**PREGUNTAS DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.**

1. **En una organización existe una unidad que funciona como staff de estrategia y que se encarga de identificar las posibles oportunidades y amenazas del entorno y de establecer los mecanismos de control que permiten valorar la idoneidad de la estrategia. Indique la afirmación correcta.**
2. El staff de estrategia de esta organización no participa en el proceso de dirección estratégica, ya que se encarga solo de asesorar.
3. El staff de estrategia de esta organización participa en el proceso de dirección estratégica, concretamente en las fases de formulación e implantación.
4. El staff de estrategia de esta organización participa en el proceso de dirección estratégica, concretamente en las fases de análisis y formulación.
5. El staff de estrategia de esta organización participa en el proceso de dirección estratégica, concretamente en el análisis e implantación.
6. **Analice la siguiente afirmación, “el enfoque integrador de la estrategia incorpora aspectos organizativos a las distintas fases del proceso racional de dirección estratégica.**
7. Esta afirmación es falsa, se está refiriendo al enfoque organizativo.
8. Esta afirmación es falsa, esto no se relaciona con ningún enfoque de la estrategia.
9. Esta afirmación es verdadera.
10. Esta afirmación es falsa, se está refiriendo al enfoque racional.
11. **Una organización que opera en un único país ha decidido crear dos líneas dentro de un mismo producto: una de mayor calidad destinada a clientes con un poder adquisitivo elevado y otra en la que ha conseguido reducir los costes, lo que permite bajar los precios y dirigirse a un publico más amplio. En base a esta información, indique la correcta.**
12. La organización ha definido una única unidad de estrategia de negocio, ya que aunque tiene dos líneas no se ha producido un cambio en el campo de actividad.
13. Esta organización no tiene definida ninguna unidad estratégica de negocio, ya que para ello debería ofrecer su producto en diferentes países.
14. La organización ha definido dos unidades estratégicas de negocio, ya que cada línea de producto sigue una estrategia competitiva diferente.
15. Esta organización no tiene definida ninguna unidad estratégica de negocio, ya que para ello debería ofrecer productos diferentes.
16. **Analice la siguiente afirmación: “Según el modelo del Diamante de Porter, que en un país exista una competencia interna muy fuerte reduce la competitividad de las empresas frente a las de otros países, ya que deben dedicar mucho esfuerzo para superar esta competencia”:**
17. Es verdadera.
18. Es falsa, el modelo del Diamante de Porter no analiza la competitividad de las empresas de un país frente a las empresas de otros países.
19. Es falsa, el modelo del Diamante de Porter considera que la competencia interna incrementará la competitividad de las empresas frente a las de otros países
20. Es falsa, el modelo del Diamante de Porter no considera que la competencia interna influya sobre la competitividad de las empresas de un país.
21. **Analice la siguiente afirmación: “el hecho de que los directivos sufran un fuerte control externo que les obliga a justificar la elección de una determinada estrategia, favorece la adopción de un enfoque estratégico racional”:**
22. Esta afirmación es falsa, este hecho favorece la adopción de una estrategia emergente.
23. Esta afirmación es verdadera.
24. Esta afirmación es falsa, este hecho aconseja no adoptar ningún enfoque estratégico.
25. Esta afirmación es falsa, este hecho favorece la adopción de un enfoque organizativo.
26. **Su empresa le ha pedido que realice un análisis del entorno general, indique cual de los siguientes factores debería tener en cuenta en el análisis:**
27. El poder que tienen las empresas del sector frente a sus proveedores, que es un factor del entorno general que forma parte de la dimensión política.
28. El grado de emisiones de la empresa, que es un factor del entorno general que forma parte de la dimensión ecológica.
29. La infraestructura científica y la tecnología de un país, que es un factor del entorno general que forma parte de la dimensión tecnológica.
30. La evolución de la renta disponible de la población del país, que se considera un factor del entorno general que forma parte de la dimensión sociocultural.
31. **Indique qué factores se consideran dentro del modelo del Diamante de Porter.**
32. Actividades primarias, actividades secundarias y eslabones tanto horizontales como verticales.
33. Intensidad de la competencia actual, amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutivos y poder de negociación de proveedores y clientes.
34. Dimensión política, legal, económica, social, tecnológica y ecológica.
35. Condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores afines y auxiliares y la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.
