

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la
identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala,
Ecuador 2022**

TESIS

**Para optar el grado académico de Doctora en Planificación
Pública y Privada**

Autora: Peralta Mocha, María Beatriz

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la
identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala,
Ecuador 2022**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Merino Velásquez Jesús (Presidente)

Dr. Risco Zapata Severino Apolinar (Secretario)

Dr. Castañeda Guzmán, Walter Javier (Miembro)

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la
identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala,
Ecuador 2022**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su
contenido y forma:**

Mg. Peralta Mocha, María Beatriz, (Autora)

Dr. Luy Navarrete, Wayky Alfredo (Asesor)

Tumbes, 2023

Copia del acta de sustentación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
Licenciada
Resolución del Consejo Directivo N° 155-2019-SUNEDU/CD
ESCUELA DE POSGRADO
Tumbes – Perú

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

En Tumbes, siendo las dieciocho horas del veintiocho de diciembre del dos mil veintidós, se reunieron mediante la modalidad virtual por plataforma de videoconferencia zoom, los miembros del jurado en mérito a la **Resolución Directoral N° 0245 -2022/UNTUMBES-EPG-D**, del trece de agosto del dos mil veintiuno: Dr. Jesús, Merino Velásquez (presidente), Dr. Severino Apolinar, Risco Zapata (secretario), Dr. Walter Javier, Castañeda Guzmán (miembro) y como asesor el Dr. Wayky Alfredo, Luy Navarrete, para proceder al acto de sustentación y defensa de la tesis titulada: "**Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador, 2022**"; presentada por la Mg. María Beatriz Peralta Mocha, para optar el grado académico de Doctora en Planificación Pública y Privada.

Concluido el acto de sustentación y defensa, absueltas las preguntas formuladas y efectuadas las correspondientes observaciones. En conformidad con lo normado en el artículo 91. del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes. El jurado calificador por unanimidad decidió declarar a la tesis de la Mg. María Beatriz Peralta Mocha:

APROBADA - BUENA

En consecuencia, queda **APTA** para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del Grado Académico de Doctora en Planificación Pública y Privada, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis para Pregrado de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las diecinueve horas con cinco minutos, se dio por concluido el indicado acto académico y en expresión de conformidad se procedió a la suscripción de la presente acta.

Tumbes, 28 de diciembre de 2022.

Dr. Jesús, Merino Velásquez
DNI N° 00240035
ORCID N° 0000-0003-3301-4487
(Presidente)

Dr. Severino Apolinar, Risco Zapata
DNI N° 00219860..
ORCID N° 0000-0002—2683-4105:
(Secretario)

Dr. Dr. Walter Javier, Castañeda Guzmán
DNI N° 17804496..
ORCID N° 0000-0002-9483-0210
Miembro

Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete
DNI N° 03585602
ORCID N° 0000-0003-0334 – 2498
(Asesor)

C.c. Jurado de Tesis (3), Asesor (1), sustentante (1), UI (2)

Informe de originalidad Turnitin

Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

por María Beatriz Peralta



Fecha de entrega: 10-dic-2022 11:24a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1977371459

Nombre del archivo: TESIS_10-12-22_Mar_a_Beatriz_Peralta.docx (899.23K)

Total de palabras: 37352

Total de caracteres: 224338


Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete
Código ORCID 0000-0003-0334-2498


Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	 Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete Codigo ORCID 0000-0003-0334-2498	4%
2	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet		2%
3	virtual.urbe.edu Fuente de Internet		1%
4	vsip.info Fuente de Internet		1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet		1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet		<1%
7	www.utmachala.edu.ec Fuente de Internet		<1%
8	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet		<1%

9	www.tungurahua.gob.ec Fuente de Internet	 Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete Código ORCID 0000-0003-0334-2498	<1 %
10	www.scribd.com Fuente de Internet		<1 %
11	www.theibfr.com Fuente de Internet		<1 %
12	datospdf.com Fuente de Internet		<1 %
13	documentop.com Fuente de Internet		<1 %
14	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet		<1 %
15	repositorioinstitucional.uabc.mx Fuente de Internet		<1 %
16	Submitted to University of La Guajira Trabajo del estudiante		<1 %
17	qdoc.tips Fuente de Internet		<1 %
18	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante		<1 %
19	cienciadigital.org Fuente de Internet		<1 %
20	moam.info		

Fuente de Internet

 <1 %

21 sc448b732ab1c070a.jimcontent.com Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete
Codigo ORCID 0000-0003-0334-2498 <1 %
Fuente de Internet

22 www.somoshalcones.com <1 %
Fuente de Internet

23 Submitted to Universidad Técnica de Machala <1 %
Trabajo del estudiante

24 repositorio.uap.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

25 www.fhuc.unl.edu.ar <1 %
Fuente de Internet

26 dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com <1 %
Fuente de Internet

27 www.elheraldo.com.ec <1 %
Fuente de Internet


28 repositorio.ungs.edu.ar <1 %
Fuente de Internet


29 fipcaec.com <1 %
Fuente de Internet

30 repositorio.utn.edu.ec <1 %
Fuente de Internet

31 repositorio.upagu.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

32	karymescobar.blogspot.com Fuente de Internet		<1 %
33	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	Dr. Wally Alfredo Ley Navarrete Código ORCID 0000-0003-0334-2498	<1 %
34	es.scribd.com Fuente de Internet		<1 %
35	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet		<1 %
36	www.elsevier.es Fuente de Internet		<1 %
37	(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012. Publicación		<1 %
38	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet		<1 %
39	www.unl.edu.ar Fuente de Internet		<1 %
40	eprints.ucm.es Fuente de Internet		<1 %
41	issuu.com Fuente de Internet		<1 %
42	cimogsys.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet		<1 %

43	remca.umet.edu.ec Fuente de Internet		<1 %
44	www.researchgate.net Fuente de Internet	Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete Código ORCID 0000-0003-0334-2498	<1 %
45	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
46	Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego Trabajo del estudiante		<1 %
47	editorialibkn.com Fuente de Internet		<1 %
48	search.scielo.org Fuente de Internet		<1 %
49	www.yachaytech.edu.ec Fuente de Internet		<1 %
50	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante		<1 %
51	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet		<1 %
52	www.procomcap.com Fuente de Internet		<1 %
53	nanopdf.com Fuente de Internet		<1 %

54	core.ac.uk Fuente de Internet		<1 %
55	mora.repositorioinstitucional.mx Fuente de Internet	Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete Código ORCID 0000-0003-0334-2498	<1 %
56	revistas.uta.edu.ec Fuente de Internet		<1 %
57	www.eloro.gov.ec Fuente de Internet		<1 %
58	www.ugto.mx Fuente de Internet		<1 %
59	Submitted to Corporación Universitaria Reformada Trabajo del estudiante		<1 %
60	bibliotecaunapec.blob.core.windows.net Fuente de Internet		<1 %
61	editorial.ucsg.edu.ec Fuente de Internet		<1 %
62	eprints.uanl.mx Fuente de Internet		<1 %
63	notioro.blogspot.com Fuente de Internet		<1 %
64	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
65	repositorio.unica.edu.pe		

Fuente de Internet

<1 %

66 www.593dp.com
Fuente de Internet



Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete
Código ORCID 0000-0003-0334-2498

<1 %

67 www.ucol.mx
Fuente de Internet

<1 %

68 Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la
Vega
Trabajo del estudiante

<1 %

69 bdigital.unal.edu.co
Fuente de Internet

<1 %

70 bibdigital.epn.edu.ec
Fuente de Internet

<1 %

71 idoc.pub
Fuente de Internet

<1 %

72 www.slideshare.net
Fuente de Internet

<1 %

73 debate2017.eduqa.net
Fuente de Internet

<1 %

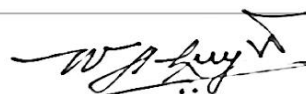
74 www.conesup.net
Fuente de Internet

<1 %

75 Submitted to CONACYT
Trabajo del estudiante

<1 %

76	Miryam Gabriela Pacheco Rodriguez. "Modelo de comunicación interna para instituciones públicas de educación superior. Caso Universidad de Guayaquil.", Universitat Politecnica de Valencia, 2022 Publicación	<1 %
77	Submitted to Universidad Santo Tomas Trabajo del estudiante	<1 %
78	red-u.net Fuente de Internet	<1 %
79	www.urbe.edu Fuente de Internet	<1 %
80	www.wikiestudiantes.org Fuente de Internet	<1 %



Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete
Código ORCID 0000-0003-0334-2498

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 15 words
Excluir bibliografía Activo

DEDICATORIA

*A Dios todopoderoso, a mi Virgencita María, a Jesucristo.
A mis adorados padres por ser la estrella bendita que ha guiado toda mi vida, con su apoyo y la de mis amados hermanos Vicente, José, Luis, Carlos y Angelito he podido alcanzar mis logros académicos.*

A mi esposo, a mis amados hijos Jannina, Josselyn y Kevin, por su amor incondicional, su preocupación diaria, por sus llamadas telefónicas, escuchar sus voces, sus palabras de aliento y motivación han sido la fuente de inspiración constante para crecer profesionalmente. Desde el fondo de mi corazón gracias por apoyarme siempre y entender mis ausencias.

A mis queridos sobrinos y cuñadas por su cariño, afecto, motivación y consideración.

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios por permitirme culminar un peldaño más en mi vida académica. A mi familia por su amor y comprensión, especialmente a mi ángel de la guarda mi amada hija Jannina por ser mi apoyo en todo momento, por estar pendiente de mi desde la distancia, por sus demostraciones de amor y preocupación todos los días. A las autoridades de la Universidad Nacional de Tumbes, al claustro docente que compartió sus experiencias y conocimientos en los módulos impartidos, al personal administrativo y de servicio. Al Doctor Jesús Merino Velásquez por sus valiosos conocimientos, paciencia, constancia en la revisión de esta tesis doctoral. Al Doctor Waiky Luy Navarrete por todos los conocimientos impartidos en el asesoramiento de esta tesis. A mis amigos y compañeros doctorandos por todos los aprendizajes y momentos compartidos.

ÍNDICIE GENERAL

	Página
RESUMEN	xxi
ABSTRACT	xxii
RESUMO	xxiii
CAPÍTULO I	24
1. INTRODUCCIÓN	24
CAPÍTULO II	34
2. ESTADO DEL ARTE	34
2.1. Bases teóricas-científicas.....	34
2.2. Antecedentes	70
CAPÍTULO III	88
3. MATERIALES Y MÉTODOS	88
3.1. Hipótesis	88
3.3. Técnicas e instrumentos	91
3.4. Procesamiento y análisis	92
3.5. Metodología	95
CAPÍTULO IV.....	101
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	101
4.1. Resultados.....	101
4.2. Discusión	114
CAPÍTULO V.....	125
5. CONCLUSIONES	125
CAPÍTULO VI.....	127
6. RECOMENDACIONES	127
CAPÍTULO VII.....	129
7. VII. PROPUESTA DEL PLAN DE ACCIÓN	129
CAPÍTULO VIII.....	130
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130

CAPÍTULO IX.....	147
9. ANEXOS.....	147

ÍNDICIE DE TABLAS

Tabla 1: Población de docentes Universidad Técnica de Machala, Facultad Ciencias Empresariales.	90
Tabla 2: Escala de valores de confiabilidad	94
Tabla 3: Incidencia entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa	102
Tabla 4: Correlación entre las estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa.	104
Tabla 5: Implicancia entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa	105
Tabla 6: Coeficiente de relación entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa	107
Tabla 7: Implicancia de las filiales en la identidad corporativa	108
Tabla 8: Coeficiente de relación entre filiales e identidad corporativa	110
Tabla 9: Implicancia de licencias e identidad corporativa	111
Tabla 10: Coeficiente de relación entre licencias e identidad corporativa	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Incidencia entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa.	102
Figura 2: Implicancia entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa	105
Figura 3: Implicancia de las filiales en la identidad corporativa	108
Figura 4: Implicancia de licencias e identidad corporativa	112

ÍNDICIE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	147
Anexo 2: Matriz de operacionalización	149
Anexo 3: Cuestionario de encuesta a docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales	152
Anexo 4: Validación de juicio de expertos	156
Anexo 5. Identificación del experto	157
Anexo 6.: Tabla de construcción y validación de ítems	159
Anexo 7: Juicio de expertos	166
Anexo 8: Método de Alpha de Cronbach	169
Anexo 9: Estadísticas de fiabilidad	170
Anexo 10: Plan de acción institucional	171

RESUMEN

La presente investigación titulada “Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022”, tiene como objetivo: “Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022”. La metodología que se utilizó es de tipo descriptivo- correlacional- transeccional, se recolectaron los datos en un solo momento con el propósito de medir el grado de relación entre las variables de estudio: estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa. La población estuvo conformada por todos los docentes de la Universidad Técnica de Machala, se aplicó la muestra a 120 docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales. El diseño de investigación correspondió al “no experimental”, debido a que no se realizó ningún tipo de manipulación de las variables; se describió los datos que se obtuvieron en el cuestionario de preguntas. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta elaborada en formularios de Google Form, pasó por el proceso de validación y confiabilidad en el que se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,98 siendo un nivel de confianza muy alto. Los resultados obtenidos fueron analizados por el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman con un resultado de 0,642, se determinó que existe una correlación significativa y positiva entre las variables de estudio. Se concluyó esta investigación con una propuesta de formulación de lineamientos que permitan mejorar las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Palabras claves: estrategias competitivas internacionales, identidad corporativa, lineamientos

ABSTRACT

This research entitled “Competitive strategies and their implication in the corporate identity of the Technical University of Machala, Ecuador 2022” aims to: “Determine the implication of international competitive strategies in the corporate identity of the Technical University of Machala, Ecuador 2022”. The methodology used is descriptive-correlational-transeccional since the data was collected in a single moment to measure the relationship between the study variables: international competitive strategies and corporate identity. The study population consisted of 120 teachers from the Faculty of Business Sciences, and the sample was a population census made up of the entire study population. The research design corresponded to “non-experimental” since there was no manipulation of the variables; the data obtained in the questionnaire of questions was described. The technique used for data collection was the survey elaborated in Google forms; it went through the validation and reliability process and obtained a Cronbach’s Alpha of 0.98, being a very high confidence level. The results were analyzed in the Social Sciences (SPSS) statistical package to determine the relationship of variables. Spearman’s Rho coefficient determined a positive significance between the study variables. This research concluded with a proposal to formulate guidelines that allow improving international competitive strategies for strengthening the corporate identity of the Technical University of Machala.

Keywords: international competitive strategies, corporate identity, guidelines

RESUMO

A presente investigação intitulada "Estratégias competitivas internacionais e sua implicação na identidade corporativa da Universidade Técnica de Machala, Equador 2022", tem como objetivo: "Determinar a implicação de estratégias competitivas internacionais na identidade corporativa da Universidade Técnica de Machala, Equador 2022". A metodologia utilizada é descritivo-correlacional transseccional, os dados foram coletados em um único momento com a finalidade de mensurar o grau de relacionamento entre as variáveis do estudo: estratégias competitivas internacionais e identidade corporativa. A população foi composta por 120 docentes da Faculdade de Ciências Empresariais e a amostra foi um censo populacional constituído por toda a população em estudo. O desenho da pesquisa correspondeu ao "não experimental", pois não foi realizado nenhum tipo de manipulação das variáveis; foram descritos os dados obtidos no questionário de perguntas. A técnica utilizada para coleta de dados foi a pesquisa elaborada no Google forms, passou pelo processo de validação e confiabilidade em que se obteve um Alfa de Cronbach de 0,98, sendo um nível de confiança muito alto. Os resultados obtidos foram analisados pelo pacote estatístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) para determinar a relação das variáveis, foi utilizado o coeficiente Rho de Spearman com o qual se determinou que há significância positiva entre as variáveis do estudo. Esta pesquisa foi concluída com uma proposta para a formulação de diretrizes que permitam melhorar as estratégias competitivas internacionais para o fortalecimento da identidade corporativa da Universidade Técnica de Machala.

Palavras-chave: estratégias competitivas internacionais, identidade corporativa, diretrizes.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

La estrategia es la guía o plan donde convergen cada una de las metas, políticas y fines de las organizaciones, es el hilo conductor de las acciones a realizar. Cuando las estrategias han sido formuladas, analizadas, revisadas y planificadas efectivamente permiten manejar eficientemente los recursos, cubrir con todos los imprevistos que siempre están en la ejecución de la planificación para obtener mejores resultados. Debido a la importancia del estudio de las estrategias en las organizaciones, se plantea el siguiente trabajo investigativo “Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022”. Las estrategias competitivas son un abanico de oportunidades que tiene este centro de educación superior que visibilizaran su identidad corporativa.

La Universidad Técnica de Machala tiene su génesis en la lucha popular de los jóvenes estudiantes de los colegios de la ciudad de Machala y Santa Rosa, quienes sentían la necesidad que la provincia de El Oro cuente con una universidad para que los bachilleres puedan realizar sus estudios universitarios. Fueron tres días de cruentas protestas protagonizadas por estudiantes y el pueblo en contra del gobierno del ex Presidente José María Velasco Ibarra exigiendo la creación de una universidad pública para la provincia de El Oro.

Es así que, un 22 de noviembre del año 1968 se tiñeron de sangre las calles de Machala y Santa Rosa, cayeron abatidos por las fuerzas policiales el estudiante

Carlos Ponguillo, los trabajadores Germán Cueva, Alonso Patiño y Pedro Riofrío. Es la única universidad ecuatoriana surgida de la lucha popular de sus habitantes. Luego de varios trámites y gestiones realizadas mediante decreto de ley No. 96-04 el 14 de noviembre del año 1969 se firma la creación de la Universidad Técnica de Machala. La plazoleta de los mártires situada en los predios de esta universidad es el homenaje póstumo a quienes ofrendaron sus vidas por tener un centro de educación superior para sus hijos y las futuras generaciones.

Esta universidad tiene una ventaja competitiva altamente significativa, es la única institución de educación superior pública en la ciudad de Machala y la provincia de El Oro, cumple un rol muy relevante por ser la formadora de profesionales en diferentes áreas del conocimiento que aportan con su trabajo al desarrollo productivo de la sociedad orense y el país, siendo sus funciones sustantivas la docencia, investigación y vinculación con la sociedad. La gestión que realicen sus autoridades y directivos es muy significativa cuando formulen estrategias competitivas que permitan potenciar fortalezas y oportunidades en la consecución de ventajas competitivas para situarse en mejores condiciones, cristalizando de esta manera el éxito organizacional y su internacionalización. En un mercado complejo y altamente competitivo este centro de educación superior tiene que fortalecer su identidad corporativa para hacer frente a los desafíos globales del presente, brindando un servicio de calidad que la diferencie de otras universidades, formando estudiantes competitivos con un excelente perfil profesional, valores éticos y capacidad de liderazgo; docentes capacitados con estudios doctorales en universidades del exterior con las cuáles formule convenios y pactos interinstitucionales, desarrollo de redes de investigación, proyectos de vinculación, mejorando su nivel de competitividad a nivel regional e internacional.

De acuerdo a Sánchez (2017), al expresar su opinión acerca de la internacionalización universitaria, considera la definición de Mestenhauer (1998) quien argumenta que, la estrategia de internacionalización debe ser multidimensional, con enfoque global y políticas propias para competir con otras

universidades. La Universidad Técnica de Machala afronta los siguientes problemas para su internacionalización:

No cuenta con filiales que permita visibilizar su trabajo en el extranjero, no tiene extensiones universitarias para ampliar la cobertura del servicio educativo en otros cantones de la provincia de El Oro lo que no permite el acceso de bachilleres a la universidad, siendo una necesidad a resolver porque los graduados no cuentan con recursos económicos para solventar sus gastos educativos en el cantón Machala sede de la Universidad Técnica de Machala; otro problema a resolver es la inclusión en su oferta académica de carreras con un enfoque a la industria 4.0 siguiendo las nuevas tendencias mundiales de utilización de nuevas tecnologías. El Foro Económico Mundial en el año 2018 sostuvo que van a desaparecer 75 millones de empleos en el siguiente lustro, pero surgirán 133 millones de trabajos, esta universidad tiene que reinventarse y buscar las mejores estrategias competitivas para la creación de carreras relacionadas a la cuarta revolución industrial como: robótica, big data, genética, domótica que le permitirán transcurrir a la nueva era digital y su internacionalización, razones por las cuales tiene que afrontar los siguientes retos: propender a una educación de calidad para que los estudiantes puedan renovar sus habilidades y destrezas de tres a cinco años. Proyectar su visión a corto plazo con la preparación de los futuros graduados para el empleo y la proyección a largo plazo fomentando una educación que les permita prepararlos para ser los mejores profesionales.

La provincia de El Oro se caracteriza por ser una de las zonas más productivas del país contando con: sector bananero, cacaotero, cafetalero, pecuario, camaronero, pesquero, minero entre otros. Existe una necesidad insatisfecha por parte de la Universidad Técnica de Machala como es la creación de carreras que permitan ofertar al mercado laboral profesionales especializados en la dirección de empresas de estos sectores productivos. Es importante que en el plan de desarrollo estratégico institucional se planteen estudios de pertinencia y prospectiva para su creación y satisfacer la demanda de profesionales altamente capacitados,

generando trabajo para los jóvenes graduados de esta universidad y no se busque expertos de otras ciudades y provincias, de esta manera se articula la academia con los sectores productivos de la provincia de El Oro.

La pandemia del Covid 19 cogió por sorpresa a todas las empresas, organizaciones y las universidades no fueron la excepción, se desnudó una realidad latente en los centros de educación superior como es el deficiente desarrollo y utilización de plataformas educativas para la educación virtual, esta nueva circunstancia por la que atraviesan las universidades a nivel mundial debe ser considerada por la Universidad Técnica de Machala como una oportunidad para planificar y trabajar en nuevos proyectos de creación de carreras con modalidades de estudio: online, a distancia y semipresencial.

Para su internacionalización las autoridades tienen que suscribir convenios interinstitucionales con los 14 gobiernos municipales y el gobierno provincial autónomo descentralizado para crear extensiones universitarias, firmar convenios marcos y pactos con universidades extranjeras para la transferencia del conocimiento científico, desarrollo de la ciencia, nuevas tecnologías como la industria 4.0, intercambio de proyectos de vinculación, internacionalización de proyectos de investigación, movilidad estudiantil, prácticas pre-profesionales, movilidad docente, intercambio de experiencias en el manejo de políticas públicas universitarias y de gestión administrativa, elementos que fortalecerán su estrategia competitiva, es imperativo que sus directivos, personal docente, administrativo y de servicios trabajen en los procesos de internacionalización universitaria cumpliendo con los requerimientos de evaluación de calidad exigidos por los órganos de control.

Ellingboe (1998) manifiesta que la internacionalización es un proceso que debe integrar a todo el sistema universitario con enfoque internacional, visión, proyección interdisciplinaria, multidimensional y desarrollo de liderazgo. Callan (2000), asevera que cada universidad debe seguir un proceso para lograr su internacionalización,

involucrando la docencia, la investigación y los eventos académicos. Es de gran valor la autonomía universitaria para realizar cambios profundos en la gestión administrativa permitiendo avances significativos, la internacionalización de la Universidad Técnica de Machala es el nexo que vincula a otras universidades de países vecinos para desarrollar pactos institucionales, promoviendo la integración regional en el contexto de la educación superior.

Cuenta con las siguientes facultades: Ciencias Empresariales, Ciencias Químicas y de la Salud, Ciencias Sociales, Ingeniería Civil, Ciencias Agropecuarias, aglutinando carreras que satisfacen medianamente las demandas del sector empresarial, productivo e instituciones públicas. En el siglo XXI se ha dado un “mercado” global en las universidades generando una gran competencia entre ellas, una de las estrategias competitivas en que han incursionado ha sido su internacionalización. En Latinoamérica existen dificultades para trabajar en una sólida integración universitaria, cada universidad tiene sus políticas institucionales. Estas brechas profundas no permiten desarrollar alianzas estratégicas, convenios interinstitucionales, pactos internacionales que estrechen los lazos de integración regional.

La Universidad Técnica de Machala tiene los siguientes problemas para fortalecer sus estrategias competitivas: el presupuesto asignado a las universidades públicas no son equitativos, se concentran en su mayoría a determinadas universidades consideradas de “prestigio” a nivel nacional y con mayor número de estudiantes, lo cual ha ocasionado que universidades de provincias más pequeñas y con menos alumnos matriculados tengan asignaciones presupuestarias menores, un ejemplo es este centro de educación superior, gran parte del presupuesto está destinado al gasto corriente lo que no permite invertir en investigación, ciencia y la adquisición de nuevas tecnologías.

Existe la necesidad de desarrollar nuevos proyectos de vinculación que sean el eje transversal para el desarrollo de la investigación universitaria, realizar un análisis del impacto social que tienen, sobre todo en los grupos vulnerables que es donde se requiere la ayuda de la academia con proyectos vinculantes, por tal razón es imperativo un diagnóstico de la pertinencia de los proyectos de vinculación en los sectores rurales y marginales de la provincia de El Oro. Es necesario suscribir alianzas estratégicas y convenios con los sectores productivos de la provincia y el país para la elaboración de nuevos proyectos de vinculación en donde docentes y alumnos trabajen en la generación de conocimientos teniendo como insumo principal los problemas de la sociedad y los sectores productivos, de esta manera se podrá evaluar la pertinencia social de estos proyectos y la universidad.

Optimizar la calidad académica con el fortalecimiento de capacitación y perfeccionamiento docente enfocados en la pertinencia del modelo educativo de la universidad, la formación académica científica del profesorado permitirá elevar las competencias profesionales de los futuros graduados teniendo como resultado la eficacia universitaria. Estos programas de capacitación tienen que cumplimentar una carga horaria mínima de 40 horas, con evaluaciones en el proceso que permitan su aprobación, deben ser de carácter formativo, de investigación y profesionalización.

Es imprescindible la ejecución en su totalidad del Plan Operativo Anual (POA) porque permitirá cumplimentar con la misión y visión institucional, articulando los objetivos estratégicos institucionales, los ejes y lineamientos estratégicos. Cabe indicar que el POA tiene que estar articulado a varios elementos de la planificación nacional como internacional. En este contexto, tiene que constituirse en una herramienta fundamental para el desarrollo de las funciones sustantivas de la universidad como: la docencia, la investigación y vinculación, concebido como un eje trasversal en el cual se afiance y desarrolle todas sus actividades.

Fortalecer al desarrollo de la sinergia comunicacional, la universidad debe propiciar un clima organizacional donde el respeto, la armonía, la consideración y el buen trato sea el hilo conductor para una comunicación efectiva entre autoridades y el claustro universitario. Es fundamental el reconocimiento a las labores que realizan todos sus miembros, permitiendo de esta manera la motivación intrínseca que se reflejará extrínsecamente en el buen trato a los usuarios, un mejor desempeño laboral y el compromiso individual de trabajar de mejor manera para el engrandecimiento de la universidad, es necesario un proceso de capacitación en relaciones públicas, utilización de nuevas tecnologías, gestión de procesos, gestión de la calidad, manejo del talento humano obteniendo como resultado un ambiente laboral positivo, mejoramiento de la gestión administrativa lo que permitirá agilizar todos los procesos tanto internos como externos de la universidad.

Dar cumplimiento a la normativa para los procesos de escalafón docente, en concordancia con el artículo 349 de la Constitución de la República del Ecuador en donde manifiesta que el estado garantiza un sueldo justo a todos los docentes, para ello tiene que realizar cursos de profesionalización, un buen desempeño docente reflejado en su evaluación semestral y demás méritos académicos contemplado en el Reglamento de Carrera y Escalafón del Personal Académico del Sistema de Educación Superior emitido por el Consejo de Educación Superior (CES). Las autoridades deben realizar un buen manejo del presupuesto anual y dejar los rubros destinados para los procesos de escalafón docente, de igual manera los requisitos sean los que determine el Reglamento de Escalafón emitido por el Consejo de Educación Superior y los requerimientos justos y equitativos que solicite la universidad en función y atribución a su autonomía responsable.

Es de suma importancia la capacitación interna y externa para mejorar la evaluación institucional y de carreras, contrastar experiencias de universidades nacionales y extranjeras para mejorar los indicadores de evaluación docente, aprendizaje de los estudiantes, proyectos de vinculación, proyectos de investigación, infraestructura, estudio de pertinencia de las carreras. Este proceso de capacitación tendrá como

resultado una excelente autoevaluación institucional que permitirá determinar cómo se encuentra y cuáles serán los lineamientos a seguir para una óptima evaluación externa institucional.

Asignar más presupuesto y ayudas económicas para estudios doctorales en el extranjero, los docentes tienen que seguir un proceso de postulación riguroso para ser elegidos y acreedores de becas y ayudas económicas, en tal sentido las autoridades deben acoger los lineamientos establecidos en el Reglamento de becas y ayudas económicas, el mismo que debe sustentarse en valores y principios como igualdad, equidad, responsabilidad y transparencia en los procesos de escogimiento. Facilitar y agilizar los procesos administrativos para permisos a capacitaciones, congresos, ponencias, movilidad nacional e internacional a estudiantes y docentes, en muchas ocasiones los trámites burocráticos desalientan y desmotivan participar en estas actividades necesarias para el desarrollo profesional del claustro docente, investigadores y alumnado. Por todo lo expuesto se ha planteado el siguiente problema general.

¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022?

Derivándose los siguientes problemas específicos.

1. ¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas estratégicas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador?
2. ¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas de las filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador?
3. ¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador?

4. ¿Cuáles son los lineamientos basados en las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador?

Esta investigación tiene relevancia teórica porque aborda la problemática del sector universitario, realiza un análisis de conceptos y teorías de las variables: estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa, una revisión bibliográfica de renombrados autores como: Henry Mintzberg y su teoría de las estrategias. Análisis del libro “El arte de la guerra” del autor Sun Tzu. El estudio de las estrategias de Jhonson y Scholes. El análisis de las escuelas del pensamiento del managment estratégico de los autores Mintzberg Henry, Ahlstrand Bruce y Lampel. El estudio de Igor Ansoff con su enfoque clásico de la planificación estratégica. Hax Arnoldo y Majluf Nicolás y su aporte de las estrategias para el liderazgo competitivo. El análisis de la administración estratégica del autor Arthur A. Thompson; la teoría de Michael Porter y su enfoque de las ventajas comparativas y las estrategias genéricas de liderazgo de costes, diferenciación y enfoque, los aportes teóricos de Miles, Snow, Kotler y Miller. El estudio de las estrategias gerenciales de Keniche Ohmae. El análisis y enfoque de las estrategias de estos autores sirvió de soporte teórico para contrastar teorías, logrando un mayor entendimiento a la problemática planteada.

Se utilizaron procedimientos, métodos y técnicas de recolección de datos por medio de un cuestionario de preguntas, se aplicaron encuestas para obtener información de las variables de estudio: estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa, válido para comprobar la situación problemática y aportar con alternativas de solución a la misma. Servirá de guía a futuras investigaciones relacionadas con las variables de estudio y fuente de consulta para los interesados en incrementar conocimientos sobre el tema reflejándose su valor heurístico.

El resultado de esta investigación permitió verificar los aportes teóricos y su relación con la práctica, proponer lineamientos para fortalecer estrategias competitivas que faciliten el camino a la internacionalización de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022. Para que se cumplan, es necesario articular los siguientes parámetros: los directivos deben poseer una formación gerencial para gestionar de forma óptima los procesos de internacionalización e identidad corporativa de la universidad. Organizar un equipo multidisciplinario para trabajar en las debilidades y fortalezas que tiene esta institución, permitiéndole acceder al reconocimiento nacional, regional e internacional. Desde un contexto social se constituirá en una herramienta para la gerencia universitaria al analizar una serie de preceptos teóricos que fundamentan las variables: estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa, ser considerada una universidad de prestigio y estar entre las mejores del país, participar de alianzas estratégicas que visibilice su trabajo en proyectos de mejora continua en el campo de la docencia, vinculación, extensión, investigación, movilidad docente y estudiantil, creación de nuevas carreras, manejo de una comunicación efectiva interna y externa. Razones por las cuáles se ha planteado el siguiente objetivo general:

Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022. Así como los siguientes objetivos específicos:

1. Describir la implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
2. Determinar la implicancia de las estrategias competitivas de las filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
3. Identificar la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
4. Formular lineamientos basados en las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

CAPÍTULO II

2. ESTADO DEL ARTE

2.1. Bases teóricas-científicas

Se realizó un abordaje de bases teóricas conceptuales para analizar el objeto de estudio como son las variables: estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa.

Origen y conceptos de estrategia

La estrategia, su análisis y estudio es un factor determinante en las empresas, toda organización debe proyectar la misión, visión, metas y estrategias que le permitirán cumplir con sus objetivos, los directivos tienen un rol protagónico como estrategias para la toma de decisiones. La definición de estrategia surgió en el campo militar, posiblemente el primer libro fue “El arte de la guerra, de Sun Tzu” (1963). Con dos mil quinientos años de antigüedad, es un libro clásico chino, su autor el general Sun Tzu, está considerado como el mejor libro de estrategias de todos los tiempos y aunque han pasado miles de años, ninguno de sus conceptos y consejos ha pasado de moda y siguen vigentes. Sirvió de inspiración a grandes emperadores de la historia como Mao Tse Tung, Napoleón Bonaparte, Nicolás Maquiavelo entre otros.

Analizando la información de la Biblioteca Virtual Universal (2003), la obra de Sun Tzu explica las tácticas militares para la guerra, también es considerado un tratado que enseña la estrategia suprema de aplicar con sabiduría el conocimiento de la naturaleza humana en los momentos de confrontación, por tanto, no es un libro sobre la guerra; es una obra para comprender las raíces de un conflicto y buscar una solución. La mejor victoria es vencer sin combatir, siendo la diferencia entre los hombres prudentes y los ignorantes.

La Biblioteca Virtual Universal describe lo siguiente:

La filosofía del general Sun Tzu acerca de la guerra tiene dos principios fundamentales que son:

“El arte de la guerra se fundamenta en el engaño”.

“El verdadero arte de la guerra es someter al enemigo sin llegar a luchar”.

Su pensamiento se extendió por todo Asia llegando a Japón, este país adoptó los preceptos del general Sun Tzu y las suyas propias referente a la guerra, de esto da testimonio el principal texto japonés “El libro de los cinco anillos” su autor Miyamoto Mushashi se inspiró en la obra “El arte de la guerra” cuando se estaba preparando como Samurai. Por esta razón, se atribuye a las culturas orientales como culturas de estrategias con la influencia del general Sun Tzu. Actualmente los preceptos del “arte de la guerra” han traspasado los límites del campo militar, se los aplica en los negocios, en la diplomacia, el deporte, el comportamiento personal. Se utilizan frases consideradas claves para los manuales modernos en las empresas, considerando citas textuales del texto de Sun Tzu con los cambios de palabras como: ejército por empresa, recursos por armamentos (2003, p.3).

Ansoff (1976) sostiene que la estrategia es la dialéctica de la organización con su medio ambiente, existe una relación entre actividades, productos y mercados que permiten el establecimiento de negocio para la competencia. Johnson & Scholes

(1993) sostienen que la estrategia es la eficacia que debe alcanzar la empresa con el transcurrir del tiempo, obteniendo ventajas competitivas cuando se logra eficiencia. Hax & Majluf (1996) afirman que, las estrategias incluyen cada uno de los niveles de la organización: el estratégico, medio y el funcional. El nivel estratégico o corporativo, lo divide a su vez en tres subniveles, que al mismo tiempo fueron señalados por Grant (1996) los cuales son: entorno de producto, decide con qué productos se va a competir.

Mintzberg et al. (1997) sostienen que la estrategia “es el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo” (p.3). Realiza énfasis en la acción donde la organización tendría una estrategia, aun cuando no hiciera planes, ni proyectara su misión, visión ni definiera objetivos claros, sólo es necesario la delimitación de un modelo constituido por un conjunto de actos que guarden relación con la planificación formal. Para Johnson y Scholes (1993) citado por Castro (2010) argumentan que la estrategia está relacionada con la dirección y el alcance de una empresa a largo plazo y la obtención de ventajas competitivas, considerando todos los recursos en un mercado y entorno cambiante con el objetivo de satisfacer las necesidades del mercado, obtener éxito y resultados positivos para cumplir con las perspectivas que tienen los directivos, formular una estrategia que le permita controlar el mercado y mantenerse en él de forma permanente.

A juicio de Calle, Gurumendi & Calle (2020) durante muchos años los académicos Alfred Chandler, Henry Mintzberg, Michael Porter y Brian Uzzi han desarrollado algunos paradigmas del pensamiento estratégico. Ellos tienen una forma muy particular de responder la siguiente pregunta relacionada con la gestión estratégica. ¿De qué manera una empresa puede alcanzar y sostener ventajas competitivas a lo largo del tiempo? Cada organización puede aplicar las estrategias de cualquier escuela del pensamiento estratégico, realizar un análisis de la empresa y plantear un plan de acción. El estratega tiene que considerar algunas variables en el momento de plantear la estrategia, permitiendo a la organización obtener ventajas competitivas.

Mintzberg, Ahlstrand y Lampel (1998) citados por Calle, Gurumendi & Calle (2020) sostienen que para la formulación de estrategias existen diez escuelas del pensamiento estratégico agrupadas en tres categorías.

En el primer grupo están las escuelas prescriptivas o normativas como las de diseño, planeación y posicionamiento.

El segundo grupo lo conforman seis escuelas que tienen su mayor enfoque en cómo formular la estrategia, integradas por la escuela de Emprendimiento, de Aprendizaje, Cognoscitiva, la del Poder, la Cultural y la Ambiental.

El tercer grupo está conformado por una sola escuela siendo esta la de Configuración o Transformación.

Mintzberg, Ahlstrand & Lampel (1998) autores del libro “Safari a la estrategia” presentan los enfoques de las distintas escuelas del management estratégico, realizan una descripción pormenorizada de cada una de ellas, su importancia, sus orígenes y la relevancia que tienen hasta el momento como fuentes de consulta e investigación para el desarrollo de la estrategia en las organizaciones. Existen más de 2.000 publicaciones que estudian el management estratégico, todas contribuyen al entendimiento del proceso estratégico. La estrategia en las organizaciones es la cúspide del quehacer de cada una de las actividades gerenciales. De todas las escuelas del pensamiento estratégico se analizará en las siguientes líneas la escuela de Diseño por tener las acepciones más cercanas a la presente investigación.

La escuela de Diseño tiene su origen en dos importantes libros escritos en la ciudad de California y en el Massachusetts Institute of Technology “Liderazgo en

Administración” publicado en 1957 por el autor Philip Selznick y el libro “Estrategia y estructura” de Alfred D.

Chandler publicado en 1962. Selznick acuñó el término “competencia característica” en el año 1957, entre sus premisas estaban asociar el estado interno de la organización con sus “expectativas externas”, al mismo tiempo promovió la cultura de una “política dentro de la estructura social de la organización” que después lo llamó “aplicación”. (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1998, p. 41).

Por su parte francés (2006) aporta su teoría en el área militar, considera la estrategia una ciencia, su apoyo primordial son la planificación y dirección de cada una de las instrucciones para la guerra, a pesar de tener los objetivos claros, siempre está presente la incertidumbre. La estrategia implica combinar medios y recursos para cumplir con los objetivos trazados en momentos difíciles, las organizaciones al contar con una correcta estrategia como una valiosa alternativa no implica que vaya a ser exitosa.

Cuando una de las partes en contienda posee seguridad de la efectividad de los medios para lograr los objetivos, puede prescindir de la formulación de una estrategia, convirtiendo la vinculación objetivos-medios en una relación técnica. La planificación se desarrolla de forma sistemática con cada uno de los lineamientos estratégicos o líneas maestras de las organizaciones, para ello se elaboran guías precisas.

Puntualiza que, la planificación proyectiva representa la forma antigua de planificación de las empresas e instituciones públicas, no permite anticipar problemas y obstáculos que se presentan de forma repentina, se puede ir de una situación inicial a otra situación objetivo realizando acciones de forma técnica. Destaca la importancia de las oportunidades y amenazas que deben identificarse

considerando el objetivo empresarial. En este sentido, las fortalezas y debilidades pueden ser identificadas considerando las oportunidades y amenazas, explicándolo con un ejemplo: una empresa tiene una buena cantidad de empleados cuando su nivel de productividad es creciente, siendo esta situación una fortaleza, pero se convierte en una debilidad cuando la empresa tiene un nivel de productividad decreciente o en recesión.

Richard Whittington citado por Martínez (2006) argumenta que, las estrategias están agrupadas en cuatro corrientes de acuerdo a los objetivos que se quieren alcanzar, para este autor la estrategia tiene que ser planificada de forma racional, paso a paso para que pueda aplicarse, lograr su objetivo y obtener el mayor número de utilidades, este enfoque tiene como principal exponente a Igor Ansoff en la década de los años 60. Ansoff (1976), autor del libro *Corporate Strategy* publicado en inglés en el año 1965, realiza un análisis con una orientación clásica de planificación. Sostiene que el estratega es el eje central en el proceso estratégico otorgándole el poder en el proceso de planificación y control. Johnson & Scholes (2005), manifiestan que la estrategia está enfocada por la dirección a largo plazo dentro de una organización, las decisiones estratégicas tienen relación con la eficacia y logro de las actividades de las empresas, es considerada como la consecución de acuerdos estratégicos en el contexto empresarial, se necesita cambios muy importantes de los recursos para las organizaciones en el transcurso del tiempo. Si una empresa quiere ampliar su cobertura geográficamente, necesita tener una base de nuevos clientes, trabajar enfocados en el posicionamiento empresarial.

Según Hax & Majluf (2004) en su libro "Estrategias para el liderazgo competitivo" presentan una visión integradora del concepto estrategia con un enfoque multidimensional, "es la manera de dar explícitamente forma a las metas y objetivos a largo plazo de la organización, definiendo los principales programas de acción necesarios para alcanzar dichos objetivos y desplegando los recursos necesarios" (p.25). Toda empresa debe diseñar sus estrategias para obtener equilibrio con el

medio externo e identificar sus fortalezas internas, no es el resultado de oportunidades y amenazas que existen en el contexto exterior, sino más bien una manera de identificarse de forma continua y activa con la finalidad de cumplir con las exigencias de un contexto cada vez más cambiante, de ahí la necesidad de plantear estrategias que sean funcionales y efectivas. Las organizaciones grandes o pequeñas tienen estrategias, el gobierno tiene trazada sus estrategias para el desarrollo de la economía del país, los negocios tienen estrategias que les permiten seguir en el mercado y marcar la diferencia entre sus competidores.

De acuerdo a los autores Mintzberg & Quinn (1993) en su libro “El proceso estratégico. Conceptos, Contextos y Casos” explican lo siguiente: cuando las estrategias se formulan de forma adecuada y coherente permite que haya orden y se asignen los recursos de la organización considerando las fortalezas y debilidades internas permitiendo la sostenibilidad y prever posibles cambios en el entorno organizacional. Las metas, comprendidas como objetivos permiten determinar lo que se quiere lograr y en qué tiempo se alcanzaran los resultados sin determinar de qué manera se lograrán los mismos. Las políticas se convierten en reglas y guías que determinan cuales son los límites en los que se debe dar la acción, en ocasiones se convierten en medidas necesarias para la resolución de problemas y conflictos.

Las políticas estratégicas son las que dirigen a la dirección general y el posicionamiento de la empresa determinando su viabilidad, cada uno de los programas son los que permiten la continuidad de las acciones imprescindibles para la consecución de los objetivos de la organización, los programas estratégicos son considerados principales y los que impulsan la viabilidad de la organización. Las decisiones estratégicas permiten un direccionamiento general y viable de la organización y cómo manejar los cambios que se puede prever y aquellos que no se pueden prever. En síntesis, la esencia de la estrategia de un gobierno, en el campo militar, el comercio exterior, en los negocios, en la educación superior es cimentar bases sólidas y una posición flexible en determinadas áreas de la

organización para cumplir las metas, considerando situaciones que no han sido previstas y provienen de situaciones externas. En cada una de las áreas del conocimiento es usual tener una definición que explique cada concepto, la palabra estrategia no es la excepción y se la ha utilizado de diferentes maneras en diferentes contextos.

Mintzberg realiza cinco definiciones de estrategia, siendo estas las siguientes:

La estrategia como plan. - Consiste en ser una guía o determinadas guías, que sirven para enfrentar una situación de carácter específico, tienen las siguientes características: su elaboración se realiza antes de las acciones a ejecutar y su desarrollo será de forma consciente y proyectándose a un determinado propósito.

La estrategia como patrón. - Las estrategias no pueden definirse solo como plan, es oportuno tener una definición que recoja todo el comportamiento que se quiere alcanzar. De ahí la necesidad de proponer otra definición.

La estrategia es un modelo. - Considerado como un modelo para algunas acciones, un ejemplo de esto es cuando Henry Ford lanzó al mercado su modelo T de color negro únicamente. Así lo definen Mintzberg y Waters en 1985.

La estrategia como posición. - La estrategia se convierte en un medio para posicionar a una empresa, algunos autores denominan un “medio ambiente”, convirtiéndose en una fuerza de mediación de acuerdo a Hofer y Schendel.

La estrategia como perspectiva. - Tiene como objetivo mirar a la empresa desde su interior y con una visión más grande, convirtiéndose en una perspectiva, no se limita a seleccionar una posición, es una situación muy particular de entender el mundo, convirtiéndose la estrategia en su personalidad.

Interrelación de las P's. - La estrategia como posición o perspectiva tiene compatibilidad con las estrategias consideradas como plan o como patrón, cada una de estas definiciones pueden ser analizadas con mayor énfasis.

Para toda organización es fundamental formular una estrategia que le permita controlar el mercado y mantenerse en él de manera permanente (1993, pp. 5,6).

En el contexto de los negocios, se describe a la estrategia como la facultad que posee una organización para hacer frente a un entorno dinámico y convulsivo a fin de cumplir con los requerimientos del mercado. Según Ohmae (1989) la estrategia sirve a las empresas para desarrollar cada una de sus fortalezas, creatividad de manera natural, teniendo elementos diferenciadores frente a la competencia, cumpliendo con las exigencias de los consumidores, por su gran trayectoria en el mundo del pensamiento estratégico se realizó un análisis de la vida de este autor.

De acuerdo a Vásquez (2003) Keniche Ohmae nació en Japón en el año 1942 en la isla Kyushu, con un doctorado en Ingeniería Nuclear en el Instituto Tecnológico de Massachusetts, conferencista, escritor, consultor de alta gerencia, considerado en su país como “el señor de la estrategia” presidente de la compañía internacional de Consultoría McKinsey & Company, muy cotizado por sus acertadas prácticas estratégicas gerenciales. Solicitado por grandes compañías japonesas para que aplique en ellas sus “estrategias de competencia”, es consultor en empresas multinacionales europeas y de Estados Unidos. Con una vasta experiencia en la implantación de estrategias creativas y desarrollo organizacional. Escritor de cinco libros de estrategia, cultura japonesa, más de 25 artículos científicos de temas de formulación de estrategias.

López (2010) manifiesta que Keniche Ohmae en su primera obra “La mente del estratega” publicado en 1983, argumenta que en Japón no hay ninguna magia para el éxito de las empresas y los negocios.

El libro está dividido en tres partes con cuatro secciones que son:

- a Análisis y visión estratégicas
- b Elaboración de estrategias eficaces
- c Realidades estratégicas actuales

Sostiene que han existido hombres que se han destacado de los demás, no precisamente por su inteligencia sino más bien porque han aprovechado y buscado las oportunidades, el gran éxito que obtuvieron fue porque no esperaron las oportunidades, ellos las buscaron y consiguieron triunfar sobre sus enemigos, entre ellos están: Julio Cesar, Erwin Rommel, Alejandro Magno, Napoleón Bonaparte que han destacado en el mundo de la ciencia, la política, la milicia, su trayectoria y trabajo han sido reconocidos por la humanidad. Haciendo una contrastación con la realidad actual se puede decir que fueron hombres de “mente global”, grandes líderes con una convencida visión del futuro, recibiendo sin miedo ni temor los nuevos escenarios que vendrían.

Ohmae los denominaba “estrategas naturales”. La estrategia es utilizada por las organizaciones para desarrollar sus fortalezas, creando así el elemento diferenciador ante sus competidores, se sujeta a las exigencias del consumidor final y al ámbito donde se desarrolla.

Importancia de formular y ejecutar una estrategia

Según Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland (2012) sostienen que los directivos de las organizaciones tienen que formular y ejecutar muy bien la estrategia, permitiéndoles continuar o declinar en el mercado, manejar con pericia el rumbo de la empresa. Cuando se tiene una buena estrategia y se utiliza habilidades para ejecutarla de forma correcta son el mejor referente de una excelente administración en la organización para continuar en el mercado. La clave de la estrategia es cada uno de los movimientos que permiten su construcción, el fortalecimiento de una posición competitiva y el desarrollo económico a futuro, preparándose para

competir con otras empresas del entorno de forma diferente, logrando una ventaja competitiva que le permitirá diferenciarse de la competencia.

Las organizaciones logran su ventaja competitiva cuando satisfacen de manera eficiente las necesidades de los consumidores y no dejan opciones a la competencia, cuando la estrategia es a largo plazo y los competidores no pueden igualar o superar esta ventaja. Las estrategias son dialécticas, tienen que evolucionar en un mundo globalizado; los directivos deben utilizar mecanismos proactivos y deliberados, así como acciones reactivas de adaptación cuando suceden eventos inesperados y condiciones nuevas en el mercado. La estrategia pasa por tres momentos muy bien definidos que son:

- a) La prueba de ajuste interno, externo y de consistencia dinámica.
- b) La prueba de ventaja competitiva a largo plazo.
- c) La prueba de desempeño entendida como el excelente desempeño financiero y de mercado.

Estrategias competitivas

Consiste en desarrollar una táctica general para que una empresa pueda competir en el mercado, estas marcaran el éxito o no en la gestión empresarial. El estratega tiene que identificar las estrategias más acertadas para competir de manera eficiente, cumplir las metas y objetivos trazados por la organización. La estrategia escogida debe guardar coherencia con los valores, metas, los recursos, el entorno, su capacidad para lograr los objetivos propuestos, su estructura y organización.

Tipologías de las estrategias competitivas

Tienen como finalidad agrupar a las empresas considerando las estrategias que utilizan en el mercado. Las investigaciones de estrategias empresariales han permitido analizar diferentes maneras de agrupamiento, considerando el parecido

de las estrategias escogidas por las organizaciones, si no es así, se puede decir que toda estrategia es igual o lo contrario, es decir que no hay dos estrategias iguales, no se efectuaría alguna generalidad. Cada organización tiene sus propias particularidades, por lo tanto, diferentes estrategias con objetivos distintos, capacidades, responsabilidades, recursos económicos, humanos y comunicativos. Según Castro (2010), existen diversas tipologías de estrategias en el mundo empresarial, son clasificaciones genéricas con distintos matices.

En el año 1978, los autores Miles y Snow citados por Castro (2010), argumentan la importancia de las estrategias en las organizaciones por su capacidad de mantener una armonía con el entorno, su enfoque estratégico y el objetivo a cumplir. Para ellos, una organización de éxito en el transcurso del tiempo va a desarrollar una adaptación de forma sistemática con el entorno llamándolo “el ciclo adaptativo” considerado como una filosofía de la empresa.

En 1980, Michael Porter citado por Castro (2010) realizó una clasificación de las estrategias competitivas direccionado a la obtención de ventajas competitivas para la organización, obteniendo como resultados las siguientes estrategias: liderazgo de costes, diferenciación y enfoque. En el año 1987 Danny Miller citado por Castro (2010) considera las tipologías de Miles y Snow y Porter, sostiene que las organizaciones deben aplicar las siguientes dimensiones: innovación, diferenciación de marketing, amplitud y actitud de costes. En 1988 Henry Mintzberg realiza un enfoque de las estrategias de diferenciación “en imagen, calidad, diseño, precio, soporte y la estrategia de indiferenciación que son aquellas empresas que no tienen ningún factor sobre el que llevar a cabo la diferenciación o que copian intencionalmente a sus competidores” (Castro, 2010 p.253).

Analizando las ideas de Kotler (2001) economista, nacido en Estados Unidos, especialista en Mercadeo, considerado el padre del Marketing, gran académico, asesor de empresas muy reconocidas a nivel mundial como Mc Donald, Ford,

Motorola, IBM entre otras. Como una de sus obras más importantes está el libro publicado en 1967 "Dirección de Marketing, Análisis, Planificación y Control". Sostiene que las empresas desarrollan sus estrategias tomando como base fundamental las evaluaciones que se realizan de forma objetiva y real, definiendo cuáles son los medios que permiten alcanzar los objetivos propuestos. Define cuatro estrategias competitivas de acuerdo a su intervención en el mercado siendo estas: estrategia de líder, estrategia de relator, estrategia del seguidor y estrategia del especialista.

Para Porter (1982), toda empresa debe diseñar su estrategia, no debe enfocarse en ganar dinero a corto plazo porque pueden desaparecer del entorno, sostiene que el estratega debe considerar los siguientes principios para permanecer en el mercado: la empresa debe estar posicionada en el mercado para protegerse del poder de la industria. Debe mantener un equilibrio por medio de acciones estratégicas para hacer frente a la competencia.

Porter (1982) menciona que el modelo identifica cinco fuerzas, siempre están en competencia con la finalidad de quedarse con el mayor porcentaje del valor que produce la empresa, destacando su importancia al momento de diseñar una estrategia, razón por la que plantea tres estrategias genéricas que a continuación se detalla:

La diferenciación. - Esta estrategia es comprendida cuando una empresa ofrece un servicio o producto en el mercado y el comprador piensa que una de sus cualidades es única. Esta estrategia quiere conseguir poder en el mercado, es decir la aceptación de un servicio o producto superior al de la competencia, que tenga más demanda con el mismo precio.

El liderazgo de costos. - Su objetivo es alcanzar un coste final mínimo que la competencia, considerando siempre los más altos estándares de calidad, con políticas de precios que le permitan obtener el mayor número de ventas,

crecimiento en el mercado y buena rentabilidad. La estrategia de costos es una de las más importantes porque la empresa puede fijarse como objetivo producir a menor costo para ser más competitiva.

El enfoque en nicho o segmentos. - La empresa tiene como objetivo ser la mejor en un segmento o grupos de segmentos en el mercado.

En este sentido el enfocado es:

La persona encargada que escoge un grupo de la empresa y ajusta su estrategia para servirlos excluyendo a otros. De esta manera cuando optimiza su estrategia dirigida a los segmentos objetivos obtendrá ventajas competitivas en algún segmento del mercado. Por lo tanto, esta estrategia requiere que la empresa dirija su accionar en un determinado segmento de compradores o un mercado de un área geográfica específica. Para que la formulación de estrategias competitivas tenga éxito en las empresas, se necesita de diferentes habilidades y recursos, diversos ajustes en la empresa, algunos procesos de control y la creación de incentivos. (Castro, 2010 p. 257).

Dany Miler (1986) citado por Porter (1982) fusiona las teorías de Miles y Snow y Michael Porter, realiza su enfoque de estrategia en la empresa considerando las siguientes dimensiones: innovación, diferenciación de marketing, amplitud y control de costos. Aunque no abarquen a toda la estrategia y su complejidad considera los aspectos estratégicos de mayor relevancia e interés. Mintzberg (1988), su tipología nace de la crítica realizada a las estrategias genéricas de Michael Porter, describe seis tipos de estrategias, argumenta que las empresas pueden tener una estrategia de indiferenciación o también se pueden diferenciar de su competencia en imagen, precio, la calidad, el diseño y soporte.

Para Huertas (1991) la estrategia competitiva determina cuáles son las vías de competición de las empresas, es una herramienta que mejora la posición competitiva de las organizaciones, utilizada para triunfar sin la necesidad de contar

con los mejores recursos. Actualmente, toda organización indistintamente de su tamaño es afectada por la competencia internacional, siendo necesario que los mercados locales busquen mejorar sus estrategias internas para competir en el mercado externo.

Planeación Estratégica

Es conveniente analizar la teoría de la planeación estratégica definida por Walter & Pando (2014) como un instrumento de gestión de apoyo para tomar decisiones acertadas en una empresa, tomando en cuenta la situación presente en el mercado y avizorar el futuro, considerar cuáles serán los cambios y las demandas que enfrentará en un entorno organizacional complejo y competitivo.

Stoner (1996) manifiesta su posición cuando describe que la planeación identifica y selecciona una acción con el objetivo de resolver determinados problemas específicos, son importantes las metas porque motivan a los miembros de la organización. Se analizan dos tipos de planes: los operativos y los estratégicos, los primeros servirán para aplicar los planes estratégicos en las tareas diarias.

Los autores Jones & George (2010) consideran que la planeación es un procedimiento aplicado por los gerentes con la intencionalidad de realizar una identificación y selección de actividades y metas que necesita la empresa. Las estrategias son todas las acciones y decisiones que tienen una relación muy estrecha, son asumidas por el gerente permitiendo alcanzar las metas de la organización.

Estrategias competitivas internacionales

Pla & León (2004) al referirse a las estrategias competitivas internacionales argumentan:

Las estrategias competitivas internacionales están estrechamente ligadas a los procesos de dirección estratégica, permitiendo que las organizaciones puedan evaluar los diferentes escenarios del contexto internacional dando respuestas acertadas adecuándose a los recursos que conlleva salir de la frontera de un país. (p. 46)

Para aplicar una estrategia competitiva internacional los directivos deben reflexionar en cómo crecer, realizar una descripción detallada de las motivaciones, cuáles son las capacidades que posee la organización para permitirle competir internacionalmente; esto conlleva la necesidad de analizar un conjunto de aspectos que favorezcan con antelación el éxito.

De acuerdo con la investigación de Pla & León (2004) existen fuerzas que promueven la internacionalización interna como externa. Internamente las empresas deben preparar líderes con gran capacidad de creatividad, dispuestos a manejar los cambios con serenidad, seguridad y confiando en los conocimientos, experiencias y aprendizajes adquiridos en otras organizaciones o países. Externamente es importante las relaciones con diversas entidades como: agencias de gobierno, redes organizacionales, asociaciones entre otras, todos estos elementos son fundamentales para el proceso de internacionalización.

Para Peña & Triguero (2011) la competitividad internacional es el soporte de la empresa con el objetivo de obtener mejores oportunidades que sus competidores en los mercados externos manteniendo todas las condiciones para obtener ganancias actuales y futuras. Para estos autores, las fuentes de la competitividad son ex-ante, donde la ventaja competitiva recae sobre los factores del entorno y los recursos del país de origen de la empresa.

