



**NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**  
EN LA FORMACIÓN DEL BACHILLERATO  
INTERNACIONAL



GRUPO

**CEO**



**Editorial**

**FRANCISCO GABRIEL BRAVO  
VILLAGOMEZ**

NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA FORMACIÓN DEL  
BACHILLERATO INTERNACIONAL

FRANCISCO GABRIEL BRAVO VILLAGOMEZ

Título: NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA FORMACIÓN DEL BACHILLERATO INTERNACIONAL

Autores: FRANCISCO GABRIEL BRAVO VILLAGOMEZ

REVISIÓN TÉCNICA.

Mg. Jhonny Cristobal Salas Jaramillo Ing.

Magister en Contabilidad y Finanzas

Mg. Freddy Tejada-Escobar

Magister En Informática De Gestión Y Nuevas Tecnologías

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Ronald Fuertes

© de los textos: los autores

© de la presente edición: CEO Editorial

PRIMERA EDICIÓN: SEPTIEMBRE DE 2023.

ISBN: 978-9942-7069-7-3

Publicado por acuerdo con los autores

Capacitación y Estrategia Online

CEO Editorial

Guayaquil – Ecuador

Fecha: 2023-03-16 Cámara Ecuatoriana de Libro

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de  
responsabilidad exclusiva de sus autores



## INDICE

INTRODUCCIÓN	1
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>4</b>
1.1.Importancia de la gerencia en negocios internacionales	4
1.2.Comprensión del Bachillerato Internacional	7
1.7.Aseveraciones del bachillerato Internacional	9
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>11</b>
2.1.Antecedentes de la Gerencia en Negocios Internacionales en la formación del bachillerato internacional.....	11
2.2.Formación académica en las Instituciones Educativas	13
Incidencia en el desarrollo profesional	15
Propuesta pedagógica	15
Admisión estudiantil	17
Actividades de una gerencia eficaz versus una gerencia exitosa.	18
2.2.1.Toma de decisiones	20
2.2.2.Rol en el nivel corporativo	21
Introducción a la Estructura de los Negocios Internacionales	21
2.2.3.Estrategias de los negocios internacionales	23
Organización de los negocios internacionales	24
Formas de Negocios Internacionales	25
2.3.Fundamentaciones	27
2.3.1.Fundamentación Pedagógica – Didáctica	27
2.3.2.Fundamentación Psicológica	29
La Psicología es una ciencia encargada del estudio de las funciones psicológicas que intervienen en la conducta humana.	29
2.3.3.Fundamentación Sociológica	30
2.3.4.Fundamentación epistemológica	31
2.4.Marco Contextual	33
2.4.1.Antecedentes Históricos	33
2.5.Constitución de la Republica del Ecuador	35
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>37</b>
3.1.Proceso metodológico	37
3.2.Tipos de Investigación	38
3.2.1.Investigación exploratoria	38
3.2.2.Investigación descriptiva	38
3.2.3.Investigación de Campo	39
3.2.4.Investigación bibliográfica	39
3.2.5.Investigación correlacional	40
3.3.Métodos de Investigación	40
3.3.1.Método Científico	40
3.3.2.Método Empírico	41
3.3.3.Métodos Teóricos	41
3.4.Técnicas e Instrumentos de Investigación	77
3.4.1.Observación científica	77
3.4.2.Entrevistas	77
3.5.Instrumentos de investigación	78
3.5.1. Cuestionario	78
3.5.1.Entrevista al Directivo	78

<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>82</b>
4.1.Estrategias de negocios internacionales	82
4.2.Fundamentación Teórica Alcance	83
Manual: estrategias	83
Importancia del manual: estrategias	83
Estructura del manual: estrategias	84
4.3.Factibilidad	85
4.4.1.Técnica	85
4.4.2.De recursos humanos	85
4.4.3.Política	85
<b>ESTRATEGIA N° 1</b>	<b>88</b>
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	88
Objetivo:	88
Definición:	88
Gráfico N°21 Ventajas y desventajas de las alianzas estratégicas	89
Desventajas	90
Aplicación en negocios internacionales	90
Gestión de procesos:	90
Indicadores de gestión:	91
Evaluación:	91
<b>ESTRATEGIA N°2</b>	<b>93</b>
JUST IN TIME	93
Objetivo:	93
Definición:	93
Gráfico N° 22 Ventajas de la estrategia Just in time	94
Ventajas en marketing:	95
Aplicación en negocios internacionales	96
Gestión de procesos Productivos:	96
De marketing:	97
Indicadores de gestión:	97
De marketing:	98
Evaluación:	98
<b>ESTRATEGIA N° 3</b>	<b>100</b>
ENTRAR PRIMERO AL MERCADO	100
Objetivo:	100
Definición:	100
Gráfico N° 23 Ventajas de la estrategia “Entrar primero al mercado”	101
Ventajas:	102
Desventajas	102
Aplicación en negocios internacionales	102
Gestión de procesos:	102
Indicadores de gestión:	103
Evaluación:	103
<b>ESTRATEGIA N° 4</b>	<b>105</b>
CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS	105
Objetivo	105
Definición	105
Gráfico N° 25 Elementos que intervienen en el canal de distribución	106
Desventajas	107
Indicadores de gestión	108
Evaluación:	108
ESTRATEGIA N°5	110
LA FRANQUICIA	110
Objetivo	110
Definición	110

Gráfico N° 26 Elementos que intervienen en la franquicia	111
Desventajas	111
Gestión de procesos	111
Indicadores de gestión	112
Evaluación:	112

BIBLIOGRAFÍA	113
--------------	-----

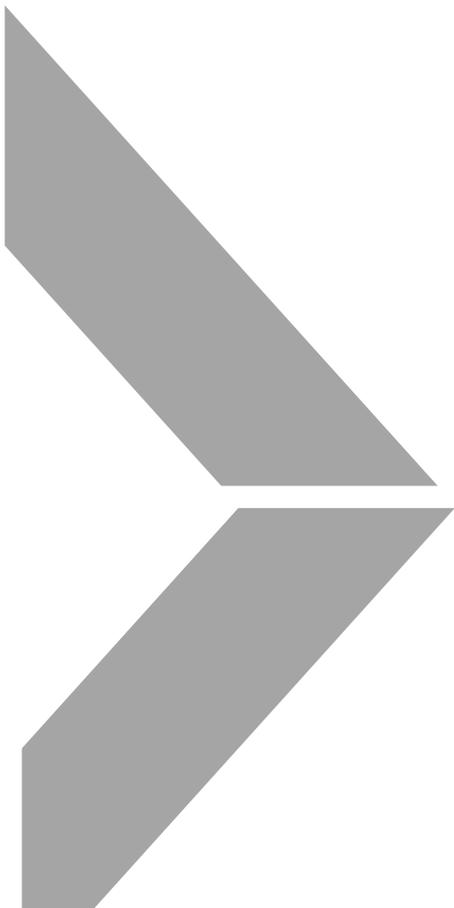


## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradezco a Dios quién con su infinito amor y misericordia ha guiado mi vida permitiendo culminar con éxito mi carrera estudiantil; a mis padres que con su esfuerzo y sacrificio me han apoyado siempre, especialmente mi madre a quien amo con todo mi corazón.

A mi esposa por ser una mujer maravillosa, que con su sabiduría y apoyo me hace sentir el hombre más afortunado de este planeta.

A mis hijos que son el motor fundamental para luchar y hacer que todo sacrificio y esfuerzo valga la pena.





## PROLOGO

El presente texto se refiere a la gerencia de los negocios internacionales en la formación del bachillerato del estudiante, el cual tiene como objetivo principal determinar la influencia de la gerencia internacional, mediante un estudio cuali – cuantitativo, justificándose por que representa un elemento de gran importancia para los estudiantes del primer año de bachillerato internacional de la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”. El BI es una propuesta pedagógica que busca que los jóvenes bachilleres que viven en la actualidad del mundo globalizado comprendan las diversas realidades y desarrollen destrezas y adquieran conocimientos para afrontar conocimientos. La metodología utilizada fue de un estudio de campo, en donde se realizaron encuestas a los estudiantes, docentes y una entrevista al directivo donde se pudo evidenciar la falta de conocimientos sobre la negociación internacional. Para esto se ha propuesta un manual: estrategias internacionales dirigida a los estudiantes para que ellos despierten su interés sobre la materia y reconozcan la importancia de la comercialización internacional para el desarrollo personal y del país, esto le ayudará a generar oportunidades laborales ya egresado, por lo que se recomienda que se socialice la propuesta con la comunidad educativa en general.

## INTRODUCCIÓN

Los Negocios Internacionales son aquellas transacciones dirigidas a la satisfacción de las necesidades que las naciones y seres humanos deben tener para producir un intercambio de bienes y servicios. Las empresas no sólo se limitan al desarrollo de operaciones a nivel local, sino que conforman organizaciones ubicadas en otros países para emprender una diversidad de negocios.

Desde lo evidenciado se define a los negocios internacionales como una herramienta de gran importancia como elemento de expansión hacia otros países que integra la importancia que posee la búsqueda de potenciales oportunidades a nivel internacional desde la perspectiva que forma parte del desarrollo humano y la concepción de negociación requerida para el desarrollo.

A nivel del ámbito educativo, el ingreso al bachillerato internacional comprende que los docentes y estudiantes requieren expectativas que faciliten la adquisición del aprendizaje a partir del desarrollo de estrategias de carácter metodológico, que representen un desarrollo formativo elemental.

Por esta razón se propuso desde el primer año, el amor al conocimiento y a los negocios dentro del currículo internacional que está formado por la detección de las falencias que poseen los docentes, debido a la falta información, que corrobore el desarrollo de destrezas que ofrezcan un acercamiento a la interiorización de elementos de carácter educativo que proporcionen las herramientas adecuadas ante el acercamiento y comprensión que requieren los negocios internacionales.

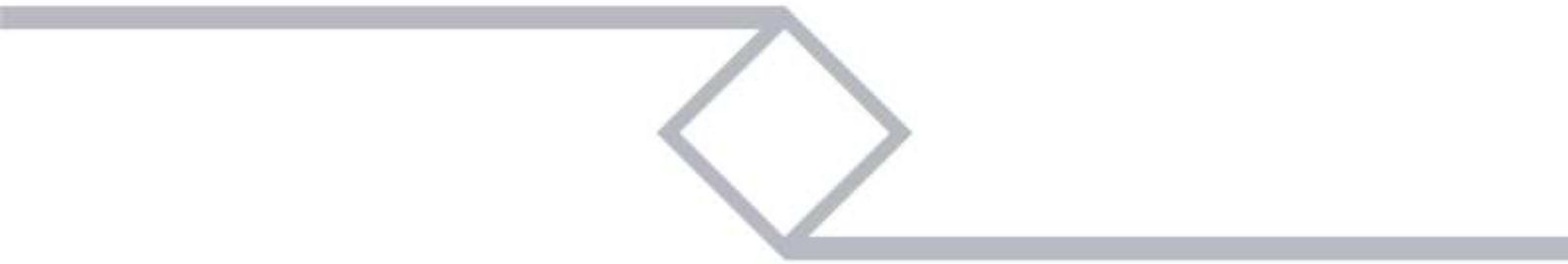
A partir de ello, se estructura el desarrollo de una planificación que proporcione resultados a los estudiantes y que formen parte de la

ejecución de la investigación, que es un elemento indispensable para la institución educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”, parte del diseño de talleres para el desarrollo de esta guía metodológica de negocios internacionales, cuyo objetivo involucra un beneficio para jóvenes, docentes y padres de familia de la unidad educativa. Su desarrollo permitirá fortalecer la capacidad de conocimiento, participación y cumplimiento de los objetivos académicos que forman parte de la comunidad educativa.





# CAPITULO I



IMPORTANCIA DE LA GERENCIA  
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES



## CAPÍTULO I

### 1.1. Importancia de la gerencia en negocios internacionales

En la actualidad, el conjunto de aspectos sociales, económicos y políticos evidencian la necesidad de reconocer la importancia que posee la gerencia en negocios internacionales dentro de la formación del bachillerato internacional como una actividad elemental del ámbito empresarial.

Por ende, se establece una propuesta pedagógica que tiene como objetivo la preparación de los jóvenes en el mundo globalizado e interconectado de la actualidad, que tiene como objetivo estimular el desarrollo de destrezas y conocimientos que impulsen un sentido crítico y lógico para los estudiantes, como ocurre con la superación de los conocimientos adquiridos a través de la investigación e innovación tecnológica, que conforma propuestas de carácter educativo a nivel institucional.

A nivel de Europa se evidencia una receptividad ligada al desarrollo de iniciativas educativas que se adapten a los cambios educativos presentes a nivel institucional, que se refleja en la implementación de 95 centros entre los que destacan 30 institutos públicos, que forman parte de España y se evidencia en ciudades como Extremadura, Canarias y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Otras ciudades como Cataluña y Castilla y León evidencian una adaptación pausada y meticulosa que parte del desarrollo de centros educativos IB públicos al año.

Desde lo expuesto, se comprende que Europa desde el ámbito que conforma al bachillerato internacional se halla una receptividad ligada al desarrollo de iniciativas educativas cuyo espectro formativo opera a nivel

de las capacidades que caracterizan a la educación, poseyendo una relación con la infraestructura que engloba a la educación. Por esta razón, su desarrollo está relacionado al impacto que forma parte de la investigación, que a nivel de la comunidad se halla caracterizado por un proceso objetivo que parte del alcance e importancia que la ejecución de cambios metodológicos posee a nivel organizativo.

En Latinoamérica, el bachillerato internacional y su desarrollo tiene un posicionamiento de amplia importancia que es evidenciado en países como México, cuyo desarrollo se halla en un lugar entre 34 países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que parten de la perspectiva que caracteriza a la educación. Por ende, desde el contexto latinoamericano, el desarrollo que engloba a la educación implica la necesidad de integrar los elementos innovadores que forman parte de la educación actual.

Latinoamérica evidencia un interés creciente por los aspectos metodológicos innovadores en el contexto del bachillerato internacional. Países como México reflejan que el desarrollo que compone la perspectiva regional parte de un conjunto de desafíos ligados al desarrollo de la actividad, por ello su posicionamiento requiere de directrices que estén relacionadas con la innovación a nivel educativo.

Desde el ámbito nacional se detecta la falta de una adecuada estructura metodológica que forme parte de estrategias metodológicas que integren adecuadamente las innovaciones del aprendizaje institucional, que presenta la necesidad de establecer propuestas de carácter metodológico desde el aprendizaje. Se concibe su desarrollo a partir de acercamientos que integren lo requerido por la investigación.

La Institución Educativa Dr. Isidro Ayora Cueva presenta limitaciones en torno al desarrollo y aplicación de prácticas metodológicas

que formen parte del personal que integra el Primer año de Bachillerato Internacional, ya que posee como objetivo, proporcionar la formación requerida en el aprendizaje, que conlleva la necesidad de establecer una resolución a nivel formativo que le proporcione a los estudiantes el conocimiento que requieren para desarrollar y fortalecer el aprendizaje dentro de la gestión que compete al rol formativo. A nivel de la docencia se requiere trabajar en una innovación metodológica que integre procesos adecuados dentro de la institución educativa.

Entre las causas detectadas se halla el desconocimiento del contenido referente al bachillerato internacional, que parte de un contexto relacionado a la gerencia de negocios internacionales en los estudiantes del Primer Año de Bachillerato Internacional de la Unidad Educativa Dr. Isidro Ayora Cueva. Trae como consecuencia, la creación de expectativas de aprendizaje incompleto en relación al conocimiento y al desarrollo de estrategias pedagógicas dirigidas a reconocer nuevos contenidos que permitan explorar las actividades comerciales con otros países de manera lúdica en relación a otros métodos de aprendizaje.

En el bachillerato internacional, los estudiantes muestran desinterés debido a que los docentes presentan dificultades para adoptar nuevos conocimientos pedagógicos y tecnológicos que les permita realizar una clase dinámica e interactiva, como ocurre con el desarrollo de métodos tradicionales, que todavía son imperantes en la institución educativa, que conlleva a que se genere poca actividad para el estudiante cuyo desarrollo conlleva la enseñanza – aprendizaje, en relación a paradigmas y límites propuestos de la educación actual.

Los estudiantes traen consigo vacíos desde su ciclo básico (8vo. 9no y 10mo) lo cual da como resultado el desconocimiento de temas que se deben aplicar en el nuevo contexto de la malla curricular, los

educandos se sienten desmotivados al no lograr adquirir nuevas destrezas.

