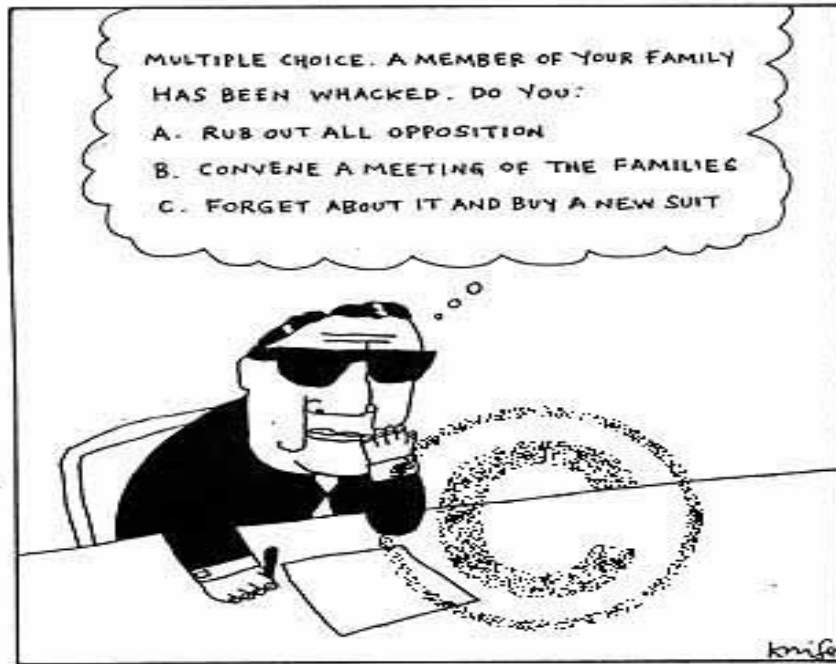


# Parcial 2 Consultoría en Negocios SI/TI 5k2 2010



MAFIA EXAMS

## MARKETING ESTRATEGICO

1- Un empresario solicita un sistema a un Ingeniero en sistemas. ¿Cuál de estas es una necesidad de deleite?

**Quiere que el sistema sea amigable, cómodo, llamativo en su interfaz.**

2- Cual de estas declaraciones es FALSA en el marketing.

**El Mercado Meta y el Meta Mercado son lo mismo, pero expresado al revés.**

3- ¿Porque es importante un Proceso CRM?

**Cuesta de cinco a diez veces más conseguir ingresos de un nuevo cliente, que mantener uno viejo y los clientes leales que recomiendan a otro cliente, generan ingresos a un costo muy bajo.**

4- Los objetivos de un CRM son:

- A- Retención de clientes.
- B- Adquisición de nuevos clientes.
- C- Rentabilidad de clientes.
- D- Las afirmaciones A, B y C son falsas
- E- **Las afirmaciones A, B y C son verdaderas**

5- En un CRM, la etapa de planificación de mercado, es aquella en la que:

**Se definen cuáles serán las ofertas, los canales de entrega, los programas y departamentos que se harán cargo de los clientes.**

1- Señale cuál de estos es un mercado demográfico

**Mercado de solteros de más de 30 años**

2- ¿La reputación de lealtad es una factor clave de éxito en que clase de mercado?

**Mercado de Empresas**

3- El Enfoque de Ventas en el marketing sostiene

**Si no se anima a los consumidores, estos no adquirirán suficientes productos de la empresa.**

4- ¿Cuál de estos **NO** es un cambio en la dirección de marketing?

**De emplear uno o dos proveedores a emplear multitud de proveedores para minimizar los costos.**

7- Si un producto se vende de a rachas, a veces en grandes cantidades y otras veces tiene muy poca demanda, estamos ante un caso de:

**Demanda irregular.**

8- Uno de estos **NO** es un tipo de cliente

**Futuros entrantes en la industria.**

9- Cual de estas afirmaciones es falsa cuando hablamos de un CRM

**Es mucho más barato adquirir un nuevo cliente que conservar uno viejo.**

13- Cual de estos enfoques es obligatorio en un CRM.

