

GUIA APRENDIZAJE 4
Series 2503n, 2504n y el Modelo de Calidad

**APLICACION DE LA CALIDAD DEL SOFTWARE EN EL PROCESO DE
DESARROLLO**

(1657844)

JOHAN SEBASTIAN ORTIZ ORTIZ.

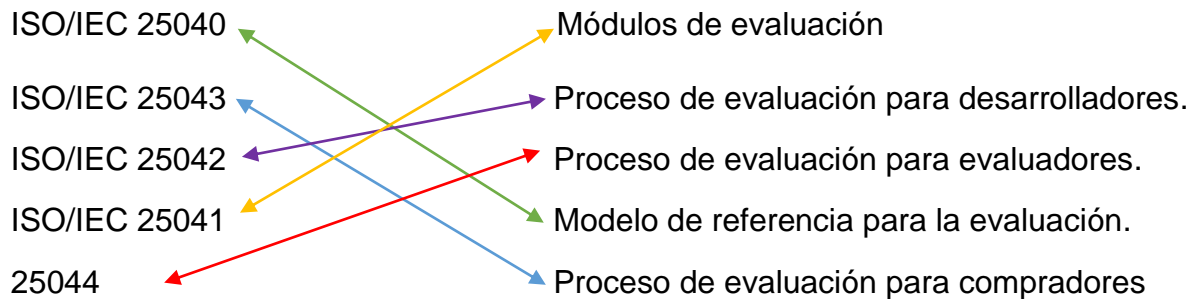
SENA COMPLEMENTARIA.

2018

Instrucción clara del paso a paso:

Por medio del desarrollo de la siguiente guía, aplicará los conceptos básicos del Modelo de los Requisitos de calidad, Evaluación de calidad, Modelo del ciclo de vida para la Calidad.

1.Relaciones cada Norma con su objetivo inicial:



2. Nombre y explique las 3 fases dentro del ciclo de vida de un producto.

Ciclo de vida del producto: se inicia cuando se lanza un nuevo producto al mercado, que puede ser algo innovador o puede tener una característica novedosa que dé lugar a una nueva categoría de producto (como el caso del horno microondas y el televisor a color).

Esta etapa se caracteriza por presentar el siguiente escenario:

- Las ventas son bajas.
- No existen competidores, y en el caso que los haya son muy pocos
- Los precios suelen ser altos en esta etapa, debido a que existe una sola oferta, o unas cuantas
- Los gastos en promoción y distribución son altos.
- Las actividades de distribución son selectivas
- Las utilidades son negativas o muy bajas
- El objetivo principal de la promoción es informar
- Los clientes que adquieren el producto son los innovadores

segunda etapa del **ciclo de vida del producto** que se conoce como la **etapa de crecimiento**; en la cual, las ventas comienzan a aumentar rápidamente.

Esta etapa suele presentar el siguiente escenario:

- Las ventas suben con rapidez.
- Muchos competidores ingresan al mercado.
- Aparecen productos con nuevas características (extensiones de producto, servicio o garantía).
- Los precios declinan de manera gradual como un esfuerzo de las empresas por incrementar las ventas y su participación en el mercado.
- La promoción tiene el objetivo de persuadir para lograr la preferencia por la marca.
- La distribución pasa de ser selectiva a intensiva.
- Las utilidades aumentan, a medida que los costos unitarios de fabricación bajan y los costos de promoción se reparten entre un volumen más grande.
- Los clientes que adquieren el producto en esta etapa son los adoptadores tempranos

Es en esta tercera etapa del **ciclo de vida del producto**, el crecimiento de las ventas se reduce y/o se detiene.

Las características que distinguen esta etapa son las siguientes:

- En una primera etapa, las ventas siguen aumentando, pero a ritmo decreciente, hasta que llega el momento en que se detiene.
- La competencia es intensa, aunque el número de competidores primero tiende a estabilizarse, y luego comienza a reducirse.
- Las líneas de productos se alargan para atraer a segmentos de mercado adicionales. El servicio juega un papel muy importante para atraer y retener a los consumidores.
- Existe una intensa competencia de precios.
- Existe una fuerte promoción (cuyo objetivo es persuadir) que pretende destacar las diferencias y beneficios de la marca.
- Las actividades de distribución son aún más intensivas que en la etapa de crecimiento.
- Las ganancias de productores y de intermediarios decaen principalmente por la intensa competencia de precios.
- Los clientes que compran en esta etapa son la mayoría media.

3. Encuentre las siguientes palabras en la sopa de letras (por favor omita la palabra en / de uso) y explique cada una de ellas:

a. Usabilidad en uso.

b. Eficacia.

c. Productividad.

d. Satisfacción.

e. Conformidad en uso.

P	N	E	O	U	D	N	I	A	B
R	D	F	A	S	D	S	Z	O	A
O	D	I	F	Q	G	A	H	S	D
D	A	C	Z	U	U	T	Y	A	A
U	S	A	B	I	L	I	D	A	D
C	A	C	L	N	K	S	U	J	I
T	V	I	C	E	A	F	D	R	M
I	B	A	R	Q	C	A	X	C	R
V	A	N	M	E	A	C	K	O	O
I	B	C	P	N	M	C	F	B	F
D	T	M	S	E	Y	I	I	N	N
A	O	E	Q	F	S	O	R	N	O
D	A	V	R	Z	M	N	T	I	C

Usabilidad en uso: Permite a usuarios específicos alcanzar metas específicas con eficacia, productividad y satisfacción en contextos específicos del uso.

Eficacia: Permite a usuarios alcanzar metas específicas con exactitud y completitud en un contexto específico del uso.

Productividad: Permite a usuarios consumir cantidades apropiadas de recursos en lo referente a la eficacia alcanzada en un contexto especificado del uso.

Satisfacción: Satisfacer a usuarios en un contexto específico de uso. Se subdivide en:

- **Atractividad** (Satisfacción cognoscitiva)
- **Placer** (Satisfacción emocional)
- **Comodidad** (Satisfacción física).

Conformidad en uso: Capacidad para adherirse a estándares o convenciones relacionadas con la usabilidad en uso.

4. De acuerdo al software adjunto a ésta actividad indicar si cumple con las características generales de la calidad en uso, en caso que no cumpla, especificar el por qué y qué modificaciones realizaría, éstas modificaciones realizarla en un archivo en power point:

CARACTERÍSTICA	CUMPLE S/N	OBSERVACIÓN
Usabilidad	S	El software es de fácil entendimiento
Contexto	S	Proveer la usabilidad en uso aceptable en todos los conceptos requeridos del uso.
Seguridad	N	El software permite su uso sin una autenticación o inicio de sesión.
Adaptabilidad	N	El software no está en capacidad para ser adaptado a diferentes entornos especificados sin aplicar acciones o medios diferentes de los previstos para el propósito del sw considerado