

Parcial 2 Consultoría en Negocios SI/TI 5k2 2010

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 un factor clave de éxito en qué 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- Señale cuál de estos es un mercado GEOGRAFICO
Mercado Iberoamericano
- 2- ¿Cuál es la clase de mercado donde se debe prestar especial atención al precio?
Sector público y mercados no lucrativos
- 3- El Enfoque de Producto en el marketing sostiene
Los consumidores favorecerán al producto con la mayor calidad
- 4- El uso del enfoque reactivo y proactivo son parte de que enfoque de marketing
Marketing
- 5- Un empresario solicita un sistema a un Ingeniero en sistemas. ¿Cuál de estas es una necesidad SECRETA?
Desea que el encargado de Producción de la empresa lo considere un comprador inteligente.
- 6- Si hay una necesidad en los consumidores pero no hay producto o servicio que la satisfaga, estamos ante un caso de
Demanda latente.
- 7- Cual de estos enfoques es FALSO en un CRM.
Es un sistema de uso exclusivo del área de Marketing.
- 8- En cuál de estos rubros es sumamente útil en 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?
Análisis y refinamiento
- 10- La implementación de un sistema CRM es una tarea
Implica el cambio de todos los sistemas de gestión administración-contable....
O ALGO COMO “usar la información de los sistemas de gestión de la empresa, generar nuevos procesos e ingresos de información para relacionarse con los clientes, incluir mensajería, un portal de intranet, etc.” QUE ESTA SACADO DEL APUNTE.

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 servicios?
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. ¿Cuál de las siguientes no corresponde a tácticas de JIT?
Utilizar maquinarias fijas y especializadas.
4. ¿Cuál 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. ¿Cuál **NO** es una decisión estratégica?
Gestión del abastecimiento
- 7- En cuál de las 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 cuál de las siguientes opciones, todas las características corresponden a un **Proceso Repetitivo**:
Utiliza *módulos* que se combinan para conseguir distintos productos. Permite la cuasi-personalización. Las instalaciones están organizadas en líneas de montaje.
- 9- En cuál de las 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- ¿Cuál de las siguientes no corresponde a **tácticas de JIT**?

Programas modificables.

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

Existencia de inventarios “por si acaso”.

17- ¿Cuál 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 + energía + capital + varios)

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

VARIABLES QUE INCREMENTAN 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.

1- ¿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

2- Coloque una x en las variables que causan los incrementos de la productividad

Capacidad	
Mano de obra (En las filminas dice Trabajo)	X
Producción/Operación	
Capital	X
SI/TI	
Administración (En las filminas dice Gestión)	X
Marketing	

3- 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
Hospital, Taller de chapa y pintura	X			
Alto volumen y alta variedad				X
Operarios muy poco formados			X	
Embotelladora de Refrescos/ Bobina de papel		X (?)		
Empleados altamente calificados	X			
Equipamiento especializado			X	
Planificación por modelos		X		
Planificación muy compleja	X			
Harley Davidson, Comidas rápidas		X		
Modelos imaginativos, programación vigorosa, resultados rápidos			X	

4- Señale 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
Materiales auxiliares			X		
Productos esperando ser entregado a los clientes				X	
Material en transito		X			
Material que integra el producto final	X				
Producto sin terminar		X			
WIP		X			
Materiales para mantenimiento de equipos y procesos productivos			X		

Ejemplo:

Diagrama de actividades:

```
graph TD; A[A] --> B[B]; A --> C[C]; S[S] --> B; S --> C;
```

Periodos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	T de entrega
Programa Maestro para A						40		20		10				1
Programa Maestro para B			20		30		5				10			5
Programa Maestro para S						10		40				10		
Requerimientos Globales de B	10		30		20		25							

Ceros

Derivación del programa marco

Programa A
Tiempo de entrega de A = 4
Programa marco de A

Periodos	5	6	7	8	9	10	11
		40		50			15

Programa S
Tiempo de entrega de S = 6
Programa marco de S

	8	9	10	11	12	13
		40		20		30

Programa maestro para B vendido directamente

	1	2	3
	10	10	

Necesidades brutas: B

Periodos	1	2	3	4	5	6	7	8
	10	$40+10=50$	40	50	20		$15+30=45$	

Por lo tanto, estas son las necesidades brutas de B

Cero Inventario, Cero Averías, Cero Defectos, Cero Papel- Burocracia, Cero retrasos

- Fábricas enfocadas
- Reducción del despilfarro
- Reducción de los tiempos de preparación (Sistema SMED)
- Sistema KANBAN
- Tecnología de grupo (CÉLULAS DE TRABAJO)
- Relación con proveedores (COMAKERSHIP)
- Respeto por las personas
- Nivelado de la producción
- Estandarización de operaciones y componentes
- Control autónomo de defectos (JIDOKA)
- Mantenimiento productivo Total

6

9- Cual de las siguientes no corresponde a Asociaciones de las características JIT

	Pocos proveedores
	Proveedores instalados en la cercanía
	Ritmo de producción uniforme
X	Acuerdo contractuales a largo plazo
	Burocracia mínima
	Fomento de la extensión 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 más 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)

Definición 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.

Definición 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, ¿qué 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- ¿Cuáles 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 pública.
- C- Reducción de costos.
- D- Transparencia.
- E- **Todos los anteriores.**

19- ¿Cuales 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 cual como nos dio en la guía de preguntas....supuestamente fácil...las agrupa en opciones..