos	15
	4.3.3 Plan de Control de Calidad	17
4.4	Plan de Administración de Riesgos	17
5.	Planes de Proceso Técnicos	18
5.1	Métodos, Herramientas, Técnicas y Lineamientos Específicos del Proyecto	18
5.2	Plan de Aceptación de Producto	18
6.	Planes de Soporte del Proceso	18
6.1	Acuerdo de Configuración	18
6.2	Plan de Administración del Proveedor	18
6.3	Plan de Aseguramiento de la Calidad	18

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

Plan de Desarrollo de Software

1. Introducción

1.1 Propósito

El propósito de este documento es definir la administración, procesos, procedimientos, mecanismos y organización, fases e iteraciones necesarias para llevar a cabo la administración de desarrollo del proyecto de Marketing Banco Retail.

Este documento pretende establecer de manera formal los tiempos y objetivos del proyecto en función de la información disponible. Sin embargo, por la naturaleza misma del proceso basado en ciclos, es un documento que evoluciona de Iteración en Iteración.

1.2 Alcance

Este plan de desarrollo de software describe el plan global, acuerdos y procedimientos utilizados por el Equipo del Proyecto de software asignado al proyecto Marketing Banco retail y el objetivo de las iteraciones.

1.3 Definiciones, Acrónimos, y Abreviaciones

Ver documento SFin_MBR_Req_Glosario.doc

2. Panorama del Proyecto



2.1 Propósito del Proyecto, Objetivo y Alcance

El propósito del proyecto es generar una solución para nuestros clientes que genere un sentido de conocimiento hacia él, así como el de la interacción y unión de fuerzas entre al banco y retail, principalmente para incrementar los ingresos y satisfacción de nuestros clientes.

2.2 Suposiciones y Restricciones

Restricciones

Identificador	Tipo
R1	<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto contempla el incluir kioscos en las tiendas, lo que puede representar un gran costo.



	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

Supuestos

Identificador	Tipo
S1	<ul style="list-style-type: none"> Se tiene la información de los clientes de Sam's en el CRM así como la información de los clientes de banco
S2	<ul style="list-style-type: none"> El negocio de Sam's y banco estarán trabajando en conjunto con la finalidad de llevar el proyecto a cabo
S3	<ul style="list-style-type: none"> Se debe de considerar que la solución se pueda internacionalizar (idiomas, catalogos, diferente administración, volumetría, usuarios, etc.)


2.3 Entregables del Proyecto

Id Hito	Fase	Nombre Entregable	Descripción	Rol(es) Responsable(s) de generarlo	Fecha /Fase/ iteración en que se entrega
	PL	Cronograma del Proyecto	Es el conjunto de actividades y tareas definidas y relacionadas que permite establecer cual es el esfuerzo que se requiere realizar, en un periodo del tiempo, para llevar a cabo el proyecto. En el Cronograma del Proyecto se identifican los individuos y grupos responsables de llevar a cabo cada una de las tareas descritas, así como la dependencia y relación entre tareas.	Líder de proyecto	Planeación
	PL	Evaluación de la Situación Actual	El documento de evaluación de la situación actual describe el estatus actual del área y/o dominio del negocio en la cual el sistema será ejecutado. Esta descripción es en términos de los procesos actuales, las herramientas que soportan a los procesos, problemas y áreas de mejora.	Analista de Negocio	Planeación
	PL	Análisis de Arquitectura y de Sistema Actuales	Este documento describe las arquitecturas, sistemas actuales y sus características	Analista de Sistemas	Planeación
	PL	Reporte del Modelo de Análisis de Negocio	Este modelo es interno al negocio, describe la	Analista de Negocio	Planeación

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00



			realización de los casos de uso del negocio, para lo cual detalla cómo cada caso de uso de negocio es llevado a cabo por un grupo de trabajadores de negocio que emplean entidades del negocio.		
--	--	--	---	--	--