**Engloba todos los procesos, actividades y personas de la empresa.**

14- En el marketing uno a uno:

**A nivel tecnológico requiere almacenes de datos integrados, trabajo apoyado en Internet, diversos punto de contacto integrados y que el proceso se de en toda la organización**

15- Cual de estas opciones es verdadera en conceptos de Marketing

**El dinero no necesariamente es uno de los valores de cambio en las transacciones.**

16- En cuál de estas aplicaciones NO se ve la utilidad del marketing?

**Demanda**

17- Cual es la definición apropiada para Convergencia Sectorial en la evolución del marketing?

**Empresas añaden a sus líneas, productos o servicios de otras industrias o sectores**

18- Que es householding en CRM?

**Es una metodología para consolidar nombres y direcciones utilizadas en servicios financieros**

19- Cuál de estas etapas NO es parte de un proceso CRM típico?

**Segmentación y Extracción**

20- Cuál es la evolución correcta del marketing (de más antiguo a actual)?

**Masivo – Objetivo – Enfocado al Cliente – Uno a Uno**

1- ¿Cuál de estos es un mercado geográfico?

- ☒ A- Mercado Iberoamericano
- B- Mercado de cereales
- C- Mercado de zapatillas
- D- Mercado de solteros de más de 30 años
- E- Mercado Inmobiliario de Córdoba

2- ¿Cuál es la clase de Mercado donde se debe prestar especial atención al precio?

- A- Mercado Virtual
- B- Mercado de Consumidores
- C- Mercado Global
- D- Mercado de Empresas
- ☒ E- Sector Público y Mercados No Lucrativos

3- El Enfoque de Producto en el marketing sostiene

- A- Los consumidores favorecerán al producto con la mayor calidad
- ☒ B- Si no se anima a los consumidores, estos no adquirirán suficientes productos de la empresa.
- C- Los consumidores favorecerán al producto mas barato
- D- Todo importa en el marketing
- E- Propone "detectar y responder", centrándose en el comprador.

4- ¿El uso del enfoque Reactivo y Proactivo son parte de que enfoque de Marketing?

- ☒ A- Producción
- B- Producto.
- C- Ventas.
- D- Marketing.
- E- Marketing Holístico.

5- Un empresario solicita un sistema a un Ingeniero en sistemas. ¿Cuál de estas es una necesidad SECRETA?

- A- El empresario pide un sistema de producción.
- B- Necesita un sistema de producción para cumplir con las normas ISO.
- C- Quiere que el sistema sea amigable, cómodo, llamativo en su interfaz.
- ☒ D- Desea que el encargado de Producción de la empresa lo considere un comprador inteligente.
- E- Quiere poder ir modificando el sistema con el tiempo para afrontar los cambios internos y externos.



6- Si hay una necesidad en los consumidores, pero no hay producto o servicio que la satisfaga, estamos ante un caso de:

- A- Demanda negativa.
- ☒ B- Demanda latente.
- C- Demanda en declive.
- D- Demanda indeseable.
- E- Demanda irregular.

7- Cual de estos enfoques es FALSO en un CRM.

- A- Engloba todos los procesos, actividades y personas de la empresa.
- ☒ B- Es un sistema de uso exclusivo del área de Marketing.
- C- Está relacionado con los sistemas administrativos clásicos de la empresa.
- D- Requiere del compromiso de la Alta Gerencia de la empresa.
- E- A nivel tecnológico requiere un portal de Intranet, almacén de datos integrados, respuesta en tiempo Real, etc.

8- ¿En cuál de estos rubros es sumamente útil el marketing?

- A- Eventos.
- B- Organizaciones.
- C- Producción.
- D- Demanda.
- ☒ E- A y B son correctas.

9- ¿Cuál de estas etapas es parte de un proceso CRM típico?

- ☒ A- Segmentación y Extracción.
- B- Posicionamiento en el Meta Mercado.
- C- Análisis y Refinamiento.
- D- A y C son correctas.
- E- Ninguna de las anteriores es correcta.

10- La implementación de un sistema CRM es una tarea.

