
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un sistema de información está ligado siempre a un sistema informático”.

- Verdadero
- Falso

2. ¿Dónde suele estar recogida toda la documentación de una empresa?

- a. En servidores externos.
- b. En ficheros informáticos dentro de ordenadores.
- c. En carpetas y archivadores.
- d. En la intranet de la empresa.

3. ¿Qué son los servidores?

- a. Un tipo de sistema de información que puede ser utilizado en una empresa.
- b. Son unos archivos informáticos que, instalados en un sitio web, almacenan información en los navegadores de los usuarios de dicho sitio web.
- c. **Ordenadores que forman parte de una red y que sirven para que varios usuarios almacenen en ellos información que pueda ser consultada e incluso modificada a su vez por otros usuarios.**
- d. Son unos archivos informáticos que ofrecen a los usuarios información sobre los sitios web que visitan.

4. ¿Para qué puede ser determinante el buen uso de la información?

- a. **Para que las empresas puedan tener ventajas competitivas.**
- b. Para que las empresas obtengan mejores resultados que su competencia.
- c. Para que los trabajadores se sientan partícipes de los éxitos de una empresa.
- d. Para almacenar correctamente los datos personales de los clientes de una empresa.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un sistema de información es un conjunto de medios y técnicas a través de las cuales se trata la información empresarial: entrada y procesamiento de datos, almacenamiento y uso o modificación, presentación, análisis y explotación”.

- Verdadero
- Falso

6. ¿Qué objetivos básicos deben tener los sistemas de información de una empresa?

- a. Simplificar procesos, proporcionar información y datos e interactuar con los usuarios.**
- b. Simplificar procesos y mejorar el posicionamiento de la marca en la mente de los clientes.
- c. Simplificar procesos y proporcionar información a la empresa.
- d. Simplificar procesos, mejorar el posicionamiento de marca de la empresa y proporcionar información a los directivos.

7. ¿Qué características debe tener un sistema de información?

- a. Disponibilidad, precisión, relevancia, procesamiento y ser escalable.
- b. Precisión, disponibilidad, relevancia, procesamiento y seguridad.
- c. Precisión, disponibilidad, relevancia y procesamiento.
- d. Precisión, disponibilidad, relevancia, procesamiento, seguridad y ser escalable.**

8. Dentro de una empresa, ¿en qué se basa la red de información informal?

- a. En amistades o intereses compartidos.**
- b. En la composición de sus departamentos.
- c. En relaciones profesionales.
- d. En amistades.

9. ¿Por qué es necesario establecer niveles de seguridad en el tratamiento de la información?

- a. Para impedir que la competencia tenga acceso a la información.
- b. Para prevenir posibles usos fraudulentos de dicha información.**
- c. Para evitar que la información sea robada por piratas informáticos.
- d. Para que solo los altos directivos de una empresa tengan acceso a ella.

10. ¿En qué está basado un sistema de expertos o inteligencia artificial?

- a. En bases de datos facilitadas por la empresa.
- b. En el conocimiento sobre temas concretos, siendo programados por los directivos de la empresa.
- c. No existen este tipo de sistemas de información.
- d. En el conocimiento sobre temas concretos. Son sistemas programados por expertos en dichas materias.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. ¿Cuál fue el uso original de los sistemas ERP?

- a. Uso militar por parte de la URSS.
- b. Uso empresarial, por parte de IBM.
- c. Uso político, por parte de la Administración de Estados Unidos.
- d. Uso militar por parte del Ejército de Estados Unidos.**

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un ERP está diseñado en diversos módulos”.

- Falso
- **Verdadero**

3. ¿Por qué decimos que un ERP sirve de apoyo a la toma de decisiones en el ámbito empresarial?

- a. Esa afirmación es falsa, un ERP no tiene esa función.
- b. Porque el rápido manejo de la información permite optimizar los procesos de toma de decisiones.**
- c. Porque permite centralizar todos los datos en un solo sistema.
- d. Porque permite unificar los datos de la cadena de logística con los financieros.

4. ¿Cuáles son las principales características de un sistema ERP?

