



Universidad Tecnológica de Torreón

**Tecnologías de la Información área Desarrollo de Software
Multiplataforma.**

Formación Sociocultural

CARLOS OSWAL AGUIRRE VAZQUEZ

17090112 – L. Alhely Barraza Cedillo

4”B”

Miércoles 18 de Noviembre 2020

Contenido

Tema 1. Generación de ideas.	3
Lluvia de Ideas	5
Diagrama de Ishikawa	6
Tema 2. Depuración de ideas.....	7
Ejemplo Costo Beneficio	8
Tema 3. Desarrollo de concepto.....	9
Ejemplos de Branding	10
Tema 4. Prueba de concepto	11
Conclusión	12

Tema 1. Generación de ideas.

-Emplear las técnicas de creatividad para desarrollar ideas o soluciones: Analogía, Lluvia de Ideas, Lista de preguntas Osborn, Método de palabras aleatorias y Desarrolla una lluvia de ideas y un diagrama de Ishikawa.

Tema 1 Generación de Ideas.

Analogía.

Consiste en la comparación entre varias razones o conceptos; comparar o relacionar dos o más objetos o experiencias, apreciando y señalando características generales y particulares, generando razonamientos y conductas basándose en la experiencia de las semejanzas entre uno y otros.

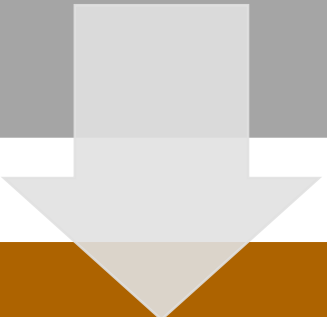
Cuadros Morfológicos.

Es una técnica sistemática, en la que se pretende obtener una matriz o cuadro morfológico donde se enumeran.

En la primera columna las funciones, atributos o variables fundamentales del objeto a diseñar y en las siguientes columnas, se relacionan todas las posibles alternativas o soluciones de cada una de las funciones.


Lista de Preguntas Osborn.

Este es un conjunto fundamental de preguntas que se usan para formular un problema con los enfoques posibles y, así, abrir la perspectiva que se utilizaran, también son útiles para la percepción de nuevos usos, aplicaciones o posibilidades de un producto o un servicio.



Lluvia de Ideas.

es una técnica para generar muchas ideas en un grupo, requiere la participación espontánea de todos. Con la utilización de << lluvia de ideas >> se alcanzan nuevas ideas y soluciones creativas e innovadoras, rompiendo paradigmas establecidos.



Método de Palabras Aleatorias.

El desarrollo de esta técnica planea asociar cualquier palabra o imagen que proceda de un contexto en el cual se trabaja, obteniendo nuevas relaciones mentales y nuevas ideas de posibles soluciones.

Lluvia de Ideas

Para esta lluvia de ideas se planteó la problemática del control de basura ya que seguir enterrándola ya no es una opción, no podemos seguir contaminando.

