|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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 sociedad  3. 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**: | | |