	PL	Reporte del Modelo de Casos de Uso del Negocio	Este reporte refleja las metas de negocio, la descripción y comportamiento de los procesos actuales incluidos en el modelado. Este documento se utiliza para identificar los roles, los procesos y los entregables de cada proceso en el dominio del negocio.	Analista de Negocio	Planeación
	PL	Glosario de Términos	Se definen los términos importantes que se utilizan en el proyecto y el dominio del mismo.	Analista de Negocio	Planeación
	PL	Visión del Sistema	Define la vista del producto a ser desarrollado según los involucrados. Esta vista se detalla en términos de las principales necesidades y características del sistema. Contiene un panorama general de los requerimientos esenciales y restricciones del proyecto, proporciona las bases para establecer el alcance del proyecto y detallar los requerimientos técnicos.	Analista de Negocio Analista de Sistemas	Planeación
	PL	Especificaciones suplementarias	Este documento sirve para capturar los requerimientos del sistema que no se han capturado en los documentos que describen los requerimientos de comportamiento como especificaciones de casos de uso	Analista de Sistemas	Planeación
	PL	Especificaciones de Casos de Uso	Este documento describe el grupo de instancias de un caso de uso, incluyendo su flujo básico y los diferentes	Analista de Sistemas	Planeación

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00



			flujos alternos o instancias del caso de uso, las precondiciones o poscondiciones de ejecución del caso de uso.		
--	--	--	---	--	--

	PL	Reglas de Negocio	En este documento se incluyen las políticas y/o condiciones que deben ser satisfechas en el dominio del sistema que será desarrollado.	Analista de Negocio	Planeación
	PL	Reporte del Modelo de Casos de uso del Sistema	Este reporte refleja el modelo de las funciones que el sistema debe realizar y el ambiente del sistema. Sirve como un contrato entre el Cliente y los desarrolladores. Este documento es utilizado como una entrada esencial para las actividades de análisis, diseño y pruebas.	Analista de Sistemas	Planeación
	PL	Arquitectura de Software	Provee un panorama arquitectónico completo del sistema, empleando una serie de vistas arquitectónicas para ilustrar los diferentes aspectos del sistema.	Analista de Sistemas	Planeación
	PL	Matriz de Rastreabilidad de Requerimientos	La Matriz de Rastreabilidad de requerimientos permite asociar los requerimientos y los productos de trabajo relacionados a lo largo del ciclo de vida. Esta matriz es importante para identificar las dependencias e inconsistencias que pudieran surgir en los requerimientos; así como para evaluar el impacto de un cambio en los requerimientos.	Analista de Sistemas	Planeación
	PL	Documento de Prueba de Concepto (sólo en caso	Contiene la justificación y una explicación de	Arquitecto del Proyecto	Planeación

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

		de que sea necesario)	viabilidad de la Arquitectura utilizada. Es la descripción de la prueba, resultado y interpretación del resultado.		
--	--	-----------------------	--	--	--

	PL	Costo Total del Proyecto (TCO)	Se documenta la estimación de costos basado en la hoja de estimación, y en los entregables resultantes de la participación del Comité Técnico en el TCO (Total Cost of Ownership) que detalla todos los costos inmersos en el proyecto	Líder de Proyecto	Planeación
	PL	Lista de Riesgos	Se documentan los Riesgos en Clarity.	Líder de Proyecto	Planeación
	PL	Acta de Aceptación de la Definición de Alcance	Este documento es donde se plasma la aceptación de la Definición de Alcance del Proyecto por parte del Cliente. Representa la visión compartida del entendimiento del alcance del proyecto.	Líder de Proyecto	Planeación
	PL	Estrategia de Pruebas	Plan estratégico para guiar el esfuerzo de pruebas de acuerdo a los productos seleccionados a verificar.	Líder de Proyecto	Planeación
	PL	Plan de Pruebas	En este plan se definen las metas, objetivos, productos o productos de trabajo que son objeto de una prueba, así como el enfoque, los recursos requeridos y los entregables.	Líder de Proyecto Diseñador de Pruebas	Planeación
	PL	Plan de Aceptación del Producto	Documento que integra los criterios de aceptación del producto y los requerimientos de recursos del proyecto.	Líder de Proyecto	Planeación
	PL	Casos de Validación	El documento indica la forma en que será administrado el registro y la ejecución de las pruebas funcionales y de desempeño durante el ciclo	Líder de Proyecto	Planeación

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

			de vida de los proyectos de la Vicepresidencia de Tecnología de Información.		
--	--	--	--	--	--

2.4 Modelo de Ciclo de Vida del Proyecto

El modelo de Ciclo de vida para el proyecto Marketing Banco Retail es Iterativo Incremental por definir con Estrategias Híbridas y se alinea para las fases de Planeación, Elaboración, Construcción, Transición según lo especificado para el patrón elegido.

