



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TÍTULO:

LAS ESTRATEGIAS INTERNAS DE UNA EMPRESA PARA OBTENER  
UNA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, QUE LE PERMITAN NEGOCIAR  
EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

*TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO  
INTERNACIONAL*

AUTOR:

BRAVO ROSARIO JENNER OMAR

MACHALA - EL ORO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TEMA:  
LAS ESTRATEGIAS INTERNAS DE UNA EMPRESA PARA OBTENER UNA  
CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, QUE LE PERMITAN NEGOCIAR EN LOS  
MERCADOS INTERNACIONALES

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

AUTOR:  
BRAVO ROSARIO JENNER OMAR


MACHALA - EL ORO

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, BRAVO ROSARIO JENNER OMAR, con C.I. 0704693514, estudiante de la carrera de COMERCIO INTERNACIONAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autor del siguiente trabajo de titulación LAS ESTRATEGIAS INTERNAS DE UNA EMPRESA PARA OBTENER UNA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, QUE LE PERMITAN NEGOCIAR EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
  
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
  - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
  
  - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 17 de noviembre de 2015



---

BRAVO ROSARIO JENNER OMAR  
C.I. 0704693514

## **FRONTISPICIO**

La presente investigación, desarrollo, análisis, ideas, comentarios y criterios expuestos en el presente informe, son de absoluta responsabilidad del autor.

### **“LAS ESTRATEGIAS INTERNAS DE UNA EMPRESA PARA OBTENER UNA CERTIFICACION DE CALIDAD, QUE LE PERMITAN NEGOCIAR EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES”**

**AUTOR:**

---

JENNER OMAR BRAVO ROSARIO

CI: 0704693514

[jenner\\_omar17@hotmail.com](mailto:jenner_omar17@hotmail.com)

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>CONTENIDO.....</b>	<b>PAG.</b>
<b>PORTADA.....</b>	<b>I</b>
<b>CESION DE DERECHOS.....</b>	<b>III</b>
<b>FRONTISPICIO.....</b>	<b>IV</b>
<b>INDICE DE CONTENIDO.....</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>FUNDAMENTO TEÓRICO.....</b>	<b>10</b>
<b>DESARROLLO DEL CASO.....</b>	<b>12</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>15</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	
¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a Dios, mis padres, hermano y demás familiares que de una u otra manera, contribuyeron y apoyaron en todas las actividades relacionadas con mi formación universitaria.

El Autor.

## RESUMEN

En relación al ingreso de la empresa a los mercados internacionales, debe estar lista para el nivel de competitividad que exigen los diversos mercados internacionales, como también considerar que el producto o productos a comercializar deben ser de características elevadas, tanto en precio, diseño, uso, calidad, etc., lo que amerita que la empresa realice todos los esfuerzos necesarios para lograr satisfacer las demandas de uso o consumo de sus clientes, en consecuencia debe contar con un personal altamente capacitado, comprometido con el cumplimiento de los estándares de administración y producción, como también enfocarse en la obtención de una certificación internacional, que le permita acceder en condiciones ventajosas a los mercados internacionales, como es el caso de la certificación ISO:22000, que está relacionada con el excelente manejo sanitario de elaboración del producto, llamada vela por una correcta inocuidad de los productos, especialmente los alimenticios.

Para ello la empresa debe contar con un excelente sistema de gestión de la calidad, infraestructura adecuada para los sistemas productivos, un planificación de los sistemas de producción, considerar el nivel de sus competidores, y diseñar un sistema de diversificación de la oferta de productos llamado clúster, lo que le permitirá ser eficiente y tener la capacidad de diversificar el riesgo, es decir al tener varios productos, también puede buscar alternativas de mercados, logrando de esta forma hacer proyecciones que le permitan mantenerse en el mercado, por un mediano o largo plazo, objetivo esencial de la implementación o creación de un empresa exportadora de productos.

