

## Empresa e Iniciativa Emprendedora

1<sup>er</sup> examen parcial de la 1<sup>a</sup> evaluación

Grupo:

Apellidos y nombre:

Fecha: 17/11/2020

**Preguntas tipo test. Cada una de estas preguntas vale 0,25 puntos. Cada tres respuestas erróneas descuentan un acierto.**

1. La capacidad de un emprendedor para asumir riesgos aumenta si:

- a) Tiene confianza en sí mismo y está dispuesto a poner en juego toda su capacidad para maximizar sus posibilidades de éxito.
- b) Sabe evaluar de forma realista tanto los riesgos como su propia capacidad para influir en estas probabilidades.
- c) Las dos respuestas anteriores son verdaderas.
- d) Sí desarrolla de forma adecuada el proyecto empresarial.

2. ¿Qué considera que es innovación de proceso?

- a) El que introduce una forma diferente de hacer las cosas.
- b) La aplicación del conocimiento científico a la actividad de la empresa.
- c) La creación de un nuevo producto o agregar una característica a los existentes que hace que los consumidores lo perciban como novedoso.
- d) Las dos respuestas anteriores son correctas.

3) En función de la naturaleza del entorno en el que se desenvuelve la empresa, distinguimos las siguientes clases de entorno:

- a) Estable/dinámico, simple/complejo, hostil/favorable.
- b) Entorno general y específico
- c) Entorno dinámico y complejo.
- d) Entorno favorable/desfavorable

4) Una empresa tendrá mayores posibilidades de éxito si la idea genera el proyecto de negocio:

- a) Satisface necesidades insatisfechas de futuros clientes.
- b) Introducir un factor diferenciador en su producto o servicio que ejerza una atracción sobre la clientela.
- c) Las dos respuestas anteriores son correctas.
- d) Si desarrolla de forma adecuada el proyecto empresarial.

5) La imagen corporativa es:

- a) La persona que representa a la empresa.
- b) El logotipo de la empresa.
- c) Lo que se percibe de la empresa, su personalidad.
- d) Todo lo anterior es correcto.

6) ¿Cómo se denominan los principios considerados válidos dentro de una organización y que son asumidos y desarrollados por todos sus integrantes?:

- a) La misión.
- b) La visión.
- c) Los valores.
- d) La cultura empresarial.

7) ¿Cuál de los siguientes agentes económicos forma parte del microentorno de una empresa?:

- a) Proveedores y clientes.
- b) Intermediarios.

c) Competidores.

d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

8) ¿Cómo se denominan los puntos fuertes internos, gracias a los cuales tenemos más fuerza que la competencia?:

a) Amenazas.

b) Fortalezas.

c) Debilidades.

d) Oportunidades

9) ¿Cuáles son los requisitos básicos para emprender con éxito una actividad empresarial?

a) Repetir experiencias ajenas, aprovechar la propia experiencia profesional, la innovación en los productos y percibir una necesidad no satisfecha.

b) Una idea válida, un capital inicial y nos conocimientos profesionales y de gestión.

c) Innovación de producto, innovación de proceso e innovación tecnológica.

d) Todos los anteriores son requisitos básicos.

10) ¿Cuál de las siguientes es una función económico-social de la empresa?:

a) Mejora de las condiciones laborales.

b) Organización de los factores productivos.

c) Protección del medio ambiente.

d) Todas las anteriores son correctas.

11) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre la empresa no es correcta?:

a) Es una unidad económica.

b) No pretende obtener un beneficio económico.

c) Utiliza como inputs diferentes factores materiales y humanos.

d) Produce bienes o servicios.

12) ¿Cuál de las siguientes no es una de las características de los sistemas?

a) Globalidad.

b) Sinergia.

c) Asertividad.

d) Homeostasis.

13) Según el análisis DAFO, ¿Cómo se denomina el tipo de estrategias que tendrá que utilizar una empresa que se enfrenta a un número elevado de oportunidades pero que cuenta con muchas debilidades?: a) Estrategias ofensivas. b) Estrategias de supervivencia. c) Estrategias defensivas. d)

Estrategias de reorientación.

14) ¿Cómo se denomina al conjunto de hechos y factores externos a la empresa, relevantes para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir, pero no controlar, y que se concretan en un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad?

a) Microentorno.

b) Entorno.

c) Macroentorno.

d) Ninguna de las anteriores es correcta.