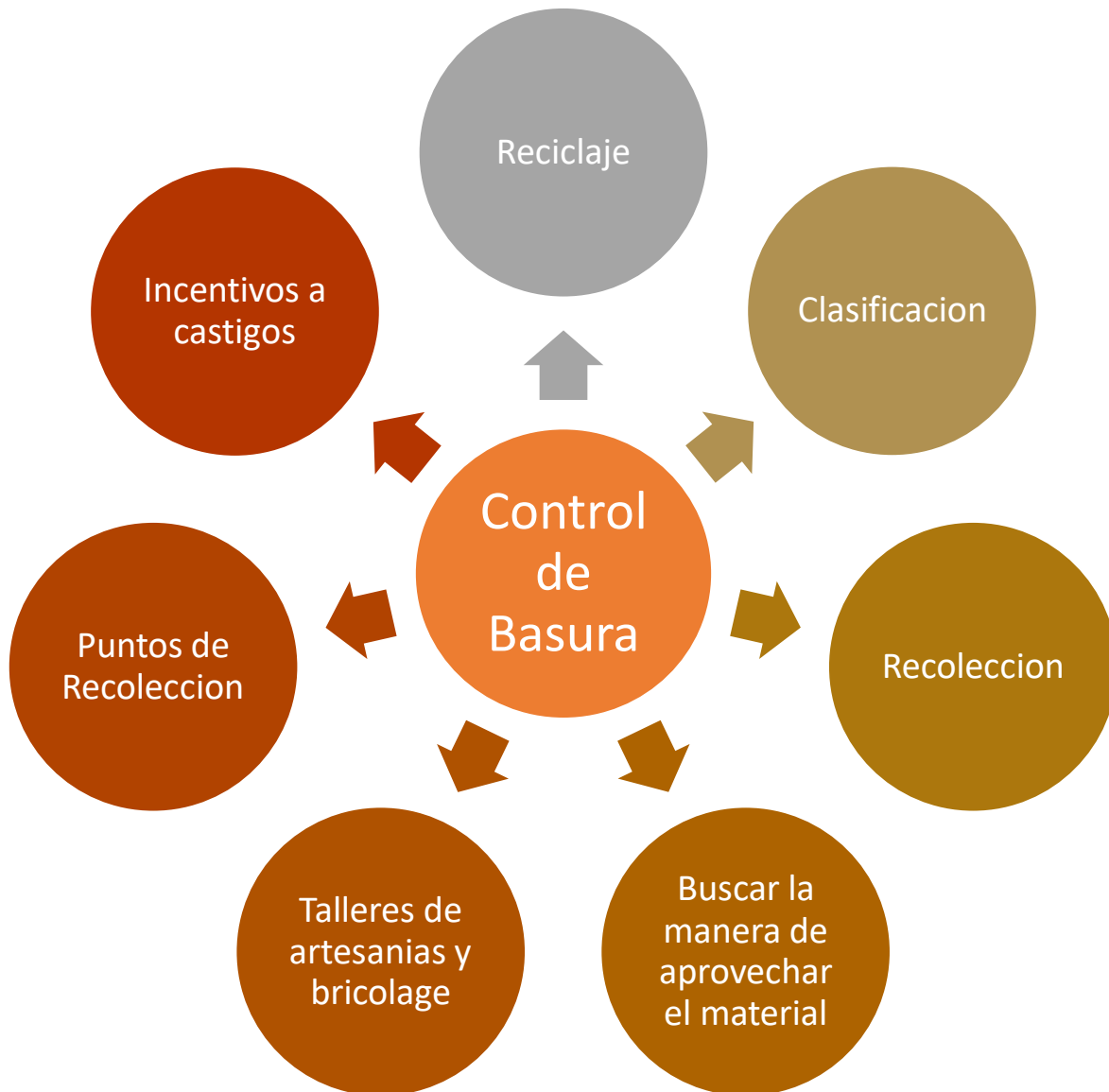
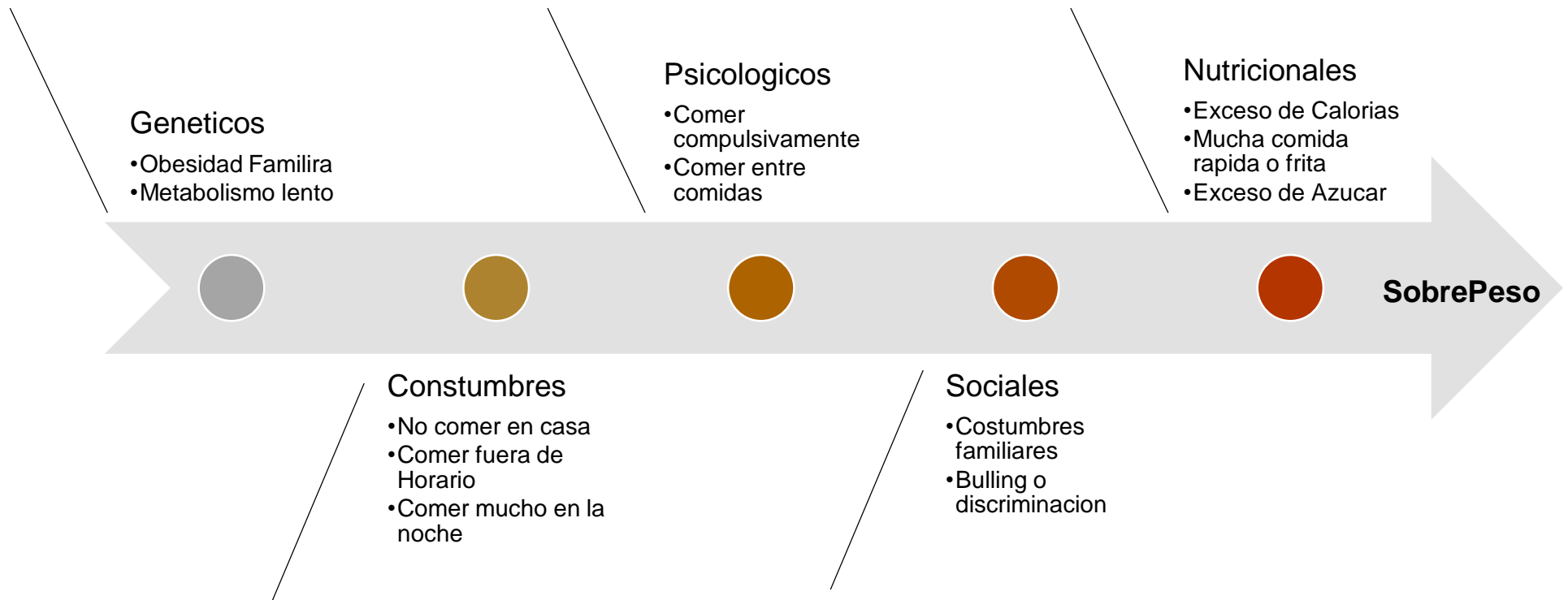