- A- Simple, involucra a las áreas de venta y post venta.
- B- Implica el cambio de todos los sistemas de gestión administrativa. Contabil...
- C- No neces...

## **SECTOR INDUSTRIAL (Ing. Morchio)**

- 1) Señale cuál de estas son las tres funciones principales de cualquier organización:  
**Marketing, Producción/operaciones, Finanzas/contabilidad**
- 2) ¿Cuál de los siguientes mencionan tres atributos de los servicios?  
**Se producen y consumen de manera simultánea, a menudo se basan en el conocimiento y tienen una fuerte interacción con los clientes**
- 3) ¿Cuál de los siguientes no es uno de los elementos requeridos (Inputs) para la Planificación de Necesidades de Materiales-MRP?:  
**Informe de Órdenes planificadas.**
- 4) ¿Cuál de los siguientes enunciados corresponde a la Teoría de los 5 Ceros en JIT?.  
**Cero Inventario, Cero Averías, Cero Defectos, Cero Papel- Burocracia, Cero retrasos**
- 5) ¿Cuál de las siguientes no son objetivos de las asociaciones JIT?  
**Eliminación de los costos financieros**
1. ¿Cuál de las siguientes actividades se la considera un cien por ciento servicio?  
**A. Asesoría**
2. Indique cual es la productividad para las siguientes operaciones: Tres empleados procesaron 600 pólizas de seguros la semana pasada. Trabajaron 8 horas diarias, 5 días por semana..  
**5 pólizas por hora**
3. ¿Cual de las siguientes no corresponde a tácticas de JIT?  
**Utilizar maquinarias fijas y especializadas.**
4. ¿Cual de las siguientes no corresponde a características de las asociaciones JIT?  
**Varios proveedores para un mismo artículo y estímulo a la competencia entre ellos**
- 3- ¿Cuál de los siguientes mencionan tres atributos de los bienes y de su producción?  
**Pueden revenderse, la venta es distinta de la producción y pueden inventariarse**
- 4- Entre las siguientes decisiones que suelen tomar los AO.¿Cual **NO** es una decisión estratégica ?  
**Gestión del abastecimiento**
- 7- En cual de los siguientes opciones, todas las características corresponden a un **Enfoque de Proceso**:  
**Tiene la ventaja de equipamiento con utilidad más general. Tiene el inconveniente de escasa utilización del equipo (del 5 al 25 por ciento). Los procesos similares están juntos.**
- 8- En cual de los siguientes opciones, todas las características corresponden a un **Proceso Repetitivo**:  
**Utiliza módulos que se combinan para conseguir distintos productos. Permite la quasi-personalización. Las instalaciones están organizadas en líneas de montaje.**
- 9- En cual de los siguientes opciones, todas las características corresponden a un **Enfoque del Producto**:  
**Gran cantidad de producción y poca variedad. El coste variable por unidad es más bajo. El equipo es más especializado.**
- 10- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones respecto a una **Lista de Materiales** no es correcta?  
**Los artículos se codifican en el nivel más alto que aparezcan**
- 11- ¿Cuál de las siguientes no es una de las tácticas empleadas para homogeneizar las cargas, mediante la **planificación de la capacidad empleando MRP**?  
**Congelamiento parcial del programa: implica no permitir modificaciones al programa en las fechas próximas a la entrega**
- 15- ¿Cual de las siguientes no corresponde a **tácticas de JIT**?  
**Programas modificables.**

16- ¿Cual de las siguientes no corresponde a **tácticas de JIT**?

**Existencia de inventarios “por si acaso”.**

17- ¿Cual de las siguientes no corresponde a **tácticas de JIT**?

**Empleados preparados en la estrategia de “empujar” en lugar de la de “tirar”**

20- Cual de las siguientes no corresponde a características de las **asociaciones JIT**?

