

-->

[Área personal](#) / [Mis cursos](#) / [2025-C-1-903-2847-ADM-110](#) / [Modulo III. La planificacion en el proceso Emprendor.](#)
/ [Evaluación Segundo parcial-G5](#)

Comenzado el Tuesday, 18 de March de 2025, 20:48

Estado Finalizado

Finalizado en Tuesday, 18 de March de 2025, 21:06

Tiempo empleado 17 minutos 15 segundos

Calificación 9.33 de 10.00 (93%)

Pregunta **1**

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

El Plan de Negocio: es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

Seleccione una:

☐ Verdadero

☒ Falso

Pregunta **2**

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

Es la Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, **No.688-16**.

Seleccione una:

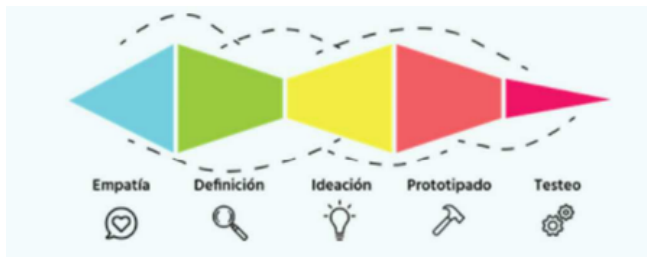
☐ Verdadero

☒ Falso

Pregunta 3

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00



La imagen muestra:

- ☐ a. Plan de Negocio.
- ☒ b. Proceso de Design Thinking
- ☐ c. Planificación Financiera.
- ☐ d. Plan de Marketing.

Pregunta 4

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

Tipos de acciones de un Plan de Marketing...

- ☒ a. Sobre productos, precios, comunicación, distribución y fuerzas de ventas.
- ☐ b. Cliente potencial, producto o servicio, canales de distribución, publicidad
- ☐ c. Estrategias de Marketing, clientes potenciales, publicidad y ventas.
- ☐ d. Producto, mercado, estrategias de marketing, ventajas competitivas y canales de distribución

Pregunta 5

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

Une cada Conceptos con su correcta definición

Hace referencia a la vida futura de la empresa, enfocándose en los consumidores o clientes interesados en los productos o los servicios que ofrezca la marca.

El mercado potencial

Es en esencia aquel individuo que consume el producto o servicio que nosotros ofrecemos, tan simple y tan sencillo como esto.

El Cliente y/o consumidor

Es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.

Producto

Pregunta 6

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

Hace referencia a la vida futura de la empresa, enfocándose en los consumidores o clientes interesados en los productos o los servicios que ofrezca la marca.

Respuesta: El mercado potencial

Pregunta 7

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

Son beneficios de un Plan de Negocio (Selecciona dos).

- ☒ a. La obtención de financiación.
- ☐ b. Determina las acciones en forma sistemática y va ajustándose en relación con los impactos logrados o a los cambios en las circunstancias.
- ☐ c. Incluye planeamientos menores, metas específicas a corto plazo y se ejecuta normalmente en los sectores operativos.
- ☒ d. Preparación para la adversidad.

Pregunta 8

Finalizado

Se puntúa 1.33 sobre 2.00

Une cada concepto con su definición.

El proceso de planificación y los planes resultantes deben ser adaptables a las condiciones cambiantes.

Principio de la flexibilidad de la planificación

La planificación abarca todos los niveles de la empresa.

Principio de la penetración de planificación

Es responsable de alcanzar los objetivos de la organización y la forma más eficaz de lograrlos es por la planificación.

La Planificación

Los objetivos se establecen a largo plazo, sumando metas parciales u objetivos específicos e integrando circunstancias internas y externas por igual. Suele realizarse en los ámbitos de jerarquía y no en los operativos.

Planificación Estratégica

Determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué orden debe hacerse.

Principio de la iniciación de planificaciones en la alta gerencia.

Una guía para establecer estrategias viables consiste en relacionar los productos y servicios de la empresa con las tendencias actuales y con las necesidades de los consumidores.

Principio de estrategias eficaces.

Pregunta **9**

Finalizado

Se puntúa 1.00 sobre 1.00

La estructura mas usada para trabajar un **"Plan de Negocio"** se compone de ...

Seleccione una:

- ☐ a. Empatía , Hipótesis , Planeación , Prototipado y Testeo.
- ☐ b. Estrategia Comercial, Producción y Recursos Humanos.
- ☐ c. Identificación , Muestreo, Validación, Empatía y Prototipado.
- ☒ d. Resumen Ejecutivo, Descripción del Negocio, Estudio de Mercado, Plan de Marketing, Recursos Humanos, Plan Financiero, Plan Jurídico.

[◀ Presentación Modulo 3](#)[Emprendimiento sin limites!!! ▶](#)