

---

**Solucionario de**

# ejercicios de autoevaluación



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 1

1. ¿Cuál de las siguientes es una característica del comercio digital apoyada en TIC?

- a. Producción exclusivamente física.
- b. Eliminación de barreras geográficas y arquitectónicas en el mercado.**
- c. Desconexión entre clientes y empresas.
- d. Eliminación del uso de datos para la toma de decisiones sobre estrategias.

2. ¿Qué herramienta TIC se utiliza para gestionar y analizar la relación con los clientes?

- a. CRM**
- b. *Blockchain*
- c. IoT
- d. Gamificación

3. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Una empresa o comercio puede utilizar recompensas virtuales por compras para incentivar la fidelización del cliente”.

- Verdadero
- Falso

4. La ventaja que aporta la vía omnicanal frente a la vía multicanal es...

- a. ... la separación de canales.
- b. ... una disminución del uso de la tecnología por parte del cliente.
- c. ... que integra una experiencia unificada para el cliente.**
- d. ... la exclusividad de ventas para las compras realizadas en la tienda física.

**5. En la propuesta de valor digital, el valor añadido se logra mediante:**

- a. Publicidad impresa
- b. Eliminación de redes sociales
- c. Emisión de correos postales al buzón del cliente
- d. Aplicación de la gamificación**

**6. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El cliente actual es un consumidor pasivo de productos y publicidad”.**

- Verdadero
- Falso

**7. En la aplicación de la gamificación, los retos y logros sirven para:**

- a. Disminuir la participación del cliente.
- b. Eliminar el servicio de reclamaciones.
- c. Sustituir el servicio de atención al cliente.
- d. Incentivar la interacción, el compromiso y la fidelización.**

**8. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La gamificación solo vale para el sector del ocio y entretenimiento”.**

- Verdadero
- Falso

**9. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “WhatsApp es una aplicación muy útil como herramienta conversacional”.**

- Verdadero
- Falso

**10. Las cerraduras inteligentes que se abren desde el móvil del usuario son un ejemplo de:**

- a. IoT**
- b. *Blockchain*
- c. *Big data*
- d. Realidad virtual

---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 2

#### 1. ¿Qué significa la abreviatura CRM?

- a. *Customer relationship marketing*
- b. *Customer relationship management***
- c. *Client resource management*
- d. *Commercial resource marketing*

#### 2. ¿Cuál de las siguientes no es una función principal de un CRM?

- a. Gestionar la relación con los clientes.
- b. Almacenar información de interacciones comerciales.
- c. Diseñar el logotipo de la empresa.**
- d. Analizar hábitos de compra.

#### 3. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un CRM solo sirve para grandes empresas, no para pequeños negocios”.

- Verdadero
- **Falso**

#### 4. En una papelería digital, ¿qué acción corresponde al uso de un CRM para fidelizar clientes?

- a. Crear un catálogo impreso genérico para todo el mercado.
- b. Enviar ofertas personalizadas según el historial de compras de cada cliente.**
- c. Rebajar precios en todos los productos de manera indiscriminada.
- d. Expandirse mediante la apertura de nuevas tiendas físicas en varias localidades.

#### 5. ¿Qué ventaja aporta la segmentación de clientes mediante CRM?

- a. Aumentar la producción en fábrica: cuanto más se vende, más se fabrica.
- b. Enviar mensajes más relevantes según los intereses de cada cliente.**

- c. Reducir la cantidad de datos almacenados.
- d. Sustituir completamente el servicio humano de atención al cliente.

**6. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El CRM permite integrar canales de comunicación, como redes sociales, e-mail o chatbots”.**

- Verdadero
- Falso

**7. ¿Cuál de los siguientes ejemplos representa la gamificación dentro de un CRM?**

- a. Aplicar descuentos generales en toda la tienda.
- b. Ofrecer un sistema de puntos y logros por compras repetidas y frecuentes.**
- c. Eliminar la atención personalizada.
- d. Publicar el catálogo en formato PDF y/o papel.

**8. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Los programas de fidelización gestionados por CRM pueden almacenar puntos, descuentos o beneficios de cada cliente”.**

- Verdadero
- Falso

**9. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El objetivo del CRM es únicamente vender más, sin importar la satisfacción del cliente”.**

- Verdadero
- Falso

10. En el contexto de una papelería digital, ¿cuál sería un ejemplo de comunicación digital proactiva a través del CRM?

- a. Publicar una lista genérica de precios en la web.
- b. Enviar recomendaciones personalizadas de cuadernos de repaso al terminar el curso escolar.**
- c. Esperar a que el cliente pregunte anticipadamente por *e-mail*, antes de ofrecerle algo.
- d. No almacenar información sobre las compras previas del cliente.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 3

1. ¿Cuál es el objetivo principal del *business intelligence* (BI)?

