

PREGUNTAS

- 1.- ¿Las compañías telefónicas existentes en la actualidad, se mueven en un entorno munificente?
- 2.- ¿La estrategia de diferenciación consiste en fabricar uno o varios productos o servicios incurriendo en unos costes inferiores a los de la competencia, sin disminuir la calidad ni el servicio?
- 3.- ¿Podemos considerar como un recurso tangible de nuestra empresa una patente?
- 4.- Si creamos una empresa en un determinado sector, el coste unitario de producción es el mismo para nosotros y para el resto de empresas en el sector.
- 5.- Un emprendedor debe estar dispuesto a asumir un riesgo económico al crear una empresa.
- 6.- ¿La estrategia de diferenciación consiste en fabricar uno o varios productos o servicios incurriendo en unos costes inferiores a los de la competencia, sin disminuir la calidad ni el servicio?
- 7.- Todo proceso de una empresa acaba con un control y seguimiento.
- 8.- ¿La complejidad del entorno viene determinada por la dificultad económica que nos encontramos para acceder a ese sector?
- 9.- ¿La empresa de autobuses rober de granada presenta un entorno hostil?
- 10.- ¿Dirías que una empresa de telefonía móvil y una tienda de zapatos pertenecen al mismo grupo estratégico?
- 11.- Un recurso clave para la respuesta rápida y la anticipación de la empresa a una oportunidad es la flexibilidad de respuesta.
- 12.- Gracias al análisis PESTEL podemos analizar los factores que afectan únicamente a nuestra empresa.
- 13.- La economía de escala se basa en la reducción de los costes de fabricación a medida que aumenta el volumen de producción.

- 14.- Para poder llegar a ser inimitable y tener una VC sostenible necesitaremos recursos intangibles ligados a recursos humanos.
- 15.- Una de las fuerzas competitivas es el poder de negociación de los clientes, y una de sus características es la unión de éstos y su integración hacia delante.
- 16.- Un entorno con mucha incertidumbre es aquel que se caracteriza por ser dinámico, complejo, integrado y munificente.
- 17.- El coste total medio es el cociente entre el coste total y el coste variable.
- 18.- Un emprendedor es aquella persona o grupo de personas, que da vida a la empresa; coordina, dirige y controla el proceso productivo.
- 19.- En el análisis PESTEL se identifican las condiciones internas de una empresa.
- 20.- El punto muerto o umbral de rentabilidad determina aquel volumen de operaciones en el que la empresa cubre todos sus costes fijos, así como los costes variables de producción y de comercialización correspondientes a ese volumen.
- 21.- Si un sector está poco concentrado tiene una gran competencia.
- 22.- El sector informático cuenta con un entorno munificente y sencillo.
- 23.- Si el producto de un sector determinado está diferenciado, los clientes tienen un bajo poder de negociación.
- 24.- Una empresa que ofrece un producto diferente a los de los competidores, está utilizando una estrategia de enfoque.
- 25.- La integración hacia delante se da cuando una empresa se convierte en su propio proveedor.
- 26.- El grado de rivalidad en un sector es menor cuando el crecimiento de este es lento, ya que existen menos competidores.
- 27.- La integración hacia delante es cuando el cliente, que es una empresa, se convierte en su propio proveedor.
- 28.- Las amortizaciones en el comienzo de una empresa no son beneficiosas ya que suponen un gran gasto para ésta.
- 29.- La previsión de ventas consiste en la estimación racional del volumen de ventas para todo el ciclo de vida de la empresa.

30.- Los productos sustitutos son los que satisfacen las mismas necesidades que las que satisface el producto que ofrece la industria.

31.-El objetivo del análisis PESTEL es identificar los factores que influyen en el sector en el que se encuentra la organización.

32.-El análisis PESTEL se centra en el estudio de los factores político-legales, Tecnológicos, Socioculturales y demográficos.

33.-En el análisis DAFO se analizan los puntos fuertes internos y los puntos fuertes externos.

34.- Hay dos tipos de estrategias empresariales, la estrategia liderazgo en costes y la estrategia de diferenciación.

35.- La estrategia de enfoque consiste fabricar uno o varios productos o servicios incurriendo en unos costes inferiores a los de la competencia, sin disminuir la calidad ni el servicio.