**Especificaciones en detalle y abundantes, sobre el producto, impuestas a los proveedores.**

#### FORMULAS:

**productividad**=unidades producidas/insumos empleados

**productividad**= output/(trabajo + material + energia + capital + varios)

**productividad multifactorial** = cantidad a costo normal/(costo mano obra + costo materiales + gastos generales)

**VARIABLES DE LA PRODUCTIVIDAD:** Trabajo(10) , capital(38), gestión(52)

Características de bienes:	Características de servicios:
• Producto tangible.	• Productos intangibles.
• Separación entre consumo y producción.	• Se producen y consumen simultáneamente.
• Se pueden inventariar.	• Habitualmente son únicos.
• Poca interacción con el cliente.	• Gran interacción con el cliente.
• Definición consistente del bien.	• Definición del producto inconsistente.
	• Se basan normalmente en conocimientos.
	• Se suelen dar de forma dispersa.

Diferencias entre bienes y servicios		
	Bienes	Servicios
	• Pueden ser revendidos.	• No se suelen revender.
	• Puede inventariarse.	• Son difíciles de inventariar.
	• Se pueden medir algunos aspectos de su calidad.	• Su calidad es difícil de medir.
	• La venta es distinta de la producción.	• La venta es una parte del servicio.

Diferencias entre bienes y servicios - Continuación		
	Bienes	Servicios
	• El producto se puede transportar.	• El proveedor (no el producto) puede desplazarse.
	• El lugar de la instalación es importante para el coste.	• El lugar de la instalación importa para el contacto con el cliente.
	• Suele ser fácil de automatizar.	• Suele ser difícil de automatizar.
	• Los ingresos provienen en primer lugar del producto tangible.	• Los ingresos provienen en primer lugar de los servicios intangibles.

#### 1. Reducción del despilfarro

Teoría de los 5 ceros:

- Cero inventario
- Cero averías
- Cero defectos
- Cero papel
- Cero retrasos

#### 4. Sistema Kanban

Palabra japonesa que significa “tarjeta”.  
El Kanban contiene el origen, destino, identidad y cantidad requerida.



## UNIDAD N° 4: SECTOR INDUSTRIAL

1)- 1 Pts. ¿Cuál de los siguientes mencionan tres atributos de los servicios? Marque con X.

<input type="checkbox"/>	F- Son intangibles, tienen una fuerte interacción con el cliente y pueden inventariarse
<input type="checkbox"/>	G- La venta es distinta de la producción, son intangibles y la reventa es inusual
<input checked="" type="checkbox"/>	H- Se producen y consumen de manera simultánea, a menudo se basan en el conocimiento y tienen una fuerte interacción con los clientes
<input type="checkbox"/>	I- Se producen y consumen de manera simultánea, suele ser difícil automatizarlos y no tienen gran interacción con los clientes
<input type="checkbox"/>	J- Frecuentemente son únicos, se pueden transportar y a menudo se basan en el conocimiento

2)- 1 Pts. Coloque una X en las variables que causan los incrementos de la productividad:

a) Capacitación	<input checked="" type="checkbox"/>
b) Mano de Obra	<input checked="" type="checkbox"/>
c) Producción / Operación	<input checked="" type="checkbox"/>
d) Capital	<input type="checkbox"/>
e) SI/TI	<input type="checkbox"/>
f) Administración	<input type="checkbox"/>
g) Marketing	<input type="checkbox"/>

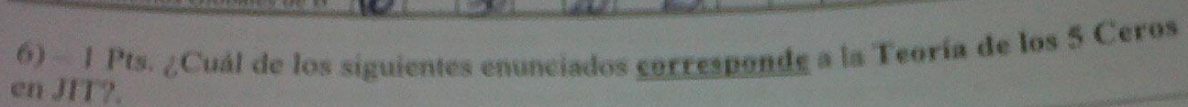
3) - 1 Pts. Señale con X a que Estrategia de Proceso corresponde cada característica, nombre o ejemplo.

