

5.8

1. Estamos de paso por Valparaíso y Groupon nos entrega ofertas sobre hoteles de la región en nuestros dispositivos móviles ¿A qué desarrollo nos referimos?

- ☐ Precio Transparente
- ☒ **Servicio basado en la locación**
- ☐ Ofertas con grandes descuentos
- ☐ Descuentos demográficos
- ☐ Ninguna de las anteriores



Correcta: B

Si una aplicación o servicio aprovecha el potencial de un dispositivo para saber nuestra ubicación, y hacernos ofertas, mostrarnos publicidad o informarnos sobre esta ubicación, entonces es un servicio que se basa en la locación.

2. ¿Por qué se dice que la publicidad es más eficiente en dispositivos móviles?

- ☐ Por el alcance que pueden tener nuestros mensajes
- ☐ Por el bajo costo
- ☐ Por la segmentación de la audiencia
- ☐ Por las menores barreras de entrada
- ☒ **a y c**



Correcta: E

En los dispositivos móviles y en comparación con otros medios, la publicidad mejora en términos de alcance, audiencia, viralidad y eficacia en la transacción.

3. Pensando en la Internet TV ¿Cómo NO debieran ser los modelos de negocio?

- ☐ Permitir la descarga o visualización del contenido tradicional, en cualquier momento
- ☒ **Trasladar la televisión convencional al nuevo formato 16:9**
- ☐ Interactividad del televidente con el emisor de contenido
- ☐ Trasladar las aplicaciones de la web al nuevo formato
- ☐ Combinar contenidos de TV con aplicaciones sociales o de entretenimiento



Correcta: B

El desafío para la Internet TV es juntar el contenido que tradicionalmente nos llega por este medio con las múltiples opciones que tenemos en la Web, dejándolo disponible en cualquier momento.

4. ¿Cómo puede potenciar negocios pequeños o medianos el uso de cloud computing?

- ☐ Con la reducción de costos de licenciamiento de Software
- ☐ Con la disminución de la necesidad de contar con grandes equipos para procesar información
- ☐ Con la mantención de la privacidad de sus datos
- ☐ Con la disponibilidad de la información en cualquier lugar
- ☒ **a, b y d**



Correcta: E

El cloud computing permite a las empresas reducir sus costos de varias formas, sobre todo le entrega la flexibilidad de aumentar o disminuir su infraestructura tecnológica, sin embargo, el mayor desafío es mantener los datos importantes a salvo, ya que terceras empresas tendrán el control de estos.

5. ¿Cuál NO sería un potenciador de las aplicaciones de realidad aumentada?

- ☐ La generación de contenido interactivo
- ☐ La adopción de tecnologías como GPS o Brújulas
- ☐ La posibilidad de conectarse a Internet desde cualquier dispositivo
- ☐ La masificación de la mensajería multimedia
- ☒ **La mejora en las cámaras digitales**



Correcta: D

La principal clave para que triunfe esta herramienta en particular, es lograr la mayor interacción posible del contenido disponible con los objetos del mundo real. De esta manera, es posible crear experiencias únicas de la realidad cuando interactuamos con ella, usando dispositivos conectados a Internet. Para esto la adopción de sensores de los dispositivos es clave, así como la conectividad de estos.

6. Si nuestro objetivo es lanzar una aplicación para móviles y pensamos en la experiencia del usuario, ¿En qué debiéramos fijarnos?

- ☐ En el usuario que la utilizará
- ☐ En la interfaz de la aplicación
- ☐ En la navegación que hará el usuario
- ☐ En la usabilidad
- ☒ **Todas las anteriores**



Correcta: E

Para lograr una buena experiencia de uso, hay que pensar en quien utilizará la aplicación, hay que analizar y conocer muy bien al usuario. Además hay que fijarse en la usabilidad, estudiar como será el recorrido en la aplicación, que la interacción con el usuario sea buena, y sobre todo preocuparse de la interfaz y cómo se verá.

7. ¿Cómo Mapcity logra potenciar su negocio B2B con la interacción de sus clientes B2C?

- ☐ Con publicidad en sus mapas abiertos a clientes B2C
- ☐ Con servicios orientados al público general



- ☐ Con aplicaciones de realidad aumentada
- ☒ **Mejorando su base de datos, por medio de información aportada por sus clientes B2C**
- ☐ Todas las anteriores



Correcta: D

El medio por el cual Mapcity llega a sus clientes B2B es por la utilización e interpretación de información relevante para estos clientes, y una de las formas para aumentar esta información, es consultándola a sus clientes B2C.

8. ¿Cuál es la principal característica de Mapcity para ser líder del mercado?

- ☐ La calidad de sus mapas
- ☐ Su relación con Google
- ☒ **La integración total en la cadena de valor**
- ☐ Su capacidad comercial
- ☐ Su capacidad técnica



Correcta: C

La característica principal de Mapcity hoy, es que se hace cargo de la cadena de valor completa. No sólo saben donde están los próximos clientes, también son capaces de contactarlos o atraerlos, para convertirlos de manera efectiva. Para ello cuentan con muchas herramientas que les permiten cerrar el ciclo completo del negocio con sus clientes.

9. ¿En qué se diferencia la Net Gen de la Generación Boomers?

- ☐ La Net Gen quiere personalizar y hacer propias las cosas
- ☐ La Generación Boomers es colaboradora por naturaleza
- ☐ La Net Gen disfruta de la lectura y su principal medio es la televisión
- ☐ El principal medio de generación Boomers es Internet
- ☒ **a y b**



Correcta: A

La Net Gen creció con el pensamiento colaborativo, de personalización y de libertad, esto lo diferencia de sus padres, la Generación Boomers.

10. ¿En qué se diferencia un consumidor convergente de uno convencional?

- ☐ Son menos exigentes con la calidad
- ☒ **Buscan servicios y productos creados de acuerdo a sus preferencias**
- ☐ Buscan servicios y productos masivos con los cuales no interactúan
- ☐ Son pasivos frente a la oferta
- ☐ Todas las anteriores



Correcta: B

Los consumidores convergentes buscan productos y servicios adecuados a sus necesidades, que adicionalmente puedan ser consumidos en función del tiempo, espacio y la plataforma en la que se encuentren.