- a. División en módulos, configuración adaptada al cliente y especialización avanzada.
- b. División en módulos, configuración adaptada al cliente, especialización avanzada, bases de datos centralizadas.**
- c. Bases de datos centralizadas, división en módulos y centralización de la capa financiera.
- d. Centralización de la capa cliente, bases de datos centralizadas, especialización avanzada y bases de datos centralizadas.

5. La empresa que se decante por implantar un sistema de ERP, ¿debe cambiar sus procesos de trabajo?

- a. No.
- b. Sí, pero no hay una causa que lo justifique.
- c. No, es contraproducente hacerlo.
- d. Sí, porque debe sincronizarlos con los que utilice el sistema ERP.**

6. ¿Cuál es la primera tarea que debería realizar una empresa que quisiese implantar un sistema ERP?

- a. Definición de los resultados que se quieren obtener.**
- b. Armonización de la estructura y las plataformas tecnológicas.
- c. Definición del modelo de negocio.
- d. Análisis del cambio en la organización.

7. ¿Qué perfiles profesionales debe haber en el equipo encargado de dirigir la implantación de un sistema ERP en una empresa?

- a. Técnicos del sistema ERP, técnicos de la propia compañía y usuarios finales del sistema.
- b. Únicamente técnicos del sistema ERP.
- c. Técnicos del sistema ERP y de la propia compañía, que sepan cómo trabaja esta.
- d. Directivos de la empresa que implante el ERP.**

8. ¿Cuáles son las principales ventajas de utilizar un sistema ERP?

- a. Fácilmente moldeable, integración con las redes sociales, seguridad de los datos y control de la calidad.
- b. Centralización de los datos, fácilmente moldeable, seguridad de los datos y control de la calidad.**
- c. Fácilmente moldeable, seguridad con los datos e integración con las campañas de *marketing*.
- d. Integración con el área de logística, seguridad en los datos y fácilmente moldeable.

9. ¿Por qué puede haber “atascos” en el trabajo en un ERP?

- a. Porque no son sistemas diseñados para soportar grandes volúmenes de datos.
- b. Porque algunos departamentos, o algunos trabajadores, no carguen adecuadamente los datos en el sistema.**
- c. Porque algunos departamentos sean reticentes al uso del nuevo sistema.
- d. Porque puede haber fallos técnicos en la implantación del sistema.

10. ¿Por qué pueden surgir problemas con los trabajadores a la hora de implantar un ERP en una empresa?

- a. Esta afirmación es falsa, ninguna empresa ha tenido problemas con sus trabajadores tras la implantación de un ERP.
- b. Por la falta de interés de los trabajadores en la aplicación y uso de las nuevas tecnologías.
- c. Porque la mayoría de las empresas no forman a sus trabajadores adecuadamente en el uso de este tipo de sistemas.
- d. Porque la falta de confianza en el nuevo sistema por parte de los trabajadores, o no saber cómo se utiliza adecuadamente, puede conllevar que el rendimiento de los trabajadores empeore en los primeros meses tras su implantación.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Entendemos por tecnología de la información a un sistema informático o equipo de telecomunicaciones que permite realizar tratamiento de datos”.

- Falso
- **Verdadero**

2. ¿Qué es un sistema de intercambio de información?

- a. Un grupo de ordenadores interconectados entre sí.
- b. Un sistema informático compuesto por ordenadores y servidores.
- c. Un grupo de valores que interactúan unos con otros para recopilar datos.
- d. Un grupo de herramientas y valores que interactúan unos con otros con el objetivo de recopilar una serie de datos.**

3. ¿Cuáles son los principales objetivos de un sistema de intercambio de información?

- a. Facilitar un rápido acceso a la información y un procesamiento adecuado de los datos.
- b. Ofrecer apoyo a la toma de decisiones en la empresa y aumentar su competitividad.
- c. Automatizar procedimientos empresariales y facilitar un rápido procesamiento de los datos.
- d. Automatizar procedimientos empresariales, facilitar información útil para la toma de decisiones y aumentar la competitividad de la empresa.**

4. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Los retrasos en las respuestas por parte de la empresa son uno de los principales problemas de comunicación con los proveedores”.

- **Verdadero**
- Falso

5. ¿Qué es un sistema de gestión documental?

