

Índice

[1. Preguntas de teoría a ver en clase](#)

[2. Otras preguntas de teoría](#)

[3. Ejercicios](#)

[PROBLEMA: Empresa desarrolladora de Software \(Mejora de la comunicación\)](#)

[PROBLEMA: Empresa venta de Aceite de Oliva](#)

[PROBLEMA: ACME EFICIENCIA ENERGETICA, SL](#)

-

[PROBLEMA: ACME Ingeniería Civil](#)

[PROBLEMA: Requisitos DMS de ACME Ingeniería Civil](#)

[2.1 Descripción del Sistema Actual](#)

[2.2 Requisitos de Información](#)

[2.3 Requisitos Funcionales - Casos de uso](#)

[2.3.1 Director de proyecto y equipo de ingeniería](#)

[2.3.1.1 Caso de uso consultar todos los documentos técnicos de un proyecto](#)

[2.3.1.2 Caso de uso consultar/modificar planificación de un proyecto](#)

[2.3.1.3 Caso de uso consultar informes de costes proyectos de un tipo](#)

[2.3.2 Director de ventas](#)

[2.3.2.1 Caso de uso consultar informes de ventas por zona de venta y fecha](#)

[2.3.2.2 El comercial consulta sus propuestas de ventas](#)

[2.3.3 Director general:](#)

[2.3.3.1 Ver documentación de un proyecto](#)

[2.3.4 Departamento Legal](#)

[2.4 Reglas de negocio](#)

[3 Preguntas:](#)

[PROBLEMA: Consultora de Calidad SL.](#)

[Si cree que es necesario realizar alguna integración de estos sistemas](#)

[¿qué sistemas integraría y qué aspectos de los mismos?](#)

[¿Qué sistemas descartaría y por qué motivos?](#)

[¿Qué riesgos cree que puede tener el proyecto y que propondría para paliarlos?](#)

[PROBLEMA: Business Case de CEMEX](#)

[PROBLEMA: Análisis y diseño de red social](#)

[4. Exámenes Anteriores](#)

[FINAL FEBRERO 12-13](#)

[EXAMEN EVALUACIÓN ALTERNATIVA GSI 12-13](#)

[Examen Septiembre 12-13](#)

1. Preguntas de teoría a ver en clase

1. ¿Se puede usar un ECM como sistema de gestión de conocimiento?
En caso afirmativo ¿Qué habría que hacer para convertir un ECM en un gestor de conocimiento (KM)? (Tema 1)

Para empezar hay que saber lo que es un ECM y las componentes en las que éste se disgrega:

ECM (Gestor de contenido empresarial) es un conjunto de estrategias, herramientas, métodos, aplicaciones usadas para gestionar, almacenar, usar, compartir, etc... una serie de documentos relacionados con los que utiliza la compañía.

El ECM se divide a su vez en 2 partes: CMS y DMS

CMS -> (Sistema de gestión de contenidos) es una aplicación o herramienta para crear y gestionar fácil, rápida y eficazmente el contenido principal expuesto en un portal web.

DMS -> (Sistema de gestión de documentos) es un sistema que almacena y facilita, a la vez que agiliza los documentos para ser procesados de una determinada manera.

Puedes usar, por tanto un ECM como un KM (Gestor de conocimiento), para ello necesitamos una metodología de despliegue de conocimientos, necesitadas para enseñar, dirigir y guiar a los empleados de esa determinada empresa. (Por ejemplo: screencasts (videotutoriales), hand-on books (manuales)...

ANTONIO SEGURA

Modificación:

Un ECM (Enterprise Content Management o Gestor de Contenido Empresarial) es un conjunto de estrategias, herramientas, métodos y aplicaciones usados para capturar, gestionar, almacenar y preservar una serie de contenidos y documentos relacionados con los procesos de la compañía.

El ECM se divide a su vez en 2 partes: CMS y DMS

CMS -> (Content Management System o Sistema de gestión de contenidos) es

Curso 2013-2014

una aplicación o herramienta para crear y gestionar fácil, rápida y eficazmente el contenido principal expuesto en un portal web.

DMS -> (Document Management System o Sistema de gestión de documentos) es un sistema que almacena documentos y facilita, a la vez que agiliza el ciclo de vida de estos.

Un ECM gestiona información por lo que no es un KM (Gestor de conocimiento), para convertirlo en ello necesitamos alguna herramienta que nos enseñe a utilizar esa información de manera que obtengamos un conocimiento. Por ejemplo: screencasts (videotutoriales), hand-on books (manuales)...

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

Es posible usar un **ECM** como **KM**, para ello necesitamos una metodología de despliegue de conocimientos, enfocadas a enseñar, dirigir y guiar a los empleados de esa determinada empresa. (Por ejemplo: screencasts (videotutoriales), hand-on books (manuales)...

La información son datos previamente adaptados o escogidos mediante una metodología para que la persona o personas que lo necesitan les resulte de utilidad pero si a esta información le añadimos videotutoriales, manuales, capturas de pantalla, etc... convertimos dicha información en conocimiento con lo cual tendrá mucho más valor para las personas que la usen.

Alejandro Malvar Gago

[Diferencia entre conocimiento e información]

La información son datos procesados de tal manera que resulten útiles y significativos para el receptor de los mismos, mientras que el conocimiento es la mezcla de experiencias, valores y “saber hacer” para la incorporación de nuevas experiencias e información y es útil a la hora de tomar decisiones dentro de la empresa.

ejemplo:

un dato puede ser el número de alumnos aprobados en una asignatura. la información sería una gráfica de este dato durante los dos últimos años, y el conocimiento nos llevará a decidir mejorar el sistema de enseñanza y establecer cambios que ayuden a que el número de aprobados sea mayor.

[Lamyae Raji]

Curso 2013-2014

Es posible usar un ECM como KM, para ello habría que añadir una metodología de KM, dicha metodología es necesaria para que guíe a los empleados para que la información añadida sea Conocimiento.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

Puesto que un ECM puede almacenar y organizar toda la información de la empresa y sabiendo que un KM es guiado de una metodología que consiste en obtener todo el conocimiento de la empresa, se podría decir que un ECM puede actuar como un KM si además se le añade las funciones del social media tanto en el ámbito interno de la empresa (Drupal) como el externo (buddypress)

LAMYAE RAJI.

Un ECM(Gestor de contenido empresarial) es un conjunto de estrategias, herramientas, métodos y aplicaciones usadas para gestionar, compartir.. contenidos y documentos relacionados con la empresa.

El ECM se divide en CMS y DMS:

CMS: Es una aplicación usada para crear y gestionar de una forma rápida y eficaz contenido expuesto en un portal web

DMS: Es una aplicación que permite almacenar documentos, información correspondiente a los mismos, workflows, control de versiones..

Como vemos el ECM es capaz de gestionar toda la información(Conjunto de datos procesados adecuadamente). Pero no es capaz de gestionar el conocimiento(Suma de la información con la experiencia, valores, etc..).

Para hacer que el ECM pueda gestionar conocimiento es necesario crear un nuevo tipo de contenido en el que se vea reflejada la experiencia de cómo llevar a cabo una acción a través de una información determinada. Este tipo de contenido puede ser: Manuales, Videotutoriales, etc...

David López Carrascal.

1. ¿Cuáles son las fases del ciclo de vida de un sistema de información?

Curso 2013-2014

¿cuáles son las actividades principales en cada fase? (Tema 2)

Las fases son 5: Captura de Requisitos, Análisis, Diseño, Implementación y Mantenimiento.

REQUISITOS: Capturar la funcionalidad del sistema (Req. funcionales), la información que se debe guardar (Req. información) y la estructura del sistema en cuanto a interfaz de usuario (uso de mockups, videos, software demo por ejemplo). [El que]. Esta fase es necesaria para entrar en contacto con lo que el cliente necesita en su sistema y es donde nos plantearemos si somos capaces de llevar a cabo una solución. Nuestra labor es también hacer ver al cliente qué es lo que quiere. Volveremos a reunirnos con él y a modificar los requisitos tantas veces como haga falta para que al desarrollar la primera versión del sistema no se nos queden atrás cosas importantes que nos sean difíciles de corregir en un futuro. Objetivo: obtener el máximo de información posible y estructurarla según las necesidades del cliente.

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

En esta fase tenemos la labor de “exprimir” mediante entrevistas al cliente con las ideas que tiene en mente en cuanto a requisitos, estructura e interfaz de usuario, bocetos, etc... con el objetivo de obtener la máxima información posible ya que normalmente el cliente no suele saber lo que realmente quiere o necesita por lo que tendremos que ayudarle a aclararse o en su defecto tendremos que indicarle que es mejor o peor en función de las necesidades que necesite. El objetivo en definitiva es satisfacer las necesidades de nuestro cliente para que quede satisfecho.

Alejandro Malvar Gago

ANÁLISIS: Modelar la información sacada de nuestro cliente a un lenguaje más “técnico”. [Corrección de errores y volver a saber qué quiere el cliente].

El análisis es útil no sólo para corregir errores, sino para detectar fallos de coherencia entre los requisitos del cliente, y solapamientos de los mismos. Junto con los requisitos, forman la definición de QUÉ quiere el cliente para el sistema que contrata.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

DISEÑO: Esta fase permite definir una solución lo más acertada/cercana posible a los deseos del cliente. (CÓMO IMPLEMENTAR LO QUE QUIERE EL

CLIENTE)

IMPLEMENTACIÓN: Instalación del sistema, configuración de las extensiones y otros detalles que quiera el cliente.

MANTENIMIENTO: Actualizaciones, solución de posibles problemas...

ANTONIO SEGURA

Las fases serían:

1) Captura de requisitos 2) Análisis 3) Diseño 4) Implementación y 5) Mantenimiento.

1) Captura de requisitos: Capturar funcionalidad, Capturar la información y su estructura y capturar requisitos de IU (casos de uso y bocetos de diseño).

2) Análisis: Modelar la información, modelar la estructura de información, Modelar la interacción de los usuarios y bocetos del diseño de UI.

3) Diseño: Consiste en la definición de la solución como un conjunto de plugins configurados de determinada forma, según lo pida el cliente.

4) Implementación: Instalación, configuración, instalación de extensiones y configuración, aplicación de tema, modificación de tema: CSS.

5) Mantenimiento: Actualización (Seguridad ó peticiones de cliente)

La fase de diseño se mantendría solo que definiendo la solución como un conjunto de plugins configurados de una forma determinada.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

2. REPETIDA ¿Cuál es el principal objetivo del documento de requisitos; y del documento de análisis? (Tema 2)

El documento de requisitos pretende obtener o capturar los requisitos que requiere el cliente de una manera entendible por él ya que normalmente el cliente no suele saber lo que quiere realmente.

El documento de análisis pretende analizar lo que el cliente quiere mediante diagramas y modelos para verificar que no se tienen errores.

Alejandro Malvar Gago

Curso 2013-2014

Requisitos: Documento con todo lo que quiere el cliente. La finalidad de este documento es entregarlo al cliente, para ponernos de acuerdo con él porque no sabe lo que quiere. Así impedimos que el cliente nos tire el proyecto. Por ejemplo: Mockups, prototipos.

Análisis: Analizar lo que quiere el cliente a través de modelos y encontrar errores. Además se consigue pasar el documento de Requisitos a un formato más claro para los Ingenieros y así facilitar su diseño.

David López Carrascal.

Documento de análisis: Pretende analizar lo que el cliente quiere modelando los requisitos a un lenguaje más técnico, y verificar que no tienen errores, ni incoherencias entre ellos. tambien sirve para profundizar el problema a resolver estudiandolo en detalle.

[Lamyae Raji]

La finalidad de la elaboración de un documento de requisitos, es asegurar las necesidades del cliente de manera contractual. De esta forma acordamos con el cliente, con exactitud, qué vamos a desarrollar; así evitamos la muy probable posibilidad de que el cliente nos pida nuevas funcionalidades, lo que nos generaría un aumento en coste y tiempo.

Cualquier modificación en los requisitos, supondría una revisión del contrato ya acordado.

El documento de análisis nos proporcionará la idea en la que los datos interactúan entre sí, la validez y completitud de los mismos.

FIDEL MYSTAL

El documento de requisitos debe indicar QUÉ es lo que el sistema debe de hacer, tiene como objetivo capturar los deseos del cliente, estilo, funcionalidad y todo lo referente al producto final que desea el cliente. Mientras que el documento de análisis tiene como objetivo analizar el documento de requisitos para encontrar incompatibilidades o información obvia para pasarlo a un lenguaje entendible para el ingeniero para su posterior implementación.

LAMYAE RAJI

3. ¿Qué información proporciona la gráfica Burndown de Scrum? ¿Para qué cometido resulta muy útil? (Tema 2)

Curso 2013-2014

Lo que proporciona una gráfica Burndown de Scrum es el tiempo de trabajo restante dependiendo de lo que tengamos en el Backlog (Tareas), resulta útil para abstraer una fecha aproximada de la terminación del Sprint de un determinado proyecto fijándonos tan solo en la pendiente que tiene la gráfica en el momento actual en el que la miramos.

A mayor pendiente, en menos tiempo terminaremos el trabajo, con una pendiente nula nos damos cuenta de que el proyecto ha quedado estancado.

ANTONIO SEGURA

Para medir el avance del proyecto, cada tarea tendrá las horas que cada persona estima que va a tardar en realizarla, y el tiempo que verdaderamente ha utilizado en ella hasta acabarla. También es posible medir añadiendo progresivamente las horas que se usan en cada tarea hasta finalizarla.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

La información de las gráficas burndown tambien pueden sernos muy útiles para la planificación de nuevos proyectos. Podemos apoyarnos en ellas para estimar correctamente el tiempo y el coste que nos supone un nuevo desarrollo.

FIDEL MYSTAL

Es una gráfica mostrada públicamente, que mide la cantidad de requisitos del Backlog del proyecto pendiente al comienzo de cada Sprint. Sirve para conocer el progreso del proyecto, y si tiene retraso o no. Es decir, cuándo se va a acabar al ritmo actual. Permite al equipo de desarrollo tomar medidas ante un retraso, para intentar solucionarlo. Por ejemplo, se pueden echar horas extras, que además podemos estimar cuántas serán gracias a dicha gráfica.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

4. Existen diferencias importantes entre el ciclo de vida de un sistema desarrollado a medida frente a uno desarrollado sobre un sistema parametrizable. Enumere las características del ciclo de vida en lo referente a sistemas parametrizables: (Tema 2)

Si desarrollamos un sistema a medida tendremos un sistema con una calidad bastante grande pero a costa de tener una funcionalidad limitada.

Por norma general la calidad de un sistema a medida es peor, no mejor, ya que no tiene detrás un soporte estable, versiones avanzadas de software ni proveen seguridad al sistema.

Si desarrollamos un sistema parametrizable tendremos un sistema con mantenimiento, riesgos y costes menores al sistema a medida.

Alejandro Malvar Gago

Documentación: Menos documentación para sistemas parametrizables.

Calidad: Mayor calidad para sistemas parametrizables, porque están más probado y normalmente cuentan con soporte.

Seguridad: Mayor seguridad para los sistemas parametrizables, cada vez que sale un bug se soluciona por toda la comunidad, mientras que si es hecho a medida depende del administrador de la web solo.

Funcionalidad: Mayor funcionalidad tienen los sistemas hechos a medida.

Mantenimiento: Menor para los sistemas parametrizables.

Riesgo: Menor riesgo de que el proyecto vaya mal para los sistemas parametrizables.

Costes: Menor coste para los sistemas parametrizables porque hay que programar menos.

David López Carrascal.

5. ¿Qué es un Workflow en un DMS? En el documento de requisitos, ¿qué artefactos utilizamos para conseguir la información necesaria para definir los workflows? ¿Como analizaría y diseñaría los workflows? (Tema 3)

Un workflow es un conjunto de pasos que sigue un documento en su ciclo de vida dentro de un DMS.

En el documento de requisitos podemos capturar los workflows de dos maneras dependiendo de su complejidad. Si tiene que ver con el caso de uso del negocio de la empresa la complejidad será mayor y podremos hacer uso de un BPMN que vincule a las personas que interactúan en el proceso. Si lo que queremos es implementar un

Curso 2013-2014

workflow que tiene relación con un requisito funcional la opción es un caso de uso simple y opcionalmente un diagrama de secuencia de datos que fluyen entre el usuario y el sistema.

Gonzalo Torres-Quevedo

6. ¿Cuáles son las principales reticencias que suelen tener las empresas a la hora de implantar la Empresa 2.0 que NO son reales? (Tema 4)

Las principales causas son las siguientes:

- Que todo esté a la mano de todo el mundo: que cualquiera información clave pueda ver vista por toda la empresa
- Riesgos de seguridad.
- Mal comportamiento en su uso, pueden ocasionar críticas negativas de unos compañeros hacia otros.
- Que para la empresa sea un Facebook: que la herramienta se use para comentar las fotos del fin de semana...

David Olid Real

Las principales reticencias son 2, la primera el tema de seguridad, por miedo a que tus propios empleados sepan más de lo que deben . La otra es que lo relacionan con el entretenimiento y la pérdida de tiempo.

ABRAHAM REQUENA MESA.

Las principales reticencias que suelen tener las empresas a la hora de implantar la Empresa 2.0 son:

1. La seguridad, por miedo a que tus propios empleados sepan más de lo que deben.
2. La relación con el entretenimiento y la pérdida de tiempo (se piensan que es un “facebook” y que no va a aportar nada).
3. Que los empleados no lo utilicen correctamente. Totalmente infundado, porque no podemos obviar que a cada comentario / atribución que un empleado haga, está asociada su imagen. Por tanto, tanto superiores como compañeros van a saber quién ha hecho ese comentario.
4. Que los empleados hablen mal de los directivos.
5. La temeridad por la seguridad e integridad de sus ideas. Piensan que si publican sus ideas, proyectos, etc., otras empresas / empleados pueden copiarlas, por tanto, le generaría una competencia en el mercado.

