NOMBRE:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**EXAMEN DEL PRIMER APORTE**

**Facultad en Ingeniería en Electricidad y Computación.**

**Fecha:** Guayaquil, Julio de 2011

**Materia:** Planeación Estratégica

**Profesor:** Ing. Lenin Freire

**Instrucción:** Son 30 preguntas que contienen cada una, una sola respuesta. Por favor no dejar ninguna pregunta sin contestar. No hay preguntas durante el examen. No dejar de poner el nombre el examen.

**PREGUNTAS**

1. Como se denomina “la maniobra con la intención de burlar al oponente”
	1. Plan
	2. Truco
	3. Posición
	4. Patrón
2. Cual de la siguientes aseveraciones es un criterio para una estrategia eficaz
	1. Ataque
	2. Sorpresa
	3. Fuerza
	4. Tecnología
3. Apostar a desarrollar una ventaja competitiva es una táctica
	1. Liderazgo en Costos
	2. Diferenciación
	3. Enfoque
	4. Opción b y c
4. En la ley “No confíe demasiado en sus amigos, aprenda utilizar a los enemigos”, quiere decir:
	1. Que los enemigos son importantes, porque siempre hay con quien pelear una posición.
	2. Es más fácil reconocer un enemigo que a un amigo
	3. No existes amigos ni enemigos, sino solamente aleados que siempre apoyen a tus intereses
	4. Necesitas personas amigas que te digan tus defectos en la cara.
5. En la ley “Diga siempre menos de lo necesario”, quiere decir.
	1. No decir siempre toda la verdad
	2. Es para buscar la vulnerabilidad del otro.
	3. Es para no generar mucha expectativa.
	4. Es para que mantengas un perfil de callado y solitario.
6. Cuál es la estrategia de tener tecnologías de información en la empresa?
	1. La inversión en tecnología siempre asegura una ventaja competitiva
	2. La tecnologías no son el fin solo un medio.
	3. Las tecnologías son un commodities
	4. Estar en la evolución del mercador
7. Sobre la ley “ No haga sombra a su amo” quiere decir:
	1. Cuando el primero caiga llegará el segundo.
	2. Trabajar a veces para que el primero se lleve los méritos
	3. Cuidarle la espalda para que nadie le haga daño, así sea con su propia vida
	4. Mantener lealtad sobre todas las cosas, hasta cuando caiga, porque caerá con él.
8. Estratégicamente en tecnología que es lo que primero se debería revisar:
	1. Información fiable en tiempo real
	2. La automatización de procesos y tareas rutinarias
	3. Nuevos procesos de negocio
	4. Nuevos modelos de negocio
9. Cual no es parte de las técnicas de diagramación de procesos
	1. Diagramas de bloques
	2. Diagrama de control
	3. Diagrama de flujo funcional
	4. Diagrama de recorrido
10. Cuál de los siguientes componentes no es parte de la cadena de valor de Porter:
	1. Administración
	2. Mercado
	3. Operación
	4. Servicio a cliente
11. Cual se las siguientes sentencias define al concepto de valor agregado.
	1. Son actividades que van orientadas a la satisfacción del cliente
	2. Son actividades que van orientadas a las buenas relaciones con los proveedores
	3. Son actividades que van orientadas a producción de los productos
	4. Son actividades orientadas a los recursos humanos.
12. El FODA es parte de:
	1. Contexto estratégica
	2. Formulación estratégica
	3. Consistencia estratégica
	4. Opción b y c
13. En donde se analizan las alternativas estratégicas
	1. Contexto estratégica
	2. Formulación estratégica
	3. Consistencia estratégica
	4. Opción b y c
14. Cuál de los siguientes ejemplo se denominaría sector industrial
	1. Vallejo Araujo, Difare, Mc. Donald, Burger King
	2. Comandato, Almacenes Japón, Créditos económicos, Banco de Guayaquil
	3. Seguros Bolívar, Banco del Pacífico, Produbanco, Casa de valores Gye.
	4. No hay ninguna industria entre estas opciones
15. Cuál es el tema más importante a considerar al tomar la decisión de ingresar en un mercado competitivo
	1. Hace un análisis de mercado