Es importante saber que los jóvenes tienen gran capacidad para desarrollar las habilidades y destrezas, siempre y cuando los docentes induzcan y orienten de la manera correcta para que ellos logren los objetivos educativos establecidos en su malla curricular, pues sin la orientación adecuada jamás se obtendrán buenos resultados. Por esta razón se escogió el primer año de bachillerato internacional, donde se debe inculcar nuevos conocimientos a los negocios a currículos internacionales, que es necesaria por la escasez de información que tienen los docentes en el desarrollo e interés de la gerencia de negocios internacionales para los educandos.

Los docentes necesitan innovar sus metodologías ya que en ciertas ocasiones suelen enseñar habilidades lingüísticas en forma aislada o fuera de contexto por lo que deberían buscar nuevas fuentes y herramientas metodológicas y puedan adherirlo en sus planificaciones, como la implementación de un Manual: estrategias y así lograr buenos resultados con sus estudiantes, en la institución educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”.

## **1.2. Comprensión del Bachillerato Internacional**

La presente investigación se desarrolla desde el acercamiento que proporciona a nivel del desarrollo y comprensión del Bachillerato Internacional dentro del rol que lo conforma, lo cual representa un elemento de importancia para los estudiantes del Primer Año de la Unidad Educativa Dr., Isidro Ayora Cueva, que requiere del diseño de un Manual Estratégico Internacional que proporcione un refuerzo ante la

preparación profesional de las capacidades que componen la investigación de soluciones que forman parte del proceso educativo.

La investigación proporciona la determinación requerida en el desarrollo que representa al bachillerato internacional desde la perspectiva educativa, que necesita de la adaptación del contenido a nivel de los negocios internacionales en la perspectiva educativa.

La investigación sostiene su relevancia social en la importancia que el bachillerato internacional posee como un factor de gran énfasis, lo que se concibe como un elemento de necesario dentro del desarrollo que contribuye a la actividad en el rol institucional proporcionando apertura a su integración dentro del ámbito educativo.

La investigación sostiene su implicación práctica en la utilidad que involucra la adaptación del bachillerato internacional en la Gestión de Negocios Internacionales en el ámbito educativo, proporcionando propuestas de carácter pragmático que reflejan la posibilidad de lograr un desarrollo a nivel práctico de la misma.

La investigación representa un antecedente investigativo de cómo el bachillerato internacional se puede sostener a nivel teórico dentro de la práctica que conforma los negocios internacionales, como sucede con el fenómeno investigado conformando una matiz objetivo que proporcione un desarrollo del fenómeno investigado.

La utilidad metodológica se sustenta en la importancia que el desarrollo de propuestas metodológicas tiene entorno a la actividad que conforma el bachillerato internacional y la aplicación que tiene a nivel de la Gerencia de Negocios Internacionales direccionados al ámbito educativo estableciendo la importancia de proporcionar un amplio acercamiento de lo desarrollado.

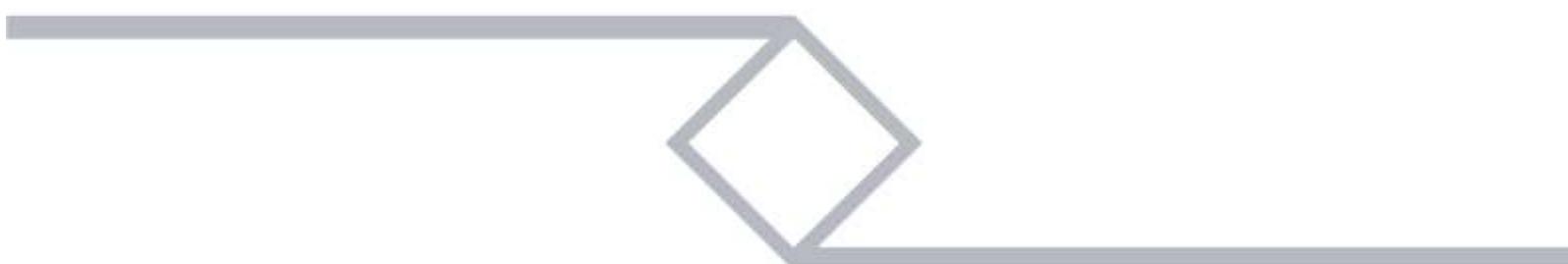


## 1.7. Aseveraciones del bachillerato Internacional

- El bachillerato internacional es importante en el ámbito educativo.
- El bachillerato internacional es un elemento principal en la enseñanza – aprendizaje del estudiante.
- El bachillerato internacional tiene bases suficientes en la formación didáctica en la gestión internacional.
- El bachillerato internacional encierra un aprendizaje dinámico.
- La Gerencia de negocios internacionales permite comprender el mundo empresarial.
- La Gerencia de negocios internacionales es un componente básico del mundo empresarial.
- La Gerencia de negocios internacionales posee las herramientas fundamentales de la actividad empresarial.
- La Gerencia de negocios internacionales supera las limitaciones del ámbito empresarial.
- El manual: estrategias de negocios internacionales es una herramienta educativa elemental.
- El manual: estrategias de negocios internacionales facilita el aprendizaje.



# CAPITULO II



ANTECEDENTES DE LA GERENCIA EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES EN LA FORMACIÓN  
DEL BACHILLERATO INTERNACIONAL



## CAPÍTULO II

### 2.1. Antecedentes de la Gerencia en Negocios Internacionales en la formación del bachillerato internacional

Para la realización de este trabajo de investigación se recurrió a repositorios de las bibliotecas nacionales e internacionales lo cual ha permitido tomar como referencia con el tema: Gerencia de los Negocios Internacionales en la formación del bachillerato internacional. Manual: estrategias de negocios internacionales:

La Universidad de Extremadura cita a (Parejo, 2015) en la tesis titulada “El negocio internacional en la exportación corchera en España y Portugal en el siglo XX” quien indica que el objetivo propuesto por la investigación consistió en analizar los cambios evidenciados en el negocio corchero durante el siglo XX, lo cual involucró un estudio de España y Portugal, que partió del liderazgo mundial desde el bachillerato internacional y el aprendizaje de los negocios internacionales, que nace de la comprensión que el rol de la industria corchera y su repercusión desde el enfoque metodológico determina un rol de importancia dentro de la negociación internacional. De este modo, la relación propone un punto referencial que permita comprender el desarrollo que se ha ido generando dentro de la investigación efectuada.

Dentro de lo propuesto a nivel de la investigación los temas tratados sobre los cambios efectuados dentro del rol de la investigación, la exportación del negocio corchero hizo que, en países como España y Portugal, se efectúe un estudio del negocio corchero desde el aprendizaje relacionado a la metodología de investigación, por ello se desarrolló en relación a la negociación internacional, dentro de lo cual se pudo evidenciar la utilidad que tiene dentro del proceso formativo del

bachillerato internacional, que es indispensable para comprender la perspectiva internacional del proceso generado de la negociación.

La Universidad de Chile cita a (Bustos & Checura, 2015) en la tesis titulada “Determinación de los riesgos en los negocios internacionales” indicó que desde el enfoque característico de la investigación se estableció una relación entre el riesgo y justificación de los procedimientos que forman parte de la negociación internacional desde la cual, se estableció una definición de enfoques de carácter económico y comercial, que involucró una cobertura del enfoque comercial de la investigación que comprende la importancia que el aprendizaje tiene para el bachillerato internacional.

La Universidad Latinoamericana de Ciencias Sociales del Ecuador de la ciudad de Quito cita a (Mosquera, 2016) en la tesis titulada “El proceso de negociación internacional sobre la protección de los conocimientos tradicionales en materia de propiedad intelectual”, indicó que el desarrollo de la investigación tuvo como objetivo evidenciar la importancia que la Negociación Internacional en Propiedad Intelectual posee en relación a los Tratados y la Normativa Internacional dentro de los procesos de negociación. Dentro de lo desarrollado se evidenció un enfoque concerniente al proceso característico de la negociación, lo cual implicó que el proceso posea elementos positivos y negativos, dentro de la política exterior ecuatoriana en el ámbito de la propiedad intelectual. A partir de ello, se determina que la negociación CAN-UE, y su desarrollo conlleva que las estrategias de negociación posean una práctica institucional característica de la actividad concerniente a la negociación internacional.

Desde lo propuesto a nivel de Latinoamérica, se concibe que los procedimientos de la negociación internacional poseen un desarrollo direccionado a los procedimientos que forman parte de la misma internacionalmente dentro del enfoque económico y comercial. Por ende,

el proceso posee una importancia elemental dentro de la práctica del bachillerato internacional desde los procedimientos que engloban el contexto educativo.

La Universidad de Guayaquil cita a (Santana & Ureta, 2013) en la tesis titulada “Implementar un plan estratégico de capacitación para los estudiantes del 2do año de bachillerato, dirigidos a desarrollar habilidades y destrezas para el aprendizaje de los Negocios Internacionales” señala que el aprendizaje está relacionado al mundo globalizado cuya importancia parte de la capacitación del bachillerato internacional en relación a los docentes y estudiantes del 2 año de la especialización de Comercio y Administración en la recopilación de información detallada del bachillerato internacional a nivel institucional, que representa un elemento clave para comprender la condición que posee la gerencia de negocios internacionales en el punto determinando una utilidad a nivel investigativo que permita reconocer la situación actual en el marco de la educación a nivel nacional.

Según lo investigado las habilidades y destrezas que abarca el aprendizaje dentro del bachillerato internacional implican que el reconocimiento de su posición en el mundo globalizado, que evidencia una capacitación a nivel de las destrezas desarrolladas, que es elemental dentro del aprendizaje ante la necesidad de producir un desarrollo institucional que caracterice a la formación del bachillerato internacional ante el ámbito de la negociación internacional, que representa una utilidad dentro del desarrollo investigativo desde una perspectiva investigativa dentro de la investigación desarrollada.

## **2.2. Formación académica en las Instituciones Educativas**

El bachillerato internacional desde su aplicación presenta una serie de ventajas dentro de las instituciones educativas, puesto que proporciona una formación académica acorde a los desafíos educativos del presente, que son indispensables en la instauración de nuevos roles educativos.

(Tutorasap, 2016) indica en el artículo “Ventajas del bachillerato

internacional” lo siguiente:

- Entre las principales ventajas del Bachillerato Internacional cabe destacar que los alumnos del IB suelen obtener mejores resultados académicos.
- Con los programas del IB o bachillerato Internacional se estimula a los alumnos, se les ayuda a emitir juicios de valor fundamentados, se deposita en ellos una gran confianza y libertad a la hora de tomar decisiones. El alumno del IB comenzará a marcarse objetivos y desarrollará una perseverancia a la hora de lograrlos.
- Las ventajas del Bachillerato Internacional son muchas, pero sobre todo, con está programada, se consigue que los alumnos piensen críticamente, que se cuestionen las cosas, que examinen detalladamente el entorno que les rodea, tanto local como internacional.
- El IB se divide en varias etapas en las que se estimula al alumno a alcanzar sus metas personales y académicas. El Bachillerato internacional anima a los alumnos a adquirir una mentalidad internacional, por lo que el currículo es muy diferente a los currículos nacionales porque forman parte de marcos educativos respectivos.
- El alumno adquirirá la capacidad de formular preguntas complejas e interesantes, pensar de manera crítica y constructiva, desarrollar habilidades de investigación que, según se ha demostrado, les serán de utilidad en la educación superior.

A nivel institucional educativo se concibe al Bachillerato Internacional como un programa de gran importancia desde la propuesta académica que sostiene las ventajas en la calidad del proceso desarrollado, que le proporciona al estudiante la confianza en el desarrollo de las propias capacidades. A partir de ello, se establece un desarrollo elemental para el aprendizaje dentro del rol efectuado por la investigación realizada, por ello, el desarrollo generado implica una manifestación integral del desarrollo educativo.

### **Incidencia en el desarrollo profesional**

El desarrollo profesional se halla influenciado por el bachillerato internacional desde la preparación que representa para el estudiante. Durante el proceso de aprendizaje se desarrollan las destrezas requeridas en la educación actual, que son elementales para enfrentar el ámbito profesional del presente.

(Dinero, 2017) en el artículo “Egresados IB tienen mayor posibilidad de ascenso profesional” indica:

La formación docente es clave para enseñar ya que cuenta con profesores mejor formados el programa es exitoso, por lo que los colegios IB envían periódicamente a sus maestros a realizar diferentes capacitaciones nacionales e internacionales para actualizarse y compartir con colegas de otros países las experiencias exitosas y la implementación de los currículos. (p.1)

La utilidad que la formación docente posee en la enseñanza del bachillerato internacional es elemental porque tiene como objetivo determinar soluciones a los procesos de aprendizaje que integra a los programas establecidos, por ende, su desarrollo es importante porque proponen un rol dentro del pensamiento crítico, adjudicado a una educación innovadora, importante porque genera un fortalecimiento social y comunitario a través de la reflexión y el análisis.

### **Propuesta pedagógica**

La propuesta pedagógica que representa al bachillerato internacional se caracteriza por la instauración de una perspectiva innovadora a nivel pedagógico, que es de gran importancia dentro del rol formativo dentro del aprendizaje.

(IBO, 2014) En el artículo “El estilo de enseñanza del IB” indica lo siguiente:

Desde el enfoque pedagógico, el desarrollo e instauración del bachillerato internacional engloba el uso, desarrollo y aplicación de herramientas didácticas innovadoras que involucran un rol novedoso de la práctica educativa que se caracteriza por enfocarlo de manera objetiva a los alumnos, desarrollar una práctica eficaz de la enseñanza y el aprendizaje efectuado desde el contexto global que unifique la lengua y cultura, involucra el contexto disciplinario e interdisciplinario con programas direccionados a la escuela primaria, año intermedio, diploma y orientación profesional. (p.1)

El aprendizaje realizado en torno al bachillerato internacional y la práctica pedagógica que lo conforma se halla relacionado al desarrollo de un aprendizaje característico del programa, por ende, su práctica es elemental en el aprendizaje. De esta manera, el rol formativo que caracteriza a su aprendizaje implica la práctica de un aprendizaje colaborativo elemental desde el potencial pedagógico que lo representa.

Perfil de Salida

El perfil de salida que caracteriza a la comunidad de aprendizaje del Bachillerato Internacional (IB) expresión de un amplio abanico de capacidades y responsabilidades humanas que van más allá del éxito académico.

El Instituto de Bachillerato Internacional (IBO, 2015) en el artículo “El perfil de la comunidad de aprendizaje del IB” indica lo siguiente:

El perfil de la comunidad de aprendizaje del Bachillerato Internacional (IB) es la expresión de un amplio abanico de capacidades y responsabilidades humanas que van más allá del éxito académico, que implica que desarrollen un perfil cuyas características estimule en el estudiante la capacidad de ser indagadores, informados, buenos comunicadores, de mente abierta, solidarios, audaces, equilibrados, reflexivos, que es

importante dentro del proceso formativo del programa. (p.1)

El desarrollo de atributos orientados a la práctica de la comunidad escolar posee la necesidad de establecer programas que integren a la comunidad educativa en un proceso integral de aprendizaje, característico del bachillerato internacional, puesto que el desarrollo de los elementos que conforman el proceso son herramientas indispensables para el desarrollo educativo institucional.

### **Admisión estudiantil**

La admisión estudiantil que forma parte de la colaboración que poseen las universidades, en relación al objetivo principal de la formación institucional representa una apertura que forma parte del rol educativo. (IBO, 2014) en el artículo “Admisión universitaria” indica:

La apertura académica que el bachillerato internacional proporciona parte de la colaboración que tiene con las diferentes instituciones académicas de alcance internacional, que proporcionan un incremento dentro del reconocimiento institucional efectuado ante el impacto que sostiene a la educación del IB y el desarrollo de programas ligados al rol investigativo y al proceso formativo, que refleja una apertura dentro del contexto educativo. (p.1)

El bachillerato internacional posee una amplia apertura en relación a la admisión institucional, puesto que la formación que involucra el aprendizaje didáctico proporciona el conocimiento requerido dentro del rol institucional, lo cual es importante desde la perspectiva educativa, se halla direccionado al desarrollo que conforma la investigación, por ende, el alcance que proporciona la formación educativa le permite al estudiante acceder a una variedad de instituciones académicas evidenciando la calidad de la formación desarrollada a nivel institucional.

## **Actividades de una gerencia eficaz versus una gerencia exitosa.**

La práctica gerencial es eficiente porque integra un salto de eficacia ligado a la perspectiva metódica y desde la importancia que presenta la obtención de soluciones ante las situaciones que posee la proactividad, que produce una gerencia eficaz.

(Robbins, 2017, pág. 344) en el libro “Comportamiento organizacional” indica lo siguiente:

### **1. Hace las cosas correctas**

El gerente que actúa con eficacia siempre tomará las decisiones correctas para lograr el objetivo deseado, porque tiene una visión clara de lo que puede ocurrir y prevé toda contingencia que se pueda presentar y que requiera una corrección inmediata. El gerente que es eficaz logra que las cosas se produzcan ante plazos y fechas definidas para la entrega de información.

### **2. Presenta las mejores alternativas ante un problema**

Si el gerente es eficaz, tendrá un manejo óptimo de la situación, porque la creatividad e inventiva para tener la mejor alternativa posible ante una eventualidad, que lo distinguirá de alguien que solo se dedica a resolver problemas. La diferencia de un gerente eficaz es tiene una definición directa de su jerarquía según la toma de decisiones que posee grandes resultados.

### **3. Maximiza la utilización de los recursos**

Un gerente eficaz aprovecha de manera óptima todos los recursos

disponibles, que permita a los gerentes sostener una eficacia relacionada a la optimización de recursos, cuidando su uso.

#### 4. Se ocupan para obtener resultados

El gerente requiere de una labor superior al cumplimiento de las tareas asignadas cuyo desarrollo posee una eficiencia relacionada a la producción de una eficacia concerniente al resultado que forma parte del cumplimiento.

#### 5. Incrementan la rentabilidad

Un gerente eficaz entiende que el negocio presenta ganancias que benefician a toda la organización, como a la filosofía que parte del incremento de ventas a través de la reducción de costos, mientras que los gerentes eficientes tienen como objetivo reducir costos sin considerar un incremento de la rentabilidad.

Desde el enfoque gerencial, la eficiencia en torno a la calidad y eficacia posee una obtención derivada de la toma de decisiones que requiere de un direccionamiento adecuado de las actividades realizadas dentro de la gerencia de negocios internacionales, razón por la cual se requiere como elemento fundamental establecer un desarrollo lineal del rol organizacional dentro del ámbito institucional, que es importante para determinar la validez de los procesos que forman parte de la actividad institucional.

### 2.2.1. Toma de decisiones

dentro de la actividad profesional, que incluye los factores relevantes del éxito

alcanzado, por ello, en relación a la toma de decisiones se generan condiciones favorables.

(Roosevelt, 2012) en el artículo "Toma de decisiones gerenciales" manifiesta:

Después de tomar las decisiones de rutina, quedan las decisiones más complejas, y difíciles que suelen requerir de una gran cantidad de información y mucha discusión antes de ser tomadas. Si la decisión afecta directamente a los empleados pero no es muy significativa para la marcha de la organización puede requerir participación, y discusión en grupo. (p.1)

Dentro del ámbito que respecta a la toma de decisiones, se comprende que el rol que forma parte de la gerencia internacional, requiere de un enfoque organizativo que incentive la participación grupal dentro de los procesos gerenciales, representa un elemento clave en la instauración de soluciones gerenciales, El control del tiempo también es un factor importante, pero por lo general los problemas no desaparecen, sin embargo, de generarse un descuido se pueden producir crisis que afecten el rendimiento adecuado . Por ende, la toma de decisiones es elemental en el direccionamiento empresarial porque a través de aplicación se determinan las directrices que forman parte de la actividad corporativa.

### **2.2.2. Rol en el nivel corporativo**

El desarrollo y aplicación de la gerencia en negocios internacionales posee influencia elemental dentro del nivel corporativo, ya que las empresas dentro de su desarrollo requieren establecer parámetros que

direccionen de manera eficiente el alcance de las estrategias de negociación que forman parte de la actividad corporativa.

(Blum Alcívar, Flores Villacrés, Vallejo de la Torre, & Sánchez Parrales, 2016) en el artículo “Negocios Internacionales” indica: “las empresas no solo se limitan a llevar a cabo operaciones privadas y gubernamentales a nivel local sino también con otros países, por eso, se denomina como negocio internacional a la relación existente entre una organización y el mundo exterior”. (p. 7)

Es necesario e importante que los empresarios conozcan el ambiente internacional para generar nuevas formas de crecimiento para la empresa y con ello la competitividad porque representa una oportunidad de obtener nuevos mercados en diferentes países; por lo tanto, la organización puede obtener un mayor posicionamiento competitivo, conseguir: nuevos negocios, mejorar la imagen de la empresa y marca, segmentos, promover intercambio de productos o servicios. Los objetivos para impulsar los negocios internacionales en la empresa dependen del interés de los consumidores en los productos, servicios y la disposición, capacidad para comprarlo, adicionalmente obtener recursos y la minimización de riesgos en las ventas y utilidades de las empresas.

### **Introducción a la Estructura de los Negocios Internacionales**

El rol de los negocios internacionales requiere de una determinación de la estructura que forma parte de ello, puesto que dentro del rol institucional es de suma importancia determinar la actividad que conforma a su desarrollo, lo cual desde la empresa.

(Blanc, 2016) en el libro “Negocios Internacionales” indica:

El desarrollo de los negocios internacionales desde la perspectiva propuesta por el rol de la gerencia parte de un enfoque direccionado a una variedad de aspectos que compiten entre lo

propuesto por instituciones de carácter político, económico y cultural de los países que integran la actividad negociadora. El conocimiento de la estructura que conforma es importante dentro de su configuración. (p.390)

El rol que posee la gerencia en negocios internacionales determina una necesidad de definir y reconceptualizar de forma indefinida los puntos que la caracterizan, razón para lo cual es de suma importancia determina su desarrollo dentro de la estrategia empresarial. De esta manera se concibe la influencia a nivel de la competencia, como de los riesgos y beneficios que forman parte del proceso.



### 2.2.3. Estrategias de los negocios internacionales

El desarrollo y aplicación de estrategia a nivel de negocios están formadas por un conjunto integral y coordinado de compromisos y acciones efectuados para proporcionar un valor determinado a la clientela y obtener una ventaja competitiva a través de ellos.

(Blanc, 2016) entre las estrategias empleadas se hallan las siguientes:

*Estrategia de estandarización global:* Es una estrategia centrada el incremento de la rentabilidad y el crecimiento de las utilidades que forman parte de la reducción de costos que engloban las economías de escala, las curvas de experiencia y las economías de localización, puesto que parte del desarrollo de una estrategia de bajo costo a escala global, que engloba actividades mercadológicas y de investigación.

*Estrategia de localización:* Es una estrategia orientada al incremento de la rentabilidad a través de adaptar los bienes y servicios que forman parte de una empresa, como aquellos característicos de los diversos mercados implicados, como su aplicación posee diferencias derivadas de la reducción de costos.

*Estrategia transnacional:* Es una estrategia efectuada a partir de la reducción de costos y de las demandas características de las estrategias de localización.

*Estrategia internacional:* Se efectúa desde la identificación de las empresas multinacionales ante la presión que evidencian dentro de la reducción de costos y las estrategias internacionales que forman parte de

la adaptación particular de la actividad hacia los diferentes países a los que se aplica. (p.446)

El conjunto de estrategias que forman parte de los negocios involucran una variedad de acciones relacionadas a los compromisos facilitados a través de las ventajas competitivas. De esta manera, la búsqueda de ventajas competitivas representa una amplia categoría dentro de la actividad que integra la actividad, lo cual es indispensable dentro del rol que forma parte de la actividad, para lo cual es elemental representar un desarrollo de gran relevancia en la importancia que poseen.

### **Organización de los negocios internacionales**

La organización que forma parte de los negocios internacionales conforma una estructura elemental en el desarrollo institucional, lo cual implica que se produzca un desarrollo organizacional efectuado en determinadas directrices.

(Blanc, 2016) en el libro “Negocios Internacionales” indica:

La organización de los negocios internacionales integra la totalidad de una empresa dentro de los sistemas de control e incentivos, procesos, cultura organizacional y su personal, por ello su desarrollo está caracterizado por la rentabilidad que engloba determinadas condiciones. La obtención de diferentes elementos de la estructura organizacional requiere de un dominio específico. Desde este punto se parte de un sistema de control e incentivos dirigido a la estructura empresarial, y una arquitectura organizacional que engloba a la actividad empresarial, que requiere de una consistencia sostenida en los puntos establecidos. La cultura organizacional está formada por normas y sistemas de

valores aplicados en la actividad laboral e institucional. (p. 421 - 422)

de acuerdo a lo manifestado por Hill la organización en los negocios internacionales es el conjunto de actividades relacionadas a su desarrollo, requieren de un cumplimiento uniforme a nivel laboral e institucional cuyo desarrollo se halla direccionado a actividades de carácter organizativo, que implica que el sistema de control e incentivos, procesos, cultura organizacional y el personal que lo conforma está caracterizado por condiciones específicas, por ello, los elementos que forman parte de la actividad requieren de un orden derivado de una estructura, formada por normas y sistemas de valores aplicados en la actividad laboral e institucional.

### **Formas de Negocios Internacionales**

Las formas en que se ejercen los negocios internacionales está formada por un conjunto de actividades, cuya práctica está formada por determinados enfoques, cuya práctica posiciona la importancia de sostener una ventaja ante la competencia donde la forma de efectuarlo, conlleva el desarrollo de las actividades relacionadas.

(Blanc, 2016) en el libro “La negociación internacional” indica lo siguiente:

Entre las formas que una empresa tiene de llevar a la práctica están ampliamente ligadas a determinadas prácticas, que engloban lo siguiente:

**Exportaciones:** Es efectuada en dirección a las industrias, que

inician su expansión mundial desde la exportación y desde la adopción de formas de abastecimiento dirigidas al mercado extranjero, cuya práctica se comprende como una mecánica de la exportación.

**Proyectos llave en mano:** Está direccionada a empresas especializadas en el diseño, construcción y arranque de plantas llave en mano, desarrolladas de una forma diversa en el ámbito industrial. Dentro de ello, el contratista entrega cada proyecto desarrollado a un cliente extranjero, como también a la capacitación que posee el personal operativo, motivo por el que se requiere completar un contrato donde el cliente extranjero recibe la exportación para el funcionamiento total de la empresa.

*Licenciamiento:* Es una forma de negocio efectuada cuando el licenciante cede determinados derechos de propiedad de carácter intangible a otra entidad en un periodo específico, que implica el desarrollo de procesos, patentes, derechos de autor, fórmulas, diseños, invenciones y marcas registradas.

*Franquiciamiento:* Es una forma especial de licenciamiento donde el franquiciatario vende la propiedad intangible y exige el cumplimiento de reglas aplicadas al negocio, lo que engloba el manejo del negocio en un periodo extenso. Durante un periodo extenso. El franquiciante recibe un pago de regalías correspondiente al porcentaje de ingresos determinados, que son empleados hacia las empresas de servicios. Cuenta con una serie de reglas derivadas de la extensión del control, método, política, diseño y ubicación de la propiedad.

*Empresas conjuntas:* Engloba a una empresa de propiedad colectiva, que en la aplicación ha representado una manera habitual de ingresar a un nuevo mercado, porque es empleada como vehículo de expansión hacia mercados extranjeros, donde se desarrollan una contribución operativa dirigida al establecimiento de un control.

*Subsidiarias con propiedad absoluta:* Es una forma de negocio desarrollada bajo la utilidad de establecer una actividad dirigida a la propiedad absoluta, que define al desarrollo de una nueva operación dirigida para la promoción de productos o servicios. (p.463)

La aplicación de la negociación internacional ante la actividad empresarial se halla orientada a la introducción al mercado extranjero que involucra la práctica de roles relacionados al desarrollo de actividades, lo que conlleva que se efectúen prácticas ligadas al alcance de nuevas oportunidades de negociación internacional, por ello es de suma importancia establecer un desarrollo de amplia repercusión desde el rol internacional, que es elemental en la educación del bachillerato en práctica negociadora.

## **2.3. Fundamentaciones**

### **2.3.1. Fundamentación Pedagógica – Didáctica**

La Pedagogía es una ciencia encargada del estudio y profundización de la enseñanza y la influencia que posee a nivel de la educación.

El enfoque pedagógico – didáctico proporciona una mayor comprensión de la actividad formativa que define a la gerencia de los negocios internacionales en relación al bachillerato internacional, que posee una importancia elemental dentro de la práctica formativa, porque la aplicación de una fundamentación pedagógica – didáctica provee una mayor profundización de la enseñanza y con ello de la calidad que repercute en dirección a su desarrollo adecuado.

La pedagogía posee un enfoque direccionado al bachillerato internacional, que posee una relación estrecha con enfoques biológicos,

cognitivos y socioculturales que integran la enseñanza. Por ende, su comprensión determina la necesidad de efectuar un aprendizaje que se direcciona a un mayor autoconocimiento de la enseñanza.

La pedagogía dentro del enfoque educativo posee una importancia direccionada a la relevancia que posee dentro del enfoque educativo, que determina una dirección elemental dentro del rol formativo que integra a la educación.

(IBO, 2015) en el artículo “El estilo de enseñanza del bachillerato internacional” indica que: “La pedagogía y su aplicación en el BI posee un aprendizaje de carácter dinámico dentro de la actividad innovadora que forma parte de la enseñanza y aprendizaje dentro de una perspectiva de carácter innovador”. (p.1)

La pedagogía y el rol que posee el bachillerato internacional conlleva que el direccionamiento de la enseñanza y la relación que posee ante la calidad del conocimiento integre una estimulación del aprendizaje. El bachillerato internacional y la relación que tiene con la pedagogía posee una relación dentro de las dinámicas que conforman el aprendizaje.

El rol que la pedagogía en el bachillerato internacional posee dentro de la práctica formativa de la negociación internacional es elemental porque conlleva un proceso importante a nivel del rol educativo. De esta manera, la enseñanza de la negociación internacional en el bachillerato determina una utilidad dentro de la práctica pedagógica porque evidencia un desarrollo direccionado al aprendizaje y a la utilidad que posee dentro del enfoque formativo de los estudiantes.



### **2.3.2. Fundamentación Psicológica**

**La Psicología es una ciencia encargada del estudio de las funciones psicológicas que intervienen en la conducta humana.**

El uso de la fundamentación psicológica dentro de la investigación es elemental porque la práctica del enfoque psicológico dentro de la negociación repercute en la formación del bachillerato internacional y permite direccionar el aprendizaje educativo desde una perspectiva psicológica contribuyendo con una potencialización de su desarrollo.

La psicología posee una fundamentación que integra el bachillerato internacional y que conlleva el estudio de los procesos psicológicos que influyen en la experiencia educativa institucional. Por ello, el desarrollo de la enseñanza educativa integra desde la óptica formativa, la necesidad de efectuar un proceso que estimule el desarrollo de procesos que formen parte del enfoque psicológico que caracteriza a la actividad formativa.

La actividad que caracteriza la psicología y el bachillerato internacional implica una dirección que influya en la práctica educativa y a partir de ello, la intención que efectuar una aplicación que integre la actividad desarrollada.

(IBO, 2015) en el artículo “Psicología” indica lo siguiente: “La psicología posee una influencia elemental dentro del BI que requiere del desarrollo de un proceso psicológico que incentive la necesidad de establecer un aprendizaje en torno a la calidad del proceso formativo que forma parte de la psicología”. (p.1)

En el marco del bachillerato internacional, la psicología posee una influencia de importancia que reconoce la utilidad del aprendizaje en relación a la utilidad que proporciona el enfoque psicológico a la actividad desarrollada. De esta manera, se parte del reconocimiento que posee el proceso psicológico que integra el aprendizaje.

La aplicación de la psicología en el marco de los negocios internacionales dentro del bachillerato internacional posee una influencia y utilidad en la forma en que direccionan el área, los procesos que forman parte de la actividad, mediante lo cual se establece un desarrollo en conocimiento de la materia a nivel global mejorando el rendimiento académico de los estudiantes, preparándolos a futuro según el área que escojan como especialidad.

### **2.3.3. Fundamentación Sociológica**

La sociología es una ciencia social encargada del estudio de la vida social humana, como de los grupos y sociedades que lo conforman.

La investigación emplea una fundamentación sociológica debido a la utilidad de la sociología tiene como ciencia en torno al estudio de la negociación internacional, puesto que a partir del estudio de la sociedad y los procesos que lo conforman, se efectúa un mejor estudio y comprensión de la naturaleza de la realidad social y de los actores que participan en la negociación.

La sociología se fundamenta dentro del marco del bachillerato internacional en relación a la importancia que posee dentro de la incorporación que caracteriza al marco formativo que integra la comprensión de los procesos de carácter social que requieren de un determinado análisis que permita definir la utilidad que posee dentro del aprendizaje. Desde lo que representa el marco formativo, se concibe que el desarrollo de los procesos sociales implica que la integración de la sociedad determine la importancia del aprendizaje. Por ende, la importancia que poseen las habilidades junto a los factores sociales dentro de la cosmovisión que integra al mundo determinan un rol de suma importancia.

La sociología es una herramienta fundamental dentro del bachillerato internacional que requiere un desarrollo a partir de la utilidad que posee una utilidad dentro del bachillerato internacional.

(IBO, 2015) en el artículo "Individuos y Sociedades en el PAI" indica:

“La sociología y el Bachillerato Internacional poseen una relación que se sostiene en la importancia que el estudio y profundización posee en torno a los fenómenos que integran el rol educativo, que es elemental dentro del aprendizaje que representa el estudio de la sociedad aplicado al contexto educativo”. (p.1)

La relación concerniente a la sociología y el bachillerato internacional evidencia la necesidad de establecer un aprendizaje que integre el enfoque institucional en relación al bachillerato internacional evidencia un vínculo característico de la importancia del aprendizaje desde la comprensión que implica el aprendizaje.

La aplicación que la sociología representa en el ámbito que conforma el bachillerato internacional integra un conjunto de elementos característicos del aprendizaje, que conllevan la necesidad de establecer un desarrollo elemental dentro de la práctica formativa que representa su desarrollo,

#### **2.3.4. Fundamentación epistemológica**

La epistemología es una ciencia encargada del saber y de los conceptos relacionados a ello, que involucran el aprendizaje de los tipos de conocimiento que forman parte del pensamiento, su naturaleza y significado.

La investigación emplea una fundamentación epistemológica porque como ciencia dedicada al estudio del conocimiento es indispensable para determinar la calidad del proceso de aprendizaje que integra al bachillerato internacional en relación a la gerencia de negocios internacionales, por lo cual es elemental establecer un desarrollo que contribuya con una adecuada comprensión del proceso formativo que conlleva el fenómeno investigado.

La construcción de modelos epistemológicos de referencia ha

permitido la emancipación del bachillerato internacional, de los modelos epistemológicos dominantes dentro del enfoque institucional, que engloba un objeto de estudio del enfoque educativo que conforma el rol de la didáctica dentro de la perspectiva formativa. Por ello, la epistemología se caracteriza por representar un rol de importancia a nivel del bachillerato internacional sustentando la importancia que presenta dentro del ámbito formativo.

La epistemología posee una relación estrecha con la actividad formativa que sostiene al bachillerato internacional, que es elemental ante la profundización que representa su conocimiento dentro de la comprensión que integra el aprendizaje y la calidad formativa de su desarrollo.

(Academia Cotopaxi, 2016) en el artículo “Programa del Bachillerato Internacional (BI)” indica: “la epistemología posee una importancia institucional característica del rol interdisciplinario concerniente al enfoque crítico de la actividad institucional” :(p.1)

A partir del enfoque epistemológico concerniente al bachillerato internacional, se determina un rol epistemológico característico del conocimiento, que posee una influencia de gran utilidad dentro de la práctica educativa e institucional, lo cual es elemental en la actividad que caracteriza a la negociación internacional.

La utilidad que la epistemología presenta dentro de la práctica educativa posee una importancia sustancial en el aprendizaje del bachillerato internacional, que evidencia la necesidad de instaurar soluciones que formen parte del desarrollo que caracterizan a la práctica.

## **2.4. Marco Contextual**

### **2.4.1. Antecedentes Históricos**

El 20 de Octubre del año 1979 Moradores de la parroquia Isidro Ayora se constituyeron en Asamblea General en el Salón de Actos de la Escuela Mariscal Sucre, previa convocatoria realizada por el Sr. Ernesto Martillo Cruz, con la finalidad de impulsar el proyecto de creación de un Colegio Fiscal en el cantón Isidro Ayora, vieja aspiración de la comunidad ayorense; fue así que en dicha Asamblea una vez que se discutió el asunto, se conformó una agrupación denominada “Comité Pro- creación del Colegio Nacional Isidro Ayora”, De igual manera, en este año un grupo de estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” que se encontraban realizando sus prácticas en esta parroquia previa la obtención del título de trabajadores sociales, fueron designados también coordinadores del antes mencionado proyecto.

Es así, que se realizaron varias diligencias ante el Ministerio de Educación y Cultura porque se tenía la idea de conseguir la creación del colegio para que funcione en ese período lectivo 1980 – 1981, lo cual no pudo ser factible, por la falta de recursos económicos del Estado.

A mediados del año 1980 se comenzó a actualizar los documentos de petición de la creación del Colegio, para lo cual se realizaron varios viajes a las Ciudades de Guayaquil y Quito por la comitiva los mismos que lograron conseguir por intermedio del Ministerio de Educación la creación del Colegio Fisco Comunitario de Isidro Ayora.



Luego el 23 de Junio de 1981 en una Asamblea General del pueblo y en el local de la Escuela Mariscal Sucre con la presencia del Sr. Dr. Manuel Muñoz Supervisor Provincial de Educación del Guayas y los Profesores Lcdo. José Pesantez, Lcdo. William Pinos Mora, Prof. Nancy Rosales de Muñoz, Prof. José Miranda, Lcda. Inés Maria Tejada León Pro Secretaria y el Ing. José Bajaña Profesor colaborador; el Señor Supervisor, a nombre del Ministro de Educación dio por inaugurado oficialmente el Colegio que había sido creado como Fisco Comunitario, por lo que se comenzó a matricular a los alumnos para el año lectivo 1981-1982.

En el mes de Julio del año 1981 el Sr. Lcdo. Antonio Aveiga San Andrés fue nombrado Rector, y como primer Consejo Directivo los siguientes docentes: Francisco Mendieta, Carmela Yépez Rivera, Pablo Delgado, Ing. Walter Correa Granoble.

Una vez iniciada las clases se ocuparon dos aulas de la Escuela Mariscal Sucre con dos paralelos de Primer Curso y otro para opciones de Manualidades con un total de 92 Alumnos, con Acuerdo Ministerial 3 7961 del 3 de diciembre del año 1981 se legalizó administrativamente la creación del Ciclo Básico con el carácter de Fisco Comunitario; creación que fue ratificada como Colegio Fiscal mediante Acuerdo # 3420 del 17 de Diciembre de 1982, el 30 de Diciembre de 1985 se autoriza el funcionamiento del Segundo Curso del Ciclo Diversificado Bachillerato Técnico Industrial, Especialización Electricidad y Bachillerato Técnico en Comercio y Administración en la Especialización de Comercialización. El 7 de Octubre el Colegio pasa a ocupar local propio construido por el Honorable Consejo provincial del Guayas y Plan Internacional Ecuador, el mismo que está constituido por 17 aulas, en un terreno de diez hectáreas de propiedad del colegio. Actualmente se cuenta con alrededor de 700 estudiantes, 31 docentes con nombramiento, 2 por Contrato, 1 Orientadora y 1 secretaria.

promover proyectos productivos de vida, siendo forjadores del buen vivir comprometidos con su entorno.

## **2.5. Constitución de la República del Ecuador**

### **Constitución de la República del Ecuador**

**Art. 26.-** Manifiesta que: “La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo”.

**Art. 343.-** El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.

El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

**Art. 344.-** El sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el sistema de educación superior.



# CAPITULO III



PROCESO METODOLÓGICO



## CAPÍTULO III

### 3.1. Proceso metodológico

Se determina la investigación como un proceso metodológico y sistemático utilizado básicamente para demostrar o sustentar una teoría, se la puede sustentar utilizando varios instrumentos que ayuden al investigador con recursos y herramientas que se utilicen para conseguir el objetivo planteado.

El trabajo de investigación se manipula el diseño metodológico no experimental, con estas se forman las preguntas científicas las cuales acceden a plantear varias alternativas que facilitaran la aplicación de técnicas apropiadas que determinaron las bases importantes para la formulación de la hipótesis del proyecto con relación a la gerencia de los negocios Internacionales en la Formación del Bachillerato Internacional en la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”.

En el procedimiento investigativo que se utilizó el tipo de investigación cuali-cuantitativa las cual se recolecto datos de campo a través de encuestas efectuadas a los estudiantes, se examinó los datos recolectados y se realiza su respectivo análisis de los resultados, lo que dará factibilidad para la creación del diseño adecuado de un manual: estrategias de negocios Internacionales.

Así mismo se utilizó la investigación descriptiva, ya que es esencial saber las técnicas y ejercicios que ayuden a una mejorar la enseñanza de los negocios internacionales en el área de comercio exterior. Finalizando, por ser un trabajo de investigación desarrollado de forma cuantitativa y cualitativa, se manipulo el diseño que abarca la investigación de modelo descriptiva – explicativa.



## **3.2. Tipos de Investigación**

En cuanto a los contenidos, objetivos y la manera de trabajo, la investigación que se muestra es de tipo:

### **3.2.1. Investigación exploratoria**

Durante la elaboración del presente trabajo estudió todo lo vinculado al tema planteado, por ende, es la base de la investigación. El análisis de las variables determinadas en el contexto escolar en el periodo lectivo 2018-2019 se examinaron diversas circunstancias las cuales intervienen de forma directa en la calidad del rendimiento escolar en la asignatura de empresa y gestión, las cuales dieron diferentes hipótesis y la verificación de sus variables, utilizados en la investigación.

Se las valoran en su totalidad para proporcionar herramientas que aseguren esta investigación y brinden a los estudiantes de primero de bachillerato, de la Unidad Educativa "Dr. Isidro Ayora Cueva" un manual el cual se centre en los interés individuales o personales con destrezas particulares y necesidades específicas que brinda posibles soluciones que puedan relacionarse con los requerimientos que los estudiantes requieran experimentar con herramientas nuevas cuando surge algún problema ya localizado.

### **3.2.2. Investigación descriptiva**

Se utiliza esta investigación descriptiva por el hecho de que brinda una comparación en ciertos fenómenos o situaciones que están en un mismo entorno socio-educacional. Por lo que se realiza un estudio sistemático de aquellas causas por las cuales los estudiantes no pueden lograr los aprendizajes de la especialización comercialización y ventas

enfocado a lo internacional y posteriormente se analizaron las diferentes hipótesis expresadas cuando se realizó la investigación.

### **3.2.3. Investigación de Campo**

Se asienta en una investigación aplicada la cual comprende y soluciona ciertos inconvenientes, necesidades o problemas en un entorno establecido. El investigador hace su labor en un área natural en las que se sitúa los individuos que van hacer consultados, las cuales se quiere conseguir datos esenciales al ser investigados de forma individual, grupal de los responsables de las comunidades u organizaciones.

Campos Arias (2011) “se manifiesta en la acumulación de datos que van relacionados con la realidad donde está ocurriendo los hechos, sin modificar o investigar ciertas variables” (p. 94). Es la que se sitúa en el lugar que se encuentra los hechos, de forma directa donde se manipula la investigación. Aquí los datos son importantes para poder tomar un control del desarrollo a lo que se está investigando, se obtuvo el área donde se efectuará la investigación, es decir la Unidad Educativa “Isidro Ayora Cueva”.

### **3.2.4. Investigación bibliográfica**

Se especifica como investigación bibliográfica a la fase o etapa de la investigación científica la cual se investiga apuntado en la comunidad científica del problema planteado o el tema ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?.

Matos Ayala (2018) declara que “La investigación bibliográfica es la revisión de material bibliográfico existente sobre el problema a investigar. Es uno de los principales pasos para llevar a cabo cualquier



investigación e incluye la selección confiables de fuentes de información” (p.1)

En la investigación bibliográfica es la segunda parte o etapa de una investigación. Esta investigación proporciona información más detallada de lo que se quiere desarrollar y a su vez descartar investigaciones ya establecidas, tomando en cuenta los experimentos ya utilizados para poder efectuarlos nuevamente cuantas veces sea necesarios.

### **3.2.5. Investigación correlacional**

Se la representa de esta manera, porque la propuesta está relacionada con las variables de estudio que se observan durante la investigación, las dependientes como las independientes, teniendo relación entre sí que garantizan un trabajo en beneficio de los individuos vinculados a la problemática, en este caso a los estudiantes. Se estudian los diferentes comportamientos de las variables en uso para establecer una respuesta clara del problema o conflicto ya descubierto.

## **3.3. Métodos de Investigación**

### **3.3.1. Método Científico**

Su característica se basa por ser específico en la utilización de los diferentes pasos o fases que muestran las posibles soluciones a un problema. Esas fases componen las técnicas o procesos para lograr un objetivo específico, así se establece que aquellos objetivos de investigación son los que fijan el tipo de método que se vaya a utilizar en la investigación.

De acuerdo a las diversas fuentes bibliográficas que se tomaron en consideración para la elaboración del trabajo investigativo, las técnicas de

investigación científica, existe una probabilidad muy baja que lleguen a desvincularse.

### 3.3.2. Método Empírico

Es la alternativa inicial cuando se vaya a realizar una investigación. Según (Martínez, 2014) define lo siguiente: “está basado en la observación para acertar algo desconocido o aprobar una hipótesis. Los datos se acumulan para después ser desarrollados y fijar su resultado” (p.1). En la investigación se busca describir la influencia de los negocios internacionales en la formación del bachillerato por lo tanto se realizó una observación en el aula de clases y el desempeño que tenían los estudiantes.

### 3.3.3. Métodos Teóricos

Para el presente trabajo investigativo se tomaron métodos teóricos tales como: inductivo-deductivo, cualitativo y analítico.

Bernal (2015) manifiesta que: “el método **inductivo-deductivo** se basa en la lógica y experimenta hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo es en un sentido inverso (va de lo particular a lo general)” (p.15). Se utiliza el método inductivo-deductivo, ya que, como lo declara Bernal, estudia aquellos hechos particulares y la actual investigación se desea detallar como influye la gerencia de los negocios internacional en el bachillerato internacional y seguido la eficacia del aprendizaje.

Según Bernal (2015) el método didáctico lo explica de la siguiente manera: “fragmentar un objeto de estudio, dividiendo todas las partes de la investigación para poder estudiarlas y analizarlas de manera individual”

(p. 60). El método didáctico descompone las partes del estudio que se está realizando para ser desarrollados de manera individual, así como se efectuó la presente investigación en la cual se estudia las variables por separados.

### **3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación**

En la actual investigación se utilizó como técnica a la observación, las encuestas y las entrevistas: se realizó conforme a los parámetros para demostrar que los indicadores eran los apropiados para la investigación.

#### **3.4.1. Observación científica**

En la observación debe realizarse para detallar empíricamente aquellos fenómenos que se presentan a través de la realidad objetiva. Cumpliendo los objetivos de la investigación se realizó una exploración a los estudiantes de primero de bachillerato y su rendimiento académico de acuerdo a la metodología que aplican en el aula de clases par la enseñanza de negocios internacionales.

#### **3.4.2. Entrevistas**

La entrevista se la efectuó a la docente de la materia y a las autoridad de la Institución, de acuerdo a una cadena de preguntas abiertas elaboradas dándole importancia a las necesidades que requiere la institución sobre la implementación de un manual: estrategias de Negocios internacionales, por ello, el rector de la institución manifiesta las interrogantes propuestas por el investigador, esta herramienta es esencial, porque constituye la opinión de la autoridad y los que imparte la enseñanza ayudando al desarrollo de una propuesta que esté relacionada con la problemática que existe en la investigación.

### **3.5. Instrumentos de investigación**

#### **3.5.1. Cuestionario**

En el trabajo de investigación se elaboró diez preguntas relacionadas con la gerencia de negocios en la formación del bachillerato internacional y lo esencial de la propuesta didáctica. El estudio que se realizará de acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas y encuestas las cuales fueron dirigidas a la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”.

Las cuatro primeras preguntas están relacionadas con la variable independiente, que se refiere a la Gerencia de los Negocios; de la pregunta cinco hasta la ocho, con la variable dependiente la cual es sobre el bachillerato internacional; y por último, dos preguntas vinculas a la propuesta diseñada.

Una vez recolectado los datos fue necesario efectuar un proceso de esta que se elaboró mediante tablas y gráficos estadísticos realizados en Microsoft Excel.

#### **3.5.1. Entrevista al Directivo**

##### **1. ¿Considera usted que es relevante la formación del bachillerato internacional en la educación del presente?**

La posición que tiene el bachillerato internacional en relación a la educación del presente posee una importancia que se justifica en el amplio bagaje de conocimientos que evidencia, generando un modelo que puede concebirse como un referente del cambio que la educación requiere experimentar para evolucionar.