Son problemas infundados porque en realidad no son problemas en sí

Curso 2013-2014

mismos. Un empleado por norma general sabe cómo debe actuar en una red social corporativa, por lo que no se va a encontrar una empresa en la que los empleados usen la red para intercambiar información sobre su vida personal, ni crear comentarios fuera de lugar. Saben perfectamente que el cometido de la misma es exclusivamente laboral.

Otra reticencia importante es la escasa o nula participación, recordemos que normalmente de un 90% de personas en la red social sólo participan normalmente el 9% y de ese 20% sólo el 1% participa activamente. Esto sería más bien un problema y no una reticencia en realidad.

Alejandro Malvar Gago

Los problemas infundados son aquellos que los trabajadores creen que van a tener antes de usar la Red Social y que éstos después no se suelen dar.

Los principales problemas infundados son:

- Que los empleados no lo utilicen correctamente.
- Que los empleados hablen mal de los directivos.
- Que se vaya a convertir en un facebook para la empresa y que no va a aportar nada.

David López Carrascal.

Son problemas infundados porque en realidad no son problemas en sí mismos. Un empleado por norma general sabe cómo debe actuar en una red social corporativa, por lo que no se va a encontrar una empresa en la que los empleados usen la red para intercambiar información sobre su vida personal, ni crear comentarios fuera de lugar. Saben perfectamente que el cometido de la misma es exclusivamente laboral.

[Raúl Manuel Barreiros
Fernández]

Las principales reticencias a implantar la Empresa 2.0 son:

- Se teme por la seguridad e integridad de sus ideas. Piensan que si publican sus ideas, proyectos, etc, otras empresas/empleados pueden copiarlas, por tanto, le generaría una competencia en el mercado.
- Pánico a que los empleados hagan mal uso de la red social corporativa y la utilicen como un facebook. Totalmente infundado, porque no podemos obviar que a cada comentario/atribución que un empleado haga, está asociada su imagen. Por tanto, tanto superiores como compañeros van a saber quién ha hecho ese comentario.

Curso 2013-2014

- También se teme por la supuesta carga de trabajo que le va a generar tanto a superiores como a empleados, usar esta nueva herramienta. En vez de ayudar, piensan les va a generar más trabajo aún.

[María José Ortiz Fernández]

Problemas que no son reales:

- No está todo abierto: Empresa 2.0 implica compartir y ser transparente, pero esto no implica que haya que compartirlo todo, y menos aún que todo el contenido sea abierto. Es un problema que no es real por que lo que genera este problema es el desconocimiento del uso de herramientas 2.0 en la empresa, que con una charla informativa debería poder corregirse.

- No hay riesgos de seguridad: para mí éste problema puede considerarse un anexo del anterior, proviene del uso de ideas equivocadas sobre el uso de herramientas 2.0, y en determinados casos, de herramientas informáticas en general. No es un problema real por lo mismo que el apartado anterior, proviene del desconocimiento.

- Evita el mal comportamiento: Éste es un problema de visión en la empresa, de falta de visión en concreto. El darle a los empleados una herramienta para interactuar entre ellos parece (o puede parecer) una mala idea, pues el tiempo que dediquen a la herramienta no será “productivo” y se dediquen a otras actividades. Esto es no es un problema real: las personas no critican, publican tonterías,... en una herramienta con su nombre, apellidos, foto, hora de publicación. Es absurdo pensar que lo harían, dado que se jugarían su puesto en definitiva si lo hicieran. Además para evitar ésto se definen normas de uso de las herramientas que los empleados se comprometen a cumplir.

- Es distinto a un Facebook para empresas: el problema en sí creo que es muy descriptivo. No es un problema real por que las herramientas 2.0 en la empresa son dedicadas a trabajar, y únicamente a trabajar. Las fotos del jefe el día que se pasó con los chupitos o el último record de la fase ‘x’ del juego ‘y’ no tienen cabida aquí (Ni much as otras cosas, evidentemente).

[Alfonso Romero Rodríguez]

7. ¿Cuáles son los principales problemas en la implantación de un proyecto de Empresa 2.0? Indique los motivos. (Tema 4)

Los principales problemas fundados son:

- Gestión del cambio. Que las personas cambien su día a día, compartir su conocimiento, etc.. Ej: Generalmente las personas en las empresas suelen transferir la información mediante correos electrónicos en su día a día, entonces a la hora de

Curso 2013-2014

implantar una red social el principal problema es cambiar su hábito con el correo y que utilicen la red social.

- Que la red social no se utilice. Si en la Red Social creada no hay contenido de interés o no es utilizada por personas a las que se considera importante dentro de la empresa, el interés por los trabajadores en utilizarla va a ser mínimo y finalmente no se utilizará.
Aquí es donde aparece la figura del Community Manager, trabajador encargado de crear contenidos en la Red Social.

David López Carrascal

de su trabajo y se niegan to de su trabajo y se niegan a ello.

- Que los trabajadores puedan usarla correctamente: debido a la falta de formación del mismo en nuevas tecnologías o bien, debido a que las tareas que tienen asignadas, no le permitan dedicarle tiempo a dichas herramientas.

(Contestada por Marta Ruiz López)

Barreras tecnológicas: si vamos a montar un proyecto 2.0 en una empresa donde hay un porcentaje grande de empleados con edad elevada el uso de una red social puede ser un problema.

Alejandro Malvar Gago

El principal problema es si la red social va a contar con un contenido de calidad y gente dispuesta a generarlo. Si no es así debemos plantearnos la idea de contratar a alguien para que lo genere siempre que la empresa esté dispuesta a gastarse un extra.

En segundo plano estarán problemas como la adaptación a la nueva herramienta, el tiempo que cada persona pueda dedicarle que no siempre será el adecuado, etc.

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

8. ¿Cuál es la principal diferencia entre el marketing tradicional y el “social media marketing”? Razone su respuesta (Tema 5)

El social media marketing añade un nuevo punto de vista ante el

Curso 2013-2014

marketing tradicional, lo que se busca es crear cosas de valor para que los clientes presten atención y así comunicarnos con ellos.

Al mismo tiempo aprender de ellos para así conocerlos mejor y conseguir venderles los productos.

David López Carrascal.

El marketing tradicional se considera un medio de difusión masivo, desde el punto de vista publicitario. Llega a todos los usuarios sin distinguir si se trata de clientes potenciales o no.

Es precisamente en ese aspecto donde se centra el social media marketing. Se establece una característica de “filtrado”, limitando la difusión a usuarios que son clientes potenciales del producto. Por otro lado tiene la capacidad de recibir feedback de los usuarios, que nos permite estudiar con mayor exactitud la demanda de mercado y adaptar las campañas publicitarias en consecuencia.

FIDEL MYSTAL

El marketing tradicional consiste en repetir el mensaje (anuncio), sin ningún tipo de interacción con los clientes. En cambio, con el social media marketing, se usan redes sociales como estrategia para que el cliente pueda comentar y compartir el contenido, obteniendo del cliente comentarios y críticas de tus productos. Es más barata y el contenido se difunde más rápidamente. En definitiva se trata de conversar con el cliente.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

El marketing tradicional se considera como un medio de difusión masivo, sin ningún tipo de interacción con los clientes desde el punto de vista publicitario. Llega a todos los usuarios sin distinguir si se trata de clientes potenciales o no.

El social media marketing añade un nuevo punto de vista ante el marketing tradicional. Lo que se busca es crear cosas de valor para que los clientes presten atención y así comunicarnos con ellos. Se usan redes sociales como estrategia para que el cliente pueda comentar y compartir el contenido, obteniendo del cliente comentarios y críticas de los productos. Es más barata y el contenido se difunde más rápidamente.

El social media marketing establece una característica de “filtrado”, limitando la difusión a usuarios que son clientes potenciales del producto. Por otro lado tiene la capacidad de recibir feedback de los

Curso 2013-2014

usuarios, que nos permite estudiar con mayor exactitud la demanda de mercado y adaptar las campañas publicitarias en consecuencia para así conocerlos mejor y conseguir venderles los productos que ellos quieren de una forma personalizada.

Alejandro Mavar Gago

9. Enumere las **tácticas** básicas para llevar a cabo una estrategia de social media marketing. Indique también los requisitos que impondrá cada una de ellas en la tecnología utilizada (siempre que tenga sentido) (Tema 5)

Las tácticas serían:

- 1) Generar nuevo contenido interesante (Blogs, CMS, Redes sociales) →**
Es la parte fundamental, sino generamos contenidos interesantes, no obtendremos la participación deseada.
- 2) Mecanismos de participación (Compras, registros, suscripciones, “likes” en facebook) →** tenemos que conseguir que la gente visite nuestros contenidos y participen, esa es la esencia del 2.0.
- 3) Obtener retroalimentación (feedback) (Obtener comentarios, opiniones, encuestas) →** Es muy importante conocer qué piensan los consumidores de nuestros productos, cuáles son las partes positivas y negativas de estos, etc...
- 4) Obtener recomendaciones (retweets, likes, compartidos, enviar a amigos por email...) →** Se trata de poder llegar a la mayor cantidad de gente posible.
- 5) Utilizar sistemas de medición (Google Analytics, Facebook, Topsy etc) →** Para poder conocer el impacto real de nuestras campañas.

MICHAEL MARTIN BLANCO

10. ¿Qué factores deberá tener en cuenta a la hora de decidir entre implantar una red social para cliente propia o basarse en alguna de las

Curso 2013-2014

existentes? (Tema 5)

El factor principal que hay que tener en cuenta es no crear un proceso mental nuevo creando una red nueva! porque si los clientes ya usan una red existente ahorrarán tiempo y esfuerzo en aprender manejar otra nueva.

Ejemplo: Grupo de GSI (facebook)

AMIN BERRADI

Se debe valorar tambien si las fucionalidades que me proporcionan las redes ya existentes, satisfacen nuestras necesidades.

FIDEL MYSTAL

Depende de la finalidad de la red social, si es para marketing o para opiniones de clientes podría ser una externa, ya que tiene ya un gran número de empleados. Si queremos la red social con funcionalidades no disponibles en otras redes sociales o para tener una buena relación cliente-comercial, para resolver problemas, dudas u otros fines, lo mejor sería implementar una propia para que sea el trato más personal y podamos implementar las nuevas funcionalidades exigidas a gusto.

Aunque el principal factor es la evaluación del coste de llenar la red propia de usuarios merece la pena.

(Contestada por Marta Ruiz López)

11. Enumere las fases de una implantación de red social corporativa e indique brevemente el objetivo de cada una de ellas y las principales tareas a llevar a cabo en cada una de ella (muy brevemente). (Tema 6)

Analizo la empresa en su totalidad para hacerme una idea.

1) Determino lugares dónde puedo tener éxito

1.1) Analizo dónde me la puedo pegar (debilidades)

1.2) Determino personas clave del proyecto y sus preocupaciones

Sería el análisis DAFO

2) De todas las posibilidades me concentro en una (un sitio de la empresa)

2.1) Ver cómo se comunica la gente dentro de la red social

2.2) Ver objetivo claro en ese sitio a nivel de negocio.

Antes de cometer el error de hacer un sistema grande y complejo que nadie entienda, mejor hacemos uno sencillo con pocas personas (sólo un pequeño porcentaje de la empresa) y se lo enseño.

3) Me monto el software y el Community Manager

Se implementa

4) Según el éxito, extenderlo
ANTONIO SEGURA CANO

Las fases de implementación de una red social corporativa son las siguientes:

- 1) Conocer el negocio. Los objetivos de esta fase es examinar las directrices organizativas de la empresa e identificar los principales riesgos y barreras internas... En definitiva cómo funciona el negocio actualmente.
- 2) Definir el ámbito de la solución, cuyos objetivos son definir la visión y las principales fuentes que ofrezcan una ventaja competitiva
- 3) Implementación de la solución.
- 4) Hacer crecer la solución.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

1.- Conocer el negocio. En esta etapa se hace un análisis global a la empresa (DAFO) para conocer sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. Una vez identificada la empresa:

- Se buscan los principales motores: Innovación, globalización, etc..
- Conocer las grandes prioridades del negocio: Aumentar la productividad, reducir costes..
- Identificar los riesgos(inactividad, mal comportamiento, resistencia al cambio) y barreras internas(cultura, conflicto de intereses).
- Mapear los intereses internos y la cultura. Establecer el líder del proyecto, identificar los principales riesgos culturales.

2.- Definir el ámbito de la solución. Consiste en definir en que parte de la empresa nos vamos a centrar para instalar la aplicación.

- Definir la visión(Objetivo a largo plazo) y la misión(la forma de llevar a cabo el objetivo de la visión).
- Crear un Framework de Gobierno: Nombrar las personas claves, establecer las reglas y la política de comunicación.
- Construir un caso de negocio.

3.- Implementar la solución. Identificar las personas que van a animar la red social, implementar el software y lanzar la versión piloto.

4.- Hacer crecer la solución si todo va bien, en caso contrario intentar modificar algo o cerrar el proyecto y empezar de nuevo por otro ámbito.

David López Carrascal.

2. Otras preguntas de teoría

12. Qué diferencia existe entre un CMS, ECM y un DMS. (Tema 1)

Curso 2013-2014

ECM (Gestor de contenido empresarial) es un conjunto de estrategias, herramientas, métodos, aplicaciones usadas para gestionar, almacenar, usar, compartir, etc... una serie de documentos relacionados con los que utiliza la compañía.

El ECM se divide a su vez en 2 partes: CMS y DMS

CMS -> (Sistema de gestión de contenidos) es una aplicación o herramienta para crear y gestionar fácil, rápida y eficazmente el contenido principal expuesto en un portal web.

DMS -> (Sistema de gestión de documentos) es un sistema que almacena y facilita, a la vez que agiliza los documentos para ser procesados de una determinada manera.

ANTONIO SEGURA

ECM (Gestor de contenido empresarial) es un conjunto de estrategias, herramientas, métodos, aplicaciones usadas para gestionar, almacenar, usar, compartir, etc... una serie de documentos relacionados con los que utiliza la compañía.

El ECM se divide a su vez en 2 partes: CMS y DMS

CMS -> (Sistema de gestión de contenidos) es una aplicación o herramienta para crear y gestionar fácilmente, rápidamente y eficazmente el contenido principal expuesto en un portal web.

DMS -> Sistema de gestión de documentos, es una herramienta que nos proporciona medios de almacenamiento, seguridad, así como capacidades de recuperación e indexación de documentos.

[Lamyae Raji]

13.

¿Cómo se relacionan estos concepto?

Los tres conceptos trabajan con documentos pero con una finalidad distinta, no se pisan el uno al otro sino que se complementan. Tanto el CMS y DMS están evolucionando para convertirse en un ECM

(Contestada por Marta Ruiz López)

El ECM engloba al CMS y al DMS, ECM = CMS + DMS.

El CMS y el DMS pueden interactuar entre ellos o no, en función del nivel de integración que se tenga en la empresa y de si tiene sentido (puede que no lo tenga) que interactúen entre sí.

[Alfonso Romero Rodríguez]

14. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones se cumplen en lo referente a la “información” hoy en día? (Tema 1)

- La información se duplica cada 2 año. **Verdadero**
- La información crece exponencialmente. **Verdadero**
- La información es innecesaria en algunas empresas **Falso**
- La información es poder, y cada día más **Falso**
- El uso de redes sociales es cada vez mayor y muy alto **Verdadero**
- El trabajo del conocimiento es cada vez más frecuente en todas las empresas **Verdadero.**
- Las redes sociales han entrado 100% en el interior de las empresas. **Verdadero.**

Alejandro Malvar Gago

15. ¿Qué diferencia existe entre dato, información y conocimiento? (Tema 1)

Los datos son la materia prima que hay que transformar para obtener información que será muy útil para la persona que la reciba, para después procesarla con otros componentes más como la experiencia y los valores y así obtener conocimiento.

DATOS----->INFORMACION----->CONOCIMIENTO

AMIN BERRADI

Los datos son la materia prima a partir de la cuál, y mediante el procesado adecuado se obtiene la información. El conocimiento es la suma de información con la experiencia, valores y “saber hacer”. La diferencia entre los 3 es definitiva es el grado de refinamiento con el que tratamos los hechos ocurridos en el ecosistema de la empresa.

* Dato: Número de peticiones del documento ‘x’.

* Información: Gráfica del número de peticiones del documento ‘x’ en los últimos 6 meses.

* Conocimiento: En función de la gráfica del número de peticiones del documento ‘x’ y de nuestra experiencia, decidir si mejorar el documento, versionarlo, o incluso eliminarlo del sistema.

[Alfonso Romero Rodríguez]

Curso 2013-2014

16. ¿Qué arquitectura suele vertebrar a los sistemas de gestión de información? Defina muy brevemente el cometido de cada uno de sus componentes (Tema 1)

Los sistemas de gestión de la información se estructuran en capas o niveles. Debido a que cada capa es independiente de la otra los cambios o actualizaciones pueden ser realizados sin afectar al sistema como un todo. Las capas que forman el sistema son las que se describen a continuación.

- Capa Interfaz de usuario: es la capa que ve el usuario y es conocida también como interfaz gráfica. Se presenta como una interfaz web o móvil y está compuesta por una Interfaz Web de Información que permite el acceso a los contenidos del sistema según los permisos del usuario y por una Interfaz Web de configuración que permite acceder a opciones de administración del sistema y que sólo es accesible a los administradores del sistema.
- Capa Lógica de negocio: es la capa responsable de implementar la lógica de la aplicación. En ella se reciben las peticiones del usuario y desde ella se envían las respuestas a esas peticiones después de procesarlas.
- Capa de datos: es la capa en la que están los datos y es responsable de proporcionar acceso a los mismos a la capa de lógica de negocio. Está formada por uno o más sistemas de gestión de bases de datos que reciben solicitudes de obtención de datos o de almacenamiento de los mismos.

MANUEL CARRERO CÁMARA

La arquitectura que suele vertebrar a los sistemas de gestión de información es una arquitectura de 3 capas:

1. Capa de interfaz de usuario: Es la capa de presentación, es la que ve el usuario. Le presenta el sistema y le comunica información. Debe de ser entendible por el usuario. Esta capa se comunica solamente con la capa de lógica de negocio.
2. Capa de lógica de negocio: Es donde residen los programas que se ejecutan. Recibe las peticiones de usuario y se envían respuestas tras el proceso. Se comunica con la capa de interfaz de usuario para la recepción de sus peticiones y presentarle resultados y con la capa de datos para almacenar y recuperar información de la BD.

