1. La empresa educativa cuenta con terrenos y edificios propios, ubicados estrat&eacute;gicamente en la ciudad.
* Recursos tangibles f&iacute;sicos.
* Recursos tangibles financiero.
* Recursos intangibles no humano tecnol&oacute;gico.
* Recursos intangibles no humano organizativo.
* Recursos intangibles humano.
1. Dentro de la organizaci&oacute;n se requiere difusi&oacute;n una cultura de calidad en el servicio al nuestros cliente.
* Recursos tangibles f&iacute;sicos.
* Recursos tangibles financiero.
* Recursos intangibles no humano tecnol&oacute;gico.
* Recursos intangibles no humano organizativo.
* Recursos intangibles humano.
1. La empresa cuenta con procedimientos definidos claramente en el Manual de Organizaci&oacute;n.
* Recursos tangibles f&iacute;sicos.
* Recursos tangibles financiero.
* Recursos intangibles no humano tecnol&oacute;gico.
* Recursos intangibles no humano organizativo.
* Recursos intangibles humano.
1. La empresa cuenta con liquidez y efectivo disponible para sus operaciones cotidianas.
* Recursos tangibles f&iacute;sicos.
* Recursos tangibles financiero.
* Recursos intangibles no humano tecnol&oacute;gico.
* Recursos intangibles no humano organizativo.
* Recursos intangibles humano.
1. La maquiladora “Lucy” cuenta con maquinas de coser, cortadora, remachadora, perforadora etc. para la manufactura de prendas de vestir.
* Recursos tangibles f&iacute;sicos.
* Recursos tangibles financiero.
* Recursos intangibles no humano tecnol&oacute;gico.
* Recursos intangibles no humano organizativo.
* Recursos intangibles humano.
1. Los ejemplos que se establecen a continuaci&oacute;n son todos considerados como activos tangibles:
* Materias primas, mobiliario, terrenos, dinero
* Las maquinarias, equipo, tecnolog&iacute;a de la informaci&oacute;n y bases de datos
* El conocimiento del saber hacer (Know How), mobiliario, materiales y bases de datos.
1. Se consideran como las fuentes mas importante de la organizaci&oacute;n que otorgan ventajas competitivas sobre otras empresas.
* Recursos activos tangibles.
* Recursos activos intangibles
* Recursos financieros
1. El reto de una empresa implica **aprender** a gestionar los recursos intangibles.
* Falso
* Verdadero
1. Todos son indicadores que describen los activos intangibles de la organizaci&oacute;n, de tal forma que podamos monitorizar y controlar las actividades que a&ntilde;aden valor a la empresa.
* Aprendizaje y crecimiento, Proceso Interno, Clientes.
* Aprendizaje y crecimiento, bases de datos, tecnolog&iacute;a de punta.
* Aprendizaje y crecimiento, Misi&oacute;n – Visi&oacute;n, financiamiento
1. El &eacute;xito del negocio depende del v&iacute;nculo entre proveedores y la empresa, cuales ambas partes deber&aacute; contemplar el cumplimiento de los acuerdos pactados.
* Verdadero
* Falso
1. El proceso de transformaci&oacute;n eficiente de las materias primas es un recurso tangible en donde la fruta deshidratada alcance las mejores condiciones en cuanto a sabor y textura.
* Verdadero
* Falso
1. Si se establece un v&iacute;nculo duradero con las Instituciones financieras, podr&aacute;n facilitar el desarrollo del negocio. Es importante que la empresa demuestre credibilidad crediticia.
* Verdadero
* Falso
1. A continuaci&oacute;n se describe un recurso tangible humano organizativo. Recepci&oacute;n de materia prima  y selecci&oacute;n: al momento de la recepci&oacute;n de la materia prima se realiza una inspecci&oacute;n para determinar su calidad y si cumple con las especificaciones en cuanto a sanidad (ausencia de ataques de insectos, fruta malograda, podrida), variedad y estado de madurez (grados brix, textura, color, pH).
* Verdadero
* Falso
1. Un recurso tangible que deber&aacute; utilizar la empresa ser&aacute;… Posicionar la marca elegida como  una marca de calidad. Crear una  marca y trabajar en su promoci&oacute;n es fundamental para lograr la diferenciaci&oacute;n del producto.