- a. Un software informático que posibilita a las empresas gestionar con eficacia sus documentos.**
- b. Un *software* que posibilita el intercambio de información financiera entre la empresa y los proveedores.
- c. Una herramienta telemática que posibilita a las empresas gestionar con eficacia sus documentos.
- d. Una red de intercambio de información empresarial.

6. ¿Qué es G Suite?

- a. Un sistema de gestión documental.**
- b. Un sistema de intercambio de información entre empresas y clientes.
- c. Un sistema de gestión de relaciones entre empresas y proveedores.
- d. Una herramienta para realizar campañas de *email marketing*.

7. ¿Una buena política de comunicación con los proveedores puede mejorar los procedimientos logísticos de una empresa?

- a. No, son procesos independientes.
- b. Depende de si la empresa opera en el mercado internacional o nacional.
- c. No.
- d. Sí, especialmente órdenes de venta y preparación y envío de pedidos.**

8. ¿Qué factores se deben trabajar especialmente para fidelizar a un cliente?

- a. La confianza y la exclusividad.**
- b. La confianza y la calidad.
- c. La calidad y la exclusividad.
- d. La calidad, la exclusividad y la confianza.

9. ¿Qué es el e-mail marketing?

- a. Una estrategia de fidelización de clientes a través del correo electrónico.
- b. Un método de fidelización de clientes a través de una página web corporativa.
- c. Una estrategia de captación y fidelización de clientes mediante el envío de correos electrónicos comerciales o informativos.**
- d. Una estrategia de captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales.

10. En España, ¿qué leyes regulan los intercambios de información entre empresas?

- a. La Ley de Defensa de la Competencia y la Ley Orgánica de Protección de Datos.
- b. La Ley de Libre Mercado y la Ley de Competencia Desleal.
- c. La Ley de Competencia Desleal y la Ley de Libertad Empresarial.
- d. La Ley de Defensa de la Competencia y la Ley de Competencia Desleal.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. ¿Para qué sirve la analítica web?

- a. Para medir los resultados de una estrategia de posicionamiento SEO.
- b. Para estudiar los resultados de una estrategia de *marketing* en el ámbito digital.**
- c. Para comprobar cuántos visitantes recibe una página web.
- d. Para indicar el número de ventas de un producto a través de internet.

2. En una empresa, ¿qué departamentos pueden querer analizar los resultados que se desprenden de la analítica web?

- a. Los de desarrollo, diseño web, informática, sistemas, *marketing*, comunicación.
- b. Los de desarrollo, diseño web, informática, sistemas, *marketing*, comunicación, *Social Media* y estrategia.**
- c. Los de desarrollo, diseño web, informática, sistemas, *marketing*, comunicación y *Social Media*.
- d. Los de diseño web, informática, comunicación y ventas.

3. ¿Qué tipos de analítica se pueden aplicar a una estrategia de *marketing* digital?

- a. Analítica cuántica y cualitativa.
- b. Analítica cuantitativa y cualitativa.**
- c. Analítica cuantitativa y semántica.
- d. Analítica cualitativa y estadística.

4. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "La analítica cualitativa sirve para mejorar algunos aspectos de la web en función a las opiniones de los usuarios y a la utilización que hagan estos del sitio web".

- Falso
- Verdadero

5. ¿Qué es lo primero que hay que hacer a la hora de medir el rendimiento de una página web?

- a. Desarrollar previamente una estrategia de *marketing* digital, para poder medir sus resultados.
- b. Desarrollar un sistema de venta *online*.
- c. Fijar los objetivos que se quieren conseguir con la misma.**
- d. Crear canales de difusión en las redes sociales.

6. ¿Cuáles son los principales objetivos estratégicos de negocio?

- a. Aumentar el número de visitas a la página web, fidelizar clientes, potenciar la imagen de marca.
- b. Aumentar la facturación de la empresa y mejorar el posicionamiento SEO de la marca.
- c. Fidelizar clientes, captar clientes y aumentar la facturación de la empresa.
- d. Aumentar la facturación de la empresa, fidelizar clientes, captar clientes, mejorar la imagen de marca.**

7. ¿Qué deben medir los KPI?