Curso 2013-2014

3. Capa de datos: Es donde residen los datos. Está formada por uno o más gestores de bases de datos que reciben solicitudes de conocimiento o recuperación de información desde la capa lógica de negocio.

[Lamyae Raji]

17. ¿Cuál es el mecanismo de extensión más común en los sistemas de información? (Tema 1)

El mecanismo más común para extender la funcionalidad de los sistemas de información es el de los plugins o módulos que consiguen ampliar las funciones que nos ofrecen de base un determinado sistema de información. Por ejemplo, es el caso de Wordpress que sólo proporciona un portal online y que, gracias a la instalación de plugins podemos gestionar los asistentes a un evento, crear una red social...

MANUEL CARRERO CÁMARA

18. ¿Qué diferencia existe entre una “historia de usuario” y una Tarea/bug? (Tema 2)

La **historia de usuario** es la representación de los requisitos del software que quiere nuestro cliente escritos en breves líneas usando un lenguaje simple para un fácil entendimiento. Esto define qué es lo que debe de ser hecho en el proyecto en todo momento, y el orden viene determinado con una prioridad, la cual se lleva en acuerdo entre el cliente y el equipo de desarrollo.

La historia de usuario es un conjunto por así decirlo de **tareas** y la iteración es el ciclo mediante el cual se lo enseñas a tu cliente.

NOTA: Las iteraciones con el cliente se hacen para captar posibles cambios o errores vistos lo antes posible.

Los **bugs** son simplemente errores que van ocurriendo en el proyecto.

ANTONIO SEGURA CANO

Una historia de usuario es una representación de un software escrito en una o dos frases utilizando un lenguaje común de usuario. Estas definen lo que

Curso 2013-2014

se debe construir en el proyecto de software, tienen una propiedad asociada definida por el cliente de manera de indicar cuales son las más importantes para el resultado final, serán divididas en tareas y su tiempo será estimado por los desarrolladores. Mientras que un bug no son nada mas que errores o fallos de software.

[LAMYAE RAJI]

Una historia de usuario es una representación de un requisito de software escrito en una o dos frases utilizando el lenguaje común del usuario. Las historias de usuario son utilizadas en las metodologías de desarrollo ágiles para la especificación de requisitos.

En cambio una tarea es una acción a realizar para cumplir con el requisito de software. Por tanto una historia de usuario puede estar formada por varias tareas.

En el caso de que aparezca un error durante una tarea se tomará nota (bug).

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

19. ¿Qué indica el Manifiesto Ágil sobre la documentación de un proyecto?
(Tema 2)

El **manifiesto ágil** se sostiene sobre cuatro puntos principales:

- Las personas y las interacciones entre ellas tienen más relevancia en un proyecto que los procesos y las herramientas que se siguen durante el mismo.
- El software se debe trabajar sobre documentación correctamente realizada y comprensible.
- La colaboración con el cliente durante el proyecto es más importante que seguir un contrato definido y cerrado.
- La respuesta al cambio durante un proyecto es más importante que seguir un plan previamente elaborado.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

El manifiesto Ágil indica que los documentos son soporte de la documentación, permiten la transferencia del conocimiento, registran información histórica, y en muchas cuestiones legales o normativas son obligatorios, pero se resalta que son menos importantes que los productos que funcionan. Menos trascendentales para aportar valor al producto. lo que significa que la producción de documentos no se debe

hacer a menos que sean necesarios de forma inmediata para tomar una decisión importante.

[Lamyae Raji]

Software correcto vs. Documentación Detallada.

No producir documentos a menos que éstos sean necesarios de forma inmediata para tomar una decisión importante. Estos documentos deben centrarse en lo fundamental.

David López Carrascal.

20. Cuando nos basamos en un sistema de información de código abierto ¿en qué situaciones será necesario realizar un desarrollo a medida? (Tema 2)

Se pueden dar tres casos en el que sea necesario un desarrollo a medida durante la implementación de un sistema de información de código abierto:

- El cliente requiere de una funcionalidad que el sistema de código abierto no soporta -> En este caso se hará un desarrollo desde cero de dicha funcionalidad.
- Una de las funcionalidades que el cliente necesita se cubre parcialmente en el sistema de código abierto elegido -> En este caso, se hace un desarrollo a medida para añadir esa parte, y así completarlo según las necesidades del cliente.
- El cliente requiere de un sistema de información con unos requisitos que los plugins cubren de forma parcial -> En este caso, se hará un desarrollo de la parte del plugin que el cliente requiere a fin de añadirle esa funcionalidad al mismo.
- El cliente requiere de un sistema de información con unos requisitos que un sistema de código abierto no soporta -> En este caso se hará un desarrollo a medida del producto que requiere dicho cliente, con todo lo que ello conlleva, aunque sería recomendable que esto se evitara, negociando con el cliente las condiciones.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

21. ¿qué tipo de ciclo de vida se aplica en SCRUM? Razone su respuesta (Tema 2)

Se dan 2 ciclos de vida, el **incremental** y el **iterativo**.

Curso 2013-2014

- En el ciclo de vida **incremental**, al final de cada uno de sus ciclos, se crea una versión nueva del proyecto con alguna funcionalidad nueva respecto a las antiguas versiones. *Los ciclos se repiten hasta que el producto está totalmente finalizado.*
- En el ciclo de vida **iterativo**, al final de cada uno de sus ciclos, se entrega al cliente una versión completa del sistema. *Los ciclos se repiten hasta que el producto sea de agrado para el cliente.*

ANTONIO SEGURA CANO

22. Enumere los distintos tipos de requisitos que se pueden capturar en un documento de requisitos. Describa muy brevemente la información que captura cada uno. (Tema 2)

- Requisito de información: describe el tipo de información que habrá en el sistema.

- Reglas de negocio: describe las restricciones que tendrá la información en el sistema.

- Requisitos de interfaz: describe la estructura del sistema.

-Requisitos de interfaz : Describen qué interfaz debe respetar el sistema cuando se comunica con otros sistemas y la interfaz de usuario.

[Lamyae Raji]

- Requisitos funcionales: describen lo que el sistema debe hacer.

-Requisitos no funcionales: describen algo sobre el propio sistema y cómo debe realizar sus funciones (ej: mantenimiento).

María José Ballesteros Garnica

23. En un DMS ¿en qué consiste en versionado de documentos? ¿y la meta información? (Tema 3)

La metainformación en un DMS es usada principalmente para crear búsquedas completas y eficientes sobre los documentos almacenados.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

Curso 2013-2014

El versionado de documentos mantiene copias de cada versión del documento, permitiéndonos contemplar los cambios que han sido efectuados en el mismo y quien ha hecho los cambios o caso de usos de negocios. También es posible volver a una versión anterior por algún fallo.

La meta información consiste en agregar información descriptiva(autor, departamento, fecha...) sobre el documento con el fin de poder ordenarlo y recuperarlo en futuras búsquedas. (En resumidas cuentas, información sobre la propia información).

(Contestada por Marta Ruiz López)

24. A la hora de diseñar un DMS es necesario tener en cuenta: la legislación y los estándares de calidad aplicados por la empresa. Explique los motivos por los que es necesario tener en cuenta cada una de estas cosas (Tema 3)

Un DMS (Sistema de gestión documental) debe gestionar (*a parte de informes referentes a la empresa como PDFs, DOCs, archivos de proyecto...*) información privada o confidencial. Estos documentos tienen sus requisitos a nivel legal y estatal.

Por otra parte tenemos los referentes a los estándares de calidad (ISO), que indican cómo debe de manejar la información la empresa y cómo deberá de procesarse.

ANTONIO SEGURA CANO

Un gestor documental (DMS) maneja información importante y privada tal como balances, cuentas, datos de investigación de la empresa, información privada de terceros,etc. que están sujetos tanto a legislación fiscal y mercantil como a leyes de protección de datos (según la información en cuestión). También son importantes los estándares de calidad, porque indican cómo debe funcionar la empresa. Así, una de las cosas que indican son los documentos a utilizar, los datos y metadatos a incluir, etc.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

25. ¿qué parte(s) de la empresa tendremos que analizar para diseñar un DMS para una gran empresa? ¿es esto diferente en una empresa pequeña? ¿por qué? (Tema 3)

En una empresa grande podemos encontrar documentos en todas partes, debemos ante todo estudiar la situación, entender cómo funciona la empresa y aplicarlo al DMS.

- 1) Enumerar las operaciones/transacciones de la compañía y los documentos que se ven implicados.
- 2) Definir la estructura de los documentos (directorios, sitios, repositorios...)
- 3) Estudiar los casos de coste, para optimizar y reducir ese gasto.
- 4) Definir los procesos, workflows, flowcharts...
- 5) Determinar los sistemas a utilizar
- 6) Implementar

Ésto es diferente para una empresa pequeña porque:

La principal diferencia entre una compañía grande de una pequeña es la cantidad de información que tienen que gestionar, así como los estándares a cumplir cada una de ellas (ISO, Tasas, Leyes de comercio, Protección de datos...)

En una pequeña empresa, la mayoría del tiempo van a estar usando hojas de excel para todo y documentos simples sin complejos WorkFlows por ejemplo.

ANTONIO SEGURA CANO

26. Enumere cuáles son los requisitos principales a solicitar para un DMS en una empresa pequeña: (Tema 3)

Para que un DMS tenga sentido y funcionalidad en una empresa pequeña, es necesario especificar la estructura de carpetas y documentos a usar, los tipos de metadatos de esos documentos, y los workflows que siguen dentro de la organización.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

Además de los requisitos estándar para los sistemas de información configurables como aspecto gráfico, menú, los principales requisitos a capturar son:

- 1) **Situación actual y futura**, es decir, cómo se encuentra el negocio actual y predecir cómo será el futuro de la misma a través de casos de uso, como los BPMN o casos de uso de negocio.
- 2) **Requisitos de información**, es decir, los tipos de documentos que se almacenan, su estructura y clasificación y los metadatos que se almacenan.
- 3) **Requisitos funcionales**, como flujos de trabajo para el procesamiento de ciertos tipos de documentos en forma de casos de uso.
- 4) **Reglas de negocio** que pueden ser reglas para acceder a la información o normas para la gestión de documentos y nombrado de los mismos.
- 5) **Requisitos de interfaz**, en este caso, la integración necesaria con otros sistemas como ERP, CRM, LDAP...

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

27. ¿Es Dropbox un DMS? Justifique su respuesta (Tema 3)

Dropbox NO es un DMS. Dropbox es cierto que te permite manejar documentos a un nivel muy básico, fácil e intuitivo (pero no podríamos gestionar cientos y cientos de documentos con el detalle que nos permitiría hacerlo un DMS). No te permite hacer flujos de trabajo (workflows), ni tampoco mostrarte la diferencia entre todas las versiones, tampoco permite hacer búsquedas de documentos, ni metadatos customizados.

ANTONIO SEGURA CANO

A la respuesta anterior se podría añadir que los DMS proporcionan seguridad a los documentos según el tipado de los mismos.

[Lamyae Raji]

No, Dropbox no es un DMS, ya que los DMS incorpora muchas más funcionalidades como personalizar metadatos, búsquedas potentes y personalizadas, indexación, establecer una estructura potente de los documentos, workflows, etc... Además estas funcionalidades nos permite fijar una política y unas normas en la empresa, crear los procedimientos necesarios y crear y asignar responsabilidades y responsables.

David López Carrascal.

28. ¿Qué relación existe entre la Empresa 2.0 y los antivirus? (Tema 4)

La única relación existente entre los dos conceptos es el apellido que comparten las personas relacionadas con ellos. Mientras que se conoce a McAfee principalmente como un antivirus informático, el papel relevante en esta pregunta viene dado por Andrew McAfee, el cual dió un significado muy completo de lo que es la empresa 2.0 y su misión.

Según su punto de vista, la **empresa 2.0** es el uso de las **redes sociales emergentes en las compañías**, o entre dichas compañías y sus clientes. El componente que introducen las redes sociales en la empresa permite compartir, colaborar y comunicarse de forma más eficiente, formando comunidades virtuales llenas de conocimiento, y al ser emergentes las interacciones sociales de las personas toman relevancia y se hacen visibles en todo momento.

[Raúl Manuel Barreiros

[Fernández]

29. Enumere tecnologías usadas en la web 2.0 describiendo brevemente su utilidad y características básicas (Tema 4)x

- AJAX: Es usado principalmente para crear interfaces de usuario ricas, en las que la mayor parte del código es interpretado por el cliente (navegador web), con una mínima interacción con servidores ajenos (tan solo para manejar datos).
- OAuth: Es un estándar abierto para autorización que se utiliza para poder usar servicios de terceros mediante un intercambio de claves y credenciales de acceso para poder usarlo.
- Mashups: Son aplicaciones web que combinan información y recursos de varias fuentes para dar lugar a un nuevo servicio web que incluye la unión de funcionalidades de dichas fuentes. Utiliza API's de programación de código abierto, principalmente.

[Raúl Manuel Barreiros
Fernández]

mashup: Se trata de coger dos productos ya existentes en el mercado, y a partir de esos dos productos crear uno nuevo. Ejemplo: Mapas de ciudades y fotografías de monumentos de ciudades. Nueva aplicación es mostrar en el mapa las fotografías de los monumentos. Para usar mashup, son necesarios los protocolos Rest y Oauth.

Rest: Es un protocolo que sirve para conectarse con la API de un sitio web 2.0 o medio social, como twitter o facebook. Hace peticiones http, para consultar una determinada información, que es retornada en forma de URLs donde se pueden obtener los datos consultados y operar con ellos.

OAuth: Protocolo utilizado para autenticaciones seguras a la API de un medio social o web 2.0. Proporciona acceso a datos privados de los usuarios, protegiendo las credenciales de las cuentas de los mismos.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

30. ¿A qué aspectos de la actualidad está afectando la web 2.0 además de a la empresa? Indique el principal motivo que hace que la web 2.0 impacte en estos aspectos. (Tema 4)

de buscar información, sustituyendo a métodos tradicionales (periódicos, televisión..), como a la contacto con las personas, la web 2.0 es como un punto de encuentro entre las personas, acción de manera inmediata y eficaz, dejando al lado las webs tradicionales.

En la actualidad es una manera sin costes y sencilla de hacer marketing, publicitar tus productos, publicitar la empresa.

Con respecto a la empresa aparte de ser una manera de hacer marketing, también es una forma de interactuar con los usuarios, digamos que les sirve para poder llevar una analítica y captar clientes nuevos.

De igual modo, en la parte de educación, también permite una mayor cercanía entre profesor y alumno, facilita la compartición del material de la asignatura y la posibilidad de debatir temas relacionados con ella.

MANUEL JESÚS BARRERA POZO

La web 2.0 ha afectado también a la sociedad, la educación, el marketing y la política. Sobre la sociedad, ha tenido repercusión en cuanto a la forma de generar información, ahora es el usuario quien genera contenido que cualquiera puede ver. Las redes sociales también han sido importantes al cambiar nuestra forma de relacionarnos, al facilitar el contacto con cualquier persona sin importar a la distancia a la que estén físicamente, pudiendo crear y compartir la información que deseen.

En el mundo de educación, está siendo un proceso lento debido a que está regida por un carácter conservador. Sin embargo, los principales colegios ya se han dado cuenta del poder que tiene la web 2.0 y están empezando a aprovechar sus capacidades. Esta brinda al alumno la posibilidad de aprender de una forma más interactiva, permitiendo poder colaborar de forma activa en las actividades escolares. Tendrá a su disposición numerosas herramientas muy útiles a la hora de buscar información, compartir información, debatir temas...etc. También podrá acceder en cualquier momento y desde donde desee a esta información.

En la política, la web 2.0 ha permitido poner en contacto a gente de similar ideologías, lo que ha provocado determinados movimientos, como son el 15M o las primaveras árabes. También consigue una relación más estrecha entre el profesional de la política y el ciudadano común, dando la oportunidad a ambos de comunicarse, compartir información y opinión.

En el marketing está cambiando la forma en la que las empresas u organizaciones lo realizan. Ahora el marketing “se hace” a través de los medios sociales y web 2.0, haciendo que el usuario pase de ser un simple receptor del mensaje, a que la empresa y el cliente entablen conversación, siendo productiva para la empresa que podrá conocer de la mano de los usuarios sus opiniones sobre los productos.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

31. Elabore un diagrama que indique en qué aspectos y partes afecta la empresa 2.0 a una empresa. Explique brevemente cada bloque del diagrama (Tema 4)

Podemos decir, que la empresa 2.0 afecta a la empresa en varios ámbitos:

En primer lugar, si nos centramos de puertas para adentro, la empresa ve como

cambia la manera en la que se almacena y organiza toda su documentación haciendo que la búsqueda y compartición de dicha información se vea optimizada hasta el punto de que la empresa en general y el personal en particular, se ven altamente beneficiados en cuanto a un incremento del rendimiento de los empleados motivados por tener más conocimiento de la empresa y por la capacidad de participar en la empresa dando su opinión, luego aportando importantes ideas que se podrán llevar a cabo posteriormente. Así, como la empresa, que verá que sus beneficios (capital) y rendimiento en general se incrementará, con la llegada de buenas ideas y con el trabajo de un equipo más unido y motivado.

Sin embargo, de puertas para afuera, la empresa 2.0 tendrá un fuerte impacto, sobre todo, en su imagen de cara al público, a sus clientes, estableciendo una relación más estrecha entre dicha empresa y los mencionados. Esta relación se ve beneficiada gracias a que los clientes podrán tener contacto directo con la empresa de manera que éstos podrán dar su opinión sobre los productos y servicios que ofrece la empresa. Así la compañía tomará las medidas correspondientes para mejorarlos y por tanto para adquirir más beneficios y clientes.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

32. Indique en qué año se definió el término empresa 2.0, quién lo hizo, y los motivos que hacen que en pocos años la implantación sea generalizada en las empresas. Explique brevemente cada motivo (Tema 4)

El término empresa 2.0 se definió en 2006 por Andrew McAfee.

