

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
Instituto de Ciencias Matemáticas
INGENIERÍA EN AUDITORÍA Y CONTROL DE GESTIÓN
SISTEMAS ADMINISTRATIVOS FINANCIEROS
Examen de la Primera Evaluación
II Término – 10/diciembre/2010

Nombre: _____ Paralelo: _____



Examen: _____
 Lecciones: _____
 Talleres: _____
 Prácticas: _____

TEMA No. 1 (30 PUNTOS)

- a) (10 PUNTOS) Considere los siguientes sistemas de información que han sido desarrollados en una industria: **1** PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE PRODUCCIÓN, **2** INVENTARIO DE MATERIA PRIMA, **3** CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES, **4** DISEÑO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA, y **5** PLANEACIÓN DE UTILIDADES.

Clasifique cada uno, de acuerdo a los TIPOS principales de sistemas analizados en clase.

1	
2	
3	
4	
5	

- b) (10 PUNTOS) En base a las categorías de comercio electrónico anotadas, especifique un ejemplo en cada caso que muestre claramente los dos participantes que intervienen en las transacciones electrónicas.

B2C	
G2B	
B2B	
C2C	
G2C	

- c) (5 PUNTOS) Considere las siguientes decisiones que deben ser tomadas en una organización, indique a qué nivel de administración le corresponde asumirlas.

Disponibilidad de aulas para el dictado de clases	
Compras de los insumos para producción	
Apertura de una nueva sucursal	
Fusión con una empresa distribuidora	
Pago de nómina	

- d) (5 PUNTOS) Indique a qué tipo de actividad de la cadena de valor pertenecen los siguientes procesos de un banco o institución financiera.

Generación y monitoreo de créditos	
Desarrollo de software y tecnología	
Servicios Legales	
Servicios al Cliente	
Mercadeo y Venta de nuevos productos	

TEMA No. 2 (15 PUNTOS)

Internet: ¿Amigo e enemigo de los niños?

Internet tiene mucho que ofrecer a personas de todas las edades, incluyendo los niños. Por lo general, los niños en edad escolar utilizan Internet para realizar sus tareas escolares, descargar música, divertirse con los juegos y para contactar a otros niños. Un niño podría utilizar el correo electrónico o la mensajería instantánea para permanecer en contacto con sus amigos que se han mudado o con familiares que se encuentran lejos. Los niños tímidos podrían encontrar una comunidad en línea y grupos de "amigos" con quienes compartir los sentimientos que son incapaces de expresar en persona. Los niños que viven en áreas rurales pueden permanecer en contacto con otros niños que están geográficamente aislados.

Pero existe un lado oscuro en el uso de Internet. También puede aislar socialmente a los niños y exponerlos a actividades y experiencias perjudiciales.

Según el doctor David Bassler, psiquiatra de niños y adolescentes, algunos niños se vuelven demasiado solitarios como resultado de pasar mucho tiempo en Internet. Un niño tímido u obeso se puede convertir en una estrella de fútbol en un juego en línea o en un personaje en Facebook. Bassler cree que "un poco de esto es saludable, pero si empieza a convertirse en la actividad principal, se puede tornar un problema". Si permanece en línea durante largos períodos, un niño tímido o deprimido.

Cuando los niños pasan demasiado tiempo en línea, no hacen sus tareas escolares o no pueden concentrarse en la escuela porque sus actividades en línea consumen sus energías. Se olvidan de los deportes y otras actividades y no pasan tiempo suficiente con sus amigos del mundo real ni con sus familiares.

El correo electrónico y la mensajería instantánea pueden ayudar a los jóvenes a mantenerse en contacto con amigos y familiares pero también se pueden volver instrumentos para el "acoso cibernético". Diez millones de jóvenes utilizan Internet cada día, y uno de cada cinco han sido solicitados o contactados por un depredador, según datos del FBI.

Tomado de: "Sistemas de Información Gerencial", de Kenneth & Jane Laudon

- a) (10 PUNTOS) ¿El uso de Internet por los niños y adolescentes presenta un problema ético? Justifique su respuesta.
- b) (5 PUNTOS) ¿Los padres deben restringir a los niños y adolescentes el uso de Internet? Justifique su respuesta.

