

Sistemas de Información Gerencial - Examen Parcial II

Nombre: _____ Fecha: _____

Firma _____ Código: _____

Marque o encierre en círculo la respuesta correcta (solo una), complete o indique si es falso (F) o verdadero (V) según el caso.

1. Intercambio electrónico de datos (EDI), es el intercambio entre sistemas de información por medios electrónicos. A través del EDI, las partes involucradas trabajan sobre la base de un entendimiento particular y predefinido para cada uno acerca de un negocio y se lleva a cabo mediante la transmisión de datos electrónicos no estructurados. F V

2. Dentro de los requerimientos para implementar EDI tenemos, Software traductor, Mapeo del documento a intercambiar, además...
 - a. _____
Contrato de la VAN - Documento electrónico a intercambiar
 - b. _____
Un socio comercial - Sw de comunicación
 - c. _____
Acuerdos Mutuos -
 - d. _____
Interfaz de comunicación -

3. La esencia o punto clave de EDI es la utilización de:
 - a. VAN
 - b. Mapeo
 - c. Documentos
 - d. Estándares
 - e. Ninguna de las anteriores

4. AC Colombia (GS1 Colombia)
 - a. Entidad autorizada para administrar el estándar utilizado para usuarios EDI
 - b. Instituto Colombiano de Codificación y automatización comercial
 - c. Organización que administra el sistema de identificación por código de barras para Colombia
 - d. Todas son correctas.
 - e. Correctas la b.y c.

5. Las funciones específicas del código de barras son:
 - a. Identificar un servicio
 - b. Identificar un producto
 - c. Identificar su localización
 - d. Captura automática de información
 - e. Todas las anteriores son correctas
 - f. Correctas la a. y d.

6. Se entiende por VAN
 - a. Las que dan el servicio de almacenar la información que se envía o recibe de los partners.
 - b. Un buzón seguro y confiable donde solamente uno tiene acceso a la información.
 - c. Redes que tienen comunicación de envío y recepción de información.
 - d. Todas las anteriores
 - e. Correctas la a y la b.

7. El tener EDI en Internet suena interesante en el sentido de los costos de la **VAN**, ya que su reducción es considerable. Pero para implementar EDI en Internet la Empresa tiene que hacer una inversión en servidor, software, webmaster, módem's, tiempo, etc. F V

8. Indique tres de los documentos más utilizados en las transacciones EDI.

Orden de Compra

- a. _____
- b. _____
- c. _____

9. Identifique la estructura del código EAN – UCC (de trece dígitos).

7 7 0 país	2 0 2 4 Creador producto	0 0 3 5 2 Código producto	6
---------------	-----------------------------	------------------------------	---

10. Que sucederá con los códigos de barras?

11. La trazabilidad nos permite:

- a. Conocer el origen de los materiales y los componentes de un producto.
- b. Conocer la historia del proceso aplicado a un producto.
- c. Conocer la ubicación del producto en cualquier punto de la cadena de abastecimiento.
- d. Todas las anteriores
- e. Ninguna de las anteriores

12. Venta de productos, compra de productos, Producción, Inventarios, Desarrollo de productos, Gestión de riesgos, Finanzas, Gestión de conocimiento, Recursos humanos, nos estamos refiriendo a:

- a. E-Commerce
- b. E-Business
- c. E-Procurement
- d. E-EDI

13. Comercio electrónico comprende:

- a. EDI / E-mail / EFT
- b. Compra y venta de productos y servicios por la WWW
- c. Soporte a clientes o empleados por outsourcing
- d. Correctas la a y b.
- e. Todas las anteriores

14. Señale tres elementos a tener en cuenta para impulsar el e-commerce en América Latina.

Incorporar jóvenes al consumo

- a. _____
- b. _____
- c. _____

15. Una definición de E-Business

- a. EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP
- b. EB = EC + BI + CRM + SCM +JIT
- c. EB = EC + BI + CRM + SCM + DW
- d. Ninguna de las anteriores

