



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
INSTITUTO DE CIENCIAS MATEMÁTICAS
ADMINISTRACIÓN DE SISTEMA DE INFORMACIÓN
 Examen de la Segunda Evaluación
 II Término
 12/Febrero/2009

Nombre: _____



Tema 1: (10 puntos)

Califique como verdadero o falso las siguientes proposiciones:

Proposición	Valor
CRM es un aplicación de gestión de marketing	
En un BRMS el código de negocio "reglas" esta embebido en el código de aplicaciones.	
Variante en el tiempo es una característica de un Data Warehouse	
Datamart es orientado a un está en particular.	
E-Business es la forma de hacer negocio en internet.	

Tema 2: (10 puntos)

Escriba dentro del paréntesis el literal que establece la relación entre las palabras a los conceptos descriptos.

- | | |
|----------------------------------|---|
| a. E-market | <input type="checkbox"/> identificar, atraer, servir y extender. |
| b. Ciclo relación con el cliente | <input type="checkbox"/> inter government services |
| c. Business intelligence | <input type="checkbox"/> concentración en tecnología. |
| d. Error en un crm | <input type="checkbox"/> lugar electrónico de reunión compradores y vendedores. |
| e. _____ | <input type="checkbox"/> transformación datos brutos en información útil. |

Tema 3: (25 puntos)

- Mencione y explique las características de un Data Warehouse. (9 puntos)
- Explique cómo ayudaría a una organización la implementación de un Business Intelligence. (8 puntos)
- Qué beneficio generaría la implementación de un BRMS en el negocio? (8 puntos)

Tema 4: (25 puntos)

Agroproduza S.A una empresa fundada desde febrero del 94 cuya actividad principal es la importación de maquinarias y repuestos para cosechas de arroz en el sector agrícola. Posee una casa matriz en la ciudad de Guayaquil y sucursales en Daule, Ambato y Babahoyo. El gerente de ventas se encuentra interesado en conocer los detalles de reclamos y sugerencias presentados por los clientes acerca de los equipos vendidos y el trato de sus vendedores, el objetivo es identificar principales problemas y oportunidades de mejora para la organización. Conocer cuántos reclamos se han presentados y estos cuantos se han dada solución. Se posee un listado de problemas bases clasificados por categorías sobre los cuales se prevé realizar el análisis. Se espera identificar cual es la primera causa de novedad que presentan los clientes y en que sucursal se han receptado la mayor cantidad problemas.

Basada en la situación anterior realice:

- Modelo punto (10 puntos)
- Datamart basado en un esquema de estrella. (15 puntos)

Tema 5: (30 puntos)

Un día, el director de marketing de una empresa decide potenciar las ventas haciendo un envío por correo a los clientes actuales y potenciales de una promoción de un producto determinado a un precio menor del habitual.

Cuando les llega la promoción, los clientes que consumen productos que no son el de la promoción, tras un primer vistazo y darse cuenta que no es una promoción adecuada para ellos, deciden tirarlo a la basura y tienen una sensación de tratamiento impersonal con lo que asocian la marca a una experiencia "negativa".

Otro problema es que se hace el mismo tratamiento a clientes actuales que potenciales, cuando obviamente, las circunstancias de ambos son totalmente distintas y también debería de ser distinta la manera de comunicarse con ellos.

Además, cuando los clientes que les ha interesado la promoción telefonan a la empresa, las personas que les atienden no están perfectamente informadas de la promoción y tratamiento que tiene que hacer a estos clientes. Si el contacto se realiza a través del correo electrónico o del sitio web, no existe un procedimiento definido para contestar en breve, sino que se demora días y hasta semanas. Cuando alguien de ventas visita a los clientes y estos le hablan de la promoción, apenas saben de qué están hablando ya que fue una iniciativa de marketing que, aunque el director de ventas conocía, no les fue comunicada. Además, si varias personas de ventas visitan al mismo cliente, cada una de ellas no sabe lo que ha sucedido en las anteriores visitas ya que la información de cada una de las visitas no se comparte entre el personal de ventas sino que sólo la conoce el director.

Del caso anterior realice lo siguiente:

- Identifique los problemas que presentaba la organización. (4 puntos)
- Qué solución soportada en tecnología le podría dar usted a estos problemas que presenta la organización, para colaborar con el director de marketing. (4 puntos)
- Como le ayudaría a la organización la solución recomendada. (8 puntos)
- Que se requiere para que la organización pueda implementar la solución. (6 puntos)
- Qué impacto tendría la implementación de esta solución en las distintas áreas de la organización. (8 puntos)