Curso 2013-2014

Los motivos fueron usar unas herramientas muy simples para los usuarios, con la ventaja de que la relación con cada persona de la empresa fuera más cercana. Además de que un directivo se podría dar cuenta de quienes son mejores o peores en la empresa.

Otros factores importantes son los siguientes:

Económico: al compartir ideas se puede ahorrar dinero en distintos componentes de la empresa.

Tiene más información: puedes consultar la información de otro empleado u ocupar un nuevo puesto fácilmente viendo una historia.

Mayor productividad: un buen manejo de la información supone ahorrar tiempo y costes (*Mayor beneficio*)

Conocer los fallos entre otros.

ANTONIO SEGURA CANO

El término empresa 2.0 se definió en 2006 por Andrew McAfee. El motivo que hace que en pocos años se haya implantado en todas las empresas es porque se han conseguido resultados tangibles:

- Más productos y servicios innovadores.
- Una comercialización más eficaz.
- Un mejor acceso al conocimiento del negocio.
- Reducir costes.
- Aumentar beneficios.

David López Carrascal.

33. ¿Qué es más importante a la hora de una implantación de una plataforma 2.0, ¿la tecnología o “las personas”? Razone su respuesta. (Tema 4)

Uno de los objetivos principales que tiene la implantación de una plataforma 2.0 es el fomento de la colaboración e interacción entre usuarios. Aunque la tecnología es un importante soporte para llevar a cabo nuestro objetivo ésta sólo representa el 20% de la inversión. Detrás de los usuarios se encuentran personas, que serán las auténticas protagonistas, las que darán sentido a nuestra plataforma 2.0, llegando a constituir el 80% de la inversión que debemos emplear para implantar la plataforma.

MANUEL CARRERO CÁMARA

¿Qué es la inteligencia colectiva? Ponga un ejemplo. (Tema 5)

La inteligencia colectiva es una forma de inteligencia que surge de la colaboración de muchos individuos. En la Web 2.0, los usuarios pasan a ser también creadores, al aportar información y construir contenidos colaborando entre ellos.

Un ejemplo de inteligencia colectiva es Wikipedia.

María José Ballesteros Garnica

Se trata de la construcción de contenidos colaborando entre todos, aportando nuevos datos, corrigiendo, ampliando, etc. En una empresa, hicieron un concurso para ver qué trabajador se acercaba más a las ventas que se iban a producir en el trimestre. El premio era 50 dólares en consumibles de la empresa. Cuando recopilaron toda la información suministrada por los empleados e hicieron la media y tuvieron la cifra de las ventas, la aproximación había sido del 98%.

María Soledad Fernández Cena

Es la capacidad que tiene un grupo de personas de colaborar para decidir, para alcanzar colectivamente sus metas en un contexto de alta complejidad. Se parte del principio de que cada persona sabe sobre algo y por tanto nadie tiene el conocimiento absoluto.

[Lamyae Raji]

34. ¿En qué consiste la monitorización social media (Social Media Monitoring/Management)? Si implanta una red social propia para clientes , ¿qué implicaciones tendrá esta técnica a nivel de tecnología? (Tema 5)

Se trata de una actividad que consiste en el análisis o seguimiento del contenido generado por los usuarios en los medios sociales, con el fin de que una empresa obtenga información que le pueda ser de utilidad, como conocer

Curso 2013-2014

el impacto social de un producto, de una marca o, por ejemplo, le permita identificar nuevas oportunidades de negocio en base a esa información de las redes sociales.

En el caso de la implantación de una red social propia para clientes, si seguimos este concepto de monitorización social media, implicará la incorporación al uso cotidiano de nuevas herramientas tecnológicas como programas de monitorización. Entre estos programas destacan: [plugins de monitorización a medida].

MANUEL CARRERO CÁMARA

35. Enumere las fases a ejecutar para lanzar un piloto de red social corporativa (Tema 6)

1- Nombrar un líder del piloto y un pequeño subgrupo.

2- Introducir contenido iniciales.

3- Establecer una estructura para las actividades (plantillas para los documentos y grupos y herramientas a usar).

4- Dar razones para su uso.

5- Lanzar el piloto.

María José Ballesteros Garnica

Para el lanzamiento de un piloto de red social corporativa, es necesario seguir los siguientes pasos:

- 1) Nombrar a un líder y a pequeños grupos, que serán los encargados de desplegar el piloto y que cumpla con los objetivos propuestos.
- 2) Introducir contenidos iniciales sobre las actividades a realizar para poder lograr los objetivos propuestos para el piloto.
- 3) Establecer una estructura para las actividades, como por ejemplo las herramientas que han de ser utilizadas o plantillas para documentos con el fin de agilizar el trabajo.
- 4) Proporcionar razones para las contribuciones, es decir, tratar de incentivar a los usuarios de la red social para que la usen.
- 5) Lanzar el piloto Si hemos seguido y ejecutado los pasos previos, muy probablemente el piloto comenzará con mayor y aceptación.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

36. Enumere 3 riesgos para la implantación de redes sociales corporativas y explique brevemente en qué consisten (Tema 6)

Entre los principales riesgos encontramos los que se citan a continuación.

- Inactividad: ausencia de participación e implicación de los usuarios en la red social corporativa.
- Resistencia al cambio.

(falta completarlo)

MANUEL CARRERO CÁMARA

37. Enumere 3 barreras internas para la implantación de redes sociales corporativas y explique brevemente en qué consisten (Tema 6)

Entre las principales barreras de implantación encontramos las que se citan a continuación.

Culturales: el establecimiento de una cultura jerárquica ya implantada dentro de la empresa, la falta de confianza de los empleados en que la red social corporativa llegue a satisfacer todas las necesidades que promete o los hábitos establecidos con el uso de herramientas cuya funcionalidad será reducida o sustituida por la implantación de la red social, constituyen una barrera que la red debe superar.

Actitudes ejecutivas: la no participación y no implicación de los usuarios en la red social, la poca conciencia de los beneficios que se pueden llegar a obtener gracias al uso de estas redes o el temor que pueden tener altos cargos de la empresa a que la red influya negativamente sobre su puesto de trabajo, ya sea por opiniones vertidas sobre su labor o por ideas nuevas que cuestionen su valía.

Diseño de la iniciativa: un planteamiento incorrecto de lo que debe ofrecer una red social corporativa es una barrera importante en el transcurso de la implantación de la red. Esto queda patente, por ejemplo, al centrar los esfuerzos en la implantación de la tecnología y olvidando nuestro objetivo de negocio.

38. Cuál diría que es la visión y la misión de Apple (Tema 6)

La visión de Apple es ser una empresa innovadora en todos sus productos tecnológicos.

La misión es sacar al mercado productos con un acabado muy bueno y un diseño cuidado, y publicitarlo de forma elegante para atraer muchos clientes.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

Definiré brevemente ambos conceptos y pondré el ejemplo de Apple para que se entienda mejor.

Visión: Objetivo a muy largo plazo. Por ejemplo, la visión de Apple un mundo con tecnología fácil de usar y sobre todo atractiva.

Misión: Forma de lograr dicho objetivo. Por ejemplo, la misión de Apple es construir teléfonos, tablets y ordenadores con una usabilidad excelente, un hardware potente y con un diseño muy trabajado.

JENNIFER GUERRERO SÁNCHEZ

39. ¿qué pasos hay que dar para elaborar un framework de gobierno para un proyecto de Empresa 2.0? (Tema 6)

La elaboración de un framework de gobierno para una empresa 2.0 sigue 5 pasos:

- Elegir a un líder de proyecto.
- Identificar a las partes de la empresa interesadas en el proyecto, y sus intereses.
- Priorizar los objetivos deseados.
- Identificar los riesgos y las principales preocupaciones de los que van a

usar el sistema.

- Definir y comunicar a los empleados las reglas y normas de uso de la plataforma.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

40. Indique los requisitos mínimos a capturar en el documento de requisitos a la hora de implantar una red social para clientes. Indique el cometido de cada uno de ellos y el tipo de requisito a utilizar. (Tema 6)

(Contestada por Marta Ruiz López)

Requisitos de Información:

- Campos de los perfiles de usuarios.
- Tipos de usuarios y roles.
- Estructura de grupos.

Requisitos funcionales:

- Procesos de registro.
- Herramientas que se les tendrá que proporcionar a cada grupo (por ejemplo foros, wikis, blogs, archivos)
- Permisos para los roles de los usuarios, los grupos y los contenidos.
- Requisitos analíticos (SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SMO (Social Media Optimization)).

Integración:

- Integración con otras redes sociales.
- Integración con las herramientas ECM de la empresa.
- Necesidades de integración con los usuarios.

3. Ejercicios

Problema: Consultora de Calidad SL.

Curso 2013-2014

La empresa Acme se dedica a realizar proyectos de consultoría en ingeniería, normas de calidad, aspectos legales y contables, y organización de eventos, charlas, talleres y seminarios (gratuitos y de pago). El conocimiento en esta empresa es muy importante pues existen muchos proyectos similares cuyo conocimiento podría reutilizarse e incluso ponerlos públicos a nivel de los clientes potenciales. Esta empresa cuenta con un web desarrollada a medida que está quedando algo anticuada y que es difícil de mantener (por las limitaciones propias del desarrollo). Por otro lado, la situación de crisis ha hecho que la empresa pierda clientes y están buscando opciones para captar nuevos clientes. Los empleados tienen una media de edad de 45 años y un conocimiento tecnológico limitado. Nos comentan también que esta empresa implementa una norma de calidad que fomenta el buen funcionamiento de la empresa. Los empleados de la empresa también se quejan que las cantidades de correo electrónico que tienen que gestionar a diario están empezando a suponer un problema (NOTA: no existe una única solución, pero es imprescindible que justifique bien su respuesta)

- a. ¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría implantar? ¿Qué extensiones, modificaciones, o ajustes cree que serían necesarias a priori?

Necesitaría todos los sistemas de gestión de conocimiento (Wordpress y Alfresco) y una metodología de gestión del conocimiento, para así cuando añades un nuevo proyecto, anotas los cambios de esa planificación, quién ha participado, etc. Para así después obtener conocimiento de ello, en este caso, Alfresco sería muy útil.

Red social interna, para así mover la información mediante comentarios en dicha red social.

Sistema de gestión documental-->Alfresco tipando los documentos y usando metadatos, integrando sistemas Wordpress --> Extensión de gestión de eventos para los seminarios Para captar clientes nuevos usando wordpress y red social interna algo para monitorizar los nuevos clientes.

María Soledad Fernández Cena

Para empezar les recomendaría que sustituyeran la web a medida por un sistema parametrizable. De esta manera ahorrarían en mantenimiento.

Una extensión interesante sería un calendario en el que puedan aparecer todos los eventos, charlas y seminarios que la empresa ofrece y si son o no gratuitos.

Si además en este portal informamos al público que la empresa implementa una norma de calidad que fomenta el buen funcionamiento

Curso 2013-2014

de esta daría un plus de confianza a futuros clientes.

En el caso de querer implantar un DMS sería interesante por el hecho de la reutilización de los documentos en proyectos futuros. De esta forma si conseguimos una buena solución se facilita el acceso a información en proyectos presentes.

Para integrar esto en un KM deberíamos incluir pautas de uso en los documentos, posibles problemas con los que se han encontrado los autores, video tutoriales(en wordpress), dudas, etc..

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

{ Completa a la web parametrizable } A pesar de que el perfil de usuario es poco tecnológico y de avanzada edad (45 años), se presenta un problema muy grave de cantidad de correo, por lo que este problema pasa a un primer plano, por lo que debemos buscar un sistema de reducir el uso de correo por medio de Herramientas 2.0 . Lo correcto sería instaurar una plataforma que proporcione una red privada corporativa, conectada con un gestor de DMS - como puede ser Alfresco- para gestionar el gran volúmen de tipos de documentos, así como garantizar una reutilización del conocimiento, de esta forma se solventan todos los problemas. Para prevenir riesgos de desuso y reticencia al cambio, la empresa deberá poner en marcha unos pequeños seminarios para ayudar a los miembros de la empresa a conocer y manejar dicha plataforma.

Álvaro Rabadán González

Para comenzar nos comentan que la web se está quedando algo anticuada por lo que se recomienda implantar un Wordpress y adaptar dicho Wordpress mediante plugins.

En el supuesto caso que hubiera alguna funcionalidad de la empresa que no pudiéramos paliar mediante plugins pues tendríamos que desarrollarlos a medida con todo lo que ello conlleva (tiempo, costes, etc).

Por otro lado se nos indica que la empresa con la crisis está perdiendo clientes.

Esto se puede paliar montando una red social externa que como en principio queremos renovar la web mediante Wordpress sería

Curso 2013-2014

muy sencillo ya que a Wordpress se le puede instalar Buddypress que es un plugin de red social externa y tendríamos solucionado este problema. ¿Que ganaríamos con la red social externa? Pues dar a conocer nuestra empresa ya que cada cliente que tengamos si lo incentivamos de alguna manera registrándose en la red social podemos conseguir información sobre el y así de paso gracias al boca boca ganar algún cliente más.

Por otra parte como se dice en el enunciado que organizan eventos, charlas, talleres y seminarios (gratuitos y de pago) se podrían crear en la red externa foros destinados a la interacción de los asistentes con la idea de obtener información sobre cómo mejorar en futuros eventos, seminarios, etc añadiendo cuestionarios de evaluación de los actos.

Con respecto a que la empresa sigue unas normas de calidad y parece ser (por lo menos yo lo entiendo así por el enunciado) tienen un uso intenso de documentos y el conocimiento es muy importante recomendaría en uso de Alfresco como DMS (Document Management System).

Alejandro Malvar Gago

- b. Si cree que es necesario realizar alguna integración de estos sistemas ¿qué sistemas integraría y qué aspectos de los mismos?

Se podría integrar una red social externa dentro de wordpress pero habría que tener claro que facebook no nos ofrece la funcionalidad que queremos, que la participación va a ser la suficiente como para darle contenido a la red y por otro lado que los usuarios de la misma vayan a adaptarse fácilmente a esto.

También podríamos integrar el DMS con una red social corporativa pero para ello tendríamos que estudiar el funcionamiento de la empresa para ver lo que va a utilizar.

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

Como hemos comentado antes, para solucionar los problemas de correo utilizaremos una red privada interna, y gestionar la gran cantidad

Curso 2013-2014

de información y datos un DMS . Por lo tanto ambas plataformas deben estar conectadas entre si.

Además, con el fin de captar nuevos clientes, se deberá integrar dicha web con redes sociales .

Álvaro Rabadán González

c. ¿Qué sistemas descartaría y por qué motivos?

En caso de descartar algún sistema, podrían ser:

- CMS: podría ser que el cliente quisiera mantener el actual o reducir el montante global del proyecto. LE daríamos la opción de no hacer esta parte o plantearla más adelante.

- Otro sistema que podría ser opcional podría ser la Red Social Externa: debido a que será muy complicado conseguir que los clientes se registren en la misma y la visiten asiduamente. Podriamos plantear la opción de comenzar con esto en Facebook/twitter y después, según los resultados, replantear si montar una red social propia. De esta forma, podemos evaluar si el tipo de clientes de la empresa funciona bien en redes sociales o no.

María Soledad Fernández Cena

En mi caso descartaría sin duda la idea de implantar una red social externa ya que no creo que se adapte al perfil de empresa con el que estamos trabajando, sería difícil atraer a la gente y que esta participara.

Gonzalo Torres-Quevedo Acquaroni

d. ¿Qué riesgos cree que puede tener el proyecto y que propondría para paliarlos?

Los riesgos que podemos encontrarnos en el proyecto serían poca capacitación tecnológica de los usuarios, ya que son personas de edad avanzadas (más de 50 años), y el otro riesgo es que al montar la red social externa (que no sea Facebook) no se consiga usuarios que la usen.

Una buena manera para paliar estos riesgos sería educar al personal en conocimiento o contratar gente joven que aporte novedad al IKM .

María Soledad Fernández Cena

Como se comentó antes, el riesgo mayor es la avanzada edad y la mejor forma de paliar este riesgo es estudiar muy a fondo la empresa y complementar la plataforma con unos seminarios para los futuros usuarios.

Álvaro Rabadán González

El principal riesgo que puede ocurrir es que debido a la edad avanzada de los empleados haya resistencia al cambio pero una manera efectiva de solucionar este problema puede ser algún tipo gestor de conocimiento junto con formación e incentivos y cursos.

Alejandro Malvar Gago

PROBLEMA: Empresa desarrolladora de Software (Mejora de la comunicación)

Nos contacta una empresa de desarrollo de software para mejorar la forma en la que se comunican y se organizan sus empleados en lo referente al desarrollo de software. En la actualidad se organizan únicamente usando Dropbox, correo electrónico y reuniones presenciales.

- e. ¿recomendaría alguno de los sistemas estudiados en clase? En caso afirmativo, ¿cuáles?

Lo primero es ver cuál es el tamaño de la empresa y su posible expansión. Por lo que se intuye dicha empresa es relativamente pequeña, por lo que puede darse el caso que quizás la utilización de ciertas herramientas sea demasiado para empresas pequeñas. Dado que lo que buscan es mejorar su forma de comunicación, se podría instaurar una pequeña red interna.

Álvaro Rabadán González

Dado que no se especifica el tamaño de la empresa y ninguna de sus características (Si es una sola oficina pequeña o si son muchas a nivel internacional, por citar los casos extremos), es difícil dar una

Curso 2013-2014

recomendación.

Pero en cualquier caso sería interesante implementar un Drupal Commons para crear una red social interna de la empresa para evitar el uso excesivo del correo electrónico, que siempre es un problema.

Para sustituir a Dropbox estudiaríamos si es interesante para la empresa, la implementación de un gestor documental como Alfresco, pero dado que el enunciado no ofrece datos suficientes no podemos dar una recomendación clara.

[Alfonso Romero Rodríguez]

Para recomendar algún sistema de gestión de documentos lo primero que tendríamos que hacer es hacer un análisis íntegro de la empresa en cuanto a funcionamiento de la misma, esto es a que se dedica, el tipo de actividades que realiza, qué documentos y qué información trata, etc.

