1. &iquest;Cu&aacute;l es el nombre de la persona que desarroll&oacute; la teor&iacute;a del portafolio?
* Allen Myers
* Harry Markowitz
* Ansoff
* Walras Leontief
1. Seg&uacute;n la teor&iacute;a del portafolio, la mayor&iacute;a de los inversionistas son adversos al riesgo.
* Falso
* Verdadero
1. &iquest;Cu&aacute;l es el factor m&aacute;s importante para integrar una cartera de inversi&oacute;n?
* Maximizaci&oacute;n
* Diversificaci&oacute;n
* Rentabilidad
* Variaci&oacute;n
1. Es el modelo que estima la relaci&oacute;n existente entre la rentabilidad y el riesgo de un portafolio determinado, provee herramientas y par&aacute;metros necesarios para la estimaci&oacute;n de medidas de desempe&ntilde;o:
* Teor&iacute;a del portafolio
* CAPM
* Estrategias de crecimiento
* Estrategias de diversificaci&oacute;n
1. La teor&iacute;a de selecci&oacute;n de cartera toma en consideraci&oacute;n el retorno esperado a corto plazo y la volatilidad esperada en el largo plazo.
* Verdadero
* Falso
1. Son las estrategias m&aacute;s atractivas dado que ofrecen m&aacute;s oportunidades profesionales y ayudan para que la empresa no pueda cometer errores m&aacute;s f&aacute;cilmente, con respecto a aquellas empresas que ya encuentran en la fase de estabilidad:
* Estrategias de diversificaci&oacute;n
* Estrategias de crecimiento
* Estrategias de an&aacute;lisis internos
* Teor&iacute;a del portafolio
1. Es una estrategia de crecimiento:
* Estrategias de diversificaci&oacute;n
* Concentraci&oacute;n
* Diversificaci&oacute;n horizontal
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
1. La empresa recurre a los productos que posee en la actualidad actuando en los mercados en que ya opera:
* Desarrollo del mercado
* Penetraci&oacute;n
* Diversificaci&oacute;n
* Lanzamiento de nuevos productos
1. Consiste en la venta de nuevos productos en mercados similares a los tradicionales de la empresa:
* Estrategias de diversificaci&oacute;n
* Diversificaci&oacute;n
* Diversificaci&oacute;n vertical
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
1. Es la estrategia que distingue entre las siguientes cuatro alternativas o categor&iacute;as estrat&eacute;gicas: negocio &uacute;nico, negocio dominante, diversificaci&oacute;n relacionada y diversificaci&oacute;n:
* Estrategias de diversificaci&oacute;n
* Estrategia de diversificaci&oacute;n no relacionada
* Diversificaci&oacute;n vertical
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
1. Refiere a la influencia de los factores que rodean a la organizaci&oacute;n:
* Planeaci&oacute;n estrat&eacute;gica
* An&aacute;lisis del entorno
* Plan de negocios
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
1. Consiste en el an&aacute;lisis de los factores hacia el interior de la organizaci&oacute;n; es decir, las fortalezas y las debilidades:
* An&aacute;lisis externo
* An&aacute;lisis interno
* An&aacute;lisis global
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
1. Es el an&aacute;lisis de los factores fuera del control de la organizaci&oacute;n:
* An&aacute;lisis externo
* An&aacute;lisis interno
* An&aacute;lisis global
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
1. El an&aacute;lisis externo de la organizaci&oacute;n identifica:
* Fortalezas y debilidades
* Estrategias competitivas
* Estrategias de diferenciaci&oacute;n
* Amenazas y oportunidades
1. Son los indicadores de la econom&iacute;a a nivel mundial que requieren de un estudio profundo que permita tomar decisiones que beneficien a la empresa:
* Fuerzas pol&iacute;ticas
