S01: Cuáles serían las cuestiones para tener presentes en el ENTREPRENEURSHIP GLOBAL. En concreto cuáles serían las "consideraciones basadas en las INSTITUCIONES"

OBS: Explicite claramente los conceptos y establezca relaciones apropiadas con lo requerido.

En lo que refiere al modelo integral del emprendedor, las consideraciones basadas en las instituciones seran, las restricciones institucionales formales como leyes y reglamentos y las restricciones institucionales informales como normas y valores culturales

2S02: Basado Mike PENG. Por favor RELACIONE los conceptos (a) CONSEJOS de ADMINISTRACIÓN y (b) Consideraciones de la TEORÍA de la AGENCIA, en particular el caso de los DIRECTORES EXTERNOS

OBS: Justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

La teoria de la agencia asume que los gerentes van a poder participar en actividades oportunistas a su favor si se les deja manejarse sin supervision. La composición del consejo de administración, también conocida como mezcla de

internos/externos donde los directores internos son los ejecutivos principales de la empresa, va a ser el que este como moderador y el que busque que no hayan diferencias entre los que dirigen la compañia (gestion) y los accionistas (la propiedad) . La tendencia en el mundo es introducir más directores externos (independientes), que se definen como miembros el consejo de administración ajenos a la administración. Con frecuencia, idealmente

etiquetados como “directores independientes”, los directores externos son supuestamente más independientes y pueden salvaguardar mejor los intereses de los accionistas.

3S02: Basado Mike PENG. Por favor EXPLIQUE Y ELABORE UN EJEMPLO de (a) EFECTO del PAÍS de ORIGEN y su relación con la (b) la SINERGIA OPERATIVA.

OBS: Justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

El efecto pais de origen refiere a la percepción positiva o negativa que tienen los consumidores de la empresas y productos de cierto país. Un ejemplo seria la percepcion del chapagne frances o el vino mendocino, o el café de colombia, no es lo mismo para los consumidores en algunos casos el pais o region de origen del producto. Esto le genera en estos casos un efecto positivo.

Un efecto negativo seria por ejemplo ropa o productos made in china o made in taiwan que solo por ser fabricados en estos lugares, el producto pierde percepcion de calidad de los clientes aunque sean producidos con la mas alta calidad.

En el caso del efecto positivo puede relacionarse con la sinergia operativa ya que al percibir un efecto positivo por parte del cliente, se podra vender mas cantidad o internacionalzarse aprovechando esta ventaja de sinergia operativa.

Recordemos que la a sinergia operativa, mas conocida como economia de escala, se aprovecha cuando se aumenta la producción por lo que los costos unitarios se achican porque los costos fijos se dividen entre mas unidades.

4S03: Cuál sería su consejo profesional para LENOVO en términos de estrategia internacional considerando las características de (a) la empresa, (b) dinámica competitiva y (c) Diversificación

OBS: Identifique claramente los conceptos y establezca las relaciones pertinentes.

Por las caracteristicas de la empresa y la industria teconologica podemos comprender que estamos ante un rubro muy rico, y sabrozo, con una empresa con mucha trayectoria y recursos pero que no puede por la dinamica y rivalidad competitiva, pestanear.

Es una industria de constante cambio y evolucion donde hay que estar siempre al dia, innovando y contextualizando constantenmente la estrategia. Creo que deberia atacar y diversificarse principalemente a otros mercados ya que en China posee un liderazgo y a nivel global no. Para internacionalizarse deberia hacerlo directamente con los pasos 3 del modelo upsala, es decir, o con subsidirarias en otros paises, dejando en origen la produccion ya que no es facil mover ni instalarse en primer lugar, como productores en destino.

Es muy importante estar al dia y atentos con la actividad de los competidores para no perder ventajas y diversificarse principalmente en los merados donde DELL o HP son lideres.

En sintesis, identificar oportunidades y ver si esas dinámicas que se van a dar en el tiempo futuro son conocidas por nosotros, sino lo son, hacer un To Do List para con eso saber cual es el atractivo. Luego, medir el atractivo no solo financieramente sino también desde la estrategia. Y por ultimo, aprovechar las oportunidades dependiendo de las capacidades, objetivos, preferencias.

5S02: Basado Mike PENG. En su opinión, ¿Existen DESVENTAJAS de la AMBIDESTREZA ESTRATÉGICA?

