

**ANÁLISIS DE PERTINENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MAESTRÍA EN  
NEGOCIOS INTERNACIONALES EN EL ECUADOR.  
ANALYSIS OF RELEVANCE OF THE IMPLEMENTATION OF A MASTER'S DEGREE  
IN INTERNATIONAL BUSINESS IN ECUADOR.**

**Autores:** <sup>1</sup>Carlos Alberto Sempertegui Seminario, <sup>2</sup>Natalia Katuska Salazar Holguin y <sup>3</sup>Nicole del Cisne Guaman Aguillon

<sup>1</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2532-0599>

<sup>1</sup>E-mail de contacto: [carlossempertegui@uees.edu.ec](mailto:carlossempertegui@uees.edu.ec)

<sup>2</sup>E-mail de contacto: [nsalazar@uees.edu.ec](mailto:nsalazar@uees.edu.ec)

<sup>3</sup>E-mail de contacto: [ncguaman@uees.edu.ec](mailto:ncguaman@uees.edu.ec)

Artículo recibido: 13 de Enero del 2022

Artículo revisado: 9 de Febrero del 2022

Artículo aprobado: 29 de Mayo del 2022

<sup>1</sup>Licenciado en Ciencias con mención en Finanzas y Marketing General egresado de la Universidad Atlantic de Florida (Estados Unidos de América). Posee una maestría en Administración de Empresas de la Oklahoma City University (Estados Unidos de América).

<sup>2</sup>Estudiante de Economía de la Universidad Espíritu Santo (Ecuador).

<sup>3</sup>Estudiante de Economía de la Universidad Espíritu Santo (Ecuador).

### **Resumen**

El propósito del presente estudio es destacar la importancia de contar con profesionales altamente capacitados en el área de Negocios Internacionales, debido a la inminente globalización y creciente uso de la tecnología que ha permitido el acceso a mercados internacionales. Se emplearon fuentes de investigación secundarias y se encontró que Ecuador tiene un nivel de comercio internacional con el suficiente potencial para equiparar la media regional. De ahí que, es necesario forjar talento humano, capaz de comprender el funcionamiento de los mercados internacionales y aprovechar las oportunidades comerciales para cumplir con las demandas de la sociedad contemporánea, consolidar el sector empresarial, e impulsar la productividad a fin de alcanzar el crecimiento económico sostenible. Se concluyó que el estudio de esta disciplina, ayuda a los profesionales a vincular concepciones sobre la realidad comercial del país y brindar soluciones oportunas para afrontar los retos que se presenten a nivel nacional e internacional.

**Palabras clave:** Negocios internacionales, globalización, mercados internacionales, comercio, talento humano, crecimiento económico.

### **Abstract**

The purpose of this study is to highlight the importance of having highly trained professionals in the International Business area, due to the imminent globalization and increasing use of technology that has allowed access to international markets. Secondary research sources were used and it was found that Ecuador has a level of international trade with sufficient potential to match the regional average. Hence, it is necessary to forge human talent, able to understand the functioning of international markets and take advantage of commercial opportunities to meet the demands of contemporary society, consolidate the business sector, and boost productivity in order to achieve sustainable economic growth. In conclusion, the study of this discipline, helps professionals to link conceptions about the commercial reality of the country and provide timely solutions to face the challenges that arise at a national and international level.

**Keywords:** International business, globalization, international markets, trade, human talent, economic growth.

### **Sumário**

O objetivo deste estudo é destacar a importância de contar com profissionais altamente capacitados na área de Negócios Internacionais, devido à iminente globalização e uso crescente de tecnologia que tem permitido o acesso aos

mercados internacionais. Foram utilizadas fontes secundárias de pesquisa e constatou-se que o Equador possui um nível de comércio internacional com potencial suficiente para corresponder à média regional. Assim, é preciso formar talentos humanos, capazes de compreender o funcionamento dos mercados internacionais e aproveitar as oportunidades de negócios para atender às demandas da sociedade contemporânea, consolidar o setor empresarial e aumentar a produtividade para alcançar o crescimento econômico. Concluiu-se que o estudo desta disciplina auxilia os profissionais a articularem concepções sobre a realidade comercial do país e a apresentarem soluções oportunas para enfrentar os desafios que surgem a nível nacional e internacional.

**Palavras-chave:** Negócios internacionais, globalização, mercados internacionais, comércio, talento humano, crescimento econômico.

### Introducción

El crecimiento del comercio en los últimos dos siglos ha transformando completamente la economía global. Según Czinkota, Rivoli y Ronkainen “Los negocios internacionales consisten en una serie de transacciones llevadas a cabo fuera de las fronteras nacionales a fin de satisfacer los objetivos de los individuos y organizaciones involucrados” (Mayorga Gutiérrez & Araujo Azalde, 1992, pág. 24).