2.5 Adaptaciones pre-establecidas al ITSP

Nuevo Desarrollo.


Versión 1.01 ITSP.

3. Organización del Proyecto

3.1 Interfaces Internas y Externas

Grupos de Interés involucrados

Área	Puesto /Rol	Tipo		Clasificación		
		(I) Interno	(E) Externo	(P) Principal	(I) Influenciador	(S) Se adapta
		I	E	P	I	S
Servicios Financieros	Champion del Proyecto (Cliente)	X		X		
Servicios Financieros	Subdirector de Servicios Financieros	X		X		
Servicios Financieros	Director de Servicios Financieros	X		X		
Servicios Financieros	Especialista en mercados	X			X	
Finanzas Banco	Especialista en finanzas	X			X	
Mercados Banco	Experto en mercados del banco	X		X		
Marketing Banco	Especialista en marketing de banco	X			X	
Marketing Sam's	Especialista de marketing de Sam's Club					
PROFIT	Analista finanzas	X			X	
Ingeniería de Software	Responsable del Área	X			X	
QMO	Responsable del Área	X			X	
QMO	Revisor Técnico	X			X	

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

Fábrica de Software	Administrador de Proyectos	X			X
Fábrica de Software	Administrador de Recursos	X			X
Fábrica de Software	Líder de Proyecto	X		X	
Fábrica de Software	Analista de Negocio y Sistemas	X		X	
Fábrica de Software	Arquitecto del Proyecto	X		X	
PPQA	Auditor del Proyecto	X			X
Sistemas	Arquitecto Empresarial	X			X
Sistemas México	Embajada	X			X
Sistemas Banco	Embajada	X			X
Seguridad Sistemas	Comité Técnico	X			X
Producción Sistemas	Comité Técnico	X			X



3.2 Roles y Responsabilidades

Equipo de Trabajo

Rol	Requisitos Específicos	Cantidad Requerida	Periodo
Líder de Proyecto	Experiencia en la coordinación de proyectos.	1	Planeación
Analista de Negocio	Experiencia en el levantamiento de información para generar Reglas de Negocio y Casos de Uso. Conocimiento de los procesos de la Operación.	2	Planeación
Analista de Sistemas	Experiencia en la definición de Sistemas de acuerdo a los requerimientos.	2	Planeación
Arquitecto del Proyecto	Conocimiento de la plataformas de acuerdo a las políticas y procedimientos de ISD.	1	Planeación
Diseñador de Pruebas	Conocimiento del diseño de aplicaciones modulares.	2	Planeación
Analista de la Configuración	Conocimiento de los artefactos y entregables de cada fase del proyecto.	1	Planeación
Auditor de Procesos y Productos	Conocimiento de los procesos del ITSP.	1	Planeación

Cliente



Rol	Requisitos Específicos	Cantidad	Periodo
-----	------------------------	----------	---------

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

		Requerida	
Coordinador del Proyecto	Conocimiento del objetivo general del proyecto. Coordinación de actividades relacionadas a la Operación en Unidades y Oficinas.	1	
Cliente	Conocimiento del objetivo general del proyecto. Autoridad para validar y aprobar los entregables del proyecto.	1	
Usuario	Conocimiento y experiencia en la operación de facturación del formato de Negocio que le corresponde.	Uno por formato de Negocio y operación administrativa involucrada	Planeación

Otros Grupos Involucrados

Rol	Requisitos Específicos	Cantidad Requerida	Periodo
Usuario	Conocimiento y experiencia en la operación de facturación del formato de Negocio que le corresponde.	Uno por formato de Negocio y operación administrativa involucrada	Planeación
Producción	Conocimiento y participación en las actividades necesarias para desarrollar el proyecto.	1	Planeación
Infraestructura Unix y Windows	Conocimiento y participación en las actividades relacionadas con la plataforma Unix/Windows para desarrollar el proyecto.	1 por plataforma	Planeación
Embajada	Participación en la difusión del proyecto en la VP	1	Planeación
Seguridad	Conocimiento y participación en las actividades relacionadas con el Seguridad en Sistemas para desarrollar el proyecto.	1	Planeación
QMO	Conocimientos y experiencia en la ejecución de revisiones técnicas y pruebas.	2 Revisores Técnicos por Verificación	Planeación
VMO	Conocimiento en la gestión de proveedores de servicios para Sistemas Walmart	1	Planeación