Las palabras claves: Sistema de Gestión de la Calidad, Negocios Internacionales, nivel exportador, mercados internacionales, normas de calidad

## **ABSTRACT**

In relation to the entry of the company into international markets, should be ready for the level of competitiveness required by the various international markets, as well as consider the product or products to market must be of high characteristics both in price, design, use quality, etc., which warrants that the company makes every effort to achieve the demands of use or consumption of its customers, therefore should have a highly trained, committed to meeting the standards of administration and production as well as focus on obtaining an international certification in order to gain access to international markets favorable conditions, such as the ISO: 22000, which relates to the excellent health management product development, call ensures proper safety of products, especially food.

To do this the company must have excellent quality management system, adequate infrastructure for production systems, a planning of production systems, consider the level of its competitors, and design a system to diversify the product offering called cluster, allowing you to be efficient and have the ability to diversify risk, ie to have several products, you can also look for alternative markets, thus achieving to project that can be maintained in the market for medium or long term objective essential for the implementation or creation of a product exporter.

Keywords: quality management system, International Business, export level, international markets, quality standards



## INTRODUCCIÓN

En relación al nivel competitivo internacional de comercialización de productos, es cada vez más elevado, no basta con contar con un producto con precios bajos, sino también de acuerdo a los requerimientos de los consumidores, considerando su grado de cultura, en relación al consumo de productos de calidad, en consecuencia se ha fortalecido la negociación y apertura, para productos que cuentan con una certificación de calidad, que garantice que se consume, un producto con elevados estándares de sanidad, y que a cambio de ello se entregue un pago atractivo, a las empresas que se esfuerzan, en la obtención de una certificación internacional que les permite incursionar en cualquier mercado internacional.

Entre las principales certificaciones tenemos las ISO, HACCP, FAIR TRADE, entre otras, en la cual cada una tiene sus características específicas, las mismas que pueden ser obtenidas a través de la asimilación de una serie de estrategias y procedimientos que deben cumplir, para obtener dichas certificaciones, en base al cumplimiento de las directrices de cada normativa de calidad internacional.

Objetivo General, es determinar las estrategias internas que una organización deberá ejecutar para la obtención de certificación de calidad internacional para sus productos de exportación.

“Es importante conocer el tipo de cultura organizacional que es generada cuando la empresa obtiene certificaciones tales como Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC), Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, Sistema de Gestión Ambiental, Análisis y evaluación de riesgo en los procesos, entre otros, lo ideal es analizar la cultura organizacional que impera en una empresa antes de la implantación de un sistema de gestión de calidad para conocer las actitudes y costumbres que se deben de mantener.” (Pineda, Cerón, Pico, & González, 2015)

Toda empresa que desea ingresar en el mercado internacional, debe contar con una excelente organización, para lo cual debe hacer esfuerzos en todas las áreas, infraestructura, administrativa, operativa, que le permitan asimilar un eficiente sistema de gestión de calidad, que se traducirá en la obtención de una certificación de calidad que le permitirá competir en los diversos mercados internacionales, que tiene la cultura del consumo de productos con estos valores agregados, y que garantice su crecimiento en el mediano y largo plazo, es decir que todas las personas involucradas dentro de la organización deben asumir sus responsabilidades, como compromiso de mantener un espíritu de competencia, y de contribución al cumplimiento de los objetivos tanto de comercialización y de crecimiento, para contribuir con el desarrollo socio económico de la comunidad a la cual pertenece.

## FUNDAMENTO TEÓRICO

Las empresas al momento de incursionar a los mercados internacionales deben considerar cuáles son sus potenciales en relación a su capacidad de producción, estándares de producción, características de sus productos, su capacidad de adaptación como diseño de envases, su potencial de capital de trabajo, su estándar de producción enfocado en la calidad del producto, los costos de producción, lo que le permitirá comprar las ventajas y desventajas que tiene al momento de ingresar al mercado internacional.

