

Innovation Management Certified Professional (IMCP)

Examen de ejemplo V042020

1. ¿Para que exista innovación, esta siempre debe llegar al mercado por medio de un modelo de negocios que genere valor e ingresos para sus creadores o empresa propietaria?
 - a) Falso.
 - b) Verdadero.
 - c) No necesariamente.

2. Los 3 tipos de innovación que se pueden desarrollar son:
 - a) Incremental – Digital – Radical.
 - b) Transformacional – Negocios – Incremental.
 - c) Incremental – Radical – Transformacional.

3. Una característica importante del profesional que quiere innovar es:
 - a) Entender los problemas o necesidades correctos por sobre la consecuencia final.
 - b) Tener una importante red de contactos.
 - c) Contar con una fuente de inversión que permita hacer un proyecto robusto.
 - d) Todas la anteriores.

4. *“Es su modelo comercial: cómo genera ingresos. Los modelos novedosos rompen con los estándares de la industria en su oferta de productos, precios y procedimientos de recaudación”.*

Nos referimos a:

- a) El Modelo de Ganancias.
 - b) La red.
 - c) El Proceso.
-
5. El árbol de problemas de utiliza para:
 - a) Identificar problemas reales y presentes más que problemas aparentes, futuros o pasados.
 - b) Desglosar el tema en proporciones manejables, definibles y concretas.
 - c) Identificar los actores involucrados.
 - d) Todas las anteriores.

6. El **Design Thinking** se utiliza para:
- a) Estructurar proyectos de innovación.
 - b) Entender las necesidades de las personas desde la usabilidad y la propuesta de valor, alineado a lo que es tecnológicamente factible.
 - c) Entregar diseños ergonómicos que faciliten el uso del producto.
 - d) Ninguna de las anteriores.
7. ¿Cuáles son los tres pasos que debe considerar un profesional de innovación para comenzar a diseñar un proceso bajo metodología **Design Thinking**?
- a) Diseñar – Idear – Implementar.
 - b) Inspirar – Idear – Implementar.
 - c) Construir – Inspirar - Diseñar.
8. El proceso de **Design Thinking** está compuesto por 5 etapas, definidas en un orden lógico:
- a) Observar - Idear - Definir - Prototipar - Testear.
 - b) Empatizar - Definir - Idear - Prototipar - Evaluar.
 - c) Entender - Idear - Observar - Definir - Prototipar.
9. En el proceso **Design Thinking** en la etapa de idear, buscamos:
- a) Encontrar una idea de alto impacto para ser trabajada rápidamente.
 - b) Desarrollar un proceso de Brainstorming.
 - c) Modelar un sistema de trabajo creativo.
 - d) Ser creativo y generar el mayor número de ideas.
10. El modelo **Visual Thinking** se basa en:
- a) Las ideas se expresan mejor por medio de un dibujo.
 - b) Un dibujo dice más que mil palabras.
 - c) Aprendemos mirando colores, formas, etc.
 - d) Todas las anteriores.
11. El proceso de **Visual Thinking** está compuesto por cuatro pasos:
- a) Mirar – Ver – Imaginar – Mostrar.
 - b) Ver – Mirar – Imaginar – Mostrar.
 - c) Mirar – Pensar – Imaginar – Mostrar.
 - d) Ninguna de las anteriores.

12. ¿Cuáles son algunas ventajas del proceso de **Visual Thinking**?
- a) Aumenta enormemente tu capacidad de comprensión y síntesis.
 - b) Mejora tu retención y la memoria fija, mejor las imágenes que las palabras.
 - c) Facilita la exposición clara y eficaz de ideas cuando las palabras no son suficientes.
 - d) Todas las anteriores.
13. La frase: *“fracasa rápido, fracasa pronto,... pero sobre todo, fracasa barato”* hace referencia a la metodología de innovación:
- a) Scrum.
 - b) Mapas Mentales.
 - c) CPS.
 - d) Lean Startup.
14. **Lean Startup** es una metodología de alto impacto en innovación que nos permite:
- a) Implementar cambios culturales en la empresa.
 - b) Puesta en marcha de nuevas empresas, lanzamientos de nuevos productos y servicios disminuyendo el riesgo de fracaso de estos.
 - c) Implementar un modelo de negocios sustentable.
 - d) Todas las anteriores.
15. La estrategia de océano azul cambió el paradigma de la estrategia de océanos rojos, básicamente porque nos invita a:
- a) Diferenciarnos más que competir en costos.
 - b) Crear nuevos mercados más que saturar los existentes.
 - c) Relacionarnos con nuestros competidores para crecer juntos, más que luchar contra ellos.
 - d) Todas las anteriores.
16. Desde la visión del **Management** vs **Leadership**, ¿cuál es el paradigma relevante para un especialista en innovación?
- 1. Los líderes actuales de innovación deben ser estructurados y poco flexibles.
 - 2. Las empresas actuales requieren líderes capaces de entender los nuevos paradigmas y los nuevos perfiles profesionales existentes.
 - 3. El líder actual establece metas a largo plazo.
 - 4. El líder actual integra, comunica y está dispuesto a asumir riesgos controlados.

- a) 1, 2 y 3.
- b) 2, 3 y 4.
- c) 2 y 3.
- d) Todas las anteriores.

17. La siguiente frase:

“Es el producto de las percepciones de un cliente después de interactuar racional, física, emocional y/o psicológicamente con cualquier parte de una empresa”.

Hace referencia al concepto de:

- a) Business Model Canvas.
- b) Sistemas Integrados.
- c) Experiencia de Usuario.
- d) Gestión de Marketing Estratégico.

18. ¿A qué metodología de innovación se refiere la siguiente definición?

Una metodología, un conjunto de herramientas basado en modelos para la generación de ideas y soluciones innovadoras para resolver problemas, provee de herramientas y métodos para usarse en formulación de problemas, análisis de sistemas, análisis de fallas y patrones de evolución de sistemas.

- a) CPS.
- b) LEAN.
- c) TRIZ.
- d) Design Thinking.

19. Respecto a las etapas de **Design Thinking**, la siguiente definición ¿a cuál de estas se refiere?

“Adquirir empatía con los usuarios, escuchándolos y observándolos”.

- a) Observar.
- b) Diseñar.
- c) Entender.
- d) Ninguna de las anteriores.

20. La capacidad de innovar...

- a) Es posible ser desarrollada en todas las personas.
- b) Está condicionada por su formación académica, cultural, económica etc.

21. Según los principios ágiles, ¿qué tipo de equipo puede proponer los mejores requisitos, arquitecturas y diseño?
- a) Co-ubicado.
 - b) Experimentado.
 - c) Auto-organizado.
 - d) Capacitado.
22. ¿Qué es un **Sprint**?
- a) Una sesión de intercambio de ideas (brainstorming) en programación extrema para generar ideas de diseño.
 - b) Una carrera entre dos desarrolladores para ver quién puede completar una característica más rápido.
 - c) Una iteración en el framework Scrum.
 - d) La última iteración en el proyecto Scrum, cuando el equipo trabaja largas horas para finalizar el proyecto.
23. Un equipo de **Scrum** pensó que sería una buena práctica definir claramente un checklist de elementos que deben completarse antes de decir que una historia está 'terminada'. ¿Qué instrumento es posible que usen para esto?
- a) Un gráfico de evolución (Burndown chart).
 - b) La Definición de Terminado (Definition of Done).
 - c) El Backlog de Producto.
 - d) El Backlog de Sprint.
24. Según los principios ágiles, ¿cuál debería ser el ritmo de desarrollo?
- a) Rápido.
 - b) Creciente.
 - c) Auto Organizado.
 - d) Sostenible.
25. ¿Cuál es la principal responsabilidad del **Scrum Master** para que el equipo de **Scrum** siga trabajando a su nivel máximo de productividad?
- a) Mantener características de alta prioridad en la parte superior del Backlog de Producto.
 - b) No permitir cambios en el Backlog de Producto una vez que comienza el Sprint.
 - c) Realizar historias de usuarios con criterio INVEST.
 - d) Respalda las decisiones del equipo de desarrollo y resolver sus problemas.

26. ¿Cuál de las siguientes alternativas **NO** corresponde a una característica distintiva del **Design Thinking**?
- a) Busca la identificación temprana de errores y problemas en la solución planteada.
 - b) Presenta poca consideración el estado emocional de los usuarios frente al problema.
 - c) Crea una atmósfera sin limitaciones ni reglas para dar espacio a todas las ideas.
 - d) Se enfoca en lo visual durante el proceso de creación.
27. “El propósito de esta fase es convertir la idea o solución a la que has llegado en un prototipo digital o físico”. Esta definición corresponde a una de las siguientes fases del **Design Thinking**.
- a) Prototipado Web.
 - b) UI/UX.
 - c) Esquemmatización.
 - d) Prototipado.
28. “En esta etapa se realizan pruebas con los prototipos realizados previamente y se solicita a los usuarios sus opiniones y comentarios al respecto, en base al uso de los prototipos. Ayuda a identificar errores y posibles carencias que puede tener el producto”. Esta definición corresponde a una de las siguientes fases del **Design Thinking**.
- a) Empatía.
 - b) Testeo.
 - c) Prototipado.
 - d) Ideación.
29. En los () los límites de las industrias están perfectamente definidos y son aceptados tal cual son. Además las reglas del juego competitivo son conocidas por todos.
- a) Océanos Azules.
 - b) Océanos Rojos.
30. ¿Cuál es una afirmación en el **Manifiesto Ágil**?
- a) Valoramos la negociación de contratos más que la colaboración con clientes.
 - b) Valoramos seguir un plan más que responder a los cambios.
 - c) Valoramos los procesos y las herramientas más que a los clientes y a la interacción.
 - d) Valoramos el software funcional más que una documentación extensiva.

31. La Innovación de Transformación Digital Radical también se conoce como:
- a) Innovación de Mercado Radical.
 - b) Innovación Transformacional.
 - c) Innovación Incremental.
 - d) Innovación de Transformación Digital Radical no es una definición común en los tipos de innovación.
32. ¿En innovación a qué se le conoce como pequeños cambios que mejoran un producto/servicio existente?
- a) A la Innovación de Mercado Radical.
 - b) A la Innovación por etapas.
 - c) A la Innovación Transformacional.
 - d) A la Innovación Incremental.
33. **Visual Thinking** se podría definir como:
- a) Una herramienta usada para lograr hacer iteraciones disruptivas.
 - b) Una técnica para generar incremento en los productos o servicios que están en procesos de definición.
 - c) Un proceso que consiste en plasmar y comunicar ideas por medio de dibujos simples y fácilmente reconocibles.
 - d) Un marco de referencia que utiliza conceptos visuales y **Design Thinking** como núcleo.
34. Explotar la demanda existente en el mercado es parte de:
- a) Innovación disruptiva.
 - b) Estrategia del Océano Azul.
 - c) Estrategia del Océano Rojo.
 - d) Mind-set requerido en los procesos de Innovación.
35. ¿Cuáles de los siguientes principios corresponden a **Lean Startup**?
- a) Medir.
 - b) Aprender.
 - c) Producto.
 - d) A y B.
 - e) A y C.

36. ¿Corresponden al proceso de **Lean Startup**?
- a) Aprender.
 - b) Construir.
 - c) Medir.
 - d) Validar.
 - e) A, B y C.
 - f) A, B y D.
37. ¿Son parte del proceso de **Design Thinking** de **IDEO**?
- a) Ideación.
 - b) Definición.
 - c) Testeo.
 - d) Prototipado.
 - e) Todos los anteriores.
38. Empatía se puede entender como:
- a) Entender las necesidades del usuario.
 - b) Probar las interacciones del producto/servicio como un usuario.
 - c) Usar los productos/servicios como los usuarios lo hacen.
 - d) Todas las anteriores.
39. Son tipos de innovación:
- 1. Innovar procesos.
 - 2. Innovar canales.
 - 3. Innovar marca.
 - 4. Innovar productos.
- a) Solo 1 y 2.
 - b) Solo 1, 2 y 3.
 - c) Solo 1, 2 y 4.
 - d) 1, 2, 3 y 4 son correctas.
40. De la siguiente lista ¿cuáles son categorías de innovación?
- 1. La configuración.
 - 2. El ofrecimiento.
 - 3. La experiencia.
- a) 1 y 2.
 - b) 1 y 3.
 - c) 1, 2 y 3 son correctas.

Respuesta

- | | | | |
|-----|---|-----|---|
| 1. | B | 21. | C |
| 2. | C | 22. | C |
| 3. | A | 23. | B |
| 4. | A | 24. | D |
| 5. | D | 25. | D |
| 6. | B | 26. | B |
| 7. | B | 27. | D |
| 8. | B | 28. | B |
| 9. | D | 29. | B |
| 10. | D | 30. | D |
| 11. | A | 31. | D |
| 12. | D | 32. | D |
| 13. | D | 33. | C |
| 14. | B | 34. | C |
| 15. | D | 35. | D |
| 16. | B | 36. | E |
| 17. | C | 37. | E |
| 18. | C | 38. | A |
| 19. | A | 39. | D |
| 20. | B | 40. | C |