15) Según el análisis DAFO, ¿Cómo se denomina el tipo de estrategias que tendrá que utilizar una empresa que se enfrenta a un número elevado de fortalezas y oportunidades?:

a) Estrategias ofensivas.

b) Estrategias de supervivencia.

- c) Estrategias defensivas.
- d) Estrategias de reorientación.

16) ¿Qué elemento/s de la cultura corporativa ha/n de tener un contenido ético y debe/n ser mayoritariamente aceptado/s?:

- a) La visión.
- b) Los valores.**
- c) La Responsabilidad Social Corporativa.
- d) La misión.

17) ¿Cuáles son los elementos que componen la cultura corporativa?

- a) Misión, visión y valores.**
- b) Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- c) Macroentorno y microentorno.
- d) Responsabilidad social corporativa e imagen corporativa.

18) Según el análisis DAFO, ¿Cómo se denominan el tipo de estrategias que tendrá que utilizar una empresa que se enfrenta a un número elevado de oportunidades y que cuenta con muchas fortalezas?:

- a) Estrategias ofensivas.**
- b) Estrategias defensivas.
- c) Estrategias de reorientación.
- d) Estrategias de supervivencia.

19) En el ámbito empresarial podemos distinguir los siguientes modelos de organización empresarial:

- a) Organización vertical u horizontal**
- b) Organización vertical, horizontal y circular
- c) Organización general y específica
- d) Organización horizontal, vertical y diagonal

20) ¿Cuál de las siguientes no es una ventaja de contar con una adecuada política de RSC?:

- a) Diluye la lealtad de los clientes.**
- b) Genera confianza en sus accionistas.
- c) Aumenta el grado de compromiso de los empleados.
- d) Mejora la imagen de la empresa.

21) ¿Cómo se denomina la representación mental que los agentes externos (accionistas, clientes, proveedores, etc...) se forman de la empresa, como consecuencia de las informaciones que reciben sobre ella?:

- a) Responsabilidad Social Corporativa.
- b) Imagen corporativa.**
- c) Cultura corporativa.
- d) Visión corporativa.

22) ¿Cómo se denominan los factores que afectan de forma global o general a todas las empresas?:

- a) Microentorno.
- b) Entorno.**
- c) Macroentorno.
- d) Ninguna de las anteriores es correcta.

23) Respecto a las cualidades del empresario:

- a) El control interno implica ser capaz de asumir y ser responsable de las consecuencias de los

propios actos.

b) Los empresarios de éxito no conocen el fracaso.

c) La asunción de un riesgo supone realizar un análisis previo de los factores en juego, ponderar las consecuencias y tomar decisiones atrevidas, obviando los escenarios negativos.

d) Ninguna es correcta.

24) ¿Cómo se define la visión como elemento de la cultura corporativa?:

a) Es la proyección que una organización hace de su identidad, sus valores y su estrategia empresarial, facilitando la cohesión interna de sus miembros y su adaptación externa.

b) Es una imagen de futuro deseado que la empresa busca crear mediante sus esfuerzos y acciones.

c) Es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente.

d) Como una serie de principios considerados válidos dentro de una organización y que son asumidos y desarrollados por todos sus integrantes.

25) Las empresas realizan una serie de funciones básicas para lograr sus objetivos. Estas funciones están en relación directa con:

a) Los clientes actuales y futuros.

b) El entorno general y específico.

c) Los departamentos o divisiones de la empresa.

d) La administración

26) ¿En qué consiste el networking?.

a) En desarrollar y crear una conexión online entre los diferentes centros de trabajo de una empresa.

b) En trabajar (to work) en red (net)

c) En desarrollar y cuidar una serie de contactos personales con el objetivo de tejer una red de relaciones que ayude a nuestra empresa a crecer.

d) En desarrollar y cuidar una serie de contactos profesionales con el objetivo de tejer una red de relaciones que ayude a nuestra empresa a crecer.

27) ¿Cómo qué tipo de factor dentro de las variables que configuran el macroentorno de una empresa se puede considerar la legislación medioambiental?:

a) Factores socioculturales.

b) Factores jurídicos.

c) Factores tecnológicos.

d) Factores demográficos.

28) ¿Cómo qué tipo de factor dentro de las variables que configuran el macroentorno de una empresa se puede considerar los deseos de vida más saludable por parte de los consumidores?:

a) Factores socioculturales.

b) Factores políticos.

c) Factores tecnológicos.

d) Factores demográficos.