36. **Con el objetivo de incrementar el bienestar de sus empleados, una empresa ha decidido ofrecerles prestaciones tales como ayudas para la financiación de la vivienda, bajas por enfermedad ampliadas o ayudas para familiares dependientes. Indique la respuesta correcta.**
37. No se considera una acción de responsabilidad social, ya que influye sobre el salario de los trabajadores.
38. No se considera una acción de responsabilidad social, ya que implica un gasto adicional para la empresa, lo que perjudica a los propietarios.
39. Se considera una acción de responsabilidad social, ya que solo afecta a los trabajadores de la empresa.
40. Se considera una acción de responsabilidad social siempre que la empresa lo realice de forma voluntaria y vaya mas allá de sus obligaciones legales.
41. **Analice la siguiente afirmación: “Una organización que decide reducir sus emisiones contaminantes más allá de lo que indica la legislación medioambiental vigente esta llevando a cabo una responsabilidad social corporativa”.**
42. Es falsa, la responsabilidad social solo considera acciones dirigidas hacia los trabajadores de la empresa.
43. Es falsa, para que se considere una acción de responsabilidad social la empresa debe limitarse a cumplir con lo que indica la ley.
44. Es verdadera.
45. Es falsa, la responsabilidad social no considera acciones de tipo medioambiental.
46. **De acuerdo con la matriz poder/interés cuando una parte interesada no tiene poder, pero si interés en oponerse una determinada estrategia de la empresa debe:**
47. Mantenerlos satisfechos.
48. Mantenerlos informados.
49. No hacer nada porque no tienen interés, requieren un esfuerzo mínimo.
50. Negociar y persuadirlos activamente ya que son los jugadores clave.
51. **Una organización que se caracteriza por la calidad de sus productos ha decidido ampliar su catalogo para cubrir un mayor numero de clientes potenciales ¿A qué nivel de estrategia pertenecería esta decisión?**
52. Al nivel corporativo.
53. Al nivel funcional.
54. Al nivel competitivo o de negocio.
55. Esta decisión no puede considerarse estratégica.
56. **Indique cual de las siguientes afirmaciones es correcta.**
57. Las decisiones relacionadas con los recursos humanos nunca pueden tener consideraciones de estratégicas.
58. La estrategia de recursos humanos de una empresa que se dedica a la consultoría de recursos humanos se considera una estrategia corporativa, ya que determina el campo de actividad de la empresa.
59. La estrategia de recursos humanos de una empresa que se dedica a la consultoría de recursos humanos se considera una estrategia funcional.
60. La estrategia de recursos humanos de una empresa se considera una estrategia competitiva, ya que a través de ella se determina como alcanzar una ventaja competitiva.
61. **Su empresa le ha pedido que realice un perfil estratégico del entorno general. Indique cual de las siguientes afirmaciones es correcta:**
62. Debe considerar los factores del entorno que afecten a las empresas que se encuentran dentro de un mismo sistema socioeconómico y determinar si suponen una fortaleza o una debilidad.
63. Debe considerar los factores del entorno que facetan solo a las empresas que se encuentren un determinado sector y determinar si suponen una fortaleza o una debilidad.
64. Debe considerar los factores del entorno que afecta solo a las empresas que se encuentran en un determinado sector y determinar si suponen una oportunidad o una amenaza.
65. Debe considerar los factores del entorno que afectan a las empresas que se encuentran dentro de un mismo sistema socioeconómico y determinar si suponen una oportunidad o una amenaza.
66. **Las partes interesadas o stakeholders:**
67. Son colectivos o grupos que se ven afectados por la empresa y que a su vez pueden tener capacidad para afectar a dicha empresa.