##### **2. ¿La gerencia de negocios internacionales posee importancia en la**

### **enseñanza-aprendizaje?**

La gerencia de negocios internacionales posee relevancia elemental dentro del aprendizaje porque representa una dimensión de amplia repercusión dentro de manera global puesto que la negociación es importante en la actividad económica de la actualidad y por ello dentro de la enseñanza.

### **3. ¿La formación del bachillerato internacional reúne las condiciones que caracterizan a la educación del presente?**

La formación del bachillerato internacional le provee al estudiante la capacidad de intervenir de manera adecuada en la educación de la actualidad, que reconoce desde el desarrollo que lo conforma una participación activa que concierne a la superación de los desafíos educativos del presente. reconoce al estudiante como un participante activo de la educación.

### **4. ¿La formación del bachillerato internacional proporciona un enfoque innovador de la actividad educativa?**

La formación del bachillerato internacional evidencia una utilidad dentro de la educación porque proporciona enfoques un enfoque didáctico de la educación, ya que de esta manera se propone establecer el desarrollo requerido dentro de la actividad educativa.

### **5. ¿El desarrollo de un manual: estrategias contribuye con el aprendizaje de los negocios internacionales?**

Si, el uso de un manual: estrategias proporciona una utilidad al aprendizaje que los negocios internacionales manifiesta desde la educación, que es elemental porque establece las directrices metodológicas requeridas para su comprensión.

La formación en bachillerato internacional incluye el conocimiento de estrategias de negociación internacional. Los estudiantes de la Unidad Educativa "Dr. Isidro Ayora Cueva" desconocen la forma de aplicar estrategias que permitan a una empresa posicionarse en el mercado

internacional.

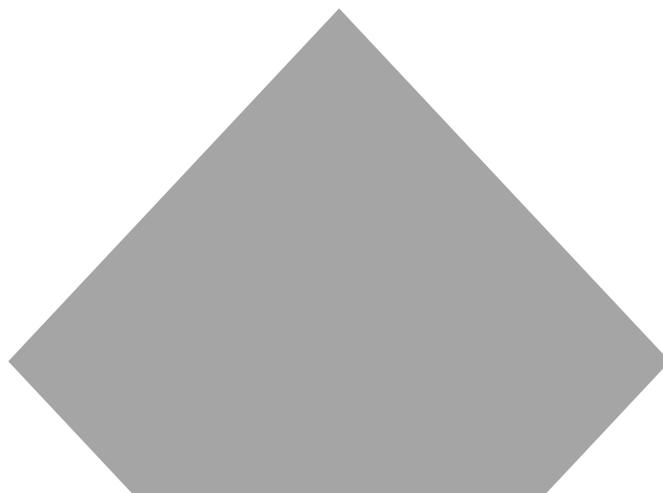
Se puede evidenciar que los estudiantes de Bachillerato Internacional por su importancia en su formación desconocen de estrategias que ayuden en su formación académica esencialmente en la materia de Empresa y Gestión es indispensable el estudio de la Gerencia de los negocios Internacionales.

Los docentes de la Institución Educativa, se basan según el currículum que les otorga el ministerio de educación, sin embargo en cuestiones como la negociación internacional, no llenan las expectativas del estudiantes, y ellos no tienen un manual o una guía innovadora con la que puedan brindar al estudiante un aprendizaje significativo novedoso.

Investigación permanente sobre nuevas formas de llegar e incursionar en mercados internacionales, estableciendo nuevas estrategias acordes a la naturaleza de la empresa y los productos o servicios que se ofertan.

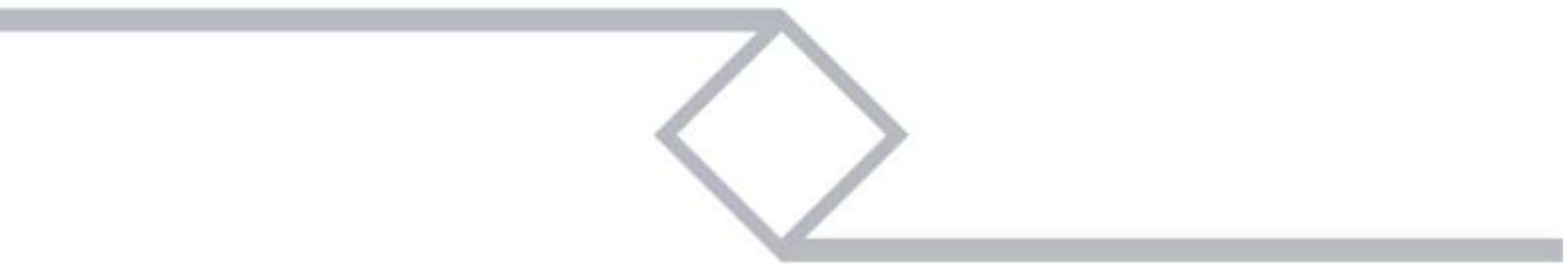
Desarrollar simuladores de diálogos en mesa redonda donde se expongan las ventajas y desventajas de las diferentes estrategias a fin de que los estudiantes puedan simular experiencias que luego puedan aplicar en el mundo laboral.

Socializar el presente manual con toda la comunidad educativa a fin de lograr el apoyo para su implementación e inclusión en el pensum del Bachillerato internacional de la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva





# CAPITULO IV



ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



## **CAPÍTULO IV**

### **4.1. Estrategias de negocios internacionales**

Las actividades del comercio internacional se han visto incrementadas en estos últimos en el país, debido entre otros factores al aumento de la población y los acuerdos internacionales de país a país como parte de bloques de integración, que generan rueda de negocios en la que cada parte oferta sus productos para la venta, así como compra lo que necesita.

El comercio internacional se hace vital para el desarrollo de los países, debido a que se genera estabilidad financiera mediante el ingreso de divisas como consecuencia de la exportación de productos. El movimiento económico que producen las exportaciones beneficia directa e indirectamente a toda la población mediante la generación de empleo, contratación de servicios, consumo de bienes de distinta naturaleza, recaudación de impuestos, etc. generándose desarrollo y bienestar en el país.

La concepción de un mundo es ahora más que nunca un concepto en vigencia debido al desarrollo de las telecomunicaciones, mediante la cual todos estamos conectados con todos, por lo que es más fácil ofertar productos para satisfacer las necesidades de personas de todo el planeta. La habilidad para hacer negocios con personas o empresas de otros países es lo que conocemos como la capacidad de negociación internacional.

Los estudiantes de la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”, necesitan adquirir estrategias de negocios internacionales que les permita ejecutar acciones efectivas al momento de realizar negocios con personas extranjeras que actúen a nombre propio o en representación de empresas o multinacionales.

La importancia de conocer y aplicar estrategias de negocios en la formación del Bachillerato internacional justifica plenamente este Manual: estrategias de negocios internacionales para los estudiantes de la Unidad

Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”. Generar oportunidades laborales del estudiante egresado, mediante el conocimiento de estrategias sobre negociación internacional.

- Socializar la presente propuesta con autoridades, padres de familia y comunidad educativa en general.

## **4.2. Fundamentación Teórica**

### **Alcance**

El alcance de la presente propuesta llega a toda persona que requiera conocimientos de comercialización y negociación internacional, esto es, además del Bachillerato internacional, en cursos de capacitación al personal de empresas como gerentes, directivos de alto nivel o negociadores directos.

### **Manual: estrategias**

Para Campusano Cataldo & Díaz Olivos (2017) dice que el manual: estrategias favorece el desarrollo de habilidades y actitudes tales como: pensamiento crítico y creativo, responsabilidad ante el aprendizaje, búsqueda, organización, creación y aplicación de información, promoción del aprendizaje colaborativo y autorreflexión sobre el propio aprendizaje.

### **Importancia del manual: estrategias**

El manual: estrategias responde a los variados estilos de aprendizaje de los estudiantes por lo que la utilización de determinada estrategia se convierte en eje didáctico central de todo el proceso de enseñanza aprendizaje, pues tiene la flexibilidad de ser adaptado mediante la incorporación de nuevas técnicas o métodos según lo requiera el criterio del docente que busca cumplir los objetivos de aprendizaje.

El docente como diseñador, adaptador, observador, animador y

conductor de las estrategias, busca lograr respuestas espontáneas de los estudiantes que le permitirán conocer las falencias y debilidades y retroalimentar procesos rediseñando estrategias en la consecución de sus objetivos pedagógicos.

Al momento de diseñar estrategias metodológicas, el manual actúa como instrumento para dirigir mediante acciones secuenciales y de manera organizada, amena y agradable todo el proceso educativo – formativo con objetivos generales al inicio y luego con objetivos circunstanciales de retroalimentación.

### **Estructura del manual: estrategias**

El manual: estrategias permite aplicar técnicas y procedimientos para aprender mejor; está estructurado según las necesidades educativas detectadas en la presente investigación y los lineamientos básicos exigidos por el Ministerio de Educación.

Se orienta a estrategias para impartir conocimientos acerca de la negociación internacional y desarrollar destrezas con criterio de desempeño en el estudiante de la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”

El presente manual se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- Estrategia
- Objetivo
- Gestión de procesos
- Indicadores de gestión

### **4.3. Factibilidad**

Se dispone de recursos propios para el diseño, la elaboración y la

socialización del presente manual.

#### **4.4.1. Técnica**

Por la infraestructura y los recursos y materiales didácticos con que cuenta la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva” se determina que la presente propuesta posee la factibilidad técnica para su puesta en marcha.

#### **4.4.2. De recursos humanos**

Por la experiencia del personal docente de la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva”, la colaboración de las autoridades, así como de la comunidad educativa se concluye que la presente propuesta posee la factibilidad de recursos humanos para su implementación

#### **4.4.3. Política**

La presente propuesta respeta los acuerdos, convenios y reglamento interno la Unidad Educativa “Dr. Isidro Ayora Cueva” , así como todo lo relacionado con el ámbito de la misma y sus actores. Por lo tanto, se concluye que la propuesta posee factibilidad política.

Las compañías se hacen “internacionales” por cualquiera de las tres razones básicas, el deseo de buscar nuevos mercados, la necesidad competitiva de lograr costos más bajos o el deseo de tener acceso a reservas de recursos naturales en otros países.

Sin importar cuál sea la razón, una estrategia internacional tiene que orientarse a la situación y requiere un análisis cuidadoso de los aspectos de la industria internacional. Se debe poner especial atención a las formas en las que difieren las necesidades y los hábitos de los compradores, a los canales de distribución, al potencial de crecimiento a largo plazo, al as fuerzas motrices y a las presiones competitivas.

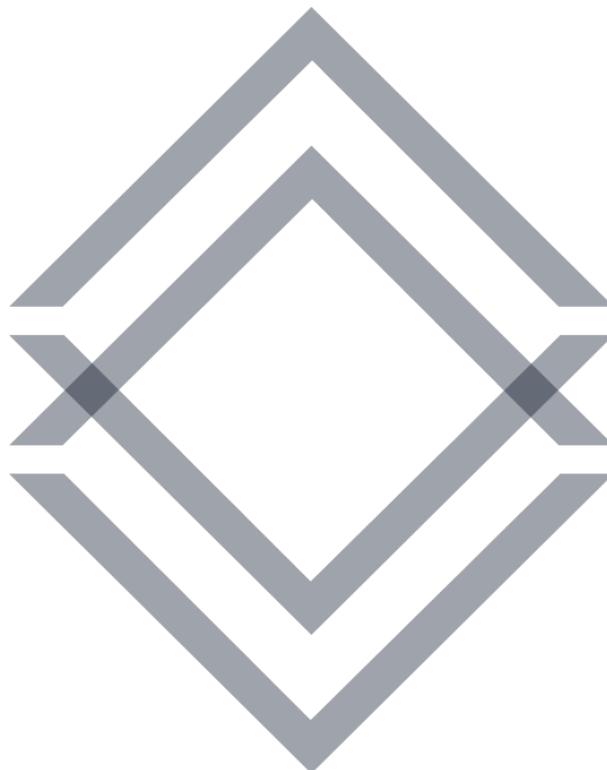
Además de las diferencias de mercado básicas entre los países,

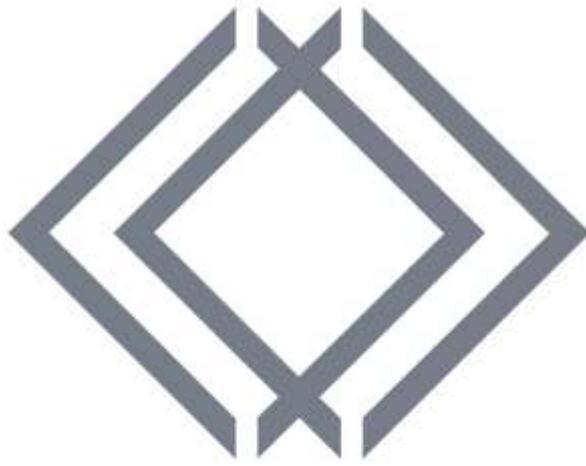
existen otros cuatro factores de situación que son característicos de las operaciones internacionales: las variaciones de cotos entre los países, los tipos de cambio fluctuantes, las políticas comerciales del gobierno anfitrión y el patrón de la competencia internacional.

El desarrollo de estrategias internacionales de negocios es el sistema que se utiliza para planificar e implementar una serie de acciones encaminadas a competir y posicionar una empresa en el mercado internacional.

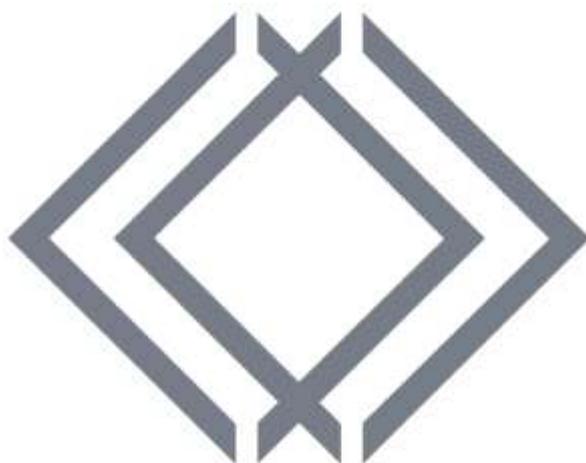
Para ello es recomendable llevar a cabo una serie de procesos antes de iniciar el proceso de entrada de un negocio en el ámbito internacional.

En la educación actual del siglo XXI del Bachillerato Internacional con estudiantes egresados en Emprendimiento y Gestión, es necesario que ellos conozcan sobre estrategias que les ayude en su profesionalismo y para que en el futuro puedan obtener igual de oportunidades laborales.





# ESTRATEGIA N° 1 ALIANZAS ESTRATÉGICAS



## **ESTRATEGIA N° 1 ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

### **Objetivo:**

Agregar valor a las operaciones internacionales mediante alianzas estratégicas para darle sostenibilidad al negocio

### **Definición:**

Las alianzas estratégicas consisten en asociaciones, convenios o acuerdos que realizan dos o más empresas no competidoras entre sí, que se dirigen a mismo mercado, con el objetivo de lograr una ventaja o beneficio que de manera individual no podrían conseguir. Su finalidad consiste en mantener y mejorar su competitividad en entornos empresariales altamente complejos y cambiantes. (Schaan, Kelly, & Tanganelli, 2012).

Las alianzas estratégicas adquieren importancia cuando se trata de abrir mercados en lugares remotos en los que la empresa no está habituada ni relacionada con sus diversos entornos geo políticos que involucran la cultura, la política, los aspectos legales y socioculturales propios de ese país o región.

La apertura hacia mercados internaciones implica un riesgo, y una forma de disminuir ese riesgo es estableciendo alianzas estratégicas con empresas locales que por tener intereses ligados a los nuestros trabajarán denodadamente por tener éxito en el ingreso del producto a su mercado, asumiendo el riesgo de fracasar en el intento.

Otras de las razones por la que se recomienda las alianzas estratégicas tienen que ver con el aprovechamiento del conocimiento y la tecnología, pues empresas del exterior pueden estar a la vanguardia en aspectos científicos tecnológicos que pueden beneficiar en forma general

a la nuestra. (Sainz de Vocuña Ancín, 2014).

(Entrepreneur, 2016) Considera que el momento adecuado para considerar una alianza estratégica es cuando se requiera:

- Acceso a mercados internacionales
- Se necesite el Aprovechamiento de tecnología.
- Realizar innovaciones.
- Minimizar riesgos

Y Para que la alianza tenga éxito se requiere:

- Honestidad y transparencia.
- Determinar motivos estratégicos
- Involucramiento.

### Gráfico N°21 Ventajas y desventajas de las alianzas estratégicas



### **Ventajas:**

- Obtener de otras empresas conocimientos, experiencias y recursos humanos, financieros, logísticos, etc.
- Aumentar la producción, reducir costos, mejorar la publicidad y promoción, obtener más clientes, y aumentar la rentabilidad del negocio.

### **Desventajas**

- Conflictos de control: ambas partes desean el control de la empresa en base a sus propios intereses.
- Cambios de actitudes y formas de ver el negocio por parte de los socios.
- Falta de transparencia y cooperación entre las partes
- Diferentes estilos de dirección, administración y control
- Orientación hacia objetivos diferentes.

### **Aplicación en negocios internacionales**

La incursión en mercados internacionales o permanencia es complejo y difícil. Las alianzas estratégicas con empresas con experiencia en el mercado permitirán apropiarse de esos conocimientos y facilitará el ingreso en el mismo.

### **Gestión de procesos:**

- Determinar los resultados que se quiere conseguir a través de la alianza estratégica
- Implica proyectarse a los resultados con la alianza estratégica y si existen otros medios de lograrlos sin necesidad de la alianza.
- Preparar o escuchar propuestas

Consiste en la preparación de propuestas de alianza estratégica para su presentación a empresas que consideramos potencialmente beneficiosas para las negociaciones internacionales; o escuchar

propuestas de empresas que buscan alianzas con nuestra empresa para determinar la conveniencia de las mismas.

- Construir un Plan de acción

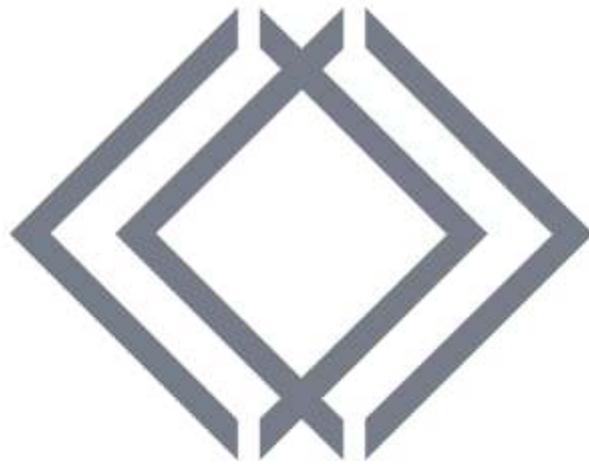
Determinar paso a paso las acciones a seguir para implementar la alianza estratégica tomando en cuenta factores como tiempo y recursos disponibles para acceder a ella.

#### **Indicadores de gestión:**

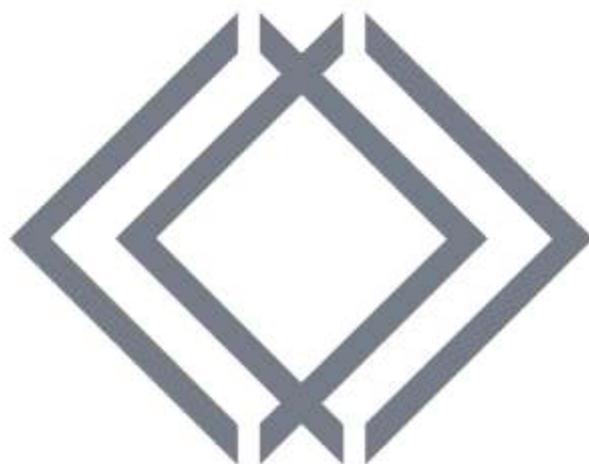
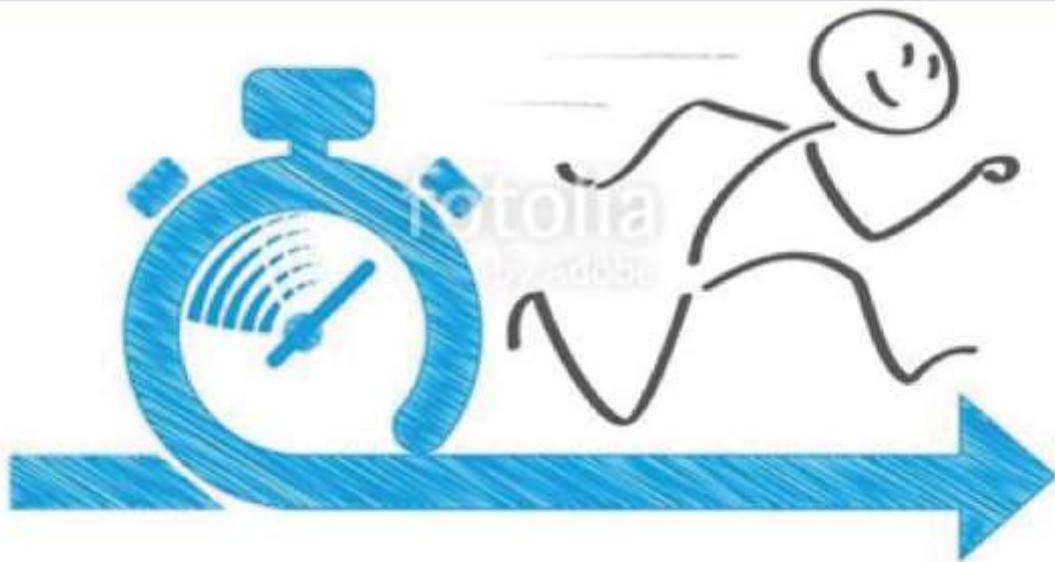
- Realiza un estudio de ventajas y desventajas de acceder a la alianza estratégica
- Prepara propuestas y las presenta a las empresas con las que se quiere realizar una alianza estratégica
- Escucha y analiza propuestas de empresas interesadas en realizar alianzas estratégicas
- Presenta un informe a la junta de accionistas para su aprobación
- Elabora un Plan de acción para determinar responsables

#### **Evaluación:**

1. ¿En qué consisten las alianzas estratégicas?
2. ¿Cuál es la importancia de las alianzas estratégicas?
3. ¿Cuándo se debe considerar realizar una alianza estratégica?
4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de la alianza estratégica?



# ESTRATEGIA N° 2 JUST IN TIME



## **ESTRATEGIA N°2 JUST IN TIME**

### **Objetivo:**

Proporcionar métodos de planificación, control de la producción y promoción del producto o servicio que contribuyan a negociaciones internacionales exitosas

### **Definición:**

Es una estrategia que consiste en producir los elementos que se necesitan, en las cantidades que se necesitan, en el momento en que se necesitan. Es la forma como debería gestionarse el sistema de producción. (Amdt, 2017)

En el márketing just in time se define como la estrategia que permite crear el contenido necesario adaptándose a las preferencias de los consumidores en el momento oportuno en el que quieren comprar. (IPMARK, 2016).

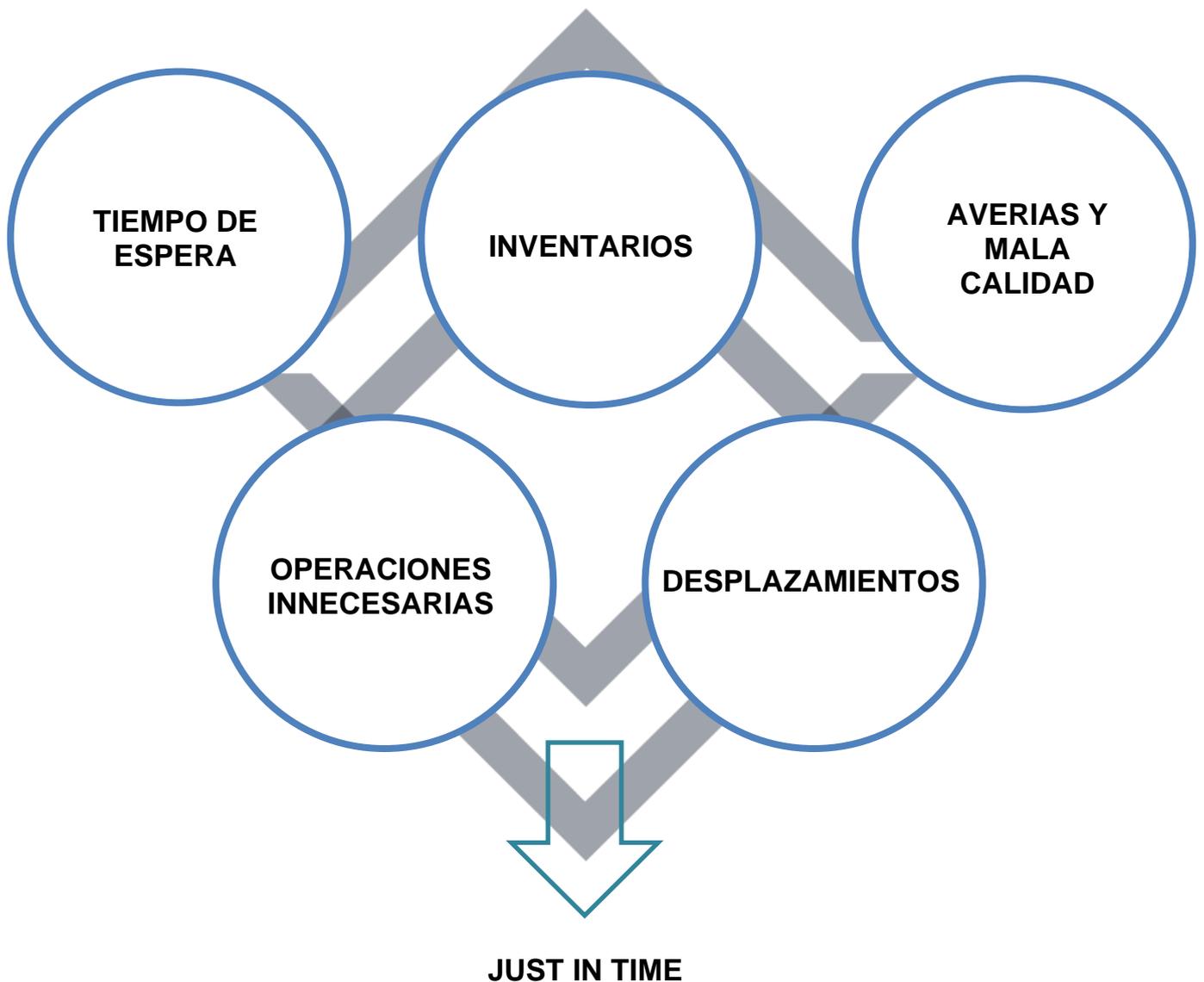
Esta estrategia se basa en una filosofía industrial de eliminación de todo lo que implique desperdicio o despilfarro en el proceso de producción que va desde la compra de insumos o materia prima hasta la distribución de la mercancía. Evitar el desperdicio implica deshacerse de todo lo que no añada valor al producto.

Esta estrategia se aplica principalmente a empresas de manufactura, basada en controles e inspecciones permanentes, transportes, movimiento de máquinas, mercancías o personas, almacenajes, logística, etc.

En esta estrategia, las materias primas y los productos llegan justo a tiempo, tanto para la fabricación o para servir al cliente.

Just-in-time (JIT) es un sistema producción que adapta la demanda y permite la diversificación de productos, incrementando modelos y unidades; reduce stocks, manteniendo estrictamente los productos necesarios para la venta, lo que implica un cambio en el proceso productivo, distribución y comercialización de la mercancía, tratando de lograr ventajas sinérgicas en la cadena de producción-consumo.

**Gráfico N° 22 Ventajas de la estrategia Just in time**



## **Ventajas en producción:**

Evitar el despilfarro eliminado:

- **Sobreproducción**

Evitando producir más de lo que se va a vender, disminuyendo las inversiones para mantener el inventario, aumentando la rotación de inventarios,

- **Operaciones innecesarias**

Generando nuevos diseños de procesos, reduciendo pérdida de material.

- **Desplazamientos**

Eliminando movimiento innecesario de recursos humanos, materia prima, materiales o inventarios; disminuyendo los costos por almacenamiento.

- **Averías y mala calidad**

Implementando supervisión y control, evitando problemas de calidad, cuello de botella, problemas de coordinación, y proveedores de poca confiabilidad.

- **Tiempos de espera**

Eliminando trámites innecesarios; bajando los costos financieros, ahorrando en costos de producción.

## **Ventajas en marketing:**

- **Conciencia sobre las pérdidas**

- **Flexibilidad para lanzar la campaña en el momento oportuno**

- **Capacidad para generar conocimiento en el consumidor**

- Mayor integración digital.
- Proporcionar una experiencia personalizada, satisfactoria e interesante a los clientes.

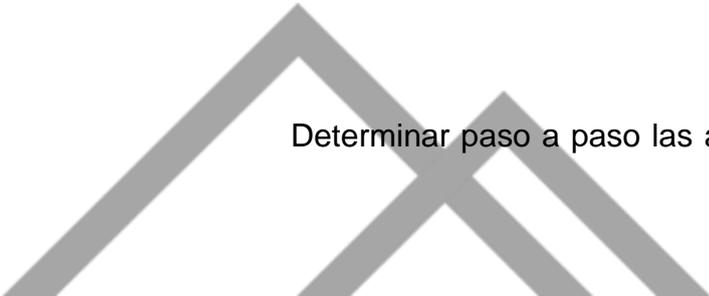
### **Aplicación en negocios internacionales**

La producción y promoción para un mercado internacional constituye una acción de riesgo al inicio de operaciones, producir artículos en la cantidad necesaria, de calidad, en el tiempo y con la promoción adecuada reducirá el riesgo de pérdida y aumentará las posibilidades de éxito de la empresa.

### **Gestión de procesos**

#### **Productivos:**

- Realizar estudios de mercado que permitan producir solo los productos que se van a vender en determinado periodo.
- Realizar estudios para el diseño de nuevos procesos productivos
- Establecer nuevas rutas u optimizar las existentes para evitar el movimiento innecesario de personal y productos.
- Implementar procesos de supervisión y control que permitan detectar fallas en la producción que podrían ocasionar averías en infraestructuras o maquinarias. Mejorar la coordinación operativa.
- Estudiar la eliminación de trámites burocráticos internos que podrían ocasionar pérdida de tiempo en la realización de tareas.
- Construir un Plan de acción



Determinar paso a paso las acciones a seguir para implementar la

estrategia Just in time.

**De marketing:**

- Optimizar operaciones

Entrenando el personal, determinando responsabilidades, mejorando o eliminando procesos

- Conocer las reacciones del público

Mediante el estudio y monitoreo de redes sociales, poniendo en acción la combinación de conocimientos más instintos.

**Indicadores de gestión:**

**Productivos:**

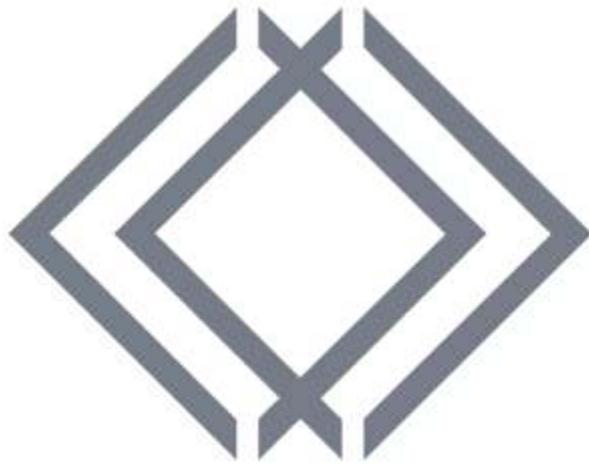
- Se reúne con el responsable de ventas para conocer sus proyecciones.
- Realiza estudios de mercado y elabora proyecciones de ventas
- Elabora fichas de observación de procesos y elabora nuevos diseños
- Elabora fichas de observación de rutas y genera nuevas u optimiza las existentes
- Capacita al personal o contrata nuevo para supervisión y control
- Elabora manual de control de calidad y lo socializa con todos los empleados
- Estudia trámites burocráticos y elimina los innecesarios
- Elabora un Plan de acción para determinar responsables

**De marketing:**

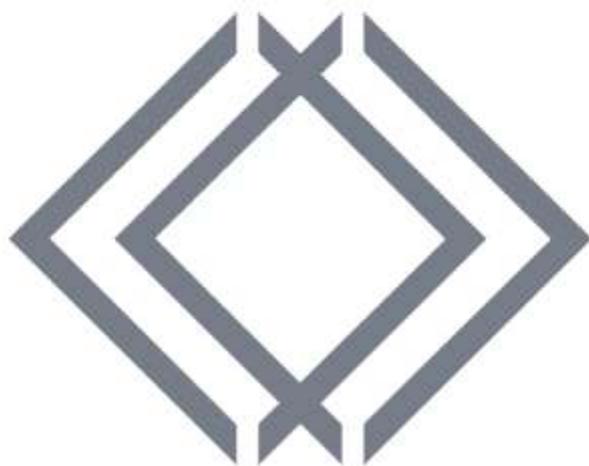
- Contrata empresas de capacitación en marketing y ventas
- Elabora o clarifica el manual de funciones
- Diseña procesos de marketing y ventas o mejora los existentes
- Contrata personal especializado en monitoreo de redes sociales
- Elabora un Plan de acción para determinar responsables

**Evaluación:**

1. ¿En qué consiste la estrategia Just in time?
2. ¿Qué implica evitar el desperdicio?
3. ¿Qué permite el Just in time?
4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas?



