1. &iquest;A qu&eacute; se refiere la competitividad?
* A encontrar la utilidad deseada
* Bajo costo con respecto a los competidores
* Eficiencia y eficacia
* A las estrategias
1. Esta t&eacute;cnica permite reducir costos de mantenimiento de los inventarios:
* Costeo basado en actividades
* Justo a tiempo
* *Target costing*
* Desarrollos tecnol&oacute;gicos de los sistemas informativos
1. Esta herramienta se presenta como una de las que recientemente han tomado mayor relevancia en las empresas en su proceso de costeo:
* Costeo basado en actividades
* Justo a tiempo
* *Target costing*
* Desarrollos tecnol&oacute;gicos de los sistemas informativos
1. Esta herramienta tiene, entre otras, la ventaja de reducir al m&iacute;nimo el prorrateo de los gastos indirectos de fabricaci&oacute;n:
* Costeo basado en actividades
* Justo a tiempo
* *Target costing*
* Desarrollos tecnol&oacute;gicos de los sistemas informativos
1. Consiste en obtener la posesi&oacute;n o un mayor control de los distribuidores o minoristas con los que trabaja la empresa:
* Integraci&oacute;n hacia adelante
* Integraci&oacute;n hacia atr&aacute;s
* Integraci&oacute;n horizontal
* Penetraci&oacute;n en el mercado
1. Pretende aumentar la participaci&oacute;n del mercado que corresponde a los productos o servicios presentes, en los actuales mercados, por medio de un esfuerzo mayor para la comercializaci&oacute;n:
* Integraci&oacute;n hacia adelante
* Integraci&oacute;n hacia atr&aacute;s
* Integraci&oacute;n horizontal
* Penetraci&oacute;n en el mercado
1. Consiste en obtener la posesi&oacute;n o un mayor control de los competidores de la empresa:
* Integraci&oacute;n hacia adelante
* Integraci&oacute;n hacia atr&aacute;s
* Integraci&oacute;n horizontal
* Penetraci&oacute;n en el mercado
1. Son la adici&oacute;n de productos o servicios nuevos pero relacionados:
* Diversificaci&oacute;n conglomerado
* Diversificaci&oacute;n horizontal
* Diversificaci&oacute;n conc&eacute;ntrica
* Penetraci&oacute;n en el mercado
1. Es la adici&oacute;n de productos o servicios nuevos que no est&aacute;n relacionados:
* Diversificaci&oacute;n conglomerado
* Diversificaci&oacute;n horizontal
* Diversificaci&oacute;n conc&eacute;ntrica
* Penetraci&oacute;n en el mercado
1. Es la suma de productos o servicios nuevos no relacionados:
* Diversificaci&oacute;n conglomerado
* Diversificaci&oacute;n horizontal
* Diversificaci&oacute;n conc&eacute;ntrica
* Penetraci&oacute;n en el mercado
1. Son las tres grandes &aacute;reas en las cuales se divide la actividad econ&oacute;mica:
* Actividades agr&iacute;colas, financieras y sociales
* Primarias, secundarias y terciarias
* Eficiencia, comercio y mercado
* Agr&iacute;colas, industria y mercado
1. Actividad que permite transformar los productos de las actividades primarias:
* Econom&iacute;a
* Industria
* Mercado
* Servicios
1. Son las que inician el proceso productivo, transformando materia prima en productos semielaborados que utilizan otras industrias para su transformaci&oacute;n final:
* Comercios
* Industria de bienes de equipo
* Industria base
* Industria de bienes de consumo
1. Son aquellas que fabrican bienes o productos terminados que el consumidor puede adquirir:
* Comercios
* Industria de bienes de equipo
* Industria base
* Industria de bienes de consumo
1. Implica utilizar los recursos sin desperdicios:
* Eficiencia
* Eficacia
* Competencia
* Productividad
