|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **1** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Programa Emprendedor | |  |
| **Prueba**: Cultura del Emprendimiento III | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Reconoce la importancia de la unidad académica, evalúa avances en el programa de emprendimiento y concluye.  Reconoce elementos del pensamiento estratégico aplicado a la proyección de un plan de negocios.  Identifica variables que afectan el entorno y sector para aplicar al estudio de mercado.  Analiza, propone y define estrategias de mercadeo y construye presupuesto de ventas.  Reconoce los elementos básicos del manejo de costos y presupuestos financieros.  Lee e interpreta estados financieros del proyecto para analizar viabilidad del proyecto.  Desarrolla aplicativo simulador para proponer y analizar viabilidad del proyecto.  Socializa y sustenta propuesta de viabilidad del proyecto de estudio de mercado y financiero para proponer adelantar un plan de negocios. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  La industria del turismo en el mundo demanda una dinámica importante con referencia al desplazamiento de pasajeros entre los distintos países y continentes, no obstante la seguridad es un factor que afecta de manera significativa las políticas gubernamentales locales de cada uno de los países con base en temas como terrorismo, narcotráfico y otros elementos, la adjudicación de visas especialmente para países como Estados Unidos y de la Unión Europea, son revisados con cierta dureza para pasajeros que salen desde Latinoamérica y especialmente colombianos. Las posibilidades del endurecimiento de políticas hacia el futuro sobre adjudicación de visas proponen revisar estrategias de mercado.  De acuerdo con información del 2011 donde se movilizaron 1.393.000 pasajeros adicionales de los transportados en 2010; el mercado internacional desde Colombia creció en un 11.7% y el mercado nacional en 4.77%. Estas cifras confirman que la industria pasa una etapa de crecimiento importante, considerando que desde el gobierno anterior se ha definido el turismo como un sector de talla mundial. | | |
| **ENUNCIADO**:  Usted ha sido contratado para asesorar a la Agencia Vuelos SAS, en las estrategias de mercado y financieras para la nueva línea de servicio denominado “Visas para la Unión Europea”, nuevo producto especializado de la agencia. Su recomendación se centraría en: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Diseñar una estrategia agresiva para abrir nuevos mercados en países diferentes de la comunidad europea.  b. Desarrollar alianzas con agencias extranjeras ubicadas en la unión europea que faciliten las relaciones con los gobiernos de estos países para garantizar una mayor adjudicación de visas a los colombianos.  c. Revisar las políticas de migración de los países europeos con el fin de identificar variables que faciliten la adjudicación de las visas a colombianos.  d. Mantener una estrategia alineada con las políticas de desarrollo del sector soportadas en el crecimiento del mismo que garanticen incremento en las ventas. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque la comunidad europea es el grupo económico más importante y donde una visa aprobada por ésta apunta al uso en todos los países integrados, si se pretende ir país por país en términos individuales no es ventajoso. | | |
| Por qué NO es b: porque las políticas son gubernamentales no es ventajoso trabajar con agencias extranjeras, lo cual incurre en mayores costos. | | |
| Por qué NO es c: porque la revisión sobre políticas no garantiza la adjudicación, se debe velar por trabajar con las políticas entre gobiernos. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es d porque mantener una estrategia alineada con las políticas de desarrollo del sector soportadas en el crecimiento del mismo que garanticen incremento en las ventas, conserva un mercado creciente. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **2** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Programa Emprendedor | |  |
| **Prueba**: Cultura del Emprendimiento III | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Reconoce la importancia de la unidad académica, evalúa avances en el programa de emprendimiento y concluye.  Reconoce elementos del pensamiento estratégico aplicado a la proyección de un plan de negocios.  Identifica variables que afectan el entorno y sector para aplicar al estudio de mercado.  Analiza, propone y define estrategias de mercadeo y construye presupuesto de ventas.  Reconoce los elementos básicos del manejo de costos y presupuestos financieros.  Lee e interpreta estados financieros del proyecto para analizar viabilidad del proyecto.  Desarrolla aplicativo simulador para proponer y analizar viabilidad del proyecto.  Socializa y sustenta propuesta de viabilidad del proyecto de estudio de mercado y financiero para proponer adelantar un plan de negocios. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  Las organizaciones deben construir su identidad, reconocerse con diferencia de otras, para ellos debe crear su particularidad a través de los elementos propios que marcan tanto su quehacer o sentido de existencia, como la ruta a futuro donde pretende llegar. La definición de un pensamiento estratégico propone autodefinirse con un enfoque claro y contundente que lo defina como ente vivo, lo cual significa el sentido de “organización”. Toda organización entonces, se define dentro de un sistema global denominado entorno con sus componentes: político, social, laboral, económico, ambiental y con un alto sentido de responsabilidad social empresarial, frente al contexto tanto regional como global.  