

Nom i cognoms:

Contestar les preguntes a l'espai habilitat. Ser precisos i concrets. Contestar únicament el que es pregunta.

- 1) A classe s'ha treballat amb detall el cas Zara al fer el "Taller SCM". Es va presentar el cas Zara mitjançant el vídeo "Planeta Zara" i es va investigar sobre el cas, aprofundint en el tema de SCM com a objectiu central del taller. D'altra banda s'ha explicat el Model de les Forces de Porter, el qual permet fer una anàlisi del negoci i del seu entorn que serveixi com a punt de partida per entendre com els sistemes i tecnologies de la informació permeten millorar els processos de negocis i la competitivitat. Aprofitant el vostre coneixement del cas Zara, **es demana: a) un anàlisi basada en el model de les forces de Porter** que identifiqui els aspectes de negoci més significatius per a cada força, explicant quan sigui procedent, **com els sistemes i les tecnologies de la informació poden condicionar** (i en quin sentit) els aspectes de negoci identificats. {2,2 punts - 15 minuts}

Caso de referencia 1 (adaptación del caso *Canadian Tire)**

“...*Canadian Tire* vende mucho más que neumáticos. La firma está integrada por cinco compañías inter-relacionadas que comprenden puntos de venta de petróleo, servicios financieros y puntos de venta al menudeo de productos automotrices, deportivos, de ocio, para el hogar y ropa. Una compañía de este tamaño necesita formas eficientes y efectivas de comunicarse con su fuerza de trabajo y sus concesionarios, además de que debe facilitarles información actualizada para llevar a cabo sus operaciones comerciales...

...El sistema aportaba una especie de portal para concesionarios que centralizaba la gestión en línea de documentos sobre la información para la configuración de mercancía, alertas, mejores prácticas, resolución de problemas, etc... El servicio mejoró debido a que los concesionarios ya no tenían que hurgar entre todos los papeles dentro de las gruesas carpetas de productos. Ahora los manuales de los productos están en línea y los concesionarios pueden encontrar de manera automática la información precisa y actualizada...

...El nuevo sistema aportado a empleados hacía fácil buscar información. Aporta una opción para congelar contenido específico, como los documentos de recursos humanos, de modo que sólo el personal autorizado pueda publicar modificaciones. *Canadian Tire* clasificó más de 30 000 documentos. Los empleados ya no tienen que navegar para localizar un documento, puesto que la tecnología *Enterprise Search de SharePoint* permite a los empleados buscar documentos con sólo escribir sus consultas y provee más información actualizada al instante para la toma de decisiones....

...Ahora los documentos se actualizan de manera automática, dependiendo de quién haya revisado cada uno de esos documentos y de la última fecha de acceso. Esta información ayuda a la gerencia de *Canadian Tire* a identificar y eliminar el material obsoleto con fecha de caducidad, con lo cual se reduce aún más el tiempo requerido para encontrar información...”

* (Laudon & Laudon, 2012, p. 415)

Laudon, Kenneth C; Laudon, Jane; *Sistemas de información gerencial: Decimosegunda edición.* Pearson Educación, 2012, ISBN: 978-607-32-0949-6

- 2) En base al caso de referencia 1, a) **identifica** el tipo de *aplicación empresarial* (de las estudiadas en este curso) que mejor se adapta con lo que describe el texto; b) **define y explica** los principales objetivos del tipo de aplicación empresarial identificada; y c) **citar y explicar brevemente** sus principales módulos/funciones (más allá de lo que aporta el caso de referencia 2). {2 punts - 10 minuts}

Cas de referència 2 (extracte adaptat del cas *Scotts Miracle-Gro*^{*2*})

“...Quan l'empresa de jardins *Scotts* i la principal marca de jardineria *Miracle-Gro* es van fusionar el 1995, van sorgir diversos desafiaments... El resultat va ser que, tot i comptar amb les marques líder de jardineria i gespa als Estats Units (*Roundup* i *Ortho*), a més a més de les dues que conformaven el seu emblema, l'empresa *Scotts Miracle-Gro* patia un declivi en la seva productivitat i servei al client...

...Més enllà dels problemes per la fusió, l'empresa ha de fer gairebé totes les vendes anuals de 10.000 milions de lliures de fertilitzant per a jardí i de més productes de jardineria en una finestra estacional de 10 a 14 setmanes, cosa que suposava un problema d'execució durant la temporada de demanda màxima...

...Com a solució es va adoptar **un primer sistema -que identificarem com a sistema base-** sobre el qual es va integrar un segon sistema **-que identificarem com a sistema adicional-** que afegia eines avançades de planificació del proveïment... L'empresa volia aprofitar les seves dades dels punts de venda (POS) de manera que les compres dels clients activessin automàticament comandes per reaprovisionar les existències. El nou programari incloïa eines per millorar la planificació de la demanda, la planificació de la producció, gestió de la logística...

Aquestes millores, que es van instituir entre els anys 2000 i 2005, van produir un augment en la taxa de compliment de comandes del 92 al 99%, de manera que es va reduir considerablement l'impacte de la manca d'existències en els consumidors...”