OBS: Justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

La Ambidestreza estrategica no tiene desventajas ya que maneja de forma simultánea las influencias del mercado y del gobierno, con esta desrteza se es capaz de gestionar tensiones a traves de procesos simultaneos y contradictorios, para crear oportunidades y mejorar las habilidades y satisfacer las necesidades del mercado .

6S03: Lenovo era una subsidiaria de Legend Holdings Ltd., inicialmente llamada New Technology Developer Inc., que había sido fundada por once científicos chinos de la academia de china de ciencias en 1984 con la visión de “crear una compañía que ofreciera las ventajas de la tecnología de la información (TI) al pueblo chino” y un portfolio de productos que incluía computadoras personales y periféricos en el área de electrónicos, el grupo importó computadoras extranjeras de marcas famosas como AST, Hewlett-Packard e IBM, y aprendió a organizar los canales de venta y comercialización de las PC.

En 1990 el grupo Legend empezó a instrumentar una estrategia de integración retrospectiva y desarrolló sus propias computadoras personales para satisfacer las necesidades chinas y también extendió su negocio a servicios de TI e integrados de software; su innovación continua y productos orientados a los clientes aseguraron a la marca una posición como líder del mercado en China durante nueve años consecutivos a partir de 1996.

En 2001 la compañía cambió de nombre, Legend por Lenovo, para establecer su presencia global, el nuevo nombre tomó la sílaba “LE” de su nombre anterior como muestra de su respeto a su herencia, al que agregó “NOVO”, que en latín significa nuevo.

Gracias al apoyo de varios departamentos de gobierno china, Lenovo era el gigante del mercado en ese país, pero después de que éste se abrió a la competencia, la compañía empezó a sentir la presión de empresas extranjeras porque incluso los órganos gubernamentales empezaron a comprar computadoras DELL y otros competidores extranjeros. Los proveedores pequeños (computadoras genéricas fabricadas con componentes de diferentes marcas, mientras que las grandes marcas, como DELL y HP, atendían a las corporaciones grandes, lo que dejó a Lenovo en una posición intermedia, por así decirlo; pero a pesar de la intensa competencia se las arregló para mantener el liderazgo del mercado.

En mayo de 2005 Lenovo adquirió la división PC de IBM para realizar su visión de establecerse como marca global, e inmediatamente se alió con ella para ofrecer una gama completa de soluciones a los clientes; unas que iban desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes corporaciones.

Basado en el texto anterior, Cual de las CAPACIDADES EMPRESARIALES resulta más crítica para LENOVO

OBS: Identifique claramente los conceptos y establezca las relaciones pertinentes.

Todas las empresas tienen capacidades. Un conjunto de las capacidades, las estrategicas te agregan valor y diferenciacion. Las capacidades dinamicas son aquellas que son adaptables, aquellas que te permiten ser innovador.

La capacidad empresarial mas critica podria ser terciarizar a proveedores pequeños la fabricacion delas computadoas genericas con componentes de diferetnes marcas ya que la diferenciacion y las ventajas competitivas se lograran con un producto y recursos que agreguen un valor y que ante la apertura del mercado con los distintos competidores no perjudique al liderazgo de la empresa ni pierda ventas.

7S02: Basado Mike PENG. Cuáles son las condiciones para la aplicación del ONSHORING

OBS: Justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

el Onshoring seria el Outsourcing que se realiza con una empresa local o doméstica. Mejora la estructura de costos y permite una gran flexibilidad dentro de las organizaciones. La coordinacion y comunicacion de la produccion es mas efectiva y eficiente. Las condiciones que se tienen que dar son que lo que elija tecerizar no sea nada que tenga capacidades que sean estrategicas y esenciales. Si es algo muy importane para la compañia o algo muy raro y dificil de imitar esta no sera una buena opcion. La tercerizacion busca “Variabilizar” el costo fijo o fijar el costo variable.

8S03: Analice el video adjunto explicando las características de los FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS DE LENOVO

OBS: Explicite claramente los conceptos e integre con la información del video

en este video podemos ver claramente los fundamentos estrategicos de lenovo. La estrategia es una concepción de empresa para competir con éxito. Se tiene una estrategia para ganar, sacar ventaja, provecho. En el caso de la lenovo controlando y administrando actividades de valor agregado en China y posteriormente en terceros países. Como mencione en otras respuestas, el rubro teconologico es extremadamente demandante por la constante evolucion, y la globalizacion, aumenta aun mas los compromisos por mantenerse con novedeades en la cartera de productos.