La situación más compleja en la actualidad para las organizaciones, en un ritmo tan cambiante y competitivo, no permite a veces a estas repensar el proceso de “pensamiento estratégico” cuya génesis obedece a componentes como, visión, misión, valores corporativos, principios, objetivos estratégicos, estrategias y planes propios de la dinámica empresarial.  Las empresas generalmente proponen inicio sin definir el alcance de su propuesta dentro del marco del pensamiento estratégico, por ello es importante que el creador o creadores de proyectos de empresa inviertan el tiempo necesario para determinar los componentes básicos del pensamiento estratégico que oriente la ruta al éxito de la empresa.    La empresa Estrellas del siglo XXI, está en el mercado hace un año y medio, su producto Estrella Fugaz, ha logrado un posicionamiento importante en el mercado, con ventas a cierre del último año de US$2.000.000, gracias a una comercialización en mercado virtual novedoso, la expansión es indispensable y para la inversión requiere aliarse con la empresa Saturno y estrellas, quienes llevan en el mercado cerca de doce años, y están interesados en esta alianza, comprendiendo que el desarrollo de Estrellas del siglo XXI supera la historia que ellos han construido.  La junta directiva de Saturno y estrellas, conservadora en sus principios, exige a la gerencia conocer el Pensamiento estratégico de Estrellas del siglo XXI, ya que en la velocidad de crecimiento y ventas este debe ser la carta de navegación.  La gerencia de Estrellas del siglo XXI, no tiene construido ni documentado un plan estratégico que garantice a Saturno y estrellas, el reconocimiento del pensamiento estratégico. | | |
| **ENUNCIADO**:  Usted ha sido contratado para resolver el problema de plan estratégico como consultor para dar respuesta a la firma Saturno y estrellas, y para lograr el objetivo diseña una estrategia que propone: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Diseñar un plan contingente que marque la ruta para los próximos 4 años articulada con las estrategias corporativas de Saturno y estrellas.  b. Construye en colectivo con los miembros directivos de la empresa un plan estratégico a partir del pensamiento de los creadores, revisa la historia, construye una visión a 5 años, igualmente una misión, define valores y principios, determina objetivos alineados con planes articulados por áreas.  c. Propone revisar los planes estratégicos de empresas similares en el sector que sean compatibles para garantizar afinidad con el plan de Saturno y estrellas.  d. Presenta un plan estratégico construido con base en su conocimiento y pensamiento estratégico como consultor especializado. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque no es estratégico en negociaciones tan importantes elaborar documentos relámpagos que no potencialicen tanto el acuerdo como la construcción visionaria de la empresa. | | |
| Por qué NO es c: porque la identidad de las organizaciones debe ser creada directamente por sus funcionarios y en equipos de trabajo. | | |
| Por qué NO es d: porque por más especializado que se sea un consultor en preparar planes estratégicos, requiere de la construcción en colectivo de estos. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es b porque construye en colectivo con los miembros directivos de la empresa un plan estratégico a partir del pensamiento de los creadores, revisa la historia, construye una visión a 5 años, igualmente una misión, define valores y principios, determina objetivos alineados con planes articulados por áreas. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **3** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Programa Emprendedor | |  |
| **Prueba**: Cultura del Emprendimiento III | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Reconoce la importancia de la unidad académica, evalúa avances en el programa de emprendimiento y concluye.  Reconoce elementos del pensamiento estratégico aplicado a la proyección de un plan de negocios.  Identifica variables que afectan el entorno y sector para aplicar al estudio de mercado.  Analiza, propone y define estrategias de mercadeo y construye presupuesto de ventas.  Reconoce los elementos básicos del manejo de costos y presupuestos financieros.  Lee e interpreta estados financieros del proyecto para analizar viabilidad del proyecto.  Desarrolla aplicativo simulador para proponer y analizar viabilidad del proyecto.  Socializa y sustenta propuesta de viabilidad del proyecto de estudio de mercado y financiero para proponer adelantar un plan de negocios. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  La industria del turismo en el mundo demanda una dinámica importante con referencia al desplazamiento de pasajeros entre los distintos países y continentes, no obstante la seguridad es un factor que afecta de manera significativa las políticas gubernamentales locales de cada uno de los países con base en temas como terrorismo, narcotráfico y otros elementos, la adjudicación de visas especialmente para países como Estados Unidos y de la Unión Europea, son revisados con cierta dureza para pasajeros que salen desde Latinoamérica y especialmente colombianos. Las posibilidades del endurecimiento de políticas hacia el futuro sobre adjudicación de visas proponen revisar estrategias de mercado.  De acuerdo con información del 2011 donde se movilizaron 1.393.000 pasajeros adicionales de los transportados en 2010; el mercado internacional desde Colombia creció en un 11.7% y el mercado nacional en 4.77%. Estas cifras confirman que la industria pasa una etapa de crecimiento importante, considerando que desde el gobierno anterior se ha definido el turismo como un sector de talla mundial. | | |