1. Este m&eacute;todo ayuda a conocer el mercado dado que es una de las necesidades primordiales de la empresa. Su finalidad es vender para obtener una ganancia, por lo tanto, mientras m&aacute;s informaci&oacute;n se tenga, la estrategia para lograr un gran volumen de ventas tendr&aacute; mayores posibilidades de &eacute;xito:
* Integraci&oacute;n hacia adelante
* Modelo de estrategias
* Integraci&oacute;n horizontal
* Las cuatro P de la mercadotecnia
1. Son los que tienen necesidad y deseo de un producto:
* Mercado natural
* Segmento de mercado
* Mercado potencial
* Nicho de mercado
1. Son oportunidades de negocio:
* Mercado natural
* Segmento de mercado
* Mercado potencial
* Nicho de mercado
1. Consumidores a los cuales se desea llegar:
* Mercado natural
* Segmento de mercado
* Mercado potencial
* Mercado meta
1. Son grupos de clientes con caracter&iacute;sticas similares:
* Segmento de mercado
* Mercado natural
* Segmento de mercado
* Mercado potencial
1. Modelo que implica la utilizaci&oacute;n de cinco definiciones de estrategia para su implementaci&oacute;n:
* Modelo de Mintzberg
* Modelo de Porter
* Modelo de estrategias
* Modelo de mercado
1. En el modelo Mintzberg son las estrategias elaboradas. En otras palabras, no es suficiente definir la estrategia como plan:
* Estrategia como patr&oacute;n
* Estrategia que es una posici&oacute;n
* Estrategia como perspectiva
* Estrategia como plan
1. En el modelo Mintzberg es una especie de curso de acci&oacute;n conscientemente determinado:
* Estrategia como patr&oacute;n
* Estrategia que es una posici&oacute;n
* Estrategia como perspectiva
* Estrategia como plan
1. En el modelo Mintzberg suelen llamarse un "medio ambiente"; o sea, el lugar en el medio ambiente donde se concentran los recursos:
* Estrategia como patr&oacute;n
* Estrategia que es una posici&oacute;n
* Estrategia como perspectiva
* Estrategia como plan
1. An&aacute;lisis de estrategias que se enfoca en las bajas participaciones de mercado individuales, las posibilidades de beneficiarse del efecto de la curva de la experiencia son nulas o m&iacute;nimas para los competidores:
* Sistemas especializados
* Sistema fragmentados
* Sistemas concentrados
* Competencia equilibrada
1. An&aacute;lisis de estrategias que se enfoca en la rentabilidad baja debido a que todos los competidores disponen de instalaciones y tecnolog&iacute;as equivalentes:
* Sistemas especializados
* Sistemas fragmentados
* Sistemas concentrados
* Competencia equilibrada
1. Buscan elaborar an&aacute;lisis internos (de fortalezas y debilidades de las empresas y los negocios) y externos (de oportunidades y amenazas del entorno del mercado) para establecer estrategias en las distintas actividades empresariales y de negocios:
* Modelo de Mintzberg
* Modelo de Porter
* Modelo de estrategias
* Modelo de mercado
1. Es lo m&aacute;s decisivo en la implementaci&oacute;n de un modelo:
* La formulaci&oacute;n
* La implantaci&oacute;n
* El liderazgo
* El control
1. Es uno de los elementos de la estructura de implantaci&oacute;n que contesta las siguientes preguntas: &iquest;Requiere de cambios? &iquest;Cu&aacute;n complejos son los cambios?
* Cultura
* Estructura
* Pol&iacute;ticas
* Liderazgo
1. Es uno de los elementos de la estructura de implantaci&oacute;n que contesta las siguientes preguntas: &iquest;Existe pensamiento estrat&eacute;gico? &iquest;Existe actitud estrat&eacute;gica? &iquest;C&oacute;mo est&aacute; la intenci&oacute;n estrat&eacute;gica?
* Cultura
* Estructura
* Pol&iacute;ticas
* Liderazgo