68. Se caracterizan por tener poder para afectar a la empresa, pero la empresa no les afecta.
69. Todos tienen el mismo nivel de importancia para la empresa y la consecución de sus propósitos.
70. Mantienen siempre una relación contractual con la empresa.
71. **Su empresa le ha pedido que realice un análisis de la posible evolución del entorno, identificando las posibles visiones alternativas y plausibles de como se desarrollará el mismo. Teniendo en cuenta esto, indique la opción correcta.**
72. Debe utilizar un método de previsión como el método Delphi.
73. Debe utilizar un método de prospectiva usando modelos econométricos.
74. Debe utilizar un método de prospectiva como el método de los escenarios.
75. Debe utilizar un método de previsión como el análisis de series temporales.
76. **Analice la siguiente afirmación: “en una organización que solo ofrece un único producto y cuya estrategia competitiva es similar en todos los territorios o zonas geográficas donde opera, la responsabilidad sobre la estrategia corporativa y competitiva recaen sobre el mismo directivo”.**
77. Esta afirmación es verdadera.
78. Esta afirmación es falsa, la estrategia corporativa recaerá sobre los responsables de cada una de las distintas unidades estratégica de negocio que existen y la estrategia competitiva sobre los directivos responsables de cada una de las distintas áreas funcionales.
79. Esta afirmación es falsa, la estrategia corporativa recaerá sobre los directivos de mayor nivel y la estrategia competitiva sobre los directivos responsables de las distintas unidades estratégicas de negocio que existen.
80. Esta afirmación es falsa, la estrategia corporativa recaerá sobre los directivos de mayor nivel y la estrategia competitiva sobre los directivos responsables de cada una de las áreas funcionales.
81. **Analice la siguiente afirmación: “según el modelo del Diamante de Porter, la existencia de unos distritos industriales muy desarrollados puede favoreces la competitividad de las empresas de un país frente a las de otros países”.**
82. Es falsa, el modelo del Diamante de Porter no analiza la competitividad de las empresas de un país frente a las empresas de otros países.
83. Es falsa, el modelo del Diamante de Porter no considera que la existencia de distritos industriales influya sobre la competitividad de las empresas de un país.
84. Es falsa, el modelo del Diamante de Porter considera que la existencia de distritos industriales disminuirá la competitividad de las empresas frente a las de otros países.
85. Es verdadera.
86. **Una empresa ha declarado, a través de su web que quiere “ser la empresa reconocida como líder en nutrición, salud y bienestar a nivel mundial por parte de los consumidores, empleados, clientes, proveedores y todos los grupos de interés relacionados con la actividad de la compañía” ¿Qué está declarando la empresa?**
87. Valores.
88. Un objetivo financiero.
89. Visión.
90. Misión.
91. **Una empresa ha decidido elaborar un Mapa de sus Grupos de Interés (o stakeholders). Indique la finalidad de dicho mapa:**
92. Analizar los grupos de interés que pertenecen al Consejo de Administración de la empresa.
93. Clasificar los grupos de interés en interno y externos.
94. Analizar el grado en que deben tenerse en cuenta las reivindicaciones de los distintos grupos de interés a la hora de tomar decisiones estratégicas.
95. Cumplir con las recomendaciones del Código de Buen Gobierno.
96. **Analice la siguiente afirmación: “El consejo de administración ejerce funciones de control sobre los directivos, sirve de enlace entre éstos y los propietarios y tiene responsabilidad sobre la estrategia de la empresa”.**
97. Es falsa, el consejo de administración no sirve de enlace entre los directivos y los propietarios.
98. Es falsa, el consejo de administración no ejerce funciones de control sobre los directivos.
99. Es falsa, el consejo de administración no tiene responsabilidad sobre la estrategia de la empresa.
100. Es verdadera.
101. **¿Verdadero o falso? Gran parte del éxito de ciertas empresas industriales está basado en la explotación de Big Data y el uso de inteligencia Artificial para optimizar los procesos productivos y así ajustarse mejor a los gustos, necesidades y preferencias de sus clientes. Esto está estrechamente relacionado con la dimensión sociocultural del análisis PESTEL.**
102. Falso, el desarrollo y el avance del Big Data y de la inteligencia Artificial no son factores del entorno general relevantes en el caso de empresas industriales.
103. Verdadero.
104. Falso, esta circunstancia está estrechamente relacionado con la dimensión tecnológica del análisis PESTEL.
105. Falso, esta circunstancia está estrechamente relacionada con las condiciones de la demanda del Diamante de Porter.
106. **¿Verdadero o Falso? La inimitabilidad del producto o servicio de la empresa ayuda a crear la ventaja competitiva, pero no a mantenerla.**
107. Falso, la inimitabilidad contribuye principalmente a mantener la ventaja competitiva de manera sostenible en el tiempo.