TEMA No. 3 (20 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 de la promoción, tras una primera revisión 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 clientes 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 llaman por teléfono a la empresa, las personas que les atienden no están perfectamente informadas de la promoción y el tratamiento que tienen 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.

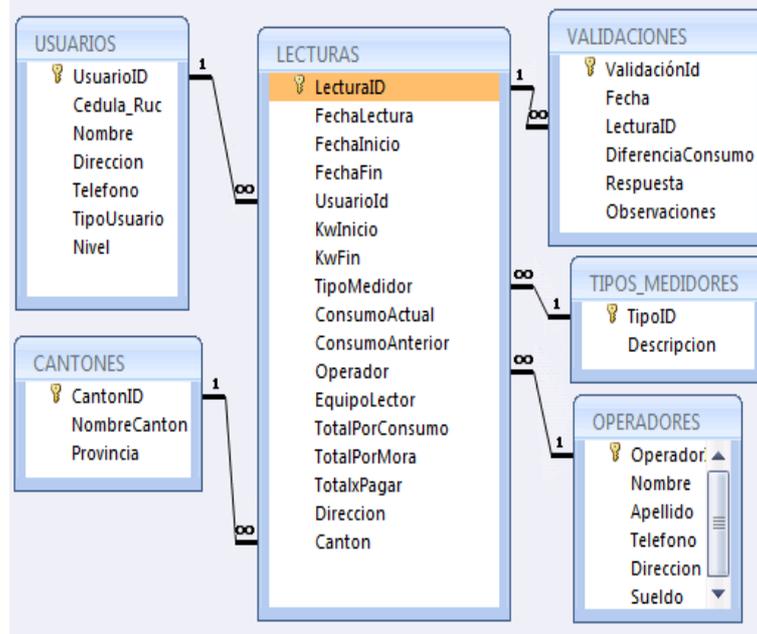
Cuando alguien de Ventas visita a los clientes y éstos le hablan de la promoción, apenas saben de qué están hablando ya que fue una iniciativa de Marketing que, aunque el director de Ventas conocía, no les fue comunicada. Además, si varias personas de Ventas visitan al mismo cliente, cada una de ellas 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.

Referente al caso expuesto:

- a) (5 PUNTOS) Identifique los problemas que presentaba la organización.
- b) (5 PUNTOS) ¿Qué solución soportada en tecnología le podría dar usted a estos problemas que presenta la organización, para colaborar con el director de Marketing?
- c) (10 PUNTOS) ¿Qué impacto tendría la implementación de esta solución en las distintas áreas de la organización? (5 puntos)

TEMA No. 4 (35 PUNTOS)

Considere la siguiente base de datos que posee información básica sobre LECTURAS de consumo eléctrico de los distintos usuarios:



- a) Diseñe la interfaz de usuario en VB, tal que utilizando los objetos más apropiados en cada formulario (con sus respectivos nombres), permitan:
 - i) (4 PUNTOS) Registrar una nueva VALIDACIÓN DE LECTURAS en la base de datos.
 - ii) (3 PUNTOS) Consultar en forma tabular las LECTURAS DE MEDIDORES, el nombre del usuario, la dirección, el teléfono, el consumo actual, el total por consumo y el total por mora, en base a un período de consulta y nombre del usuario.
 - iii) (3 PUNTOS) Consultar en forma gráfica el total de las LECTURAS MENSUALES considerando el total por consumo y el total por mora como un solo resultado, en base a un año en particular.
- b) (10 PUNTOS) Escriba las sentencias SQL para crear el procedimiento almacenado ConsLecturas, el cual permita consultar lo especificado en el literal a.ii) considerando un patrón de búsqueda para el nombre del usuario.
- c) (8 PUNTOS) Suponga que ya existe la variable global db de conexión a la base de datos Lecturas, escriba las sentencias VB para mostrar, en base al procedimiento del literal anterior, en el FlexGrid flxDatos la información resultante.
- d) (7 PUNTOS) Suponga que ya existe el procedimiento almacenado ConsMensual el cual devuelve el total por cada mes en base a un año en particular, escriba las sentencias VB para mostrar en el MsChart chtDatos la información resultante.