En estos casos lo importante es poder ganar una lealtad con los clientes y poder sobresalirse en recursos contra los principales competidores.

Lenovo vive adaptandose y renovandose a las ultimas tendnencias haciendo referencia en que el futuro esta en sus productos, en la teconologia, en evolucionar la forma de enseñar, de comprar, de vivir. En fin, se contextualiza, se reinventa, trabajan en productos nuevos y de vanguardia como smartphones o tablesy busca internacionalizarse aun mas para liderar, competir y estar a la altura de los principales comepetidores tanto de computadoras como de los otros productos que con la adquisicion de otras empresas, elaboro.

9S03: En septiembre de 2012, Lenovo acordó adquirir la empresa de electrónica con sede en Brasil Digibras, que vende productos bajo la marca CCE, por un precio base de 300 millones de reales (US$148 millones) en una combinación de acciones y efectivo. Se hizo un pago adicional de 400 millones de reales dependiendo de los parámetros de rendimiento.4445 Antes de su adquisición de CCE, Lenovo ya estableció una fábrica de $30 millones en Brasil, pero la gerencia de Lenovo había sentido que necesitaban un socio local para maximizar el crecimiento regional. Lenovo citó su deseo de aprovechar el aumento de las ventas debido a la Copa Mundial de Fútbol de 2014 que organizaría Brasil y los Juegos Olímpicos de Verano 2016 y la reputación de calidad de CCE.46 Tras la adquisición, Lenovo anunció que sus adquisiciones posteriores se concentrarían en software y servicios.47

Stoneware: En septiembre de 2012, Lenovo acordó adquirir la compañía de software con sede en Estados Unidos Stoneware, en su primera adquisición de software. Se esperaba que la transacción se cerrara a fines de 2012; no se han revelado detalles financieros.4849 Lenovo dijo que la compañía fue adquirida para obtener acceso a nuevas tecnologías y que no se espera que Stoneware afecte significativamente las ganancias. Más específicamente, se adquirió Stoneware para promover los esfuerzos de Lenovo para mejorar y expandir sus servicios de computación en la nube. Durante los dos años anteriores a su adquisición, Stoneware se asoció con Lenovo para vender su software. Durante este período, las ventas de Stoneware se duplicaron. Stoneware se fundó en el año 2000. A partir de septiembre de 2012, Stoneware tiene su sede en Carmel, Indiana y cuenta con 67 empleados.5051

NetApp: En septiembre de 2018, Lenovo y NetApp anunciaron una asociación estratégica y una empresa conjunta en China. Como parte de una asociación estratégica, Lenovo inició dos nuevas líneas de sistemas de almacenamiento: DM-Series y DE-Series. Ambos sistemas de almacenamiento que utilizan hardware de Lenovo y software de NetApp: DM-Series con ONTAP OS y DE-Series SANtricity OS.

Motorola Mobility

El 29 de enero de 2014, Google anunció que vendería Motorola Mobility a Lenovo por US$2,91 mil millones. Cuando Google y Lenovo anunciaron por primera vez la adquisición de Motorola, dijeron que la compra se financiaría con $660 millones en efectivo, $750 millones en acciones de Lenovo y un pagaré de $1,5 mil millones con vencimiento en tres años. A partir de febrero de 2014, Google posee alrededor del 5,94% de las acciones de Lenovo. El acuerdo incluye líneas de teléfonos inteligentes como el Moto X y Moto G y el Droid Turbo. Lenovo también obtuvo la futura hoja de ruta del producto Motorola Mobility. Google retendrá la unidad de Tecnologías y Proyectos Avanzados y todas menos 2.000 de las patentes de la compañía.53 Lenovo recibirá licencias libres de regalías para todas las patentes retenidas por Google.54

Lenovo ha declarado que Motorola se compró en gran parte debido a sus relaciones de larga data con operadores de redes celulares en los Estados Unidos y el Reino Unido. Lenovo anteriormente tenía dificultades para ingresar al Reino Unido debido a la alta proporción de clientes que firman contratos y reciben teléfonos de operadores. Un ejecutivo de Lenovo dijo: «Hay muchas razones por las que compramos Motorola, pero principalmente porque tiene un historial de distribución en el Reino Unido. Motorola ha establecido relaciones duraderas con el mercado en América del Norte y el Reino Unido, donde la gente está vinculada a su operador de red»

Considerando lo estudiado en la materia, describa la política de colaboración y alianzas de LENOVO.