	Enfoque en el proceso	Enfoque repetitivo	Enfoque en el producto	Personalización masiva
a) Hospital, taller de chapa y pintura de autos				<input checked="" type="checkbox"/>
b) Alto volumen y alta variedad				<input checked="" type="checkbox"/>
c) Operarios muy poco formados				
d) Embotelladoras de refrescos/Bobinas de papel		<input checked="" type="checkbox"/>		
e) Empleados altamente calificados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
f) Equipamiento especializado			<input checked="" type="checkbox"/>	
g) Planificación por modelos				
h) Planificación muy compleja				<input checked="" type="checkbox"/>
i) Harley Davidson, comidas rápidas	<input checked="" type="checkbox"/>			
j) modelos imaginativos, programación vigorosa, resultados rápidos	<input checked="" type="checkbox"/>			

4) - 1 Pts. Señale a cuál de los tipos de inventarios que mantienen las empresas, corresponden los siguientes materiales.

	Materias Primas	Trabajo en curso	Material para mantenimiento/ reparaciones/ operaciones	Productos terminados	Otros
a) Materiales auxiliares					<input checked="" type="checkbox"/>
b) Productos esperando ser entregados a los clientes				<input checked="" type="checkbox"/>	
c) mat. en tránsito		<input checked="" type="checkbox"/>			
d) mat. que integra el producto final	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
e) productos sin terminar		<input checked="" type="checkbox"/>			
f) WIP		<input checked="" type="checkbox"/>			
g) mat. para mantenimiento de equipos y procesos productivos			<input checked="" type="checkbox"/>		





- 7) 1 Pts. Indique 5 de los 11 elementos del Sistema JIT

5. Grupo Autodirigido (Empowerment)
- 8) 1 pts. El objetivo del sistema SMED es reducir el tiempo de preparación a una cifra de un dígito y distingue entre Actividades de preparación interna y

- 8) 1 pts. El objetivo del sistema SMED es reducir el tiempo de preparación a una cifra de un dígito y distingue entre Actividades de preparación interna y Actividades de preparación externa.

- 9) - 1 Pts. ¿Cuál de las siguientes no corresponde a características de las asociaciones JIT?

	A- Pocos Proveedores.
	B- Proveedores instalados en las cercanías.
	C- Ritmo de producción uniforme.
X	D- Acuerdos contractuales a corto plazo
	E- Burocracia mínima.
	F- Fomento de la extensión de JIT a sus proveedores.



1) Funciones básicas en una empresa.

**MKT-Finanzas-Operaciones**

2)Cuál de las siguientes características define un servicio?

**No se puede inventariar**

3)Cuál de las siguientes características define un producto?

4) Qué actividad es 100% un servicio?

**Asesoría**

5) Práctico de pólizas...muy parecido al que está en las filminas...

**15 pólizas/hora**

6) MRP- lista de materiales.Cuál es falso?

**Se codifica al nivel más alto(Falso, se codifica al mas bajo)**

7)Cuál no es una decisión estratégica?

**Gestión de abastecimiento.**

1)Cuál no es una característica JIT?

**Suprimir defectos**

2) Cuales no son tácticas de JIT?

**Planes detallados para proveedores(no son detallados ver bien)**

**Definicion de Eficiente:** la ausencia de recursos productivos ociosos, es decir, a que se están usando de la mejor manera posible los factores en la producción de bienes o servicios. (Wikipedia). Obtener los resultados esperados en determinada situación haciendo buen uso de los recursos.

**Definicion de Eficaz:** obtener los resultados esperados en determinada situación.

**Sistema KANBAN:** Rellenar espacios en blanco en el orden siguiente: tarjeta, origen, destino, identificación, cantidad.