| **ENUNCIADO**:  Usted ha sido contratado para asesorar a la Agencia Vuelos SAS, en las estrategias de mercado y financieras para la nueva línea de servicio denominado “Visas para la Unión Europea”, nuevo producto especializado de la agencia. Su recomendación se centraría en: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Mantener una estrategia alineada con las políticas de desarrollo del sector soportadas en el crecimiento del mismo que garanticen incremento en las ventas.  b. Desarrollar alianzas con agencias extranjeras ubicadas en la unión europea que faciliten las relaciones con los gobiernos de estos países para garantizar una mayor adjudicación de visas a los colombianos.  c. Revisar las políticas de migración de los países europeos con el fin de identificar variables que faciliten la adjudicación de las visas a colombianos.  d. Diseñar una estrategia agresiva para abrir nuevos mercados en países diferentes de la comunidad europea. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque mantener una estrategia alineada con las políticas de desarrollo del sector soportadas en el crecimiento del mismo que garanticen incremento en las ventas, conserva un mercado creciente. | | |
| Por qué NO es b: porque desarrollar alianzas con agencias extranjeras ubicadas en la unión europea que faciliten las relaciones con los gobiernos de estos países para garantizar una mayor adjudicación de visas a los colombianos. | | |
| Por qué NO es c: porque revisar las políticas de migración de los países europeos con el fin de identificar variables que faciliten la adjudicación de las visas a colombianos. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es d porque diseñar una estrategia agresiva para abrir nuevos mercados en países diferentes de la comunidad europea. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **4** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Programa Emprendedor | |  |
| **Prueba**: Cultura del Emprendimiento III | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Reconoce la importancia de la unidad académica, evalúa avances en el programa de emprendimiento y concluye.  Reconoce elementos del pensamiento estratégico aplicado a la proyección de un plan de negocios.  Identifica variables que afectan el entorno y sector para aplicar al estudio de mercado.  Analiza, propone y define estrategias de mercadeo y construye presupuesto de ventas.  Reconoce los elementos básicos del manejo de costos y presupuestos financieros.  Lee e interpreta estados financieros del proyecto para analizar viabilidad del proyecto.  Desarrolla aplicativo simulador para proponer y analizar viabilidad del proyecto.  Socializa y sustenta propuesta de viabilidad del proyecto de estudio de mercado y financiero para proponer adelantar un plan de negocios. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  A partir de una idea de negocio evaluada bajo el concepto del modelo Canvas, donde se identifican factores clave para el desarrollo de la misma hacia la creación de un plan de negocios, donde las prerrogativas de cada uno de los elementos favorecen de manera significativa en uno de los pilares del plan definido como mercados, se requiere un trabajo investigativo acorde con las necesidades de los clientes, las expectativas de la competencia, los movimientos económicos regionales y mundiales, las dinámicas de los mercados, en especial los virtuales que tienen una acogida inimaginable en la actualidad, a pesar del gran desconocimientos todavía del uso de herramientas de marketing digital.  Hoy en día los mercados, clientes y competencia marcan dinámicas conservadoras, por un lado, atendiendo poblaciones que prefieren en contacto directo tanto con vendedor como con el producto, y por otro lado avanza galopantemente hacia la compra por mercados donde las poblaciones más jóvenes propenden por cosas nuevas, compra de productos por catálogos y especificaciones, datos estos, que proporciona la digitalización.  Con base en lo anterior es claro que la innovación debe surgir como demanda necesaria para agregar valor a los productos y servicios, así como buscar la diferenciación dentro de mercados más modernos.  En la actualidad existe un número importante de nuevos empresarios dispuestos a trabajar en el tema de la innovación, buscando entender la dinámica del entorno expuesto actualmente. | | |
| **ENUNCIADO**:  Con clara definición sobre productos y servicios propuestos al mercado actual, los conceptos, objetivos, estrategias y actividades propias para lograr alcanzar propuestas de ideas de negocios innovadoras que planteen nuevas empresas dependen de su conocimiento y asertividad.  Bajo este contexto usted define frente al entorno: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Elaborar estados financieros que identifiquen la situación de la empresa Balance, Estado de Resultados, Flujo de caja, Punto de Equilibrio y TIR.  b. Desarrollar un DOFA de la empresa para identificarse frente al entorno.  c. Compila, analiza y sistematiza información pertinente sobre el entorno en términos políticos, normativos, económicos, sociales, laborales y ambientales.  d. Revisar un plan de compras que comprometa a los proveedores con el entorno. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque dentro del análisis del entorno los factores principales son políticos, económicos, laborales, ambientales, sociales, tecnológicos. | | |
