Funcionament de l'empresa i disseny de moc

Preguntes tipus test

Exercicis · 5 exercicis

Proves d'accés a la universitat (PAU) de Catalunya. Ordenats del més recent al més antic.
Retalls dels exàmens i pautes oficials (selecat.cat / universitats.gencat.cat).

Exercici 4

[2,5 punts en total]

Encercleu la lletra de l'opció correcta de les qüestions següents.

[Cada resposta correcta val 0,25 punts. Per cada resposta errònia es descomptaran 0,08 punts; per les preguntes no contestades no hi haurà cap descompte.]

4.1. Quina de les afirmacions següents sobre eines d'innovació en models de negoci és correcta?

a) El mapa d'empatia s'utilitza per a comprendre profundament el client i les seves necessitats.

b) El mapa d'empatia consisteix en quatre fases: segmentar, crear una marca, empatitzar i validar.

c) Els hipocentres d'innovació indiquen que les idees només poden provenir de l'equip directiu.

d) L'estratègia dels oceans blaus busca competir directament en mercats saturats.

4.2. En innovació, la matriu ERIC

a) consta de tres files i tres columnes en les quals s'inclou informació relacionada amb les qüestions que es plantegen en un nou model de negoci.

b) consisteix a aportar informació responent a quatre preguntes: què cal eliminar, què cal redissenyar, què cal incrementar i què cal crear.

c) consisteix a aportar informació responent a quatre preguntes: què cal eliminar, què cal reduir, què cal incrementar i què cal crear.

d) consisteix a aportar informació responent a quatre preguntes: què cal eliminar, què cal reduir, què cal incrementar i què cal canviar.

4.3. Una empresa pot aplicar estratègies relacionades amb la innovació i la inversió en recerca. Quan analitza els punts febles de la competència i se centra en un segment de mercat en el qual té un punt fort, segueix una estratègia

a) dependent.

b) imitativa.

c) oportunista.

d) ofensiva.

4.4. En l'estratègia dels oceans blaus
- ***a***) es planteja fer una recerca simultània de diferenciació i costos baixos, per a obrir un nou espai de mercat.
- ***b***) es vol superar la competència incrementant la quota de mercat.
- ***c***) s'apliquen sempre tècniques de pensament visual o de *brainstorming* per a aconseguir noves idees.
- ***d***) s'aplica la matriu ERIC, que serveix per a respondre a les preguntes relacionades amb eliminar, reutilitzar, incrementar i crear valor.

4.5. En el mercat podem trobar models de negoci basats en la gratuïtat, en els quals la major part dels serveis s'ofereixen sense cap cost. Aquest patró de negoci es coneix com a
- ***a***) multiplataforma.
- ***b***) *long tail.*
- ***c***) nínxol de mercat.
- ***d***) *freemium.*

4.6. En l'estudi de la viabilitat de models de negoci,
- ***a***) quan s'estudia la viabilitat econòmica, es calcula el punt mort.
- ***b***) quan s'estudia la viabilitat legal, es defineixen les estratègies de màrqueting.
- ***c***) quan s'estudia la viabilitat comercial, es calculen el VAN i la TIR.
- ***d***) quan s'estudia la viabilitat financera, es dissenya una anàlisi DAFO.

4.7. Una societat que integra l'economia social, que no té ànim de lucre directe i que té com a objectiu la satisfacció de les necessitats dels seus socis és una
- ***a***) societat civil pública.
- ***b***) societat cooperativa.
- ***c***) societat laboral i participada.
- ***d***) societat de responsabilitat limitada.

4.8. La manera concreta de combinar factors de producció en forma de procediments productius s'anomena
- ***a***) treball.
- ***b***) capital.
- ***c***) tecnologia.
- ***d***) organització empresarial.

4.9. Les empreses que operen en un país però exporten a altres països són empreses
- ***a***) regionals.
- ***b***) nacionals.
- ***c***) internacionals.
- ***d***) multinacionals.

