

Nombre del alumno (a)

Sello de autorización

<b>Profesor</b>	DRA. LUZ ELENA CERVANTES MONROY	<b>Parcial</b>	<b>Examen Unico</b>
<b>Carrera</b>	LICENCIATUR EN PSICOLOGIA 9° cuatrimestre	<b>Fecha</b>	<b>21062025</b>
<b>Materia</b>	TALLER DEL EMPRENDEDOR	<b>Nomenclatura del Grupo</b> LPS19SSC1022-A	
<b>Total de Preguntas:</b>			<b>Calificación :</b>

**INSTRUCCIONES:**

Responde con letra clara y precisa los siguientes reactivos:

**I) REACTIVOS DE OPCIÓN MÚLTIPLE**

Subraya la respuesta correcta de lo que se pide en cada pregunta. **10 ptos.**

1.- ¿De qué se encarga el marketing?

- a. El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor
- b. El marketing se encarga solo del proceso de planear.
- c. El marketing se encarga solo del proceso de ventas.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

2.- ¿Cuál es el objetivo del área de Marketing?

- a. Los objetivos del área de marketing son solo definir lo que se desea lograr con el producto en términos de ventas.
- b. Los objetivos del área de marketing son definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.
- c. Los objetivos del área de marketing son solo definir lo que se desea lograr con el producto en términos de producción
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

3.- ¿Para que nos sirve el estudio de mercado?

- a. Para recopilar solo datos en relación con el mercado
- b. Para registrar solo datos en relación con el mercado
- c. Para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

4.- ¿Qué se requiere para hacer publicidad?

- a. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar solo un mensaje.
- b. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para solo tener impacto en el mercado.
- c. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

5.- ¿Qué medios se utilizan para la publicidad de productos o servicios?

- a. Solo periódico y radio.
- b. Periódico, radio, volantes, perifoneo, redes sociales, entre otros.

- c. Solo periódico y redes sociales.  
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 6.- ¿Qué se puede realizar en la promoción de ventas?
- a. Muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad, etcétera.  
 b. Solo muestras gratuitas o regalos en la compra del producto.  
 c. Solo muestras gratuitas u ofertas en compra del producto.  
 d. Ninguna de las anteriores es correcta
- 7.- ¿Qué es una etiqueta?
- a. Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.  
 b. Es solo una forma impresas que llevan todos los producto para dar a conocer el nombre.  
 c. Formas impresas que lleva el producto dar a conocer si es oferta.  
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 8.- ¿Qué función tiene un empaque?
- a. Solo de proteger el producto.  
 b. El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.  
 c. Solo para poder envalar los productos.  
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 9.- El precio de un producto es una variable relacionada ¿con qué elementos?
- a. Solo con la publicidad.  
 b. Solo el tipo de producto.  
 c. Plaza, publicidad y producto  
 e. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 10.- ¿Qué se conoce como producción?
- a. Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores  
 b. Solo la transformación de los insumos mediante procesos químicos.  
 c. Solo a la transformación de los insumos mediante procesos físicos.  
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.

**REACTIVOS DE RESPUESTA CORTA:****5 ptos.**

Anote la palabra (s) que faltan el la linea.

11.- Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen al emprendedor como el especialista en **en asumir la responsabilidad por la decisiones propias** de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un “ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas.

12.- Morris y Kuratko (2002) dicen que, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, **agrega valor** a cualquier proceso o actividad en la que interviene.

13.- Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, esto le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y **la materialización de oportunidades**. Agregan que es un alquimista peculiar que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real,

por lo cual tiene “dinamismo creativo”. Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. Joseph Schumpeter

14.- El emprendedor es consciente de la importancia de la planificación pero también cuenta con el conocimiento, **la experiencia**, y sentido común necesario para tomar buenas decisiones.

15.- El Emprendedor tiene la habilidad y capacidad para **tomar decisiones y asumir responsabilidades**. Se lidera a si mismo y a las demás, generando mística e identificación con el trabajo, se capacita, planifica, prevé posibles riesgos y diseña estrategias de emergencia

### PREGUNTAS ABIERTAS:

10 ptos.

16.- ¿Cuáles son las características de un modelo de negocios?

Las características de un modelo de negocios incluyen: propuesta de valor clara, segmentación del mercado, canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingreso, actividades clave, recursos clave, socios clave y estructura de costos.

17.- ¿Cómo se pueden mantener los costos lo mas bajo posibles?

Para mantener los costos lo más bajos posible, se puede optimizar el uso de recursos, automatizar procesos, negociar con proveedores, reducir desperdicios y mejorar la eficiencia operativa.

18.- ¿Qué deben de hacer las empresas diferente al resto de sus competidores?

Las empresas deben innovar, ofrecer valor agregado, personalizar productos o servicios y enfocarse en la satisfacción del cliente para diferenciarse de sus competidores.

19.- ¿Qué significa segmentar el mercado?

Segmentar el mercado significa dividir a los consumidores en grupos con características y necesidades similares para ofrecerles productos o servicios adecuados.

20.- ¿Qué significa estructura de la cadena de valor?

La estructura de la cadena de valor se refiere a todas las actividades internas que una empresa realiza para entregar un producto o servicio, desde la producción hasta la entrega al cliente.

21.- A que nos referimos con generación de ingresos y ganancias

Se refiere a cómo una empresa obtiene dinero por sus productos o servicios y genera utilidades después de cubrir sus costos.

22.- Resume naturaleza del proyecto

La naturaleza del proyecto describe su propósito, tipo de producto o servicio y a quién va dirigido.

23.- Resume justificación de la empresa

La justificación de la empresa explica las razones por las cuales es viable o necesaria, identificando una necesidad u oportunidad en el mercado.

24.- Resume propuesta de valor y nombre de la empresa.

La propuesta de valor resume lo que la empresa ofrece como solución atractiva al cliente. (Ejemplo: “Ofrecer comida saludable y rápida con ingredientes orgánicos bajo el nombre ‘GreenBite’.”)

<b>UDS</b>	CARATULA DE EVALUACIÓN	<b>PRF-FOR-01</b>
	PROFESORES	

25.- Resume descripción de la empresa

La descripción de la empresa incluye el nombre, giro, objetivos, misión, visión y los productos o servicios que ofrecerá.