Estrategias competitivas internacionales en el contexto universitario

Los autores Altbach & Knight (2006) sostienen que actualmente existe una demanda significativa por la educación internacional, se está cambiando el enfoque de la internacionalización por movilidad estudiantil, programa de proveedores, nuevas formas de asociaciones colaborativas para llevar programas educativos a los estudiantes a sus países de origen, vislumbrando una nueva forma de internacionalización universitaria con el desarrollo de nuevas tecnologías e innovaciones tendientes a mejorar estos procesos en universidades públicas como privadas. De acuerdo a Knight (2003) considera importante la internacionalización universitaria considerando como insumo una correcta planificación para fortalecer las áreas estratégicas como los programas de movilidad, transferencia de tecnologías, relaciones internacionales con universidades para firmar nuevos convenios, redes de investigación y otros convenios interinstitucionales.

Knigh (2006) afirma que, las universidades Latinoamericanas han enfocado su trabajo en la homologación de contenidos, cumplimiento de las normas de calidad, gestión para la movilidad, convenios de formación académica para enfrentar los procesos de internacionalización con altos estándares de calidad. Al respecto, López et al. (2009) describe el tuning educativo como una forma de internacionalización de las universidades. Según Rincón (2013) sostiene que, debido a la globalización es importante la internacionalización de las universidades, entender de forma clara y efectiva conceptos, teorías, enfoques de diferentes autores referente al concepto de globalización, economía y mercado.

Análisis de la estrategia en la educación superior

Misas (2004) manifiesta que, la estrategia en la educación superior radica en la exigencia de sus programas curriculares, desarrollo de la investigación, rendir cuentas de su gestión, visibilizar su tarea social como aporte al desarrollo de los sectores productivos, evidenciar la calidad de la educación universitaria. El

conocimiento científico tiene que estar estrechamente vinculado con la ciencia, el desarrollo tecnológico y la sociedad. En la actualidad, es importante fomentar las relaciones gobierno, sociedad y universidad para formular estrategias que permitan tener una relación armoniosa y la consecución de los objetivos de cada una de las partes.

Las universidades tienen que desarrollar nuevas estrategias para fortalecer capacidades, habilidades del pensamiento crítico, desarrollar competencias y aptitudes de los estudiantes para la práctica en el campo de su profesión, en un sentido riguroso formar ciudadanos con capacidad creativa, innovadores y a la vanguardia de la ciencia y el desarrollo tecnológico.

Alianzas estratégicas

Para Koontz et al. (2012) la administración internacional realiza un análisis del trabajo que realizan las organizaciones en otros países, debiendo resolver problemas como: manejar talento humano con diferentes ideologías, culturas y formas de trabajar, al igual que estudiar detalladamente las bases legales, normativas, condiciones políticas y económicas que influyen directamente en el manejo gerencial. Surgen entonces las corporaciones multinacionales que tienen sus sedes en su país de origen realizando operaciones en otros países. De ahí la importancia de las alianzas estratégicas que para Park & Chen & Gallagher mencionados por Abarca (2010) definen como un compromiso entre empresas con el objetivo de mantener lazos de cooperación empresarial aplicando estrategias corporativas eficientes.

Carr mencionado por Arenas & García (2007) argumenta que las alianzas estratégicas cumplen un rol importante en las estrategias competitivas de las organizaciones, teniendo coherencia con lo que se observa actualmente con un sinnúmero de alianzas estratégicas que se suscriben a nivel nacional e internacional. Frías (2001) manifiesta que, las alianzas estratégicas permiten trabajar con

objetivos estratégicos, sinergia comunicativa que propicie el trabajo colaborativo para la obtención de excelentes resultados.

Almuñaz & Galarza (2015) sostienen lo siguiente: Alianzas estratégicas es la cooperación entre organizaciones para lograr acuerdos mutuos y cumplir los objetivos planteados. En el contexto universitario sus directivos tienen que trabajar más allá de su entorno, no pensar únicamente en su institución, observar lo que acontece en otras universidades y aprovechar todas las oportunidades para obtener nuevos recursos. La cultura organizacional en la que se desenvuelve, la imagen, la calidad, el prestigio, el trabajo honrado, transparente, cumplimiento de las normas y reglamentos juegan un rol importante en el desarrollo docente, la investigación y vinculación universitaria.

El contexto internacional obliga a las organizaciones buscar alianzas estratégicas con un propósito: ser competitivas. En este contexto se encuentran las universidades, tienen que promover alianzas estratégicas para su internacionalización, entre ellas están: suscripción de convenios interinstitucionales, fortalecer alianzas estratégicas de movilidad, integración de redes de investigación multidisciplinarias, proyectos de vinculación, creación de filiales, transferencia de nuevas tecnologías entre otras.

En el análisis realizado por “La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, la Ciencia y la Educación” (UNESCO, 2021) hace referencia al Convenio Mundial de reconocimiento de cualificaciones universitarias. Considerada como primera herramienta a nivel internacional con principios universales que permiten el reconocimiento justo, con transparencia, equidad e igualdad de las cualificaciones en el contexto universitario; permite el derecho a la movilidad interregional otorgando facilidades a más de 5,3 millones de estudiantes que realizan sus estudios en el extranjero, oportunidades de empleo, comprometiéndose a trabajar en el desarrollo de políticas de cooperación

internacional. Esta convención está abierta y permite participar permanentemente a todos los estados miembros de la UNESCO.

Alianzas Estratégicas Universidad Técnica de Machala

Vinculación, Movilidad, Cooperación y Relaciones Interinstitucionales

El departamento de Vinculación, Movilidad Cooperación y Relaciones Interinstitucionales tiene como misión “fomentar procesos permanentes de vinculación con la colectividad, cooperación interinstitucional, nacional y extranjera, con la finalidad de habilitar los procesos de investigación y plantear soluciones a los problemas de la colectividad” (Universidad Técnica de Machala, s.f.)

Sus funciones son:

- a.** Propiciar como centro de educación superior un excelente clima organizacional con el sector productivo, los sectores sociales de la provincia, la región y el país.
- b.** Buscar empresas que sean líderes del desarrollo socioeconómico para suscribir nuevos convenios.
- c.** Suscribir alianzas estratégicas con empresas privadas e instituciones públicas con el objetivo de realizar actividades de autogestión para la transferencia de tecnologías y procesos de movilidad docente y estudiantil.
- d.** Promover ferias científicas, congresos internacionales para la interrelación con otras instituciones educativas, permitiendo el intercambio de conocimientos.
- e.** Suscribir nuevos convenios con empresas del sector público y privado para insertar a los estudiantes en el proceso de prácticas y pasantías pre-profesionales.
- f.** Fomentar las relaciones interinstitucionales participando en ferias educativas con fines de internacionalización de esta Alma Mater.

g. Trabajar interdisciplinariamente para realizar propuestas de estrategias, políticas y objetivos institucionales para nuevos proyectos de vinculación, convenios de cooperación interinstitucional.

h. Gestionar nuevas convocatorias para proyectos de investigación e innovación científica. (Universidad Técnica de Machala, 2017).

Los campos de intervención de la Vinculación son las siguientes:

Prácticas pre profesionales o pasantías, programas y proyectos de vinculación con la sociedad. Formación y actualización (formación continua, eventos académicos y científicos). Servicios especializados (consultorías, asesorías, prestación de servicios e investigación). Movilidad estudiantil y docente, redes de cooperación, investigación y vinculación

“Reconoce la trilogía: docentes, estudiantes y comunidad como base fundamental y del quehacer de los procesos de investigación y la planificación de la vinculación con la sociedad; en la que se desarrollan los aprendizajes significativos individuales y corporativos” (Universidad Técnica de Machala 2016, p.7/28).

Convenios Marco de Cooperación Interinstitucional de la Universidad Técnica de Machala.

Gestión de proyectos de vinculación.

La Universidad Técnica de Machala tiene un reglamento que regula el sistema de vinculación con la sociedad concebido como el conjunto de procesos, instancias, delegaciones, instrumentos, tecnologías, comunicaciones, inversiones, programaciones, metodologías, normas y disposiciones que hacen posible la interacción con las facultades, carreras, actores, organizaciones e instituciones públicas y privadas para organizar la investigación y planificar el desarrollo territorial e institucional, articulado a los procesos de planificación nacional, local y regional. (Universidad Técnica de Machala, s.f.).

Ha suscrito los siguientes convenios de cooperación interinstitucional como:

Convenio marco de cooperación interinstitucional de la Universidad Técnica de Machala y el Colegio de Periodistas de El Oro. Convenio UTMACH Nro. 2022-coop-01.

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Roque. Convenio UTMACH N^{ro}. 2022-coop-02.

Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre la Universidad Técnica de Machala y Banecuator b.p. Convenio UTMACH N^{ro}. 2021-coop-024.

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo provincia de Loja. Convenio UTMACH N^{ro}. 2022-coop-06.

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y el Colegio de Médicos Veterinarios de El Oro. Convenio UTMACH N^{ro}. 2022-coop-07.

Acuerdo de Cooperación entre Universidad Técnica de Machala y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM).

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y la Universidad de Almería (España). Convenio UTMACH Nro. 2022-coop-09.

Convenio Interuniversitario de Colaboración Educativa de Universidad Técnica de Machala y las instituciones:

Universidad Europea del Atlántico (UNEATLÁNTICO)

Universidad Internacional Iberoamericana (UNINI PUERTO RICO Y MÉXICO)

Convenio UTMACH N^{ro}. 2022-coop-11 en Santander, a 29 de marzo de 2022.

Acuerdo de Cooperación entre Universidad Técnica de Machala y Fundación Zagales de El Oro (FUZAO).

Convenio UTMACH N^o. 2022-coop-12

Convenio de Cooperación Interinstitucional entre la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, la Universidad Técnica de Machala, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro y los GAD Municipales de Huaquillas, Arenillas, Las Lajas, Marcabellí, Balsas, Zaruma, Atahualpa, Piñas y Portovelo con el objeto de fortalecer la educación superior de la provincia y la apertura de sedes o extensiones. Convenio UTMACH N^o. 2022-coop-15.

Cooperación específica

Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre la Universidad Técnica de Machala y la Gobernación de la provincia de El Oro.

Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre la Universidad Técnica de Machala y el Instituto Brasileiro-Ecuatoriano de Cultura (IBEC)

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Paltas.

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y la Universidad de Guayaquil.

Convenio Específico de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y

Coordinación zonal 7 Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 UTMACH.

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala (UTMACH) y la Universidad Nacional de Loja (UNL).

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador – El Oro.

Convenio Marco de Cooperación entre la Universidad Técnica de Machala y el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Uzhcurrumi.

Convenio de Cooperación Educativa entre la Universidad Internacional de la Rioja- Unir y la Universidad Técnica de Machala.

Licencias

La Real Academia de la Lengua (RAE, 2014) describe que es el permiso que se obtiene para realizar cualquier actividad, así como la permanencia o acceso a un lugar determinado. Tiene una estrecha relación con el concepto de movilidad académica que para García (2013) es el traslado de investigadores, docentes y alumnos a otras instituciones de educación nacionales y extranjeras con la finalidad de ser partícipes en diferentes programas de formación e investigaciones.

Lineamientos

De acuerdo a RAE (2014), define como la dirección o tendencia; de manera que los lineamientos representan las directrices que orientan el desarrollo de una actividad o propósito, en este caso, cada universidad posee un conjunto de lineamientos que dirigen sus procesos.

Norma internacional de calidad educativa ISO 21001:2018

Ruiz (2021) en su tesis doctoral “Modelo de gestión académica según norma ISO 21001:2018 para mejorar la calidad educativa, Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas -2021” sostiene que la norma internacional ISO 21001:2018 es un sistema de gestión orientada a las instituciones educativas para que cumplan los requisitos de calidad y eficacia, fortalecer los indicadores de gestión que son los parámetros para evaluar y el desempeño de las universidades, encargadas de proporcionar el conocimiento científico a los estudiantes durante su formación

académica, entendiéndose que hacia ellos van dirigidos los productos o servicios educativos. Se consideran otras partes interesadas como los padres de familia, la administración y empresas educativas con las que se generen pactos y convenios de ayuda y colaboración mutua, analizando este argumento se puede inferir que la gestión desempeña un rol protagónico en las instituciones universitarias, con estándares de eficiencia, eficacia y efectividad que contribuye al mejoramiento de la calidad educativa. En el contexto de la Universidad Técnica de Machala una ventaja competitiva que tiene es la calidad de su modelo de gestión, en cada una de sus áreas como: docencia, investigación, vinculación, financiero, talento humano, transferencia de tecnologías, empresa pública, procuraduría entre otras.

Messina & Sánchez (1995) en su artículo “Evaluación de la calidad de la educación superior” argumentan que la calidad es un trabajo que debe involucrar a toda la comunidad universitaria sin afectación académica. Deja ver que el proceso de evaluación de la calidad tiene que ser democrático, consensuado, socializado para conseguir la acreditación institucional.

Según Vugh (1993) las normas de calidad permiten determinar la calidad de gestión universitaria aplicando estándares ya establecidos, es decir, es una evaluación extrínseca de la calidad. Los resultados tienen que reflejar el cumplimiento de la misión de las universidades, utilizando criterios y directrices que permitan valorar la calidad educativa, así también si se están cumpliendo los parámetros de planificación y autoevaluación institucional.

Stoner et al. (1996) expresan que la calidad va más allá de crear un producto, es el centro del trabajo, el producto debe tener una calidad superior a la medida y de buen precio, los productos y servicios tienen que ser cada vez mejores, con precios competitivos; el objetivo es realizar las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos.

Marimón (2002) citado por Pascuala et al. (2010) definen la calidad como el conjunto de características inherentes propias y permanentes de un producto,

proceso o sistema que cumple con las necesidades o expectativas establecidas para la organización, sus clientes y otras partes interesadas, analizando que la calidad tiene estrecha relación con procesos, sistemas, expectativas y clientes.

Evaluación de la calidad de la educación superior ecuatoriana

Al respecto, el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES, 2018), describe la historia de los cuatro momentos por los que ha pasado la evaluación de la calidad de la educación superior ecuatoriana.

Un primer momento acontece entre los años 1989 y 2008 cuando la evaluación de calidad es poco reconocida, con un crecimiento de universidades privadas y el deterioro de las públicas, debido a los escasos recursos económicos provenientes de gobiernos neoliberales y políticas partidistas nefastas. Las autoridades a cargo de la educación superior no crearon políticas públicas para la transformación de las universidades y los procesos de evaluación fueron nulos, con una mínima acogida de las universidades. Se evidenció la precariedad docente, un facilismo sin precedentes, los títulos universitarios eran comercializados, no había una adecuada infraestructura y las condiciones para la enseñanza eran mínimas teniendo como resultado una estafa académica, el estado no aumentaba el presupuesto a las universidades públicas y de eso se aprovecharon grupos de poder para crear universidades de garaje perjudicando a toda la sociedad.

El segundo momento se lo puede llamar como punto de inflexión, comienza con el Mandato de la Constituyente N° 14, se pretendía realizar una limpieza y depuración del sistema de educación superior obteniendo como resultado que el estado sea el garante de la calidad de los centros de educación superior. Después del año 2008 se creó la normativa e institucionalidad que permitió dar un nuevo giro en las universidades ecuatorianas.

Un tercer momento se reafirma con la aprobación de la LOES (Ley Orgánica de Educación Superior) en el año 2010, abriendo paso a la transición de la institucionalidad para incurrir a los parámetros de evaluación de la calidad universitaria. Durante los años 2010 a 2017 se ejecutan algunos procesos para la evaluación, acreditación, clasificación académica y aseguramiento de la calidad de las universidades y sus carreras, los resultados iban encaminados a continuar con la depuración de universidades. Los procesos de evaluación han sido realizados por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), son políticas públicas reconocidas como legítimas para las universidades y la sociedad en su conjunto, se puede decir que, los resultados de las evaluaciones realizadas fueron considerados para tomar decisiones acertadas. Ecuador tiene 55 universidades y escuelas politécnicas que han sido acreditadas, han reconocido sus debilidades realizando grandes esfuerzos para cumplimentar con los requisitos mínimos para su funcionamiento. Todas reconocen sus fortalezas y debilidades, están trabajando para el mejoramiento permanente, enfocadas por la constitución de un Sistema Interinstitucional de Aseguramiento de la Calidad contando con el aval de la Ley Orgánica Reformatoria a la LOES cuya publicación fue en agosto del año 2018. El CACES (Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior) es el organismo encargado de establecer las políticas públicas de las universidades las que deben cumplir con toda la normativa y disposiciones establecidas por este órgano rector.

Arias M. (2019) menciona que, en el modelo de evaluación del año 2018 el CACES describe que las universidades “aplican políticas concretas para la internacionalización de sus procesos de generación y transmisión de conocimientos, mediante oferta académica, investigación y vinculación trascendiendo el ámbito nacional. Esto implica la movilidad de estudiantes, profesores e involucra a universidades de varios países” (p.4).

Certificación Normas ISO 9001:2008 de la Universidad Técnica de Machala.

De acuerdo a Universidad Técnica de Machala (2017) el 13 de abril del año 2017 la Universidad Técnica de Machala recibió la Certificación ISO 9001, para su consecución ha realizado los siguientes procesos: implementar un sistema de gestión de la calidad fundamentado en la eficacia del mismo con la finalidad de satisfacer los requisitos de los usuarios asumiendo la cultura de la calidad, se realiza permanentemente cada uno de los procesos de autoevaluación y auditoría interna con el objetivo de buscar la mejora continua y corregir errores, reconocer debilidades y fortalezas para trabajar de manera planificada. Este sistema de gestión de la calidad comenzó en el año 2014 como una decisión estratégica de sus autoridades, decisión muy acertada que ha permitido mejorar la gestión institucional, ir por el camino correcto para la acreditación institucional, conseguida con el trabajo y esfuerzo de toda la comunidad universitaria. Este sistema de gestión de la calidad basado en las Normas ISO es parte del Plan de Fortalecimiento Institucional aprobado por el CEAACES como estrategia con fines de acreditación, cumplido este objetivo se realizó una auditoria externa con el propósito de conseguir la Certificación Iso 9001:2008 contratando los servicios de la empresa SGS del Ecuador. Esta certificación se otorgó al servicio educativo universitario con base al Reglamento Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos que incluye a todas las carreras que conforman la Universidad Técnica de Machala.

Acreditación de carreras

Según Marín (1996) “La acreditación de carreras universitarias es el resultado de un proceso valorativo que emite un órgano acreditador en cuanto a la formación profesional impartida en una carrera en determinada institución” (p.3).

Actualmente, las universidades deben cumplir con la evaluación institucional, luego de su aprobación comienza el trabajo para el proceso de acreditación de cada una de las carreras, siendo el aspecto clave para que sigan funcionando.

Desempeño profesional docente

Acorde a lo manifestado por Peña (2002) son todas las acciones realizadas por los docentes en función de sus tareas y responsabilidades designadas y que serán evaluadas permanentemente. Ponce (2005) sostiene que el desempeño profesional docente tiene relación con las competencias pedagógicas y su trabajo como orientador, evaluador y guía del aprendizaje de los estudiantes, tener dominio de los contenidos teóricos científicos, utilización de recursos tecnológicos, dosificación de tareas y funciones específicas propias de la labor docente.

Cooperación internacional

Para Roldán (2017) son las transferencias o préstamos de recursos como nuevas tecnologías, ayudas económicas, asistencia técnica, entre otras) con el objetivo que los beneficiarios puedan mejorar sus condiciones de vida y potenciar el desarrollo económico y social. En el contexto universitario la cooperación internacional se ha universalizado en convenios marcos, interinstitucionales, permitiendo la mejora continua de los centros de educación superior.

Intercambio académico

Rincón (2013) argumenta que son los programas que permiten a los estudiantes trasladarse a otro país con la finalidad de continuar con sus estudios, permitiéndole conocer un nuevo idioma, diversidad de culturas constituyéndose en un nuevo aprendizaje. Los estudios doctorales que realizan docentes universitarios son parte del proceso de intercambio para adquirir conocimientos científicos, desarrollo del avance de la ciencia, transferencia de tecnología e investigación científica.

Identidad corporativa

Las universidades han realizado cambios significativos en sus actividades académicas, movilidad estudiantil, formación de redes de investigación, procesos de internacionalización por ello es importante analizar la identidad corporativa como “un concepto que permite identificar y diferenciar las marcas frente a sus grupos de interés, al igual que lo hace la identidad de las personas físicas” (Rafael, Jorge, & José, 2016, p. 51).

Según De la Tejada (1996) la identidad corporativa es la personalidad de la organización para hacer frente a sus competidores. Autores como Sánchez & Pintado (2009) sostienen que es todo aquello que la empresa comunica a su público.

Koontz & Weihrich (1998) plantean que la comunicación al ser un intercambio de información mutua, es una herramienta fundamental en la gestión de las organizaciones, actualmente se transmite de manera muy rápida, por tanto, las empresas requieren de una comunicación efectiva para desarrollar su identidad corporativa. Para Robbins (2004) la comunicación se convierte en el control, motivación, expresión emocional e información. Sirve de control porque existen diversos rangos de autoridad en las empresas y los empleados deben sujetarse a sus disposiciones. La motivación porque en el momento que se le aclara al empleado lo que debe hacer mejora su desempeño. En cuanto a la expresión emocional permite mostrar sentimientos como el de satisfacción de necesidades sociales. Y por último la información permite la toma de decisiones de los directivos de la organización.

Riel (1997) manifiesta que la comunicación es un instrumento de gestión de gran valía organizacional y plantea tres formas de hacerlo: de dirección, públicos objetivos, comunicación interna y externa, actualmente se habla de redes de comunicación.

Al respecto Jones & George (2010) explican que el camino a seguir para una excelente comunicación en la empresa depende del contexto en que se realizan tareas y funciones, las metas colectivas se cumplen cuando todos los miembros de la organización logran una excelente situación comunicativa.

Valores institucionales

Para Jones & George (2010) los valores permiten a los directivos mejorar las relaciones con el personal administrativo a través del trabajo y el buen comportamiento, clasificando valores superiores y utilitarios, los primeros tienen que ver con las metas y objetivos que una persona desea cumplir y los otros con las pautas de conducta a la que quiere adherirse, por lo tanto, la importancia que el gerente le dé a estos valores puede explicar lo que quiere alcanzar en la organización y en qué puntos centrara su atención, concluyendo que los valores son la esencia de la identidad corporativa.

Misión institucional

Al respecto A Campbell y K. Tawadey citados por Ramón (2009) sostienen lo siguiente con respecto a la misión institucional:

Es el vínculo entre estrategias, valores de la organización y los empleados, esta relacionada con los propósitos o filosofía de la empresa y con la estrategia, entendida como un conjunto de reglas de decisión y líneas de acción que ayudan a progresar ordenadamente hacia el logro de los objetivos de la organización. (p.51)

Para los autores Navas & Guerras (2002) la misión comprende el campo de acción que la empresa realiza y seguirá realizando, cuál es su esencia, para que fue creada, cuál va a ser su papel, tiene que ser conocida por todos los miembros de la organización y trabajar en ella.

La misión según Amaru (2009) se convierte en el propósito fundamental de la empresa, responde a las preguntas ¿Cuáles son los clientes de la empresa? ¿Cuál es nuestro negocio? ¿De qué manera somos útiles para nuestros clientes?, argumenta que existe un enfoque moderno de la administración en donde la misión empresarial no busca maximizar las utilidades de sus accionistas, es la creación de un valor para todas las partes interesadas como: el personal que labora en la empresa, los clientes, las comunidades, proveedores, competidores entre otros.

Visión institucional

Chiavenato (2009) define la visión empresarial como lo que quiere ser en el futuro, la proyección en el tiempo, orientada a lo que pretende ser. Es el camino a seguir a largo plazo, trabajar en las mejores ideas y acciones para ser superiores a sus competidores.

Cumplimentar la visión de una organización es tarea de todos sus miembros, fortalecer una identidad común. La misión y la visión son conceptos totalmente diferentes, el primero describe lo que está haciendo en el presente la organización y el segundo explica cómo quiere ser a largo plazo, las dos son muy importantes y no cumplirlas sería un fracaso para cualquier empresa.

Misión y Visión de la Universidad Técnica de Machala

Misión

La Universidad Técnica de Machala es una institución de educación superior, cuyos ejes sustantivos son la docencia, investigación y vinculación con la sociedad; funciones que mediante la mejora continua de sus procesos internos oferta el servicio de educación de tercer y cuarto nivel, así como de educación continua para lograr formar y especializar profesionales competentes, emprendedores y comprometidos con el desarrollo en sus dimensiones económica, humana,

sustentable y científico-tecnológica para mejorar la producción, competitividad y calidad de la población en su área de influencia próxima e internacional, bajo un enfoque de igualdad de condiciones para todos sus grupos de interés. (Universidad Técnica de Machala, 2022, párrafo primero)

Visión

“Ser referente del desarrollo educativo, cultural, territorial, socioeconómico, en el área de influencia local, nacional e internacional, para el año 2024” (UTM, 2022 párrafo segundo)

La motivación organizacional

Si las organizaciones logran un buen nivel de desempeño de su talento humano serán consideradas organizaciones eficientes. Al respecto, Jones & George (2010) argumentan la importancia de la motivación, constituidas en la fuerza psicológica que determinan el comportamiento de las personas en la organización.

Robbins (2004) argumenta que la motivación es un componente esencial que permite a las personas ser persistentes, disciplinadas, teniendo relación directa con el esfuerzo individual para cumplir metas.

Terry & Franklin (1986) definen a la motivación como el impulso interno y necesidad que permite a una persona realizar acciones con un objetivo determinado. Analizando las definiciones de cada uno de los autores es notoria la relación que existe con la perseverancia, esfuerzo, dedicación para alcanzar los objetivos propuestos en las organizaciones.

Cultura Organizacional

Stoner et al. (1996) sostiene que la cultura organizacional está estrechamente ligada con la identidad corporativa de la empresa asociados a elementos como valores y normas que comparten cada miembro en la empresa. Chiavenato (2009) realiza su análisis de la cultura organizacional desde la perspectiva del comportamiento, creencias, historias como elementos muy propios de cada organización. Entendiendo la importancia de manejar un buen ambiente institucional y tener presente como se desenvuelve el entorno empresarial.

Planificación estratégica

Según Stoner et al. (1996) argumentan que la planificación estratégica es la toma de decisiones que aborda el futuro específico que los gerentes buscan para la empresa, es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y su adaptación a ellos. Estableciendo metas con límites de tiempo para darle sentido a la dirección, permite enfocar los esfuerzos, guiar los planes, decisiones y sirven para evaluar los avances logrados. La planificación se encarga de establecer metas y elegir los medios para alcanzarlas, para estos autores existen dos tipos de planes: los estratégicos y los operativos. Los planes estratégicos son elaborados con el propósito de cumplir las metas generales de la empresa, en cuanto a los operativos se caracterizan por determinadas particularidades que permiten llevar a la práctica los planes estratégicos en cada una de las actividades que realiza la empresa.

Jones & George (2010) describen a la planificación como la identificación, escogimiento de metas y líneas apropiadas, siendo una de las cuatro funciones de la gerencia empresarial, sigue los siguientes pasos:

a.- Determina la misión y las metas.

b.- Establece la estrategia

c.- Implementar la estrategia.

Toda planificación es dirigida por la dirección, Münch (2010) argumenta que, es la parte de la empresa donde se ejecuta todo lo planeado sin confundir lo que significa administrar y dirigir. En otras palabras, la planificación es la encargada de ejecutar los planes de acuerdo con las metas de la organización, mediante la guía y esfuerzo de sus miembros. Ruiz (2002) describe que la dirección permite ejecutar las actividades planificadas por el administrador, para ello se trabaja con valores, estilo, buen liderazgo, comunicación efectiva para conseguir los objetivos institucionales.

Teorías de la administración empresarial

La identidad corporativa está relacionada con las teorías administrativas como: las relaciones humanas, desarrollo organizacional, administración de la calidad y la calidad del servicio. Para Münch (2010) plantea que la identidad corporativa contribuye para que la administración trabaje con enfoque en los valores como la ética y el respeto para los trabajadores para obtener como resultado el máximo de su productividad, permitirle satisfacer sus necesidades psicológicas y de grupo por medio de capacitaciones motivacionales, participación efectiva de trabajo en equipo. Las empresas que en su administración no consideran el bienestar y la satisfacción de las necesidades psicológicas, afectivas, emocionales y materiales de los empleados no conseguirán su desarrollo. La empresa tiene que reflexionar que la dimensión humana es básica para mantener la cohesión, sinergia y empatía con el objetivo conseguir un ambiente laboral óptimo. Los actuales procesos de las empresas aportan una nueva proyección para la comunicación organizacional, reconocida como herramienta primordial para la administración eficiente del personal, como una forma de valorar el trabajo, fomentar la creatividad y la productividad laboral.

Chiavenato (2007) argumenta que la motivación, el trabajo en equipo, el liderazgo, la comunicación, constituyen una nueva teoría de las relaciones humanas, contrastando con los conceptos clásicos de autoridad, jerarquías, departamentalización organizacional, racionalización del trabajo entre otros. Dando lugar a un nuevo enfoque: existe sinergia en el trabajo que realizan los ingenieros, los técnicos, psicólogos, sociólogos, considera al hombre como un ser social. Siendo esta situación una verdadera revolución en la administración de las empresas, destacando así el carácter democrático que deben tener las organizaciones.

Chiavenato (2009) asevera que, para lograr estos cambios tiene que existir una cultura organizacional eficiente; es importante los estímulos individuales y colectivos de los empleados, de esto depende el éxito organizacional para no terminar en el fracaso. El cambio organizacional tiene resistencia, plantea algunas etapas para que pueda darse, entre ellos está la comunicación y educación, la participación e involucramiento de los miembros, facilidades y apoyo, negociación y acuerdos.

Administración de la calidad

En cuanto a la teoría de la administración de la calidad, para Carro & González (2012) definen que son todos los rasgos y características del producto o servicio sustentado en el deseo y habilidad de poder satisfacer necesidades. Jones & George (2010) analizan que el objetivo de la administración de la calidad permite que los servicios y productos de una empresa sean mejores, cumplan con toda la cadena de valor siendo fundamental la cooperación de la gerencia y todo el personal.

Calidad y servicio

Los autores Fisher & Navarro (1994) consideran el servicio como un bien económico perteneciente al sector terciario, las personas que trabajan y no producen bienes son los que laboran en organizaciones y producen servicios. Kotler (1997) sostiene que la calidad y servicio es un beneficio que se recibe de otra persona u organización.

Tschohl (2014) plantea que un servicio es vender, es un estímulo hacia los clientes para que regresen nuevamente a la empresa a realizar más compras. Considera un problema la mínima predisposición de los gerentes para que esta área sea considerada una estrategia de marketing. Otorga importancia a las empresas orientadas al servicio considerando la calidad pieza importante el éxito empresarial. Para el logro de este objetivo debe cumplirse las siguientes condiciones: asumir un compromiso los directivos, contar con los recursos necesarios, mejorar de manera eficiente el servicio, capacitación permanente de los empleados.

En las universidades el activo principal que tienen son los estudiantes, por tanto, la calidad del servicio tiene que enfocarse en prestarle toda la ayuda necesaria, desde la información que necesita para empezar sus estudios de pregrado, despejar sus dudas, inquietudes y expectativas de esta manera se convierte en una institución con una estrecha vinculación universidad- estudiante.

2.2. Antecedentes

Entre los antecedentes vinculados con la presente investigación, están los siguientes:

Villavicencio (2019) en su investigación titulada: “Internacionalización de la educación superior en Cuba. Principales indicadores”. Realizó una contrastación de los factores internos y externos derivadas de las relaciones universitarias a nivel internacional, se presenta una amplia teoría relacionada con los lineamientos de la internacionalización y como se proyectan en el futuro. Se expone el caso cubano que ha estado inmerso en estos últimos años en los procesos de internacionalización, explica una serie de indicadores muy importantes conseguirlo como son las investigaciones y los posgrados en el país y en el exterior. Analizó parámetros para manejar los procesos de cooperación internacional considerando fundamentalmente los principios soberanos de la revolución cubana. Los resultados expresan que mediante la internacionalización se han realizado avances significativos en las universidades cubanas. Siendo necesario el aprovechamiento de todas las oportunidades que brindan las alianzas estratégicas y la cooperación internacional, sin duda un gran trabajo realizado por el Ministerio de Educación Superior, permitiendo una gran producción científica con estándares de calidad y responsabilidad social empresarial de alto nivel. Señaló que son necesarias las alianzas con: Ministerio de Comercio Exterior, empresas y la Cámara Nacional de Acuicultura para el fortalecimiento de estrategias encaminadas al aprovechamiento de más oportunidades en el mercado internacional.

El estudio realizado por Moncada et al. (2020) titulado: “Estrategias competitivas de las empresas ecuatorianas exportadoras de camarón. Casos de éxito”, su objetivo fue: analizar las diferentes estrategias utilizadas por las empresas camaroneras para su posicionamiento en los mercados internacionales. Realiza una contrastación de teorías, la aplicación de la muestra la realizó a cinco empresas camaroneras de acuerdo con el lugar que ocupan en el proceso de exportación y volumen de ventas. Como conclusión se obtuvo que estas empresas han logrado crecer aplicando estrategias de crecimiento de integración vertical y diversificación, así como la aplicación de estrategias competitivas de diferenciación.

Anderson (2018) en su tesis doctoral titulada: “Estrategia de competencias gerenciales y comunicación organizacional interna en el sector hotelero de 3 y 4 estrellas de Cajamarca”. El objetivo fue analizar la correlación entre las estrategias gerenciales, la comunicación organizacional interna en el sector hotelero de 3 y 4 estrellas.

Están divididas en tres partes: el personal, social y laboral. Posterior al diagnóstico se concluyó que los gerentes tienen una tendencia a valores medios bajos a nivel de la variable y por ende a nivel de las dimensiones.

Abrigo (2018) en la investigación realizada en su tesis doctoral “Estrategias de emprendimiento empresarial enfocadas en las TIC para mejorar la ventaja competitiva en el sector artesanal del cantón Loja período 2014 – 2016”. El objetivo fue relacionar las estrategias de emprendimiento empresarial enfocadas a las tecnologías de la información y comunicación y la ventaja competitiva en el sector artesanal, llegando a determinarse que las estrategias de emprendimiento empresarial enfocadas en estas tecnologías mejoran la ventaja competitiva de este sector. La investigación tiene un enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional, no experimental, deductivo de corte transversal, se efectuó en el sector artesanal del cantón Loja. Los resultados obtenidos en la prueba estadística chi-cuadrado de Pearson, señala que existe dependencia de las variables, por tanto, se rechaza la hipótesis nula, argumento respaldado por los valores de la regresión logística, asumiendo que existe relación entre el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y financiero con la diferenciación y liderazgo por costos.

López (2018) en su artículo “Percepción de la identidad corporativa de una institución de educación superior”. Realizó un enfoque del desarrollo de la identidad corporativa en estas instituciones con dependencia de los públicos internos, explica la importancia del trabajo en sinergia y el aumento de la eficacia y eficiencia para una mayor identidad corporativa. Los resultados de la investigación fueron: los

estudiantes saben reconocer la identidad corporativa, se realizó una magnífica gestión para la difusión externa con miras a desarrollar el crecimiento académico, se realicen gestiones para movilidad e intercambio con universidades nacionales e internacionales.

Blanco (2018) en su tesis doctoral “La construcción de la identidad corporativa en las universidades españolas”. Siendo su objetivo: destacar los elementos principales que han utilizado las universidades españolas para conseguir su identidad corporativa, describe la importancia de trabajar bajo el enfoque de las estrategias comunicativas. Incluye tres aspectos insustituibles que consolidan la identidad corporativa como: el proyecto, la historia y la cultura universitaria como elementos básicos y esenciales que hacen a las universidades españolas diferenciarse de las demás. Concluyendo que el trabajo ha servido como aporte a la comunidad universitaria para alcanzar la identidad corporativa reflejadas en cada una de las acciones realizadas.

Zúñiga (2018) en su investigación doctoral: “Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo en el cantón Milagro Ecuador 2012-2016”. Fundamenta la teoría de Michael Porter con el enfoque de los tipos de estrategias competitivas que tienen una gran influencia para el desarrollo de las empresas. Realiza un recorrido teórico de Vásquez Barquero. Su propuesta se sustentó en un modelo de competitividad bajo el modelo ecléctico, con un enfoque de bajo costo, tomando en consideración las siguientes actividades: la concentración, segmento y líneas de los productos; abastecimiento de los proveedores, la importancia del control del inventario, revisión de créditos como el pago de préstamos, cancelación de tarjetas de créditos, revisión de los precios a menor costo para el segmento seleccionado, de esta manera se asegura la fidelidad de los clientes y el éxito de la empresa.

Mendoza (2017) en su tesis doctoral: “Alianzas estratégicas internacionales universitarias como mecanismo de internacionalización de la educación superior: caso de estudio: Universidad Autónoma de Nuevo León”. El objetivo fue: analizar los factores encaminados a desarrollar las alianzas estratégicas entre las universidades para su internacionalización, el estudio se enmarca de forma directa en las alianzas estrategias de la Universidad de Nuevo León. Realizó un enfoque de los convenios y acuerdos suscritos con algunas universidades que gozan de gran prestigio a nivel interno y externo, el intercambio de alumnos y docentes con otras universidades extranjeras y viceversa. Efectuó un análisis del desarrollo económico, académico de la universidad para que sus docentes y estudiantes realicen proyecciones de forma global, con énfasis en desarrollo social, económico y cultural de otras universidades.

Ortega (2017) su investigación titulada “Gestión de la imagen corporativa de organizaciones universitarias desde el enfoque del marketing emocional”. Su objetivo: analizar los indicadores de la comunicación corporativa, el marketing y la imagen, fundamentó conceptos y teorías con una revisión exhaustiva de literatura, su estudio radicó en el marketing emocional como sustento básico para las universidades, la importancia de las herramientas mercadológicas basadas en las emociones que logran conectar a clientes y usuarios, realizó el estudio de la diferenciación, recordación y fidelización, es una investigación cualitativa sustentada en el paradigma interpretativo.

Vivanco (2015) en su tesis doctoral “Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad nacional en relación con la visión geopolítica nacional”. Explicó que Perú ocupa el tercer lugar con mayor extensión territorial en América del Sur, poseedor de una gran biodiversidad y recursos naturales, uno de sus problemas es no contar con gran población rural en estas zonas. Su posición geopolítica es muy favorecedora teniendo una ventaja competitiva frente a otros países de la región, sin embargo, no ha podido consolidar los procesos para una sólida competitividad como lo promueve el Consejo Nacional de Competitivas del Perú, siendo un escollo

para articular el desarrollo sostenible para proyectarse internacionalmente. Cabe mencionar que las ventajas competitivas son auténticas, con una visión ya establecida, por tanto, existe la necesidad de contar con una visión macro del país, propiciar procesos y actividades coherentes para construir un modelo propio como país con un alto grado de competitividad apalancado en unas excelentes ventajas competitivas que permitan el crecimiento económico, como por ejemplo la exportación primaria de minerales se enfrentan a la vulnerabilidad de las políticas externas, siendo urgente trabajar en políticas públicas que permitan la competitividad nacional con sostenibilidad en el tiempo, queda demostrado entonces que lo importante no es la enorme riqueza de recursos que tiene un país sino cómo manejar de forma eficiente lo poco o mucho que se tiene.

De acuerdo con Meraz (2014) en su tesis doctoral “Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe en baja California, México”. Su enfoque se enmarcó en el desarrollo de la competitividad de las empresas del sector vinícola, el objetivo fue realizar la correlación entre las estrategias competitivas de las; micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe en baja California, México. Para medir la competitividad se aplicó el modelo Arthur Andersen Strategic Business propuesto por Jon Azua, para luego integrar estrategias de cooperativismo interempresarial con el soporte de nuevas tecnologías de la información y comunicación. El proceso metodológico fue descriptivo- correlacional no experimental. La recogida de datos se realizó por medio de un cuestionario de 76 preguntas aplicado a enólogos, empresarios, administradores para la obtener datos cualitativos, para el análisis de los datos se aplicó un programa estadístico de validación. Los resultados obtenidos demostraron que las empresas vinícolas se afianzan para desarrollar sus estrategias competitivas en la utilización de las TICS, destacan también el cooperativismo empresarial y las actividades de enoturismo siendo esta la más débil. Como conclusión sostiene que es necesaria la aplicación de un método analítico- empírico que permita determinar la escasa relación de la oferta de actividades de enoturismo y el desarrollo de la competitividad.

Peña & Jiménez, (2014) en su investigación “Internacionalización y cooperación universitaria: el caso de cátedra Europa”, su objetivo fue explicar la importancia de la globalización y la internacionalización de las universidades, destacando los procesos de cooperación internacional en el trajinar de la internacionalización. Centra su estudio en el caso de cátedra de Europa, siendo parte de un programa de corte internacional que oferta la Universidad del Norte en Barranquilla en el país colombiano. Presenta un modelo de gran éxito donde explicó la importancia de la cooperación internacional para transcurrir en la internacionalización universitaria. Concluyendo que la educación superior tiene una proyección de carácter global, asumiendo esfuerzos y responsabilidades como comunidad global, apoyando el desarrollo sostenible, la oportunidad de acceso a los estudios de pregrado, trabajar de forma igualitaria con derechos y oportunidades para todos y todas.

Reyes (2013) en su tesis doctoral “Administración estratégica y competitividad agrícola”. El objetivo fue brindar un instrumento para el análisis multifactorial que identifique los factores internos y externos de las empresas que realicen un aporte para explicar la competitividad por medio de un modelo econométrico con enfoque a la teoría general de sistemas, incluyendo el análisis de factores externos. La muestra se acercó a una confianza del 95%, el instrumento de confiabilidad fue de 90.5% del coeficiente de Alfa de Cronbach, utilizando un indicador global de competitividad que fue la variable independiente para realizar las ecuaciones de regresión múltiple formulándose dos criterios. Se aplicó 50 variables simples y luego 16 variables compuestas. En los dos casos los resultados son consistentes para el coeficiente R² ajustado. Una vez aplicado el modelo econométrico se determinó lo siguiente: de los ocho factores internos que fueron evaluados los que tuvieron mayor significancia para el análisis de regresión están la capacidad financiera, comercialización, desarrollo tecnológico y formación general. En cuanto a los ocho factores externos las variables con mayor significancia fueron la balanza comercial de México, la integración de las cadenas agroalimentarias, centros de almacenamiento y fletes, análisis del entorno general siendo éstos (el país y la región) y por último el margen de comercialización. Concluyendo que si es factible llegar a ser competitiva una empresa cuando enfrenta una competencia

internacional. Los directivos deben considerar tomar decisiones respaldados en la administración estratégica de factores internos y externos.

De acuerdo con Mesa & Salazar (2012) en su investigación titulada “La Alianza Universidad- Empresa-Estado y los procesos de I+D: Una mirada al caso Antioqueño”. El objetivo fue analizar la incidencia de la alianza público privada para desarrollar crecimiento económico y social. Sostienen que al crecer la inversión de las empresas en proyectos de investigación y desarrollo se logran resultados positivos en la producción, se obtiene el bienestar para la sociedad. Realizan un análisis de la trascendencia y vinculación que tienen las universidades con el sector empresarial para fomentar la innovación, considerada como la estrategia para desarrollar mayor competitividad en las organizaciones y bajar el índice de pobreza. En este sentido, las universidades tienen que elaborar proyectos de investigación encaminados a mejorar los sectores productivos haciéndolos más competitivos. Como conclusión, sostienen que las empresas deben mantener alianzas estratégicas con las universidades para fortalecer el desarrollo y difusión de tecnologías, formación del personal administrativo, promover procesos de información y calidad, adquirir bienes de capital, crear políticas de sostenibilidad de cadenas de producción y proveedores.

La investigación realizada por Lalangui (2015) en su trabajo de titulación “Alianza estratégica GAD Municipal Machala y Universidad Técnica de Machala para el fortalecimiento del programa creciendo con nuestros hijos –CNH” el objetivo fue fomentar la vinculación de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala con el programa “Creciendo con Nuestros Hijos”. Es importante resaltar la alianza estratégica interinstitucional con la finalidad de ayudar a la población más vulnerable. Se trabajó desde un enfoque sociológico cualitativo, con una metodología formativa en donde se articuló el interés institucional de trabajar en Proyectos de Vinculación. El resultado fue formular una estrategia de vinculación que respalde la alianza estratégica institucional GAD- UTMACH.

En el contexto universitario las alianzas estratégicas son el eslabón para su internacionalización, “el aprendizaje para que sea significativo y relevante debe enfocarse en un contexto y responder a los problemas reales, por ello es muy importante que el centro educativo esté fuertemente vinculado al entorno local e internacional empresarial” (López, 2014, p. 183). El objetivo de esta tesis fue la construcción de principios fundamentales para dar paso a la generación de una nueva forma de planificación e implementación educativa tomando como ejemplo casos reales de las instituciones de educación de éxito.

En su trabajo investigativo “Pertinencia de la Extensión Universitaria en el Proceso Docente Educativo de la Filial Universitaria Imías” Laffita- Noa & Miriam (2013), realizaron un estudio de la extensión universitaria por medio de filiales, explican la importancia de fomentar la cultura científica interna y externa, el desarrollo científico y tecnológico, obteniendo como resultado la generación e impulso a los proyectos de extensión. La educación superior se ha universalizado, por tanto, los procesos de creación de filiales y extensiones realizan un trabajo integrador que permite la transformación de la sociedad al impartir conocimientos en los lugares más apartados de un país, de tal manera que las universidades aportan de manera eficiente resultados y logros del quehacer docente e investigativo. Concluyendo que la extensión universitaria favorece la educación integral de los estudiantes convirtiéndolos en personas activas, con valores, identidad cultural y promotora de su desarrollo intelectual y científico.

De acuerdo a la investigación realizada por Soriano Pilar & Batistapau (2021) en su artículo “Percepción del empleo de las TIC en la formación académica semipresencial en filiales universitarias” el objetivo fue realizar una valoración de la utilización de las tecnologías de la información y comunicación en el proceso de formación académica de la Filial de Ciencias Técnicas 10 de Octubre, realizando una revisión bibliográfica para determinar cómo incide la aplicación de las TIC en el aprendizaje en la modalidad semipresencial, los beneficios en su formación académica, así como en el campo laboral. La metodología utilizada fueron la

observación, encuestas a estudiantes y entrevistas a profesores y directivos, obteniendo como resultado que la utilización de las tecnologías de la información y comunicación, aunque no con un alto progreso tecnológico influye positivamente en el desarrollo de la formación académica.

Según Arana (2018) en su tesis doctoral titulada “Cultura organizacional y su influencia en la gestión del conocimiento en los docentes de la Universidad Peruana Unión Sede y Filiales, periodo 2017” siendo el objetivo la validación de relaciones de tipo causal de cada uno de los componentes de la cultura organizacional y de la gestión del conocimiento de profesores de la Universidad Unión en sus sedes: Lima, Juliaca y Tarapotó.

Se aplicó una muestra a 416 profesores, para medir la variable se utilizó el instrumento de Denison con un nivel de confiabilidad de Alpha de Crombach de 0.984 y 0.962. Los resultados obtenidos por medio de ecuaciones estructurales demostraron el ajuste de los dos modelos teóricos y la aceptación de la hipótesis planteada. Se concluyó que la cultura organizacional tiene gran incidencia en la gestión del conocimiento.

Conde (2011) su artículo titulado “La garantía de la movilidad, base la calidad” argumenta que la Universidad Técnica de Machala tiene pocos programas para la movilidad del claustro universitario, siendo urgente disponer de instrumentos metodológicos que permitan esa movilidad, tengan el reconocimiento en el país donde escogieron realizar sus estudios, al mismo tiempo sean avalados y acreditados en el Ecuador.

Serra & Roca-Piera (2020) en su artículo titulado “Movilidad virtual, reto del aprendizaje de la educación superior en Europa 2020” el objetivo fue desarrollar procesos para la movilidad transnacional en el área educativa. Siendo positiva su

accionar en beneficio de la educación universitaria permitiendo la inserción laboral de los estudiantes europeos. Estos autores destacan la nueva “movilidad virtual” debido al presupuesto cada vez menor de las universidades y los lentos procesos de gestión. Realizaron la propuesta de una oferta educativa de movilidad virtual con una gran ventaja competitiva como es el desarrollo de nuevas tecnologías.

Rincón (2013) en su trabajo de investigación: “Movilidad de doctores colombianos. Revisión del estado del arte frente a la internacionalización de la educación superior”. Abordó una extensa revisión de literatura, una investigación pormenorizada de la movilidad de los docentes con grado doctoral, un recorrido histórico del objeto de estudio como es la movilidad. El objetivo fue analizar conceptos básicos para la obtención de criterios permitiendo el estudio de los procesos de movilidad docente en Latinoamérica para continuar con el caso de Colombia, centrando su estudio en la movilidad, la producción académica científica y su incidencia en la valoración de estos trabajos. Concluyendo en la eficacia que tiene la globalización e internacionalización universitaria.

En su artículo científico, Escobar (2017) “Análisis de la política ecuatoriana de becas de estudios de posgrado en el exterior y su relación con el cambio de matriz productiva” realiza una evaluación del sistema y políticas de becas por parte del gobierno ecuatoriano dirigido por la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología, para cursar estudios de posgrado en universidades internacionales. Argumentó que esta política de becas tenía como objetivo lograr cambios en la matriz productiva, darle un giro drástico y transformador a la educación superior ecuatoriana. Concluyendo que la política de becas no cumplió con los objetivos planteados debido a las dificultades en el proceso de escogimiento de docentes y estudios doctorales que en su mayoría no estuvieron relacionadas al proceso de cambio de la matriz productiva propuesta por el gobierno del Econ. Rafael Correa. Esta política de becas fue un aporte para la educación superior, los postulantes debían reunir requisitos mínimos para ser partícipes de estos estudios altamente especializados, el objetivo estaba encaminado para que Ecuador salga de la pobreza y crear una

sociedad del conocimiento, formando una “masa crítica” de docentes investigadores que fueron capacitados en el extranjero adquiriendo experiencias para contribuir al desarrollo del país.

El artículo científico de Rodríguez (2011) “La garantía de la calidad, base de la movilidad” sostiene que, el proceso de Bolonia ha significado el hito más destacado para el proceso de modernización de la educación superior europea particularmente en España, el pilar fundamental para este cambio profundo ha sido garantizar un sistema educativo de calidad, sirviendo de gran apoyo para los procesos de movilidad de estudiantes universitarios y cooperación entre las universidades. Se realizó un estudio pormenorizado de la metodología aplicada para desarrollar un sistema de garantía de calidad eficiente, se analizó los objetivos que plantea la política de Europa para el desarrollo de la movilidad universitaria. Destacó el enfoque y perspectiva de la garantía de la calidad y su evaluación para trabajar con eficiencia, mediante un seguimiento metodológico con criterios y directrices netamente europeas considerando procesos internos y externos, así también cada uno de los agentes que sirven como veedores del proceso de calidad. Concluyendo con el planteamiento de líneas de mejoras y alternativas de solución en un mediano plazo, dejó planteada la importancia de mayor cooperación, compromiso, trabajo en equipo, interdisciplinariedad para alcanzar los acuerdos de Bolonia.

En lo referente a la movilidad académica de la Universidad Técnica de Machala la Resolución de Consejo Universitario No. 268 resolvió lo siguiente: la aprobación en segunda instancia el Reglamento de Movilidad Académica de la Universidad Técnica de Machala, se presenta a continuación de forma resumida la misma

“En el artículo 84 del Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador Docente del Sistema de Educación Superior” manifiesta que la universidad debe garantizar la movilidad de sus docentes por medio de la

aprobación de licencias o comisiones de servicios, traspaso de puestos y suscribir convenios con otras universidades nacionales o extranjeras. (Universidad Técnica de Machala 2017, p.1/1).

Tiene una estrecha relación con los resultados de esta tesis doctoral que ha demostrado la necesidad de hacer hincapié en promover los procesos de movilidad, licencias y asignación de recursos económicos a docentes y estudiantes para que participen en programas de estudios de pregrado, maestrías y doctorados en universidades extranjeras. Existe la normativa en el Reglamento de Movilidad Académica, al tener la Universidad Técnica de Machala autonomía académica, administrativa, orgánica y financiera sus autoridades tienen el reto de crear políticas viables para desarrollar eficientes procesos de movilidad y licencias para eventos científicos como congresos, ponencias, programas de estudios de maestrías y doctorados dando prioridad a docentes que no han participado en estos eventos y necesitan realizarlos para el proceso de escalafón docente.

2.3. Definición de términos básicos

Administración

Koontz & Weihrich (1998) sostienen que es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajen juntas para lograr propósitos eficientes para la empresa.

Chiavenato (2007) argumenta que es la corriente administrativa que inició Frederick Taylor, enfatiza la administración de las tareas, con enfoque en la racionalización del trabajo operativo, en la estandarización y el establecimiento de principios básicos de organización racional del trabajo.

Administración pública

De acuerdo a Varios, A (2016) “Es el deber o deberes del administrador, específicamente las funciones ejecutivas del gobierno que consisten en el ejercicio de todos los poderes y deberes del gobierno, tanto general como local que no son ni el legislativo ni el judicial” (p. 32).

Ética pública

Varios, A (2016) argumentan que en las instituciones públicas se entiende “como el código de conducta, los patrones que rigen la actuación de los funcionarios y dirigentes del estado y del gobierno en el servicio público y que expresa los valores que caracterizan a la organización” (p. 271).

Administradores

Para Koontz & Weihrich (1998) Son las personas que llevan a cabo la tarea y las funciones de administrar, en cualquier nivel y en cualquier tipo de empresa.

Bienes

De acuerdo a la Real Academia de la Lengua (RAE, 2014) Es todo aquello que es apto para satisfacer directa o indirectamente una necesidad humana.

Comunicación

Para Koontz & Weihrich (1998) Es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla

Competitividad internacional

Scout & Lodge (1986) Sostienen que es la facultad que poseen las organizaciones de un país para generar, producir y repartir bienes y servicios en los mercados internacionales.

Cultura Organizacional

Para Stoner et al. (1996) Es la serie de entendidos importantes como normas, valores, actitudes y creencias, compartidos por todos los miembros de la organización.

Eficiencia

Stoner et al. (1996). Capacidad de reducir al mínimo los recursos utilizados para alcanzar los objetivos de la organización.

Eficacia

Stoner et al. (1996) Es la capacidad para determinar los objetivos apropiados en una organización.

Estrategia

Mintzberg et al. (1997) argumentan que es el esquema o proyecto que tiene una organización donde se plasman sus metas y políticas, señala la relación coherente de las actividades que deben desarrollar.

Estrategia competitiva

De acuerdo a Porter (1985) La estrategia competitiva es una acción que puede ser ofensiva o defensiva con la finalidad de generar una situación propugnable de las cinco fuerzas competitivas, lograr el posicionamiento de la organización, maximizando cada una de sus capacidades para diferenciarse de la competencia.

Gerente

Persona que lleva la gestión administrativa de una empresa o institución. (RAE, 2014).

Identidad Corporativa

Melewar & Karaosmanoglu (2006) Conjunto de valores, acciones, principios, visión de una organización, incluye otros aspectos, como: cultura, comportamiento, comunicación.

Meta

Fin que dirigen las acciones o deseos de alguien. (RAE, 2014)

Misión organizacional

“Es la declaración del propósito y alcance de la empresa en términos del producto y del mercado. La misión define el papel de la organización en la sociedad en la que se encuentra, significa su razón de ser” (Chiavenato, 2009, p. 17).

Visión organizacional

“La visión organizacional, se refiere a lo que la organización desea ser en el futuro, es muy inspiradora y explica por qué las personas dedican a diario la mayor parte de su tiempo al éxito de su organización” (Chiavenato, 2009, p. 18).

Motivación

Es la necesidad o impulso intrínseco de una persona que realiza una acción encaminada a **su objetivo” (Terry & Franklin, 1986).**

Objetivos

“Pertenece o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir” (RAE, 2014).

Organización

Koontz & Weihrich (1998) son los sistemas o patrón de cualquier grupo de relaciones en cualquier clase de operaciones.

Planes

Koontz & Weihrich (1998) Son los propósitos, misiones, objetivos, políticas o procedimientos que se realizan en una organización.

Planificación Estratégica

Stoner et al. (1996) Está estrechamente vinculada a la toma de decisiones, avizorando el futuro específico que los gerentes buscan para la organización.

Política empresarial

Se concibe como conjugación de personas con alta creatividad orientadas en una perspectiva general, a fin de que la organización pueda enfrentar el futuro satisfactoriamente al igual que todos sus colaboradores, a la vez pueda precisar su comportamiento vinculando los valores, visión, misión y estrategia. Morrisey (1996).

Servicios

“Desde el punto de vista económico, servicio es cualquier tarea o actividad para la cual haya una demanda y, por lo tanto, un precio” (Sabino, 1991).

Visión

“Determina la dirección de la organización al responder la pregunta ¿qué queremos llegar a ser?” Koontz et al. (2012).

CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Hipótesis

Hipótesis general:

La implicancia de las estrategias competitivas internacionales es directa y significativa en la identidad corporativa de Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Hipótesis específicas:

1. La implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas estratégicas es directa y significativa con la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
2. La implicancia de las estrategias competitivas de las filiales es directa y significativa en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
3. La implicancia de las estrategias competitivas de licencias es directa y significativa en el desarrollo de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
4. La implicancia de los lineamientos de estrategias competitivas internacionales es directa y significativa para fortalecer la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Población, muestra y muestreo

Población

La población es definida por Arias (2006), como “la cantidad general de los sujetos de investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados. Está constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros” (p. 35).

La población para esta investigación fue calculada considerando el número de docentes que laboran en la Universidad Técnica de Machala en el segundo periodo académico 2021 que fueron 480 docentes distribuidos en las seis facultades como: Facultad de Ciencias Empresariales, Facultad de Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Químicas y de la Salud, Facultad de Ingeniería Civil, Facultad de Medicina, Facultad de Ciencias Agronómicas.

Muestra

Para Chávez (2001), la muestra es “una porción representativa de la población, que permite generalizar sobre ésta los resultados de una investigación. Es la conformación de unidades, dentro de un subconjunto que tiene por finalidad integrar las observaciones” (p.164).

Para esta investigación se trabajó la muestra no probabilística por conveniencia por prestar mayor accesibilidad a la recopilación de datos, la investigadora obtuvo el permiso para la recogida de datos por parte del Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales, este proceso permitió la obtención de una muestra representativa debido a que esta facultad tiene 120 docentes laborando y es considerada la más grande de todas las seis facultades de la Universidad Técnica

de Machala. Además, siempre es escogida para implantar los nuevos procesos de gestión, evaluación y acreditación de carreras.

Tabla 1: Población de docentes Universidad Técnica de Machala, Facultad Ciencias Empresariales.

Carreras	Docentes
1.- Administración de Empresas	26
2.- Contabilidad y Auditoría	25
3.- Comercio Internacional y Exterior	20
4.-Economía	15
5.- Marketing	17
6.-Administración en Hotelería y Turismo	17
total: 6 carreras	total: 120

Fuente: Oficina Coordinación Carreras Facultad Ciencias Empresariales (2022)

Muestreo

Muestreo no probabilístico

“Las muestras no probabilísticas o también llamadas dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas”. (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014, p. 200).

Una ventaja de la muestra no probabilística desde el enfoque cuantitativo es que en algunos diseños de investigación no requieren de una representación numerosa de una población, lo que se requiere es una selección correcta, controlada y bien escogida de casos que reúnan determinadas características que estén formuladas cuando se plantea un problema.

Para esta investigación se consideró como unidad de estudio, todos los docentes de la Universidad Técnica de Machala que tiene un total de 450 docentes, para la recolección de información la investigadora consideró aplicar una muestra no

probabilística por conveniencia, escogiéndose a 120 docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales por prestar la facilidad en la recolección de información.

3.3. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Según Bavaresco (2006) las técnicas de recolección de datos son herramientas utilizadas para obtener información, entre las principales están las siguientes: la observación, el análisis documental, la encuesta.

La encuesta

Definida por Arias (2006) como aquella técnica que utiliza un instrumento como el cuestionario de preguntas que deben ser respondidas por la población objeto de estudio, su propósito es la obtención de información para desarrollar la investigación. Cada uno de los instrumentos que servirán para la recogida de información de acuerdo a Chávez (2001), “son los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o atributos de las variables que conforman su estudio” (p.93).

Al respecto, Hernández et al. (2010) manifiestan que un cuestionario es un “instrumento de medición adecuado, registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o variables que el investigador tiene en mente” (p.199). Se estructuró un cuestionario con 47 preguntas a la muestra seleccionada, a fin de conocer el comportamiento de las variables de estudio para determinar el cumplimiento de los objetivos.

Análisis documental

Según Tancara (1997) la investigación documental es una disciplina de carácter instrumental, las bases teóricas en una investigación son muy importantes y se sustentan en la metodología, hoy en día entendidas como ciencias de la información.

Se realizó una búsqueda exhaustiva de información en fuentes como: libros, tesis doctorales, de maestrías, artículos científicos, páginas web institucionales que sirvieron de soporte para fundamentar y contrastar las teorías de esta investigación. Se realizó un análisis minucioso de la información y resultados de los procesos de gestión para la internacionalización que ha venido trabajando la Universidad Técnica de Machala, lo que permitió realizar comparaciones con los datos obtenidos en esta investigación.

Escala de Likert

Al respecto, Hurtado (2010) explica que la escala de Likert no es más que el conjunto de alternativas que se muestran como afirmaciones relacionadas a una situación o eventualidad que pretende medir la actitud de las personas encuestadas, quienes deben expresar su opinión en cada pregunta, deberá seleccionar alguna de las alternativas planteadas en la escala. En esta investigación el cuestionario tiene alternativas de respuestas de la escala de Likert; la regla de medición será de (04) alternativas con dirección positiva, se presentó los reactivos como proposiciones, de esta manera el encuestado escogió uno de ellos analizando su criterio objetivo. El cuestionario está compuesto por 47 preguntas con cuatro alternativas como: **TA** = totalmente de acuerdo, **MA**= medianamente de acuerdo, **MD**= medianamente en desacuerdo, **TD**= totalmente en desacuerdo.

3.4. Procesamiento y análisis

Luego de haber realizado la recogida de información por medio de la encuesta elaborada en un formulario de google forms dirigido a todos los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales que conformaron la muestra por conveniencia, se procedió a analizar la información obtenida. En este contexto, se presentaron los respectivos resultados para los objetivos general y específicos 1, 2 y 3, por medio del uso de métodos de la estadística descriptiva con el programa estadístico SPSS, a fin de describir las variables objeto de estudio.

Para el análisis de datos que determinó la correlación y significancia, se utilizó el programa SPSS y el coeficiente estadístico Rho de Spearman, el cual según

Hernández et al. (2003) argumentan que “es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal, de tal modo que los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías)” (p.566).

En relación con el objetivo 4, referido a: formular lineamientos basados en las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022, se diseñó los lineamientos adecuados y adaptados a la realidad, después de lograr los objetivos específicos 1,2,3.

Comprobación de hipótesis

Con el resultado de la investigación se realizó la discusión considerando el marco teórico; y antecedentes; se contrastó la hipótesis dando solución al problema y logrando el objetivo general “Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador”.

Validez del instrumento

Chávez (2001) plantea que “es la eficiencia con que el instrumento mide lo que se pretende medir” (p.193). Es fundamental tener conocimiento del objetivo del instrumento, al realizar un análisis de las finalidades hace posible establecer la validez sean estas de contenido, concurrente, predictiva y discriminante. La validez de contenido se realizó por medio de un “juicio de expertos”, de la comparación con el contenido por medir; la concurrente y predictiva se determinaron a través del cálculo de la correlación existente entre las mediciones hechas con el instrumento, así como las efectuadas con el criterio externo, la discriminante, se determinó mediante el paquete estadístico SPSS.

Para este trabajo investigativo se diseñó un instrumento para la validación de contenido permitiendo una evaluación específica de cada uno de los ítems. En cuanto al análisis, revisión y validación del cuestionario colaboraron tres expertos con el grado de Doctor, con amplia trayectoria de conocimiento teórico y metodológico. Realizada la validez del contenido del instrumento por los

expertos, se consideró las sugerencias realizadas por los especialistas. Se aplicó una prueba piloto a doce (12) docentes con características similares a la población de estudio, a los resultados obtenidos se le aplicó la validez discriminante.

Chávez (2001) argumentó lo siguiente “la validez discriminante es una de las pruebas más potentes, consiste en el análisis de cada ítem” (p.194). Aplicado en la escala de aptitudes tipo Likert, el poder discriminatorio de cada reactivo se realizó con el programa estadístico (SPSS). Posteriormente, se aplicó el coeficiente de Alpha de Cronbach, mediante la utilización del paquete estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS), a través de la ruta del análisis de la fiabilidad.

Confiabilidad del instrumento

En relación con la confiabilidad Hernández et al, (2003) afirman que “la confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados” (p. 242).

Alpha de Cronbach

Se aplicó este método para medir la fiabilidad del instrumento aplicando el programa SPSS, se realizó una prueba piloto al 10% de la muestra constituida por 12 docentes, se aplicó una encuesta con 47 preguntas, su resultado fue de 0.98% de confiabilidad.

Tabla 2: Escala de valores de confiabilidad

Rango	Resultado
> a 0,980	Muy
Entre 0,70 y 0,85	Confiable
< a 0,70	Poco

Fuente: “Programa Spss

Resultado de la Prueba Piloto

Los resultados que se obtuvieron de los 12 docentes escogidos para medir la confiabilidad de la prueba piloto, se trabajó en una hoja de Excel reemplazando los datos de la fórmula de la escala de valores de confiabilidad obteniendo como resultado de la aplicación del Alpha de Cronbach un rango de 0,980 siendo un resultado muy confiable en relación a los rangos comprendidos entre 0,70 y 0,85 entendidos como confiables y 0,70 poco confiable.

3.5. Metodología

Métodos

Método Inductivo

En relación con los métodos de investigación y de acuerdo con lo planteado por Hurtado (2010) en la presente tesis se aplicó “el método de la generalización inductiva” (p.111). Teniendo como punto de partida la observación de hechos con un enfoque inductivo, se desarrolló a través de las siguientes etapas: la observación de circunstancias y hechos, se describió todo lo observado, se realizó una clasificación de todas las características, se identificó las regularidades y su generalización.

Método hipotético-deductivo

De igual modo, se orientó por el método hipotético deductivo, planteado por Hurtado (2010), a través de los siguientes pasos: la definición del problema, formulación de hipótesis, deducción y comprobación.

Tipo de estudio

Esta investigación es de tipo correlacional; al respecto Tamayo & Tamayo (2003) refieren que con este tipo de investigación “se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores” (p.50).

Chávez (2001) señala que “el estudio de correlación tiene como propósito determinar el grado de relación entre las variables, detectando hasta qué punto las alteraciones de una, dependen de la otra, el cual da por resultado un coeficiente r ” (p.137). En este sentido, se elaboró un (1) cuestionario que permitió medir la relación entre las variables:

Diseño de la investigación

No experimental

De acuerdo con Hernández et al. (2003) el diseño de investigación se refiere “al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información requerida en una investigación” (p.185). El diseño de esta investigación correspondió al “no experimental” debido a que no se realizó ningún tipo de manipulación de las variables; de manera que se limitó a describir los datos que se obtuvieron por medio de la encuesta.

De acuerdo a Hernández et al (2003) la investigación no experimental “se realiza sin manipular deliberadamente las variables, lo que se hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (p.269). Esta tesis doctoral es de tipo no experimental, se observaron las variables de estudio: estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa en su contexto, es decir en la Universidad Técnica de Machala, se analizaron posteriormente sin llegar a manipularlas.

Transversal

La investigación se identificó con un diseño transeccional – descriptivo.

Hernández et al. (2003) señalan que en una investigación transeccional se “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.279). De acuerdo con el período en el cual se recolectó la información, esta investigación tiene un enfoque prospectivo, por cuanto se obtuvo a través de la

aplicación de un (1) cuestionario tomando en cuenta los criterios previamente planificados por el investigador, para fines específicos de este estudio. De manera coincidente Chávez (2001) afirma que un estudio prospectivo es aquel “en el que toda la información se recogerá de acuerdo con los criterios del investigador y para fines específicos de la investigación después de la planeación de ésta” (p.134).

La investigación se identificó como un estudio de campo. Específicamente en este estudio, por medio de la técnica de la encuesta (un cuestionario) se utilizó con el fin de recabar la información necesaria para determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

A continuación, se presenta el gráfico correspondiente al diseño de la investigación.



La expresión gráfica de esta investigación que describió y midió la variable X₁: Estrategias competitivas internacionales, al tiempo que se describió y midió la variable X₂: Identidad corporativa; para luego establecer la relación entre las mismas, a fin de responder a la problemática planteada por la investigadora.

3.6. Variables y operacionalización

Variable independiente: Estrategia competitiva internacional

Definición conceptual

Según Illera (2005) la estrategia competitiva internacional, posibilita a las organizaciones la creación de un valor al trasladar servicios y productos a los mercados internacionales, en donde los competidores adolecen de estos productos y servicios.

Definición operacional

La estrategia competitiva internacional se estudiará con el análisis de las dimensiones: alianzas estratégicas, filiales, licencias; información obtenida a través de la aplicación de la encuesta a los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, se utilizó la escala de Likert para la tabulación de la información valorando las respuestas de uno a cuatro siendo las siguientes:

TA = totalmente de acuerdo, **MA**= medianamente de acuerdo, **MD**= medianamente en desacuerdo, **TD**= totalmente en desacuerdo.

Se detallan las dimensiones de la variable independiente y sus indicadores.

Primera dimensión: Alianzas estratégicas.

Indicadores:

- a. Convenios internacionales
- b. Convenios interinstitucionales
- c. Cultura de aseguramiento de la calidad y evaluación
- d. Acreditación
- e. Redes y actividades de investigación
- f. Relación universidad- desarrollo tecnológico
- g. Mejora continua

Segunda dimensión: Filiales

Indicadores

- a. Proceso de formación académica en universidades nacionales e internacionales.
- b. Desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación en universidades del extranjero.
- c. Avances de los proyectos de investigación en universidades extranjeras.

Tercera dimensión: Licencias

Indicadores:

- a. Permisos para la movilidad de los docentes.
- b. Programas de movilidad nacional estudiantil.
- c. Programas de movilidad internacional de estudiantes.

Variable dependiente: Identidad corporativa

Definición conceptual

A juicio de Suvatjis et al. (2012) el establecimiento de la identidad corporativa exige el cumplimiento de un conjunto de etapas las cuales se inician con la ejecución de la visión, misión y valores que tiene la organización y continúa con la definición de cada uno de sus productos y servicios.

Definición operacional

La identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala se estudiará por medio de los datos recopilados considerando cada uno de los indicadores a través de la encuesta a los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales con un cuestionario de 47 preguntas utilizando una escala de Likert con los siguientes parámetros: **TA** = totalmente de acuerdo, **MA**= medianamente de acuerdo, **MD**= medianamente en desacuerdo, **TD**= totalmente en desacuerdo.

Se detallan las dimensiones de la variable dependiente y sus indicadores.

Primera dimensión: Contexto comunicacional

Indicadores

- a. Sinergia
- b. Comunicación interna y externa
- c. Comunicación internacional universitaria (uso de la web, Facebook, Instagram)
- d. Medios de comunicación universitarios.

Segunda dimensión: Contexto Valorativo y cultural.

Indicadores:

- a. Imagen institucional
- b. Imagen corporativa
- c. Misión y Visión de la Universidad Técnica de Machala.
- d. Calidad y eficacia de los procesos.
- e. Estrategias de participación y motivación.

Tercera dimensión: Cultura y aseguramiento de calidad del servicio

Indicadores:

- a. Cultura organizacional
- b. Cultura participativa
- c. Cultura de trabajo
- d. Cultura emprendedora
- e. Calidad de los servicios educativos
- f. Cumplimiento del plan estratégico institucional.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Para determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022, se midió la variable independiente (estrategias competitivas internacionales) y la variable dependiente (identidad corporativa) se desglosaron en dimensiones; la variable independiente está integrada por: alianzas estratégicas, filiales, y licencia; las dimensiones de la variable dependiente son: contexto valorativo y cultural, contexto comunicacional y cultura en la calidad del servicio.

Se aplicó el instrumento de medición a 120 docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales por medio de una encuesta, luego de la recopilación de datos se presentan los resultados obtenidos en los siguientes cuadros y figuras.

Resultado para el objetivo general:

Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Tabla 3: Incidencia entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa

Estrategias competitivas internacionales				Identidad corporativa			
Nivel	Puntaje	Frecuencia	Porcentaje	Nivel	Puntaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	83 a 96	3	2,54	Alto	83 a 96	2	1,70
Medio	29 a 72	45	38,14	Medio	29 a 72	58	49,15
Bajo	24 a 48	70	59,32	Bajo	23 a 36	58	49,15
Total		118	100,00	Total		118	100,00

Fuente: Encuesta.

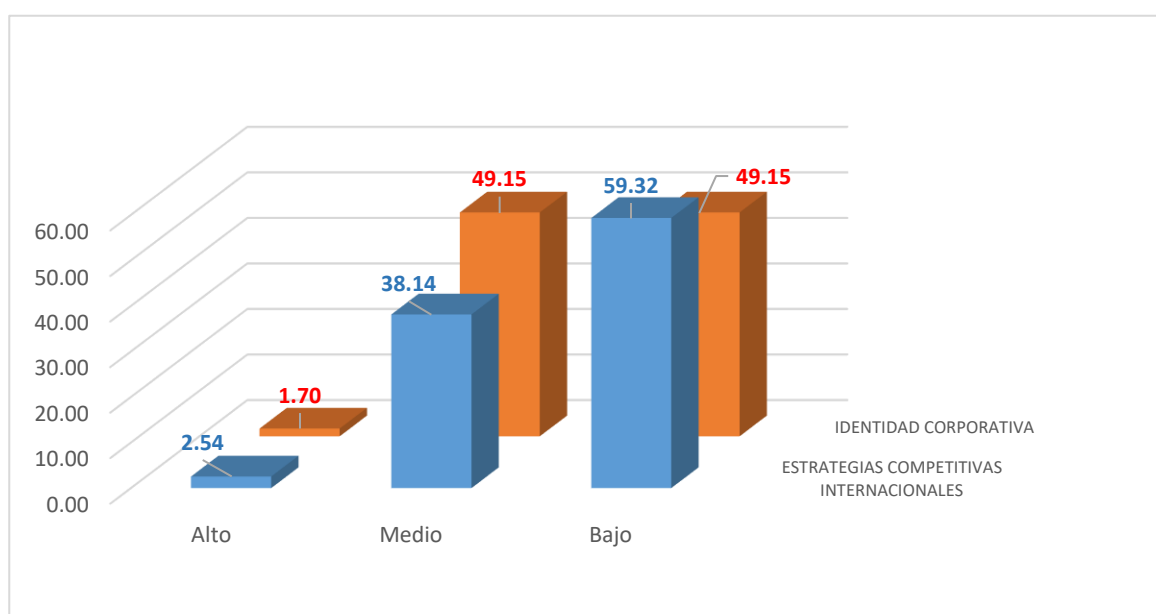


Figura 1: Incidencia entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa.

Fuente: Encuesta

El tabla 3 y figura 1 muestran la distribución de frecuencia por niveles de las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa en la Universidad Técnica de Machala 2022; el nivel alto de la variable estrategias competitivas internacionales con un 2,54%, en el nivel medio un 38,14% y con un 59,32% el nivel bajo; tiene relación con los datos obtenidos de la variable dependiente identidad corporativa con un 1,70% en el nivel alto, el nivel medio con el 49,15% y el nivel bajo con un 49,15%, notándose la incidencia considerable en el nivel medio y el nivel bajo en las dos variables de estudio.

Prueba de hipótesis para el objetivo general

La implicancia de las estrategias competitivas internacionales es directa y significativa en la identidad corporativa de Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

H1: Existe incidencia positiva y significativa entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Ho: No existe incidencia positiva y significativa entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Nivel de confianza: 99% = 0.01

Al tener un valor $0,000 < 0,05$ motivo por el cual se acepta la hipótesis alternativa (H1) que explica la relación directa entre las variables estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa.

Regla para el análisis: Sig. (Bilateral) = p. Si $p \geq 0,01$, se acepta Ho, caso contrario se rechaza. Prueba para determinar la incidencia con datos No paramétricos y variables categóricas: Coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 4: Correlación entre las estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa.

Estrategias competitivas internacionales			Identidad	
Rho de	Estrategias	Coeficiente de correlación	1,000	,642**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N.	118	118
Identidad Corporativa		Coeficiente de correlación	,642**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N.	118	118

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Programa SPSS

Se observa en la tabla 4 los resultados del coeficiente de correlación Rho de Spearman con un porcentaje de 0,642 demostrando una relación positiva entre las dos variables, queda evidenciado un nivel de correlación moderado, siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,000$ el cual es menor a 0,01 deduciéndose como positivo y significativo, por tal razón se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general que asevera: “La implicancia de las estrategias competitivas internacionales es directa y significativa en la identidad corporativa de Universidad Técnica de Machala.” Concluyendo que existe una incidencia directa y significativa entre las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Resultado para el objetivo específico 1

Describir la implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Tabla 5: Implicancia entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa

Alianzas estratégicas				Identidad		
Nivel	Puntaje		Porcentaje	Nivel	Puntaje	Frecuencia
Alto	46 a 60	1	0,85	Alto	83 a 96	2
Medio	31 a 45	11	9,32	Medio	29 a 72	58
Bajo	15 a 30	106	89,83	Bajo	23 a 36	58
Total		118	100,00	Total		118

Fuente: Encuesta

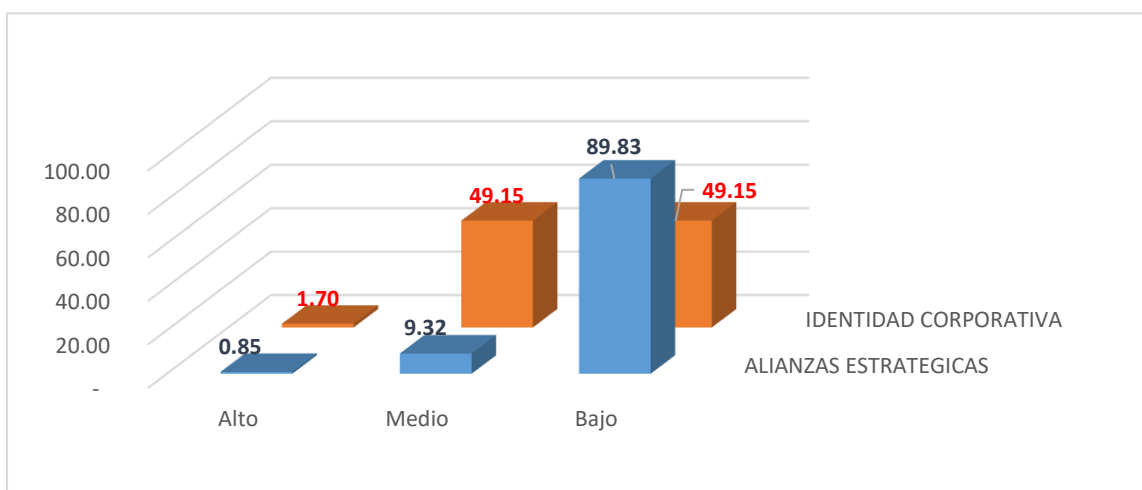


Figura 2: Implicancia entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa

Fuente: Encuesta

En la tabla 5 y figura 2 muestran la distribución de frecuencias por niveles de las variables alianzas estratégicas e identidad corporativa, observándose que la variable alianzas estratégicas tiene un porcentaje del 0,85 % en el nivel alto, con un 9,32% el nivel medio y con un 89,83% un nivel bajo teniendo relación con la variable identidad corporativa en el nivel alto con un 1,70%, el nivel medio con un 49,15% y en el nivel bajo con un 49,15%, evidenciando la incidencia notable en el

nivel bajo de estas variables. La pandemia del Covid 19 impactó de forma desfavorable a millones de estudiantes en todo el mundo, datos de la UNESCO sostienen que 1.200 millones de estudiantes dejaron de recibir clases presenciales, de este grupo más de 160 millones son de América Latina y El Caribe, países que tienen características similares como: deficiente desarrollo en tecnologías, escaso acceso al internet y recursos económicos muy bajos de las familias más pobres y vulnerables. Se suspendió las clases presenciales para optar por las clases en línea, las universidades no estuvieron preparadas para el cambio de educación presencial a virtual, de ahí la prioridad que en la planificación estratégica de la Universidad Técnica de Machala se fortalezcan las alianzas estratégicas a través de la firma de convenios marco con otras instituciones de educación superior que tienen una amplia trayectoria y experiencia en el manejo de plataformas educativas para estudios online, a distancia y semipresencial para implementarlas y proyectar positivamente su identidad corporativa. Suscribir alianzas estratégicas con los Gobiernos Municipales Autónomos de los 14 cantones de la provincia de El Oro para la creación de extensiones universitarias permitirá aumentar el nivel de cobertura para los estudios universitarios de cientos de bachilleres que no han tenido acceso a la universidad.

Prueba de hipótesis para el objetivo 1

H1: Hay una incidencia significativa y positiva de la variable alianzas estratégicas y sus indicadores: convenios internacionales, convenios interinstitucionales, cultura de aseguramiento de la calidad, evaluación y acreditación, redes y actividades de investigación y la variable identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Ho: No existe incidencia significativa y positiva de la variable alianzas estratégicas conformada por los indicadores convenios internacionales, convenios interinstitucionales, cultura de aseguramiento de la calidad y evaluación,

acreditación y redes y actividades de investigación y la variable identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Nivel de confianza: 99% = 0.01

Regla para el análisis: Sig. \geq 0,01, se admite Ho, caso contrario se rechaza.

Prueba para determinar la incidencia con datos No paramétricos y variables categóricas.

Tabla 6: Coeficiente de relación entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa

Alianzas estratégicas	Identidad	
Rho Alianzas Estratégicas Coeficiente de	1,000	,289
Sig. (bilateral)		0,000
N.	118	118
Identidad Corporativa Coeficiente de correlación	,289	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	
N.	118	118

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Programa SPSS

En la tabla se aprecia los resultados del coeficiente de correlación medida con el coeficiente de Rho Spearman, con un valor de 0,289 demostrando que las alianzas estratégicas tienen una correlación ligeramente baja y positiva con la identidad corporativa. Con un nivel bilateral $p= 0,000$, por ser menor a 0,01 se traduce que, si hay significancia estadística, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna para el objetivo 1 “La implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas estratégicas es directa y significativa con la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.” Concluyendo que

existe una incidencia significativa y directa baja entre las alianzas estratégicas y la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Resultado del objetivo específico 2

Determinar la implicancia de las estrategias competitivas de las filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Tabla 7: Implicancia de las filiales en la identidad corporativa

Filiales				Identidad corporativa			
Nivel	Puntaje	Frecuencia	Porcentaje	Nivel	Puntaje	Frecuencia	
Alto	19 a 24	17	14,41	Alto	83 a 96	2	1,70
Medio	13 a 18	48	40,68	Medio	29 a 72	58	49,15
Bajo	6 a 12	53	44,91	Bajo	23 a 36	58	49,15
Total		118	100,00	Total		118	100,00

Fuente: Encuesta

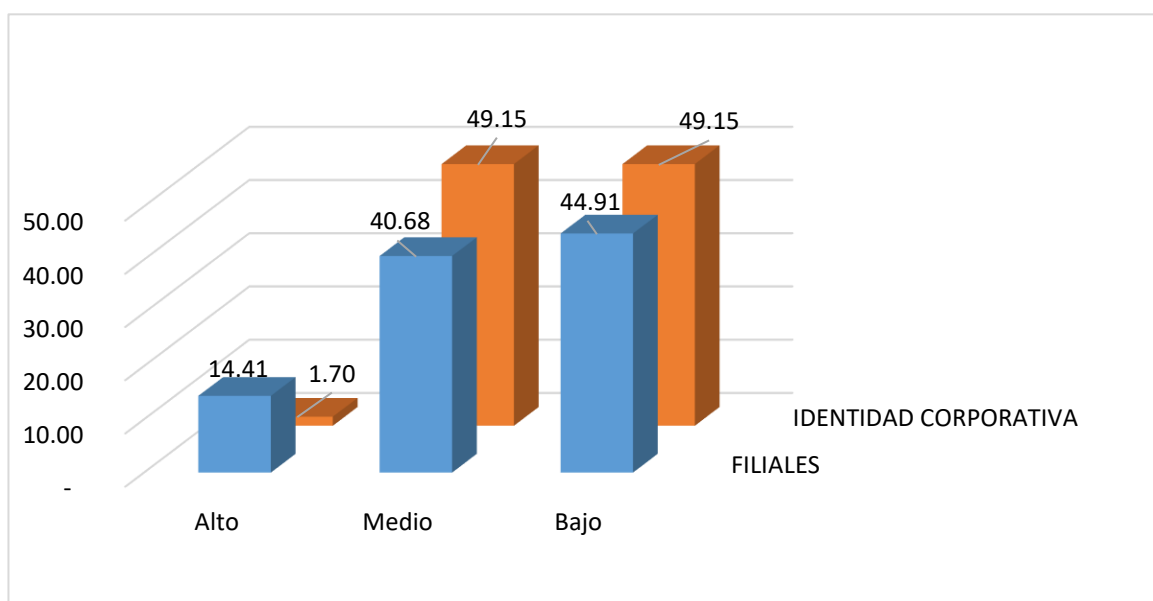


Figura 3: Implicancia de las filiales en la identidad corporativa

Fuente: Encuesta

En la tabla 7 y gráfico 3 se observa la distribución de frecuencias por niveles de la variable filiales e identidad corporativa. En la variable filiales se aprecia en el nivel alto un porcentaje de 14,41%, el nivel medio 40,68%, y el nivel bajo un 44,91%, se relaciona con la variable identidad corporativa en un nivel alto con 1,70%, nivel medio con un 49,15% y el nivel bajo con un 49,15%. Las implicancias de las filiales tienen un nivel de correlación significativa y positiva con la identidad corporativa en el nivel medio y bajo.

Analizando los datos se aprecia que la estrategia competitiva relacionada a filiales necesita ser abordada dentro de la planificación estratégica de la Universidad Técnica de Machala para la creación de filiales en el exterior, donde no necesariamente debe tener un campus universitario, sin embargo, como centro de educación matriz tiene los siguientes derechos: el control de las decisiones estratégicas como los procesos operativos, los programas académicos, normas de calidad, gestionar su planta docente, todas estas acciones deben ser parte de la política institucional encaminada a fortalecer su identidad corporativa. Para la internacionalización de esta Alma Mater tiene que incursionar en una educación transfronteriza, involucrar al claustro docente en la elaboración de un diseño curricular integrador, interdisciplinario y multidisciplinario apegado a los lineamientos de Consejo de Educación Superior (CES), elaborar programas internacionales que permitan a los estudiantes extranjeros tener conocimiento de otras culturas. Este crecimiento transfronterizo permitirá reconocer a la Universidad Técnica de Machala como un proveedor de educación en el extranjero, insumo que ayudará a la acreditación institucional y al reconocimiento nacional e internacional.

Prueba de hipótesis para el objetivo 2

H1: Hay una incidencia significativa y positiva de la variable filiales y sus indicadores: procesos de formación académica en universidades, desarrollo de la ciencia, tecnología e investigación, avances de los proyectos de investigación en

universidades extranjeras y la variable identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Ho: No existe incidencia significativa y positiva de la variable filiales y sus indicadores: procesos de formación académica en universidades, desarrollo de la ciencia, tecnología e investigación, avances de los proyectos de investigación en universidades extranjeras y la variable identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Regla para el análisis: Sig. \geq 0,01, se admite Ho, caso contrario se rechaza.

Prueba para determinar la incidencia con datos No paramétricos y variables categóricas.

Tabla 8: Coeficiente de relación entre filiales e identidad corporativa

Filiales		Identidad Corporativa	
Filiales	Coeficiente correlación	1,000	,661**
Rho de Spearman	Sig. (bilateral)		0,000
Identidad Corporativa	N	118	118 1,000
	Coeficiente correlación	,661**	0,000
	Sig. (bilateral)		
	N	118	118

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Programa SPSS

En la tabla 8 se observa los resultados del coeficiente de correlación fundamentado en el cálculo del coeficiente Rho de Spearman con un valor de 0,661 demostrando una relación significativa y positiva entre las dos variables de estudio. Existe un grado alto de correlación con el nivel de significancia bilateral $p= 0,000$, por ser menor a 0,01 que se traduce en un alto grado de significancia estadística, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis para el objetivo 2 “La implicancia de las estrategias competitivas de las filiales es directa y significativa en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.” Concluyendo que existe una incidencia significativa y directa entre las variables filiales e identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Resultado del objetivo específico 3

Identificar la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Tabla 9: Implicancia de licencias e identidad corporativa

Licencias				Identidad corporativa			
Nivel	Puntaje	Frecuencia	Porcentaje	Nivel	Puntaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	10 a 12	23	19,49	Alto	83 a 96	2	1,70
Medio	7 a 9	45	38,14	Medio	29 a 72	58	49,15
Bajo	3 a 6	50	42,37	Bajo	23 a 36	58	49,15
Total		118	100,00	Total		118	100,00

Fuente: encuesta

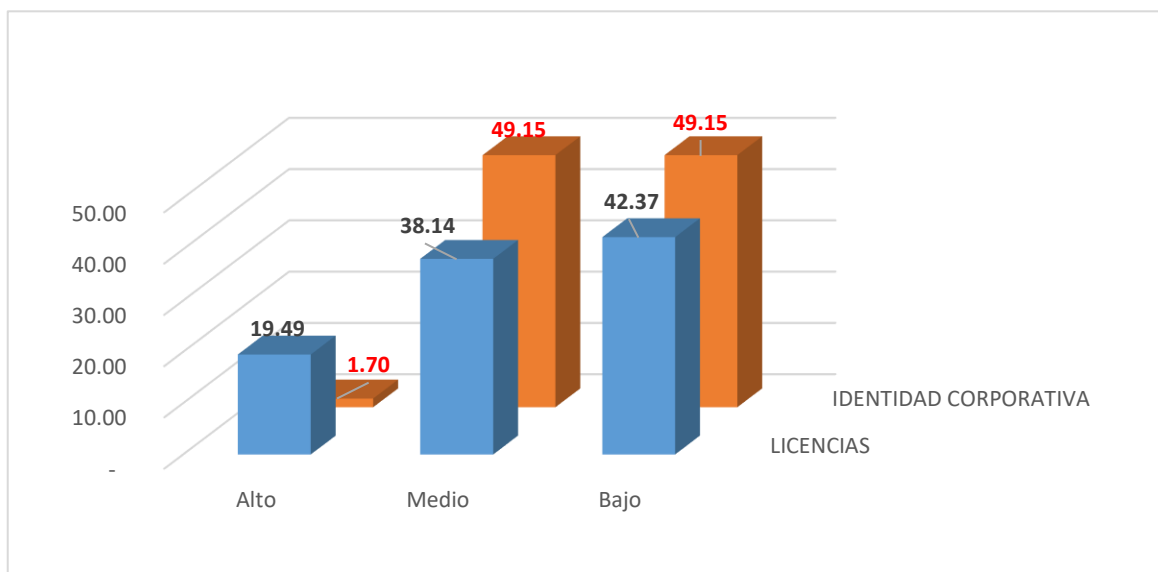


Figura 4: Implicancia de licencias e identidad corporativa

Fuente: Encuesta

En la tabla 9 y figura 4, se observa que la variable licencias se sitúa en el nivel alto con un porcentaje de 19,49%, el nivel medio con 38,14%, el nivel bajo un 42,37% teniendo relación con la variable identidad corporativa en un nivel alto con 1,70%, el nivel medio con un 49,15% y el nivel bajo con un 49,15%. Concluyendo que existe una incidencia significativa en la variable licencia e identidad corporativa en el nivel bajo y medio. Existe un marcado descontento de los docentes por el proceso de gestión para tramitar licencias para capacitaciones, asistencia a congresos, ponencias, estudios doctorales, pasantías académicas; las autoridades de la Universidad Técnica de Machala tienen que trabajar en una política institucional para optimizar los procesos administrativos, evitando que el claustro docente termine desmotivado y decline participar en eventos académicos en otras universidades debido a la lentitud de los trámites para los permisos y ayudas económicas correspondientes. La virtualidad nos ha dejado una gran lección y aprendizaje y es que al aplicar una estrategia competitiva como es la optimización de las tecnologías de la información y comunicación permitirá aligerar los procesos administrativos y llevar a esta universidad a una verdadera identidad corporativa.

Prueba de hipótesis para el objetivo 3

H1: Existe una incidencia significativa y positiva de la variable licencias con sus indicadores: permisos para la movilidad docente, programas de movilidad nacional estudiantil, programas de movilidad internacional estudiantil y la variable identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Ho: No existe incidencia significativa y positiva de la variable licencias y sus indicadores: permisos para la movilidad docente, programas de movilidad nacional estudiantil, programas de movilidad internacional estudiantil y la variable identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Nivel de confianza: 99% = 0,01

Regla para el análisis: Sig. \geq 0,01, se admite Ho, caso contrario se rechaza

Prueba para determinar la incidencia con datos No paramétricos y variables categóricas.

Tabla 10: Coeficiente de relación entre licencias e identidad corporativa

Licencias			Identidad Corporativa
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	de 1,000 de	,713** 0,000
Licencias	N.	118	118 1,000
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	de ,713**	0,000
Identidad Corporativa	N.	118	118

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Programa SPSS

En la tabla 10 se observa los resultados del coeficiente de correlación con un valor de 0,713 evidenciando que existe una correlación entre las variables. Existe un nivel alto de correlación y significancia bilateral $p= 0,000$, por ser menor a 0,01 que se traduce a un alto grado de significancia. Razón por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis para el objetivo 3 “La implicancia de las estrategias competitivas de licencias es directa y significativa en el desarrollo de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.” Concluyendo que existe una incidencia positiva, significativa y directa entre las variables licencias e identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

4.2. Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación han sido analizados y contrastados con investigaciones correlacionadas que han permitido describir los siguientes criterios. Analizando los resultados del objetivo general quedó demostrada la correlación entre la variable estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa en el nivel medio con un 38,14% y 49,15% respectivamente, en el nivel bajo con un 59,32% y un 49,15% en las dos variables, con los datos obtenidos se realizó el análisis y contrastación con las siguientes investigaciones.

El estudio realizado por Villavicencio (2019) “Internacionalización de la educación superior en Cuba. Principales indicadores” realizó un análisis de los factores internos y externos de las universidades para su internacionalización, el desarrollo de la investigación y los estudios doctorales, concluyendo que las alianzas estrategias y la cooperación internacional mejoran los estándares de calidad, asumiendo todas las actividades del quehacer universitario con responsabilidad social empresarial.

Teniendo correlación con los resultados de la presente investigación que demostró que existe la necesidad de implementar nuevas estrategias competitivas como: gestionar convenios para proyectos de vinculación con los sectores productivos de la provincia de El Oro y el país, crear redes de investigación con universidades locales, regionales e internacionales, mejorar la gestión administrativa para el claustro docente, personal administrativo y de servicio; las autoridades tienen que promover la comunicación efectiva en todos los estamentos propiciando la sinergia institucional, desarrollar una gestión más eficiente para agilizar los procesos administrativos y puedan cumplirse los planes operativos anuales declarados en el Plan de Desarrollo Institucional, de esta manera la Universidad Técnica de Machala visibilizará su identidad corporativa. La internacionalización universitaria debe ser transversal en cada uno de los procesos que se realizan, con la participación de todos los actores que conforman el claustro universitario.

Peña & Jiménez (2014) en su estudio “Internacionalización y cooperación universitaria: el caso de cátedra Europa” destacaron la importancia de los procesos de cooperación de las instituciones de educación superior para alcanzar la internacionalización, trabajar con enfoque de igualdad, tomando como ejemplo el estudio de la cátedra de Europa como un programa de internacionalización en la Universidad del norte de Barranquilla. Concluyendo que las universidades tienen que considerar los procesos de internacionalización desde un enfoque global, donde todos los estudiantes tengan los mismos derechos de participar en los programas de estudio en universidades extranjeras.

Tiene relación con la presente investigación pues sus resultados demostraron la necesidad de la internacionalización de la Universidad Técnica de Machala, desafió a conseguir por parte de las nuevas autoridades de esta alma mater y considerado uno de los ejes estratégicos para orientar su política institucional. Desarrollar de forma eficiente sus funciones sustantivas de docencia, investigación y vinculación, alcanzar altos estándares de calidad en los procesos académicos le permitirá una mayor proyección institucional y su internacionalización.

La investigación de Rincón (2013) en su estudio “Movilidad de doctores colombianos. Revisión del estado del arte frente a la internacionalización de la educación superior” manifestó que las universidades Latinoamericanas deben centrar su trabajo en los procesos de movilidad docente para estudios doctorales, desarrollar altos niveles de producción científica, insumos que se requieren para la internacionalización universitaria. Concluyendo que cumplir con estos procesos requiere un trabajo comprometido de todos los estamentos que conforman la universidad para una gestión de calidad.

Esta propuesta se correlacionó con los resultados de este estudio en algunos aspectos como la movilidad docente para estudios de posgrado, siendo un indicador que tiene un nivel bajo lo que incide en los procesos de internacionalización. Impulsar nuevas estrategias competitivas significa trabajar con una perspectiva muy grande, con un enfoque social humanista, el compromiso de mejorar los estándares de calidad y excelencia, adquiriendo nuevos pactos y convenios con otras universidades para la movilidad docente, la investigación científica, utilización de nuevas tecnologías, formación académica, movilidad estudiantil y desarrollo de nuevos aprendizajes para los estudiantes con énfasis en los nuevos avances de la ciencia y el conocimiento científico.

Para el objetivo específico 1, queda evidenciada la correlación entre las variables alianzas estratégicas e identidad corporativa, llegando a la conclusión que existe una correlación media con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,289 con un valor de 0,000 menor al nivel de significancia que el determinado 0,01. Seguidamente se contrastó información con investigaciones similares.

Al respecto, Mendoza (2017) en su investigación “Alianzas estratégicas internacionales universitarias como mecanismo de internacionalización de la educación superior: caso de estudio: Universidad Autónoma de Nuevo León”. Hace hincapié en la necesidad de las universidades de desarrollar alianzas estratégicas

para los procesos de internacionalización. Concluyendo que es imperativo un buen manejo de los recursos económicos para cumplimentar las proyecciones de la identidad corporativa institucional.

Concordando con los resultados de la presente investigación donde se evidenció que las estrategias competitivas relacionadas con las alianzas estratégicas con indicadores: convenios internacionales, cultura de aseguramiento de la calidad y evaluación, acreditación, redes de investigación, relación universidad- desarrollo tecnológico, planes de mejora continua no se visibilizan ante la comunidad docente y con otras universidades por lo que es prioritario realizar proyectos de desarrollo social, vinculación con los sectores productivos, redes de investigación, para tener proyección global.

La investigación de Mesa & Salazar (2012) “La Alianza Universidad- Empresa - Estado y los procesos de I +D: Una mirada al caso Antioqueño”. Sostienen que las universidades deben crear alianzas estratégicas con las empresas públicas y privadas aportando al desarrollo y crecimiento económico del país, fortalecer la investigación con proyectos para los sectores productivos convirtiéndose en instituciones generadoras de trabajo, propiciando el bienestar de la sociedad. Concluyendo que las universidades deben fortalecer nexos permanentes con los sectores públicos y privados, estos pactos deben cumplir con niveles de formalidad, ser revisados y modificados con el transcurrir del tiempo y las necesidades que surjan para realizar nuevos alcances, considerando que las alianzas estratégicas tienen múltiples propósitos de forma bilateral, como el intercambio de nuevas tecnologías y aprendizajes.

Coincidiendo con los resultados de esta tesis que evidenció un escaso conocimiento del claustro docente respecto a las alianzas estratégicas que tiene la Universidad Técnica de Machala. La provincia de El Oro es una de las zonas más productivas del país, con una gran actividad en el sector agrícola, pecuario,

acuícola, minero y de la pequeña industria que generan grandes oportunidades de desarrollo socioeconómico que tiene que aprovechar la universidad para promover alianzas estratégicas con estos sectores, con proyectos de vinculación generando oportunidades de trabajo para los futuros profesionales de sus carreras, considerando la capacidad, calidad y naturaleza de los recursos de cada una de las partes involucradas en estas alianzas, más la confianza en el desarrollo armonioso de las actividades a cumplir tienen un impacto positivo para fortalecer las alianzas estratégicas.

El estudio realizado por Lalangui (2015) “Alianza estratégica GAD Municipal Machala y Universidad Técnica de Machala para el fortalecimiento del programa creciendo con nuestros hijos –CNH” fundamentó su investigación en la importancia de fortalecer los proyectos de vinculación con la participación de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, resaltó lo positivo de las alianzas estratégicas interinstitucionales desde un enfoque sociológico para beneficiar a los sectores más apartados y abandonados por los gobiernos de turno. Concluyendo en la formulación de estrategias de vinculación que permiten alianzas estratégicas institucionales al servicio de la comunidad.

Se correlaciona con esta investigación porque la Universidad Técnica de Machala para fortalecer las alianzas estratégicas tiene que propiciar un acercamiento con los gobiernos municipales autónomos descentralizados con la finalidad de firmar nuevos proyectos de vinculación con calidad académica e investigativa, sometidos a un proceso de seguimiento, monitoreo y control responsable para que se cumplan los objetivos y tiempos establecidos para su ejecución, estos proyectos deben ser vinculantes con los sectores más necesitados de la sociedad, que sus resultados sean visibles y se evidencia los logros esperados, no deben ser proyectos que sirvan para que los estudiantes cumplimenten con las 260 horas de vinculación establecido en la normativa y el reglamento de las carreras. Esta alianza estratégica gobiernos municipales - universidad debe ser parte del Plan de Desarrollo

Estratégico Institucional que permita el compromiso permanente de la universidad y los gobiernos locales.

El objetivo específico dos relaciona la variable filial con la variable dependiente identidad corporativa con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,661 considerado un nivel de significancia moderado, se correlacionó con las siguientes investigaciones.

El estudio realizado por Laffita, Idania, & Liffte (2013) “Pertinencia de la Extensión Universitaria en el Proceso Docente Educativo de la Filial Universitaria Imías” enfocaron su estudio en la importancia de la extensión universitaria con la creación de filiales que permitan el desarrollo de la ciencia, la investigación y la formación académica con altos niveles de calidad. Concluyendo que las universidades por medio de sus filiales logran el desarrollo integral de los alumnos, desde los valores éticos profesionales hasta actividades intelectuales y científicas.

Estos hallazgos concuerdan con los resultados de la presente investigación, en el hecho que la provincia de El Oro cuenta con 14 cantones y en ninguno de ellos existen extensiones de la Universidad Técnica de Machala, las que habían fueron cerradas debido al proceso de evaluación y acreditación de universidades en el gobierno del presidente Rafael Correa por no cumplir con los indicadores para su funcionamiento. Ante esta realidad es imperativa la necesidad de trabajar en proyectos para la creación de filiales y extensiones como un proceso de diferenciación institucional y el logro de su internacionalización.

Arana (2018) en su investigación “Cultura organizacional y su influencia en la gestión del conocimiento en los docentes de la Universidad Peruana Unión Sede y Filiales, periodo 2017” argumentó el nivel de influencia que tiene la cultura organizacional para desarrollar la formación académica docente de las filiales

universitarias, incidiendo significativamente en la gestión del conocimiento. Llegando a la conclusión de que es importante fortalecer la cultura organizacional para desarrollar la gestión del conocimiento científico.

Correlacionando con la presente investigación en la que sus resultados denotan la importancia de la formación académica universitaria, el desarrollo del conocimiento científico; los proyectos de vinculación deben ir a los rincones más apartados de los cantones de la provincia de El Oro, esto se puede lograr con una cultura organizacional en la que se planifique aspectos futuros como creación de filiales y extensiones universitarias.

El estudio de Soriano Pilar & Batistapau (2021) “Percepción del empleo de las TIC en la formación académica semipresencial en filiales universitarias” manifestaron la importancia de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para los estudios universitarios modalidad semipresencial de las filiales, sus beneficios y como incide en el campo laboral de los futuros profesionales. Llegando a la conclusión que la innovación tecnológica en las universidades permite una educación de calidad en las filiales, optimizando los procesos de gestión para la adquisición nuevas plataformas virtuales.

Teniendo relación con los resultados de esta tesis doctoral que demostró la necesidad de creación de filiales y extensiones universitarias en los diferentes cantones de la provincia de El Oro. Las nuevas autoridades de la Universidad Técnica de Machala gobernarán la institución desde el periodo comprendido entre los años 2022-2027, las propuestas de campaña estuvieron dirigidas a gestionar la creación de filiales con fines de internacionalización, creación de extensiones universitarias en convenio con los gobiernos municipales, siendo una excelente gestión a desarrollar para generar una excelente estrategia competitiva. Con la pandemia del Covid 19 y el presupuesto cada vez más reducido existe la necesidad de crear la movilidad virtual suscribiendo convenios interinstitucionales para adquirir

plataformas virtuales que permitan un mayor acceso a la educación online y un gran soporte tecnológico para la educación en las extensiones universitarias. Finalmente se daría cumplimiento al Artículo 103 del Reglamento de Régimen Académico que manifiesta que las universidades y escuelas politécnicas con cada una de sus unidades académicas propiciarán redes internacionales para crear programas y carreras, educación continua, desarrollo de proyectos de investigación, de innovación tecnológica, de desarrollo, programas de movilidad académica de docentes y estudiantes. (Universidad Técnica de Machala, 2017, p. 1/9).

El objetivo tres demostró la correlación entre las variables licencias e identidad corporativa en la Universidad Técnica de Machala 2022, existe una correlación positiva con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,713 con un valor de 0,000 menor al nivel de significancia que el determinado 0,01 lo que se traduce a un nivel moderado de significancia. Se realizó la correlación con los siguientes trabajos de investigación.

El estudio realizado por Escobar (2017) “Análisis de la política ecuatoriana de becas de estudios de posgrado en el exterior y su relación con el cambio de matriz productiva” explicó el proceso de evaluación de los estudios de posgrado de docentes universitarios de universidades públicas bajo la rectoría de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENESCYT) en el gobierno del Econ. Rafael Correa, el objetivo a alcanzar fue que con estos estudios adquiridos se cambie el modelo de matriz productiva dependiente de la producción y exportación de materia prima y la dependencia de desarrollo tecnológico y científico de Estados Unidos. Concluyendo que se adjudicaron desde el año 2014 más de 10.000 becas y licencias para cursar estudios de posgrado en universidades extranjeras, se pudieron comparar con los datos comprendidos en los años 1.995 hasta el 2006 en donde se otorgaron 299 becas y licencias teniendo como resultado un aumento de 42 veces de docentes beneficiados hasta el año 2014 lo que demostró que el gobierno de Rafael Correa consideró como política pública los procesos de financiamiento de becas por un monto de 267 millones de dólares sin límites de

gastos de acuerdo a la Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología (SENESCYT). La política de becas quedó solo en un análisis teórico y no cumplió con los objetivos planteados debido a que las universidades no priorizaron los estudios de posgrados, la equidad para el acceso, los conocimientos científicos y tecnológicos que se requerían para el cambio de la matriz productiva.

Se correlaciona con esta investigación porque en sus resultados quedó evidenciado que la Universidad Técnica de Machala tiene docentes que han realizado estudios doctorales en el extranjero y los mismos no están relacionados con la matriz productiva, la mayoría de investigaciones doctorales están enmarcados en el perfil profesional de los docentes. No ha existido equidad en el acceso a las becas y licencias, una cantidad significativa de docentes cursaron sus estudios doctorales con sus propios recursos, implicando un gran esfuerzo y sacrificio porque eran docentes contratados; posteriormente obtuvieron la ayuda económica. Sin embargo, existen docentes que hasta la actualidad no han recibido ayuda económica para realizar un doctorado. Concluyendo que es una situación muy compleja el cumplimentar con estos estudios doctorales, las licencias se otorgan en el mes de vacaciones que tienen los docentes, el tiempo es muy corto para continuar con todo el proceso de preparación y desarrollo investigativo siendo necesario que se cumpla la normativa para obtener una licencia con el tiempo necesario para culminar con todo el proceso del desarrollo que conlleva la realización de una tesis doctoral.

La investigación de (Rodríguez, 2011) “La garantía de la calidad, base de la movilidad” realizó un análisis del proceso de Bolonia encaminado hacia la modernización de las instituciones de educación superior en el marco europeo, de manera particular en España, haciendo énfasis que para lograr este proceso de transición y cambio ha sido la garantía de calidad que sirvió como soporte para la movilidad de estudiantes conjuntamente con la cooperación entre universidades. Enfocando su estudio a la construcción de una metodología que propicie en cada uno de sus indicadores la garantía de la calidad para los procesos de movilidad de

estudiantes, hace hincapié en la importancia de la evaluación para fortalecer las debilidades institucionales. Concluyendo su trabajo con una propuesta de mejoramiento para garantizar la calidad en un mediano plazo con trabajo en equipo, sinergia, cooperación de todas las universidades europeas con el objetivo de cumplimentar con los acuerdos de Bolonia.

Contrastando con la presente investigación y sus resultados se infirió que en la Universidad Técnica de Machala son necesarios procesos que permitan la garantía de la calidad, como un puntal para los procesos de movilidad de sus docentes y estudiantes en programas de estudios en el exterior que garanticen una educación pensando globalmente y actuando localmente. La movilidad académica junto a un proceso de licencias y recursos económicos con una garantía de calidad permitirá el desplazamiento de docentes investigadores, estudiantes a otras universidades del exterior para que realicen estudios académicos, prácticas pre profesionales, pasantías, capacitaciones e investigaciones.

Concluyendo que es un desafío garantizar la movilidad, alineado a los requerimientos de una educación global para las licencias y permisos, la asignación económica a tiempo para la realización de estos procesos de movilidad, de lograrlo se constituye en una alternativa para mejorar la calidad académica, la competitividad internacional, fortalecer la diversidad cultural y la transferencia de conocimientos.

Analizando la Resolución de Consejo Universitario No. 268 de la Universidad Técnica de Machala se constató que en el Reglamento de Movilidad Académica en su artículo 84 consideró la movilidad de sus docentes para realizar eventos académicos científicos en universidades extranjeras con la aprobación de licencias, comisión de servicios y asignaciones económicas. (Universidad Técnica de Machala, 2017, p. 1/9).

Teniendo relación con los resultados de esta investigación que demostró que es necesario hacer hincapié en promover los procesos de movilidad, licencias y asignación de recursos económicos a docentes y estudiantes para que participen en programas de estudios de tercer y cuarto nivel en universidades extranjeras. Existe la normativa en el Reglamento de Movilidad Académica, al tener la

Universidad Técnica de Machala autonomía académica, administrativa, orgánica y financiera sus autoridades tienen el reto de crear políticas viables para desarrollar eficientes procesos de movilidad y licencias para eventos científicos como congresos, ponencias, programas de estudios de maestrías y doctorados dando prioridad a los docentes que no han participado en estas actividades de formación académica y necesitan realizarlos para el proceso de escalafón docente.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

Se determinó a partir de los resultados obtenidos en esta investigación la incidencia de las estrategias competitivas internacionales y la identidad corporativa como significativa y positiva, es necesario fortalecer los procesos de internacionalización de la Universidad Técnica de Machala con una nueva metodología que garantice la calidad y una eficiente planificación estratégica que apunte a mejorar las estrategias competitivas internacionales para desarrollar la identidad corporativa fortaleciendo los principios de sus funciones sustantivas: docencia, investigación y vinculación. Las encuestas realizadas demostraron que los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales tienen una percepción mínima de las estrategias competitivas generando que no se visibilice el desarrollo de la identidad corporativa.

Las alianzas estratégicas tienen una incidencia directa en un nivel medio con la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, las encuestas demostraron su escasa difusión en la radio pública y redes sociales de la universidad. Quienes tienen conocimiento de estas alianzas son los docentes que trabajan en proyectos de investigación y vinculación, es necesario una mayor difusión por medio de los canales oficiales y que forme parte de la política de comunicación efectiva de la universidad.

Las estrategias competitivas relacionadas a filiales tienen una incidencia significativa, positiva y directa con la identidad corporativa. Las encuestas demostraron que no hay un trabajo direccionado al desarrollar filiales y extensiones

universitarias. La Universidad Técnica de Machala tiene que firmar convenios con universidades de la región y del mundo para la creación de filiales, así como extensiones universitarias en los cantones de la provincia de El Oro.

Las estrategias competitivas relacionadas a licencias tienen una incidencia significativa y directa con la identidad corporativa. Además, de acuerdo a los resultados de las encuestas influye mucho el otorgamiento de licencias para realizar estudios de posgrado en el exterior. Las trabas burocráticas no permiten agilizar los procesos para obtener los permisos y asignaciones económicas correspondientes para asistir a eventos científicos dentro y fuera del país.

Se diseñó los lineamientos para mejorar las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

CAPÍTULO VI

6. RECOMENDACIONES

La Universidad Técnica de Machala pertenece a las instituciones de educación superior del Ecuador con autonomía responsable, los directivos del departamento de planificación deben revisar los lineamientos actuales de la planificación estratégica institucional y los programas operativos que le permitan potenciar las estrategias competitivas internacionales, pensando en una educación global trabajando desde lo local. Cumplir con la misión, visión, valores y objetivos por medio de excelentes estrategias de comunicación construyendo la identidad corporativa que le permitirá tener su sello propio y diferenciación, con un sentimiento de pertenencia, constituyéndose en un pilar fundamental y razón de ser una universidad pública al servicio de la sociedad.

El Vicerrectorado de Investigación junto a las autoridades de la Universidad Técnica de Machala deben suscribir nuevos convenios interinstitucionales a nivel nacional e internacional con otras instituciones de educación superior para fortalecer alianzas estratégicas, transferencia de conocimientos, investigaciones, avances científicos y tecnológicos, estudios culturales, redes de investigación que servirán de vínculo para el logro de ventajas competitivas de manera efectiva. Es importante considerar el talento humano, recursos tecnológicos y financieros para lograr una buena complementariedad y colaboración.

La universidad es el templo perfecto para desarrollar ciencia, conocimiento científico, valores y cultura; enseña a pensar, trabajar, investigar, fomenta una relación sociedad y cultura, por lo tanto y fundamentado en el Artículo 103 del

Reglamento de Régimen Académico que establece que las universidades y escuelas politécnicas pueden crear filiales, redes de investigación, proyectos de investigación multidisciplinarios; una estrategia para la internacionalización de la Universidad Técnica de Machala es la creación de filiales en universidades extranjeras, permitiendo la ampliación de posibilidades y oportunidades de acceso a la educación superior, multiplicar y extender los conocimientos contribuyendo a un desarrollo equitativo de nuevos profesionales, para obtener ventajas competitivas con otras universidades del mundo. Ampliar la cobertura educativa a todos los 14 cantones de la provincia de El Oro con la creación de extensiones universitarias la proyectará como universidad futurista.

Las licencias y movilidad para estudios de posgrado, pasantías y congresos es un derecho de los docentes universitarios contemplado en la ley Orgánica de Educación Superior (LOES), la Universidad Técnica de Machala debe propiciar una gestión administrativa eficiente, sin trabas burocráticas para acceder a los procesos de licencias y movilidad de sus docentes y estudiantes para estudios de posgrados, seminarios, capacitaciones, ponencias, pasantías entre otros eventos académicos científicos.

El Vicerrectorado Académico como responsable del área académica de la Universidad Técnica de Machala, debe conformar un equipo de trabajo multidisciplinario con el departamento de Dirección Académica, Decanos, Subdecanos, Coordinadores académicos, Coordinadores de carreras para presentar en el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional lineamientos que permitan desarrollar las estrategias competitivas internacionales y el desarrollo de la identidad corporativa de la universidad.

CAPÍTULO VII

7. VII. PROPUESTA DEL PLAN DE ACCIÓN

Para que se puedan visibilizar las recomendaciones a las que se ha llegado en este trabajo investigativo, se ha establecido los lineamientos para fortalecer las estrategias competitivas internacionales de la Universidad Técnica de Machala, que servirán como alternativas de solución a la problemática planteada. De ser implementadas, la institución visibilizará su identidad corporativa a nivel interno y externo. (Ver anexo 11).

