

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. Generalmente, se utiliza el EDI cuando:
 - a. Las partes involucradas en el intercambio son autónomas
 - b. Las partes comparten un entendimiento predefinido, claro y común sobre los negocios y servicios a utilizar.
 - c. La información a intercambiar generalmente puede mapearse sobre mensajes normalizados.
 - d. Todas las anteriores.

3. IAC Colombia (GS1)
 - 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.

4. 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.

5. EDI es una herramienta que se utiliza principalmente para:
 - a. Reducción de costos.
 - b. Automatización de procesos.
 - c. Agilizar el flujo de Información
 - d. Todas las anteriores
 - e. Ninguna de las anteriores

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. 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

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

7 7 0	2 0 2 4	0 0 3 5 2	6
-------	---------	-----------	---

10. Comercio electrónico comprende:

- a. EDI
- b. E-mail
- c. Compras por la WWW
- d. Venta de productos y servicios por la WWW
- e. EFT
- f. Soporte a clientes o empleados por outsourcing
- g. Ninguna de las anteriores
- h. Todas las anteriores

11. La esencia o punto clave de EDI es la utilización de:

- a. VAN
- b. Mapeo
- c. Documentos
- d. Estándares
- e. Ninguna de las anteriores

12. E-business :

- a. Es cualquier iniciativa Internet ya sea táctica o estratégica que transforma las relaciones del negocio.
- b. Es la venta de productos a través de la red.
- c. Es una nueva manera de gestionar las compras de insumos vía electrónica.
- d. Es la manera de gestionar la cadena de abastecimiento estratégico.
- e. Es la identificación, evaluación y negociación de servicios vía electrónica.

13. 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

14. Tanto *e-business* como *e-commerce* consideran:

- a. Infraestructuras de comunicación y bases de datos
- b. Servidores de aplicaciones y herramientas de seguridad
- c. Creación de nuevas cadenas de valor entre clientes y proveedores
- d. Todas las anteriores
- e. Correctas la a y 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. Un modelo nuevo de negocios, que no existe en el mundo real, donde compradores y vendedores se juntan para obtener ventajas de las formas electrónicas de relacionamiento e intercambio, es lo que llamamos:

- a. E-Commerce
- b. E-Business
- c. E-Sourcing
- d. E-Marketplace
- e. Ninguna de las anteriores

17. Una estrategia en la cual distribuidores, proveedores y supermercados trabajan en forma mancomunada para dar un mejor valor a los consumidores a través de un enfoque conjunto, orientado a lograr una mayor eficiencia global de la Cadena de Abastecimiento es lo que llamamos:
- a. Scanning en el Punto de Ventas (POS)
 - b. Respuesta Eficiente al Consumidor (ECR)
 - c. Costeo Basado en Actividades (ABC)
 - d. Administración de la cadena de distribución (SCM)
 - e. Ninguna de las anteriores

18. Como principales transacciones EDI tenemos:

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

19. Enuncie dos diferencias entre Código de barras y el Código electrónico de producto:

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

20. Enuncie tres beneficios del comercio electrónico para el cliente:

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

21. Enuncie tres sectores del mercado y las aplicaciones que existan con EDI.

- a. _____

- b. _____

- c. _____

22. Relacionar las columnas

- | | | |
|-----------------------------------|----|--|
| 1. GTIN | a. | Involucra el uso de etiquetas especiales o TAG´s que emiten señales de radio. |
| 2. GLN | b. | Proveedores, Clientes, Distribuidores, Fabricantes |
| 3. VAN | c. | Avisos rectangulares parpadeantes. |
| 4. B2C | d. | Códigos de 13 dígitos que identifican a clientes y proveedores |
| 5. B2B | e. | Proveer el producto correcto, en el lugar correcto, en el momento correcto, en la cantidad correcta y de la forma más eficiente posible. |
| 6. B2E | f. | Negociación entre el proveedor y el detallista con el fin de lograr la mayor eficiencia y rentabilidad para ambos. |
| 7. E-Subastas | g. | Enseñanza a distancia caracterizada por una separación física entre profesor y alumno. |
| 8. E-coaching | h. | Ofrece a sus clientes una combinación de contenidos, tecnología y conectividad. |
| 9. Partner | i. | Para Interconexión y Renta del buzón |
| 10. Banners | j. | El flujo de los productos a través del sistema se ajusta a la demanda del consumidor. |
| 11. E-Learning | k. | Comercio con clientes |
| 12. Reuters | l. | Entrenamiento personalizado y confidencial llevado a cabo con un asesor especializado. |
| 13. B-Learning | m. | Representará una revolución para las redes de valor |
| 14. E-Marketing | n. | Utilizado para identificar cualquier artículo, producto o servicio. |
| 15. Administración por categorías | o. | Se hace sobre números de lote o unidades logísticas |
| 16. Trazabilidad | p. | Mezcla de campus virtual y enseñanza presencial |
| 17. EPC | q. | Personalización y acercamiento al cliente a través de la Internet. |
| 18. RFID | r. | Forma novedosa de optimizar el resultado de las negociaciones con proveedores o contratistas. |
| 19. Reposicionamiento eficiente | s. | Relaciones internas de la empresa con sus empleados |
| 20. Promociones Eficientes | t. | Negocios electrónicos entre empresas |