Por la información que tenemos no obtenemos gran cosa pero podemos decir:

Si fuera una gran empresa optaremos por instalar un alfresco y tener una gestión total de los documentos de forma íntegra.

Si fuera una pequeña empresa y parece ser este caso, en base al análisis realizado de como funciona dicha empresa por la escasa documentación que parece tratar, no realizamos una integración de Alfresco

Lo que sí parece ser vital implementar es una red social interna como Drupal Commons para la mejora de la comunióñ de los empleados en la empresa así como un descenso del uso del correo.

Se podría utilizar la red social para establecer las reuniones y almacenar en ella todo el contenido / discusiones que se traten en ellas y se podría utilizar el correo exclusivamente para informar de las fechas de la reuniones y la información relativa a la reunión en la red social.

Alejandro Malvar Gago

- f. Si no cree que ninguno de los sistemas estudiados en clase solucionaría el problema, ¿qué sistema propondría y que piezas imprescindibles debería tener?

Pienso que me decantaría por lo comentado anteriormente pero si no utilizamos ningún sistema de los vistos en clase se podría utilizar Foulders que integra correo electrónico y red social todo en un mismo

Curso 2013-2014

software.

Alejandro Malvar Gago

Complementando la respuesta anterior, dado el tamaño de la empresa y el uso que han enfocado, utilizar una solución para gestión de código como GitHub y una plataforma de Scrumming como Jira posiblemente sería solución perfecta.

Álvaro Rabadán González

PROBLEMA: Empresa venta de Aceite de Oliva

Nos contacta una empresa de venta de aceite de oliva que desea realizar anuncios por internet para aumentar sus ventas a nivel global. Actualmente no cuenta con ningún sistema de gestión de información.

g. ¿Qué sistemas de los estudiados le recomendaría? Razone su respuesta

Los sistemas que le recomendaría serían:

- **Wordpress como CMS**
- **Buddypress como red social externa.**

Puesto que no se hace mención del intercambio de archivos y centrándonos en el enunciado, la empresa necesitaría una red social EXTERNA. Respecto a los sistemas estudiados en la asignatura, una opción sería implementar un Wordpress con Buddypress. De esa manera la empresa podrá publicitar su producto por internet, interactuar con los consumidores y adoptar políticas y estrategias en función del análisis de las opiniones de los mismos.

María Soledad Fernández Cena

PROBLEMA: ACME EFICIENCIA ENERGETICA, SL

Se tiene una empresa dedicada a la investigación de nuevas soluciones para el ahorro energético. Se nos comenta que:

- La empresa cuenta con 20 empleados
- La empresa está certificada en la norma EFQM e ISO9000
- La empresa está conformada por ingenieros industriales en su mayoría jóvenes

Curso 2013-2014

(23 a 26 años) y con conocimientos de informática de usuario

- La empresa, a pesar de dedicarse a la investigación, no cuenta por el momento con ningún sistema software de gestión de información.
- Los proyectos de investigación suelen requerir documentación abundante para su justificación
- La empresa colabora con profesores de distintas universidades en varios proyectos de investigación. Hasta el momento esta colaboración se ha llevado a cabo vía correo electrónico.
- Los profesores con los que se colabora suelen tener un nivel de conocimiento de informática bastante decente.
- La empresa comienza a tener problemas de gestión de la información de los distintos proyectos de investigación con los que trabaja. Incluso se ha dado el caso de que al despedir a una persona, se ha perdido parte de la información relevante para uno de los proyectos en los que participaba.

¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría? Justifique su respuesta e indique las integraciones entre ellos que propondría (en caso de ser necesario)

Nos encontramos con una Pyme sin sistema previo de gestión de información y con una gran cantidad de documentación, por lo que será necesario utilizar un Gestor Documental, primando una instauración ágil que respete el sistema previo, de forma que se pueda gestionar de manera más eficiente todos los documentos de los proyectos.

A día de hoy la información se gestiona por medio de correo electrónico y se han dado varios casos de pérdida de información, además se requiere la participación de personal externo a la empresa con por lo que se sería muy recomendable implantar una plataforma de red social privada con participación externa para poder tener la información accesible y facilitar estas comunicaciones. Por lo que se sabe el perfil de los trabajadores y personal externo es más o menos técnico, por lo que el riesgo de no saber utilizar la tecnología es moderadamente bajo .

Cabe recordar, que ambos productos deben estar correctamente integrados, de forma que cada proyecto tenga asociada su documentación dentro de la plataforma de red social interna

Álvaro Rabadán González

Es una empresa de tamaño mediano, trabaja con mucha documentación y no dispone de ningún sistema de gestión de información. Es un ejemplo claro de que necesitan un gestor documental, como Alfresco, para poder almacenar bien y de manera ordenada toda esa documentación. Con la

Curso 2013-2014

implementación de alfresco en la empresa se solucionaría también la pérdida de información con motivo de despedir a un empleado.

Para agilizar la colaboración tanto dentro de la empresa como con los participantes externos, y dado el buen nivel informático de todos los implicados, se debería de montar un Drupal Commons como red social interna con un mínimo de 2 perfiles de usuario diferenciados: empleado y colaborador. Cada uno de ellos con sus permisos bien diferenciados. Además agilizariamos mucho la intercomunicación entre todos los participantes, ya que se reduciría mucho el envío de correos electrónicos.

En cuanto al nivel de integración entre ambas herramientas es probable que fuese interesante que hubiese integración, pero dadas las circunstancias de que no hay sistemas previos en la empresa y que el aprendizaje pudiera ser duro parece más sensato tener una primera versión de ambas herramientas y evaluando el ‘feedback’ de los usuarios evaluar si puede merecer la pena afrontar el sobrecoste que supondría la integración entre ambos sistemas.

[Alfonso Romero Rodríguez]

Nos encontramos ante una empresa pequeña, donde sus empleados cuentan con conocimientos de informática, lo que no les supondrá problemas a la hora de utilizar un sistema. Dicha empresa colabora con externos, los cuales también tienen un nivel de informática, y sus principales problemas son relacionados con la documentación y con la comunicación, principalmente interna (Entendiendo interna los profesores que colaboran).

El principal sistema que necesita esta empresa es un DMS, es decir, un sistema de gestión documental. Un DMS es sistema que permite registrar y almacenar documentos, información correspondiente a los mismos, ejecutar una serie de procedimientos sobre ellos así como controlar versiones.

Los motivos por los que es necesario implementar un sistema así son los siguientes:

- **Está certificada en la norma EFQM e ISO9000, por lo que es necesario cumplir unos estándares legales y de calidad, los cuales son parcialmente controlables mediante DMS.**
- **Trabaja con grandes volúmenes de documentos, por lo que es necesario tener dichos documentos estructurados, ordenados y accesibles en todo momento.**
- **Ha tenido problemas la empresa con documentos extraviados, lo cual es controlable mediante un DMS.**

Por ello es necesario implementar un sistema de gestión documental, ya que solventaría algunas debilidades de la empresa y fortalecería otras.

En segundo lugar, se podría implementar una red social corporativa, en la cual se puedan registrar también los colaboradores de los proyectos. De esta forma, se podría realizar la colaboración de una forma más fluida con todas las características de una red social. Sería óptimo la integración de la red social corporativa con el DMS, pues se podría tener acceso a los ficheros y desarrollar conversaciones sobre ellos en una misma plataforma. Por otro lado, se proporcionarían todas las ventajas de una red corporativa, como una mejora de la comunicación interna

Curso 2013-2014

En último lugar, se podría implementar un CMS, en el cual se dieran a conocer las actividades y los proyectos de la empresa. De esta forma se darían a conocer en la web y los clientes estarían al tanto de todas las novedades. Una mejora de esto sería mediante la implementación de un sistema RSS.

(Nota: No es necesario implementar una red social externa dado que no se busca como objetivo una comunicación fluida entre empresa y cliente, y para darse a conocer puede recurrir a redes sociales ya existentes, sin tener que enfrentarse a las desventajas de una nueva)

[Álvaro Berruga Álvarez]

¿Influirán los estándares de calidad en alguno de ellos? Indique cuál(es) y explique los motivos

A la hora de almacenar la documentación en el DMS, habrá que cumplir los requisitos de las normativas EFQM e ISO 9001.

Álvaro Rabadán

Como hemos comentado en el apartado anterior, será necesario tener los estándares de calidad presente (Y de hecho son uno de los factores más en cuenta a la hora de implantar el sistema) a la hora de elaborar el DMS.

Dicho DMS deberá contemplar los procedimientos por los que se rige la empresa a la hora de manipulación de documentos, así como los estándares utilizados. Todo esto deberá implementarse mediante workflows en el gestor documental, pues de no hacerlo sería un paso atrás para la empresa, lo cual no es admisible.

[Álvaro Berruga Álvarez]

Indique los principales riesgos del proyecto justificando los motivos

Pueden presentarse 2 posibles riesgos

- Resistencia al cambio : A pesar de haber tenido problemas con el correo, la tendencia natural podría ser seguir utilizándola
- Inactividad : Puede darse el caso de que los usuarios no participen activamente y todo el contenido termine cayendo en el DMS .

Álvaro Rabadán González

Los principales riesgos del proyecto son:

- La falta de implicación de los trabajadores a la hora de subir documentos. Hasta ahora se seguía un sistema distinto al nuevo, por lo que es posible que se muestren reticencias a utilizar el nuevo, o sencillamente pereza, dado que

Curso 2013-2014

trabajan con un volumen amplio de documentos y es más sencillo herramientas como Dropbox.

· La falta de implicación de los trabajadores una vez esté implementada la red social, originando inactividad en la misma. Debido a que estos utilizaban emails para contactar con los colaboradores externos, puede darse cierta reticencia al cambio.

[Álvaro Berruga Álvarez]

La empresa, ha conseguido terminar una primera solución y están planteando un lanzamiento al mercado. El producto elaborado consisten en un sistema de ahorro de energía para hogares o fincas en zonas rurales sobre el que quieren explicar sus ventajas e interactuar con los clientes potenciales para detectar usos alternativos o mejoras a realizar.

¿Qué recomendaría en este caso? Justifique su respuesta

Lo primero es desarrollar una pequeña web parametrizable que muestre toda la información referente a dicho producto y una zona de información dinámica (ya sea blog o similar) . Dado que es necesario interactuar con los potenciales clientes y aprender del posible ‘feedback’ que éstos aporten, será necesario acompañar de una red social externa en la que el equipo pueda estudiar las ideas y comentarios que proponen los clientes.

Álvaro Rabadán González

Dado que se busca la interacción entre cliente y empresa, la solución óptima seria la implantación de una red social externa. En este contexto, los clientes se comunican con los miembros de la empresa y entre ellos, generando información que puede ser de gran utilidad de cara a la empresa.

Es recomendable implementar una red social externa propia, ya que se podrá adaptar a los requisitos de la empresa, pudiendo implementar funcionalidades como campos adicionales en los registros que sean de interés para la empresa, o monitorizado de la red social para descubrir clientes potenciales. Esta red puede estar integrada con el CMS, de manera que se complementen, aportando mayor grado de información.

[Álvaro Berruga Álvarez]

Ejercicio de Sistemas de Gestión

Documental - Análisis y Diseño

PROBLEMA: ACME Ingeniería Civil

La empresa de ingeniería ACME Ingeniería civil se dedica a la construcción de obras civiles como aeropuertos, presas, carreteras, autovías, puentes, etc.

Esta empresa ha crecido en su actividad de manera intensa en los últimos años gracias a la internacionalización realizada en países en desarrollo donde han comenzado numerosas obras.

Sin embargo, hasta el momento la empresa ha realizado la gestión documental en base a carpetas compartidas en servidores propios y servicios online como Dropbox o Google drive.

Fruto del crecimiento la empresa a decidido implantar un gestor documental. Nuestros ingenieros de requisitos ha capturado los siguientes requisitos:

PROBLEMA: Requisitos DMS de ACME Ingeniería Civil

2.1 Descripción del Sistema Actual

1. El *comercial* que vende el proyecto elabora una versión inicial con las necesidades del *cliente*, los parámetros acordados para el proyecto y los datos del cliente (**documento de propuesta comercial**)
2. Posteriormente, enviará la propuesta comercial al departamento de ingeniería y al departamento legal para que en paralelo:
 - a. El *abogado* del departamento legal estudia si el proyecto y el cliente cumplen con los requisitos legales necesarios para su ejecución y elabora un **informe legal**
 - i. En caso afirmativo, el *abogado* envía el documento al *director del departamento* para que firme la aceptación.
 - ii. En caso negativo, se enviará una **notificación** al *comercial* indicando los problemas para que hable de nuevo con el *cliente* y envíe una nueva versión de la propuesta al cliente.
 - b. Al mismo tiempo, el proyecto se envía a un ingeniero del departamento de Ingeniería. Dicho ingeniero:

Curso 2013-2014

- i. Realizará un documento de **planificación del proyecto** que enviará al *ingeniero responsable* de las compras.
 - ii. El responsable de compras contactará con proveedores para evaluar los costes de los servicios externos necesarios para ejecutar la planificación del proyecto y lo añadirá a un **informe de costes del proyecto**. Esta actividad deberá realizarse en menos de un mes.
 - iii. El responsable de compras enviará el documento al *director de ingeniería* para su revisión.
 - iv. El director de ingeniería revisará el documento
 1. Si es correcto lo firmará
 2. Si no es correcto lo reenviará al paso b.i) para que sea corregido
3. Tras esto,
 - a. si obtenemos aceptación por parte de los dos departamentos anteriores, el comercial envía la propuesta comercial al cliente
 - b. En caso de tener que realizar modificaciones (algún departamento solicita modificaciones) se volverá al paso 1.
 4. Tras esto, el cliente puede aceptar o rechazar la oferta
 - a. Si acepta la **oferta** se comienza la ejecución del proyecto
 - b. Si rechaza la oferta
 - i. Si se trata del primer rechazo se vuelve al paso 1 para intentar adaptar el proyecto a los requerimientos del proyecto
 - ii. Si se ha rechazado más de una vez o se estima que el proyecto no es viable, se clasifica como oferta rechazada y termina el proceso

Además, cuando un proyecto comienza su ejecución se seguirá el siguiente proceso:

- Los *ingenieros* coordinarán las distintas empresas contratadas y proveedores para que realicen el trabajo necesario controlando que los costes no salen de los estimados (según informe de costes), y se encargan de controlar la planificación y llevar a ejecución las distintas fases de la obra (según planificación del proyecto).

Los directivos de la empresa realizan distintos procesos para controlar que la empresa funciona adecuadamente.

- Monitorización de la actividad comercial cada trimestre propuestas rechazadas, aceptadas o pendientes
- Monitorización de los costes de los proyectos 1 vez al mes para detectar desviaciones comparando la versión actual con las anteriores.

2.2 Requisitos de Información

Curso 2013-2014

- **Propuesta Comercial:** Fecha emisión, cliente, autor, estado (enviada, borrador, aceptada, en revisión, pendiente de firma).
- **Documento de planificación de proyecto:** identificador de proyecto / nombre proyecto, duración, responsable, versión.
- **Informe de costes y proveedores:** Autores, proyecto, cuantía total, zona geográfica del proyecto, tipo de proyecto.
- **Informe Legal:** proyecto, autor, resultado (Positivo/Negativo).

2.3 Requisitos Funcionales - Casos de uso

2.3.1 Director de proyecto y equipo de ingeniería

2.3.1.1 Caso de uso consultar todos los documentos técnicos de un proyecto

1. El usuario solicita consultar todos los **documentos técnicos de un proyecto** seleccionando su zona geográfica (Nacional, USA, Inglaterra, ...), el tipo de proyecto y por último el nombre/código del proyecto
2. El sistema muestra todos los **documentos técnicos del proyecto**

Frecuencia: 1 vez al mes

2.3.1.2 Caso de uso consultar/modificar planificación de un proyecto

1. El usuario indica el proyecto seleccionado la zona geográfica y el nombre/código de proyecto a consultar y solicita la **planificación**
2. El sistema muestra la **planificación del proyecto**
3. El usuario realiza las modificaciones pertinentes

Frecuencia: 3 veces por semana

2.3.1.3 Caso de uso consultar informes de costes proyectos de un tipo

1. El director de ingeniería solicita ver todos los **informes de costes** de un tipo dado en ejecución en una fecha dada
2. El sistema muestra todos los **informes de costes** de los proyectos de ese tipo en las fechas dadas.

Frecuencia: 1 vez al mes

2.3.2 Director de ventas

2.3.2.1 Caso de uso consultar informes de ventas por zona de venta y fecha

1. El director de ventas solicitará al sistema todas las propuestas emitidas en un trimestre consultando todas las aceptadas, rechazadas y en curso con el objetivo de evaluar si las cuantías y las propuestas en cuestión son adecuadas. El director en algunos casos filtrará las propuestas para ver aquellas que superen una cuantía determinada o por zona.
2. El sistema muestra todos las propuestas de ese trimestre

Frecuencia: 1 vez por trimestre

2.3.2.2 El comercial consulta sus propuestas de ventas

1. El comercial consulta sus propias propuestas (aceptadas, en curso o rechazadas)
 2. El sistema muestra todas las propuestas del comercial en cuestión
- Frecuencia 3 veces por semana

2.3.3 Director general:**2.3.3.1 Ver documentación de un proyecto**

1. Solicita ver toda la documentación de un proyecto
2. El sistema la proporciona

Frecuencia 3 veces al mes

2.3.4 Departamento Legal**2.3.4.1 Consultar información técnica para emitir informe legal**

1. El abogado solicita toda la información técnica del proyecto indicando tipo, zona, y código de proyecto.
2. El sistema muestra los documentos
3. El abogado solicita la propuesta comercial indicando el código de proyecto
4. El sistema muestra la información
5. El abogado estudia los documentos y elabora el informe legal asociándolo a un tipo de proyecto y almacena todos los documentos usados para el informe legal en la carpeta del proyecto

Frecuencia: 3 veces al mes

2.4 Reglas de negocio

- Los empleados del departamento comercial tendrá acceso a la documentación del costes y planificación, pero no se permitirá acceso de los ingenieros a las propuestas de ventas.
- Los directivos tendrán acceso a todos los documentos
- Cada comercial solo ve sus propuestas

3 Preguntas:

1. Elabore el documento de análisis y diseño:
2. Indique las modificaciones a realizar en el documento de requisitos:
3. Realizar un diagrama de diseño

Posibles Modificaciones para consultar al cliente :

- ¿IdProyecto o NombreProyecto?
- ¿Versionado en todos los documentos?
- La propuesta comercial, ¿debe tener la cantidad ofertada?
- La propuesta comercial no está relacionada con ningún proyecto a priori
- ¿Autor o Autores?
- Información de Costes/ Proveedores ¿debe tener atributo de si ha sido revisado?
- Debido al requisito funcional 4 vemos que es necesario poner en las propuestas Fecha

Inicio y Final

- Debido al Requisito Funcional 2.3.2.1 , deberían tener Zona y Tipo de proyecto ¿ Aspecto ?
- ¿Pueden los ingenieros ver los informes de los comerciales?

