

ACTAS – EIE

Reunión de equipo:

Reunión convocada por:

Miguel Á. Losada Teixeira

Organizador:

Miguel Á. Losada Teixeira

Asistencias:

1

Tipo de reunión:

Interna

Apuntador:

Miguel Á. Losada Teixeira

Cronometrador:

Miguel Á. Losada Teixeira

Acta:

Debate:

Fijar idea o ideas de negocio

Presentador:

Miguel Á. Losada Teixeira

IDEA	AUTOR	POSITIVO	NEGATIVO
Utilización de sistemas GPS	Miguel Á. Losada Teixeira	Actualizados recientemente, variedad	Competencia
Elección de herramientas/tecnologías	Miguel Á. Losada Teixeira	Herramientas y tecnologías apropiadas para la propia idea de negocio elegida	-
Control de calidad	Miguel Á. Losada Teixeira	Asegurar buen funcionamiento	-
RRSS	Miguel Á. Losada Teixeira	Publicar feedback, comentarios, fotos, nuevos avances, etc.	Vulnerabilidad a los comentarios negativos

Conclusiones:

1. Utilización de sistemas GPS:

La elección del sistema GPS de la idea empresarial tiene que tener en cuenta el algoritmo en el que se basa. El ACO conlleva un concepto de mejora en la tarea de sugerencia de ruta más breve/ligera al tráfico, por lo tanto, el sistema GPS debe ser elegido con cautela, conociendo ventajas y desventajas a la hora de programar alrededor de dicho algoritmo.

2. Elección de herramientas y tecnologías:

Al tener clara la idea de negocio se deben elegir herramientas y tecnologías con respecto a ello, para así optimizar tanto las características del propósito con la idea como con respecto a las propias herramientas y tecnologías, para así sacar el mejor rendimiento de cada una de ellas.

3. Control de calidad:

El control de calidad y el control del correcto funcionamiento de la idea se llevará a cargo por los desarrolladores de software más experimentados, de esta forma se exprimirán sus habilidades, ahorrando así posibles problemas futuros basándonos en la propia experiencia de los programadores.

4. Redes Sociales:

La creación de las redes sociales de la aplicación tiene en cuenta el avance de la tecnología con respecto a la sociedad, de esta manera se actualiza al usuario de la manera en la que más rápido tiene el acceso, que es mediante las redes sociales. Con esta operación, la empresa busca además de aportar información obtener feedback para evaluar futuras actualizaciones, corrección de errores, así como, llamar la atención de patrocinadores, posibles nuevos empleados, etc.