36.- Una empresa se presenta en un entorno dinámico, complejo, diverso y hostil. El grado de incertidumbre de este sector es bajo.

37.- El análisis PEST evalúa la situación actual de una empresa.

38.- Los trabajadores representan una parte de los recursos físicos de la empresa.

39.- Una empresa proveedora de materia prima para la industria ha conseguido diferenciar su producto del resto de sus competidores. Por este motivo tendrá mayor poder negociador ante cualquier cliente al que abastezca.

40.- El coste variable se llama así porque depende de las fluctuaciones del mercado.

41.- La subcontratación de parte o toda la producción de los bienes de una empresa, para que dicha empresa pueda dedicarse exclusivamente a la comercialización es beneficioso en grandes empresas que pueden realizar una importante inversión en equipos productivos.

42.- La estrategia de crecimiento de una empresa consiste en expandir nuestra empresa a nuevos productos y mercados.

43.- Las grandes empresas que están bien asentadas en su sector son menos agresivas con la competencia.

44.- Los costes estándar son los que han incurrido en la empresa durante el desarrollo de su actividad económica.

45.- Tendremos un mayor grado de incertidumbre si el entorno es dinámico, complejo, integrado y hostil.

46.- El objetivo de realizar un análisis PESTEL es la identificación y clasificación de los recursos que posee una organización o a los que puede tener acceso para apoyar sus estrategias.

47.- Se define como la expresión monetaria de los consumos de factores aplicados a la actividad productiva, es decir, el valor de los factores incorporados al proceso productivo.

48.- En el entorno integrado existen un gran número de clientes, productos, servicios o zonas geográficas que abastecer.

Falso. En el entorno diverso existen un gran número de clientes, productos.

49. Si una empresa presenta una imagen débil en el mercado en comparación con las demás, esto le supone una amenaza externa, ya que las demás empresas pueden aprovechar esta situación para ganar clientes.

50.- Dentro de un análisis DAFO, diremos que son una amenaza aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa que ya tiene que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.

51.- Es beneficioso para una empresa tener un liderazgo de costes y una diferenciación del producto como ventajas competitivas.

52.- Emprendedor es la persona o grupo de personas que da vida a la empresa: coordina, dirige y controla el proceso productivo.

53.- Si una empresa posee pocos clientes, éstos pueden amenazar a la empresa con marcharse si no les ofrecen mejores ofertas sobre el producto.

54.- El grado de rivalidad de las zapaterías es mayor que la de telefonía móvil al haber muchas empresas.

55.- Una empresa cuyo entorno sea dinámico, complejo, diverso y munificente se encuentra en un grado de incertidumbre máximo.

RESPUESTAS

- 1.- Falso. Estas empresas se hallan en un entorno hostil, la competencia entre ellas es muy dura.
- 2.- Falso. Consiste en ofrecer un producto que el consumidor considere diferente a los que ofrecen los competidores, lo que le lleva a una lealtad a la marca.
- 3.- Falso. Una patente es un recurso intangible, no humano.
- 4.- Falso. Las empresas existentes cuentan con la experiencia y por lo tanto pueden reducir el coste unitario.
- 5.- Verdadero
- 6.- Falso. Consiste en ofrecer un producto que el consumidor considere diferente a los que ofrecen los competidores, lo que le lleva a una lealtad a la marca.
- 7.- Verdadero
- 8.- Falso. Depende de la necesidad de conocimientos que necesita la empresa para actuar en ese entorno.
- 9.- Falso. Es munificente, ya que no cuenta con competidores y dispone de todos los recursos.
- 10.- Falso. Porque no compiten de una manera similar, aunque pueden tener estrategias diferentes.
- 11.- Falso. La flexibilidad de respuesta es una capacidad no un recurso. En todo caso sería la información.
- 12.- Falso. El análisis PESTEL analiza el sector donde se encuentra nuestra empresa.
- 13.- Verdadero.
- 14.- Falso. Necesitaremos recursos intangibles y financieros.
- 15.- Falso. Su integración es hacia atrás.
- 16.- Falso. No es integrado ni munificente, es hostil y diverso.
- 17.- Falso. Cociente entre coste total y número de unidades producidas.
- 18.- Falso. Esta definición pertenece a empresario, la respuesta correcta es persona o grupo de personas que están dispuestas a asumir un riesgo económico, es decir, quien identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.
- 19.- Falso. Este análisis se centra en los factores que influyen al sector donde se encuentra la organización
- 20.- Verdadero.
- 21.- Falso, porque a mayor concentración, mayor competencia existe en el sector.