108. Verdadero.
109. Falso, tener una característica difícilmente imitable sirve para hacer frente a las amenazas, pero no está relacionado con la ventaja competitiva.
110. Falso, la inimitabilidad no depende tanto de las características del producto sino de venderlo a buen precio.
111. **¿Con qué fuerza competitiva del modelo de Porter se relacionan las barreras de entrada?**
112. Amenaza de nuevos entrantes.
113. Las barreras de entrada no se relacionan con el modelo de las cinco fuerzas de Porter competitivas porque pertenecen al Diamante de Porter.
114. Rivalidad de los competidores existentes.
115. Poder de negociación de los proveedores.
116. **La actual preocupación de la sociedad por el medio ambiente, para una empresa X del sector reciclaje supone:**
117. Ninguna de las respuestas es correcta.
118. Un recurso umbral.
119. Una oportunidad.
120. Una competencia nuclear.
121. **Cuando se habla de estrategias emergentes se hace referencia a los procesos racionales y estructurados de los que se encarga la alta dirección, para elaborar una estrategia que será puesta en marcha a través de un plan relativamente predeterminado.**
122. Falso, la definición se refiere a la estrategia funcional.
123. Falso, la definición se refiere a la estrategia deliberada.
124. Verdadero.
125. Falso, de las estrategias emergentes se encargan los miembros del Consejo de Administración, no la alta dirección.
126. **La empresa X ha conseguido ofrecer un producto altamente diferenciado a sus clientes. ¿Qué consecuencias tiene esto sobre el grado de rivalidad de los competidores existentes en el sector?**
127. En la mayoría de los casos, la existencia de un producto altamente diferenciado supone una barrea de salida para las empresas existentes.
128. La existencia de un producto altamente diferenciado no influye sobre la rivalidad de los competidores existentes.
129. La existencia de un producto altamente diferenciado disminuye la rivalidad de los competidores existentes.
130. La existencia de un producto altamente diferenciado incrementa la rivalidad de los competidores existentes.
131. **¿Verdadero o falso? Ciertas estrategias de nivel competitivo como la internacionalización o la absorción de otras empresas pueden suponer una competencia umbral porque en ocasiones es necesario internacionalizar o fusionarse con un competidor para sobrevivir en un determinado sector.**
132. Falso, la internacionalización o la absorción/fusión suponen una oportunidad no son del análisis interno.
133. Verdadero.
134. Falso, la internacionalización o la absorción/fusión no son estrategias competitivas sino corporativas.
135. Falso, la internacionalización o la absorción/fusión suponen una competencia nuclear.
136. **“En China hay un gran talento y conocimiento construido en torno al comercio electrónico de aplicaciones móviles”. ¿Con qué vértice del Diamante de Porter está relacionada esta circunstancia?**
137. Con la existencia de sectores afines y auxiliares.
138. Con las condiciones de los factores especializados.
139. Todas las opciones son incorrectas.
140. Con las condiciones de la demanda.
141. **¿Verdadero o falso? El hecho de ser una empresa ubicada en un clúster o distrito industrial es una circunstancia que puede relacionarse con la presencia nacional de sectores afines y auxiliares al sector, mencionado en el Diamante de Porter.**
142. Verdadero.
143. Falso, sería con el vértice “condiciones de la demanda” del Diamante de Porter.
144. Falso, sería con el vértice “rivalidad y estrategia” del Diamante de Porter.
145. Falso, el vértice de “sectores afines y auxiliares” no es del Diamante de Porter, sino del modelo d las cinco fuerzas competitivas de Porter.
146. **Indique la respuesta INCORRECTA:**
147. Los stakeholders son personas o grupos de personas que influyen o son influidos por la actividad que realiza la empresa.
148. Los problemas de agencia están relacionados con la existencia de conflictos de interés u objetivos entre principal y agente.
149. Una forma de animar a que los directivos actúen a favor de los propietarios podría ser vincular salarios con rendimientos alcanzados.
150. Los códigos de buen gobierno son un conjunto de leyes que garantizan que los directivos no actúen de forma oportunista ante los objetivos de los propietarios.