- a. El número de visitantes de un sitio web.
- b. Aspectos tangibles e importantes para la empresa de un modo sostenido en el tiempo.**
- c. Aspectos importantes para la empresa, de un modo puntual.
- d. Los KPI no se aplican en la analítica web.

8. ¿Para qué sirve la pestaña "Conversiones" de Google Analytics?

- a. Para configurar diversos objetivos que te permitirán medir los ingresos obtenidos.**
- b. Para convertir a los visitantes en clientes.
- c. No existe tal pestaña en *Google Analytics*.
- d. Para configurar objetivos que permitan mejorar el ratio de conversiones en el sitio web.

9. ¿Qué entendemos por CTR de las palabras clave?

- a. Es una estrategia de fidelización de clientes a través del posicionamiento SEO.
- b. Es una KPI que mide la tasa de fidelización de clientes a través de una página web corporativa.
- c. La proporción de clics sobre las palabras clave a través de las cuales los usuarios nos están encontrando en la web.**
- d. Se trata de una estrategia de captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales.

10. En el análisis del rendimiento de una empresa en las redes sociales, ¿qué se consigue al estudiar conjuntamente las variables interacciones de los usuarios y visibilidad?

- a. Conocer el alcance de las publicaciones de la marca.
- b. Determinar la autoridad de la marca en las redes sociales.
- c. Evaluar la imagen que los seguidores tienen de la marca o conocer qué contenidos son los más valorados.**
- d. Evaluar la imagen que los seguidores tienen de la marca en las redes sociales.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 5

1. ¿Qué entendemos por *business intelligence*?

- a. Es un grupo de métodos empresariales, aplicaciones informáticas y tecnologías de la información que consiguen reunir y convertir en información los datos de un negocio.
- b. Es un método empresarial que consigue reunir, depurar y convertir en información los datos de cada área de un negocio.
- c. Es un grupo de métodos empresariales, aplicaciones informáticas y tecnologías de la información que consiguen reunir, depurar y convertir en información los datos de cada área de un negocio.**
- d. Es un grupo de métodos empresariales y tecnologías de la información que consiguen depurar y convertir en información los datos de un negocio.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Una base de datos es una herramienta o *software* informático en el que se almacenan datos”.

- Falso
- **Verdadero**

3. ¿Qué pueden conseguir las empresas gracias a las herramientas de *Business Intelligence*?

- a. Desarrollar nuevas campañas de *marketing* en nuevos nichos de mercado.
- b. Controlar mejor el trabajo de sus empleados.
- c. Mejorar sus resultados de una manera sostenida en el tiempo, gracias al análisis de los datos.**
- d. Tener un mejor acceso a la información sobre su negocio.

4. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Las herramientas para descubrir nuevos datos recopilan y evalúan nueva información y la analizan para efectuar proyecciones de futuro”.

- Verdadero
- Falso

5. ¿Para qué sirve un cuadro de mando integral?

- a. Para posibilitar a las empresas el seguimiento de sus objetivos.
- b. Para estudiar y mejorar procesos empresariales.
- c. Para mejorar los resultados empresariales.
- d. Para posibilitar a las empresas el establecimiento y seguimiento de sus objetivos, así como de los que se marquen los diversos departamentos.**

6. ¿Cuáles son los principales beneficios de la implantación de un cuadro de mando integral en una empresa?

- a. Facilita el consenso, permite marcar un rumbo, unificar esfuerzos, permite analizar y corregir errores.**
- b. Aumentar la facturación de la empresa y mejorar la reputación *online* de la marca.
- c. Fidelizar clientes, facilitar el consenso, marcar un rumbo y aumentar la facturación de la empresa.
- d. Facilita el consenso, permitir marcar un rumbo, unificar esfuerzos, fidelizar clientes y corregir errores.

7. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Para diseñar correctamente un cuadro de mando operativo, no es necesario establecer las métricas que se van a medir”.

- Verdadero
- Falso

8. ¿Qué es un sistema de información gerencial?

- a. **Un sistema de soporte a la decisión.**
- b. Un tipo de cuadro de mando integral.
- c. Un tipo de base de datos.
- d. Un cuadro de mando operativo.

9. ¿Cuáles son las principales ventajas de las *datamarts*?