22.- Falso. Tiene un entorno hostil puesto que tiene mucha competencia, y complejo, ya que se necesitan estudios superiores.

23.- Verdadero.

24.- Falso. Se trata de una estrategia de diferenciación. La estrategia de enfoque consiste en concentrarse en una línea del producto, en un grupo de clientes o en una zona geográfica.

25.- Falso. La definición anterior es de la integración hacia atrás. La integración hacia delante se da cuando se buscan medios alternativos para vender el producto, como por ejemplo, Internet.

26.- Falso. Por el grado de rivalidad es mayor cuando el crecimiento es lento, ya que es más difícil que la empresa se adueñe de una porción del sector.

27.- Falso. Porque en ese caso sería una integración hacia atrás.

28.- Falso. Las amortizaciones son beneficiosas ya que es una forma de distribuir el gasto en varios años.

29.- Falso. La previsión de ventas solo es lícita para un período de tiempo concreto.

30.- Verdadero.

31.- Verdadera.

32.- Falso. El análisis PESTEL estudia los factores político-legales, Tecnológicos, Socioculturales y económicos.

33.- Falso. En el análisis DAFO se analizan los puntos fuertes y débiles externos, y los puntos fuertes y débiles internos.

34.- Falso. Además de estos dos tipos de estrategias empresariales, también podemos diferenciar la estrategia enfoque o nicho.

35.- Falso. La estrategia de enfoque consiste en concentrarse con exclusividad en un segmento de la línea del producto, en un grupo concreto de clientes o en una zona geográfica.

36.- Falso. Estas características hacen que los cambios del entorno sean difíciles de prever.

37.- Falso. El análisis PEST evalúa las influencias externas que afectan a una empresa en función de las variaciones de la industria.

38.- Falso. Los trabajadores pertenecen a los recursos humanos de la empresa.

39.- Verdadero.

40.- Falso. El coste variable toma su nombre de las variaciones de precio por volumen producido.

41.- Falso. La subcontratación de la producción de los bienes de una empresa es beneficiosa en pequeñas empresas que, en su fase inicial, no pueden acometer una fuerte inversión en equipos productivos.

42.- Falso. La estrategia de crecimiento consiste en invertir en la propia empresa y realizar fusiones y alianzas estratégicas. En el caso del enunciado hablamos de la estrategia de diversificación

43.- Verdadero.

44.- Falso. La definición corresponde a los gastos reales; los gastos estándar son aquellos que fueron previstos a partir de los consumos predeterminados.

45.- Falso. El entorno debería ser dinámico, complejo, diverso y hostil para tener un nivel alto de incertidumbre.

46.- Verdadero.

47.- Falso. El análisis PESTEL es una análisis de mercado y el objetivo dado en dicha afirmación sería propio de un análisis interno, siendo los objetivos correctos del análisis PESTEL identificar los factores que influyen en el sector en el que se encuentra la organización

48.- Verdadero.

49.- Falso. Debido a que la imagen de la empresa es un factor interno de la propia empresa, el que sea débil le supone un punto débil interno, y no una amenaza externa.

50.- Falso. Las amenazas son situaciones negativas externas al programa o proyecto, que puedan atentar contra la viabilidad del mismo y que precisarán de una estrategia adecuada para poder sortearlas.

51.- Falso. Tener ambas ventajas competitivas podrían provocar que la empresa quede estancada en la mitad.

52.- Falso. La definición es la de empresario.

53.- Verdadero.

54.- Falso. Aunque haya muchas empresas, el sector de las zapaterías no es concentrado. Sin embargo, el sector de telefonía móvil, al estar más concentrado muestra mayor grado de rivalidad.

55.- Falso. Es dinámico, complejo, diverso y hostil.