Diagrama de Ishikawa

Para realizar esta diagrama se tomo en cuenta el tema de la Obesidad, problema bastante serio en Mexico



Tema 2. Depuración de ideas.

Identificar la importancia del análisis y depuración de ideas o soluciones mediante: Enfoque sistémico, Costo beneficio, Tamizado y Desarrolla alguno de los tres.

Tema 2 Depuración de Ideas.

Tamizado.

Se realizara una clasificación de las ideas por orden de categorías según su atractivo, su creatividad considerando las necesidades, en la clasificación de debe evitar caer en dos tipos d errores:

- a) Omisión: quiere decir desechar una idea que podría ser buena y útil.
- b) Comisión: es el desarrollo de una idea que no sirve.

Enfoque Sistemático.

Es un tipo de proceso lógico que se aplica para resolver problemas y comprender las siguientes seis etapas clásicas:

- Identificación del problema
- Determinar alternativas de solución
- Seleccionar una alternativa
- Puesta en practica de la alternativa seleccionada
- Determinar la eficiencia de la realización
- Revisar cuando sea necesario cualquier de las etapas del proceso

Costo Beneficio.

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante en donde en ámbito de la teoría de la decisión pretende determinar la convención de un proyecto o sistema mediante valoración posterior en términos monetarios de todos los costos de beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

Ejemplo Costo Beneficio

Supongamos que queremos saber si una empresa seguirá siendo rentable y para ello decidimos hallar y analizar la relación costo-beneficio para los próximos 2 años.

La proyección de los ingresos al final de los 2 años es de US\$300 000, esperando una tasa de rentabilidad del 12% anual (tomando como referencia la tasa ofrecida por otras inversiones).

Asimismo, se ha planificado invertir en el mismo periodo US\$260 000, considerando una tasa de interés del 20% anual (tomando como referencia la tasa de interés bancario).

Calculando la relación costo-beneficio:

- ✓ **$B/C = VAI / VAC$**
- ✓ $B/C = (300000 / (1 + 0.12)^2) / (260000 / (1 + 0.20)^2)$
- ✓ $B/C = 239158.16 / 180555.55$
- ✓ $B/C = 1.32$

Conclusión: la relación costo-beneficio de la empresa es de 1.32. Como es mayor que 1 podemos afirmar que la empresa seguirá siendo rentable en los próximos 2 años. Asimismo, a modo de análisis, podemos decir que por cada dólar que se invierta en la empresa se obtendrá una ganancia de 0.32 dólares.