16. E-Business es la estrategia general, y el E-Commerce es una faceta muy importante del E-Business, pero el E-commerce además comprende procesos internos, tales como producción, inventarios, desarrollo de productos, gestión de riesgos, finanzas, gestión del conocimiento, recursos humanos. F V
17. Tanto *e-business* como *e-commerce* consideran:
- Infraestructuras de comunicación y bases de datos
 - Servidores de aplicaciones y herramientas de seguridad
 - Creación de nuevas cadenas de valor entre clientes y proveedores
 - Todas las anteriores
 - Correctas la a y c
18. Los corredores (quienes efectúan corretaje) unen los compradores y vendedores y facilitan la transacción. Estas transacciones pueden ser B2B, B2C o C2C. Un corredor obtiene su utilidad cobrando un valor por cada transacción que haga posible. F V
19. Son modelos de negocios electrónicos los siguientes:
- Corretaje
 - Subastas
 - Intermediación de Información
 - Compra y Venta
 - Todos los anteriores
 - Correctas a y c
20. El CRM :
- Se trata de un "sistema", es decir un Software.
 - Lo importante es la correcta estrategia de CRM, y la redefinición de los procesos de la compañía.
 - Es el manejo adecuado de las relaciones con el cliente que permita a las organizaciones, identificar, atraer e incrementar la lealtad de los consumidores más rentables.
 - Todas las anteriores.
 - Solo son correctas la b. y c.
21. El Marketing 1 a 1 :
- Se soporta en Estrategias CRM
 - Se basa en la Relación Directa con los Clientes
 - Permite personalizar el producto, el servicio y la Oferta Comercial
 - Todas las anteriores
22. Indique cuatro ventajas (atención: Ventajas) de aplicar El Marketing 1 a 1
- Lealtad de los clientes más rentables
 - Mayres Ventas a un Mismo Cliente. (Mayor Rentabilidad)
 - Menores costos de transacciones por canales más rentables
 - Reducción del Precio a Clientes - Configuración de Nuevos Productos

23. Relacione las columnas.

- | | | |
|-------------------|----|---|
| 1. GTIN | a. | La transmisión de información contenida en la etiqueta se realizará de forma inalámbrica. |
| 2. GLN | b. | Proveedores, Clientes, Distribuidores, Fabricantes |
| 3. VAN | c. | Capacitación y aprendizaje en función de las necesidades específicas de cada persona |
| 4. B2C | d. | Códigos de 13 dígitos que identifican a clientes y proveedores |
| 5. B2B | e. | Solución que permitía hacer compras de manera automatizada. |
| 6. B2E | f. | Etiqueta inteligente con alto almacenamiento de información. |
| 7. E-Subastas | g. | Reúne en un mismo lugar en Internet múltiples servicios de valor agregado para la industria de consumo Masivo/Retail |
| 8. Corretaje | h. | Suministro de programas educacionales y sistemas de aprendizaje |
| 9. Partner | i. | Para Interconexión y Renta del buzón |
| 10. e.coaching | j. | Estándar utilizado para la el intercambio electrónico de documentos. |
| 11. GEN | k. | Comercio con clientes |
| 12. e-learning | l. | Distribuidor – Subastas Invertidas |
| 13. e-marketplace | m. | Representará una revolución para las redes de valor |
| 14. e-sourcing | n. | Utilizado para identificar cualquier artículo, producto o servicio. |
| 15. Tags | o. | Se hace sobre números de lote o unidades logísticas |
| 16. Trazabilidad | p. | Donde compradores y vendedores se juntan para obtener ventajas de las formas electrónicas de relacionamiento e intercambio |
| 17. EPC | q. | Solución para administrar el área de compras que va más allá de la simple distribución de recursos y selección de proveedores |
| 18. RFID | r. | Forma novedosa de optimizar el resultado de las negociaciones con proveedores o contratistas. |
| 19. e-procurement | s. | Relaciones internas de la empresa con sus empleados |
| 20. EDIFACT | t. | Negocios electrónicos entre empresas |