4.10. La teoria del sostre de vidre fa referència
- ***a***) al fet que els referents femenins no tenen la mateixa visibilitat que els referents masculins.
- ***b***) al fet que moltes dones concilien la vida personal i professional com si treballessin en una doble jornada laboral.
- ***c***) al fet que alguns inversors o entitats financers tendeixen a invertir menys en projectes impulsats per dones.
- ***d***) a les barreres que impedeixen el desenvolupament professional de les dones en càrrecs directius o de responsabilitat.

Exercici 4

[2,5 punts en total]

Encercleu la lletra de l'opció correcta de les qüestions següents.

[Cada resposta correcta val 0,25 punts. Per cada resposta errònia es descomptaran 0,08 punts; per les preguntes no contestades no hi haurà cap descompte.]

4.1. L'empresa individual es caracteritza perquè

a) la responsabilitat està limitada al capital aportat i el capital mínim està fixat en els estatuts.

b) la responsabilitat està limitada al capital aportat i el capital mínim és de 60.000 euros.

c) la responsabilitat és il·limitada i no hi ha un mínim de capital.

d) pot tenir un o més socis i la responsabilitat està limitada al capital aportat.

4.2. Per a l'anàlisi de la competència i dels nínxols de mercat, es poden utilitzar la matriu ERIC i els oceans blaus. Pel que fa als oceans blaus, podem dir que

a) és un quadrant de quatre espais l'objectiu del qual és qüestionar el model de negoci i plantejar accions que permetin a l'empresa diferenciar-se de la competència i crear valor.

b) la seva estratègia és la recerca simultània de diferenciació i costos baixos per a obrir un nou espai que encara no ha estat explotat pel comerç.

c) és una eina que permet personalitzar, caracteritzar i conèixer el prototip de client de l'empresa.

d) la seva base no serà mai la diferència amb la competència.

4.3. Segons el marc jurídic que regula l'activitat empresarial, les empreses poden ser
a) del sector primari, secundari, terciari o quaternari.
b) privades, públiques o mixtes.
c) locals, regionals, nacionals, internacionals i multinacionals.
d) individuals o societàries.

4.4. Quin document utilitzen les empreses per a informar de manera ordenada i resumida de les seves actuacions en els àmbits social, laboral i ambiental?
a) El codi ètic.
b) La memòria financera.
c) El balanç social.
d) El pla estratègic.

4.5. Pel que fa al mapa d'empatia, al centre hi hem de col·locar sempre
a) el client.
b) els objectius.
c) el producte.
d) els resultats.

4.6. Quan un equip de físics de diverses universitats investiguen les propietats d'un material determinat, fan
a) innovació.
b) desenvolupament.
c) recerca.
d) productivitat.

4.7. Respecte a l'economia, els agents econòmics i l'escassetat de recursos, podem dir que
a) cap agent econòmic pot ser productor i consumidor alhora.
b) l'escassetat de recursos és un fenomen relatiu, en la mesura que afecta les economies menys desenvolupades.
c) els consumidors, que també anomenem *unitats econòmiques de consum* o *economies domèstiques*, són les famílies, els individus i altres entitats que tenen com a activitat principal la presa de decisions de consum, és a dir, la tria de béns i serveis que demanaran per a satisfer millor les seves necessitats.
d) l'escassetat de recursos no serà mai un problema econòmic.

4.8. En el pla d'empresa, podem incloure l'anàlisi de la competència en l'apartat de viabilitat
a) legal.
b) comercial.
c) financera.
d) mediambiental.

4.9. Una patent és
a) un títol que reconeix el dret d'explotar en exclusiva un invent.
b) el nom comercial d'un producte.
c) els drets d'una persona física sobre la seva obra.
d) qualsevol informació o coneixement tecnològic, científic, industrial, comercial, organitzatiu o financer.