- a. Captar nuevos clientes exclusivamente.
- b. Transformar datos en información útil para la toma de decisiones.**
- c. Diseñar campañas publicitarias sin datos.
- d. Sustituir al equipo de *marketing*.

2. ¿Qué elemento no forma parte del ciclo de vida del BI?

- a. Captura de datos
- b. Procesamiento y análisis
- c. Visualización de resultados
- d. Diseño de producto**

3. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El BI es solo una herramienta informática, no implica procesos ni personas”.

- Verdadero
- **Falso**

4. ¿Qué tipo de inteligencia busca responder a la pregunta “¿qué pasará?”?

- a. Inteligencia descriptiva
- b. Inteligencia diagnóstica
- c. Inteligencia predictiva**
- d. Inteligencia prescriptiva

5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor el *big data*?

- a. Un *software* de generación de informes
- b. El análisis de grandes volúmenes de datos caracterizados por volumen, velocidad y variedad**
- c. La simple recopilación de datos internos de la empresa
- d. La sustitución del CRM

6. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La inteligencia prescriptiva recomienda acciones concretas basándose en los datos y modelos analizados”.

- Verdadero
- Falso

7. El *customer lifetime value* (CLV) mide:

- a. El número de clientes que abandonan la empresa.
- b. La rentabilidad acumulada que un cliente aporta durante toda su relación con la empresa.**
- c. El precio medio de los productos comprados.
- d. El coste de adquisición de un cliente.

8. ¿Cuál de las siguientes áreas es la que más utiliza BI para segmentación y campañas personalizadas?

- a. Finanzas
- b. Recursos Humanos
- c. Marketing**
- d. Logística

9. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un cliente que compra con frecuencia, aunque en pequeñas cantidades, puede tener mayor valor a largo plazo que uno que compra una sola vez en gran volumen”.

- Verdadero
- Falso

10. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Los casos de aplicación de BI se limitan a grandes corporaciones, ya que las pymes no pueden beneficiarse de estas tecnologías”.

- Verdadero
- Falso

---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 4

1. La movilidad digital permite:

- a. Trabajar únicamente desde la oficina.
- b. Acceder a la información y realizar tareas desde distintos lugares y dispositivos.**
- c. Acceder únicamente a servicios en la nube empresariales, restringiendo el acceso al ocio.
- d. Aumentar el tiempo de desplazamiento al trabajo.

2. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La ubicuidad se refiere a la posibilidad de acceder a la información y a los servicios digitales 24/7 desde cualquier lugar y dispositivo”.

- Verdadero
- Falso

3. Uno de los principales beneficios del *mobility* en el entorno laboral es:

- a. La obligación de estar siempre disponible
- b. La pérdida de control sobre la información
- c. La flexibilidad y el ahorro de tiempo en desplazamientos**
- d. La dependencia del dispositivo móvil

4. En el contexto de la gamificación móvil, el concepto de retroalimentación hace referencia a:

- a. El tipo de conexión a internet que usa la aplicación.
- b. La forma en que el sistema informa al usuario sobre su progreso.**
- c. El proceso de compra dentro de la aplicación.
- d. La calidad gráfica del entorno del juego.

5. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “En la gamificación móvil, todos los usuarios deben recibir las mismas recompensas, sin importar su perfil o nivel de esfuerzo, para mantener la igualdad, ya que lo importante es participar”.

- Verdadero
- Falso

6. Desde la perspectiva del diseño ético en la gamificación, un error común sería:

- a. Proporcionar recompensas justas y proporcionales al esfuerzo.
- b. Utilizar la gamificación para mejorar los hábitos de compra.
- c. Ofrecer recompensas mínimas después de un gran esfuerzo por parte del usuario.**
- d. Fomentar la autonomía y el progreso personal del jugador.

7. En una *app* dirigida a un mercado infantil, como el de la juguetería, o las manualidades, etc., el elemento más adecuado sería:

- a. Desafíos de planificación semanal con gráficos estadísticos
- b. Recompensas visuales coloridas, personajes animados y actividades cortas**
- c. Retos de productividad y panel de rendimiento
- d. Recompensas en forma de acumulación de puntos en productos pagados con tarjeta bancaria

8. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un diseño ético en la gamificación pretende mantener la motivación de los usuarios sin manipularlos ni generar dependencia hacia la aplicación”.