- a. Elevado volumen de datos, mayor rapidez de consulta, consultas sencillas, validación directa de la información, facilidad para obtener un "histórico" de los datos.
- b. **Poco volumen de datos, mayor rapidez de consulta, consultas sencillas, validación directa de la información, facilidad para obtener un "histórico" de los datos.**
- c. Poco volumen de datos, mayor rapidez de consulta, consultas sencillas, validación indirecta de la información, facilidad para obtener un "histórico" de los datos.
- d. Poco volumen de datos, mayor rapidez de consulta, consultas sencillas, validación directa de la información.

10. ¿Para qué público objetivo está diseñada especialmente la herramienta *Microsoft Dynamics NAV*?

- a. Para multinacionales.
- b. Para autónomos.
- c. Para grandes empresas.
- d. **Para pymes.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 6

1. El big data está formado por:

- a. Grupos de datos de gran tamaño.
- b. Grupos de datos de gran tamaño y complejidad.
- c. Grupos de datos de gran tamaño, complejidad y velocidad de crecimiento.**
- d. Grupos de datos de gran complejidad.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La complejidad del big data viene causada especialmente porque la gran mayoría de los datos que se generan y recopilan no están estructurados”.

- Falso
- **Verdadero**

3. ¿A qué puede ayudar a las empresas realizar un análisis efectivo del *big data*?

- a. A desarrollar nuevas campañas de *marketing* en nuevos nichos de mercado.
- b. A mejorar sus campañas de *marketing* digital, basándose en los datos recopilados.
- c. A aprovechar con mayor eficacia los datos, pudiendo hacer uso de los mismos para detectar nuevas oportunidades de negocio.
- d. A aprovechar con mayor eficacia los datos, pudiendo hacer uso de los mismos para detectar nuevas oportunidades de negocio, corregir fallos en la marcha del mismo y potenciar los aciertos.**

4. **¿Cuáles son las principales ventajas del *big data*?**

- a. **Reducción de costes, aumento de la rapidez en la toma de decisiones, detección de oportunidades de mercado.**
- b. Detección de oportunidades de mercado y reducción de costes.
- c. Mejora de los resultados de la empresa y reducción de costes.
- d. Aumento de la rapidez en la toma de decisiones, reducción de costes y mejora de los resultados empresariales.

5. **Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El *big data* solo puede ser usado por las grandes empresas”.**

- Verdadero
- Falso

6. **¿Cuáles son las 5V del *big data*?**

- a. **Volumen, velocidad, variedad, veracidad y valor.**
- b. Volumen, velocidad, valentía, veracidad y valor.
- c. Volumen, velocidad, variedad y veracidad.
- d. Volumen, versatilidad, variedad, veracidad y valor.

7. **¿Para qué es importante la calidad de los datos usados en el *big data*?**

- a. Para que las empresas puedan obtener ventajas competitivas respecto a la competencia.
- b. **Para que las empresas puedan tener ventajas competitivas, y para impedir que cometan errores estratégicos derivados de una incorrecta interpretación de los datos.**
- c. Para reducir los costes derivados del análisis de los datos del *big data*.
- d. Para impedir que las empresas cometan errores en el análisis de los datos y para reducir los costes derivados del análisis de los mismos.

8. En *big data*, ¿a qué hace referencia la gobernabilidad de los datos?

- a. A los sistemas de seguridad usados en el tratamiento de los datos personales.
- b. A la trazabilidad de los datos.
- c. A la estrategia de recolección y análisis de los datos y a la tecnología que se utilice en dicho proceso.**
- d. A la consistencia de los cuadros de mando operativos utilizados en el proceso de recopilación de datos.

9. ¿Cuáles son los tipos de datos existentes en *big data*?

- a. Estructurados y no estructurados.
- b. Estructurados, semiestructurados y no estructurados.
- c. No estructurados, semiestructurados y estructurados.**
- d. Microdatos y maxidatos.

10. ¿En qué capas tecnológicas debe construirse una solución de *big data*?

- a. Almacenamiento y análisis.
- b. Almacenamiento, procesamiento y análisis.**
- c. Almacenamiento, procesamiento, análisis y toma de decisiones.
- d. Almacenamiento y procesamiento.

