



## ESTRATEGIAS DE ENTRADA QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

### (ENTRY STRATEGIES INVOLVED IN THE INTERNATIONALIZATION PROCESS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISE)

José R. Bermúdez

[jo21be@yahoo.com](mailto:jo21be@yahoo.com)

<https://orcid.org/0009-0004-7724-9549>

Universidad Popular del César, Valledupar, Colombia

Recibido: enero 2025

Aceptado: febrero: 2025

Publicado: marzo 2025

Cómo citar: Bermúdez J. (2025). Estrategias de entrada que intervienen en el proceso de internacionalización en las pequeñas y medianas empresas. Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 22 (2), venezolana.

### RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo principal analizar las estrategias de entrada que intervienen en el proceso de internacionalización en las pequeñas y medianas empresas, entre las cuales destacan: la facturación, el valor agregado, el valor de mercado, pues esto permite ahorrar cuantiosos recursos, dándole un justo valor a los productos, así como a la empresa. El estudio se fundamentó en los planteamientos teóricos formulados por Acevedo y Robledo (2024), Andrade y Guerrero (2023), Ortega (2023), Bustamante, Castillo, Pacheco y Mora (2022), entre otros expositores sobre esta área temática. La investigación fue de tipo documental, el método seleccionado fue el cualitativo, dado que este permite recopilar información sobre el objeto de estudio de la investigación, generando nuevos conocimientos como resultado de la recolección, organización o análisis sobre la información obtenida. En primer lugar, se realizó una búsqueda bibliográfica sistemática en Google academic, Scielo, Redalyc, Dialnet, limitándose a los idiomas inglés y castellano, usando como descriptores los siguientes términos: internacionalización, facturación, valor, agregado, mercado, acompañándose por otros autores. Se observó que los procesos para la internacionalización en las empresas están estrechamente ligados a la facturación electrónica de sus productos, lo cual les genera valor agregado, incidiendo en el valor del mercado empresarial, pues ubica a las organizaciones en la cima con productos accesibles, haciéndose atractivo para los clientes.

**Palabras claves:** internacionalización, facturación, valor, agregado, mercado.



## ABSTRACT

The main objective of this article is to analyze the entry strategies that intervene in the internationalization process in small and medium-sized companies, among which stand out: billing, added value, market value, since this allows saving considerable resources, giving a fair value to the products, as well as to the company. The study was based on the theoretical approaches formulated by Acevedo and Robledo (2024), Andrade and Guerrero (2023), Ortega (2023), Bustamante, Castillo, Pacheco and Mora (2022), among other speakers on this thematic area. The research was of a documentary type, the selected method was qualitative, since it allows collecting information about the object of study of the research, generating new knowledge as a result of the collection, organization or analysis of the information obtained. Firstly, a systematic bibliographic search was carried out in Google academic, Scielo, Redalyc, Dialnet, limiting itself to the English and Spanish languages, using the following terms as descriptors: internationalization, billing, value, aggregate, market, accompanied by other authors. It was observed that the processes for internationalization in companies are closely linked to the electronic invoicing of their products, which generates added value, influencing the value of the business market, since it places organizations at the top with accessible products, making themselves attractive to customers.

**Keywords:** Internationalization, billing, value, aggregate, market.

## INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas ofrecen productos similares a las grandes compañías, pero a precios más accesibles. Sin embargo, para mantener esta oferta deben reducir costos, lo cual les permitirá expandirse e internacionalizarse; en tal sentido, para hacerlo, deben evitar imprimir facturas físicas, lo cual les permitiría ahorrar cuantiosos recursos si las emiten en forma digital. Así mismo, es conveniente crear productos innovadores, cuyo valor agregado sea atractivo, lo cual posicionará mejor a las empresas ante la opinión del consumidor, fortaleciendo con ello el valor de mercado.

En primera instancia, Echeverri et al. (2024) indican que la innovación es un proceso fundamental en la internacionalización, pues se trata de presentar productos con valor agregado, lo cual los hace diferente y es allí donde radica su fortaleza. Por ello, deben adoptarse políticas claras que conduzcan a ello, evitando la improvisación, la cual puede ser mucho más perjudicial que beneficiosa.

Para Salazar et al. (2023), las capacidades logísticas en las pequeñas y medianas empresas influyen en su internacionalización, porque aunque ciertamente tienen menos gastos, también poseen menos capacidades, por lo cual se debe fortalecer este aspecto para poder crecer, expandiéndose hacia otras latitudes para hacerse más competitivo. Lo anterior indica que la mayor parte de las cosas no son absolutamente como se plantean, antes bien, son relativas, pues el hecho de tener menos gastos en una empresa no implica necesariamente que se puede crecer más rápido, porque se observan otras



empresas con más costos operativos, pero crecen más, lo cual viene determinado, entre otros aspectos, por la fortaleza en sus capacidades.

Adicionalmente, Suárez et al. (2023) señalan que la internacionalización en las pequeñas y medianas empresas es un proceso condicionado a la adecuada gestión en la cadena para los suministros, que a su vez exige determinadas capacidades logísticas que tienen cierto costo operativo, por lo cual son aspectos a articular estratégicamente y no se puede priorizar uno sobre otro porque están estrechamente vinculados. Bajo este esquema, se deben priorizar otros aspectos como la facturación electrónica ahorrarse cuantiosos recursos en impresiones físicas. En tal sentido, Andrade y Guerrero (2023) señalan que esta permitirá controlar mejor los inventarios, pues los mismo serán reflejados en facturas digitales que muestran la relación entre las ventas y el stock.

Adicionalmente, Arias y Cáceres (2021) señalan que la facturación electrónica implica una evolución tecnológica, la cual incide favorablemente tanto en los procesos como en la rentabilidad organizacional, pues emitir facturas físicas es un poco más costoso, incidiendo en el valor del producto, desencadenando una percepción negativa para las empresas en el mercado.