Análisis y Diseño :

<http://i.imgur.com/tvwqNZM.png>

<http://i.imgur.com/qKufaqG.png>

Álvaro Rabadán González

PROBLEMA: Consultora de Calidad SL.

La empresa Acme se dedica a realizar proyectos de consultoría en ingeniería, normas de calidad, aspectos legales y contables, y organización de eventos, charlas, talleres y seminarios (gratuitos y de pago). El conocimiento en esta empresa es muy importante pues existen muchos proyectos similares cuyo conocimiento podría reutilizarse e incluso ponerlos públicos a nivel de los clientes potenciales. Esta empresa cuenta con un web desarrollada a medida que está quedando algo anticuada y que es difícil de mantener (por las limitaciones propias del desarrollo). Por otro lado, la situación de crisis ha hecho que la empresa pierda clientes y están buscando opciones para captar nuevos clientes. Los empleados tienen una media de edad de 45 años y un conocimiento tecnológico limitado. Nos comentan también que esta empresa implementa una norma de calidad que fomenta el buen funcionamiento de la empresa. Los empleados de la empresa también se quejan que las cantidades de correo electrónico que tienen que gestionar a diario están empezando a suponer un problema (NOTA: no existe una única solución, pero es imprescindible que justifique bien su respuesta)

1. ¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría implantar? ¿Qué extensiones, modificaciones, o ajustes cree que serían necesarias a priori
2. Si cree que es necesario realizar alguna integración de estos sistemas ¿qué sistemas integraría y qué aspectos de los

Curso 2013-2014

mismos?

3. ¿Qué sistemas descartaría y por qué motivos?
4. ¿Qué riesgos cree que puede tener el proyecto y que propondría para paliarlos?

1) En primer lugar, recomendaría el uso de una red social externa como **Buddypress**, debido a que la empresa realiza charlas, talleres y eventos que sería bueno que conocieran los clientes y potenciales clientes, ya que según el enunciado, se necesita captar clientela debido a la crisis económica. Además, debido a que pueden darse a conocer proyectos de la empresa en público, es una buena oportunidad para que esta se dé a conocer.

Por otro lado, sería recomendable implantar un DMS como **Alfresco**, ya que la empresa maneja documentación sobre aspectos legales y siguen normas de calidad, cosa que con Alfresco pueden manejar de manera más efectiva debido a la mejor estructuración de carpetas, búsquedas avanzadas y workflows definidos para los distintos documentos. Además, esto también les ayudará a dejar de usar el correo electrónico para manejar documentos, con el consiguiente gasto de tiempo que ello les supone.

Dado que la web actual que posee ACME está algo anticuada y es difícil de mantener, usaría un CMS como **Wordpress** para que tenga un espacio web actual, moderno, con seguridad, y fácil de mantener (ya que teniendo en cuenta la edad de los empleados y sus conocimientos tecnológicos, esto es muy importante).

2) Integraría Wordpress con Buddypress, para tener en un mismo espacio todo el conocimiento y que los usuarios accedan de forma sencilla a todo lo necesario.

3) Descartaría la implantación de una red social interna como Drupal Commons, debido a que los empleados de la empresa son personas de cierta edad y con conocimientos informáticos muy limitados, por lo que pondrán resistencia al cambio y pensarán que no es de utilidad en su empresa porque los empleados la usarán como si fuese Facebook, por ejemplo.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

Esta pregunta está repetida,¡ más arriba está la misma !

PROBLEMA: Business Case de CEMEX

Curso 2013-2014

Desarrolle un CASO de NEGOCIO justificando sus respuestas para la siguiente empresa (los siguientes datos no son reales):

- La empresa CEMEX la empresa líder de mercado en la fabricación de cemento.
- Esta empresa y su CEO tienen clara que la estrategia para seguir siendo líderes pasa por ser punteros en innovación tecnológica.
- La empresa se encuentra establecida en todo el mundo y en los últimos años han sufrido fuertemente las consecuencias de la crisis del sector inmobiliario en el mundo desarrollado (USA, EUROPA, etc.).
- Sin embargo, casi simultáneamente los países en desarrollo están creciendo fuertemente y esto implica un amplio desarrollo del sector de la construcción, situación que CEMEX ha aprovechado y quiere seguir aprovechando para paliar los efectos de la crisis.
- La empresa es muy grande por lo que gestionar el aprendizaje y difundirlo dentro de un mismo país o entre países es muy difícil, aunque importante.
- Por otro lado, CEMEX tiene dos tipos de empleados muy diferenciados, los trabajadores de “oficina” que suelen tener un nivel de formación alto, y los operarios de fábrica cuyo nivel formativo suele ser más básico y suelen estar menos conectados.
- Los sistemas Software de CEMEX son antiguos y dispares entre países y el poder aglutinar los datos y tener una visión unificada desde la central sería muy interesante.
- La empresa es sólida a nivel financiero y esto le permite crecer en base a la compra de las cementeras líderes en cada país y por consiguiente, estas suelen contar con sus propias formas de trabajar y sistemas informáticos.
- Se han realizado estudios de costes determinando que el coste de “reinventar la rueda” al no compartir las soluciones a determinados problemas en las fábricas, diseñados por los ingenieros y ejecutados por los operarios, tiene un coste global para la compañía de un 15% de sus ingresos
- Otros estudios demuestran que en los países en desarrollo existe una capacidad de crecimiento en ingresos de un 40% con respecto al año anterior que la compañía ve como algo atractivo.
- Los ingenieros en la empresa tiene una media de edad alta y un conocimiento tecnológico acotado.
- Los operarios de fábrica suelen tener poco acceso a información en la compañía aunque al tratarse de personal joven sí suelen tener un nivel de manejo de tecnología y redes sociales alto.

1. Resumen Ejecutivo : ??**2. Situación Actual:**

Empresa líder en el sector de fabricación de cemento. Se sabe que la mayoría de empresas nuevas utilizan sistemas informáticos. **No existen plataformas previas;** sistema anticuado.

3. Propósito

Curso 2013-2014

Introducción de nuevos sistemas tecnológicos que ayuden además a la gestión del conocimiento y su difusión, además de unificar los sistemas.

4. Business Driver

Innovación tecnológica y globalización de la información

5. Objetivos Propuestos

Seguir siendo líderes, que los sistemas ayuden a reutilizar el conocimiento interno de forma que las fábricas usen las mismas soluciones. Con poder renovar los sistemas y aprovecharlos sería suficiente a corto plazo.

6. Posibles Riesgos y Ventajas

La situación de crisis global ha mermado los ingresos. Sin embargo la empresa es lo suficientemente solvente como para poder invertir y funciona en muchos países, por lo que tiene bastante margen, sobre todo en los que están en desarrollo

Los empleados de fábrica tienen un nivel de formación básico y están menos conectados, sin embargo éstos son más jóvenes que los de oficina por lo que el uso de nuevas tecnologías será más sencillo.

7. Retorno de Inversión

No detallado, tan sólo se espera aprovechar el aumento de ingresos del 40% en países en desarrollo.

8. Planificación

No descrito

Álvaro Rabadán González

PROBLEMA: Análisis y diseño de red social

Para un sistema de red social corporativa piloto ya implementado (en un división no afectada por el caso anterior) en CEMEX se determinan los siguientes requisitos:

Requisitos de Información:

Usuarios/Roles

Directivo: Nombre y Apellidos, número de Empleado, País, División, Fábrica, Cargo, Departamento, teléfono móvil empresa

Ingeniero: Nombre y Apellidos, número de Empleado, País, División, Fábrica, Especialidad, Departamento, teléfono empresa

Operario: Nombre y Apellidos, número de Empleado, País, División, Fábrica, Puesto

Ayudante de Fábrica: Nombre y Apellidos, número de Empleado, País, División, Fábrica, Operario al que ayuda, puesto

Tipos de Grupos

- Existirán grupos de proyecto y grupos temáticos

Los grupos estarán estructurados:

- Estructura de Grupos: Nombre Grupo, División, País, tipo de grupo (Temático, Proyecto)

Herramientas a usar

- Grupos temático: documentos compartidos, directorio de empleados, foro de discusión, documentos online, calendario de eventos
- Grupo de Proyecto: documentos compartidos, directorio de empleados, foro de discusión, documentos online, calendario del proyecto, tareas del proyecto, noticias.

Requisitos Funcionales

- Los documentos online se usan para documentación “oficial” y sólo pueden ser creados por directivos o ingenieros, pero pueden participar y visualizar el resto de usuarios
- En los grupos de proyecto sólo pueden participar los miembros del grupo
- Los Directivos serán los únicos que pueden crear grupos temáticos
- Los grupos temáticos pueden ser creados, editados y visualizados por todos
- Solo los usuarios del sistema pueden acceder a la información
- Los ayudantes sólo pueden realizar comentarios, pero no pueden crear contenidos
- Los operarios solo pueden crear contenido en los grupos en los que participen

Realice el análisis y diseño de los grupos y permisos de un piloto

Análisis Cemex

<http://i.imgur.com/73Jzd2S.png>

[Álvaro Rabadán]

Anote las dudas o modificaciones al documento de requisitos

Conflictos creación grupos temáticos

¿Los comentarios son referentes a foros y contenidos en grupos ?

¿Pais y División es un atributo , lo tomamos en cuenta?

¿Quién es responsable de la creación de Grupo Proyecto?

[Álvaro Rabadán]

4. Exámenes Anteriores

FINAL FEBRERO 12-13

-
1. Indique varias formas de construir un sistema de gestión de conocimiento.
- Justifique su respuesta y ponga ejemplos siempre que sea posible.
(1,75 puntos)

Antes de afrontar la pregunta es necesario definir brevemente qué es el conocimiento y cuál es el objetivo de un sistema de gestión del mismo.

El conocimiento es la suma de la información con la experiencia, valores y “saber hacer”. A partir de una información, se procesa, se experimenta, se llega a unas conclusiones, se le da un sentido... y se llega al conocimiento.

Un sistema de gestión de conocimiento es una clase de sistemas de información aplicados a la gestión del conocimiento organizacional. Están desarrollados para apoyar la creación, almacenamiento, recuperación, transferencia y aplicación del conocimiento. Además, facilitan bastantes de los aspectos sociales y culturales de la gestión del conocimiento

Hay diversas formas de construir un sistema de gestión de conocimiento.

Las más frecuentes están relacionadas con la interacción social con otros usuarios, y son las redes sociales. Se deposita la información en un contexto en el que, mediante la comunicación entre los participantes, se convierte en conocimiento.

Estos participantes, usuarios de la red social, aportan sus experiencias, valores, problemas... relacionados con la información y es contrastada y debatida entre ellos, originando conocimiento.

Ejemplo: Una persona tienen un PC al cual le ha dado un error, le ha dado un dato. Al buscar cómo solucionar dicho error en internet consigue una información (Origen del problema, como solucionarlo...). Al compartir dicha información en las redes, estos aportan los problemas que han tenido al intentar solucionarlo, como actuaron, que errores puede dar durante la solución del problema... dando lugar a un conocimiento, pues dicha persona que al principio solo tenía un dato (Como por ejemplo “Buffer Overflow”), ahora conoce como afrontar el problema, su origen, las diversas dificultades por las que puede pasar a la hora de solucionarlo, el procedimiento para resolverlo, etcétera...

Hay otro método para implantar un sistema de gestión del conocimiento y es mediante el uso de una plataforma DMS. Un DMS es una sistema de gestor documental, el cual permite registrar y almacenar documentos, información correspondiente a los mismos así como una serie de funcionalidades sobre ellos como el control de versiones.

Una de las funcionalidades es que se puede ejecutar una serie de procedimientos sobre ello. Se puede a su vez definir una serie de pasos por los que debe pasar un documento antes de ser subido al sistema. De esta forma, se puede definir una serie de pasos por los cuales tenga que pasar un documento que contenga información para que se convierta en conocimiento

Ejemplo de esta implantación del sistema sería si se instaurara un procedimiento por el cual, a la hora de subir un documento (Como puede ser una práctica de una asignatura), sea necesario a su vez subir tutoriales relacionados con la misma, grabaciones realizando el ejercicio o con los errores frecuentes, etc...

[Álvaro Berruga]

- En caso de proponer varias formas indique cuál de ellas cree que es más adecuada hoy en día si se montara una solución en una empresa nueva.

(1.75 puntos)

A la hora de implantar una solución en una empresa, es necesario tener en cuenta muchos factores relacionados con la empresa. Tanto un sistema DMS como redes sociales 2.0 podrían servir como sistema de gestión de conocimiento, cada una con su conjunto de ventajas y desventajas. Sin embargo, a la hora de decantarse por una de las dos, es necesario hacer un balance entre ambas opciones.

Uno de los factores a tener en cuenta es que es una empresa nueva. Ser una empresa nueva implica que los empleados no tienen implantadas costumbres de cara a su trabajo. Esto supone romper una de las dos barreras más a la hora de implantar una red social corporativa (O red social interna), junto a que es vital la actividad en la misma para que funcione. Sin embargo, esta segunda barrera también es solucionable mediante una buena orientación durante el comienzo de la empresa (Enfocar parte del trabajo en la red social, de manera que los empleados cojan costumbres de ir accediendo a dicha plataforma frecuentemente).

Implementar la red social interna supondría además un paso hacia la empresa 2.0, la cual está en auge durante los últimos años y sus beneficios se han ido viendo a lo largo de ellos, como es la producción de más productos innovadores o la reducción de los costes.

Mencionar la red social externa, la cual es otro de los sistemas 2.0. Dependiendo del enfoque de la empresa, se optará por una u otra red social (O en el caso óptimo, por las dos):

- **En caso de que desde los comienzos de la empresa, esta tenga trato con clientes y una buena imagen de cara al público, red social externa**
- **En caso de que desde los comienzos de la empresa, esta busque la cooperación entre empleados, enfocada a una mejora del rendimiento y a un desarrollo interno que será reflejado en la creación de productos innovadores y la reducción de costes, entonces una red social corporativa**

Por todo ello, la opción más adecuada es la instauración de una red social.

[Álvaro Berruga Álvarez]

- 4. Para cada tema de los estudiados en teoría (6 temas) indique una frase de un par de líneas aproximadamente con una de las enseñanzas principales de este tema. Por ejemplo: Tema 1 (Introducción a los sistemas de información): La información ya no es poder, el poder lo tiene quién es capaz de gestionar grandes cantidades de información.
Ej2 Tema 1: Las metodologías ágiles indican que la documentación ...
(1.75 puntos)**

Problema: ACME EFICIENCIA ENERGETICA, SL

(3 puntos)

Se tiene una empresa dedicada a la investigación de nuevas soluciones para el ahorro energético. Se nos comenta qué:

- La empresa cuenta con 20 empleados
- La empresa está certificada en la norma EFQM e ISO9000
- La empresa está conformada por ingenieros industriales en su mayoría jóvenes (23 a 26 años) y con conocimientos de informática de usuario
- La empresa, a pesar de dedicarse a la investigación, no cuenta por el momento con ningún sistema software de gestión de información.
- Los proyectos de investigación suelen requerir documentación abundante para su justificación
- La empresa colabora con profesores de distintas universidades en varios proyectos de investigación. Hasta el momento esta colaboración se ha llevado a cabo vía correo electrónico.
- Los profesores con los que se colabora suelen tener un nivel de conocimiento de informática bastante decente.
- La empresa comienza a tener problemas de gestión de la información de los distintos proyectos de investigación con los que trabaja. Incluso se ha dado el caso de que al despedir a una persona, se ha perdido parte de la información relevante para uno de los proyectos en los que participaba.
- La empresa desea dar a conocer sus actividades y proyectos actuales a la sociedad y futuros clientes.

¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría?

- Justifique su respuesta

Curso 2013-2014

- e indique las integraciones entre ellos que propondría (en caso de ser necesario)

//Solucionada anteriormente arriba

Nos encontramos ante una empresa pequeña, donde sus empleados cuentan con conocimientos de informática, lo que no les supondrá problemas a la hora de utilizar un sistema. Dicha empresa colabora con externos, los cuales también tienen un nivel de informática, y sus principales problemas son relacionados con la documentación y con la comunicación, principalmente interna (Entendiendo interna los profesores que colaboran).

El principal sistema que necesita esta empresa es un DMS, es decir, un sistema de gestión documental. Un DMS es sistema que permite registrar y almacenar documentos, información correspondiente a los mismos, ejecutar una serie de procedimientos sobre ellos así como controlar versiones.

Los motivos por los que es necesario implementar un sistema así son los siguientes:

- Está certificada en la norma EFQM e ISO9000, por lo que es necesario cumplir unos estándares legales y de calidad, los cuales son parcialmente controlables mediante DMS.
- Trabaja con grandes volúmenes de documentos, por lo que es necesario tener dichos documentos estructurados, ordenados y accesibles en todo momento.
- Ha tenido problemas la empresa con documentos extraviados, lo cual es controlable mediante un DMS.

Por ello es necesario implementar un sistema de gestión documental, ya que solventaría algunas debilidades de la empresa y fortalecería otras.