“El campo de investigación en negocios internacionales presenta una dinámica distinta a la de otras disciplinas económicas y administrativas, debido a que no se identifican en este unas escuelas teóricas que puedan guiar el campo, sino que se encuentra en una etapa de evolución y consolidación en la que trata de identificar el objeto de estudio propio de los negocios internacionales. Esto lo ha hecho con el paso del tiempo a través de la identificación de varias preguntas de investigación aportadas por los académicos más influyentes del campo y, posteriormente, por la identificación del Ambiente de Negocios Internacionales donde se establecen unas dimensiones en las que se mueven los temas que le pertenecen al campo de investigación en negocios internacionales.” (Anzo, 2012)

Los negocios internacionales tiene la características de fundamentarse en la globalización, que se empezó a consolidar a partir del año de 1995, cuando se implementa la Organización Mundial de Comercio, y que prácticamente se especifican reglas claras de negociación en el comercio de bienes, en el comercio de Servicios, de los derechos de propiedad intelectual, y que los países miembros han ido adoptando en forma gradual lo que ha beneficiado a las empresas para desarrollar sus negocios en diversos mercados y tener la oportunidad de ingresar y posicionarse lo que ha beneficiado tanto a consumidores como a los países de origen de esas empresa por el ingreso de divisas que mejoran las condiciones de los países que se han integrado en este nuevo organismo mundial.

“Implantar el concepto SIG para todo ambiente de manufactura es una condición básica para mantenerse en un mercado, cada día más globalizado”. (Blanco, 2012) En diversos estudios de investigación se recomienda implementar un sistema de gestión de calidad, debido a que dicha implementación, mejora el ambiente de manejo de directrices e insumos, es decir que el personal, siempre estará listo para cumplir con los procedimientos que se deben seguir en la fase de producción manteniendo la premisa de la inocuidad de los productos que elabora la empresa, y de esta forma mantener el estándar de calidad como es el caso de la certificación ISO:22000.

Las empresas exportadora, son aquellas cuya actividad principal es el envío de productos al mercado internacional, por lo general tienen la limitación de ofertar un solo producto, en el caso del Ecuador la mayor cantidad de productos de exportación son

primarios, y en los últimos años se ha iniciado un cambio radical en elaborar productos con valor agregado, los mismos que se elaboran en base a normas o requisitos internacionales, lo que les ha permitido ingresar a los diversos mercados internacionales que demandan este tipo de productos.

“Las empresas con un elevado nivel exportador son las que se distinguen por obtener ventajas a partir del desarrollo de habilidades de venta, aunque complementadas con ventajas productivas” (Estrella Ramón, Jiménez, Ruiz, & Sánchez, 2012)

Las empresas deben hacer el esfuerzo de tener un estándar de exportación viable y factible, para lo cual debe tener eficientes sistemas de producción como también contar con productos que se adapten a las preferencias de consumo de sus clientes, lo que le permitirá mantener un estándar constante de ventas, también se debe considerar la diversificación de la producción, por ejemplo si produce y exporta puré de banano, debe comenzar a producir banano deshidratado, o harina de banano, lo que contribuirá que incremente sus productos de venta y consecuentemente mejorar los ingresos motivo de la comercialización de una gama de productos en los diversos mercados internacionales que requieren este tipo de productos.

“El Estado debe esforzarse en su papel de generador de reglas de juego claras, así como de políticas específicas que atiendan asuntos no solo comerciales sino también industriales, de competitividad, de competencia, de innovación y de formación de recursos humanos. El sector privado, por su parte, debe dar el salto hacia los mercados internacionales, aceptando las reglas de la globalización y pujando siempre hacia el mejoramiento de su actividad.” (Torres & Gilles, 2013).

Otro de los factores que se deben considerar es como el Gobierno incentiva el desarrollo empresarial e industrial, en la cual se incentive la inversión nacional e internacional con la exoneración de tributos, e impuestos, lo que favorece el desarrollo de las empresas que se encuentran operando, como también la implementación de nuevas empresas, que en el caso del Ecuador, fomentarían el cambio de la matriz productiva, debido a que se desea que estas organizaciones dejen de exportar productos primarios, para iniciar una nueva fase a gran escala de productos con valor agregado, que genera un eficiente desarrollo socioeconómico, del sector o comunidad en que se desarrollan las empresas exportadoras.

## DESARROLLO DEL CASO

Caso: Las negociaciones pueden periódicas o puntuales, es decir dependen del producto, como también de la misión de la organización, cuando desea ingresar a un mercado internacional, para lo cual debe considerar una serie de factores como el precio, la calidad, y de este factor depende mucho que el producto tenga éxito en el contexto internacional, debido a que los consumidores de otros mercados tienen la cultura de la calidad como las normas ISO, HACCP entre otras, que garantizan que el producto cumple con elevados estándares sanitarios de calidad.

¿Especifique cuáles son las estrategias internas de una organización para obtener una certificación de calidad, que le permita negociar en mejores condiciones?

En relación a la negociación internacional, esta puede ser de 2 tipos, la negociación periódica es cuando se negocia un producto por un periodo determinado de tiempo, mientras que la negociación puntual, es aquella que se realiza una sola vez, debido a que el comprador demanda ese producto, por un solo momento, y el vendedor en algunos casos impone las condiciones como precio, pago al contado o anticipado, lo cual lo beneficia por esta única ocasión.

Por lo general a las empresas les interesa negociar sus productos en los mercados internacionales, debido a que reciben mejores ingresos por sus ventas, en la cual se deben considerar una serie de estrategias para lograr mantenerse en el mercado.

Una de las más importantes, en la actualidad es la calidad de los productos que se comercializan, debido a que en los países de destino de los productos ecuatorianos, se caracterizan por consumir productos certificados con normas internacionales, como las ISO, FAIR TRADE, HACCP, etc., cada una de ellas tiene una característica distinta, la empresa al decidir cuál es la que va adoptar tendrá que desarrollar estrategias que le permitan ajustar sus procedimientos a los procedimientos que deben cumplir para contar con la certificación respectiva.

El Ecuador, cuenta con una serie de normas de Calidad, que le han permitido avanzar en el desarrollo de productos con elevados estándares de calidad, las mismas que se denominan normas INEN, dichas normas son publicadas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización, además las empresas han ido adaptándolas a sus sistemas productivos en forma gradual, con el fin de contar con productos que se basan en estándares internacionales de calidad.

En el caso de la certificación de calidad ISO 22000, es aquella que permite a las empresas, contar con productos de exportación con elevados estándares de calidad sanitaria, es decir está garantizado el consumo de estos productos que cuentan con este tipo de productos, que son de gran aceptación en mercados como Estados Unidos,

como los países miembros de la Unión Europea debido a que son los principales destino de los productos de exportación del Ecuador.

La certificación ISO: 22000, es aquella que permite a la empresa contar con un sistema de trazabilidad sustentable, en la cual predomina la inocuidad de los alimentos, es decir aplica un elevado sistema de elaboración sanitario, el cual debe cumplirse desde que se cosecha el producto hasta el procesamiento al cual es sometido, para lo cual se debe diseñar una serie de documentos, que deben cumplir los diversos recursos que operan en la organización.

