|  |  |
| --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** |
|  | **No. Ítem**: **1** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Administración de Empresas |  |
| **Prueba**: Estrategia de Internacionalización de las Empresas Colombianas |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**1. Desarrolla un pensamiento innovador que le permite diseñar estrategias creativas.2. Genera un pensamiento ético que soporte la elección de estrategias que impactan positiva, responsable y sosteniblemente a la sociedad3. Diseña, evalúa e implanta estrategias competitivas para empresas internacionales que se encuentren en entornos cambiantes, generando valor en los procesos organizacionales.4. Recopila, sistematiza y procesa datos e información cuantitativa y cualitativamente.5. Identifica, plantea y resuelve problemas. |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:Pasteur S.A. es una compañía con sede en Colombia. Recientemente inauguró 12 nuevas tiendas de juguetes en México, adquirió una empresa de ropa femenina en Perú y se cerró la línea de ropa para hombres en Venezuela. La empresa cuenta con una estructura que organiza sus operaciones globales en regiones geográficas. |
| **ENUNCIADO**:El movimiento hecho en México puede ser descrito como una estrategia de: |
| **Opciones de respuesta**a. Crecimiento.b. Diferenciación.c. Desarrollo de producto.d. Reducción de personal. |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** |
| Por qué NO es b: porque consiste en tener elementos o atributos que destaquen el producto sobre la competencia y lo hagan más competitivo. |
| Por qué NO es c: porque es una estrategia de crecimiento que se enfoca en el desarrollo de nuevas líneas de negocio o extensiones de las mismas. |
| Por qué NO es d: porque es una estrategia opuesta al crecimiento. |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**La clave es a porque esta estrategia consiste en llegar a nuevos mercados geográficos con los productos existentes |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: |