En segundo lugar, se podría implementar una red social corporativa, en la cual se puedan registrar también los colaboradores de los proyectos. De esta forma, se podría realizar la colaboración de una forma más fluida con todas las características de una red social. Sería óptimo la integración de la red social corporativa con el DMS, pues se podría tener acceso a los ficheros y desarrollar conversaciones sobre ellos en una misma plataforma. Por otro lado, se proporcionarían todas las ventajas de una red corporativa, como una mejora de la comunicación interna

En último lugar, se podría implementar un CMS, en el cual se dieran a conocer las actividades y los proyectos de la empresa. De esta forma se darían a conocer en la web y los clientes estarían al tanto de todas las novedades. Una mejora de esto sería mediante la implementación de un sistema RSS.

(Nota: No es necesario implementar una red social externa dado que no se busca como objetivo una comunicación fluida entre empresa y cliente, y para darse a conocer puede recurrir a redes sociales ya existentes, sin tener que enfrentarse a las desventajas de una nueva)

[Álvaro Berruga Álvarez]

¿Influirán los estándares de calidad en alguno de ellos?

- Indique cuál(es) y explique los motivos

//Solucionada anteriormente arriba

Curso 2013-2014

Como hemos comentado en el apartado anterior, será necesario tener los estándares de calidad presente (Y de hecho son uno de los factores más en cuenta a la hora de implantar el sistema) a la hora de elaborar el DMS.

Dicho DMS deberá contemplar los procedimientos por los que se rige la empresa a la hora de manipulación de documentos, así como los estándares utilizados. Todo esto deberá implementarse mediante workflows en el gestor documental, pues de no hacerlo sería un paso atrás para la empresa, lo cual no es admisible.

[Álvaro Berruga Álvarez]

**Indique los principales riesgos del proyecto
- justifique los motivos**

//Solucionada anteriormente arriba

Los principales riesgos del proyecto son:

- La falta de implicación de los trabajadores a la hora de subir documentos. Hasta ahora se seguía un sistema distinto al nuevo, por lo que es posible que se muestren reticencias a utilizar el nuevo, o sencillamente pereza, dado que trabajan con un volumen amplio de documentos y es más sencillo herramientas como Dropbox.
- La falta de implicación de los trabajadores una vez esté implementada la red social, originando inactividad en la misma. Debido a que estos utilizaban emails para contactar con los colaboradores externos, puede darse cierta reticencia al cambio.

[Álvaro Berruga Álvarez]

La empresa, ha conseguido terminar una primera solución y están planteando un lanzamiento a mercado. El producto elaborado consisten en un sistema de ahorro de energía para hogares o fincas en zonas rurales sobre el que quieren explicar sus ventajas e interactuar con los clientes potenciales para detectar usos alternativos o mejoras a realizar.

¿Qué recomendaría en este caso? Justifique su respuesta

EXAMEN EVALUACIÓN ALTERNATIVA GSI 12-13

1. Indique varias formas de construir un sistema de gestión de conocimiento. Justifique su respuesta y ponga ejemplos siempre que sea posible. En caso de proponer varias formas indique cuál de ellas cree que es más adecuada

hoy en día si se montara una solución en una empresa nueva.

//Resuelta de forma similar a un ejercicio de arriba

Antes de afrontar la pregunta es necesario definir brevemente qué es el conocimiento y cuál es el objetivo de un sistema de gestión del mismo.

El conocimiento es la suma de la información con la experiencia, valores y “saber hacer”. A partir de una información, se procesa, se experimenta, se llega a unas conclusiones, se le da un sentido... y se llega al conocimiento.

Un sistema de gestión de conocimiento es una clase de sistemas de información aplicados a la gestión del conocimiento organizacional. Están desarrollados para apoyar la creación, almacenamiento, recuperación, transferencia y aplicación del conocimiento. Además, facilitan bastantes de los aspectos sociales y culturales de la gestión del conocimiento

Hay diversas formas de construir un sistema de gestión de conocimiento.

Las más frecuentes están relacionadas con la interacción social con otros usuarios, y son las redes sociales. Se deposita la información en un contexto en el que, mediante la comunicación entre los participantes, se convierte en conocimiento.

Estos participantes, usuarios de la red social, aportan sus experiencias, valores, problemas... relacionados con la información y es contrastada y debatida entre ellos, originando conocimiento.

Ejemplo: Una persona tienen un PC al cual le ha dado un error, le ha dado un dato. Al buscar cómo solucionar dicho error en internet consigue una información (Origen del problema, como solucionarlo...). Al compartir dicha información en las redes, estos aportan los problemas que han tenido al intentar solucionarlo, como actuaron, que errores puede dar durante la solución del problema... dando lugar a un conocimiento, pues dicha persona que al principio solo tenía un dato (Como por ejemplo “Buffer Overflow”), ahora conoce como afrontar el problema, su origen, las diversas dificultades por las que puede pasar a la hora de solucionarlo, el procedimiento para resolverlo, etcétera...

Hay otro método para implantar un sistema de gestión del conocimiento y es mediante el uso de una plataforma DMS. Un DMS es una sistema de gestor documental, el cual permite registrar y almacenar documentos, información correspondiente a los mismos así como una serie de funcionalidades sobre ellos como el control de versiones.

Una de las funcionalidades es que se puede ejecutar una serie de procedimientos sobre ello. Se puede a su vez definir una serie de pasos por los que debe pasar un documento antes de ser subido al sistema. De esta forma, se puede definir una serie de pasos por los cuales tenga que pasar un documento que contenga información para que se convierta en conocimiento

Ejemplo de esta implantación del sistema sería instaurar un procedimiento por el

Curso 2013-2014

cual, a la hora de subir un documento (Como puede ser una práctica de una asignatura), sea necesario a su vez subir tutoriales relacionados con la misma, grabaciones realizando el ejercicio o con los errores frecuentes, etc...

A la hora de implantar una solución en una empresa, es necesario tener en cuenta muchos factores relacionados con la empresa. Tanto un sistema DMS como redes sociales 2.0 podrían servir como sistema de gestión de conocimiento, cada una con su conjunto de ventajas y desventajas. Sin embargo, a la hora de decantarse por una de las dos, es necesario hacer un balance entre ambas opciones.

Uno de los factores a tener en cuenta es que es una empresa nueva. Ser una empresa nueva implica que los empleados no tienen implantadas costumbres de cara a su trabajo. Esto supone romper una de las dos barreras más a la hora de implantar una red social corporativa (O red social interna), junto a que es vital la actividad en la misma para que funcione. Sin embargo, esta segunda barrera también es solucionable mediante una buena orientación durante el comienzo de la empresa (Enfocar parte del trabajo en la red social, de manera que los empleados cojan costumbres de ir accediendo a dicha plataforma frecuentemente).

Implementar la red social interna supondría además un paso hacia la empresa 2.0, la cual está en auge durante los últimos años y sus beneficios se han ido viendo a lo largo de ellos, como es la producción de más productos innovadores o la reducción de los costes.

Mencionar la red social externa, la cual es otro de los sistemas 2.0. Dependiendo del enfoque de la empresa, se optará por una u otra red social (O en el caso óptimo, por las dos):

- En caso de que desde los comienzos de la empresa, esta tenga trato con clientes y una buena imagen de cara al público, red social externa
- En caso de que desde los comienzos de la empresa, esta busque la cooperación entre empleados, enfocada a una mejora del rendimiento y a un desarrollo interno que será reflejado en la creación de productos innovadores y la reducción de costes, entonces una red social corporativa

Por todo ello, la opción más adecuada es la instauración de una red social.

[Álvaro Berruga Álvarez]

2. Enumere las fases de una implantación de red pp corporativa e indique brevemente el objetivo de cada una de ellas y sus actividades principales con una pequeña explicación de su cometido. En la fase donde se realice la implantación del software, indique brevemente los requisitos principales a capturar (sólo enumerarlos sin explicación).

Las fases de la implementación de una red social de las empresas son:

Curso 2013-2014

a) Conocer el negocio : Estudiar cómo se forma la empresa, ¿cuáles son sus objetivos , cómo actúan, cómo es el negocio actualmente?

b) Definir el alcance de la solución : Crear un entorno propicio para el desarrollo del proyecto mediante el establecimiento de la visión y misión de la empresa, construir casos de negocio para ayudar a la aplicación, una jerarquía de mando y roles en los proyectos, las políticas de comunicación para el desarrollo del proyecto.

c) Poner en práctica la solución: estudio de caso de negocios llevados a cabo anteriormente para ver que las herramientas necesitan ser implementadas en una red social corporativa (Aplicación de Software) , tener en cuenta también sus medios de comunicación actuales y la adaptación de la red social de la empresa y estudiar la interacción con otros módulos si es necesario.

(Community Management).

- Requisitos de información: campos de los perfiles de usuario, tipos de usuarios/roles y tipos de grupos.

- Requisitos funcionales: proceso de registro, herramientas que tendrá cada grupo (wikis, foros...), permisos y requisitos analíticos.

- Requisitos no funcionales: integración con otras redes sociales y con ECM.

d) El crecimiento de la solución : Evaluar la solución actual para estudiar posibles mejoras para volver a donde una de las fases , ya que esto es cíclico , identificar y aprovechar las buenas y malas experiencias, considerar la adopción del sistema por parte del usuario.

María José Ballesteros Garnica

3. Enumere las tácticas básicas para llevar a cabo una estrategia de social media marketing. Para cada táctica, indique también los sistemas de gestión de información necesarios y las extensiones que habría que hacer a estos sistemas (siempre que tenga sentido)

Existen 5 Tácticas principales en el Social Media Marketing

1. Generar contenido de calidad e interesante: Por medio de entradas de entradas de blogs, páginas en CMS o publicaciones en redes sociales. Cualquier CMS trae incorporado este tipo de funcionalidad.

Curso 2013-2014

2. Llamar a la acción : Que los usuarios se registren en nuestra plataforma, que se suscriban a nuestra página o RSS, que nos hagan un “Like” ... Cualquier CMS trae incorporado este tipo de funcionalidad. Muchas redes sociales utilizan el famoso ‘me gusta’, favoritos, ect ..

3. Obtener feedbacks : Lanzar comentarios o encuestas a los clientes para capturar la opinión que tienen sobre nuestra campaña. Cualquier plataforma trae incorporado este tipo de funcionalidad.

4. Obtener recomendaciones: Conseguir que los usuarios recomiendan y publiquen nuestro contenido en su ‘stream’. ‘Retweets’, SHare Social Plugins para Wordpres, ect ..

5. Medir Impacto : Por medio del uso de herramientas de medida, estudiar cómo evoluciona nuestra campaña de marketing y cómo repercute. Hay muchos plugins para WP que permiten ver las estadísticas por páginas, visitas únicas, tiempo de lectura , ect ..

Álvaro Rabadán González

4. ¿Qué es un Workflow en un DMS? En el documento de requisitos, ¿qué artefactos utilizamos para representar la información necesaria para definir los workflows y qué artefactos usamos para definir los workflows en sí mismos? (en caso de existir varias opciones enumérelas todas e indique cuándo usar cada opción)

Un Workflow es una serie de pasos o estados que sigue el documento dentro de la empresa.

Para definir los flujos de trabajo podemos utilizar los casos de uso (son entendidas por todos los clientes). Podemos encontrar dos tipos:

Business Use Cases-> el primer paso es ver cómo los usuarios usan los documentos antes de tener el sistema. También se puede usar BPMN teniendo en cuenta que se trata de un documento que no es entendido por todos. Sólo por el ingeniero y algunos clientes (dependiendo de su profesión).

Los casos de uso del sistema. Define cómo se comporta el sistema en referencia al flujo de trabajo y uno de los usuarios.

María José Ballesteros Garnica

Curso 2013-2014

Problema: ACME EFICIENCIA ENERGETICA, SL

Se tiene una empresa dedicada a la investigación de nuevas soluciones para el ahorro energético. Se nos comenta qué:

- La empresa cuenta con 20 empleados
- La empresa está certificada en la norma EFQM e ISO9000
- La empresa está conformada por ingenieros industriales en su mayoría jóvenes (23 a 26 años) y con conocimientos de informática de usuario
- La empresa, a pesar de dedicarse a la investigación, no cuenta por el momento con ningún sistema software de gestión de información.
- Los proyectos de investigación suelen requerir documentación abundante para su justificación
- La empresa colabora con profesores de distintas universidades en varios proyectos de investigación. Hasta el momento esta colaboración se ha llevado a cabo vía correo electrónico.
- Los profesores con los que se colabora suelen tener un nivel de conocimiento de informática bastante decente.
- La empresa comienza a tener problemas de gestión de la información de los distintos proyectos de investigación con los que trabaja. Incluso se ha dado el caso de que al despedir a una persona, se ha perdido parte de la información relevante para uno de los proyectos en los que participaba.

¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría? Justifique su respuesta e indique las integraciones entre ellos que propondría (en caso de ser necesario)

¿Influirán los estándares de calidad en alguno de ellos? Indique cuál(es) y explique los motivos

Indique los principales riesgos del proyecto justificando los motivos

La empresa, ha conseguido terminar una primera solución y están planteando un lanzamiento a mercado. El producto elaborado consisten en un sistema de ahorro de energía para hogares o fincas en zonas rurales sobre el que quieren explicar sus ventajas e interactuar con los clientes potenciales para detectar usos alternativos o mejoras a realizar.

¿Qué recomendaría en este caso? Justifique su respuesta

Examen Septiembre 12-13

1. (1.75 puntos)

- A. ¿Se puede usar un ECM como sistema de gestión de conocimiento?

Es posible usar un ECM como un gestor de conocimiento ya que puede almacenar y organizar toda la información relacionada con la empresa.

David Olid Real

Es necesario definir los conceptos de ECM y Sistema de gestión de conocimiento para entender si es posible

Se define ECM como un conjunto de estrategias, herramientas, métodos, aplicaciones usadas para gestionar, almacenar, usar, compartir, etc... una serie de documentos relacionados con los que utiliza la compañía. ECM puede estar compuesto por un CMS, un DMS y/o email.

Se define sistema de gestión de conocimiento como una clase de sistemas de información aplicados a la gestión del conocimiento organizacional. Están desarrollados para apoyar la creación, almacenamiento, recuperación, transferencia y aplicación del conocimiento. Además, facilitan bastantes de los aspectos sociales y culturales de la gestión del conocimiento

Es posible, definiendo una serie de procedimientos, normas y protocolos, conseguir a partir de un ECM, un sistema de gestión del conocimiento.

[Álvaro Berruga Álvarez]

B. En caso afirmativo ¿Qué habría que hacer para convertir un ECM en un gestor de conocimiento (KM)?

Se podría decir que un ECM puede actuar como un KM si además se le añade la funciones de social media tanto en el ámbito interno de la empresa (Drupal Commons) como el externo (Buddypress).

David Olid Real

Es posible, definiendo una serie de procedimientos, normas y protocolos, conseguir a partir de un ECM, un sistema de gestión del conocimiento.

Se puede implantar un sistema de gestión del conocimiento mediante el uso de una plataforma DMS. Un DMS es una sistema de gestor documental, el cual permite registrar y almacenar documentos, información correspondiente a los mismos así como una serie de funcionalidades sobre ellos como el control de versiones.

Una de las funcionalidades es que se puede ejecutar una serie de procedimientos sobre ello. Se puede a su vez definir una serie de pasos por los que debe pasar un documento antes de ser subido al sistema. De esta forma, se puede definir una serie de pasos por los cuales tenga que pasar un documento que contenga información para que se convierta en conocimiento

Ejemplo de esta implantación del sistema sería instaurar un procedimiento por el cual, a la hora de subir un documento (Como puede ser una práctica de una

asignatura), sea necesario a su vez subir tutoriales relacionados con la misma, grabaciones realizando el ejercicio o con los errores frecuentes, etc...

[Álvaro Berruga Álvarez]

C. Indique una alternativa a ECM para implementar un sistema de Gestión de Conocimiento

Hay varias alternativas a ECM para implementar un sistema de gestión de conocimiento, y es mediante la implementación de redes sociales. Se distinguen dos tipos:

- La red social interna (O red social corporativa): Es una herramienta de trabajo para los empleados y colaboradores externos de la empresa en formato de red social. La puesta de información en un contexto como tal genera el conocimiento necesario para ofrecer mejoras a la empresa de cara a alcanzar sus objetivos. Esto se debe a que surgen nuevas ideas, nuevos proyectos, hay un mejor sistema de comunicación a los habituales como el email...
- La red social externa: Es una red social orientada a los clientes de una empresa, la cual es la dueña de dicha red. De esta forma es posible monitorizar dicha red y obtener información interesante para la empresa. Mediante la monitorización de la red se pueden recoger datos que permiten a la empresa seguir unas directrices u otras. Se pueden conocer los intereses de los clientes, así como conocer sus opiniones y mejorar los aspectos más deficientes. Todo esto es gracias a la interacción entre usuario y empresa en la red social.

Por otro lado, la red social externa permite la comunicación de clientes, entre los cuales hay debates e intercambios de opiniones, elementos que generan conocimiento y que también son útiles para la empresa.

[Álvaro Berruga Álvarez]

2. - Enumere las fases de una implantación de red social corporativa

- Indique brevemente el objetivo de cada una de ellas y sus actividades principales con una pequeña explicación de su cometido.

1.- *Conocer el negocio. En esta etapa se hace un análisis global a la empresa (DAFO) para conocer sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. Una vez identificada la empresa:*

- *Se buscan los principales motores: Innovación, globalización, etc..*
- *Conocer las grandes prioridades del negocio: Aumentar la productividad, reducir costes..*
- *Identificar los riesgos(inactividad, mal comportamiento, resistencia al cambio) y barreras internas(cultura, conflicto de intereses).*
- *Mapear los intereses internos y la cultura. Establecer el líder del proyecto, identificar los principales riesgos culturales.*

2.- *Definir el ámbito de la solución. Consiste en definir en qué parte de la empresa vamos a centrar el uso de la red social para maximizar el éxito.*

- *Definir la visión(Objetivo a largo plazo) y la misión(la forma de llevar*

Curso 2013-2014

a cabo el objetivo de la visión).