| Por qué NO es b: porque el análisis DOFA, solo identifica unos factores no contempla el total de factores a analizar. | | |
| Por qué NO es d: porque no es válido este plan en el contexto. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es c porque compila, analiza y sistematiza información pertinente sobre el entorno en términos políticos, normativos, económicos, sociales, laborales y ambientales. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **5** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Programa Emprendedor | |  |
| **Prueba**: Cultura del Emprendimiento III | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:** | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  A partir de una idea de negocio evaluada bajo el concepto del modelo Canvas, donde se identifican factores clave para el desarrollo de la misma hacia la creación de un plan de negocios, donde las prerrogativas de cada uno de los elementos favorecen de manera significativa en uno de los pilares del plan definido como mercados, se requiere un trabajo investigativo acorde con las necesidades de los clientes, las expectativas de la competencia, los movimientos económicos regionales y mundiales, las dinámicas de los mercados, en especial los virtuales que tienen una acogida inimaginable en la actualidad, a pesar del gran desconocimientos todavía del uso de herramientas de marketing digital.  Hoy en día los mercados, clientes y competencia marcan dinámicas conservadoras, por un lado, atendiendo poblaciones que prefieren en contacto directo tanto con vendedor como con el producto, y por otro lado avanza galopantemente hacia la compra por mercados donde las poblaciones más jóvenes propenden por cosas nuevas, compra de productos por catálogos y especificaciones, datos estos, que proporciona la digitalización.  Con base en lo anterior es claro que la innovación debe surgir como demanda necesaria para agregar valor a los productos y servicios, así como buscar la diferenciación dentro de mercados más modernos.  En la actualidad existe un número importante de nuevos empresarios dispuestos a trabajar en el tema de la innovación, buscando entender la dinámica del entorno expuesto actualmente.  A partir de una idea de negocio evaluada bajo el concepto del modelo Canvas, donde se identifican factores clave para el desarrollo de la misma hacia la creación de un plan de negocios, donde las prerrogativas de cada uno de los elementos favorecen de manera significativa en uno de los pilares del plan definido como mercados, se requiere un trabajo investigativo acorde con las necesidades de los clientes, las expectativas de la competencia, los movimientos económicos regionales y mundiales, las dinámicas de los mercados, en especial los virtuales que tienen una acogida inimaginable en la actualidad, a pesar del gran desconocimientos todavía del uso de herramientas de marketing digital.  Hoy en día los mercados, clientes y competencia marcan dinámicas conservadoras, por un lado, atendiendo poblaciones que prefieren en contacto directo tanto con vendedor como con el producto, y por otro lado avanza galopantemente hacia la compra por mercados donde las poblaciones más jóvenes propenden por cosas nuevas, compra de productos por catálogos y especificaciones, datos estos, que proporciona la digitalización.  Con base en lo anterior es claro que la innovación debe surgir como demanda necesaria para agregar valor a los productos y servicios, así como buscar la diferenciación dentro de mercados más modernos.  En la actualidad existe un número importante de nuevos empresarios dispuestos a trabajar en el tema de la innovación, buscando entender la dinámica del entorno expuesto actualmente.  Para desarrollar una idea de negocio se debe realizar un estudio de mercado por lo cual las variables aplicables en este son: Identificar el problema, Análisis de la situación Análisis DOFA y Fijación de objetivos, como básico.  En el supuesto que todos sabemos que un juguete en principio está dirigido a los niños definidos como público infantil, el cual puede determinar el precio, el tamaño del mercado potencial etc. Puede suceder que alguno de estos pueda despertar interés en una población adulta, la cual puede ser significativa, termina afectando el estudio inicial y planteamiento de la idea. | | |
| **ENUNCIADO**:  Para efectos de aplicar sus conocimientos sobre estudio de mercado definiendo correctamente la ruta sobre el caso planteado, sus alternativas son: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Estudiar nuevos mercados de niños, descartando potencial de mercado adulto.  b. Desarrollar nuevos productos para la línea infantil.  c. Crear franquicias internacionales para la línea infantil.  d. Realizar una investigación de mercado sobre las variables actuales del mercado existente, por ejemplo: edad, sexo u otros factores que afecten el cambio del comportamiento de esos posibles clientes. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque el referente juegos hoy en día marca un potencial de mercado mayor al de los niños solamente. | | |
| Por qué NO es b: porque, aunque es una posibilidad no está completando realmente el estudio de mercado solo define un factor. | | |
| Por qué NO es c: porque es otro modelo de negocio que no está pretendido en este planteamiento. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es d porque realizar una investigación de mercado sobre las variables actuales del mercado existente, por ejemplo: edad, sexo u otros factores que afecten el cambio del comportamiento de esos posibles clientes. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |