

SOLUCIONES EVALÚATE TÚ MISMO

ITINERARIO PERSONAL PARA LA EMPLEABILIDAD II

CAPÍTULO 1. PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS PARA PROCESOS SELECTIVOS DE EMPLEO

EVALÚATE TÚ MISMO

1. ¿Qué se debe evaluar al analizar un *curriculum vitae*?:

- a) Solo la formación académica.
- b) Únicamente la experiencia laboral.
- c) Datos personales, formación académica, experiencia laboral, habilidades y competencias, idiomas, y otros datos relevantes.

2. ¿Qué aspecto evalúan los test psicométricos?:

- a) Capacidad de resolución de problemas.
- b) La inteligencia, la personalidad, la motivación y las aptitudes del candidato.
- c) Habilidades técnicas específicas.

3. ¿Cuál es el primer paso en el proceso de selección de personal?:

- a) Pruebas de aptitud y conocimiento.
- b) Análisis de *curriculum vitae* y cartas de presentación.
- c) Contactar a los candidatos.

4. ¿Qué se recomienda para entender las tendencias actuales, las demandas de empleo y las oportunidades disponibles en diferentes sectores?:

- a) Investigación del mercado laboral.
- b) Autoevaluación.
- c) Carta de presentación.

5. ¿Qué papel desempeñan las habilidades blandas en los procesos selectivos?:

- a) Papel crucial en la superación de procesos selectivos.
- b) Solo son útiles en el sector privado.
- c) No se consideran importantes.

CAPÍTULO 2. COMPETENCIAS PERSONALES, SOCIALES Y EMOCIONALES PARA LA EMPLEABILIDAD

1. ¿Qué implica la comunicación efectiva en un equipo?:

- a) Aumentar la competencia individual.
- b) Limitar la interacción.
- c) **Expresar ideas con claridad, precisión y respeto.**

2. ¿Qué implica la flexibilidad en el entorno laboral?:

- a) **Adaptarse a situaciones nuevas.**
- b) Mantener siempre las mismas estrategias.
- c) Evitar asumir nuevas responsabilidades.

3. ¿Qué se refiere a la capacidad de adaptarse a situaciones nuevas, cambiar de enfoque según sea necesario y emplear diferentes estrategias de acuerdo con las circunstancias?:

- a) Motivación.
- b) Adaptabilidad.
- c) **Flexibilidad.**

4. ¿Qué se busca fomentar al practicar la escucha activa?:

- a) Establecer un debate intenso.
- b) Hacer crítica constructiva.
- c) **Prestar atención a lo que los demás dicen.**

5. ¿Cuál es una técnica recomendada para gestionar el tiempo de trabajo?:

- a) Evitar apuntar tareas.
- b) Trabajar sin pausas largas.
- c) **Utilizar la técnica Pomodoro.**

CAPÍTULO 3. HABILIDADES EMPRENDEDORAS Y PROCESOS DE INNOVACIÓN

1. ¿Qué tipo de innovación se refiere a la implementación de un nuevo método de producción?:

- a) Innovación de proceso.
- b) Innovación de producto.
- c) Innovación organizativa.

2. ¿Qué competencia digital implica la capacidad de crear y compartir contenido digital?:

- a) Resolución de problemas.
- b) Creación de contenido digital.
- c) Seguridad digital.

3. ¿Qué principio fundamental de sostenibilidad implica anticipar y prevenir impactos negativos?:

- a) Responsabilidad.
- b) Ecoeficiencia.
- c) Precaución.

4. ¿Por qué elementos se caracteriza la metodología Scrum?:

- a) *Sprints* de duración indefinida.
- b) Roles y eventos fijos.
- c) Roles, eventos y artefactos.

5. ¿Qué programa de capacitación y formación es enfoque para el desarrollo de productos y servicios de forma rápida y eficiente?:

- a) Modelo Canvas.
- b) *Lean Atartup*.
- c) *Design thinking*.

CAPÍTULO 4. IDENTIFICACIÓN Y VALIDACIÓN DE IDEAS EMPRENDEDORAS

1. ¿Cuál de los siguientes principios no es parte de la economía circular?:

- a) Reparación.
- b) Reutilización.
- c) **Destrucción.**

2. ¿Qué técnica se utiliza para generar ideas en grupo de manera espontánea?:

- a) *Design thinking.*
- b) Análisis FODA.
- c) ***Brainstorming.***

3. ¿Qué etapa del proceso creativo está relacionada con la generación de una gran cantidad de ideas sin preocupación por su viabilidad?:

- a) **Divergencia.**
- b) Convergencia.
- c) Preparación.

4. ¿Qué técnica se utiliza para organizar y conectar ideas, identificar relaciones y patrones?:

- a) Análisis FODA.
- b) Entrevistas a clientes.
- c) **Mapas mentales.**

5. ¿Cuál de las siguientes prácticas ayuda a mejorar la moral y el compromiso de los empleados?:

- a) Aumento de horas laborales.
- b) **Definición de valores éticos y sociales.**
- c) Revisión de contratos.

CAPÍTULO 5. DESARROLLO DE UN PROYECTO EMPRENDEDOR

1. ¿Qué son los agentes internos en un proyecto?:

- a) Reguladores gubernamentales.
- b) Miembros de la organización que lleva a cabo el proyecto.
- c) Proveedores de servicios.

2. ¿Cuál es el propósito principal del análisis FODA en un proyecto?:

- a) Evaluar la situación financiera.
- b) Determinar el punto de equilibrio.
- c) Identificar factores internos y externos que afectan el éxito.

3. ¿Qué guía a las organizaciones hacia la sostenibilidad según la Agenda 2030?:

- a) Metas de Desarrollo Sostenible (MDS).
- b) Normas ISO.
- c) Políticas gubernamentales.

4. ¿Qué aspecto analiza los beneficios y costes del proyecto, asegurando que los ingresos proyectados superen los costes involucrados?:

- a) Viabilidad técnica.
- b) Viabilidad financiera.
- c) Viabilidad operativa.

5. ¿Qué concepto sugiere que las empresas pueden generar beneficios económicos al abordar problemas sociales y ambientales?:

- a) Responsabilidad social.
- b) Valor compartido.
- c) Rendimiento financiero.

CAPÍTULO 6. PROYECTO FINAL INTEGRADO

1. ¿Qué aspecto se debe considerar para identificar oportunidades en un proyecto?:

- a) Cambios en el mercado.
- b) Cambios demográficos.
- c) Comportamiento del consumidor.

2. ¿Qué debe incluir la presentación final del proyecto integrado?:

- a) Un resumen de las experiencias previas del equipo.
- b) Una presentación detallada y convincente que refleje el trabajo realizado.
- c) Una discusión sobre las tendencias del mercado.

3. ¿Cuál es un elemento clave en un modelo de negocio innovador?:

- a) Distribución masiva.
- b) Propuesta de valor única.
- c) Conciencia del cliente.

4. ¿Cuál es una característica fundamental de los objetivos específicos?:

- a) Deben ser medibles.
- b) Deben ser amplios y vagos.
- c) Deben ser irrelevantes para el proyecto.

5. ¿Qué estrategia de *marketing* se enfoca en crear contenido relevante para atraer a la audiencia?:

- a) *Marketing* de contenidos.
- b) *Marketing* de precios.
- c) *Marketing* directo.