# ESTRATEGIA N° 3 ENTRAR PRIMERO AL MERCADO



## **ESTRATEGIA N° 3 ENTRAR PRIMERO AL MERCADO**

### **Objetivo:**

Proporcionar métodos de planificación, control de la producción y promoción del producto o servicio que contribuyan a negociaciones internacionales exitosas

### **Definición:**

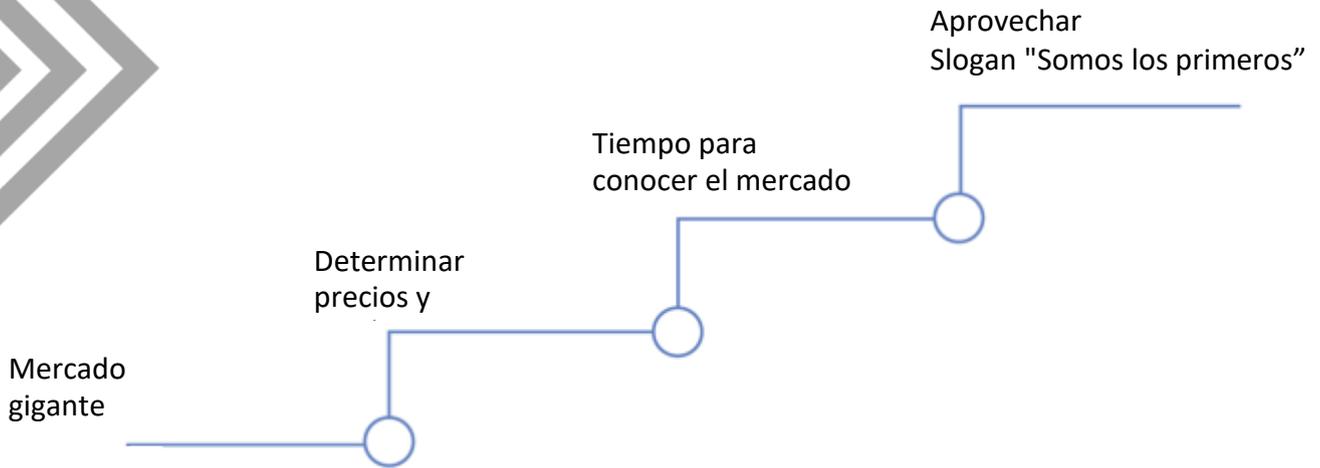
Estrategia de entrar primero al mercado creando un nuevo concepto de negocio y un nuevo producto.

Este principio nos indica que es mejor entrar primero en la mente del consumidor que tratar de estar primero en el punto de venta. Es mejor ser el primero que tener el mejor producto. (Borghino, 2017).

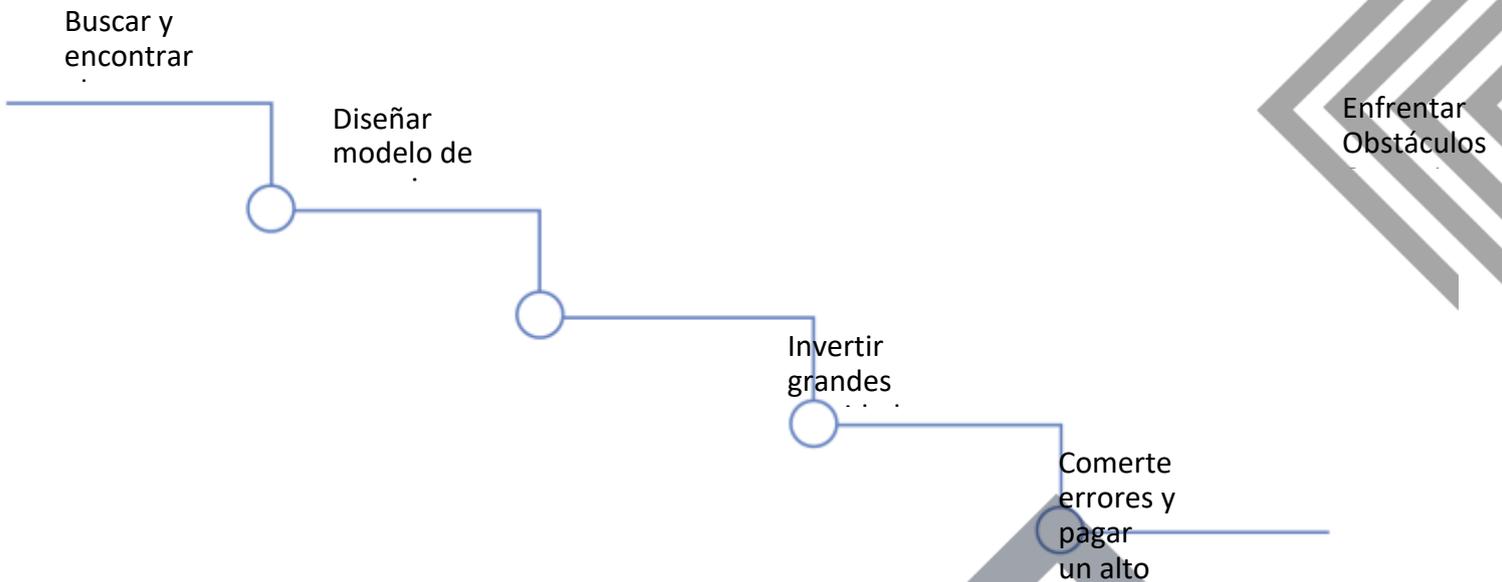
El mercado es el principal incentivo a la innovación. La innovación está estrechamente relacionada al desarrollo de estrategias. La estrategia entrar primero al mercado implica innovar un producto o servicio y ser primeros en ofrecerlo al mercado. La innovación significa arriesgarse a cambio de obtener las primeras posiciones en el mercado a incursionar.



**Gráfico N° 23 Ventajas de la estrategia “Entrar primero al mercado”**



**Gráfico N°24 Desventajas de la estrategia “Entrar primero al mercado”**



### **Ventajas:**

- Tener un mercado gigante por explotar
- Determinar a libertad precios y condiciones en el mercado
- Aprovechar el slogan publicitario “Somos los primeros” “Somos los originales” generando en la mente del cliente que los demás son segundones o copias de nosotros.
- Tener tiempo de ventaja para conocer de mejor forma al mercado, sus condiciones, restricciones y como vender el producto exitosamente.

### **Desventajas**

- Buscar y encontrar el mercado
- Diseñar un modelo de negocios y productos
- Enfrentar obstáculos operativos y legales
- Invertir grandes cantidades de dinero en promocionarse
- Cometer errores y pagar un alto costo por ellos

### **Aplicación en negocios internacionales**

En ciertos mercados internacionales nuestros productos o materia prima generan novedad y por lo tanto especial acogida en su población. Mercados extranjeros que no tienen proveedores de ciertos productos, serán una gran oportunidad para nosotros al ser los primeros en satisfacer esa necesidad.

### **Gestión de procesos:**

- Realizar estudios de mercados internacionales que permitan descubrir los mercados en las que no existe presencia e nuestros productos.

- Realizar estudios de factibilidad del mercado para conocer si es posible operativa y legalmente establecer el negocio en ese país.

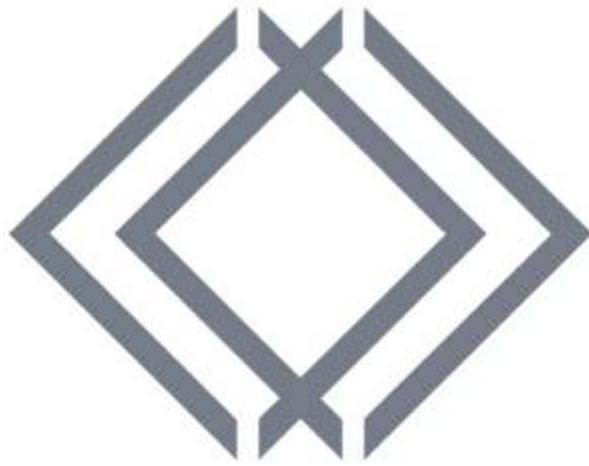
#### **Indicadores de gestión:**

- Contrata consultores especializados en estudios de mercado internacionales
- Contrata expertos en estudios de factibilidad de mercados, si es posible del mismo país en el que se intenta incursionar.

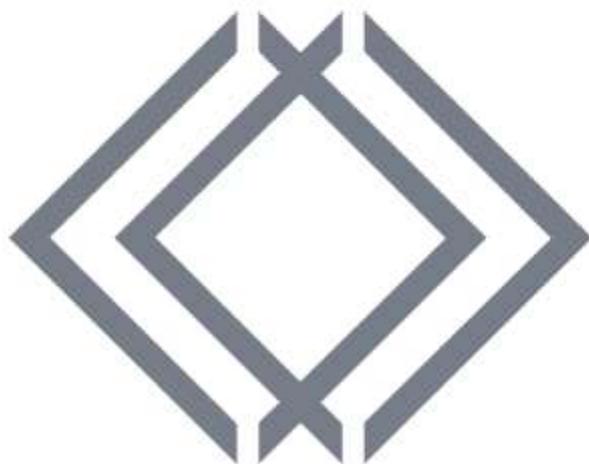
#### **Evaluación:**

1. ¿Qué nos indica el principio de entrar primero al mercado?
2. ¿Qué implica la estrategia de entrar primero al mercado?
3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas?
4. ¿Cuál es su aplicación en negocios internacionales?





# ESTRATEGIA N° 4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS



## **ESTRATEGIA N° 4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS**

### **Objetivo**

Favorecer los negocios internacionales mediante canales de distribución que permitan la distribución de productos en el mercado internacional

### **Definición**

Consiste en la contratación de empresas intermediarias que pueden trabajar en forma exclusiva o no para la empresa productora. A través de un acuerdo contractual la empresa domiciliada en el país de destino se compromete a vender los productos sin realizar ninguna transformación sobre ellos a cambio de una comisión o diferencia entre el precio que le entrega la empresa productora y el precio de venta al público.

Generalmente el distribuidor asume además las funciones de otorgamiento de garantía, servicio de post venta, venta de repuestos, así como de apoyo para el lanzamiento al mercado de nuevos productos. (Cantos , 2014).

Para la toma de decisiones con respecto a los canales de distribución hay que tener en cuenta ciertos factores como:

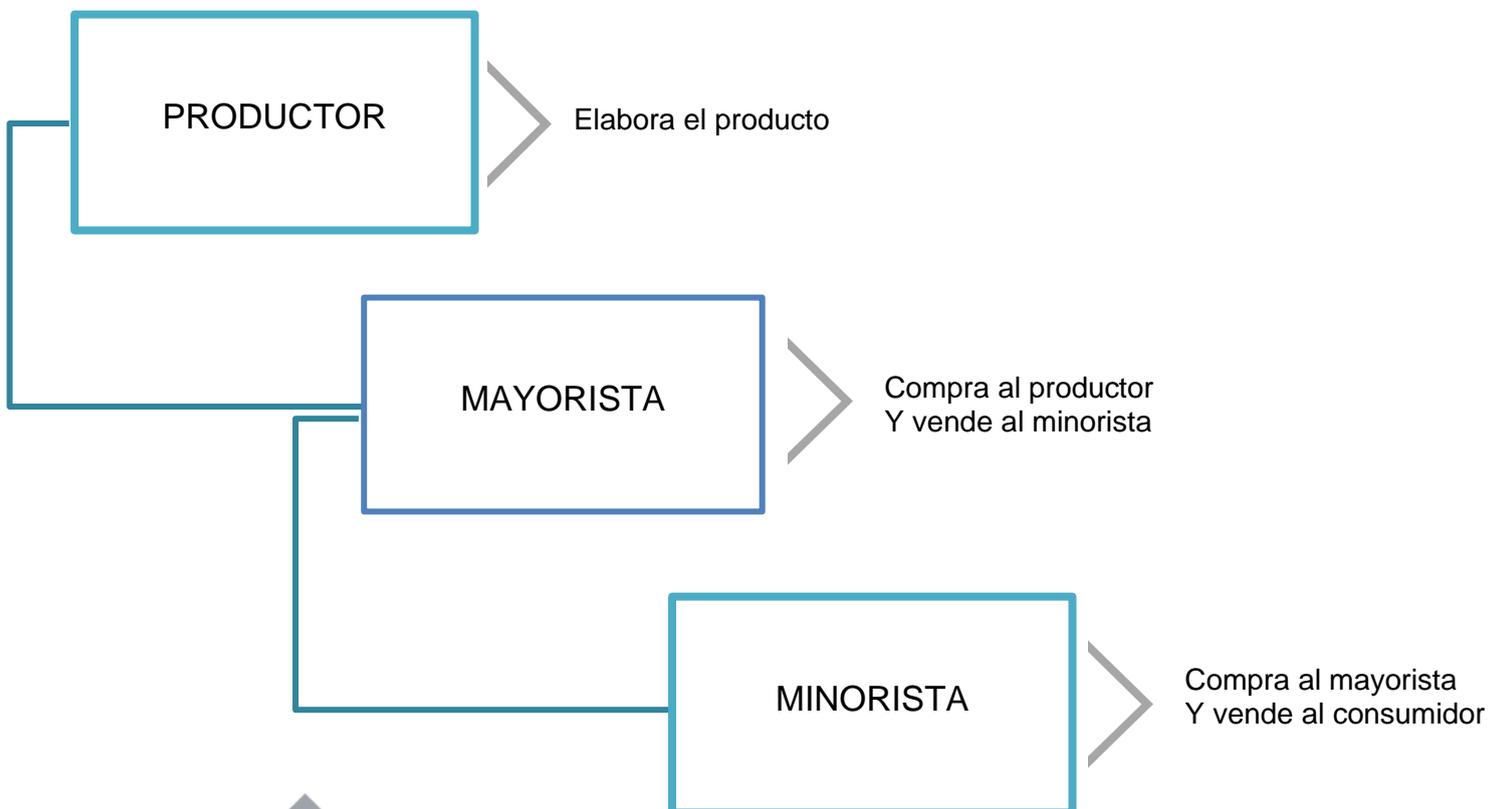
- Naturaleza del producto
- Precio de venta al público
- Estabilidad del producto y del distribuidor en el mercado
- Posicionamiento del intermediario en el mercado
- Calidad de la fuerza de ventas

Los elementos que intervienen en un canal de distribución son:

- **Productor:** Empresa que elabora el producto
- **Mayorista:** Empresas con gran capacidad de almacenamiento que compran al productor para la reventa al minorista.
- **Minorista:** Compra el producto al productor o al mayorista para venderlo al consumidor final. El minorista es el último eslabón del canal de distribución.

El minorista tiene contacto directo con el consumidor final, por lo tanto influye enormemente en las ventas de los productos que está comercializando.