* Verdadero
* Falso
1. Para llevar a cabo este negocio requerimos una inversi&oacute;n inicial de recursos financieros intangibles de $ 43,900.00, que ser&aacute;n empleados fundamentalmente para  la compra de maquinarias y la ambientaci&oacute;n del local. Aproximadamente, el 20% de la inversi&oacute;n inicial se emplear&aacute; como capital de trabajo.
* Verdadero
* Falso
1. Establece cual es la motivaci&oacute;n que se caracteriza por est&iacute;mulos externos; ellos determinan la direcci&oacute;n de nuestra conducta. Esta motivaci&oacute;n regulada por el ambiente es fruto del aprendizaje.
* Motivaci&oacute;n extr&iacute;nseca.
* Motivaci&oacute;n intr&iacute;nseca
1. El nivel de motivaci&oacute;n intr&iacute;nseca y extr&iacute;nseca nos lleva a realizar un comportamiento dependiente del momento y de la actividad. Es decir una misma actividad suscitar&aacute; motivaciones diferentes dependiendo de la persona o incluso para la misma persona en momentos diferentes.
* Verdadero
* Falso
1. Skinner (conductismo) establece que son las causas internas las que determinaban la conducta.
* Verdadero
* Falso
1. Los individuos intr&iacute;nsecamente motivados hacia una tarea seleccionan tareas de dificultad moderada, mientras que los extr&iacute;nsecamente motivados son menos creativos y eligen tareas f&aacute;ciles que tengan m&aacute;s posibilidades de conseguir el premio.
* Verdadero
* Falso
1. Si los sujetos participan en una actividad voluntaria, su motivaci&oacute;n extr&iacute;nseca ser&aacute; m&aacute;s elevada.
* Verdadero
* Falso
1. Una habilidad imprescindible en un directivo es establecer una comunicaci&oacute;n asertiva y honesta entre su equipo de trabajo; esto se vera reflejado en una mayor comprensi&oacute;n y un nivel de compromiso a&uacute;n mayor. Esto responde a que tipo de motivaci&oacute;n?
* Motivaci&oacute;n extr&iacute;nseca
* Motivaci&oacute;n intr&iacute;nseca
1. El Gerente de cualquier equipo de trabajo deber&aacute; provocar una actitud de reto que estimule y emocione. Se trata de encontrar soluciones alternativas a los problemas cotidianos, innovar y desarrollar la autoconfianza. Tambi&eacute;n ayuda a involucrar a los trabajadores en resoluci&oacute;n de problemas y en la toma de soluciones.
* Verdadero
* Falso
1. A que tipo de motivaci&oacute;n corresponden las diversas oportunidades de crecimiento, desarrollo humano y desarrollo profesional que brindan las empresas a sus trabajadores.
* Motivaci&oacute;n extr&iacute;nseca
* Motivaci&oacute;n intr&iacute;nseca
1. En la microempresa “Lucy” que se dedica al dise&ntilde;o de vestidos de novia considera que una manera de motivar a los trabajadores es hacer extensivos los informes de parte de los jefes a los trabajadores sobre el impacto de sus proyectos en la microempresa, eso fomentar&aacute; mayor conciencia sobre la importancia de su trabajo para la producci&oacute;n de bienes y el desarrollo de la econom&iacute;a de la organizaci&oacute;n. Esto a que tipo de motivaci&oacute;n corresponde?
* Motivaci&oacute;n extr&iacute;nseca
* Motivaci&oacute;n intr&iacute;nseca
1. Cuando los problemas dentro de la organizaci&oacute;n se vuelven m&aacute;s frecuentes y estos son ocasionados por la mala actitud y falta de compromiso de los empleados, se debe analizar c&oacute;mo se desarrolla el liderazgo de las personas a cargo, ya que estos problemas pueden llegar a ser un reflejo de una mala direcci&oacute;n.
* Verdadero
* Falso
1. Las tareas mon&oacute;tonas y repetitivas donde el trabajo se realiza de una forma mec&aacute;nica son fuente de desmotivaci&oacute;n. Es por ello que en la microempresa servicios “Josefinos” el l&iacute;deres Antonio establecer retos tanto laborales como profesionales al personal a su cargo; delegando actividades claras y precisas en la que se deben buscar nuevas soluciones a los servicios brindados y/ o alternativas de soluci&oacute;n a las dificultades que se presentan en le d&iacute;a a d&iacute;a.