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

3.3 Recursos Materiales requeridos

Recurso	Fecha requerida	Fecha asignada	Manera en cómo se adquiere	Cantidad	Estatus (Identificado, Solicitado, Entregado)	Comentarios
Rational Suite	03/06/2010	23/06/2010	Instalación	1	Entregado	Se instala en el equipo del Analista de Negocio y Sistemas

4. Procesos de Administración del Proyecto

4.1 Plan del Proyecto

4.1.1 Plan de Trabajo

Referencia al plan de trabajo **SFin_PI_CronogramaProyecto.mpp**

4.1.2 Estimación y criterios de re-planeación

Fase	Porcentaje dedicado a actividades de			
	Administración Proyecto	Arquitectura de Software	Desarrollo de Software	Evaluación de Software
Planeación	50%	20%	20%	10%
Elaboración	10%	50%	20%	10%
Construcción	10%	10%	50%	30%
Transición	10%	5%	35%	10%

4.1.3 Criterios de toma de decisiones formales



Se utilizará el documento DAR en cualquier decisión relacionada con la arquitectura del proyecto.

El Proceso de Análisis y Resolución de Decisiones aplica a la evaluación de decisiones que estén relacionadas con los Proyectos de Desarrollo y/o Mantenimiento de Software, así como a las decisiones que afecten la operación diaria de la Vicepresidencia de Tecnología de Información.

Este proceso inicia cuando se requiere realizar una evaluación de decisiones que afecte al proyecto de Marketing Banco Retail.

Actividades a Seguir

- Describir situación de toma de decisión
- Identificar restricciones, y criterios de decisión
- Identificar alternativas de solución

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

- Identificar formalidad de evaluación
- Evaluar alternativas contra criterios y restricciones
- Seleccionar alternativa
- Identificar factores positivos y negativos
- Identificar ventajas (beneficios)/desventajas
- Documentar decisión
- Consultar Decisiones

4.2 Plan de Comunicación

Mecanismo	Para qué	De quien	A quién	Cuándo
Minutas	Registrar los acuerdos tomados en las reuniones de trabajo	Líder de Proyecto	A los participantes de la reunión	Cuando se realice una reunión, máximo 2 días después.
	Corregir minutas	Quien solicita	Al Autor	Antes de los 5 días hábiles de enviada.
Correo electrónico	Enviar convocatorias a reuniones extraordinarias.	Quien convoca	Convocados	Al menos un día antes de la reunión.
	Recibir comentarios sobre documentos.	Revisor del producto de trabajo	Autor del producto de trabajo	Al menos dos días antes de la fecha de entrega.
	Recibir comentarios sobre el proyecto-	Revisor del producto de trabajo	Líder de Proyecto	En cualquier momento.
Acta de aceptación de fase	Para formalizar la terminación de una fase del proyecto.	De acuerdo a procedimiento "ISDMX_PMCP_Pd_CerrarFase"	De acuerdo a procedimiento "ISDMX_PMCP_Pd_CerrarFase"	Después de efectuada la reunión de cierre de la fase.
Reporte de Avance	Registrar los acuerdos y compromisos de las reuniones y del progreso del proyecto	Líder de Proyecto	Al equipo de trabajo	Semanalmente.
Reporte de Estado	Reportar el estado del proyecto	De acuerdo con la actividad "Revisar el Estado del Proyecto" del documento "ISDMX_PMCP_Pr_MonitorearProyecto"	De acuerdo con la actividad "Revisar el Estado del Proyecto" del documento "ISDMX_PMCP_Pr_MonitorearProyecto"	Semanal a partir del 25/06/10.
Reunión de cambio al	Evaluar el impacto del cambio al	De acuerdo con la actividad "Revisar el	Comité de Cambios al	En cualquier momento.

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00



alcance	alcance	Estado del Proyecto" del documento "ISDMX_PMCP_Pr_M onitorearProyecto"	alcance	
Reunión de cambio a las líneas base	Oficializar el cambio a las líneas base	De acuerdo con el documento "ISDMX_PMCP_Pr_M onitorearProyecto"	Comité de Cambios al alcance	En cualquier momento.