En la actualidad, se exporta alrededor de una cuarta parte de la producción global total. Comprender este proceso de transformación es importante porque el comercio ha generado ganancias, pero también ha tenido importantes consecuencias distributivas (Ortiz-Ospina, Beltekian, & Roser, 2018).

Entre los beneficios que han generado los negocios internacionales, se puede mencionar que inyecta competitividad global y, por ende, los emprendimientos nacionales tienden a potenciar su eficiencia al estar expuestos a la

tenaz competencia internacional. No obstante, las naciones con economías pequeñas, como es el caso de Ecuador, son propensas a depender en gran medida de sus socios comerciales, provenientes en su mayoría de naciones desarrolladas, es por esta razón que no es inusual que estos intenten explotar las relaciones internacionales, pues se ignora el beneficio social por el bien de las ganancias comerciales (Vijayasri, 2013).

De hecho, de acuerdo con Doing business respecto al parámetro de comercio transfronterizo, Ecuador actualmente se ubica en el puesto 109 de 190 países analizados por el Banco Mundial (Banco Mundial, 2018). Así mismo, según el Índice de Apertura Comercial en su evaluación del comercio como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) para 2018, Ecuador alcanzó 45.87 por ciento de la relación entre comercio y PIB, quedando por debajo del promedio regional de América Latina y el Caribe que fue de 47 por ciento (Banco Mundial, 2018). Por lo que, este indicador económico muestra que Ecuador tiene un nivel de comercio internacional con el suficiente potencial al estar próximo a equiparar la media regional.

Además, conforme a las cifras proporcionadas por el titular del Observatorio de la Pequeña y mediana empresa (Pyme) a la revista Líderes, en el Ecuador aproximadamente el 7% de las pymes exporta (Líderes, 2017) de modo que, tan solo 1073 empresas exportadoras ecuatorianas han posicionado sus productos a escala global (Vistazo, 2018). De ahí que, el país conserve un potencial no realizado para aumentar las exportaciones existentes tanto en su región de origen como en mercados de Europa y Asia (ITC Export Potential Map, 2017).

Por consiguiente, en el ámbito de los negocios, existe una necesidad de profesionales

especializados en el área de negocios internacionales, capaces de comprender mejor el funcionamiento de los mercados internacionales, cómo analizarlos y cómo diseñar estrategias comerciales a nivel global que permitan establecer redes de socios y clientes para impulsar no solo la comercialización de productos de manera efectiva sino también estimular aquellos mercados locales con potencial de tener éxito en el mercado internacional.

Por lo tanto, Ecuador necesita ascender su conocimiento en negocios internacionales siendo éste esencial, ya sea para fines políticos o empresariales por lo que la UEES plantea como solución formar profesionales altamente capacitados en esta área mediante la implementación de la maestría en Negocios Internacionales. Debido a que, se puede percibir que existe una gran necesidad de ofertar carreras de posgrado orientadas a satisfacer la demanda productiva del país; lo cual requiere indagación extensiva, siendo esta un aspecto esencial para generar conocimientos.

### **Desarrollo**

#### **La Maestría en Negocios Internacionales desde una visión epistémica y científica.**

Con respecto a los antecedentes históricos de los Negocios Internacionales, Peter J. Buckley plantea dividir la evolución de este campo durante el siglo XX en tres etapas, las cuales engloban el período comprendido entre la post Segunda Guerra Mundial y el año 2000. En la primera etapa que abarca desde la época posterior a la Segunda Guerra Mundial hasta la década de los 70, se enfocó específicamente en los flujos de la Inversión Extranjera Directa, es decir, a flujos privados de inversión que fueron destinados a la economía industrial. Respecto a la segunda etapa que va desde 1970 hasta 1990, se hizo énfasis en el rol protagónico de las

multinacionales en la evolución de los negocios internacionales, al percatarse de la influencia del ambiente externo en las estrategias organizacionales, destacando así la importancia de los costos de transacción en los mercados para el crecimiento de las empresas. En cuanto a la tercera etapa que incluye desde inicios de los años 80 hasta finales de los 2000, se introducen los conceptos de internacionalización y globalización como nuevas formas de negocios internacionales, siendo la competitividad el factor que propició la transformación, mediante la cual las empresas enfrentan las demandas externas debido a la extrema incertidumbre que afrontan en los mercados globales (Anzo Múnera, 2012).

Además, para el siglo XXI el campo de los Negocios Internacionales experimentó una evolución desencadenada por un cambio de perspectiva hacia un ambiente de negocios internacionales, ANI por sus siglas en español, que según Guisinger (2000, 2001), citado por Anzo Múnera (2012, pág. 80):

ANI es el elemento central que estableció a los negocios internacionales como una disciplina distinta, porque el ANI es la característica idiosincrática que distingue a la investigación de negocios internacionales de otras áreas de gestión, y de estudios de la gestión de las empresas a gran escala.

Por lo consiguiente, existen conceptos claves que sustentan la relevancia del estudio de Negocios Internacionales, entre ellos:

Daniels, Rade-baugh, & Sullivan (2010), citado por Gallego (2014, pág. 12) sugieren que “los negocios internacionales se originan por todas las transacciones comerciales entre dos o más países, donde participan tanto las empresas privadas como las del sector gubernamental”.

Shenkar (2004), citado por Anzo Múnera (2012, pág. 83) sostiene que:

*Los Negocios internacionales tiene las capacidades y las herramientas para diferenciarse por medios distintos al costo, y para demostrarles a los grupos importantes que no solo puede generar valor agregado sino también redefinir los parámetros de valor. Un esfuerzo concertado puede producir un cambio de dirección que detendrá el declive del campo y posicionarlo para el crecimiento y desarrollo.*

Griffith, Tamer, & Xu (2008), citador por Anzo Múnera (2012, pág. 84) mencionan que:

*Por ejemplo, hay un claro enfoque en la persistencia de las principales corrientes de negocios internacionales. Temas como los 'Joint Ventures' y las subsidiarias de las empresas multinacionales siguen siendo fundamentales para los académicos de negocios internacionales. Otros temas persistentes incluyen: la empresa multinacional, estrategias de entrada a los mercados extranjeros, estandarización y cultura.*

Stiglitz (2002), citado por Gallego (2014, pág. 11) propone que “la globalización es la integración de las economías del mundo producida por la enorme reducción de los costes de transporte y comunicación, y el desmantelamiento de barreras al movimiento del comercio, capital, tecnología y personas”.

### **Pertinencia**

El presente estudio de tipo cerrado, analizará la pertinencia de la propuesta sobre la maestría en Negocios Internacionales en distintos planos y dimensiones del área social, económicas, educativas y políticas. A partir de este análisis epistemológico se determinará su pertinencia para validar los conocimientos de esta ciencia. Puesto a que, la formación de líderes en dicha

área, pretende impulsar la productividad en pro de alcanzar un crecimiento económico mediante la internacionalización de los negocios ecuatorianos, lo cual es la base para que el país logre una mayor prosperidad y competitividad.

La delimitación de la región del estudio se realizó conforme a la información obtenida por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo del Gobierno de la República del Ecuador en la zona de planificación 8, que cubre a: Guayaquil, Samborondón, y Durán. Este territorio, representa el 2,5% del total nacional y concentra el 18,02% de la población del país, distribuidos de la siguiente manera: Guayaquil 90,10%, Durán 7,89% y Samborondón 2,01% (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, s.f.). A pesar de esto, la oferta académica se enfocará en los cantones de Samborondón y Guayaquil, siendo estos los sectores de interés, tal como se puede apreciar en la Figura 1



**Figura 1** Mapa Político de la zona de Guayaquil y Samborondón

La fundamentación de este estudio contempla la reformada legislación educativa, LOES (Ley Orgánica 0/2018, de 2 de Agosto, de Educación Superior); e impulsa la renovación del sistema de formación superior para la transformación productiva. Tomando en consideración el Art. 8 y Art. 107 de la LOES para fines de educación superior y principios de pertinencia, a continuación, se adjuntan los más relevantes.

Art.8.- La educación superior tendrá los siguientes fines:

- Formar académicos y profesionales responsables, en todos los campos del conocimiento, con conciencia ética y solidaria;
- Impulsar la generación de programas, proyectos y mecanismos para fortalecer la innovación, producción y transferencia científica y tecnológica en todos los ámbitos del conocimiento;
- Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe superior, con criterios de calidad y conforme a la diversidad cultural (LEXIS FINDER, 2018).

El Art. 8, recalca la importancia de aportar al desarrollo del pensamiento crítico y holístico, tomando en cuenta el nuevo aprendizaje que impulsa al desarrollo de la economía y comercio ecuatoriano mediante la internacionalización de negocios nacionales. De modo que, la maestría en Negocios Internacionales, ofrecerá a los maestrandos formarse bajo una pedagogía basada en conceptos de libertad e innovación.

Además, estos fines se alinearán con los respectivos objetivos para enriquecer la preservación de conocimientos previstos en el Plan Nacional de Desarrollo (2017) abarca la sustentabilidad ambiental y desarrollo territorial, sobre tres ejes: Derechos para todos durante toda la vida; Economía al servicio de la sociedad; Más sociedad, mejor estado.

Por lo tanto, se acatarán las disposiciones señaladas en el Art. 107 de la LOES, a través del cual, la educación superior debe responder a: expectativas y necesidades de la sociedad, planificación nacional, régimen y prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial; los cuales se integrarán

tanto al programa de posgrado como a los ejes de estudio y resolución de problemas.

#### **Análisis de la oferta educativa**

Desde sus inicios en 1994 la Universidad Espíritu Santo (UEES) empezó sus actividades con la Facultad de Ciencias Empresariales dando paso a la apertura de las Escuelas de Gestión Empresarial, Mercadotecnia, Comercio Exterior y Finanzas-Banca. Además, inauguró el “International Degree Program” en 1997, actualmente conocido como “International Carrier Program” (ICP) que ofrece la oportunidad a estudiantes de culminar sus estudios en universidades del extranjero.

Por consiguiente, la UEES se ha propuesto ser pionera en ofertar una maestría bilingüe, siendo así la primera universidad de categoría A del zonal 8 en contar con un programa de postgrado que deberá cursarse tanto en Ecuador como en una universidad de Estados Unidos.

El principal objetivo es generar conocimiento para los estudiantes, de modo que este los ayude de una forma adecuada a tener éxito en su labor de gestión, asesoramiento y evaluación de las organizaciones en entornos internacionales, tanto en el ámbito global de la organización como en cualquiera de sus áreas funcionales.

A pesar de que, existe competencia de otras universidades dentro del sector de interés que cuentan con la maestría en Negocios Internacionales como parte de programas de postgrado, tales como: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), Universidad Casa Grande (UCG), y Universidad Tecnológica Ecotec (ECOTEC).

La UEES posee el factor diferenciador de un pensum basado en el modelo educativo estadounidense, el cual será impartido por profesores extranjeros y nacionales. A fin de

que, los alumnos obtengan doble titulación y certificaciones avaladas a nivel nacional e internacional.

### **Análisis de las problemáticas socioeconómicas y políticas.**

Ahora bien, es oportuno recalcar varios impedimentos que afronta el país que afectan su competitividad a nivel internacional. Uno de los desafíos para el Ecuador es el de enmendar errores del pasado a través de la implementación de nuevas herramientas que posibiliten la dinamización de la economía, esto involucra la eliminación definitiva de estrictas y prolongadas regulaciones que obstaculizan el flujo normal de las actividades económicas realizadas tanto por empresarios como por el resto de actores del sector productivo.

A su vez, el país cuenta con una baja confianza internacional ocasionada por la constante inestabilidad política y escándalos de corrupción. De ahí que, la cuestionable transparencia jurídica e historial crediticio desfavorable, se reflejan en un alto índice de riesgo país que supera los 1000 puntos, y afecta la inversión extranjera directa (IED). Por lo cual, se debe revisar las leyes y reformas existentes como aquellas de carácter impositivo que impiden incrementar las exportaciones y agilizar las inversiones (FEDEXPOR, 2018).

Por otro lado, desde la época republicana, la matriz productiva del Ecuador no ha experimentado transformaciones sustanciales. Por lo que, la actual no fomenta la diversificación de las exportaciones, para que estas pasen a incluir bienes del sector secundario, pues se limita a exportar en su mayoría materia prima que en el largo plazo resulta ser menos rentable que los productos finalizados o los servicios. Para cambiar esta realidad, se debe desafiar el estereotipo de ser catalogados como un país de especialización

primario-exportador de productos con escasa o nula tecnificación (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

Todavía cabe señalar que, en el territorio zonal 8 persisten niveles alarmantes de pobreza. Por ejemplo, para el año 2017, la pobreza respecto al nivel de ingresos alcanzó el 10,60%; mientras que la incidencia de pobreza a causa de Necesidades Básicas Insatisfechas se situó en 27,43% (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2019). Todo esto, a pesar del gran potencial para promover el cambio productivo a nivel zonal y nacional tanto por la infraestructura e instalaciones como por la experiencia laboral y profesional con el que cuentan el sector industrial y artesanal (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015).

### **Metodología**

La investigación desarrollada es de carácter descriptivo y explicativo, en donde se integran elementos cualitativos. Se asumió una postura indagativa que se inició mediante la exploración bibliográfica, que se enfocó en fuentes de investigación secundaria para ampliar el conocimiento sobre la situación actual del Ecuador y la pertinencia de implementar una maestría en Negocios Internacionales.

### **Segmentación de Mercado**

Para complementar el análisis de pertinencia, se revisó las teorías sobre segmentación de mercado, que incluyen: los principales componentes que influyen en la decisión de implementar un nuevo producto o servicio, y los factores o atributos determinantes en la decisión de compra (Feijoo, Guerrero, & García, 2018). Así mismo, se obtuvo información sobre los datos más relevantes de la maestría en Negocios Internacionales, tales como: objetivos,

requisitos, público al que va dirigido y posibles ayudas financieras.

A continuación, se procedió a realizar una segmentación de mercado de dicho programa de posgrado en base a la técnica de análisis de grupos o cluster analysis, bajo los siguientes criterios, véase Tabla 1.

**Tabla 1** Variables y categorías de segmentación de mercado para la maestría en Negocios Internacionales

<b>Variables de Segmentación</b>	<b>Categorías</b>
Geográfica	Zonal 8
Segmentación por Industria	2.1 Categoría Académica según la Ceaaces
	2.2 Oferta Educativa del Posgrado 2.2.1 Conocimiento amplio del idioma inglés
Demográfica	3.1 Socioeconómica

Fuente los autores

Posteriormente, se seleccionaron cinco universidades ubicadas en el sector de interés: la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol), ECOTEC, UCG, UEES, y UCSG. De las tres primeras se accedió a la rendición de cuentas mediante sus respectivas páginas web; mientras que en las restantes se emplearon informantes clave. Todo esto, con el propósito de obtener los datos del número de alumnos que estudian carreras afines a la maestría de Negocios Internacionales.

Después, con la información obtenida se realizó una tabla que recopila el total de estudiantes que cursan carreras afines a la maestría antes mencionada y el estimado de graduados anualmente. Además, de un gráfico de pastel que representa la participación de mercado de las distintas universidades en carreras afines al programa de posgrado en Negocios Internacionales (López & Deslauriers, 2011).

### **Entrevistas**

De esta manera, se diseñó una entrevista de tipo no estructurada de preguntas abiertas, ya que se

adapta mejor a los fines del presente estudio. Para la elaboración de la misma; primero se realizó un banco de 10 preguntas, de las cuales, 5 fueron traspasadas a un Formulario de Google.

Después, se inició con el proceso de selección de entrevistados mediante el cual se eligió a dos ingenieros en gestión empresarial internacional y dos economistas. Posteriormente, se procedió a enviar el link del formulario a través de correo electrónico a dichos informantes. Para finalizar, se elaboraron 5 tablas correspondientes a las respuestas proporcionadas por los entrevistados a cada una de las preguntas planteadas en el formulario.

Ahora bien, en lo que concierne a las limitaciones previo a la conducción de las entrevistas, se debe tomar en cuenta la falta de recursos y de tiempo para conseguir una mayor cantidad de informantes y para que sean en modalidad presencial. De ahí que, la muestra no es la más idónea para el alcance de la investigación.

## **Resultados**

### **Fundamentos de la pertinencia desde la Agenda Zonal y los Lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021.**

Conforme con el Plan Nacional de Desarrollo, se recalca la necesidad de que los profesionales reciban altos niveles de capacitación y continúen con el proceso de aprendizaje de posgrado. A fin de que se cumplan los objetivos del Plan Nacional, los cuales buscan impulsar el crecimiento y el desarrollo económico del país, hechos que se pueden lograr mediante la expansión de mercados objetivos en el Zonal 8 y la efectiva implementación de los artículos de la LOES.

Además, en el marco de las Instituciones de Educación Superior (IES), se plantea promover un sistema de educación superior renovado, en base a una matriz de enseñanza que permita forjar talento humano capaz de vincular concepciones sobre la realidad comercial del país y proporcionar soluciones oportunas a partir de conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos para que aporten al desarrollo del perfil profesional de los egresados de la maestría en Negocios Internacionales.

Por otro lado, la misma da solución a principales problemas económicos y educativos que se evidencian en la vida cotidiana. Es así como por medio de los ejes de fortalecimiento del Plan Nacional, se plantea mejorar el comercio al incentivar la diversificación de los productos exportables, aprovechando que el país respalda espacios políticos regionales tales como: Mercado Común del Sur (Mercosur), Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), y Comunidad Andina (CAN), etc.

En razón de lo anterior, se entiende que la propuesta pretende potenciar el desarrollo en la sociedad, lo que implica que los procesos curriculares de la educación superior consideren una permanente actualización del currículo y de los procesos formativos con respecto a las demandas de la sociedad contemporánea.

Desde la maestría en Negocios Internacionales, se exhibirán retos relacionados a las diversas problemáticas sociales, considerando que los profesionales deben demostrar pericia al realizar un análisis eficaz de los múltiples escenarios y brindar alternativas viables en el marco de una sociedad globalizada, exigente, competitiva y en constante evolución como parte de una estrategia pertinente que permita

contribuir a cabalidad con el desarrollo social ecuatoriano.

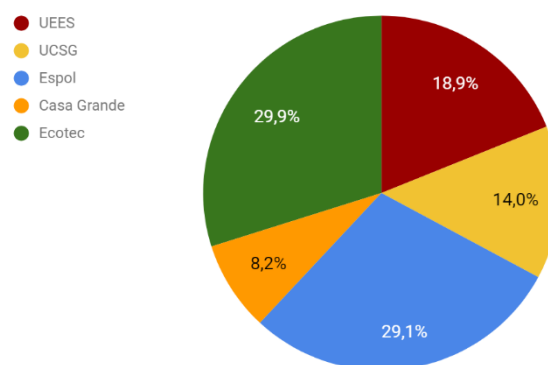
### Segmentación de Mercado

El número estimado del total de estudiantes que cursan carreras afines a la maestría en Negocios Internacionales en las cinco universidades del zonal 8 mencionadas anteriormente, es 6, 356, cifra que conforma el mercado total. De los cuales, la gran mayoría 77.9% pertenecen a la Espol, ECOTEC y UEES; mientras que el restante 22.2% corresponden a UCSG y UCG, como se muestra en la Tabla 2.

**Tabla 2** Segmentación de Mercado para la Maestría en Negocios Internacionales.

Universidad	Total de Estudiantes que cursan carreras afines a la Maestría en Negocios Internacionales	Estimado de graduados al año
UEES	1200	165
UCSG	889	124
ESPOL	1847	360
UCG	521	73
ECOTEC	1899	118
<b>TOTAL</b>	<b>6356</b>	<b>840</b>

Fuente los autores



**Gráfico 1** Total de Estudiantes que cursan carreras afines a la Maestría en Negocios Internacionales.

Fuente los autores

Según el criterio de acreditación de las IES elaborado por la Ceaces, se determinó que el 48% del total de la población estudiantil analizada, pertenecen a Universidades de categoría A (UEES y Espol), mientras que el 22.2% a Universidades de categoría B (UCSG



y UCG), y el 29.9% restante a una universidad de categoría C (Ecotec).

De las cuales, estas tres últimas que representan el 52.1% del mercado, son competencia directa de la UEES, debido a que ofrecen la maestría en Negocios Internacionales y establecen una suficiencia adecuada en el dominio del idioma inglés como requisito fundamental para la inscripción.

Por otra parte, se debe agregar que el nivel socioeconómico es otro factor a considerar, ya que el programa de posgrado tiene un elevado costo. Razón por la cual, aproximadamente el 33% del total de alumnos que estudian carreras afines a los negocios internacionales estarían en capacidad de solventarlo. Considerando que la UEES y la UCSG acoge a una comunidad educativa, en su mayoría de estrato social medio alto y alto.

No obstante, la UEES es la única universidad de categoría A dentro del zonal 8, que se ha propuesto a implementar la maestría en Negocios Internacionales. Además, contará con el factor diferenciador de la experiencia de cursar la mitad del programa de posgrado en Estados Unidos bajo el pensum académico de dicho país, para así obtener una doble titulación.

Entonces, se puede concluir que el principal segmento a captar, ya que pertenece al mercado objetivo e inmediato es de aproximadamente 165 estudiantes al año, pues pertenecen a la Facultad de Economía, Negocios y Ciencias Empresariales de la UEES (véase Tabla 2), y se gradúan con un título de tercer nivel.

Sin embargo, es importante añadir que en caso de que se llegara a ofrecer becas o ayudas económicas externas a no egresados de la UEES; el mercado potencial por absorber sería de hasta 675 estudiantes adicionales, los cuales

corresponden al número total estimado de graduados en carreras afines a los negocios internacionales de las cuatro universidades restantes.

### **Entrevistas**

#### ***Resultados de las entrevistas:***

Uno de cuatro entrevistados cree que un programa académico no es suficiente para contribuir a solucionar la raíz de los problemas preexistentes que atraviesa el país y que afectan a su economía. Mientras que, los tres restantes sostienen que siempre que los estudiantes accedan a un postgrado, sobre todo en esta área, hay una mayor posibilidad de mejorar las relaciones comerciales a largo plazo y lograr el posicionamiento de productos ecuatorianos en nuevos mercados, véase Tabla 3.

**Tabla 3** *¿Implementar una Maestría en Negocios Internacionales sería necesario para contribuir al desarrollo del país? ¿Por qué?*

<b>Respuestas</b>
Opino que ningún nivel académico solucionaría los problemas de fondo que generan inestabilidad económica.
Todo aporte en buscar perfeccionamiento en los lazos comerciales y abrir mercados en el exterior es de mucha importancia para nuestro desarrollo.
Porque podríamos aplicar muchas ideas que son exitosas en economías de otros países.
Todo tipo de desarrollo académico es positivo para contribuir al país. Las maestrías fortalecen conocimientos y contribuyen a generar académicos mejores.

Fuente los autores

Todos los entrevistados concuerdan que aquellos negocios que están en proceso de expansión, es decir, con miras a comerciar al exterior (exportar) serán los mayores beneficiarios en contar con profesionales en el área de los Negocios Internacionales, véase Tabla 4.

**Tabla 4** ¿Qué sector económico será el mayor beneficiario de contar con expertos en el área de los Negocios Internacionales?

Respuestas
Pienso que los negocios monetizan las relaciones interpersonales y si estas son de calidad, los beneficios se extenderían integralmente a la sociedad.
Muchos sectores que tengan relación con nuestras ventas al exterior.
Empresas en proceso de expansión.
Posiblemente en el comercio internacional, mejorando la calidad de importaciones, y aumentando el nivel de exportaciones.

Fuente los autores

De igual manera, todos los informantes coinciden en que los graduados de la Maestría de Negocios Internacionales, tendrán mayores oportunidades laborales, puesto a que serán percibidos como una oferta de trabajo más competente por parte de los empleadores tanto a nivel nacional como internacional, véase Tabla 5.

**Tabla 5** ¿Cuánta acogida en el mercado laboral tendrán los graduados de la Maestría en Negocios Internacionales?

Respuestas
Buena acogida pues serán vistos como una oferta competente para los empleadores.
Dependerá de la visión que se tenga, pero indiscutiblemente es importante contar con los expertos en esa área.
Un 60% de acogida.
Tendrán mucha más acogida que un profesional sin la maestría, eso es seguro.

Fuente los autores

De acuerdo con los entrevistados, entre los principales retos que afrontarán los maestrandos, se destacan: poner en práctica con pericia los conocimientos adquiridos, ser creativos, hábiles en técnicas de negociación y persuasión. Todo esto, a fin de convencer a las empresas de que tendrán mayores oportunidades al incursionar en nuevos mercados, forjar y mantener relaciones internacionales, véase Tabla 6

**Tabla 6** ¿Cuáles serían los principales retos que tendrán que enfrentar los graduados en esta Maestría?

Respuestas
Encontrar una oferta laboral que se ajuste a su expectativa.
Proactividad, creatividad en lograr abrir mercados y mantenerlos.
Presentar sus planes de negocios y convencer a las empresas de que hay mucho que no conocen aún.
Demostrar los conocimientos y habilidades adquiridas, mediante la práctica.

Fuente los autores

Finalmente, tres del total de entrevistados, convienen que es de suma importancia que la maestría sea bilingüe, porque el inglés es el idioma universal de los negocios y la lengua materna de los principales socios comerciales del Ecuador. No obstante, uno de los entrevistados opina que además del español e inglés, lo conocimientos deberían impartirse también en francés, ya que es uno de los idiomas más hablados a nivel mundial y podría preparar a los maestrandos ante retos futuros en nuevos mercados, véase Tabla 7.

**Tabla 7** ¿Qué tan importante es que la cátedra de la Maestría en Negocios Internacionales sea impartida tanto en español como en inglés? ¿Por qué?

Respuestas
Francés también debería incluirse, esto dinamiza el aprendizaje y al momento de ejercer se tiene un mayor dominio de las situaciones que se pueden presentar.
Por la importancia de los dos idiomas en general.
El inglés es un idioma universal, y para manejar negociaciones internacionales es primordial que los maestrantes lo hablen y lo entiendan.
El inglés es el idioma con mayor utilidad en relación a los principales socios comerciales del Ecuador. La mayoría de estudios científicos relevantes también tienen su versión en inglés. Este idioma es fundamental para cualquier estudiante de negocios internacionales.

Fuente los autores

## Conclusión

Tomando en cuenta los aspectos previamente analizados tanto en los ámbitos socioeconómicos y políticos; se concluye que es pertinente la implementación efectiva de la

maestría en Negocios Internacionales por los siguientes argumentos:

La UEES al tener como misión esencial la formación de profesionales altamente capacitados y conscientes de las necesidades sociales; se compromete a que el nuevo programa de posgrado siga los lineamientos dispuestos por la LOES para las IES, asegurando a su vez, que este contribuya a cumplir con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.

Por consiguiente, se espera que los maestrandos brinden soluciones a los principales problemas preexistentes en su área de especialización, tales como: las relaciones asimétricas del Ecuador con sus socios comerciales, el relegado cambio en la matriz productiva, el bajo porcentaje de exportación por parte de las pymes y el desaprovechamiento de incursionar en los mercados europeos y asiáticos.

Además, en lo que concierne a la oferta educativa, la UEES es la única universidad de categoría A acreditada por la Ceaaces perteneciente al zonal 8, que propone un sílabo innovador fundamentado en el modelo pedagógico norteamericano con la oportunidad de conseguir doble diploma.

Cabe señalar que, la segmentación de mercado muestra que hay un gran número de estudiantes de pregrado en las distintas universidades del zonal 8, que se gradúan anualmente de carreras afines a los Negocios Internacionales; de los cuales 165 de un total de 840 corresponden al mercado objetivo, debido a que son afiliados a la UEES. No obstante, el mercado potencial por absorber serían los restantes 675 alumnos, ya que no se ha descartado la posibilidad de ofrecer ayuda financiera.

Para finalizar, conforme a las opiniones de los entrevistados, es crucial que la maestría sea bilingüe, e incluso trilingüe; ya que, al impulsar la internacionalización de las empresas nacionales, será de gran ayuda que los profesionales manejen de manera fluida los idiomas de los países con los que negociarán. Por lo tanto, los posgradistas tendrán mayor acogida laboral, pues obtendrán información fidedigna y se adaptarán mejor al entorno laboral caracterizado por la competencia tenaz en mercados extranjeros.

### **Referencias Bibliográficas**

- Anzo Múnera, E. (27 de enero-junio de 2012). Negocios internacionales: evolución, consolidación e identificación de los temas que lideran el campo de investigación. *Ciencias Estratégicas*, 20(27), 77-93. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1513/151325816006.pdf>
- Banco Mundial. (2018). Comercio (% del PIB). From [https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.E.TRD.GNFS.ZS?end=2018&locations=ZJ&name\\_desc=false&start=1960&view=chart](https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.E.TRD.GNFS.ZS?end=2018&locations=ZJ&name_desc=false&start=1960&view=chart)
- Banco Mundial. (2018). Facilidad para hacer negocios en el Ecuador. Obtenido de <https://espanol.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/ecuador#>
- ESPOL. (2018). Rendición de cuentas 2018. Obtenido de <http://planificacion.espol.edu.ec/sites/default/files/InformeIRC2018-web.pdf>
- FEDEXPOR. (2018). PremioXpor 2018: Iván Ontaneda Presidente del Directorio. Obtenido de <http://www.fedexpor.com/wp-content/uploads/2018/11/Discurso-Ivan-Ontaneda-PREMIOEXPOR-premioXpor2018.docx.pdf>
- Feijoo, I., Guerrero, J., & García, J. (2018). Marketing aplicado en el sector empresarial. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2->

- [Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf](#)
- Gallego, J. (2014). Introducción a los Negocios Internacionales. ESUMER website. Obtenido de <https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/fei/libros/Introduccionalosnegociosinternacionales.pdf>
- ITC Export Potential Map. (2017). Ecuador: SME Export Potential. Obtenido de <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Country/Ecuador/Ecuador2017.pdf>
- LEXIS FINDER. (2018). LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR, LOES. Obtenido de <http://aka-cdn.uce.edu.ec/ares/tmp/Elecciones/2%20LOES.pdf>
- Líderes. (2017, Mayo 15). Las pymes del país superan retos para internacionalizarse. From <https://www.revistalideres.ec/lideres/pymes-pais-superan-retos-internacionalizarse.html>
- López, R., & Deslauriers, J.-P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. Margen(61). Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2711/1/La%20entrevista%20cualitativa%20como%20t%C3%A9cnica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Mayorga Gutiérrez, D., & Araujo Azalde, P. (1992). Introducción a los negocios internacionales. UNIVERSIDAD DEL PACIFICO. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/159378020.pdf>
- Ortiz-Ospina, E., Beltekian, D., & Roser, M. (Octubre de 2018). Trade and Globalization. Obtenido de <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). Agenda Zonal Zona 8-Guayaquil. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Agenda-zona-8.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2019). Agendas Zonales Zona 8-Guayaquil. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z8-2017-2021.pdf>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (s.f.). Zona de Planificación 8. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/zona-de-planificacion-8/>
- Universidad Casa Grande. (2018). Rendición de cuentas 2018. Obtenido de <http://www.casagrande.edu.ec/casagrande/informes-anuales/>
- Universidad ECOTEC. (2018). Rendición de Cuentas 2018. Obtenido de <https://www.ecotec.edu.ec/rendicion-de-cuentas/>
- Vijayasri, G. (2013). THE IMPORTANCE OF INTERNATIONAL TRADE IN THE WORLD. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/0c65/06f1ab891cb40206230f6d841cb7e11796a7.pdf>
- Vistazo. (17 de Febrero de 2018). Empresas ecuatorianas posicionaron productos en el mundo. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/pais/actualidad-nacional/empresas-ecuatorianas-posicionaron-productos-en-el-mundo>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright (c) Carlos Alberto Sempertegui Seminario, Natalia Katuska Salazar Holguin y Nicole del Cisne Guaman Aguillon.