	2. Seguir los objetivos y asegurar una ventaja
	3. Guardar capital
	4. Contratar recursos humanos talentosos y competitivos
16. Cómo describiría la mejor manera de ataque a la competencia
	1. Trabajar bajo perfil
	2. Engañar y socavar las fortalezas del competidor
	3. Ir con todos los recursos a cumplir los objetivos
	4. Ningunas de las anteriores
17. Que competencia es la más importante para el éxito a largo plazo?
	1. Ingresar con costos bajos al mercado.
	2. Posicionamiento en la mente del cliente
	3. Encontrar distribuidores y mayoristas
	4. Ninguna de las anteriores
18. Cuál es el mejor modo de conquistar la confianza de su gente?
	1. Con la presión continua
	2. Siendo excelente
	3. Con sanciones y reconocimientos
	4. Opción b y c.
19. Como se mide la rentabilidad en el sector industrial
	1. A través del posicionamiento de la empresa
	2. A través del retorno de la inversión
	3. A través de la utilidad de la empresas
	4. A través de los niveles de ingreso.
20. El hecho que haya un mercado con mucha empresas es señal de:
	1. Barreras de entrada
	2. Ambiente competitivo
	3. Sustitutos
	4. Opción b y c.
21. El uso de la publicidad masiva es un recurso de:
	1. Barreras de entrada
	2. Ambiente competitivo
	3. Sustitutos
	4. Opción b y c.
22. Cuando un proveedor vente a diferentes sectores industriales
	1. Es una desventaja competitiva
	2. Es una amenaza para el cliente
	3. Es un poder que tiene el proveedor
	4. Es el poder del comprador.
23. Cuál es la diferencia entre objetivo y meta
	1. Desde el punto de vista de la Planificación Estratégica es lo mismo.
	2. El objetivo es a corto plazo y la meta a largo plazo
	3. La meta es a corto plazo y el objetivo a largo plazo.
	4. Ninguna de las anteriores
24. Sobre el arte de la guerra y su analogía con la competencia del mercado, que sentencia es cierta-
	1. La ética no cuenta, peor el ejemplo lo importante es ganar.
	2. La preparación, disciplina y perseverancia, no son importante, es mejor la mentira y el engaño.
	3. La guerra no tiene reglas, por ende el mercado tampoco.
	4. La ética, lo valores y las reglas si importan, por levanta el compromiso.
25. El análisis de la estructura del sector considera el comportamiento de cada uno de los negocios o segmentos de mercado que atiende la firma o la entidad teniendo en cuenta las particularidades relacionadas con las fuerzas que determinan estructuralmente su desempeño, según el tipo de bien o servicio que ofrece y el mercado al cual va dirigido.
	1. Falso
	2. Verdadero
26. La influencia que tiene y puede tener el medio ambiente en la empresa, la forma en que afecta su comportamiento y en general las implicaciones que se pueden pronosticar como conclusiones de su análisis, hacen posible identificar las debilidades y fortalezas para el desarrollo de la organización.
	1. Falso
	2. Verdadero
27. El poder colectivo de las cinco fuerzas propuestas por Porter determinan la capacidad de beneficio de un sector. Éste puede ser intenso en algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existen rentabilidades elevadas. El fin de la estrategia de una empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor.
	1. Falso
	2. Verdadero
28. El análisis del entorno da una respuesta única y directa que una empresa busca sobre el entorno en el que se mueve.
	1. Falso
	2. Verdadero
29. El análisis de grupos estratégicos permite identificar cuáles son los competidores más directos, conocer la probabilidad de que una organización cambie de grupo estratégico, identificar oportunidades e identificar problemas estratégicos.
	1. Falso
	2. Verdadero
30. La planeación por escenarios tiene como ventaja, el análisis de la alternativa estratégica para cada uno de los posibles escenarios según se vayan presentado.
	1. Falso
	2. Verdadero