151. **Para una empresa X, el contar con una amplia experiencia en el comercio internacional supone:**
152. Una amenaza.
153. Un recurso umbral.
154. Una fortaleza.
155. Una oportunidad.
156. **¿Verdadero o falso? La rigidez nuclear se define como aquellos aspectos de la empresa que son imprescindibles para su funcionamiento en un entorno competitivo.**
157. Falso, la definición se refiere a ventaja competitiva.
158. Falso, la definición se refiere a los recursos únicos.
159. Verdadero.
160. Falso, la definición se refiere a los recursos umbrales.
161. **“Los consumidores chinos no tienen hábito de comprar online a través de la web, sino que prefieren hacerlo a través del móvil” ¿Con qué vértice del Diamante de Porter está relacionado está circunstancia?**
162. Con las condiciones de la demanda.
163. Con la existencia de sectores afines y auxiliares.
164. Esta circunstancia no tiene que ver con los vértices del Diamante de Porter.
165. Con las condiciones de los factores especializados.
166. **¿Verdadero o falso? Como proveedores de la industria hotelera se pueden considerar a las agencias de viajes, los turoperadores y la aerolíneas, todos ellos con un débil poder de negociación.**
167. Falso, la primera parte es correcta, pero la segunda no lo es ya que el poder de negociación de estos proveedores dependerá de su capacidad para proporcionar clientes (turistas) que ocupen las plazas hoteleras.
168. Falso, las aerolíneas no son proveedores de la industria hotelera; las empresas de ese sector no están relacionadas con el turismo.
169. Verdadero.
170. Falso, las agencias de viajes no son proveedores de la industria hotelera. Las agencias de viaje son productos sustitutivos del sector hotelero.
171. **¿Cómo clasificaría, en una empresa dedicada a la consultoría de recursos humanos, dentro de su cadena de valor, a la gestión de los recursos humanos de la propia empresa?**
172. Eslabón horizontal.
173. Eslabón vertical.
174. Actividad de apoyo.
175. Actividad primaria.
176. **¿Qué consecuencias tiene para la empresa la existencia de un producto sustituto con buena relación calidad/precio?**
177. La existencia de sustitutos con buena relación calidad/precio incrementa el poder de negociación de la empresa frente a sus clientes.
178. La existencia de sustitutivos con buena relación calidad/precio incremente el poder de negociación de la empresa frente a sus proveedores.
179. Los sustitutos condicionan el precio que la empresa pueda poder a sus productos o servicios.
180. Ninguna de las respuestas es correcta.
181. **Ciertas herramientas para la digitalización empresarial, como el “Trend Finder” de Google, permiten el seguimiento en tiempo real y en varios países de los términos de búsqueda relacionados con el productos que el usuario elija ¿Con qué dimensión del análisis PESTEL está prioritariamente relacionada esta herramienta?**
182. Dimensión tecnológica.
183. Dimensión sociocultural.
184. Dimensión medioambiental.
185. Dimensión económica.
186. **Don Antonio ha subido el salario de sus empleados para cumplir con la nueva normativa sobre el Salario Mínimo Interprofesional. Esta iniciativa:**
187. Supone una mejora de la Responsabilidad Social de la Empresa ya que cumple con la legislación.
188. No supone una mejora de la Responsabilidad Social de la Empresa, solo que cumple con la legislación.
189. Supone una mejora de la Responsabilidad Social de la Empresa ya que favorece las expectativas de los empleados.
190. No supone una mejora de la Responsabilidad Social de la Empresa ya que no se relaciona con el medio ambiente.
191. **Con respecto a los productos complementarios:**
192. Todas las respuestas son correctas.
193. Su presencia puede aumentar el grado de atractivo de una industria ya que incrementa el valor del producto de la industria para el cliente, aumentando así la demanda.
194. Puede llegar a ser una amenaza.
195. Un producto es complementario de otro cuando el cliente valora más éste si se vende o utiliza acompañado del complementario que si se vende solo.
196. **Indique cual de las siguientes opciones puede considerarse como una decisión estratégica.**
197. La determinación, por parte del departamento de recursos humanos, de las fechas de vacaciones de los trabajadores para los próximos cinco años.
198. Aumentar el compromiso medioambiental de toda la organización para de esa forma diferenciarse del resto de competidores.
199. La probación anual de los estados financieros de la empresa por parte de los propietarios de la empresa en la Junta general.
200. La ampliación de las oficinas dentro de la nueva sede de la empresa en un país extranjero.