**Gráfico N° 25 Elementos que intervienen en el canal de distribución**



## **Ventajas**

- Cero costos de estructura comercial en el exterior (la estructura comercial pertenece al distribuidor o al partner).
- Cero riesgos de impago de los destinatarios finales de las mercancías exportadas, asumiendo solo el riesgo de impago del distribuidor.
- Relación mercantil entre exportador y distribuidor con libertad absoluta en materia de pactos o acuerdo.
- Dependencia a jurisdicción civil-mercantil neutral en los casos de conflicto entre exportador y distribuidor.
- Continuidad en las operaciones comerciales pues los distribuidores proporcionan colaboración con el exportador de forma permanente
- Posibilidad de obtener de distribuidores una colaboración en régimen de exclusividad.
- Posible determinación del PVP de los productos exportados en el mercado destino de exportación

## **Desventajas**

- Desconocimiento total del mercado de quien lo conoce es el distribuidor.
- Relación inexistente con los destinatarios finales de los productos exportados, pues el exportador solo conoce al distribuidor.
- Política comercial fijada por el distribuidor.
- Encarecimiento del producto en el mercado exterior, pues el distribuidor añade un valor extra por su comisión. (Comercio Exterior, 2013)



## **Gestión de procesos**

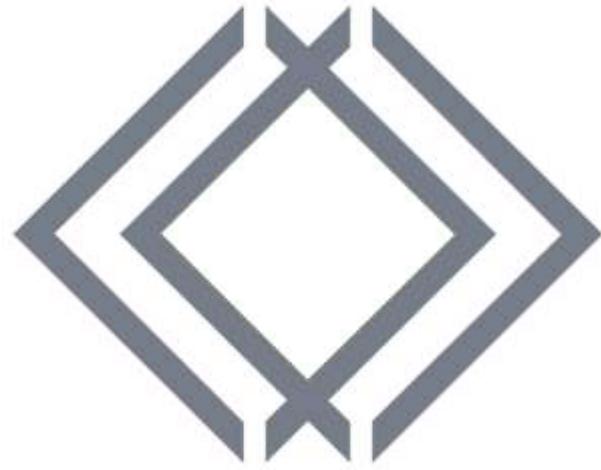
- Realizar estudios de empresas distribuidoras de productos afines a los nuestros
- Establecer relaciones con las empresas distribuidoras para llegar a acuerdos beneficiosos para ambas partes
- Firmar contrato de distribución con la empresa distribuidora seleccionada.

## **Indicadores de gestión**

- Contrata consultores especializados en empresas distribuidoras en el país de destino de las exportaciones
- Programa reuniones con delegados de las empresas distribuidoras para discutir condiciones.
- Se reúne con abogados para asesorarse legalmente y la elaboración del contrato de distribución.

## **Evaluación:**

1. ¿En qué consiste la estrategia de canales de distribución?
2. ¿Cuáles son los factores que se deben tener en cuenta?
3. ¿Cuáles son los elementos que intervienen en el canal de distribución?
4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas?



# ESTRATEGIA N° 5 LA FRANQUICIA



## **ESTRATEGIA N°5 LA FRANQUICIA**

### **Objetivo**

Favorecer los negocios internacionales mediante la franquicia

### **Definición**

La franquicia es una autorización que el concedente da al concesionario para utilizar su marca integrándola a su red de comercialización. (Bermúdez González, 2002).

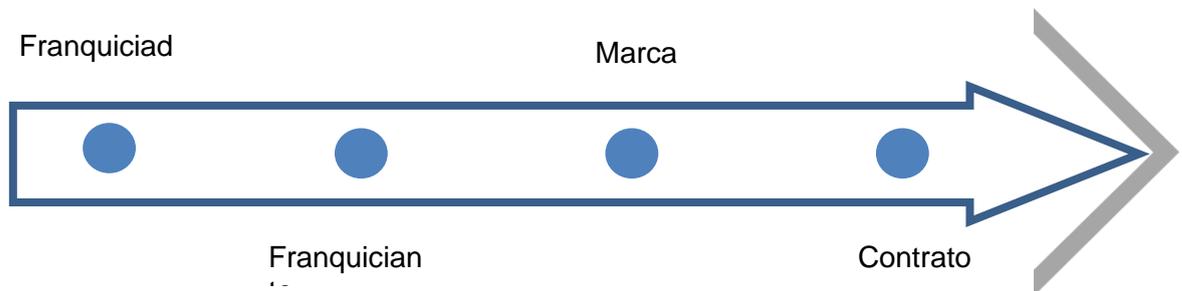
La contraprestación de la franquicia implica una cuota inicial y regalías que el franquiciado deberá pagar al franquiciante con la finalidad de que éste le otorgue el permiso de para utilizar su marca en la venta de productos. Cada mes el franquiciado deberá cancelar regalías al franquiciante dependiendo del acuerdo inicial de concesión.

Los elementos principales que intervienen en una franquicia son:

- Franquiciador
- Franquiciado
- Marca
- Contrato



## Gráfico N°26 Elementos que intervienen en la franquicia



### Ventajas

- Rapidez de crecimiento empresarial.
- Necesidad de poco personal.
- Poca inversión
- Disminución de riesgo comercial y financiero
- Obtención de economías de escala.
- Mejoramiento en la gestión del punto de venta.
- Pocos sistemas de control.

### Desventajas

- Comunicación complicada entre las redes de franquicia.
- Las decisiones las toman los franquiciados.
- Incumplimiento de compromisos por parte de los franquiciados.
- Bajo beneficio por punto de venta.
- Relación no jerárquica entre franquiciador y franquiciado.

### Gestión de procesos

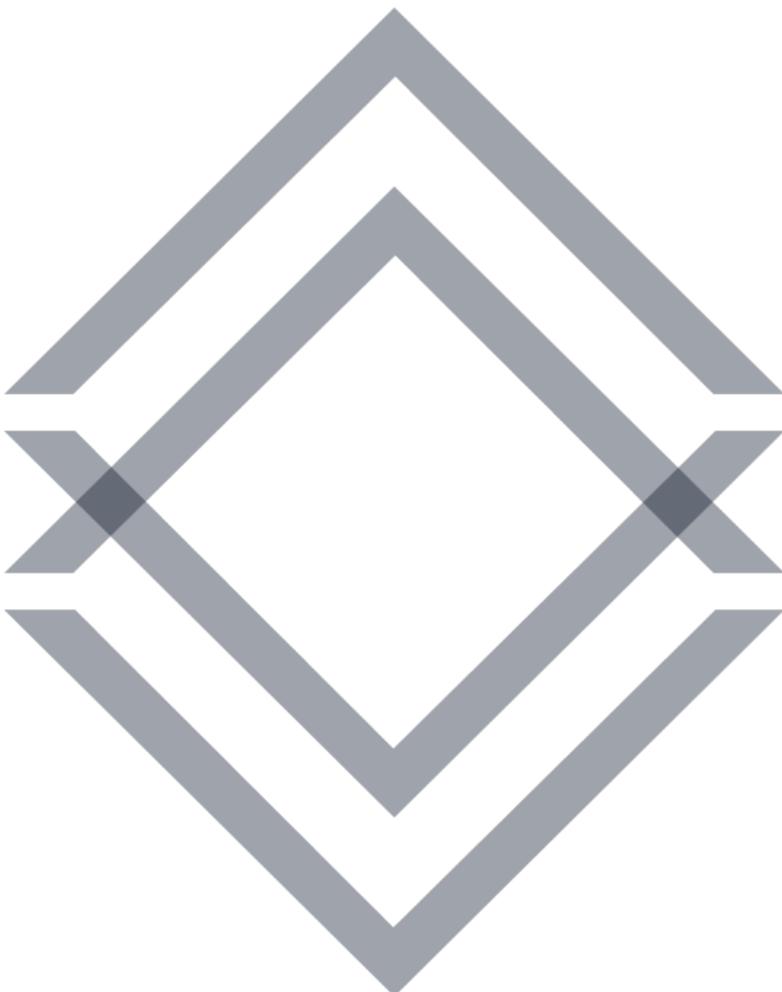
- Realizar estudios de empresas que trabajan con franquicias
- Establecer relaciones con las empresas franquiciadas para discutir aspectos de la franquicia
- Firmar contrato de franquicia con la empresa distribuidora seleccionada.

## Indicadores de gestión

- Contrata consultores especializados en empresas franquiciadas en el país de destino de las exportaciones
- Programa reuniones con delegados de las empresas franquiciadas para discutir condiciones.
- Se reúne con abogados para asesorarse legalmente y la elaboración del contrato de franquicia.

## Evaluación:

1. ¿Qué es una franquicia?
2. ¿Qué implica la contraprestación de la franquicia?
3. ¿Qué elementos intervienen en una franquicia?
4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de la franquicia?



## BIBLIOGRAFÍA

- Academia Cotopaxi . (2016). *Programa del Bachillerato Internacional (BI)*.  
Obtenido de Academia Cotopaxi (BI):  
<https://www.cotopaxi.k12.ec/es/ProgramaDiplomaBachilleratoInternacional>
- Amdt, P. (2017). *Just in Time: el sistema de producción Justo a Tiempo*.  
Universidad de Murcia.
- Amoletto, E. (2015). *La Gerencia. Funciones básicas de la gerencia. Control interno y externo*. Obtenido de Eumed.net:  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1395/gerencia.htm>
- Anaya García, R. (21 de Octubre de 2011). *Los 6 elementos clave de los negocios internacionales*. Obtenido de Gestipolis:  
<https://www.gestipolis.com/6-elementos-clave-negocios-internacionales/>
- Arias, C. (2011). *Investigación de Campo*.
- Bermúdez González, G. (2002). *La franquicia: Elementos, relaciones y estrategias*. Madrid: ESIC.
- Bernal. (2015). *Método Teóricos*.
- Blanc, C. (20 de Octubre de 2016). *Negocios Internacionales*.  
Washington: McGrawHill. Obtenido de Tendencias 21:  
[https://www.tendencias21.net/La-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-de-una-empresa\\_a4976.html](https://www.tendencias21.net/La-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-de-una-empresa_a4976.html)
- Blum Alcívar, H., Flores Vilacrés, E., Vallejo de la Torre, C., & Sánchez Parrales, C. E. (2016). *Negocios Internacionales. Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Bordas, M. (2013). *La Lista de Cotejo*. Obtenido de ABC:  
<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/la-lista-de-cotejo-1184701.html>
- Borghino, M. (2017). *El Arte de Innovar para No Morir. Cómo sobrevivir a mercados sarutados*. Grijalbo.

- Bustos, A., & Checura, R. (2015). *Determinación de los riesgos en los negocios internacionales*. Santiago : Universidad de Chile.
- Camarena, M., & Tunal, G. (2015). *Metateoría sociológica: Un enfoque para los negocios internacionales*. Distrito Federal: Politécnico Colombiano.
- Cantos , M. (2014). *Introducción al comercio internacional*. Tesitex.
- Capusano Cataldo, K., & Díaz Olivos, C. (2017). *Manual: estrategias Didácticas: Orientación para su Selección*. Santiago: INACAP.
- Comercio Exterior. (2013). *Utilización de distribuidores y partners en las ventas internacionales*. Obtenido de Comercio Exterior.es: <http://www.comercio-exterior.es/es/action-articulos.articulos+art-22+cat-11/Articulos+de+comercio+exterior/Contratacion+internacional/Utilizacion+de+distribuidores+y+partners+en+las+ventas+internacional.es.htm>
- Dinero. (31 de Agosto de 2017). *Egresados IB tienen mayor posibilidad de ascenso profesional*. Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresia/educacion/articulo/egresados-de-colegios-con-bachillerato-internacional-tienen-mas-oportunidades/249254>
- El Comercio. (15 de Abril de 2015). *Ecuador es un ejemplo en bachillerato internacional*. Obtenido de El Comercio: [https://www.expreso.ec/historico/ecuador-es-un-ejemplo-en-bachillerato-interna-DYgr\\_7798510](https://www.expreso.ec/historico/ecuador-es-un-ejemplo-en-bachillerato-interna-DYgr_7798510)
- Entrepreneur. (6 de Octubre de 2016). *¿Qué son las alianzas estratégicas?* Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/257300>
- Fisher, G. (2015). *Negociación internacional: La perspectiva transcultural*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Global Negotiator. (2016). *Estrategias de negociación internacional*. Madrid: Global Negotiator. Obtenido de Global Negotiator.

- Harvard Deusto. (11 de Noviembre de 2014). *La negociación internacional, claves para triunfar*. Obtenido de Harvard Deusto: [https://retos-directivos.eae.es/la-negociacion-internacional-estilos-y-caracteristicas/#Fases\\_clasicas\\_en\\_el\\_proceso\\_de\\_negociacion\\_internacional](https://retos-directivos.eae.es/la-negociacion-internacional-estilos-y-caracteristicas/#Fases_clasicas_en_el_proceso_de_negociacion_internacional)
- Hernández, E. (2015). *Técnicas didácticas en la enseñanza de la negociación*. San José: Universidad de Costa Rica.
- IBO. (2014). *Admisión universitaria*. Obtenido de IBO: <https://www.ibo.org/es/university-admission/>
- IBO. (2014). *IBO*. Obtenido de El estilo de enseñanza del IB: <https://www.ibo.org/es/benefits-of-the-ib/the-ib-teaching-style/>
- IBO. (2014). *Programas*. Obtenido de Bachillerato Internacional: <https://www.ibo.org/es/programmes/>
- IBO. (2015). *El estilo de enseñanza del bachillerato internacional*. Obtenido de IBO: <https://www.ibo.org/es/news/news-about-ib-students/la-pedagogia-del-ib-estimula-el-interes-de-los-alumnos-en-la-ciudadania-participativa/>
- IBO. (2015). *El perfil de la comunidad de aprendizaje del IB*. Obtenido de IBO: <https://www.ibo.org/es/benefits-of-the-ib/the-ib-learner-profile/>
- IBO. (2015). *Individuos y Sociedades en el PAI*. Obtenido de IBO: <https://www.ibo.org/es/programmes/middle-years-programme/curriculum/individuals-and-societies/>
- IBO. (2015). *Psicología*. Obtenido de IBO: <https://www.ibo.org/es/programmes/diploma-programme/curriculum/individuals-and-societies/psychology/>
- IPMARK. (2016 de Junio de 2016). *Marketing just in time. Vender en el momento exacto*. Obtenido de IP Mark: <https://ipmark.com/marketing-just-in-time/>
- Martínez. (2014). *Método Empírico*.

- Matos Ayala, A. (2018). *Investigación Bibliográfica: Definición, Tipos, Técnicas*. Obtenido de Lifer: <https://www.lifer.com/investigacion-bibliografica/>
- McCormack-Noonan, J. (2015). *¿Qué es el Bachillerato Internacional y cómo lo obtengo?* Obtenido de Viva Mundo: <https://vivamundo.com/es/noticia/post/qu-es-el-bachillerato-internacional-y-como-lo-obtengo>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2015). *Currículo de Bachillerato Internacional*. Obtenido de Ministerio de Educación del Ecuador: <https://educacion.gob.ec/curriculo-de-bachillerato-internacional/>
- Mora, Á. (2015). *Las TIC en la enseñanza de los negocios internacionales*. Politécnico Grancolombiano.
- Mosquera, P. (2016). *El proceso de negociación internacional sobre la protección de los conocimientos tradicionales en materia de propiedad intelectual*. Quito: FLACSO.
- Muñoz. (2013). *Investigación Bibliográfica*.
- Parejo, F. (2015). *El negocio internacional en la exportación corchera en España y Portugal en el siglo XX*. Extremadura: Universidad de Extremadura.
- Robbins, S. (2017). *Comportamiento organizacional*. Londres: Pearson.
- Roosevelt, T. (28 de Marzo de 2012). *Toma de decisiones gerenciales*. Obtenido de Finanzas: <http://administracionfinancierauc.blogspot.com/2012/03/toma-de-decisiones-gerenciales.html>
- Sainz de Vocuña Ancín, J. M. (2014). *Alianzas estratégicas en la práctica*. Madrid: ESIC.
- Santana, E., & Ureta, D. (2013). *Implementar un plan estratégico de capacitación para los estudiantes del 2 año de bachillerato, tendientes a desarrollar habilidades y destrezas para el aprendizaje de los Negocios Internacionales*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil .

- Schaan, J. L., Kelly, M., & Tanganelli, D. (2012). *Gestión de alianzas estratégicas: Construyendo alianzas que funcionen*. Pirámide.
- Tendencias 21. (20 de Octubre de 2015). *La cultura organizacional es clave para el éxito de una empresa*. Obtenido de Tendencias 21: [https://www.tendencias21.net/La-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-de-una-empresa\\_a4976.html](https://www.tendencias21.net/La-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-de-una-empresa_a4976.html)
- Tutorasap. (2016). *Ventajas del bachillerato internacional*. Obtenido de Tutorasap: <https://tutorasap.es/ventajas-del-bachillerato-internacional/?lang=es>
- Yépez. (2015). *Población y Muestra*.



Ing. Francisco Bravo Villagómez, maestrante en Administración de Empresas en la Universidad UTEG, miembro del Comité editorial de la Revista de Investigación Científica para todas las Ciencias, Autor de varios artículos científicos.

GRUPO  
**CEO**  
  
**Editorial**

ISBN: 978-9942-7069-7-3