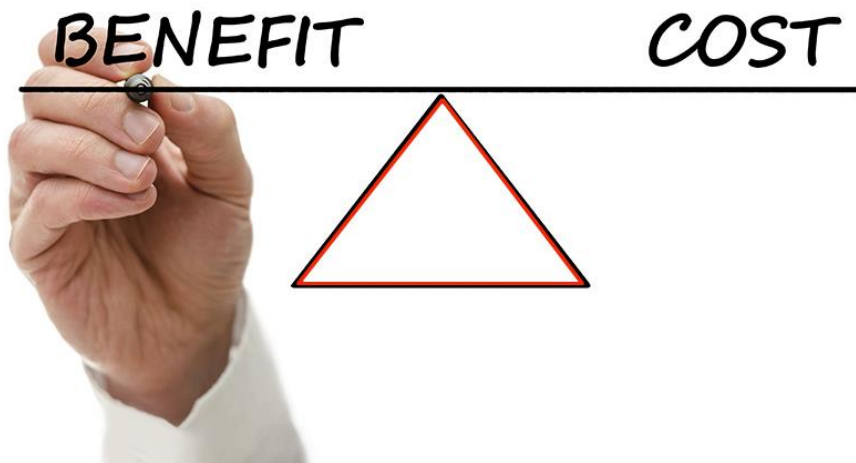
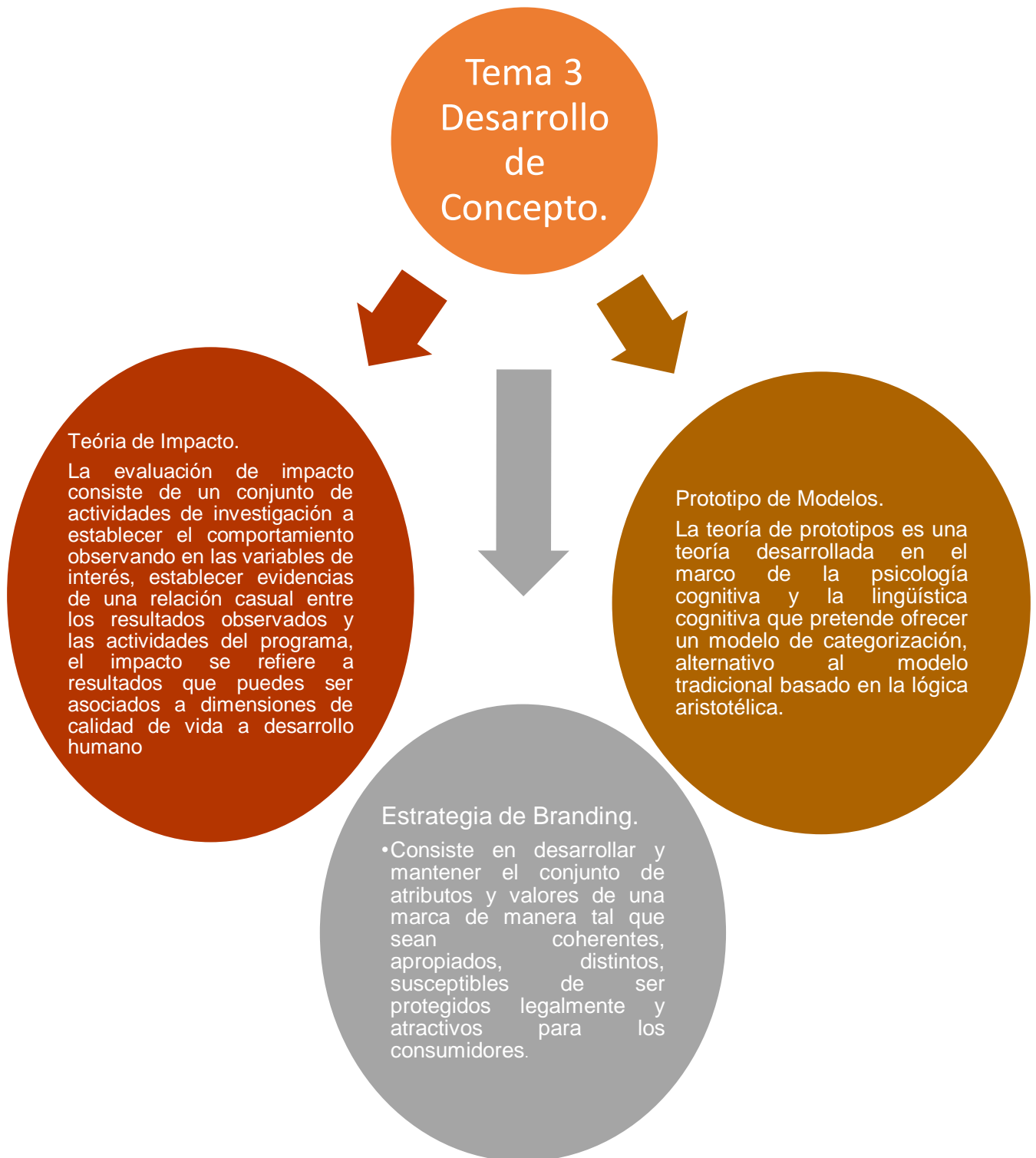