29) ¿Cómo se denomina el instrumento de gestión para planificar, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar, en términos cuantitativos y cualitativos, la gestión de la RSC en una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas ?

a) Informe Social.

b) Balance de sostenibilidad.

c) Balance Social.

d) Índice de sostenibilidad.

30) ¿Qué significa que la Responsabilidad Social Corporativa es un concepto transversal?:

a) Que afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa.

- b) Que está directamente relacionado con los derechos humanos.
- c) Que la RSC va más allá del concepto de marketing.
- d) Que está relacionada con la lucha contra la corrupción.

***Cada una de las siguientes preguntas vale 0,50 puntos***

1) Inés ha decidido crear su propia empresa de restauración. Es una persona emprendedora, creativa y previsor. No le asusta la aventura y tiene una gran capacidad de adaptación a cualquier situación nueva. Siempre toma la iniciativa en cualquier reunión y tiene una gran habilidad para mediar en los conflictos que surgen entre sus compañeros.

Además, tiene una gran formación en esta especialidad y le encanta el mundo empresarial, por lo que ha hecho un curso de gestión de empresas.

Diferencia, entre los rasgos definidos en esta emprendedora, cuáles son sus aptitudes y cuáles sus actitudes.

**Actitudes:** persona emprendedora, creativa y previsor. Capacidad de riesgo y de adaptación a cualquier situación nueva. Liderazgo y resolución de conflictos.

**Aptitudes:** formación específica, y formación de gestión empresarial.

2) Refiriéndote a empresas relacionadas con tu idea de negocio o con tu sector, pon un ejemplo de innovación de producto, un ejemplo de innovación de proceso, un ejemplo de innovación en marketing y otro en innovación en organización empresarial.

3) En estos últimos meses, en tu comarca ha habido un cambio en el sistema de recogida de basuras. Se han sustituido los contenedores tradicionales por otros de recogida selectiva de residuos.

¿Qué tipo de innovación se ha aplicado: de producto, de proceso, de marketing o de organización empresarial? Razona tu respuesta.

**Se puede decir que es una «innovación de proceso» ya que lo que se introduce es una manera diferente de realizar el proceso de recogida de basura.**

4) Propón la matriz D.A.F.O. para el siguiente caso:

Un grupo de amigos decide abrir en Helsinki un negocio de helados revolucionario: están hechos con ingredientes naturales, tienen un formato de packaging muy original y, su mayor diferencia, no se derriten (lo cual ha permitido que un socio inversor inyecte 100.000€ al proyecto).

En este caso, las **Fortalezas** están claras:

- Tienen un grado de tecnología alto, han dado con una patente que les permite diferenciarse de la competencia.
- Además, su apariencia es muy moderna y atractiva.
- Cuentan con un presupuesto elevado.
- Los helados no tienen químicos, conservantes ni colorantes.

Por otro lado, las **Debilidades** serían:

- Al ser un concepto tan novedoso, el mercado puede no estar preparado para ello.
- El precio de cada helado (al ser un producto muy desarrollado) es elevado.
- No tienen reconocimiento de marca.
- No conocen demasiado bien el mercado de Helsinki porque ninguno de ellos ha vivido allí.

Los impactos positivos que el entorno puede tener sobre nuestro negocios son las **Oportunidades**, que, en nuestro ejemplo serían:

- No existe ningún producto parecido y lo nuevo siempre tiene más valor.
- Los hábitos de alimentación van, cada vez más, hacia lo natural y sano.
- La sociedad finlandesa tiene unos hábitos de compra superior a la media europea.
- Helsinki tiene uno de los niveles de vida más elevados de Europa.
- La sociedad finlandesa acoge muy bien los avances tecnológicos.

Por otro lado, las **Amenazas** serían:

- El músculo empresarial finlandés es muy potente, podrían imitar el modelo en poco tiempo.
- Aunque el nivel de consumo es elevado, suele concentrarse en el sector textil y de entretenimiento, poco consumo de alimentación fuera del hogar.
- El clima de Helsinki es frío, por lo que los helados no se consumen demasiado allí.

5) Elementos que configuran la imagen institucional de la empresa: enumeración, descripción y breve comenarrio sobre cada uno de ellos.

La imagen institucional de la empresa se basa en los siguientes elementos:

- El nombre
- El logotipo
- Anagrama
- Imagotipo
- Marca