OBS: Identifique claramente conceptos y establezca relaciones

Lenovo elige formar estas adquicisiones y alianzas ya que desea internacionalizarse y ganar market share en lo que seria EEUU y el reino unido por lo que eligio a motorola para utilizar sus capacidades. Si al pasar al otro país, me doy cuenta de que tengo que desarrollar determinadas capacidades, me conviene realizar una AE para seguir aprendiendo y ademas, me suma tecnología y conocimientos.

La formacion de alianzas estrategicas busca formar una estrategia común desarrollada en una actitud “ganar-ganar” para ambas partes, existe una relación recíproca para mejorar las fortalezas y se comparten recursos como la relacion de motorola de larga data con operadores de celulares en eeuu y reiuno unido , inversiones, riesgos para un beneficio conjunto.

10S01: Libson Group (LG) es una empresa licenciataria de grandes marcas de lujo internacional, con una larga trayectoria en el mercado, recientemente ha visto reducir a cero sus actividades en una de sus unidades de negocio, licenciamiento de las marcas Ermenegildo Zegna y Bally en Argentina.

De igual modo, otra de sus unidades que produce cajones plásticos, exhibidores, bandejas, todo por empresas como Quilmes, Supermercados, también redujo al mínimo sus operaciones.

En dicho contexto y considerando el sobrestock de materias primas plásticas, sus recursos humanos capacitados y la flexibilidad comercial; puso en producción una línea denominada COVID (Ej.: máscaras completas, dispenser de pie de líquidos, etc.); esta situación le permitió ya tener ordenes de producción para la industria local y estar presente en varios países de la región.

Conforme lo estudiado en la materia, cuál sería la mejor explicación a la acción de LG:

(a) Está respondiendo acertadamente a condiciones rivalidad competitiva

(b) Está redefiniendo parte de sus operaciones por características de su modelo de negocios

(c) Está apalancándose en la dinámica competitiva

(d) Otra sería la mejor explicación

OBS: Indique claramente qué opción(es) ha seleccionado y posteriormente justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

(b) Está redefiniendo parte de sus operaciones por características de su modelo de negocios

Los clientes de la empresa han cambiado porque las necesidades por esta pandemia cambiaron, por lo que de una manera muy eficaz, LG ha redefinido sus operaciones y se ha adaptado correctamente a las necesidades y demandas que hoy existen .

11S01: Autoridades electas de un municipio del interior, reciben la visita de dos (2) gerentes de una importante empresa internacional con la requisitoria de extender los beneficios impositivos a cuenta de viabilizar la relocalización de una operación que generaría unos 50 puestos de trabajos y un efecto multiplicador en la economía de la ciudad de 60 mil habitantes.

Por favor exprese la respuesta siguiendo los conceptos (a) estándar ético, (b) imperialismo ético, (c) relativismo ético.

OBS: Justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

Formalmente, es decir segun las instituciones formales, estos seria incorrecto pero, informalmente aceptado porque genera beneficios para mucha gente.

Segun peng la ética una construcción común, es el fruto de la sociedad. Permitido en un tiempo pero años después puede dejar de ser permitido ya que pasa a ser algo no aceptable. “Normas, principios y estándares de conducta que gobiernan la conducta del individuo o de la empresa”.

El imperialismo ético seria cuando hay una proyección de la cultura y de los estándares éticos propios. En el caso de las corporaciones, a veces parecen actuar de manera mas relativista, es decir, se comportan adaptándose a los distintos estándares de los lugares donde operan y otras veces por ese geocentrismo, actúan con un imperialismo. Con una proyección de la ética propia. Esto tiene que ver con el ida y vuelta, los contenidos, el equilibrio, lo permeable que es una sociedad respecto de estos temas.

En estos casos depende mucho del pais de destino, si bien podria ser esta visita, algo ético para la compañia y que lo podria hacer en otros lugares, si el pais no esta abierto a este tipo de "visitas" no creo que se podria barajar hacer una accion de tal consecuencias, por lo tanto aqui yo creo que el concepto de imperialismo ético solo podria ser valido en este caso en concordancia con como actuaria un agente que utilice el relativismo etico, porque depende de la etica pais de destino.

12S01: Cuál es la DIFERENCIA entre dinámica y rivalidad competitivas

(a) Ambas explican cómo se construyen las ventajas competitivas

(b) Son distintas maneras de describir el diseño de los productos

(c) Ambas establecen cómo se genera el valor y la diferenciación

(d) Ninguna de las opciones anteriores responde a la pregunta

OBS: Indique claramente qué opción(es) ha seleccionado y posteriormente justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

la respuesta correcta es la A- Ambas explican cómo se construyen las ventajas competitivas

La dinamica competitiva es la interacción entre empresas. La dinámica competitiva se refiere al ida y vuelta entre las empresas en un mercado especifico. La rivalidad competitiva tiene que ver con el grado de agresividad que tiene el mercado especifico.

13S01: Cómo puede condicionar el gobierno corporativo en la internacionalización de la empresa. En concreto cuáles serían las ventajas asociadas de una empresa globalizada ingresando en un país emergente.

OBS: Identifique claramente los conceptos y extablezca las relaciones apropiadas.

la internacionalizacion permitira la diversificacion en su cartera de inversiones, losn paises emergentes cuentan con poblaciones crecientes, incremento del consumo, internacionalizacion fuerte de productos y aumento de la productividad, el gobierno corporativo puede no estar de acuerdo en ingresar por varios aspectos pero lo importante es ante el ingreso contextualizar bien la estrategia y fijarse como ingresar a estos paises donde los habitos de consumo y cultura son diferentes a las que podrian estar acostumbrados.

14S02: Basado en Mike PENG. Cuáles serían las tres condiciones que se deberían configurar para que una empresa adopte al OUTSOURCING y la ALIANZA ESTRATÉGICA como estrategia de internalización

OBS: Justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

Outsourcing o Tercerizar se define como turnar una actividad organizacional a un proveedor externo que la realizara a nombre de la empresa. Si la empresa determina que una actividad es muy específica de la industria, no va a tercerizarla dado que a la empresa le va a costar encontrar a alguien que pueda hacer lo que precisa o bien es un proceso que no debe ser facil de imitar o raro y no querran perder esa ventaja. Pero si la empresa determina que esa actividad es común en la industria o no sea de importancia la forma en que se hace o quien lo hace y no hay necesidad de mantenerla como propia, esa actividad se va a realizar de forma externa, es decir que se puede tercerizar.

Lo que busca esto es minimizar el costo fijo y/o fijar el costo variable

La alianza estrategica se puede formar con un socio que se encargue de producir o realizar actividades que en algun momento fueron terciarizadas o pueden ser terciarizadas.

En este tipo de alianzas cada parte se encarga de sus tareas para lograr una estrategia conjunta que busque ganar conjuntamente. Las alianzas pueden ser de capital o de tipo contractual

15S01: Una organización otorga licencias internacionales bajo la modalidad de franquicias, las características del negocio se BASAN EXLCUSIVAMENTE en el paragua de la marcas propias de la empresa como para la construcción de ventajas competitivas.

Teniendo presente los conceptos expuestos en clases, tal descripción se ajusta a:

(a) Manejo del alcance como esfera corporativa

(b) Descripción de la cadena de valor internacional

(c) Consolidación de la industria

(d) Otra sería la respuesta

OBS: Indique claramente qué opción(es) ha seleccionado y posteriormente justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

a

Las ventajas competitivas se originan en los productos y/o servicios que provee la organización. La diferenciación de los productos o servicios es suficiente para contribuir a las ventajas competitivas. Requiere que el producto sea diferente a otros productos y además, el cliente, lo perciba y lo valore. Esto ultimo es lo criticado de este modelo porque pareceria ser poco para generar ventajas competitivas.

La clave está en identificar las relaciones producto/mercado adecuadas. Identificar en que mercado va a brillar.

Se considera que es insuficiente ya que solamente se centra en el producto. No va mas allá en eso de crear ventajas competitivas que es lo que nosotros buscamos.

16S03: En 2008 Lenovo Computer, el fabricante de PC más grande de China, aún tenía dificultades para integrar la división PC de IBM Corporation que adquirió en mayo de 2005; ésta, que costó u$s 1250 millones, dio reconocimiento instantáneo a la empresa china en 160 países, así como cobertura mundial, hasta entonces la mayoría de las fusiones en las que habían participado compañías chinas había sido empresas de esa nacionalidad en el extranjero, pero el acuerdo Lenovo-IBM no sólo iba en contra la tradición sino también era la primera adquisición china de una marca extranjera de gran renombre; el giro radical de esta negociación captó la atención e imaginación del mundo; la nueva compañía, incluida la recién adquirida división de IBM, controlaría la tercera parte del mercado chino y se posicionó como el tercer fabricante global de computadoras personales más grande del mundo.

Aunque la división PC de IBM había registrado pérdidas de casi u$s 1000 en los cuatro años anteriores a su venta a Lenovo, la compañía china planeaba usar su capacidad de fabricación a bajo costo para sanear sus problemáticas operaciones y confiaba en aprovechar las redes globales de distribución de IBM, pues el dominio de Lenovo en el mercado chino de PC aún debía replicarse en otras partes del mundo. Tres años y medio después de la adquisición, el nuevo Lenovo Group obtuvo utilidades por u$s 200 millones en el tercer trimestre de 2008 y sus ventas de PC en la China continental aumentaron el 12% en el mismo período de 2007; sin embargo, las de Estados Unidos, en su mayoría por la adquisición IBM, registraron un decremento de 4%. Aunque esto pudo deberse al tsunami financiero, continuó suscitando dudas sobre la sensatez de la adquisición de Lenovo.

La industria global de las PC

A industria de las computadoras personales (PC) está en una etapa de transición rápida y, por consiguiente, para competir contra su intensidad y madurez son necesarias la innovación y tecnología más vanguardistas.

El 04 de septiembre de 2001 Hewlett-Packard (HP) anunció la adquisición, por u$s 19000 millones, de Compaq, un fabricante rival de computadoras; esa fusión consolidaría los recursos de ambas compañías y se percibía como una forma de liberarlas, de la competencia implacable; en parte, la fusión se debió al estallido de la burbuja de internet de 2001 y a los cambios tecnológicos que ponían en riesgo el negocio central de las dos empresas.

Sin embargo, y a pesar la competencia, el mercado global de las PC siguió experimentando un fuerte crecimiento y las compañías de computadoras bien establecidas, como DELL y HP, dominaron la industria. Con tantas opciones los clientes tenían un mayor poder de negociación y mostraban menos lealtad a las marcas. En 2005, cuando Lenovo adquirió IBM, Dell tenía la mayor participación del mercado global de las PC, seguida muy de cerca por HP en el segundo lugar; esta situación casi no ha cambiado en el mercado actual (NR: 2009), aunque algunas compañías han intercambiado lugares que ocupaban.

En función del texto anterior, analice la DINÁMICA y LA RIVALIDAD COMPETITIVA según lo analizado en las reuniones/encuentros y/o BIBLIOGRAFIA:

OBS: Identifique claramente los conceptos y establezca relaciones pertinentes.

la dinámica competitiva esta compuesta por acciones y respuestas competitivas llevadas a cabo por todas las empresas de un mercado específico, es la interaccion entre las empresas. Por lo que vemos, estariamos frente a una dinamica que conlleva a reinventarse continuamente para captar mas mercado, crecer y no estancarse ante las crisis que podrian afectarlas. La rivalidad habla de cuan agresivo es esta competitivad entre los actores.

Por lo que vemos, hay un grado alto de agresividad y los actores se disputan los clientes con sus ventajas comptetivas y capacidades emprsariales ya que por lo que vemos, nadie tiene asegurado una lealtad absoluta.

Las empresas deberan buscar conocer que tan diferente es lo que se de lo que no conozco para identificar oportunidades de mejora y trabajar aun mas en sus capacidades empresariales.

17S01: Un emprendimiento DISPONE DE capacidades empresariales excedentes en un mercado de origen con ALTO ATRACTIVO, cuál de las siguientes opciones sería la recomendable:

(a) Internalización ocasional

(b) Lenta internacionalización

(c) Entusiasta de la internalización

(d) Otra sería la respuesta

OBS: Indique claramente qué opción(es) ha seleccionado y posteriormente justifique apropiadamente integrando conceptos que demuestre su comprensión y entendimiento del tema

Segun la matriz de internacionalización es la opcion b, lenta internacionalización ya que es un emprendimiento con capacidades empresariales grandes en un atractivo mercado por lo que la internacionalizacion sera lenta porque la empresa primero abarcara y funcionara en el mercado domestico.