Reportes/ Información a Distribuir

Responsable	Dirigido a	Área-Org emisora	Área-Org Receptora	Periodicidad	Evidencia	Clasificación
Líder de proyecto	Equipo, Admin. Proyectos, Champion/	Fábrica de Software	Fabrica	Semanal	Reporte de avance en el cumplimiento de las actividades y estatus del proyecto	Pública
Líder de proyecto	Equipo, Admin. Proyectos, Cliente y grupos de interés	Fábrica de Software	Fabrica, Of. Proyectos, SEPG	Quincenal	Estatus, compromisos, fechas de entrega	Pública
Líder de proyecto	Equipo, Admin. Proyectos, Responsable e Fabrica, Auditor	Fábrica de Software	FSW, Oficina de Proyectos, PPQA	Semanal	La lista de riesgos (Publicación en Clarity Project ID 244810)	Pública
Líder de proyecto	Equipo	Fábrica de Software	Fábrica de Software	Quincenal	La lista de asuntos (Publicación en Clarity Project ID 244810)	Pública
Líder de proyecto	Grupos de interés	Fábrica de Software	Fábrica de Software	Quincenal	Los compromisos establecidos (Estatus)	Pública
Líder de proyecto	Equipo	Fábrica de Software	Fábrica de Software	Mensual	La ejecución de la capacitación planeada para el Equipo de Trabajo (Si aplica)	Pública

4.2.1.1 Plan de Entrenamiento para el Proyecto

Perfil/Rol	Fase	Capacitación	Fecha	Tipo Capacitación	Estatus (Impartida o
------------	------	--------------	-------	-------------------	----------------------

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

	Requerida	Requerida	no)
Por el momento no se ha identificado que se requiera capacitación			

4.3 Procesos de Monitoreo y Control del Proyecto



4.3.1 Control de Asuntos

Tipo de Asunto	Rol responsable	Se escala a	Periodo de escalamiento	Grupo con quien se resuelve
Muy alto	Responsable de Fábrica de Software	Responsable de Operaciones, Dirección de Sistemas	96 hrs	Cliente
Alto	Líder de Proyecto	Responsable de Fábrica de Software, Administrador de Proyectos	36 hrs	Grupos de interés involucrados en el asunto
Medio	Responsable del asunto (cualquier rol)	Líder de proyecto	36 hrs	Grupos de interés involucrados en el asunto
Bajo	Responsable del asunto (cualquier rol)	Líder de proyecto	36 hrs	Grupos de interés involucrados en el asunto

4.3.2 Estrategia de Administración de Riesgos

Decisión de Acciones a tomar

Tipo de Riesgo	Impacto	Tipo de Impacto	Acciones a realizar
Técnicos	Alto	Calidad	Plan de contención y plan de contingencia Monitoreo semanal
Administrativo	Medio	Tiempo	Plan de contención, monitoreo quincenal
Organizacional	Moderado	Alcance	Plan de contención y contingencia, monitoreo semanal
Patrocinio	Alto	Costo	Monitoreo semanal Seguimiento en Clarity
Objetivos	Medio	Tiempo y Calidad	Monitoreo semanal Seguimiento en Clarity Control de cambios
Disponibilidad de Recursos	Medio	Tiempo	Monitoreo semanal y seguimiento en Clarity

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00


Interdependencias	Medio	Tiempo	Monitoreo semanal y seguimiento en Clarity
-------------------	-------	--------	--

Criterios de escalamiento

Tipo	Interno / Externo	Criterio	Se escala a	
			Impacto bajo a moderado	Impacto Alto a Muy alto
Técnico	Interno	Calendario	Responsable de Fábrica de Software	Responsable de Operaciones
Organizacional	Externo	Falta de entrega de recurso / equipo / documento	Administrador de Proyectos / Recursos	Responsable de FSW
Administrativo	Externo	Calendario	Administrador de Proyectos	Responsable de FSW

Matriz de escalamiento en caso de presentarse riesgos

Tipo de riesgo	Grupo responsable de monitoreo	Grupo(s) a informar	Medio para informar	Acciones a tomar
Técnicos	Líder de proyecto	Adm. de proy. y responsable de FSW	Correo y/o minuta	Seguimiento y monitoreo en Clarity
Ambientales	Líder de proyecto	Adm. de proy. y responsable de FSW	Correo y/o minuta	Seguimiento y monitoreo en Clarity, definir plan de contingencia
Infraestructura	Líder de proyecto	Adm. de proy. y responsable de FSW	Correo y/o minuta	Seguimiento y monitoreo en Clarity, definir plan de contingencia y mitigación.
Organizacional	Líder de proyecto	Adm. de proy. y responsable de FSW	Correo y/o minuta	Seguimiento y monitoreo a través de Clarity, definir plan de contingencia
Financiamiento	Líder de proyecto	Cliente, Adm. de proy. y responsable de FSW	Correo y/o minuta	Seguimiento y monitoreo a través de Clarity,

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_PI_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00



				definición con Cliente
--	--	--	--	------------------------

4.3.3 Plan de Control de Calidad

Punto de Control		Tipo de actividad		Producto de Trabajo	Roles Involucrados
Fase	Iteración	Revisión Técnica (tipo)	Pruebas (tipo)		
Planeación	P1	Inspección (Peer review)	N/A	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación Sistema Actual - Modelo de casos de uso de negocio - Modelo de Análisis de Negocio 	Analista de Negocio
Planeación	P1	Inspección (Peer review)	N/A	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de casos de uso de sistemas - Visión del sistema - Especificación de Casos de Uso - Especificaciones Suplementarias 	Analista de Sistemas
Elaboración	P1	Inspección (Peer review)	N/A	<ul style="list-style-type: none"> - Plan Maestro de Pruebas - Estrategia de Pruebas - Plan de Pruebas - Arquitectura de Pruebas - Plan de Aceptación del Producto - Casos de Validación 	Diseñador de Pruebas

4.4 Plan de Administración de Riesgos

Los riesgos del proyecto Marketing Banco Retail serán evaluados de acuerdo a la Guía de Riesgos (*ISDMX_RSKM_G_Riesgos*) y documentados en la herramienta de Clarity.

	Walmart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Plan de Desarrollo de Software		
Fecha: 02/12/2010	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: SFin_MBR_Pi_PlanDesarrolloSoftware.doc x	Versión : 0.01 Versión del Formato: 1.00

5. Planes de Proceso Técnicos

5.1 Métodos, Herramientas, Técnicas y Lineamientos Específicos del Proyecto

Método	Herramienta	Técnica
ITSP (Fase de Planeación)	Portal interno donde venga especificado el Proceso	
UML	IBM Rational Software Architect	RUP

Lineamientos Específicos del Proyecto		
Tipo de Guía	Nombre de la guía	Referencia
<ul style="list-style-type: none"> Guías para el modelado de negocio Guías para el modelado de casos de uso 	Guía para Analizar Procesos Actuales	Ver documento: ISDMX_RDM_G_GuiaObtenerReqs

5.2 Plan de Aceptación de Producto

Cumplimiento en tiempo y forma de los requerimientos del proyecto así como de las características definidas en el documento de visión de sistema.

6. Planes de Soporte del Proceso

6.1 Acuerdo de Configuración

Ver Acuerdo de Configuración para el Proyecto: SFIN_MBR_Pi_AcuerdoConfiguracion

6.2 Plan de Administración del Proveedor

El plan se definirá en conjunto con las áreas de: Seguridad, QMO y VMO con el objetivo de cumplir con estándares de la organización.

6.3 Plan de Aseguramiento de la Calidad



Ver Plan de Aseguramiento de Calidad para el Proyecto: SFIN_MBR_Pi_PlanAseguraCalidad

	Wal-Mart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Glosario de Términos		
Fecha: 07/09/2009	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: Sfin_MBR_Req_Glosario.doc	Versión : 0.01

Marketing Banco Retail Glosario de Términos

Versión 0.01



	Wal-Mart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Glosario de Términos		
Fecha: 24/10/10	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: Sfina_MBR_Req_Glosario	Versión : 0.01

Revisión y Aprobación Histórica

Versión	Descripción	Autor y fecha	Aprobación y fecha
0.01	Creación de glosario de términos de acuerdo a la situación actual.	Samuel Martínez Arias 03/10/2010	





	Wal-Mart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Glosario de Términos		
Fecha: 24/10/10	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: Sfina_MBR_Req_Glosario	Versión : 0.01