4.10. A partir de l'anàlisi DAFO d'un projecte empresarial, si detectem un nivell elevat de competència en el sector, el considerarem
a) dins dels factors externs, com una amenaça.
b) dins dels factors interns, com una amenaça.
c) dins dels factors externs, com una debilitat.
d) dins dels factors externs, com una oportunitat.

Exercici 4

[2,5 punts en total]

Encercleu la lletra de l'opció correcta de les qüestions següents.

[Cada resposta correcta val 0,25 punts. Per cada resposta errònia es descomptaran 0,08 punts; per les preguntes no contestades no hi haurà cap descompte.]

4.1. L'empresa Funmo es dedica a la fabricació de fundes per a mòbils, que comercialitza a la península Ibèrica. Per a créixer, es proposa fabricar bolígrafs i comercialitzar-los a tota la Unió Europea. Podem dir que Funmo ha adoptat una estratègia de

a) penetració de mercats.
b) desenvolupament de nous productes.
c) desenvolupament de mercat.
d) diversificació.

4.2. El model de negoci d'afiliació

a) ofereix bona part dels serveis sense cap cost i la resta amb un cost addicional.
b) posa en contacte clients diferents que es necessiten per a crear valor.
c) consisteix a oferir determinats beneficis a tercers per a atraure clients.
d) consisteix en el pagament per l'accés a un producte amb una periodicitat fixada.

4.3. L'aprenentatge validat és una metodologia utilitzada en
a) l'anàlisi PESTEL.
b) la matriu ERIC.
c) el model de negoci circular.
d) el *lean start-up*.

4.4. En termes econòmics, les necessitats humanes es poden satisfer directament amb
a) recursos naturals.
b) productes i serveis.
c) agents econòmics.
d) impostos.

4.5. Si una empresa té 5.000 treballadors, pertany en un 50 % a la Generalitat de Catalunya, té filials a diversos països del món i es dedica a la comercialització de productes, podem dir que, segons la propietat del capital, és una empresa
a) del sector terciari.
b) gran.
c) multinacional.
d) mixta.

4.6. Dins el model *canvas*, el mitjà que s'utilitza per a fer arribar la proposta de valor al client s'anomena
a) canals.
b) activitats clau.
c) aliances clau.
d) recursos clau.

4.7. Les activitats que pretenen incrementar el coneixement aplicat sobre un camp determinat constitueixen el que anomenem
a) recerca.
b) desenvolupament.
c) innovació.
d) oceans blaus.

4.8. En l'anàlisi DAFO, l'àmbit intern està constituït per
a) fortaleses i oportunitats.
b) amenaces i debilitats.
c) fortaleses i debilitats.
d) oportunitats i amenaces.

4.9. A quin model de negoci correspon la definició següent: «Bona part dels serveis s'ofereixen sense cost, si bé hi ha prestacions complementàries que són de pagament.»?
a) *Freemium*.
b) *Long tail*.
c) Aplicacions mòbils.
d) Multiplataforma.

4.10. L'estratègia que, utilitzant la innovació, intenta aconseguir la millora del negoci actual i la construcció de nous camps per al futur s'anomena
a) oceans blaus.
b) metodologia innovadora.
c) ambidextra.
d) d'afiliació.

Exercici 4

[2,5 punts en total]

Encercleu la lletra de l'opció correcta de les qüestions següents.

[Cada resposta correcta val 0,5 punts. Per cada resposta errònia es descomptaran 0,15 punts; per les preguntes no contestades no hi haurà cap descompte.]

4.1. Quina de les afirmacions següents sobre les societats anònimes és certa?

a) Cada soci respon dels deutes de l'empresa amb el seu propi patrimoni.
b) El capital mínim per a poder-se constituir és de 3.005,06 €.
c) Els socis poden transmetre les accions que posseeixen de manera lliure.
d) Només els socis que treballen a l'empresa responen dels deutes de l'empresa.

