Redactado — refuerzo de subtema solo NS con una única ficha, sin fuente de examen real

FICHA B5-P17

Un sistema de información en una cadena de supermercados

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.5.9 Sistemas de información para la gestión (NS)	**Secundaria**	**o (2 / 3)	**14 pts . a)2 + b)2 + c)4 + d)6**	**18 min**

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Defina (a) . Calcule (b) . Explique (c) . Discuta (d)	Sistemas de información para la gestión (MIS) . Análisis de datos . Ética de los datos

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: calculadora; no hace falta nada más.

PRERREQUISITOS

- Un sistema de información para la gestión (MIS) recoge, almacena y analiza datos para ayudar a tomar decisiones
- Los datos de clientes (tarjetas de fidelización, compras online) permiten personalizar ofertas, pero plantean riesgos de privacidad
- El periodo de recuperación = inversión inicial / ahorro anual

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 12 min. Es una referencia para situarte, no un cronómetro.

ENUNCIADO

La cadena SuperMía, con 40 supermercados, quiere implantar un sistema de información que combine los datos de la tarjeta de fidelización con el inventario de las tiendas. Cuesta $350.000 y se espera que ahorre $120.000 al año (menos mermas y mejor reposición). El sistema también permitiría enviar ofertas personalizadas según las compras de cada cliente.

a) Defina el término "sistema de información para la gestión". [2]

b) Calcule el periodo de recuperación de la inversión (en años y meses). [2]

c) Explique una ventaja y una limitación del sistema para las operaciones de SuperMía. [4]

d) Discuta una cuestión ética del uso de los datos de los clientes y cómo debería responder SuperMía. [6]

FICHA B5-P17

Un sistema de información en una cadena de supermercados

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General — la (a) y la (b) son directas; la (c) y la (d) aplican la teoría a SuperMía.
2	Apartado a) — es un sistema que reúne datos y los convierte en información útil para decidir.
3	Apartado b) — 350.000 / 120.000 = 2,92 años. Convierte 0,92 de año a meses multiplicando por 12.
4	Apartado c) — ventaja: mejor control del inventario y menos mermas; limitación: coste, errores de datos, dependencia de la tecnología y formación del personal.
5	Apartado d) — piensa en la privacidad: ¿saben los clientes cómo se usan sus datos? ¿Qué pasa si se filtran?
6	Apartado d), respuesta — transparencia, consentimiento, seguridad de los datos y límites en el uso.

TEORIA BASICA

- Un MIS convierte datos en información para tomar decisiones y controlar las operaciones.
- Los datos personales exigen consentimiento, seguridad y un uso transparente; el uso indebido daña la confianza y puede acarrear sanciones.
- Los beneficios de un MIS dependen de la calidad de los datos y de que el personal sepa usarlo.

REFUERZO

LIBRO Gestión Empresarial BI v1 — Bloque 5, gestión de sistemas de información.

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-4): definición vaga; cálculo incorrecto.

Medio (5-9): todo correcto; la cuestión ética descrita sin una respuesta concreta.

Alto (10-14): todo correcto; la cuestión ética argumentada con respuestas concretas y equilibradas.

RESPUESTA MODELO

a) Un sistema de información para la gestión es un sistema que recoge, almacena y analiza datos y los convierte en información útil para que los directivos tomen decisiones.

b) 350.000 / 120.000 = 2,92 años, es decir, 2 años y unos 11 meses.

c) Ventaja: al combinar las ventas con el inventario, SuperMía sabe qué reponer en cada tienda, reduciendo mermas y roturas de stock, que es el ahorro previsto de $120.000. Limitación: cuesta $350.000 y tarda unos 3 años en recuperarse; si los datos de inventario tienen errores o el personal no está formado, las decisiones serán peores.

d) Una cuestión ética es la privacidad: usar las compras de cada cliente para enviar ofertas personalizadas puede resultar invasivo si el cliente no sabe cómo se usan sus datos, y una filtración causaría un daño serio a la confianza. SuperMía debería informar de forma clara de qué datos recoge y para qué, pedir el consentimiento de los clientes para ofertas personalizadas, proteger los datos con medidas de seguridad y no venderlos a terceros. Limitación: ser muy restrictivo puede reducir la eficacia del marketing; la empresa debe equilibrar el beneficio comercial con la confianza de sus clientes.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿¿Qué es un MIS y para qué sirve?

¿¿Qué problemas éticos plantea el uso de datos de clientes?

¿¿Qué se me olvidó incluir la primera vez?

REGISTRO DE INTENTOS

Fecha	H. inicio	H. fin	Verbo OK	Evidencia caso OK	Banda autoeval.	Repetir

ESPACIO DE TRABAJO ADICIONAL