^{*2*} (Laudon & Laudon, 2016, p. 357)

Laudon, Kenneth C; Laudon, Jane; *Sistemas de información gerencial: Decimocuarta edición*. Pearson Educación, 2016, ISBN: 9786073236966

- 3) Basant-se en el cas de referència 2 i en relació al **segon sistema -identificat com a sistema addicional-**, es demana: a) **identificar** quin tipus d'aplicació empresarial s'adapta millor al que descriu el text; b) **la definició i l'objectiu principal** del tipus d'aplicació empresarial identificada; c) **citar i explicar** breument les seves funcions principals; d) **Pel que fa al sistema base** que es comenta en el cas, **justificar** quin tipus de sistema ha de ser i les raons que justifiquen la seva instal·lació prèvia al sistema addicional referit en el cas.
- {2 punts - 10 minuts}

Caso de referencia 3 (extracto adaptado del caso *Graybar*^{*3*})

Graybar es una gran empresa líder en la distribución de productos eléctricos, de comunicaciones y redes, de alta calidad..., que proporciona servicios de administración de la cadena de suministro y logística. Es un distribuidor mayorista y no vende directamente a clientes minoristas...

...A pesar de muchos años de éxito, a *Graybar* le podría ir mejor. Por ejemplo, no estaba siguiendo las prácticas recomendadas para analizar y entender a sus clientes. Estas prácticas se estaban volviendo esenciales para los distribuidores mayoristas, así como para las empresas minoristas. Por tradición, los distribuidores han actuado como intermediarios en sus cadenas de suministro pero empiezan a enfrentar una presión de los clientes con respecto al ajuste de precios. Los clientes esperan una reducción en los plazos y mejores servicios, pero al mismo tiempo se rehúsan a pagar los servicios adicionales. Como resultado, se están estrechando los márgenes de ganancia de los distribuidores. Un estudio del problema de ajuste de precios de los distribuidores realizado por la *Texas A&M University* convenció a *Graybar* de adoptar una estrategia de estratificación de clientes, que permitiera medir cuánto negocio hace un cliente con una empresa (ventas), la rentabilidad de ese cliente en márgenes brutos, qué tan leal es el cliente a la empresa, y cuánto cuesta darle servicio a ese cliente...

...En julio de 2011 el vicepresidente de desarrollo comercial de *Graybar* comenzó un proyecto para crear un modelo de estratificación de clientes orientado a los datos que apoyara los procesos del área comercial y potenciase facilitar un mayor valor a los clientes. El proyecto se hizo con un equipo multifuncional con miembros representantes de marketing, sistemas de información, operaciones, administración y otros departamentos. Consistió en el diseño e instalación de un **nuevo sistema** para la área comercial que ofrecía un tablero de control capaz de mostrar datos sobre la clasificación de los clientes y que mostraba a cada representante de ventas un "mapa" visual de todos sus clientes: cuántos hay del tipo básico, del oportunista, del marginal o del de fuga de servicio, para ayudar a ese representante a asignar su tiempo y recursos. También aportaba funcionalidades de software analítico que facilitaba medir y mejorar el valor del cliente...

...Para poder funcionar bien, el nuevo sistema tuvo que integrarse con el **sistema base** ya existente. El sistema base se encargaba de dar un soporte global a todos los procesos y datos del conjunto de departamentos de la empresa. La integración consistió en identificar los campos de datos del sistema base existente de la empresa que se requerían para la estratificación de los clientes y en definir consultas para extraer datos que fueran el punto de partida de la estructura de datos del nuevo sistema. A los factores específicos más importantes para el análisis de los clientes de *Graybar*, como los ingresos, el poder de compra de los clientes y la penetración de la línea de productos, se les tuvo que asignar ponderaciones con base en sus necesidades de negocios....

...Cuando los vendedores de *Graybar* recibían los datos de estratificación de los clientes durante la fase de prueba del proyecto, casi todos querían estratificar rápidamente a los clientes en sus mercados geográficos específicos y realizar otros análisis en tiempo real. El nuevo sistema hizo posible manejar datos de los clientes con mucho mayor detalle e aprovechamiento que antes....

^{*3*} (Laudon & Laudon, 2016, p. 368-369)

- 4) En base al caso de referencia 3 y en relación al sistema identificado como sistema nuevo, se pide: a) **identifica** el tipo de *aplicación empresarial* (de las estudiadas en este curso) que mejor se adapta con lo que describe el texto; b) **define y explica** los principales objetivos del tipo de aplicación empresarial identificada; c) **cita y explica** brevemente sus principales funciones. {2,2 puntos - 12 minutos}

- 5) Considera un projecte de sistemes d'informació amb una inversió inicial (any 0) de 50.000€ i uns fluxos nets positius deguts a la inversió de 10.500€ (l'any 1), 20.000€ (any 2) i 25.000€ (any 3) durant els tres anys de vida del projecte. **Es demana:** a) calcular el valor actual net (VAN o en anglès el Net Present Value [NPV]) si s'aplica una taxa de descompte del 5%, justificant si aquesta inversió és rendible o no; b) **explicar conceptualment** en què consisteix el càlcul d'aquest indicador; i c) **Aproximar i justificar de manera raonada**, sense calcular-ho formalment, quin és el TIR d'aquesta inversió? {1,6 punts - 8 minuts}