



Formativa 1

Nicolás Gómez
Marcelo Paz
Gestión Estratégica

20 de junio de 2024

Versión: 1.0.1



1. Certamen 1 - 2022

ITEM I (3 Ptos. c/u)

Responda las siguientes aseveraciones, marcando con un “V” si la pregunta es verdadera o con una “F” si es falsa. Justifique las falsas.

1. (V) El concepto de Estrategia implica un conjunto de decisiones y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo.
2. (F) La Estrategia proyectada en una empresa es lo mismo que la Estrategia realizada.
La estrategia proyectada es el ideal, mientras que la estrategia realizada son las acciones que se llevan a cabo.
3. (V) Las características de la Administración Estratégica implican un proceso dinámico y participativo, compromiso de los jefes y transversal, entre otras.
4. (V) El proceso de Administración Estratégica incluye la selección de la misión y objetivos principales, análisis del ambiente competitivo externo y del ambiente operativo interno.
Además de la formulación, implantación y control de estrategias.
5. (V) El triángulo de la estratégica contiene: el análisis estratégico, la elección y la implementación de la estrategia.
6. (V) Las consecuencias de rivalidad entre los competidores existentes son disminución de precios, aumento de costos y reducción de rentabilidad.
7. (V/F?) Los factores críticos de éxito son elementos que ayudan a la empresa a lograr los objetivos. *NO lo pasamos.*
8. (V) Los requisitos para el desarrollo de una estrategia son: Conocimientos, Capacidad para integración, Imaginación y lógica para elegir entre alternativas, entre otros.
9. (F) Al hacer la exploración ambiental y los 8 ambientes críticos de una empresa forestal se pueden concluir los mismos análisis que para la UBB.
A pesar de que comparten los mismos ambientes críticos, las conclusiones obtenidas de estos serán diferentes.



10. (F) Una Unidad Estratégica de Negocios pertenece a una empresa productiva y tiene sus propios competidores.

De forma directa no tiene competidores, pero si al pertenecer a una empresa.

ITEM II (5 Ptos. c/u)

Explique con un ejemplo, cada uno de los siguientes conceptos:

1. Unidad Estratégica de Negocios

NO ME SUENA

2. Matriz de crecimiento-participación

En la Universidad del Bío-Bío.

- Estrella: Ingeniería Civil Informática.
- Interrogante: Medicina.
- Vaca lechera: Ingeniería Civil Industrial.
- Perro: Ingeniería en Maderas.

3. Ciclo de vida del producto

En la etapa de:

- Introducción tenemos a Temu.
- Aceptación tenemos a Edenred.
- Madurez tenemos a Discord.
- Saturación tenemos a Zoom.
- Obsolescencia tenemos a Skype.

4. Ventaja competitiva

Ofrecer un servicio de delivery de comida a domicilio, con un tiempo de entrega menor a 30 minutos.

5. Fuerzas competitivas de Porter

- Poder de negociación de los compradores: Cliente elige comprar en carrito de verduras informal, en vez de supermercado.
- Rivalidad entre competidores: WhatsApp añade una nueva función de videollamada, para competir con Telegram.
- Amenaza de productos sustitutos: Miel y Stevia como sustitutos del azúcar.
- Poder de negociación de los proveedores: Panadería que vende pan a supermercados.
- Amenaza de nuevos competidores: Llegada de Uber a un pueblo con monopolio de taxis.



2. Certamen 1 - 2023

ITEM I (3 Ptos. c/u)

Responda las siguientes aseveraciones, marcando con un “V” si la pregunta es verdadera o con una “F” si es falsa. Justifique las falsas.

1. (F) El producto Estrella, le indica a una empresa que el mercado lo acepta y por lo tanto, éste le reporta una alta participación de mercado.
Y además tiene un alto crecimiento en el mercado.
2. (F) Cuando un producto está en la etapa de introducción en el mercado, la empresa prácticamente no tiene que invertir en publicidad.
Falso, ya que es necesario invertir en publicidad para dar a conocer el producto.
3. (V/F) El análisis FODA le sirve a las empresas para determinar el punto máximo de ganancias.
Falso, dado que el FODA es un análisis a nivel interno y externo que nos permite maximizar los puntos positivos y minimizar los negativos que afectan a la empresa.
4. (V) Las áreas funcionales de una empresa, son Finanzas & Contabilidad, RRHH & Administración, Producción y Comercialización & Marketing.
5. (V) El proceso de la administración estratégica contiene: selección de misión y objetivos, formulación de estrategias e implementación de la estrategia.
Además le falta el control de la estrategia, el análisis del entorno externo e interno de la empresa.
6. (V) El Modelo 'de' resumen de los elementos de la Dirección Estratégica son: Análisis Estratégico, Elección Estratégica e Implantación de la Estrategia.
7. (V) El modelo de negocio de una empresa involucra sólo al entorno interno.
8. (V) Un proceso de formulación de estrategias para una empresa, implica considerar el corto plazo.
9. (F) El Análisis PESTA le sirve a una empresa para determinar el punto máximo de ganancias. Falso, ya que el análisis PESTA es un análisis a nivel externo que nos permite conocer el entorno en el que se encuentra la empresa.
10. (F) Una estrategia competitiva implica que la empresa tiene las máximas ganancias económicas del mercado.
Falso, ya que una estrategia competitiva implica que la empresa tiene una ventaja competitiva sobre sus competidores.



ITEM II (5 Ptos. c/u)

Explique con un ejemplo, cada uno de los siguientes conceptos:

1. Estrategia Competitiva

- Lider: Walmart, con sus precios bajos y gran variedad de productos a nivel mundial.
- Retador: Unimarc, con sus precios bajos y gran variedad de productos a nivel nacional.
- Seguidor: Ganga, con sus precios bajos y con no tanta variedad de productos a nivel regional.
- Especialista: Confitería Turquesa, precio accesible y productos especializados en importación turca.

2. Segmentación del mercado.

3. Fuerzas competitivas de Porter.

Lo mismo que en el certamen anterior.

4. Entorno de una empresa Jodimos.

5. Análisis Estratégico

Suponiendo que se quiere abrir una empresa de comida rápida en un sector de la ciudad, se debe analizar:

- El entorno: Otros locales de comida rápida, proveedores de insumos, clientes potenciales, zona de ubicación.
- Expectativas y propósitos: Vender lo suficiente para tener mas beneficios que costos.
- Recursos: Insumos para la comida, personal, local, utensilios.
- Competencias: Personal con las capacidades aptas y tenga atención al cliente.
- Capacidades: Ofrecer productos y atención de calidad.