CAPÍTULO VIII

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca, O. (2010). Alianzas estratégicas: ¿Adquisición o acceso al conocimiento? Editorial Ciencias Económicas.
- Abrigo, I. (2018). Estrategias de emprendimiento empresarial enfocadas en las TIC para mejorar la ventaja competitiva en el sector artesanal del cantón Loja período 2014-2016. Ecuador.
- Albert, G. (2007). *La Investigación Educativa: claves teóricas*. S.A.U.: Mc Graw Hill Interamericana en español.
- Almuñaz, J., & Galarza, J. (2015). Las alianzas estratégicas y sus singularidades en las relaciones de las Instituciones de Educación Superior y las empresas. *Revista Estrategia y Gestión Universitaria*, 56-67.
- Altbach, P., & Knight, J. (2006). Visión panorámica de la internacionalización en la educación superior, motivaciones y realidades. *Perfiles educativos*, XXVIII (11), 13-39.
- Amaru, A. (2009). Fundamentos de administración. Teoría general y procesos administrativos. México: Prentice Hall. Primera edición.
- Anderson, C. (2018). Estrategia de competencias gerenciales y comunicación organizacional interna en el sector hotelero de 3 y 4 estrellas de Cajamarca.
- Ansoff, I. (1976). La estrategia de la empresa. Universidad de Navarra, Pamplona, Traducción del original: Corporate strategy. Nueva York: McGraw-Hill.

- Ansoff, I. (1998). *La Dirección estratégica en la práctica empresarial*. . México D.F: Pearson Education.
- Arana, M. (2018). *Cultura organizacional y su influencia en la gestión del conocimiento de los docentes de la Universidad Peruana Unión Sede y Filiales, periodo 2017*. Perú.
- Arenas, J., & García, R. (2007). *Las alianzas estratégicas internacionales. El impacto del origen del socio en la relación*. *Revista de estudios empresariales*.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas - Venezuela: Editorial Episteme, C.A.
- Arias, M. (2019). *Plan de Comunicación Institucional para los Programas de Movilidad Internacional en la Universidad Técnica de Ambato*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Bavaresco, A. (2006). *Proceso metodológico en la investigación: cómo hacer un diseño de investigación*. Maracaibo, Venezuela.: 5ta edición. Editora:Universidad del Zulia.
- Biblioteca Virtual Universal. (2003). *Sun Tzu, El Arte de la Guerra*. El Cardo. Obtenido de <https://biblioteca.org.ar/libros/656228.pdf>
- Blanco, T. (2018). *La construcción de la identidad corporativa en las universidades españolas*. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, XXVIII (2)*.
- CACES. (2018). *Política de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas en el marco del Sistema de Aseguramiento de la calidad de la Educación Superior*. Quito, Quito, Ecuador. Obtenido de www.caces.gob.ec.

- Callan, H. (2000). Higher Education Internationalization Strategies: Of Marginal Significance or All-Pervasive? *The International Vision in Practice: A Decade of Evolution, Higher Education in Europe*, 25:1, 15-23.
- Calle Marco, G. I. (2020). Planificación Estratégica. Aplicada a profesionales de la medicina y la jurisprudencia. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 83-90.
- Calle, M., Gurumendi, I., & Calle, M. (2020). Planificación Estratégica. Aplicada a profesionales de la Medicina y la Jurisprudencia. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 83-90. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus12-03-83.pdf>
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. Colección de libros de la empresa. Santiago.
- Carro, R., & González, D. (2012). *Administración de la calidad total*. Universidad Mar de Plata: Facultad de Ciencias Económicas y sociales.
- Castro, E. (2010). Ciencias Económicas.
- Castro, E. (2010). Las Estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Ciencias Económicas*, 1, 247-276. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7073/6758>
- Chávez, N. (2001). *Introducción a la investigación evaluativa*. Venezuela: Artes Gráficas.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc Graw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos. El capital Humano de las organizaciones* (Novena edición ed.). México: Mac Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito de las organizaciones*. México: McGraw Hill. Segunda edición.

Claudia, R. (2021). Modelo de gestión académica según norma ISO 21001:2018 para mejorar la calidad educativa, Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas - 2021. Universidad Cesar Vallejo (Perú). Perú: Repositorio Universidad Cesar Vallejo.

Claudia, R. (2021). Modelo de gestión académica según norma ISO 21001:2018 para mejorar la calidad educativa, Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas - 2021. Tarapotó- Perú. Universidad Cesar Vallejo (Perú). Perú: Repositorio Universidad Cesar Vallejo.

Conde, M. J. (2011). La garantía de la calidad, base de la movilidad. *REDU*.

Costa, J. (2018). *Identidad Corporativa*. Editorial Trillas.

David, F. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Prentice Hall.

De la Tejada, L. (1996). Auditoría de la imagen de la empresa: métodos y técnicas de estudio de la imagen. Síntesis.

Ellingboe, B. (1998). Divisional strategies to internationalize a campus portrait: Results, resistance, and recommendations from a case study at a U.S. university, in Mestenhauser, J.A. and Ellingboe, B.J (eds.), *Reforming the Higher Education Curriculum. Internationalizing the Campus. Phoenix, AZ:*

American Council on Education and Oryx Press., 198–228.

Enciclopedia jurídica. Evaluación por competencias. Tecnológico de Monterrey. (2020). Editorial Excelencia Educativa. A.C. Módulo 6.

Escobar, C. (2017). Análisis de la política ecuatoriana de becas de estudios de posgrado en el exterior y su relación con el cambio de matriz productiva.

Revistas *Latinoamericana de políticas y acción pública*, 23-49. Obtenido de <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/mundosplurales/article/view/2842>

- Fernández, S., Pérez, C., & Vaquero, A. (2009). Movilidad internacional de la universidad española: análisis regional e institucional del programa Sócrates-Erasmus. *Revista de estudios regionales* (85), 143-172. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3150069>
- Fisher, L., & Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. México: McGraw Hill. Tercera edición.
- Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa con el cuadro de mando integral*. México: Pearson Educación de México S.A de C.V.
- Frías, P. (2001). *Desafíos de modernización de las relaciones laborales: Hacia una nueva cultura y concertación empresarial*. LOM Ediciones. Primera edición.
- García, J. (2013). Movilidad estudiantil internacional y cooperación educativa en el nivel superior de educación. *Revista iberoamericana de educación*.
- Grant, R. (1996). *Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Ed. Civitas.
- Guasta, F. (2020). *La Movilidad Académica en la Cooperación para el desarrollo: Caso comparado de Chile y Japón*. Chile: Universidad de Chile. Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/179955/La_movilidad_academica_en_la_cooperacion_para_el_desarrollo
- Hatten, K. y. (1987). Strategic groups, asymmetrical mobility barriers and contestability. *Strategic Management Journal*, 8(4), 329-342.
- Hax, A., & Majluf, N. (1996). *The Strategy Concept and Process. A pragmatic approach*. Ed. Prentice hall; 2ª Edición.
- Hax, A., & Majluf, N. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo. De la visión a los resultados*. Granica: Prentice Hall. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Y34I6turglkC&printsec=frontcover&dq=>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México: Edición 3. McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V. <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lenguaspanola>. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. 23^o Edición. España.

Huertas, E. (1991). La competitividad de las Empresas y la política de Defensa de la Competencia. *Revista Vasca de Economía*, 50-69.

Hurtado, J. (2010). *Metodología de la investigación holística*. . Venezuela.: Sypal.

Illera, L. (2005). *Política empresarial: Línea de dirección y estrategias*. Colombia: Coedición Cesa y Mayol ediciones, S.A. Primera edición.

Jesús, S. (2005). La internacionalización de las universidades como estrategia para el desarrollo institucional. *Innovación Educativa*, 11. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179421475009>

Jesús, S. (2005). La internacionalización de las universidades como estrategia para el desarrollo institucional. *Innovación educativa*, vol. 5(26), 11.

Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179421475009>

Johnson, G., & Scholes, K. (1993). *Exploring Corporate Strategy*. Text and cases. Prentice Hall Internacional, Tercera Edición.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2005). *Exploring Corporate Strategy*. Text and cases. Prentice Hall Internacional, Séptima edición. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48469344/Strategic_Business_Management-with-cover-page-v2.

- Jones, G., & George, J. (2010). *Administración contemporánea*. México: McGrawHill. Sexta Edición.
- Kotler, P. (2001). Dirección de Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control. Pearson Education.
- Knight, J. (2006). Internationalization: Concepts, complexities and challenges. doi: https://doi.org/10.1007/978-1-4020-4012-2_11
- Knight, J. (2003). Updating the definition of internationalization. International higher education. *International Higher Education*.
- Knight, J. (2004). Internationalization remodeled: Definition, approaches, and rationales. *Revista de estudios en educación internacional*. doi:<https://doi.org/10.1177/1028315303260832>
- Knight, J. (2008). Higher education in turmoil: The changing world of internationalization. Toronto: Canadá: Sense Publishers Rotterdam.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1998). *Administración. Una perspectiva global*. México: McGraw Hill. Onceava Edición.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración empresarial, una perspectiva global*. México: McGraw Hill. 14° Edición.
- Kotler, P. (1992). *Dirección de Marketing*. Ed. Madrid, España.: Prentice Hall, Séptima edición.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- Laffita, N., Idania, M., & Liffte, G. (2013). Pertinencia de la extensión universitaria en el proceso docente educativo de la Filial Universitaria Imías. *EduSol*, 50-60.

Lalangui, N. (2015). Alianza Estratégica GAD Municipal Machala y UTMACH para el fortalecimiento del Programa Creciendo con nuestros hijos CNH. Machala: Universidad Técnica de Machala.

López, G. (2010). "El próximo escenario global " de Kenichi Ohmae: momento cumbre de su tejido teórico y la socialización del paradigma de la economía global. Colombia. Obtenido de <http://200.31.31.137:8080/bitstream/ucasagrande/527/1/EI%20pr%c3%b3ximo%20escenario.pdf>

López, M. (2014). Desarrollo de un modelo estratégico para la gestión internacional de los estudios universitarios de Postgrado. Una propuesta para instituciones de educación superior al servicio de la gestión de los recursos y capacidades de la empresa. Valencia, España: Universidad de Valencia.

López; Sieben, & Mónica. (2014). Desarrollo de un modelo estratégico para la gestión internacional de los estudios universitarios de Posgrado. Una propuesta para instituciones de educación superior al servicio de la gestión de los recursos y capacidades de la empresa. Valencia, España: Universidad Politécnica de Valencia.

Marín, D. (1996). La acreditación de carreras universitarias. Una tendencia actual en la formación de profesionales. *Perfiles Educativos* (71), 16.

Martínez, J. (2006). ¿La Matriz de Ansoff, sigue vigente cuarenta años después?

Revista del Departamento Académico. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281621761009.pdf>

Melewar, T., & Karaosmanoglu, E. (2006). Seven dimensions of corporate identity: A categorization from the practitioners' perspectives. *European Journal of Marketing*, 40(7/8), 846–869.

Méndez, C. (2002). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: Tercera Edición. Mc Graw Hill.

- Mendoza, E. (2017). Tesis doctoral: Alianzas estratégicas internacionales universitarias como mecanismo de internacionalización de la educación superior: caso de estudio. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Meraz, I. (2014). Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe en baja California, México.
- Mercedes, M. (2001). La Cooperación, una estrategia viable para relacionar a la Universidad con el sector productivo. *Multiciencias*, 95-106.
- Mesa, R., & Salazar, J. (Julio de 2012). La Alianza Universidad- Empresa- Estado y los procesos de I + D: una mirada al caso Antioqueño. *Perfil de Coyuntura Económica NO 19*, 157-176.
- Messina, G., & Sánchez, L. (1995). Evaluación de la calidad de la educación. *Revista Iberoamericana de educación*.
- Mestenhauser, J. (1998). Internationalization of higher education: A cognitive response to the challenge of the twenty-first century. *International Education Forum*, 18(1-2), 1-8. doi:10.12691/education-3-8-14
- Michael, P. (1982). Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: Patria S.A.
- Michael, P. (1982). Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: Patria S.A.
- Miles, R., & Snow, C. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. New York: McGraw-Hill.
- Miller, D. (1986). "Configurations of Strategy and Structure: Towards a Synthesis". *Strategic Management Journal*, 7, 233-249.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Management estratégica. Safari a la estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico.*

Buenos Aires: Ediciones Granica S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TfYlg8P1ybwC&oi=fnd&pg=PA21&dq=libro+estrategia+safari&ots>.

Mintzberg, H. (1988). "Generic Strategies: Toward a Comprehensive Framework". *Advances in Strategic Management, 5*, 1-67.

Mintzberg, H., & Quinn, J. (1993). *El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos* (Vol. Segundo volumen). México: Prentice Hall Hispanoamérica S.A.

Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El Proceso Estratégico. Conceptos, contextos y casos.* México, D.F.: Edición Breve. Primera Edición Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

Misas, G. (2004). *La educación superior en Colombia. Análisis y estrategias para su desarrollo.* Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=whvKuC2UAocC&oi=fnd&pg>

Moncada, G., Ramírez, P., & González, M. (2020). Estrategias competitivas de las empresas ecuatorianas exportadoras de camarón. Casos de éxito.

INNOVA Research Journal, (Enero - Abril 2020). Vol. 5(No.1), 125-142.

Morales, O. (2016). Fundamentos de la investigación documental y la monografía. Departamento de Investigación - Facultad de Odontología.

Morrisey, G. (1996). *Pensamiento estratégico.* México: Prentice Hall A. Simón & Schuster Company.

Münch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos.* México: Prentice Hall. Primera edición.

- Navas, J., & Guerras, L. (2002). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Biblioteca Civita. Tercera edición.
- Norma Internacional ISO 9000. Cuarta edición. (2015).
- Ohmae, K. (1989). *La mente estratega*. Madrid: McGraw Hill.
- Ortega, V. (2017). Gestión de la imagen corporativa de organizaciones universitarias desde el enfoque del marketing emocional. *Ciencia Matria*.
- Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología, III (N° 5. Julio - diciembre 2017).
- Pascuala, O., Pelayo, M., Sierra, D., & Casalins, M. (2010). *Introducción a la ingeniería de la calidad*. Argentina: Facultad de ingeniería. Universidad de Lomas de Zamora.
- Peña González, A. (2002). Análisis del instrumento de evaluación del desempeño docente, de los centros educativos privados del distrito N°11-02 de Puerto Plata.
- Peña, C., & Jiménez, M. (2014). Internacionalización y cooperación universitaria: el caso de cátedra Europa. *Investigación & Desarrollo*, 22 (1, enero-junio), 146-167.
- Peña, J., & Triguero, R. (2011). Modelo de competitividad internacional de la empresa: En economías en desarrollo y/o emergentes de Latinoamérica. *Escuela de organización industrial*.
- Pla, J., & León, F. (2004a). *Dirección de empresas internacionales*. Madrid: Pearson educación, S.A.
- Ponce, M. (2005). El desempeño profesional pedagógico del tutor docente en formación en la escuela primaria como micro universidad.

- Porter, M. (1882). *Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors*. New York.: The Free Press.
- Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Patria S.A.
- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_n0dDAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=related:uylyrxtGvgwJ:scholar.google.com/&ots.
- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Porter, M. (1985). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México D.F.: Editorial Continental.
- Porter, M. (2000). *Estrategias competitivas*. México: CECSA.
- RAE. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. España: Real Academia de la Lengua.
- Rafael, B., Jorge, M., & José, P. (abril -junio de 2016). Gestión de la identidad corporativa: Evidencias en el sector bancario. *Revista de Ciencias Sociales*, 49-62. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28049145005>
- Ramón, M. (2009). *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España*. España: Universidad de Catlunya. Obtenido de <https://www.tdx.cat/handle>

Reyes, O. (2013). *Administración estratégica y competitividad agrícola*. Universidad de Celaya.

Riel, V. (1997). *Comunicación corporativa*. México: Prentice Hall. Primera edición.

Rincón, M. (2013). Movilidad de doctores colombianos. Revisión del estado del arte frente a la internacionalización de la educación superior. *Criterio Libre*, 11 (18), 279-304.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson. Décima edición.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson- Decimotercera edición.

Rodríguez, M. (2011). La garantía de la calidad, base de la movilidad. *Revista de docencia universitaria*.

Roldan, P. (2017). Cooperación internacional. Economipedia.com.

Ruiz, C. (2021). Modelo de gestión académica según Norma ISO 21001:2018 para mejorar la calidad educativa, Universidad Autónoma de Alto

Amazonas. Tarapotó- Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500>

Ruiz, C. (2021). Modelo de gestión académica según norma ISO 21001:2018 para mejorar la calidad educativa, Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas - 2021. Perú: Repositorio Universidad Cesar Vallejo.

Ruiz, C. (2021). Modelo de gestión académica según norma ISO 21001:2018 para mejorar la calidad educativa, Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas - 2021. Universidad Cesar Vallejo, Tarapotó - Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/81611>

Ruiz, P. (2002). *Dirección*. México: Red Tercer Milenio.

- Sabino, C. (1991). *Diccionario de economía y finanzas*. Caracas: Editorial Panapo.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6to). México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Sánchez, J., & Pintado, T. (2009). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. Madrid: ESIC Editorial.
- Sánchez, M. (2017). La movilidad como elemento clave dentro de una política de internacionalización universitaria. *Journal Of Supranational Policies Of Education*, pp 69 - 80. DOI: <https://doi.org/10.15366/jospoe2017.m1>
- Scout, B., & Lodge, G. (1986). *US Competitiveness in the World Economy*, Boston: Harvard Business School. Press.
- SEP. (2014). Perfil, parámetros e indicadores para docentes y técnicos docentes y propuesta de etapas, aspectos, métodos e instrumentos de evaluación.
- Serra, A. F., & Roca-Piera, J. (2020). Movilidad virtual, reto del aprendizaje de la educación superior. *RED (revista de educación a distancia)*.
- Soriano Pilar, & Batistapau, M. (2021). Percepción del empleo de las TIC en la formación académica semipresencial en filiales universitarias. *Referencia Pedagógica*.
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración*. México: Editorial Prentice Hall.
- Suvatjis, J., J. Y., de Chernatony, L., & Halikias, J. (2012). Assessing the sixstation corporate identity model: A polymorphic model. *Journal of Product & Brand Management*, 21(3), 153–166.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la información científica*. México: 4ta Edición. Limusa Noriega Editores. Tancara, C. (1.997). La investigación documental.

Terry, G., & Franklin, S. (1986). *Principios de administración*. México: Editorial CECSA. Nueva edición.

Thompson, A., Peteraf, M., Gamble Jhon, & Strickland, A. (1994). *Administración estratégica: conceptos, teorías y casos* (18ava edición ed.). México: McGraw Hill.

Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2012). *Administración estratégica: conceptos, teorías y casos*. México: McGraw Hill.

Tschohl, J. (2014). *Servicio al cliente. El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Décima edición.

Tzu, S. (1963). *El arte de la guerra*. Nueva York: Universidad de Oxford. UNESCO. (2021). www.unesco.com.

Universidad Técnica de Machala. (01 de marzo de 2016). *Reglamento que regulariza el sistema de vinculación con la sociedad de la Universidad Técnica de Machala*. Recuperado el 27 de agosto de 2022, de VINCORI: <https://www.utmachala.edu.ec/archivos/vincopp/vinculacion/1.%20base%20legal/1.%20reglamento%20que%20regulariza%20el%20sistema%20de%20vinculaci%c3%93n%20con%20la%20sociedad>.

Universidad Técnica de Machala. (22 de abril de 2017). *Certificación ISO 9001*. Obtenido de Universidad Técnica de Machala uporablja Facebook.: https://m.facebook.com/utmach1969/photos/certificaci%C3%B3n-cubre-atodas-las-carreras-de-la-utmachutmach-recibi%C3%B3certificaci%C3%B3/1445753958820417/?locale2=sl_SI

Universidad Técnica de Machala. (2017). Resolución 268/ 2017. Machala. Obtenido de www.utmachala.edu.ec

Universidad Técnica de Machala. (2017 de mayo de 2017). *Resolución Consejo Universitario 268/2017*. Recuperado el 30 de agosto de 2022, de Movilidad Académica de la UTMACH:

[https://www.utmachala.edu.ec/archivos/filesportal/2017/REGLAMENTOS/MOVILIDAD_ACADEMICA_DE_LA_UTMACH.](https://www.utmachala.edu.ec/archivos/filesportal/2017/REGLAMENTOS/MOVILIDAD_ACADEMICA_DE_LA_UTMACH)

Universidad Técnica de Machala. (31 de mayo de 2017). *Resolución Consejo Universitario No. 268/2017*. Recuperado el 30 de agosto de 2022, de Movilidad Académica de la UTMACH.: https://www.utmachala.edu.ec/archivos/filesportal/2017/REGLAMENTOS/MOVILIDAD_ACADEMICA_DE_LA_UTMACH.pdf

Universidad Técnica de Machala. (31 de mayo de 2017). *Resolución Consejo Universitario No. 268/2017*. Recuperado el 30 de mayo de 2022, de Movilidad Académica de la UTMACH: [https://www.utmachala.edu.ec/archivos/filesportal/2017/REGLAMENTOS/MOVILIDAD_ACADEMICA_DE_LA_UTMACH.](https://www.utmachala.edu.ec/archivos/filesportal/2017/REGLAMENTOS/MOVILIDAD_ACADEMICA_DE_LA_UTMACH)

Universidad Técnica de Machala. (2017). *Resolución de Consejo Universitario No. 268/2017*. Obtenido de Resolución de Consejo Universitario No. 268/2017: www.utmachala.edu.ec

Universidad Técnica de Machala. (13 de enero de 2022). *Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional Universidad Técnica de Machala*. Recuperado el 29 de agosto de 2022, de Unidad de Cooperación Interinstitucional: <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1dKSxn07bDJHdCxc6cPFz-1qAeCQWhUPm>

Universidad Técnica de Machala. (03 de 09 de 2022). *Misión y Visión*. Obtenido de UTMACH.: <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/index.php/mision-y-vision/>

Universidad Técnica de Machala. (22 de junio de 2022). *Movilidad Académica*. Obtenido de Unidad de Cooperación Interinstitucional: <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Y5ndt5CvFOgEPO43KwI9XyIzn4AsZqBR>

Universidad Técnica de Machala. (s.f.). *Quienes somos*. Recuperado el 26 de agosto de 2022, de VIMCORI: <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/index.php/vimcori/>

Universidad Técnica de Machala. (s.f.). *Reglamento que regulariza el sistema de Vinculación con la Sociedad*. Recuperado el 29 de agosto de 2022, de VIMCORI: <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/index.php/vimcori/>

Varios, A. (2016). *Administración pública: conceptos y realidades*. La Habana-Cuba: Editorial Universitaria. Obtenido de <https://elibro-net.basesdedatos.utmachala.edu.ec/es/lc/utmachala/titulos/71672>

Vásquez, M. (2003). La mente del estratega. El triunfo de los negocios en la mente de los japoneses. *Academia. Accelerating the world's research*. Obtenido de [La_Mente_del_Estratega20190624-33965-szuof8-with-coverpage-v2](https://doi.org/10.1007/978-1-4020-3396-5_2).

Villavicencio, M. (2019). Internacionalización de la educación superior en Cuba. Principales indicadores. *Economía y Desarrollo*, 1-19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4255/425560735011/html/index.html>

Vivanco, I. (2015). Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad nacional en relación con la visión geopolítica nacional.

Vugh, V. (1993). Evaluación de la calidad de la educación superior: el próximo paso.

Walter, J., & Pando, D. (2014). Planificación estratégica. Nuevos desafíos y enfoques en el ámbito público. Compilación. Buenos Aires: Editorial CERALE. Primera Edición.

www.utmachala.edu.ec. (2017). Resolución Consejo Universitario.

Zúñiga, X. (2018). Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo en el cantón Milagros. Ecuador 2012-2016.

CAPÍTULO IX

9. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Problema central y complementarios	Objetivo general	Hipótesis general	Variables e indicadores	Diseño de investigación	Métodos y técnicas de investigación	Población y muestra
¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022?	Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.	La implicancia de las estrategias competitivas internacionales es directa y significativa en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.	Variable Independiente Estrategias competitivas internacionales Indicadores: 1. Alianzas estratégicas 2. Filiales 3. Licencias	Descriptiva Correlacional- Transeccional No experimental	Métodos Método Inductivo. Método Hipotético-deductivo	Población Docentes de la Universidad Técnica de Machala. Muestra 120 docentes Facultad de Ciencias Empresariales

Problema central y complementarios	Objetivo general	Hipótesis general	Variables e indicadores	Diseño de investigación	Métodos y técnicas de investigación	Población y muestra
<p>Problemas específicos</p> <p>1.- ¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas estratégicas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>1.- Describir la implicancia de las estrategias competitivas relacionada a las alianzas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>1.- La implicancia de las estrategias competitivas relacionadas a las alianzas estratégicas es directa y significativa en una óptima identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.</p>	<p>Variable dependiente Identidad corporativa</p> <p>Indicadores</p> <p>1.- Contexto comunicacional</p> <p>2.- Contexto Valorativo y cultural.</p> <p>3.- Cultura de calidad de servicio</p>			
<p>2.- ¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas de las filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022?</p>	<p>2.- Determinar la implicancia de las estrategias competitivas de las filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022</p>	<p>2.- La implicancia de las estrategias competitivas de las filiales es directa y significativa en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.</p>				
<p>3.- ¿Cuál es la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022?</p>	<p>3.- Identificar la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022?</p>	<p>3.- La implicancia de las estrategias competitivas de licencias es directa y significativa en el desarrollo de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022</p>				
<p>4.- ¿Cuáles son los lineamientos basados en las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.</p>	<p>4. Formular lineamientos basados en las estrategias competitivas internacionales para el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.</p>	<p>4. La implicancia de los lineamientos de estrategias competitivas internacionales es directa y significativa para fortalecer la identidad corporativa beneficiará la gestión interna y externa de la Universidad Técnica de Machala.</p>				

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Objetivo general: Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Variable independiente

Objetivos específicos	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
1.- Describir la implicancia de las estrategias competitivas y su relación con las alianzas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022	Variable independiente Estrategias competitivas internacionales	Porter (1985) define la estrategia competitiva como aquella estrategia que implica una acción ofensiva o defensiva con el propósito de crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas, de tal modo que se obtenga un resultado superior al promedio de las empresas competidoras.	Se medirá a través de revisión y análisis documental de estrategias competitivas internacionales.	1. Alianzas estratégicas	1. Convenios internacionales. 2. Convenios interinstitucionales. 3. Cultura de aseguramiento de la calidad y evaluación. 4. Acreditación. 5. Redes y actividades de investigación. 6. Relación universidad-desarrollo tecnológico 7. Mejora continua.
2.- Determinar la implicancia de las estrategias competitivas de las filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022				2. Filiales	1. Proceso de formación académica en universidades nacionales e internacionales. 2. Desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación en universidades del extranjero. 3. Avances de los proyectos de investigación en universidades extranjeras.
3.- Identificar la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.				3. Licencias	1. Permisos para la movilidad de los docentes. 2. Programas de movilidad nacional estudiantil. 3. Programas de Movilidad internacional estudiantes.

Variable dependiente

Objetivos específicos	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores
Analizar la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.	Variable dependiente Identidad corporativa	Suvaṭjis, de Chernatony y Halikias (2012) el desarrollo de la identidad corporativa implica una serie de etapas que se inician con la misión, la visión o los valores de la organización, para posteriormente ir definiendo aspectos como su cartera de productos o servicios, el sistema de identidad visual y sus comunicaciones.	La identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala se estudiará por medio del análisis del cumplimiento de su planificación estratégica institucional, dirección y gestión, y eficacia de los procesos.	Elementos de identidad corporativa	1.- Contexto comunicacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sinergia 2. Comunicación interna y externa 3. Comunicación internacional universitaria (uso de la web, Facebook, Instagram) 4. Medios de comunicación universitario S.
					2.- Contexto Valorativo y cultural.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imagen institucional 2.- Imagen corporativa 3. Misión y visión de la Universidad Técnica de Machala. 4. Calidad y eficacia de los procesos. 5. Estrategias de participación y motivación.
					3.- Cultura de calidad del servicio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cultura organizacional 2. Cultura participativa 3. Cultura de trabajo Cultura Emprendedora Calidad de los servicios educativos 6. Cumplimiento del Plan Estratégico Institucional.

Anexo 3. Consentimiento de encuesta

Estimado docente, un cordial y afectuoso saludo.

Asunto: Encuesta para docentes de la Universidad Técnica de Machala.

Estoy culminando mis estudios de doctorado en Planificación Pública y Privada en la Universidad Nacional de Tumbes, actualmente me encuentro realizando mi Tesis Doctoral titulada "**Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022**" cuyo objetivo es: "Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022". Estoy trabajando en la recolección de datos por medio de la presente encuesta dirigida a docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, misma que servirá de insumo para el análisis estadístico y de resultados de la investigación.

Agradezco inmensamente su colaboración en responder cada una de las preguntas formuladas, los datos obtenidos servirán exclusivamente para este trabajo académico.

Lcda. María Beatriz Peralta Mocha.

DOCENTE FCE

Anexo 3: Cuestionario de encuesta a docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales

Tema: Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022.

Objetivo: Recopilar información acerca del nivel de implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2021.

INDICADORES DE RESPUESTA

TA: Totalmente De Acuerdo

MA: Medianamente de acuerdo

MD: Medianamente en desacuerdo

TD: Totalmente en desacuerdo

PREGUNTAS	TA	MA	MD	TD
1. La Universidad Técnica de Machala debe suscribir nuevos convenios internacionales con otras instituciones de educación superior para fortalecer la docencia, investigación, vinculación y extensión universitaria.				
2. La Universidad Técnica de Machala debe operacionalizar los convenios firmados con otras instituciones de educación superior nacionales e internacionales.				
3. Los convenios interinstitucionales a nivel nacional e internacional permiten el desarrollo científico y tecnológico de la Universidad Técnica de Machala.				
4. En la Universidad Técnica de Machala se hace seguimiento de los procesos organizacionales para garantizar la calidad de sus funciones sustantivas: docencia, investigación, vinculación y extensión.				
5. Dar seguimiento y evaluar el sistema de gestión de calidad Norma ISO influye positivamente y garantiza la calidad de los procesos en la Universidad Técnica de Machala.				
6. La acreditación educativa, para su universidad, es el reconocimiento público de su nivel de gestión, calidad y excelencia de los servicios educativos que oferta.				
7. Los procesos de acreditación y evaluación de carreras y programas son avalados con la participación de todos los miembros de su universidad.				
8. En su universidad se realiza el seguimiento a la gestión de los procesos académicos en cada una de sus carreras y programas de formación docente, investigación y vinculación.				

PREGUNTAS		TA	MA	MD	TD
9.	Se debe aplicar políticas de cambio organizacional para la mejora continua y desarrollo sostenible del servicio educativo de la Universidad Técnica de Machala como estrategia de competitividad internacional.				
10.	Su universidad mantiene relaciones de intercambio académico, investigativo, vinculación y extensión con otras filiales nacionales y extranjeras.				
11.	La Universidad Técnica de Machala desarrolla políticas de apertura de filiales en el exterior aprovechando los convenios interinstitucionales ya suscritos con otras instituciones de educación superior extranjeras.				
12.	En estos tiempos de pandemia del Covid 19 las redes de investigación son un factor clave para el desarrollo de la investigación universitaria.				
13.	La Universidad Técnica de Machala cuenta con docentes especializados en Pedagogía para la revisión permanente del currículum académico en sus carreras.				
14.	Su universidad realiza evaluación continua de su personal docente para determinar fortalezas y debilidades en la actividad académica, de investigación, gestión, prácticas pre profesionales y vinculación.				
15.	Se realiza el seguimiento y control al claustro docente para determinar si cumplimenta con la planificación académica prevista en cada periodo académico.				
16.	La Universidad Técnica de Machala ejecuta políticas y programas de movilidad docente a nivel nacional para desarrollar actividades de investigación científica.				
17.	Su universidad promueve estancias de sus docentes investigadores en instituciones extranjeras para el intercambio académico, científico y cultural.				
18.	La Universidad Técnica de Machala facilita a su personal docente la realización de pasantías académicas en universidades extranjeras.				
19.	Su universidad facilita los permisos correspondientes para los desplazamientos de sus docentes a participar en eventos académicos científicos en otras instituciones de educación superior nacional y extranjera.				
20.	La Universidad Técnica de Machala otorga apoyo económico a sus docentes para desarrollar actividades de estudios, investigación y vinculación en otras universidades de educación superior nacional e internacional.				
21.	La Universidad Técnica de Machala promueve el intercambio de la actividad investigativa con otras instituciones de educación superior ecuatorianas y del exterior.				

PREGUNTAS		TA	MA	MD	TD
22.	Su universidad mantiene políticas de intercambio de información de los nuevos avances en ciencia, tecnología e innovación con otras instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional.				
23.	La Universidad Técnica de Machala cuenta con políticas y programas de apoyo de movilidad estudiantil a nivel nacional para fortalecer su formación científica- investigativa.				
24.	La Universidad Técnica de Machala tiene suscrito convenios para la movilidad internacional de sus estudiantes para la adquisición de conocimientos y competencias interculturales.				
25.	La aplicación de la sinergia comunicativa permite mejorar los procesos de comunicación interna de todo el claustro universitario.				
26.	Para potenciar la comunicación interna y externa la Universidad Técnica de Machala debe mantener un modelo de aplicación Web Institucional universitaria.				
27.	Las herramientas de comunicación internas y externas son utilizadas adecuadamente por todos los miembros de la Universidad Técnica de Machala para alcanzar comunicaciones efectivas.				
28.	El potencial de las redes sociales y su utilización permite la comunicación nacional e internacional universitaria para informar las actividades de docencia, investigación, vinculación extensión y talento humano.				
29.	La radio de la Universidad Técnica de Machala es un medio de comunicación que visibiliza las actividades institucionales, académicas, científicas, investigativas, de vinculación, culturales, estudiantiles, sociales y una institución educativa mejor comunicada en la provincia de El Oro y el país.				
30.	El manejo de una buena estrategia de comunicación interna y externa de autoridades y directivos permite el prestigio y posicionamiento de la imagen corporativa de la Universidad Técnica de Machala frente a otras universidades nacionales e internacionales.				
31.	La calidad de la formación académica en cada una de las carreras y programas influye en la imagen institucional de la Universidad Técnica de Machala a nivel nacional e internacional.				
32.	La Universidad Técnica de Machala aplica un modelo de Responsabilidad Social para fortalecer su imagen institucional frente a otras instituciones de educación superior nacionales y extranjeras.				
33.	Los valores deontológicos, organizacionales e individuales permiten desarrollar la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.				

PREGUNTAS		TA	MA	MD	TD
34.	Los valores éticos y profesionales orientan la conducta como un valor de la docencia en la Universidad Técnica de Machala.				
35.	En la universidad donde usted labora, existe correspondencia entre lo declarado en su misión y lo que en la práctica realiza.				
36.	36. La visión de la Universidad Técnica de Machala proyecta la actividad internacional futura.				
37.	La calidad y eficacia de la gestión universitaria se alcanza por medio del cumplimiento de las funciones de cada uno de sus miembros.				
38.	La calidad del servicio educativo es un factor clave para la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.				
39.	En su institución educativa se implementan estrategias de motivación y participación activas de todo el talento humano para una mejor visibilidad de su trabajo y cumplimiento.				
40.	Como docente investigador considera que la cultura organizacional es un elemento integrador para la imagen institucional.				
41.	En la Universidad Técnica de Machala sus colaboradores se adaptan a las normas institucionales en el desempeño de sus actividades.				
42.	Para el desarrollo de la cultura participativa se debe fomentar el liderazgo, responsabilidad y compromiso de directivos, autoridades, docentes, personal administrativo, personal de servicio de la Universidad Técnica de Machala.				
43.	Las autoridades y directivos de la Universidad Técnica de Machala para fomentar la cultura de trabajo en equipo deben formar equipos multidisciplinarios de todo su talento humano.				
44.	Para fomentar la cultura emprendedora se debe gestionar el financiamiento para la ejecución de los proyectos de vinculación con la comunidad.				
45.	La calidad de la gestión directiva de la Universidad Técnica de Machala se ve reflejada en el logro de los objetivos institucionales.				
46.	El Plan Estratégico Institucional orienta las actividades académico administrativas de la Universidad Técnica de Machala.				
47.	El Plan Estratégico es actualizado permanentemente.				

Anexo 4: Validación de juicio de expertos

Machala, 26 abril 2021

Estimados

Dras. Sofía Sánchez

Doctor. Douglas Romero

Doctora. Ana Acosta Presente:

De la manera más comedida solicito a ustedes su valiosa colaboración para la validación del presente instrumento de recolección de datos primarios indispensable para llevar a cabo la investigación de carácter académico que lleva por nombre: **Estrategias competitivas internacionales y su implicancia en la identidad corporativa, Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022**, para optar al grado académico de **Doctor en planificación pública y privada**.

Agradecida por su valiosa colaboración en la validación del contenido del presente instrumento de medición, en lo referente a la pertinencia con los objetivos, los indicadores, las variables, los tipos de preguntas y la redacción, así como cualquier observación que usted considere pertinente proponer.

Atentamente,



Mgs. María Beatriz Peralta Mocha

Anexo 5. Identificación del experto

Nombre y apellido:	Sofía Sánchez
Título de pregrado:	Licenciada en Administración
Institución donde lo obtuvo:	La Universidad del Zulia.(Maracaibo, Venezuela)
Título de maestría:	Mgs. en Docencia para la Educación Superior
Institución donde lo obtuvo:	Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt”. (Estado Zulia, Venezuela)
Título de la especialidad:	Especialista en Metodología de la investigación
Institución donde lo obtuvo:	Universidad Rafael Urdaneta. (Maracaibo, Venezuela)
Título de doctorado:	Doctora en Ciencias Gerenciales
Institución donde lo obtuvo:	Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín.

Identificación del experto:

Nombre y apellido:	Ana Acosta
Título de pregrado:	Economista
Institución donde lo obtuvo:	LUZ
Título de maestría:	Master en Administración de Empresas

Institución donde lo obtuvo:	IESA
Título de doctorado:	Ciencias Gerenciales
Institución donde lo obtuvo:	URBE

Identificación del experto:

Nombre y apellido:	Douglas Romero
Título de pregrado:	Economista
Institución donde lo obtuvo:	Universidad del Zulia. Maracaibo Venezuela
Título de maestría:	Msc in Agricultural Economic
Institución donde lo obtuvo:	Wye College. London University. England
Título de doctorado:	Dr. Ciencias Gerenciales
Institución donde lo obtuvo:	Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo. Venezuela
Otros títulos	Certificado en Estudios Postdoctorales en Gerencia de las Organizaciones
Institución donde lo obtuvo	Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo. Venezuela.

Anexo 6: Tabla de construcción y validación de ítems

Objetivo general: Determinar la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Objetivo específico: Describir la implicancia de las estrategias competitivas y su relación con las alianzas en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Variable: Estrategias competitivas internacionales

Dimensión: Alianzas estratégicas

Indicadores	Ítems	Evaluación									
		Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
		P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Convenios internacionales	1. Su Institución mantiene convenios con otras Instituciones de Educación Superior.	x		x		x		x		x	
	2. Su Institución operacionaliza los convenios firmados con otras IES.	x		x		x		x		x	
Pactos internacionales	3. La Universidad Técnica de Machala, respeta los pactos suscritos con otras instituciones.	x		x		x		x		x	
	4. Los pactos internacionales son beneficiosos para su Universidad.	x		x		x		x		x	
Cultura de aseguramiento de la calidad y evaluación.	5. En su universidad se hace seguimiento a los procesos organizacionales para garantizar la calidad.	x		x		x		x		x	
	6. Su universidad mantiene actualizadas las normas ISO para el aseguramiento de la calidad educativa.	x		x		x		x		x	
Acreditación	7. La acreditación educativa, para su universidad, es el reconocimiento público de su nivel de calidad y excelencia.	x		x		x		x		x	
	8. Los procesos de acreditación son avalados con la participación de todos los miembros de su universidad.	x		x		x		x		x	

Objetivo general: Determinar cuál es la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Objetivo específico: Determinar la implicancia de las estrategias competitivas de las Filiales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Variable: Estrategias competitivas internacionales

Dimensión: Filiales

Indicadores	Ítems	Evaluación									
		Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
		P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Calidad y competitividad de la educación superior.	9. Su universidad mantiene relaciones de intercambio con otras filiales.	x		x		x		x		x	
	10. Su universidad desarrolla políticas de apertura de filiales hacia el exterior.	x		x		x		x		x	
Evaluación de la competitividad	11. En su universidad se actualizan constantemente los procesos académicos.	x		x		x		x		x	
	12. En su institución se mantiene una revisión permanente del currículum académico.	x		x		x		x		x	
Evaluación del desempeño docente	13. En su universidad se hace evaluación continua de su personal docente.	x		x		x		x		x	
	14. En su universidad los docentes cumplen con la planificación académica prevista.	x		x		x		x		x	

Objetivo general: Determinar cuál es la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Objetivo específico: Identificar la implicancia de las estrategias competitivas de licencias en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Variable: Estrategias competitivas internacionales

Dimensión: Licencias.

Indicadores	Ítems	Evaluación									
		Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
		P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Permisos	15. Su universidad promueve las estancias de sus docentes en otras instituciones para el intercambio académico.	x		x		x		x		x	
	16. La UTMACH facilita a su personal docente la realización actividades de intercambio en otras universidades.	x		x		x		x		x	
Movilidad	17. Su universidad facilita los desplazamientos de sus docentes para el desarrollo de sus actividades académicas en otras IES	x		x		x		x		x	
	18. Su universidad le da apoyo económico a sus docentes para desplazarse hacia otras IES	x		x		x		x		x	
Cooperación e intercambio de información con otras IES.	19. Su universidad mantiene políticas de intercambio de información con otras instituciones.	x		x		x		x		x	
	20. Su universidad promueve el intercambio de actividad investigativa con otras IES.	x		x		x		x		x	

Objetivo general: Determinar cuál es la implicancia de las estrategias competitivas internacionales en la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador 2022

Objetivo específico: Analizar la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Variable: Identidad corporativa

Dimensión: Identidad corporativa

Sub Dimensiones	Indicadores	Ítems	Evaluación									
			Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
			P	N	P	N	P	NP	P	N	A	I
Contexto comunicacional	Proceso comunicativo efectivo.	21. Los procesos de comunicación en su universidad son fluidos a todos los niveles.	x		x		x		x		x	
		22. Las herramientas de comunicación son utilizadas adecuadamente por los miembros de la UTMACH para alcanzar comunicaciones efectivas.	x		x		x		x		x	
	Redes organizativas internas de comunicación	23. La existencia de redes organizativas internas en su universidad favorecen el intercambio de conocimientos	x		x		x		x		x	
		24. Los grupos de investigación de la UTMACH cuentan con redes organizativas internas adecuadas.	x		x		x		x		x	

Sub Dimensiones	Indicadores	Ítems	Evaluación									
			Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
			P	N	P	N	P	NP	P	N	A	I
		25. Los valores institucionales son compartidos por los miembros de la comunidad de la UTMACH.	x		x		x		x		x	
Contexto valorativo y cultural	Valores institucionales	26. En su universidad los valores orientan la conducta de los sus miembros	x		x		x		x		x	
		27. En la universidad donde usted labora, existe correspondencia entre lo declarado en su misión y lo que en la práctica realiza	x		x		x		x		x	
	Misión y Visión de la Universidad Técnica de Machala.	28. La visión proyecta la actividad internacional futura de la UTMACH.	x		x		x		x		x	
		29. La calidad en la UTMACH, está determinada por la eficacia de sus procesos.	x		x		x		x		x	
	Calidad y eficacia de los procesos.	30. En la UTMACH se alcanza la eficacia, través de la ejecución adecuada de las funciones de sus miembros. a	x		x		x		x		x	

Sub Dimensiones	Indicadores	Ítems	Evaluación									
			Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
			P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
	Motivación, participación y disciplina	31. En su institución se implementan estrategias de gestión del talento humano para estimular la Motivación	x		x		x			x	x	
	Motivación, participación y disciplina Productos culturales	32. En la institución donde usted labora se motiva al personal hacia la participación continua										
		33. En la UTMACH el personal de adapta a las normas en el desempeño de sus actividades.										
		34. La filosofía de gestión está internalizada en el personal de la UTMACH.	x		x		x		x		x	
Cultura de calidad del servicio	Productos culturales Cultura organizacional	35. El código ético es la guía del personal académico de UTMACH.	x		x		x		x		x	
		36. La calidad de servicio es un elemento de la cultura de la UTMACH.	x		x		x		x		x	

Sub Dimensiones	Indicadores	Ítems	Evaluación									
			Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
			P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
	Cultura organizacional Cumplimiento del Plan Estratégico Institucional.	37. La calidad del servicio es un valor presente en la UTMACH.	x		x		x		x		x	
		38. El Plan estratégico orienta las actividades académico administrativas de la UTMACH.	x		x		x		x		x	
	Estratégico Institucional. Dirección y gestión	39. El Plan estratégico es actualizado permanente mente.	x		x		x		x		x	
	Estratégico Institucional. Dirección y gestión.	40. La dirección de la UTMACH mantiene comunicación efectiva con todos sus miembros.	x		x		x		x		x	

Anexo 7: Juicio de expertos

1. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con los objetivos?

Si (x) No ()

Observaciones:

2. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con las variables?

Si (x) No ()

Observaciones:

3. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con las dimensiones?

Si (x) No ()

Observaciones:

4. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con los indicadores?

Si (x) No ()

Observaciones: excepto el indicador: Motivación, participación y disciplina.

5. ¿Considera que los planteamientos tienen adecuada redacción y ortografía?

Si (x) No ()

Observaciones:

6. ¿Considera que el cuestionario es válido?

Si (x) No ()

Firma: Sofía Sánchez

Juicio del experto

1. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con los objetivos?

Si (x) No ()

Observaciones:

2. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con las variables?

Si (x) No ()

Observaciones:

3. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con las dimensiones?

Si (x) No ()

Observaciones:

4. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con los indicadores?

Si () No (x)

Observaciones:

5. ¿Considera que los planteamientos tienen adecuada redacción y ortografía?

Si (x) No ()

Observaciones: realizar las correcciones indicadas para validar el instrumento

6. ¿Considera que el cuestionario es válido?

Si (x) No ()

Firma:



Juicio del experto

1. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con los objetivos?

Si (X) No ()

Observaciones:

2. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con las variables?

Si (X) No ()

Observaciones:

3. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con las dimensiones?

Observaciones:

Si (X) No ()

4. ¿Considera que los planteamientos formulados son pertinentes con los indicadores?

Si (X) No ()

Observaciones:

5. ¿Considera que los planteamientos tienen adecuada redacción y ortografía?

Si (X) No ()

Observaciones:

6. ¿Considera que el cuestionario es válido?

Si (X) No ()

Firma:



Anexo 8: Método de Alpha de Cronbach

Fiabilidad

[ConjuntoDatos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	12	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	12	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	41

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Anexo 9: Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	70,58	724,447	,115	,981
VAR00002	70,58	713,538	,445	,980
VAR00003	70,42	699,538	,680	,980
VAR00004	70,58	708,447	,833	,980
VAR00005	70,00	701,818	,592	,980
VAR00006	70,00	691,273	,741	,979
VAR00007	70,33	689,515	,808	,979
VAR00008	70,25	686,023	,888	,979
VAR00009	70,00	693,091	,637	,980
VAR00010	69,50	688,091	,648	,980
VAR00011	70,50	709,182	,735	,980
VAR00012	70,42	702,992	,712	,979
VAR00013	70,75	724,750	,249	,980
VAR00014	70,50	698,636	,861	,979
VAR00015	69,58	699,538	,502	,980
VAR00016	69,58	690,265	,621	,980
VAR00017	69,83	692,152	,798	,979
VAR00018	69,33	686,970	,659	,980
VAR00019	70,00	695,273	,869	,979
VAR00020	70,42	709,720	,682	,980
VAR00021	69,83	678,152	,909	,979
VAR00022	70,08	686,083	,923	,979
VAR00023	70,17	689,970	,932	,979
VAR00024	70,33	705,515	,635	,980
VAR00025	70,25	683,477	,849	,979
VAR00026	70,17	686,515	,799	,979
VAR00027	69,92	687,538	,855	,979
VAR00028	70,25	702,932	,714	,979
VAR00029	70,17	686,333	,802	,979
VAR00030	70,25	700,023	,668	,980
VAR00031	69,25	683,477	,849	,979
VAR00032	70,00	694,182	,769	,979
VAR00033	70,25	689,295	,816	,979
VAR00034	69,83	687,242	,811	,979
VAR00035	70,00	678,909	,908	,979
VAR00036	69,92	679,356	,931	,979
VAR00037	69,92	679,356	,931	,979
VAR00038	70,00	689,273	,883	,979
VAR00039	69,75	692,205	,536	,980
VAR00040	69,92	686,265	,882	,979
VAR00041	69,92	679,902	,843	,979

Anexo 10: Plan de acción institucional

Propuesta de lineamientos para fortalecer las estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala 2022- 2027

Justificación

La Universidad Técnica de Machala como institución de educación superior desarrolla su gestión teniendo como hoja de ruta el Plan de Desarrollo Institucional, el cuál no se cumplimenta totalmente. Existen falencias en la elaboración y gestión de los planes operativos, es urgente que los mismos sean analizados y consensuados por todos los involucrados con la finalidad de que los recursos económicos asignados sean invertidos en su totalidad en beneficio de la comunidad universitaria. Al no haber una correcta dirección estratégica no se pueden implementar nuevas estrategias que permitan la internacionalización y fortalecimiento de la identidad corporativa que ha sido la problemática planteada en esta tesis doctoral. Por lo tanto, “La internacionalización es un proceso complejo que se expresa a diferentes niveles y en diferentes actores de la educación superior” (Jesús, 2005, p. 2).

La propuesta tiene un enfoque propositivo, desde la academia tiene que promoverse políticas activas para definir objetivos y estrategias alcanzables. Una de ellas y de gran importancia es su internacionalización, ajustada a los cambios institucionales y culturales, de ahí la importancia del trabajo conjunto de autoridades, docentes, estudiantes, personal administrativo, personal de servicio para dejar de lado los antagonismos, las diferencias políticas, los intereses de determinados grupos de poder y resistencia al cambio con la finalidad de solucionar los problemas internos y externos, trabajar armoniosamente por la internacionalización en el corto plazo. Las nuevas autoridades de la universidad fueron elegidas para el quinquenio 2022-2027, tienen un compromiso ineludible como es elaborar políticas institucionales con una normativa coherente y flexible para cumplimentar con el objetivo de la internacionalización, es importante desplegar una reingeniería organizativa, el desarrollo de una gestión eficiente

para que los procesos de cooperación internacional concebido como el instrumento fundamental para potenciar la dimensión internacional.

Otro instrumento para la internacionalización es ampliar la difusión de la oferta universitaria por medio del marketing internacional, la Universidad Técnica de Machala promueve y despliega información de todos sus eventos académicos, científicos, culturales, investigación, deportivos a través de las redes sociales permitiéndole visibilidad nacional e internacional.

Objetivo: proponer lineamientos que permitan fortalecer las estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala.

Metodología para implementar el proceso de internacionalización universitaria.

El desarrollo de un Foro Universitario con la conformación de mesas de dialogo con autoridades, docentes, estudiantes, personal administrativo, representantes de instituciones públicas, empresas privadas, sector productivo, autoridades de los gobiernos locales, directivos de universidades nacionales e internacionales es una metodología de trabajo que permitirá articular y plantear las necesidades de cada sector y como la universidad debe dar la solución a esos problemas. El consenso de todos los actores involucrados será la hoja de ruta que permitirá elaborar planes de trabajo para organizar y mejorar la gestión institucional, desarrollar un nuevo currículo, ampliar la planta docente, procesos de mejora continua con capacitaciones de expertos para toda la comunidad universitaria, ofertar nuevas carreras relacionadas con la industria 4.0, realizar convenios con el sector productivo para el desarrollo de proyectos de vinculación, firma de convenios interinstitucionales con los Alcaldes de los diferentes cantones de la provincia para la creación de extensiones universitarias, firma de convenios para prácticas pre-profesionales, pactos de cooperación interinstitucional con universidades nacionales y extranjeras para fortalecer la investigación científica, redes de investigación, procesos de movilidad docente y estudiantil, todas estas acciones permitirán el fortalecimiento institucional y su internacionalización.

Acciones para cumplimentar la planificación estratégica institucional.

Es importante el cumplimiento de la planificación estratégica institucional para el logro de los objetivos y funciones sustantivas de la universidad como: docencia, investigación y vinculación. Existen dificultades para su ejecución desde cada uno de sus colaboradores integrados por: autoridades, docentes, personal administrativo y de servicio que deben ser superadas con la utilización de herramientas metodológicas que permitan su cumplimiento.

Las autoridades presididas por Rector, Vicerrectora Académica, Vicerrector Administrativo, Vicerrector de Investigación, Directora Académica, Decanos, Vicedecanos de cada Facultad tienen que trabajar para una correcta formulación y ejecución del plan de desarrollo estratégico institucional que permitirá cumplimentar con la misión, visión, objetivos y estrategias institucionales convirtiéndose en un modelo de gestión y dirección que servirá como instrumento para medir su eficacia y eficiencia, como también para el proceso de evaluación institucional.

Acciones para optimizar los recursos económicos de la Universidad Técnica de Machala.

El estado ecuatoriano asigna cada año los recursos económicos para el presupuesto de la universidad, es prioritario que la gestión interna se maneje de manera idónea, sin trabas burocráticas, tiene que capacitarse al personal a cargo de estos procesos para que se cumpla el plan operativo anual, convertido en un cuello de botella que no permite optimizar los recursos asignados para cada una de las facultades, al no cumplimentarse con lo planificado en el plan operativo anual este dinero regresa nuevamente al Ministerio de Finanzas teniendo como resultado una menor asignación presupuestaria para el siguiente año que afectará el cumplimiento de las actividades planificadas.

Realizar un ajuste al presupuesto de la universidad para disminuir el gasto corriente y trabajar en el aumento de infraestructura como: creación de nuevos bloques de aulas en cada una de las facultades, las que existen actualmente no cubren la demanda de estudiantes que quieren un cupo para estudiar en la Universidad Técnica de Machala.

Acciones y políticas para la formación académica.

Las autoridades de la Universidad Técnica de Machala deben suscribir convenios de cooperación interinstitucional para la creación de extensiones universitarias en los cantones de la provincia de El Oro permitiendo la formación de tercer nivel a cientos de bachilleres que no pueden acceder a la educación superior por falta de recursos económicos para movilizarse al cantón Machala, sede de la Universidad Técnica de Machala.

Hay que considerar el potencial de las nuevas tecnologías enfocadas con la industria 4.0, la Universidad Técnica de Machala tiene que reinventarse, para ello debe crear carreras como: mecatrónica, bigdata, robótica, genética entre otras, las empresas requieren de profesionales especializados en estas nuevas tecnologías, capacitar a los estudiantes en el desarrollo del internet de las cosas, esto significa un cambio de paradigma en la formación académica de los estudiantes.

Es imperativo la creación de laboratorios de idiomas digitales con estándares de calidad internacional, los que existen actualmente no cubren con los requisitos básicos para un buen aprendizaje de idiomas extranjeros, la Universidad Técnica de Machala tiene 9.600 estudiantes quienes deben aprobar seis niveles del idioma inglés durante su formación profesional, el espacio físico es reducido, es necesario mejorar la cobertura para cubrir con las necesidades de aprendizaje, constituyéndose en un reto para las autoridades quienes deberán suscribir convenios con empresas proveedoras de tecnología, contratar expertos en su manejo y docentes especialistas en idiomas extranjeros, convirtiéndose en una estrategia competitiva internacional.

Acciones, políticas y estrategias para la empleabilidad de los estudiantes.

Existe la necesidad de creación de incubadoras de empresas universitarias, la pandemia del Covid 19 ha dejado en la desocupación a miles de ecuatorianos, la nueva política de la Universidad Técnica de Machala tiene que propender a la universidad emprendedora, buscando apoyo para fortalecer el vínculo universidad- empresa- gobierno permitiéndole un nuevo modelo de gestión para el desarrollo de startups (organización con grandes cambios) que elabore productos o servicios de calidad, innovadores y apetecibles en el mercado. La incubadora universitaria tiene que cumplir con un alto desarrollo tecnológico, todo el proceso de investigación corresponde al claustro universitario, su objetivo es generar empleo, crear nuevas empresas y crecimiento económico para la sociedad. En este contexto “En el ámbito internacional tanto a nivel académico como empresarial, las actividades planificadas para propiciar las relaciones entre la universidad y el sector productivo se están incrementando de manera acelerada” (Mercedes, 2001, p. 2).

La cooperación universidad –sectores productivos son alianzas estratégicas que permiten beneficios mutuos, siendo el pilar para el desarrollo científico y tecnológico de los países considerando la actualización del talento humano. La provincia de El Oro es una de las más productivas del Ecuador, destacándose por ser agroexportadora, por lo tanto, el desarrollo del conocimiento científico, las habilidades, destrezas intelectuales y capacitación permanente de los nuevos profesionales de la Universidad Técnica de Machala permitirá mejorar el sistema de producción de la provincia generando riqueza y desarrollo.

Acciones y estrategias para la movilidad internacional

La movilidad internacional de docentes y estudiantes con sus variadas modalidades de intercambio es el proceso más importante para la internacionalización universitaria, concebido como instrumento de cooperación interinstitucional, de intercambio de conocimientos y desarrollo.

En este sentido “La necesidad de generar movilidad académica para internacionalizarse, ha contribuido a que se oferten más becas y programas a

través de instituciones de cooperación de los países respectivos, ayudando a mejorar el capital humano de los países” (Guasta, 2020, p. 28).

Las autoridades de la Universidad Técnica de Machala tienen que propiciar conversatorios con universidades nacionales y extranjeras para la creación de nuevos proyectos y convenios interinstitucionales de movilidad universitaria, al mismo tiempo se fortalece la cooperación internacional.

Agilizar los procesos administrativos para el trámite oportuno de licencias, ayudas económicas para los docentes y estudiantes que participen en capacitaciones, congresos, pasantías, estudios de posgrados, proyectos de vinculación, realizar el escogimiento de los participantes respetando los términos de igualdad de derechos del claustro universitario.