- *Crear un Framework de Gobierno: Nombrar las personas claves, establecer las reglas y la política de comunicación.*
- *Construir un caso de negocio.*

3.- Implementar la solución. Identificar las personas que van a animar la red social, implementar el software y lanzar la versión piloto.

4.- Hacer crecer la solución si todo va bien, en caso contrario intentar modificar algo o cerrar el proyecto y empezar de nuevo por otro ámbito.

David López Carrascal.

- En la fase donde se realice la implantación del software, indique brevemente los requisitos principales a capturar (sólo enumerarlos sin explicación). Ej, Requisito de Información: Perfil de usuario.
(1,75 puntos)

- 3. Cuando nos basamos en un sistema de información de código abierto ¿en qué situaciones será necesario realizar un desarrollo a medida? Enumérelas todas y explíquelas brevemente**

(1,75 puntos)

Siempre es mejor evitar hacer un desarrollo a medida, por lo que es mejor renegociar con los clientes para que coincida la funcionalidad del sistema con la que ofrece la plataforma utilizada y sus pluggins. Sin embargo, no siempre se puede evitar un desarrollo a medida cuando:

- 1- No encontramos nada que se acerque a los requisitos del cliente.
- 2- La funcionalidad deseada está parcialmente y es necesario desarrollar código para añadir lo que falta.
- 3- Una funcionalidad no está y es necesario desarrollarla desde cero.

María José Ballesteros Garnica

- 4. Para cada tema de los estudiados en teoría (6 temas) indique una frase de un par de líneas aproximadamente con una de las enseñanzas principales de este tema. Por ejemplo: Tema 1 (Introducción a los sistemas de información): La información ya no es poder, el poder lo tiene quién es capaz de gestionar grandes cantidades de información. Ej2 Tema 1: Las metodologías ágiles indican que la documentación ...
(1.75 puntos)**

Tema 1 (Introducción a los sistemas de información): ¡Los sistemas de

gestión de información son ya imprescindibles en la mayoría de las empresas!

Tema 2 (Ciclo de Vida de un Sistema de Información 1.0 configurable): Obtener todos los requisitos al comienzo es prácticamente imposible, las necesidades de clientes y usuarios evolucionan durante el desarrollo.

Tema 3 (Ingeniería del Software para Sistemas de Gestión Documental): Un DMS sirve para ahorrar costes en los procesos de mantenimiento de la documentación (preferiblemente conocimiento).

Tema 4 (Introducción a la Empresa 2.0): Un sitio Web 2.0 puede permitir a los usuarios interactuar y colaborar con otros usuarios de la red social de modo que interaccionan como creadores de un contenido generado por los usuarios en una comunidad virtual.

Tema 5 (Introducción al Marketing en los Medios Sociales – Empresa 2.0 con Clientes): Los medios sociales son un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generado por el usuario. Los medios sociales son software social que intermedia en las comunicaciones humanas.

Tema 6 (Empresa 2.0 – Red Social Interna): Para montar una red social interna hay que conocer el negocio, definir el ámbito de la solución, implementar la solución y hacer crecer la solución

Alejandro Malvar Gago

**Problema: ACME – Te ayudamos a ser 2.0, SL
(3 puntos)**

Se tiene una empresa dedicada a la consultoría de Empresa 2.0 (Marketing y Operativa interna). Se nos comenta qué:

- La empresa cuenta con 7 empleados
- La empresa está certificada en la norma EFQM que les obliga a mantener una documentación determinada y unos procesos de trabajo bien definidos
- La empresa está conformada por expertos en sistemas 2.0 con una edad media de 40 años y en su mayoría ex-directivos de empresas.
- La empresa, a pesar de dedicarse a ayudar a otras empresas a implantar Empresa 2.0 y Marketing 2.0, aún no cuenta con sus propias herramientas de trabajo colaborativo ni de gestión de documentos y se basan en el uso de herramientas gratis como Google Drive, Grupos de Facebook para discutir internamente, etc.
- Los proyectos que realizan con clientes suelen requerir bastante interacción con los mismos y se desea que esta interacción sea lo más 2.0 posible.
- Los servicios ofrecidos a los clientes son sencillos y se al 100%?? en

Curso 2013-2014

compartir información y discutir/conversar sobre la información compartida y los distintos temas a resolver.

- Los clientes suelen tener un nivel de conocimiento de herramientas 2.0 bastante limitado aunque ACME les formará y ayudará a aprender su uso como parte de su trabajo
- La empresa comienza a tener problemas de gestión de la información de los distintos proyectos al tener toda la información dispersa entre grupos de Facebook, Google +, Google Drive, etc. y cree que tiene que predicar con el ejemplo usando las mismas herramientas y modos de trabajar que vende a sus clientes.
- La empresa desea dar a conocer sus actividades y proyectos actuales a la sociedad y futuros clientes y para ello ya usa Facebook y Twitter, pero no sabe si podría mejorar sus resultados.

¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría?

- Justifique su respuesta**
- e indique las integraciones entre ellos que propondría (en caso de ser necesario)**

En primer lugar, la empresa requiere cumplir con normativas de calidad, por lo que a pesar de ser una empresa pequeña, será conveniente el uso de un gestor de documentos que implemente buenos workflows para adaptarse lo mejor posible a sus procesos de negocio . Por lo tanto la implantación del DMS deberá hacerse de forma ágil

A falta de estudiar más profundamente la empresa , si se desea unificar los contenidos de la empresa y requieren un entorno 2.0 para discutir internamente, una solución práctica sería la implantación de una red interna 2.0, aprovechando que los usuarios ya tienen conocimientos tecnológicos .

Con el fin de no tener las dos plataformas disjuntas y obligar a tener la información dividida, será conveniente integrar la red social con el gestor documental. Por ejemplo una solución podría ser utilizar el plugin CMIS que conecta Alfresco (DMS) con Drupal Commons (Red Social Corporativa).

Álvaro Rabadán González

¿Influirán los estándares de calidad en alguno de los sistemas a implantar?

- Indique cuál(es) y explique los motivos**

EFQM requiere que la información privada se almacene según unos estándares bien definidos, por lo tanto todos los datos e información deberán estar alojados en un DMS.

Álvaro Rabadán González

Indique los principales riesgos del proyecto

- justifique los motivos y explique posibles soluciones**

Dado que es una empresa pequeña, todos han sido directivos y se supone un grado de implicación alta, se duda que puedan existir barreras culturales o actitudes negativas de los directivos.

Se ha previsto formar a los miembros externos en redes sociales, por lo que se da mucha importancia a las personas y no a la tecnología

Además es la única forma de comunicación, por lo que casi que se garantiza el uso de la plataforma..

Álvaro Rabadán González

La empresa tiene una fuerte actividad en redes sociales como Facebook o

Curso 2013-2014

Twitter pero no cuenta con una web propia.

¿Qué sistema(s) recomendaría implantar en este caso?

Completando la primera pregunta, sería conveniente renovar la web e instalar una pequeña red social externa, integrar Facebook y Twitter y utilizar mecanismos de medida del impacto de sus campañas vía Facebook/Twitter

Álvaro Rabadán González

¿Cómo deberían trabajar con los sistemas nuevos y las redes sociales para conseguir buenos resultados desde un punto de vista de marketing?

Por medio del uso de las 5 tácticas de Social Media Marketing (respondido más arriba de forma completa)

Álvaro Rabadán González

Examen Alternativa Enero 2014

1. (1.75 puntos)

A. Indique los principales riesgos a la hora de la implantación de una red social corporativa. Justifique su respuesta.

Los principales riesgos a la hora de implementar la red social corporativa son:

1) El riesgo de la **no utilización** de la red social, ya que es conocido que en este tipo de redes, el porcentaje de personas que comparten contenido y ayudan al intercambio de conocimiento es solo del 1%, frente al 9% que comparte contenido de forma intermitente y un 90% de personas que no contribuyen y sólo leen lo publicado.

2) El riesgo de la dificultad en **la gestión del cambio**, debido a que los empleados tienen un método de trabajo e intercambio de información basado principalmente en el email, y les puede costar adaptarse a nuevos métodos de interacción entre ellos y al uso de una nueva tecnología, principalmente si dichos empleados no tienen un fuerte conocimiento en materia informática.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

B. De lo estudiado en la asignatura, ¿qué se debe hacer para paliar estos problemas en un proyecto real? Proporcione una respuesta lo más general posible y posteriormente detalle las estrategias concretas

que seguiría para paliar los problemas.

Para solventar este tipo de problemas, se puede hacer:

- 1) Encontrar un **motivo fuerte** y conciso que anime a los empleados a usar la red social corporativa.
- 2) **Estudiar la empresa** en profundidad, para conocer en qué departamento o sector centrarse para implementar la red (aquel en la que sea más necesario y haya personas más motivadas) y crear un **business case**.

Tras **implementar la red**, lo mejor es **fomentar el uso** de la misma, escogiendo para ello empleados a los que les guste mucho usarla, además de hablar sobre casos de éxito en implementaciones de redes corporativas en otras empresas.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

Para solventar estos problemas se podría aplicar el framework de empresa 2.0 y de las cuatro fases centrarnos principalmente en las dos primeras fases:

- Analizar la empresa de forma detallada viendo cómo innovan y como funcionan globalmente así como el ritmo que tienen en cuanto a información y
- Posteriormente definir el ámbito de red la social identificando las principales aplicaciones o áreas donde puede tener éxito.

Analizar la empresa en cuanto a productividad, reducción de costes y cultura 2.0 que junto a los casos de negocio o business case serán lo que nos garanticen el éxito a la hora de la implantación de la red social y que nos permita centrarnos en una parte de gran motivación para la empresa para que estos riesgos no sucedan debido a que elegiremos el business case que mayor probabilidad de éxito tenga.

Alejandro Malvar Gago

2. (1,75 puntos)

- A. Indique las principales diferencias entre dato, información y conocimiento.**

Los **datos** están constituidos por acontecimientos, hechos, transacciones...

La **información** consiste en el tratamiento y procesado de datos para que resulten útiles para el receptor de la misma.

El **conocimiento** se encarga de ser capaz de conocer y saber transmitir la

información.

Un ejemplo:

Dato -> Wordpress es un CMS.

Información -> Tutorial sobre la instalación de Wordpress en un servidor local.

Conocimiento -> Ser capaz de instalar Wordpress y poder explicarlo a los demás de forma clara.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

B. Indique los distintos modos vistos en la asignatura para la implantación de un sistema de gestión de conocimiento y los principales criterios que usaría para decidir entre uno y otro.

1) **ECM + Metodología de gestión del conocimiento.** Un ECM se compone de un CMS y un DMS. Con el CMS se logra la compartición y gestión de información, y con un DMS un uso adecuado de la documentación de empresa. La metodología es necesaria porque sin unas pautas claras para usar la información no se consigue conocimiento.

Una metodología es, por ejemplo, subir un videotutorial sobre cómo arreglar un fallo cuando aparezcan.

2) **Tener un red social interna**, ya que por la dinámica de interacción entre empleados se genera conocimiento.

Si la empresa es grande y con empleados que tienen un buen conocimiento tecnológico, la red social corporativa fomentaría la compartición del mismo entre ellos.

Si hablamos de una empresa que maneja un gran volumen de documentación y sigue normas de calidad sobre los mismos, la implementación de un ECM + metodología de conocimiento es una buena elección.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

3. Enumere las tácticas básicas para llevar a cabo una estrategia de social media marketing. Indique también los requisitos que impondrá cada una de ellas en la tecnología utilizada (siempre que tenga sentido) (Tema 5).

1) Crear **contenido de valor** y útil utilizando para ello un CMS.

2) **Llamada a la acción:** Se debe intentar que aquellos clientes habituales y potenciales comprendan y contraten los servicios y productos de la empresa. Esto se consigue utilizando una extensión para el CMS que proporcione datos sobre las personas que entran en el portal web.

3) **Obtener feedback**, a través del estudio de los comentarios y opiniones de los clientes que han comprado algo en la empresa.

4) Conseguir que los **usuarios y clientes comparten el contenido** que se ha creado.

5) **Analizar los datos de actividad del usuario**, observando para ello los datos de sus perfiles y los que proporcionan las analíticas que se han instalado en el CMS. Con esa información, la empresa podrá tomar decisiones sobre sus productos en base a ello y adaptarse a lo que busca el cliente.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

**PROBLEMA: Sistema completo de gestión de información para Capsule Corp
(2,5 puntos)**

La empresa Capsule Corp. se dedica al diseño y construcción de vehículos, herramientas y otros utensilios de gran tamaño de modo que se puedan almacenar en cápsulas del tamaño de una habichuela.

Sabemos:

- La empresa cuenta con 500 empleados.
- La empresa está certificada en la norma EFQM que les obliga a mantener una documentación determinada y unos procesos de trabajo bien definidos.
- Los empleados de la empresa son muy innovadores y tienen un conocimiento tecnológico alto.
- La empresa desea difundir sus productos y mejorarlos interactuando con sus clientes, pero cuenta con recursos muy limitados de personal que se pueda dedicar a estas labores.
- Los proyectos suelen enfrentar problemas similares pero no consiguen capturar el conocimiento de la ejecución del proyecto y el modo en que se resuelven los problemas.
- Estiman que el coste de “volver a solucionar problemas ya aparecidos” por no capturar el modo en que solucionan los problemas en un proyecto para el siguiente es de un 30%.
- La empresa está dividida en departamentos dedicados a cada uno de los tipos de productos que pueden construir y en fábricas especializadas en un conjunto de productos determinado.

**¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría?
Justifique su respuesta e indique las integraciones entre ellos que propondría (en caso de ser necesario).**

- 1) En primer lugar, se implementaría un **CMS** para difundir los productos y la

Curso 2013-2014

labor de la empresa entre los clientes y darse a conocer.

La interacción con ellos se lograría añadiendo enlaces a redes sociales ya existentes para que comparten el contenido en ellas, y también permitiendo comentarios en las noticias y páginas del CMS que instale la empresa.

2) En segundo lugar, la implementación de un **DMS** resulta útil, debido a que la empresa está certificada en una norma de calidad que obliga a usar los documentos de una cierta manera, y tiene workflows bien definidos con ellos.

3) Por último, para paliar el problema de la captura del conocimiento y el sobrecoste que conlleva el solucionar problemas que ya han aparecido en otro momento, implantar una **red social corporativa** es útil, ya que, como los empleados son tecnológicos e innovadores, la interacción entre ellos dará lugar a un intercambio de información eficiente y una captura del conocimiento adecuada.

Una buena integración sería utilizar el **DMS dentro de la red corporativa**, para manejar así la documentación y capturar mejor el conocimiento en un mismo lugar, y así no perderlo.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

Muy brevemente, qué pasos daría si nos decidiéramos a implantar una solución de red social corporativa y cuál sería el principal objetivo de la misma.

El objetivo principal de la empresa es el de solucionar el problema del sobrecoste del 30% por no capturar correctamente el conocimiento de empresa.

Para paliar esto, será necesario estudiar la empresa al completo y centrarse después de uno de los departamentos donde se vea más clara una motivación en el uso de la red. Una vez implementada, se debe motivar a los empleados para que la usen. Tras esto, se debe expandir la red a otras secciones o departamentos de la empresa con el fin último de que toda ella la use.

[Raúl Manuel Barreiros Fernández]

PROBLEMA (2,75). Gestor documental para la empresa Capsule Corp
La empresa Capsule Corp. se dedica al diseño y construcción de vehículos,

Curso 2013-2014

herramientas y otros utensilios de gran tamaño de modo que se puedan almacenar en cápsulas del tamaño de una habichuela. Para ello maneja gran cantidad de documentación:

Requisitos de información

RI-1. Planos de prototipos de nuevos productos:

- Tipo de producto
- Nombre en clave del producto
- Fecha de lanzamiento a mercado
- Ingeniero Jefe

RI-2. Plano de fabricación de producto

- Nombre del producto
- Fábrica asignada
- Tipo de producto

RI-3. Informe de eficiencia en la fabricación

- Código de producto
- Id de la Fábrica encargada
- Departamento (Vehículos, Herramientas)

Casos de uso:

CU 1. Elaboración de los prototipos de productos nuevos

1. Los ingenieros solicitarán el plano del prototipo indicando el tipo de producto y el nombre clave del mismo
2. El sistema proporciona el plano
3. El ingeniero realiza modificaciones y añade una nueva versión
4. El sistema registra la fecha y el autor de la nueva versión

Frecuencia: 1 vez al día

CU 2. Consulta de los prototipos en elaboración no lanzados

1. El ingeniero jefe solicita los nuevos productos en elaboración (no lanzados aún) indicando la fábrica
2. El sistema proporciona los planos de productos en elaboración solicitados independientemente del tipo de producto

Frecuencia: 1 vez al trimestre

CU 3. Revisión de informes de eficiencia

1. El ingeniero Jefe solicita todos los informes de eficiencia dada una fábrica para un trimestre determinado
2. El sistema muestra todos los informes de ese trimestre para la fábrica indicada

Frecuencia: 1 vez por trimestre

Reglas de negocio

- Los ingenieros sólo pueden consultar los planos de nuevos productos en los

Curso 2013-2014

que participen

- Los ingenieros jefes tiene acceso a todos los documentos
- Los ingenieros no pueden consultar los informes de eficiencia
- Los planos de fabricación se utilizan de igual modo que los planos de prototipos pero siendo posible el acceso a todos ellos

Realice el diagrama de clases de análisis para el sistema. Indique en un listado todas las incoherencias o correcciones a realizar sobre los requisitos (indicando el número del requisito afectado, por ejemplo CU-2).

IMPORTANTE: cuando tome decisiones importantes de modelado añada una nota explicando muy brevemente los motivos que le llevan a proponer esta parte del modelo)

<https://www.dropbox.com/s/ym13e1iyvjgsruy/Ejercicio%205.jpg>

No se si esta del todo correcto o si hay algo mal pero Joaquín ¿lo podrías revisar?

Alejandro Malvar Gago, Carmen Cruz Ramos y Abraham Peña.