* Fuerzas econ&oacute;micas
* Fuerzas tecnol&oacute;gicas
* Fuerzas econ&oacute;micas
1. La ciencia evoluciona constantemente y se explota en nuevas fuentes de negocios:
* Fuerzas pol&iacute;ticas
* Fuerzas econ&oacute;micas
* Fuerzas tecnol&oacute;gicas
* Fuerzas econ&oacute;micas
1. Es imprescindible para establecer una negociaci&oacute;n, tanto a nivel local como regional y nacional, teniendo en consideraci&oacute;n que el gobierno es el principal regulador, expropiador, concesionario y subsidiario de las empresas:
* Fuerzas pol&iacute;ticas
* Fuerzas econ&oacute;micas
* Fuerzas tecnol&oacute;gicas
* Fuerzas econ&oacute;micas
1. Son las que tratan de analizar los gustos, usos y costumbres de la poblaci&oacute;n de la regi&oacute;n en la cual se pretende incursionar, con la finalidad de que el producto o servicio que se ofrezca, satisfaga las necesidades de los consumidores y tenga aceptaci&oacute;n:
* Fuerzas culturales
* Fuerzas econ&oacute;micas
* Fuerzas tecnol&oacute;gicas
* Fuerzas econ&oacute;micas
1. Este es un elemento que no es necesario revisar en el an&aacute;lisis interno:
* Precios
* Ventas
* Cartera
* Indicadores de marketing
1. Son limitaciones internas y controlables que la empresa tiene debido al mal funcionamiento, mala estrategia o a otros factores:
* Debilidades
* Amenazas
* Fortalezas
* Oportunidades
1. Son los factores externos no controlables que se encuentran o pudieran aparecer a futuro en el entorno:
* Debilidades
* Amenazas
* Fortalezas
* Oportunidades
1. Definen los aspectos internos y controlables en la empresa competitiva en el presente:
* Debilidades
* Amenazas
* Fortalezas
* Oportunidades
1. El objetivo permanece tal y como hab&iacute;a sido establecido en un principio, debido a que el an&aacute;lisis de los factores positivos y negativos le indica que, objetivamente, es posible alcanzarlo:
* Invalidaci&oacute;n del objetivo
* Revisi&oacute;n del objetivo
* Mantenimiento del objetivo
* Oportunidades
1. El an&aacute;lisis de una o m&aacute;s fortalezas u oportunidades que no hab&iacute;an considerado inicialmente, le dan la posibilidad de modificar el objetivo para establecerlo en niveles m&aacute;s ambiciosos:
* Invalidaci&oacute;n del objetivo
* Revisi&oacute;n del objetivo
* Mantenimiento del objetivo
* Oportunidades
1. Es una herramienta que ayuda a analizar la situaci&oacute;n de una empresa cuyo principal objetivo es ofrecer un claro diagn&oacute;stico para poder tomar las decisiones estrat&eacute;gicas oportunas y mejorar en el futuro:
* An&aacute;lisis externo
* FODA
* Estrategias
* Oportunidades
1. Consiste en la incorporaci&oacute;n de productos nuevos no relacionados, pero en este caso son destinados a clientes potenciales:
* Diversificaci&oacute;n horizontal
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
* Diversificaci&oacute;n vertical
* Diversificaci&oacute;n conc&eacute;ntrica
1. Busca asegurar la colocaci&oacute;n de los productos relacionados con el ciclo completo de explotaci&oacute;n del sector base de la empresa dentro de la propia unidad econ&oacute;mica:
* Diversificaci&oacute;n horizontal
* Diversificaci&oacute;n conglomerada
* Diversificaci&oacute;n vertical
* Diversificaci&oacute;n conc&eacute;ntrica
1. Generar crecimiento para la empresa es el principal objetivo de los empresarios y directivos.
* Falso
* Verdadero
1. La teor&iacute;a de portafolio se rige bajo el supuesto de que proviene de las variaciones de mercado en su conjunto y que afecta –en mayor o menor medida– a todos los activos.
* Verdadero
* Falso