- Verdadero
- Falso

9. Uno de los riesgos asociados a la movilidad digital es:

- a. La mejora de la conciliación entre vida laboral y personal
- b. El ahorro de tiempo en las gestiones y tareas diarias
- c. La dependencia tecnológica y la dificultad para desconectar**
- d. El acceso inmediato a la información

10. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La movilidad digital garantiza automáticamente una mayor calidad de vida para todos los usuarios, sin generar riesgos”.

- Verdadero
- Falso



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 5

1. ¿Qué se entiende por mantenimiento correctivo en un sistema TIC?

- a. La incorporación de nuevas funcionalidades
- b. La resolución de errores o fallos ya detectados**
- c. La adaptación a cambios legales o normativos
- d. La planificación de actualizaciones periódicas

2. En un CRM, el registro y seguimiento de incidencias de soporte se utiliza principalmente para:

- a. Calcular métricas de conversión de ventas.
- b. Analizar la rentabilidad de productos.
- c. Mejorar la trazabilidad y fidelización del cliente.**
- d. Incrementar el tráfico en redes sociales.

3. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El mantenimiento preventivo se centra en corregir errores una vez que el sistema ha fallado”.

- Verdadero
- Falso

4. ¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de mantenimiento adaptativo?

- a. Corregir un error en la facturación.
- b. Actualizar una aplicación para que funcione con una nueva versión de Android.**
- c. Incorporar una nueva funcionalidad de recompensas.
- d. Crear un panel de control más intuitivo.

5. ¿Qué caracteriza al mantenimiento evolutivo?

- a. Se realiza antes de que aparezcan los fallos.
- b. Se centra en la seguridad de los datos.
- c. Introduce mejoras o nuevas funcionalidades.**
- d. Corrige errores en el código fuente.

6. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La omnicanalidad permite que el cliente reciba soporte de forma integrada por distintos canales (teléfono, chat, *app*, redes sociales)”.

- Verdadero
- Falso

7. ¿Cuál de los siguientes canales pertenece a los canales digitales de soporte?

- a. Teléfono
- b. Oficina presencial
- c. *Chatbot* o asistente virtual**
- d. Fax

8. En una estrategia de experiencia de cliente, el soporte técnico debe entenderse como:

- a. Un servicio independiente del *marketing*
- b. Una obligación sin impacto en la fidelización
- c. Una herramienta estratégica para la satisfacción del cliente**
- d. Un coste operativo prescindible

9. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un buen soporte posventa puede considerarse una extensión del *marketing* relacional”.

- Verdadero
- Falso

10. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La inteligencia artificial no tiene aplicación práctica en los servicios de soporte actuales”.

- Verdadero
- Falso

---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 6

1. ¿Cuál de los siguientes elementos es fundamental para una comunicación eficaz en el entorno digital?

- a. La longitud del mensaje
- b. El diseño gráfico de la página
- c. La claridad y coherencia del mensaje**
- d. La cantidad de *emojis* utilizados

2. Una barrera frecuente de la comunicación en redes sociales es:

- a. El exceso de interacción del cliente
- b. La interpretación literal del lenguaje escrito**
- c. La rapidez de conexión
- d. El uso de imágenes

3. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La ausencia de lenguaje no verbal en redes sociales puede causar malentendidos”.

- Verdadero
- Falso

4. La escucha activa en redes sociales implica principalmente:

- a. Comprender, analizar y responder de manera empática y oportuna.**
- b. Responder a todos los mensajes con plantilla estándar.
- c. Leer solo los comentarios positivos.
- d. Publicar contenido de forma continua.

5. ¿Cuál de estos elementos caracteriza la comunicación asertiva en entornos digitales?

- a. Evitar conflictos ignorando los comentarios negativos.
- b. Responder siempre con mensajes largos.
- c. Contestar de manera automática.
- d. Expresar opiniones con respeto y claridad.**

6. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La empatía digital consiste en utilizar únicamente frases amables”.

- Verdadero
- Falso

7. En la atención al cliente en redes sociales, un indicador clave de calidad es:

- a. El número de publicaciones al día
- b. El tiempo de respuesta**
- c. La cantidad de seguidores obtenidos
- d. El número de *hashtags* utilizados

8. Una recomendación básica para una buena comunicación escrita en redes sociales es:

- a. Usar abreviaturas en todos los mensajes.
- b. Emplear lenguaje claro, correcto y adaptado al público.**
- c. Redactar párrafos extensos.
- d. Evitar incluir llamadas a la acción.

9. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “En la atención al cliente en el entorno digital, la rapidez es más importante que la calidad del mensaje”.

- Verdadero
- Falso

10. Indica si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Escuchar activamente en redes sociales incluye observar conversaciones donde la empresa no es mencionada directamente”.

- Verdadero
- Falso