Tabla de Contenido

1.	Introducción	4
1.1	Propósito	4
1.2	Alcance	4
2.	Definiciones	4
2.1	Club de Precios	4
2.2	CMMI	4
2.3	COBIT	4
2.4	Construcción	4
2.5	CRM	4
2.6	DAR	4
2.7	Elaboración	4
2.8	Embajada	4
2.9	FSW	5
2.10	ISD	5
2.11	ITIL	5
2.12	ITSP	5
2.13	Membresía	5
2.14	Planeación	5
2.15	PMI	5
2.16	PMO	5
2.17	QMO	5
2.18	Retail	5
2.19	ROI	5
2.20	Sam's Club	5
2.21	Servicio al Cliente	5
2.22	SMS	6
2.23	TCO	6
2.24	Transición	6
2.25	VMO	6

	Wal-Mart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Glosario de Términos		
Fecha: 24/10/10	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: Sfina_MBR_Req_Glosario	Versión : 0.01

Glosario de Términos

1. Introducción

El presente documento es utilizado para definir la terminología específica del dominio del problema del proyecto **Marketing Banco Retail**, explicando los términos que puedan no ser familiares.

1.1 Propósito

El propósito es presentar la terminología utilizada en el proyecto para lograr un entendimiento común y completo de todos los involucrados.

1.2 Alcance

El alcance de este glosario de términos es definir la terminología que se utilizará durante el proyecto de Demostradoras, el cual ayuda a comprender el desarrollo del mismo.

2. Definiciones

2.1 Club de Precios

Club de precios es un formato de tienda del grupo walmart, en este caso específico es Sam's Club.

2.2 CMMI

Estándar de desarrollo que proporciona guías y mejores prácticas para llevar a cabo un desarrollo.

2.3 COBIT

Conjunto de mejores prácticas de TI.

2.4 Construcción

Fase del proyecto en ITSP en donde se desarrolla el 80% de la funcionalidad.

2.5 CRM

Customer Relationship Management.

2.6 DAR



Análisis y resolución de decisiones, es un proceso y documento de selección de proveedor.

2.7 Elaboración

Fase del proyecto en ITSP, en donde se diseñan y desarrollan diseños de pantalla.

2.8 Embajada

Área de la división de sistemas que genera negociaciones y cuida la relación con los clientes.

	Wal-Mart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Glosario de Términos		
Fecha: 24/10/10	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: Sfina_MBR_Req_Glosario	Versión : 0.01

2.9 FSW

Fábrica de Software, área dentro de la división de sistemas que se dedica al desarrollo y administración de proyectos.

2.10 ISD

Information System Division, son las siglas de la división de sistemas.

2.11 ITIL

Es un marco de trabajo orientado a servicios para el área de TI.

2.12 ITSP

Information Technology Software Process, es un marco de trabajo interno de Walmart, basado en CMMI, ITIL y SCRUM.

2.13 Membresía

Es el beneficio que se obtiene para comprar productos en Sam's Club al pertenecer a un grupo de socios mediante un pago anual.

2.14 Planeación

Fase del proyecto en ITSP, en donde se conjunta al equipo de trabajo se definen los requerimientos y características generales del proyecto.

2.15 PMI

Project Management Institute, organización dedicada a la definición de mejores practicas en la gestión de proyectos de desarrollo de TI.

2.16 PMO

Project Management Office, Oficina en cargada de la gestión de proyectos basada en PMI.

2.17 QMO

Quality Management Office, Oficina en cargada del cumplimiento en cuestiones de calidad.

2.18 Retail

Sector de industria a la cual pertenece Walmart.

2.19 ROI



Return Of Investment, Formato de asignación de dinero a un proyecto con su respectiva justificación y tiempo de recuperación.

2.20 Sam's Club

Formato de club de precios que pertenece al grupo Walmart.

2.21 Servicio al Cliente

Premisa de la organización para asegurarse de que siempre se de un gran servicio al cliente.

	Wal-Mart de México Vicepresidencia de Tecnología de Información Proceso de Soluciones de Tecnología de Información (ITSP)		
	Glosario de Términos		
Fecha: 24/10/10	Proyecto: Marketing Banco Retail	Clave del documento: Sfina_MBR_Req_Glosario	Versión : 0.01

2.22 SMS

Short Message Service, servicio de mensajería instantánea via celular.

2.23 TCO

Total Cost of Ownership, costo total del desarrollo del proyecto, en relación con el ROI.

2.24 Transición

Fase del proyecto en ITSP, en donde se hacen pruebas de volumetria y pruebas funcionales completas, así como la liberación y soporte postproductivo.

2.25 VMO

Vendor Management Office, oficina de administración de proveedores, así como sus contrataciones y contratos.