## **SECTOR PÚBLICO**

- 1) ¿En un proceso de licitación, cual es la primera actividad que debe realizar el responsable de la misma?  
**Estudio de Mercado**
  - 2) El estado nacional se encuentra compuesto por:  
**Poder Ejecutivo, Legislativo, Judicial y organismos descentralizados.**
  - 3) De acuerdo al art. 3º del Dec. 378/2005 cuál es el plazo que se fija a los distintos organismos del Estado Nacional para elaborar el informe de “Diagnóstico de la situación del organismo con respecto al Plan Nacional de Gobierno Electrónico”?  
**120 (ciento veinte) días**
  - 4) El mencionado informe-diagnóstico debe ser presentado a:  
**La Subsecretaría de la Gestión Pública**
  - 5) ¿Cuáles son los programas e instrumentos que se desarrollarán en el marco del Plan Nacional de Gobierno Electrónico?  
**Guía de trámites, portal de gobierno, seguimiento de expedientes, ventanilla única, etc.**
- 
- 1- Hacer Lobby es:  
**Conjunto de acciones de comunicación llevadas a cabo por grupos de presión a fin hacer prevalecer sus intereses ante el poder político.**
  - 3- Para participar en una licitación es imperativo  
**Comprar el pliego de licitación en los términos estipulados.**
  - 4- En un proceso de licitación, algunas actividades tienen que ser abonadas por los que presentaron ofertas, estas son:  
**Adquirir el pliego y realizar impugnaciones.**
  - 5- ¿Cuáles de estas actividades se realizan un año antes de licitación?  
**Incluir Monto estimado de la licitación en el “Presupuesto Anual” y Recibir la aprobación del presupuesto.**
  - 6- . Cuál de estas afirmaciones es FALSA  
**Todas las compras (100%) de bienes y servicios del estado son a través de licitaciones.**
  - 7- El Régimen de contrataciones de la provincia de Córdoba se encuentra en:  
**Reglamento para la adquisición, enajenación y contratación de bienes y servicios del estado nacional.**
  - 9- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es Verdadera?  
**El estado Nacional tiene planeado informatizar todos los estamentos del estado a través del “Plan Nacional de Gobierno Electrónico”.**
  - 12.- De acuerdo al art. 10, el gasto que demande la aplicación de lo dispuesto en el presente será atendido con créditos de:  
**Cada jurisdicción y organismo**
  - 13- Para realizar una venta directa de un producto o servicio al estado, ¿que condición es absolutamente necesaria?  
**El monto del producto o servicio debe ser menor de una cifra estipulada.**
  - 14- El Decreto 378/2005:  
**Aprueba los lineamientos estratégicos para la elaboración del Plan Nacional de Gobierno electrónico.**
  - 16- ¿Cuales es uno de los dos objetivos prioritarios que se fijan en el art. 6º del Plan Nacional de Gobierno Electrónico?  
**La implementación de la tramitación electrónica de expedientes con la utilización de Firma Digital.**
  - 17- ¿En el anexo del mencionado decreto, cual es el objeto que se fija para el Plan Nacional de Gobierno electrónico?  
**Impulsar el uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).**
  - 18- ¿Cuales son algunos de los principios rectores del Plan Nacional de Electrónico de Gobierno?
    - A- Mejor servicio al cliente.
    - B- Mejor Gestión publica.
    - C- Reducción de costos.
    - D- Transparencia.



**E- Todos los anteriores.**

19- ¿Cuáles son algunos de los instrumentos que se fijan para el cumplimiento del plan Nacional de Gobierno electrónico?

**Internet, servicios de atención telefónica, servicios Web, timbrados electrónicos, etc.**

20- ¿Cuáles son algunas de las acciones concretas que ordena, en el art. 4º del anexo, definir y coordinar a la Subsecretaría de la Gestión Pública el Plan Nacional de Gobierno Electrónico?

**Atención en línea, expediente electrónico, seguridad, etc.**

3) Cuáles de los pasos son pagos?

**Compra de pliego**

**Impugnaciones**

4)Cuál es el primer paso?

**Estudio de mercado**

5)Cuál se hace el año anterior?

**Estudio de mercado**

**Incluir en presupuesto**

**Recibir aprobación**

6) Plazo para la primera entrega de diagnóstico

**120 días.**

7) Qué es imperante que haga un oferente?

**Opciones: comprar pliego-Impugnaciones-Observaciones (comprar pliego)**

8) Cómo está compuesto el Estado Nacional?

9) Decreto 378 Que es.....si aprueba lineamientos...

10) Art 5 Programas e Instrumentos

11) Art 6 Objeto

12) Principios Rectores

13) Instrumentos

14) Acciones concretas

ACLARACIÓN: es tal cuál como nos dio en la guía de preguntas....supuestamente fácil...las agrupa en opciones..