

## TEST ESTRATEGIA

**1. En cuanto al análisis DAFO, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA?**

- A. Identifica debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- B. Amenazas y oportunidades pertenecen al entorno.
- C. Es una herramienta de análisis interno de la empresa.**
- D. Debilidades y fortalezas son internas a la organización.

**2.Cuál de las siguientes creencias cree que es FALSA?**

- A. El tener un plan estratégico tan sólo es necesario para las grandes empresas**
- B. La estrategia debe ser compartida y conocida por todos los miembros de la organización
- C. La elaboración de la estrategia implica hacer referencia a las políticas de las distintas áreas funcionales
- D. Al plantearse un plan estratégico también se debe pensar en su puesta en práctica y en los problemas que pueden surgir en su implantación

**3. ¿Para qué NO ha de servir la estrategia?**

- A. Para defenderse de las amenazas del entorno
- B. Para aprovechar mejor las oportunidades
- C. Para ignorar los puntos débiles**
- D. Para mantener los puntos fuertes

**4. La formulación de la estrategia corporativa es:**

- A. la que se define en el nivel superior o estratégico de la gestión
- B. el que se realiza por el director general o consejo de administración
- C. el que determina el ámbito de actuación de la empresa
- D. todas son ciertas**

**5. Según la matriz del B.C.G., un alto potencial de crecimiento de mercado de un producto con una posición competitiva muy buena se denomina:**

**A.Estrella.**

B.Interrogante.

C.Vaca.

D.Perro.

**6. Según la matriz del Boston Consulting Group:**

**A.Los negocios ¿vaca¿ ocupan una cuota de mercado alta pero con posibilidades de crecimiento bajas.**

B.Los negocios ¿interrogante¿ ocupan una cuota de mercado alta y con posibilidades de crecimiento altas también.

C.Los negocios ¿perro¿ ocupan una cuota de mercado baja pero con posibilidades de crecimiento altas.

D.Ninguna de las anteriores.

**7. Cuando analizamos la naturaleza del entorno; El análisis histórico (prospección), es adecuado para:**

**A.Entornos simples y estáticos**

B.Entornos simples y complejos

C.Entornos dinámicos y estáticos

D.Entornos dinámicos y complejos

**8. El análisis de la responsabilidad social de una empresa se realizará a través de:**

A.Análisis PESTEL.

**B.Análisis de los stakeholders.**

C.Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

D.Análisis de la cadena de valor.

**9. En el análisis de la cadena de valor, ¿cuál de las siguientes actividades no entra dentro de las actividades primarias?**

- A. Logística interna.
- B. Logística externa.
- C. Marketing.
- D. Aprovisionamiento.**

**10. El análisis PESTEL sirve para analizar**

- A. La competencia
- B. La amenaza de los clientes
- C. La influencia del entorno**
- D. El poder negociador de los proveedores

**11. PESTEL es una herramienta para:**

- A. Análisis del entorno específico.
- B. Análisis del entorno genérico.**
- C. Análisis interno.
- D. Ninguna de las anteriores.

**12. En cuanto a los niveles de estrategia, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es CORRECTA?**

- A. La estrategia de negocio determina el ámbito de actuación.
- B. La estrategia corporativa determina la forma en que se va a competir en cada mercado.
- C. La estrategia funcional determina cómo funcionar a nivel operativo.**
- D. La estrategia competitiva determina el ámbito de actuación.

**13. Las fases previas de la formulación estratégica son:**

**A. Identificación de la misión y objetivos y análisis del entorno, interno y de los stakeholders.**

B. Análisis del entorno, análisis interno y análisis de los stakeholders.

C. Identificación de la misión y objetivos y análisis del entorno.

D. Estrategias corporativas, competitivas y funcionales.

**14. ¿A qué responde la visión de una empresa?**

A. Al papel que cumple en la sociedad.

**B. Dónde le gustaría estar en el futuro.**

C. Conjunto de valores y filosofía de la empresa.

D. Todas las anteriores.

**15. ¿Cuáles de las siguientes acciones forman parte del proceso de Dirección Estratégica?**

A. Establecer misión y objetivos.

B. Formulación de estrategias.

C. Evaluación y control de resultados.

**D. Todas las anteriores**

**16. En la matriz DAFO, ¿qué análisis pertenece al entorno?**

**A. Amenazas y oportunidades.**

B. Debilidades y fortalezas.

C. Debilidades y oportunidades.

D. Fortalezas y amenazas.

**17. Indica la respuesta CORRECTA:**

A. El entorno es todo aquello que rodea a la organización, que influye y está influido por ella.

B. El análisis externo del entorno observa los factores que inciden de forma unidireccional de fuera a dentro de la empresa.