4.2. Una empresa que es dedica a l'elaboració de productes làctics vol elaborar una matriu d'Ansoff. Això li permetrà analitzar

a) les estratègies de creixement relatives a la cooperació entre diferents tipus d'empreses del sector.
b) les estratègies de creixement relatives a la concentració d'empreses del sector.
c) les estratègies de creixement intern.
d) les estratègies d'absorció i fusió.

4.3. Llegiu aquests quatre exemples d'empreses i determineu quin es correspon amb una franquícia:

a) Netflix permet accedir a un ampli catàleg de sèries, pel·lícules i documentals a canvi d'un pagament mensual.
b) Starbucks és una cadena internacional que compra, torra i comercialitza cafè. Ven cafè de diferents tipus, begudes fredes, te, altres productes alimentaris i també accessoris. Ofereix la possibilitat que empresaris individuals, societats, etc., fent una inversió inicial, puguin obrir les seves pròpies botigues sota la marca, sempre respectant els estàndards de la companyia.
c) TikTok és un model de negoci multilateral de xarxes socials. Concretament, és una xarxa social per a compartir vídeos curts.
d) RecOn és una empresa de reciclatge de plàstic. Té un servei integral de gestió de residus que es pot resumir en tres etapes: la compra de residus, la transformació d'aquests residus i la posterior comercialització del plàstic recuperat. Es basa en la idea que, en lloc de llençar ampolles, envasos i altres productes de plàstic després d'haver-los utilitzat, es poden recollir i processar per a convertir-los en matèria primera per a fabricar productes nous, com ara roba, mobles o fins i tot altres envasos.

4.4. Quin mètode s'utilitza per a representar visualment un model de negoci, identificant elements clau com els segments de clients, les propostes de valor i els canals de distribució?

a) El *lean startup*.
b) El *canvas*.
c) El discurs de l'ascensor o *elevator pitch*.
d) El mapa d'empatia.

4.5. Una patent és

a) un títol que reconeix el dret d'explotar en exclusiva un invent.
b) el nom comercial d'un producte.
c) els drets d'una persona física sobre la seva obra.
d) qualsevol informació o coneixement, inclosos el tecnològic, el científic, l'industrial, el comercial, l'organitzatiu o el financer.

Exercici 4

[2,5 punts en total]

Encercleu la lletra de l'opció correcta de les qüestions següents.

[Cada resposta correcta val 0,5 punts. Per cada resposta errònia es descomptaran 0,15 punts; per les preguntes no contestades no hi haurà cap descompte.]

4.1. A quin concepte fa referència la frase següent: «Són barreres invisibles que dificulten a les dones accedir a càrrecs directius o emprendre negocis, tot i estar en igualtat de condicions quant a formació i experiència laboral amb els homes.»?

a) Conveni col·lectiu.
b) Contracte de treball.
c) *Knowmad* (o nòmades del coneixement).
d) Sostre de vidre.

4.2. A quin tipus d'audiència va dirigit principalment un *elevator pitch* (o discurs de l'ascensor)?

a) Als possibles inversors i col·laboradors.
b) Als clients i consumidors.
c) Als empleats de l'organització.
d) Als competidors de l'empresa.

4.3. Els apartats del model *canvas* que donen resposta a la pregunta «Com es desenvolupa la proposta de valor?» són:

a) recursos clau, activitats clau i aliances clau.
b) recursos clau, activitats clau, segments de clients i fonts d'ingressos.
c) estructura de costos i fonts d'ingressos.
d) aliances clau, segments de clients i canals.

4.4. Quin dels documents següents ajuda a avaluar algun aspecte de la responsabilitat social corporativa de les empreses?

a) El mapa d'empatia dels clients.
b) El balanç de situació.
c) El codi de conducta intern.
d) El conveni col·lectiu.

4.5. El model PESTEL ens permet fer una anàlisi de

a) l'entorn específic.
b) l'entorn genèric.
c) l'estructura organitzativa.
d) la competència.