En relación a las estrategias y acciones a seguir para el proceso de obtención de la certificación internacional ISO: 22000, se debe considerar las siguientes:

- a) Ejecutar un diagnóstico inicial del estado de la organización en todas las fases, como administración, operatividad, como también de aspectos financieros, que permitan tener una clara visión, de lo que tiene la empresa y que le falta para cumplir con los parámetros de calidad que exige la certificación.
- b) Luego se presenta el informe del diagnóstico a Gerencia, con el objeto de que se realicen los correctivos necesarios, para emprender la certificación de la organización.
- c) Seguidamente se realiza una planificación, con el objeto de cumplir en forma eficiente las directrices que se deben seguir para la obtención de la Certificación.
- d) También se debe capacitar a las personas que tienen la responsabilidad de elaborar los documentos que se deben presentar y seguir durante el desarrollo de las actividades de la organización.
- e) Además se debe al personal sobre el proceso de trazabilidad que debe seguir para la implementación del plan de aseguramiento de la calidad e inocuidad de los alimentos, en relación a los productos que produce y comercializa la organización.
- f) En cuanto a los auditores internos, deben también ser capacitados con el objeto de que puedan asesorar y hacer un seguimiento de los estándares que se deben cumplir sobre el sistema de calidad a implementarse.
- g) Una vez que la empresa se encuentre lista, se solicita a una empresa autorizada para la emisión de la certificación, que aplique la auditoria correspondiente, la misma que de ser positiva, servirá para la obtención de la certificación de calidad internacional ISO 22000.

La empresa, debe garantizar que existirá una comunicación sumamente eficiente en la organización, como también que todo su recurso humano, este consciente del proceso que se debe asumir y cumplir con relación a la certificación, factores básicos para la obtención y mantenimiento de la certificación y que será de mucho beneficio para poder ingresar a diversos mercados internacionales, y consecuentemente ser un producto que genere confianza en los consumidores, y tener la capacidad de posicionarse a mediano y largo plazo, con el objeto de que a medida que la empresa siga creciendo, permanezca más años en el mercado, como operador de comercio exterior.

## CONCLUSIONES

En relación a la internacionalización de la empresa en los mercados internacionales, debe implementar una serie de estrategias internas, que un momento dado son sus fortalezas que les permita enfrentar las oportunidades y amenazas que se presentan al momento de realizar negocios internacionales, una de las metas es contar con un producto que tenga una certificación internacional de calidad, por ejemplo la ISO 22000, la misma que le permitirá incursionar en cualquier mercado internacional, para ello se debe contar con una eficiente infraestructura, recurso humano especializado y comprometido con las exigencias del estándar de calidad a obtener o aplicado, que le permita mantener a lo largo del desarrollo de sus actividades en el mediano o largo plazo.

El estado debe incentivar a los sectores productivos, con una serie de beneficios tributarios, que le permita competir en mejores condiciones en los mercados internacionales donde desea incursionar la empresa, como también hacer las gestiones de acuerdo o convenios recíprocos de beneficios de sistemas de liberación arancelaria, lo que le permitirá a la empresa tener una serie de mercados alternativos donde poder incursionar.

Se debe considerar la elaboración de un plan de negocios en la cual se considere la obtención de una certificación internacional de calidad, que le permita a la empresa contar con ese valor agregado, al momento de ejecutar una negociación, debido a la imagen corporativa que da la certificación internacional de calidad, además de mantener motivado al personal para que cumpla en forma eficiente los elevados estándares, que se deben seguir durante las diversas fases administrativas y operativas, que se exigen para el otorgamiento y certificación del órgano emisor de la certificación internacional.

Los organismos involucrados de los incentivos como el Servicio de Rentas Internas, Ministerio de la Producción, Ministerio de Comercio Exterior, deben hacer las planificaciones conjuntamente con los empresarios para identificar cuáles son los problemas que enfrentan estos, y así poder promover las políticas e incentivos adecuados para las empresas, lo que les permitirá incursionar en condiciones competitivas en los diferentes mercados internacionales, que demande productos ecuatorianos de calidad.

## REFERENCIAS

- Anzo, Edith. NEGOCIOS INTERNACIONALES: EVOLUCIÓN, CONSOLIDACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LOS. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(27), 77-93. (Enero-junio de 2012).
- Blanco, Ideana. Sistema integrado: Un instrumento para garantizar la calidad e inocuidad en bodegas Vigía. *ICIDCA. Sobre los Derivados de la Caña de Azúcar*, 46(1), 51-57. (2012).
- Estrella Ramón, A. M., Jiménez, D., Ruiz, J., & Sánchez, M. ¿CÓMO COMPITEN LAS PYMES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES? ANÁLISIS DE UN CLÚSTER LOCAL CON VOCACION EXPORADORA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 87-99. (enero-abril de 2012).
- Pineda, L., Cerón, M., Pico, B., & González, M. CULTURA ORGANIZACIONAL GENERADA DE CERTIFICACIONES ISO 9001:2008, NMX-SAST- 001, NMX-SAA-14001 / ISO 14001, EN EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DE LA CONSTRUCCIÓN, MANTENIMIENTO E INSTALACIONES. *European Scientific Journal*, 11(7), 287-303. (marzo de 2015).
- Torres, D., & Gilles, E. Estructura tecnológica de las exportaciones industriales en América Latina (1990-2010). *AD-minister*(22), 95-111. (enero-junio de 2013).



List of sources

Document [MODELO 1 BRAVO.docx \(D15816175\)](#)

Submitted 2015-10-22 19:22 (-05:00)

Submitted by [hleon@utmachala.edu.ec](mailto:hleon@utmachala.edu.ec)

Receiver [hleon.utmac@analysis.urkund.com](mailto:hleon.utmac@analysis.urkund.com)

Message [TRABAJO JENNER BRAVO](#) [Show full message](#)

5% of this approx. 7 pages long document consists of text present in 3 sources.

- <http://publicaciones.eafit.edu>
- <http://www.hacienda.go.cr/c>
- [ARROBASALTO JOSEFA ARRO](#)
- [VILLEGAS CALDERON KERLY F](#)
- <http://paperkitv.org/p/603242>
- <https://ideas.repec.org/a/dli/>

0 Warnings
Reset
Export
Share

las condiciones de los países que se han integrado en este nuevo organismo mundial. "Implantar el concepto SIG para todo ambiente de manufactura es una condición básica para mantenerse en un mercado, cada día más globalizado". CITATION Bla12 \ 12298 (Blanco, 2012) En diversos estudios de investigación se recomienda implementar un sistema de gestión de calidad, debido a que dicha implementación, mejora el ambiente de manejo de directrices e insumos, es decir que el personal, siempre estará listo para cumplir con los procedimientos que se deben seguir en la fase de producción manteniendo la premisa de la inocuidad de los productos que elabora la empresa, y de esta forma mantener el estándar de calidad como es el caso de la certificación ISO:22000. Las empresas exportadora, son aquellas cuya actividad principal es el envío de productos al mercado internacional, por lo general tienen la limitación de ofertar un solo producto, en el caso del Ecuador la mayor cantidad de productos de exportación son primarios, y en los últimos años se ha iniciado un cambio radical en elaborar productos con valor agregado, los mismos que se elaboran en base a normas o requisitos internacionales, lo que les ha permitido ingresar a los diversos mercados internacionales que demandan este tipo de productos."

Las empresas con un elevado nivel exportador son las que se distinguen por obtener ventajas a partir del desarrollo de habilidades de venta, aunque complementadas con ventajas productivas"

## MISIÓN

La Universidad Técnica de Machala es una institución de educación superior orientada a la docencia, a la investigación y a la vinculación con la sociedad, que forma y perfecciona profesionales en diversas áreas del conocimiento, competentes, emprendedores y comprometidos con el desarrollo en sus dimensiones económico, humano, sustentable y científico-tecnológico para mejorar la producción, competitividad y calidad de vida de la población en su área de influencia.

## VISIÓN

Ser líder del desarrollo educativo, cultural, territorial, socio-económico, en la región y el país.

Av. Panamericana km. 5 1/2 Via Machala Pasaje  
2983362 - 2983365 - 2983363 - 2983364

[www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)