C. El análisis externo identifica qué factores inciden, su importancia, y cómo inciden.

**D. Todas son ciertas.**

**18. ¿A qué estrategia corporativa de la matriz de Ansoff le corresponde la relación Mercado existente-Producto nuevo?**

A. Penetración en el mercado.

B. Diversificación.

**C. Desarrollo de productos.**

D. Desarrollo de mercados.

**19. El análisis de la amenaza de productos sustitutivos se realizará a través de la siguiente herramienta:**

A. Análisis PESTEL.

B. Análisis de los stakeholders.

**C. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.**

D. Análisis de la cadena de valor.

**20. Indica la respuesta CORRECTA:**

A. Las estrategias funcionales siempre preceden a las estrategias de negocio.

B. Las estrategias corporativas están dirigidas a un segmento de la población.

**C. La decisión sobre los métodos de crecimiento se toma a nivel corporativo.**

D. Las estrategias de diferenciación se utilizan en las estrategias corporativas.

**21. Las fases del análisis estratégico son:**

- A. Formulación, implantación y evaluación de la estrategia.**
- B. Análisis del entorno, análisis interno y análisis de los stakeholders.
- C. Estrategias corporativas, competitivas y funcionales.
- D. Identificación de la misión y objetivos, análisis y formulación estratégica.

**22. Para realizar un análisis del entorno:**

- A. En un entorno simple y estático bastará con un análisis de escenarios.
- B. En un entorno dinámico realizaremos análisis históricos.
- C. En un entorno complejo aplicaremos procesos de descentralización.**
- D. Todas las anteriores.

**23. Según la matriz del Boston Consulting Group:**

**A. Los negocios ¿vaca¿ ocupan una cuota de mercado alta pero con posibilidades de crecimiento bajas.**

B. Los negocios ¿interrogante¿ ocupan una cuota de mercado alta y con posibilidades de crecimiento altas también.

C. Los negocios ¿perro¿ ocupan una cuota de mercado baja pero con posibilidades de crecimiento altas.

D. Ninguna de las anteriores.

**24. En la matriz de Ansoff:**

A. La estrategia de desarrollo de mercados implica nuevos mercados para un mismo producto.

B. Penetración en el mercado implica mismo producto y mismo mercado.

C. Diversificación implica nuevos mercados y nuevos productos.

**D. Todas las anteriores.**

**25. Cuáles son dos ventajas competitivas básicas?**

- A.Liderazgo en costes y poder sobre el estado
- B.Compradores y poder negociador de los proveedores
- C.Vendedores y poder negociador de los clientes
- D.Liderazgo en costes y diferenciación de productos**

**26. Cuando analizamos la naturaleza del entorno: El análisis de escenarios es adecuado para:**

- A.Entornos simples y estáticos
- B.Entornos dinámicos y diferentes alternativas futuras**
- C.Entornos dinámicos y simples
- D.Ninguna de las respuestas es correcta

**27. La formulación de estrategias se puede efectuar a tres niveles:**

- A.Misión, visión y objetivos.
- B.Penetración, Desarrollo de mercados y Diversificación.
- C.Corporativas, de negocio y funcionales.**
- D.Todas las anteriores.

**28. ¿Qué herramienta es la más recomendable para analizar el entorno cuando este es simple y estático?**

- A.Análisis histórico.**
- B.Análisis de escenarios.
- C.Descentralización.
- D.Ninguna de las anteriores.

**29. El sector del negocio o producto ¿perro¿ de la matriz del B.C.G. representa:**

A.Posición competitiva fuerte y potencial de crecimiento bajo.

**B.Posición competitiva débil y potencial de crecimiento bajo.**

C.Posición competitiva débil y potencial de crecimiento alto.

D.Posición competitiva fuerte y potencial de crecimiento alto.

**30. El análisis del entorno genérico:**

A.También se denomina ¿efecto país¿.

B.Analiza el conjunto de variables que afectan a la empresa debido a su ubicación.

C.Se utiliza la herramienta de análisis PESTEL.

**D.Todas las anteriores.**

**31.En la matriz producto/mercado de Ansoff. Cuando acometemos una estrategia de desarrollo de Mercados estamos haciendo referencia a...**

A.una expansión hacia nuevos mercados con nuevos productos

B.una expansión con el mismo producto hacia nuestro mercado

**C.una expansión hacia nuevos mercados con el mismo producto**

D.una expansión hacia el mismo mercados con el mismo producto