* Verdadero
* Falso
1. Un factor importante y gran motivador para los colaboradores son los sueldos y las prestaciones que la organizaci&oacute;n les ofrece. Es de gran importancia ofrecer sueldos atractivos, y prestaciones adicionales a las correspondientes, hacer parte a los empleados de la repartici&oacute;n de utilidades anuales como tambi&eacute;n ofrecer acciones. Existen muchas formas de ofrecer buenas prestaciones y que no afecten las capacidades administrativas y financieras de la empresa… todo esto forma parte de una motivaci&oacute;n de tipo:
* Motivaci&oacute;n extr&iacute;nseca
* Motivaci&oacute;n intr&iacute;nseca
1. El Liderazgo Situacional s&oacute;lo sugiere los estilos de liderazgo de alta probabilidad para distintos niveles de preparaci&oacute;n, pero no indica la probabilidad de &eacute;xito de los otros estilos si el l&iacute;der no est&aacute; motivado o no es capaz de emplear el estilo ‘deseado’.
* Verdadero
* Falso
1. La teor&iacute;a de liderazgo situacional establece que: el l&iacute;der debe evaluar y reconocer el nivel de preparaci&oacute;n de los miembros del grupo que dirige, y modificar su estilo mediante el aumento o disminuci&oacute;n de la conducta a trav&eacute;s de la cual define el trabajo de los seguidores y de la conducta, mediante la cual recompensa a estos, fomentando la participaci&oacute;n y la comunicaci&oacute;n bidireccional.
* Verdadero
* Falso
1. El estilo del l&iacute;der se define por la combinaci&oacute;n de dos dimensiones, a las que llaman “comportamiento de la motivaci&oacute;n” y “comportamiento de los seguidores”.
* Verdadero
* Falso
1. En la teor&iacute;a de liderazgo situacional El comportamiento de relaci&oacute;n, se define como el grado en que el l&iacute;der practica una comunicaci&oacute;n en dos direcciones. Incluye escuchar, facilitar y respaldar a los seguidores.
* Verdadero
* Falso
1. Selecciona el estilo de liderazgo situacional que corresponde: “se reconoce porque ambos comportamientos est&aacute;n por encima del promedio, explicar las decisiones y dar la oportunidad de hacer aclaraciones”.
* E1 (Dirigir)
* E2 (Persuadir)
* E3 (Participar)
* E4 (Delegar)
1. Selecciona el estilo de liderazgo situacional que corresponde: “es el que muestra un l&iacute;der cuando tanto el comportamiento de tarea como el de relaci&oacute;n est&aacute;n por debajo del promedio, ceder la responsabilidad de las decisiones y su puesta en pr&aacute;ctica.”
* E1 (Dirigir)
* E2 (Persuadir)
* E3 (Participar)
* E4 (Delegar)
1. La teor&iacute;a de liderazgo situacional establece que: “el seguidor puede ser m&aacute;s maduro para ciertas facetas de su trabajo y menos maduro para otras. Por lo que la madurez es una cualidad personal de cada uno de los seguidores que el l&iacute;der debe evaluar para cada objetivo e individuo del grupo.
* Verdadero
* Falso
1. Se identifica como la capacidad del seguidor y se refiere a las habilidades, la experiencia y el conocimiento t&eacute;cnico en relaci&oacute;n con la tarea.
* Madurez para el puesto
* Madurez psicol&oacute;gica
1. Selecciona la opci&oacute;n que corresponde a la descripci&oacute;n de la madurez y motivaci&oacute;n del seguidor: “implica que tanto la motivaci&oacute;n como la capacidad son bajas.”
* M1 o madurez baja
* M2 o madurez de baja a moderada
* M3 o madurez de moderada a alta
* M4 o madurez
1. Selecciona la opci&oacute;n que corresponde a la descripci&oacute;n de la madurez y motivaci&oacute;n del seguidor: “es la situaci&oacute;n en la que el seguidor presenta poca motivaci&oacute;n.”
* M1 o madurez baja
* M2 o madurez de baja a moderada
* M3 o madurez de moderada a alta
* M4 o madurez
1. En la teor&iacute;a de liderazgo situacional (TLS) establece que: “la madurez del seguidor es la variable situacional, ya que determinar&aacute; la efectividad del liderazgo a partir de su interacci&oacute;n con mayor o menor comportamiento de tarea y mayor o menor comportamiento de relaci&oacute;n.
* Verdadero
* Falso
1. La clave para conseguir el cambio en los subordinados es reforzar, mediante aproximaciones sucesivas, el comportamiento que se acerca a las expectativas del supervisor de alcanzar un buen desempe&ntilde;o. El cambio debe ser gradual, como resultado de un crecimiento planeado y mediante la creaci&oacute;n de una confianza y respeto mutuos.