Ilustración 1 Costo Beneficio

Tema 3. Desarrollo de concepto.

Identificar las teorías de desarrollo de concepto: Prototipos o modelos, Teoría de Impacto, Estrategia de Branding y Desarrolla alguno de los tres.



Ejemplos de Branding

Apple

Sin duda, si hay una marca de excelencia en el branding es Apple. La marca más valorada del mundo. Y, ¿cómo ha conseguido posicionarse? ¿Por tener un mejor producto? ¿Por tener los mejores componentes informáticos?

En gran medida porque ha sido capaz de crear un mundo al que todos quieren pertenecer. Un planeta que te proporciona un estatus, que te posiciona en la sociedad de una manera y que te hace pertenecer a un grupo que se sale de la zona media.

Luego, podrán estar sus productos innovadores, sus diseños exquisitos, pero hay algo más intangible, que escapa a la razón y conecta con la parte más emocional del cerebro, que es donde debe llegar un buen branding. No muchos lo consiguen, claro está, pero el premio es muy satisfactorio.

Starbucks

El branding es también una experiencia, y aquí es donde Starbucks ha sabido posicionarse. No es un producto digital, online y tecnológico, es algo humano y tangible. Y Starbucks ha conseguido crear en sus establecimientos un entorno cálido y sensorial. Es un ejemplo para cualquier marca, ya sea de electrodomésticos o informática, conseguir empatizar y ser capaces de crear experiencias.



Tema 4. Prueba de concepto

Explicar la prueba de concepto y su importancia distinguiendo: Viabilidad técnica, Impacto estratégico o mercadológico, Costo/benéfico económico

Tema 4 Prueba de Concepto.

Impacto Estratégico
o mercadológico.

Propuestas a los comerciantes para la planeación a las necesidades que marcan como problema, hacen referencia, tanto al abastecimiento, requerimientos de producto y desarrollo del negocio, por lo que se debe de resolver de acuerdo a su nivel crítico.

Viabilidad Técnica.

Es la condición que hace posible el funcionamiento de nuestras ideas o proyectos, atendiendo a sus características tecnológicas y toda su relación con el exterior en la implementación del producto, se evalúa ante un determinado requerimiento o di para determinar si es posible llevarlo a cabo en condiciones de seguridad con la tecnología disponible, verificando factores diversos como resistencia estructural, durabilidad u operacional, implicaciones energéticas, según el campo del que de trate.

Conclusión

Cuando pensamos en conseguir ideas nuevas, solemos hablar de la fase de generación de ideas. Es una fase importante que podemos optimizar utilizando unas de las numerosas técnicas de creatividad que nos ayudaran a ir más allá del clásico y esta práctica nos ayuda a conocerlos a profundidad.

Pero, como podemos ver en el siguiente esquema, existen una fase anterior y una fase posterior que tienen un rol esencial si queremos generar ideas diferentes y que aporten valor. Una afirmación habitual que nos demuestra que estas fases no se han trabajado correctamente: “tengo muchas ideas, incluso demasiadas, pero al final no acaban de salir proyectos interesantes”

La depuración de ideas es un proceso fundamental tanto para una empresa como a la hora de plantearnos nuestros propios objetivos.

Si no se lleva a cabo correctamente, se corre el riesgo de invertir una gran cantidad de tiempo y dinero en un plan de acción que no nos conduzca hasta lo que deseamos.

Por ello, antes de comenzar a implementar cualquier idea que nos pueda suponer un coste muy alto, es necesario utilizar alguna de las tres técnicas vistas anteriormente para estudiar si realmente es la mejor que tenemos o si, por el contrario, podemos cambiarla por otra más interesante