* Verdadero
* Falso
1. La toma de decisiones es el proceso a trav&eacute;s del cual se identifica una necesidad de decisi&oacute;n, se establecen alternativas, se analizan y se elige una de ellas, se implementa la elegida, y se eval&uacute;an los resultados.
* Verdadero
* Falso
1. La herramienta de toma de decisiones se usa exclusivamente para decisiones estrat&eacute;gicas importantes o decisiones que son poco frecuentes (no rutinarias).
* Verdadero
* Falso
1. Por regla general la necesidad de tomar una decisi&oacute;n surge como consecuencia de un problema u oportunidad que se presenta.
* Verdadero
* Falso
1. Hemos identificado el problema de que el proveedor que ten&iacute;amos ha disminuido la calidad de sus productos y, por tanto, se hace necesario buscar un nuevo proveedor, y tomar la decisi&oacute;n de qu&eacute; proveedor elegir entre todas las alternativas posibles. Selecciona a que paso de toma de decisiones corresponde este ejemplo:
* Identificaci&oacute;n de la necesidad de tomar una decisi&oacute;n.
* Identificaci&oacute;n de criterios de decisi&oacute;n.
* Asignaci&oacute;n de peso a los criterios.
1. Una vez que hemos determinado la necesidad de contar con un nuevo proveedor, determinamos que los criterios que vamos a utilizar para poder elegir al nuevo proveedor ser&aacute;n el precio, la calidad del producto, las facilidades de pago, y los plazos de entrega. Selecciona a que paso de toma de decisiones corresponde este ejemplo:
* Identificaci&oacute;n de la necesidad de tomar una decisi&oacute;n.
* Identificaci&oacute;n de criterios de decisi&oacute;n.
* Asignaci&oacute;n de peso a los criterios.
1. Una vez que hemos determinado los criterios que vamos a utilizar para elegir al nuevo proveedor, pasamos a ponderarlos, d&aacute;ndole al criterio m&aacute;s importante el valor de 10, por ejemplo, al criterio precio le damos un 7, al de calidad un 10, al de facilidades de pago un 6, y al de plazos de entrega un 8. Selecciona a que paso de toma de decisiones corresponde este ejemplo:
* Identificaci&oacute;n de la necesidad de tomar una decisi&oacute;n.
* Identificaci&oacute;n de criterios de decisi&oacute;n.
* Asignaci&oacute;n de peso a los criterios.
1. Mientras m&aacute;s importante sea la decisi&oacute;n a tomar, menor tiempo debemos tomarnos para desarrollar las alternativas, menos alternativas debemos buscar, y menos informaci&oacute;n debemos recabar. Ya que es urgente tomar la decisi&oacute;n.
* Verdadero
* Falso
1. El proveedor A, en el criterio de precio le damos una calificaci&oacute;n de 10 (pues tiene muy buenos precios), en calidad le damos un 5 (pues su productos no son de muy buena calidad, pero tampoco son de mala calidad), en facilidades de pago le damos un 8 (pues nos dan buenos cr&eacute;ditos comerciales), y en plazos de entrega un 2 (pues demoran mucho en entregar los pedidos).Selecciona a que paso de toma de decisiones corresponde este ejemplo
* Desarrollo de alternativas
* Asignaci&oacute;n de peso a los criterios
* An&aacute;lisis de alternativas
1. Una vez seleccionada una alternativa, es decir, tomada una decisi&oacute;n, pasamos a implementarla, es decir, ponerla en pr&aacute;ctica, lo cual incluye comunicarla a todas las personas afectadas, y buscar el compromiso de &eacute;stas para aplicarla. Selecciona a que paso de toma de decisiones corresponde.
* An&aacute;lisis de alternativas
* Implementaci&oacute;n de la alternativa
* Evaluaci&oacute;n de la eficacia de la decisi&oacute;n
1. Los resultados de la toma de decisiones no fue lo esperados, podemos optar por tomarnos un poco m&aacute;s de tiempo, o aceptar que definitivamente la decisi&oacute;n tomada no fue la acertada, e iniciar nuevamente el proceso de la toma de decisiones. Selecciona a que paso de toma de decisiones corresponde.
* Evaluaci&oacute;n de la eficacia de la decisi&oacute;n
* An&aacute;lisis de alternativas
* Implementaci&oacute;n de la alternativa