En esa misma sintonía, García et al. (2021) señalan que la facturación electrónica es muy rentable, pero, sobre todo, es muy segura, pues contiene un código único, el cual indica su contenido y éste no puede ser alterado, por lo cual es otro punto a favor, recomendándose su expansión y uso a todos los sectores. Del mismo modo, en el marco para la internacionalización es necesario fortalecer los procesos relacionados con el valor del producto. En este orden de ideas, Bustamante et al. (2022) señalan que las capacidades dinámicas en una organización generan valor agregado a sus productos, generando otros nuevos con mayor valor, por lo cual debe fortalecerse el dinamismo empresarial.

Así mismo, Murillo (2022) indica que los productos manufacturados se prestan para realizar modificaciones y generar en ellos un valor agregado, lo cual se potencia aún más si existes intercambios y tratados entre naciones, pues el volumen sería mucho mayor, permitiendo fabricar más derivados, convirtiendo esta práctica en un ciclo muy fructífero. Adicionalmente, Murillo et al. (2022) indica que es posible agregar valor a los productos, mucho más cuando provienen de socios entre los cuales existen intercambios frecuentes, por lo cual se intuye que para agregar valor se debe conocer muy bien el producto, así como sus fabricantes, convirtiendo a esta práctica en un modelo estandarizado, aplicable a diversos escenarios.

Por otra parte, para Demuner et al. (2022) la innovación es un factor clave para agregar valor a los productos, por lo cual debe considerarse la tecnología como una aliada para estos procesos, la cual permite modificar muchos productos originales o utilizar la materia prima para fabricar otros, logrando diversificar productos y ofrecerlos al mercado. Lo antes planteado, nos conduce inevitablemente a considerar el valor de mercado en las organizacionales. En este sentido, Demuner et al. (2022) destacan que elaborar nuevos



productos basados en otros, proyecta a la empresa entre los consumidores, ganando con ello un espacio subestimado por sus competidores.

Además, Galván et al. (2021) destacan la relación entre las empresas familiares y la diversificación, pues esta última permite crear muchos productos en una misma empresa para lograr la satisfacción del cliente al conseguir todo en un solo lugar, lo cual incrementa su buena percepción y confianza en la misma, garantizando el retorno del cliente a esos pequeños establecimientos suficientemente abastecidos.

Por su parte, Patiño (2020) señala que adoptar normas internacionales permite fortalecer el valor de mercado en las organizaciones, pues los costos en sus productos son calculados en forma razonable y universal, por lo cual cuentan con estándares aceptados en distintas latitudes, influyendo positivamente en la percepción del cliente sobre la empresa.

Para el autor del presente artículo los procesos para la internacionalización están relacionados con diversos factores, donde la facturación electrónica, el valor agregado y el valor de mercado están entrelazados, por lo cual es conveniente abaratar costos mediante facturaciones digitales, así como aplicar innovación para fabricar otros productos, contribuyendo con ello a una mejor percepción por parte del consumidor sobre la empresa.

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### Pequeñas y medianas empresas

En primera instancia, según Paz y Medina (2023), las competencias gerenciales para tomar decisiones financieras determinan el crecimiento en las pequeñas y medianas empresas, lo cual está condicionado a su vez por la conocimientos técnicos, el liderazgo y la motivación de los líderes conductores, quienes con su experiencia están llamados a orientar los destinos de las empresas.

Las pequeñas y medianas empresas surgen para atender necesidades de comunidades reducidas, pero su éxito determinará su crecimiento y expansión, por lo que si se toman decisiones equivocadas esto será improbable. Surge entonces una contradicción importante, pues si se desea crecer se debe contar con un personal capacitado, pero éste a su vez es disputado por grandes consorcios, de manera que se deben tomar decisiones estratégicas en la contratación del personal gerencial capacitado por ser los responsables para tomar las decisiones más trascendentales.

En este mismo orden de ideas, Cabiço et al. (2022) indican que la gestión estratégica determina la sostenibilidad en las pequeñas y medianas empresas, pues ellas surgen para atender necesidades de comunidades pequeñas, pero sus estrategias determinarán su evolución, e, incluso, su desaparición, por lo cual lo que se decida hoy redundará favorable o negativamente en un mañana.



Lo anterior coloca de relieve nuevamente la formación de los líderes quienes toman las decisiones en las pequeñas y medianas empresas, por lo cual su formación debe estar orientada hacia las estrategias que buscan principalmente superar a la competencia, para así prevalecer en el tiempo, en caso contrario, se habrá perdido la batalla, pues el líder es la cabeza de la pirámide de mando y sus decisiones afectan al resto.

Para Rodríguez et al. (2022), las pequeñas y medianas empresas, a pesar de que surgen para atender necesidades en entornos locales, no pueden escapar de la globalización y las prácticas hacia lo cual ello conduce, pues existen procesos y prácticas globales que influyen en cualquier organización, bien sea experimentada o novata. En tal sentido, la gestión financiera es el componente capaz de catalizar el éxito en todas las organizaciones, por lo que, aun siendo pequeña, debe apegarse a prácticas globales, de manera que se debe entender cuándo se puede aplicar estrategias o tácticas locales y cuando es imprescindible apegarse a estándares conocidos y aceptados.

Por ejemplo, las finanzas tienen un carácter universal y se manejan igual en todas las empresas, de forma que si se toman decisiones financieras desacertadas se conducirá a la desaparición del negocio, por lo cual se debe ser vigilante sobre las mejores prácticas en este sentido. De acuerdo con Herrera et al. (2021) las pequeñas y medianas empresas se crean para responder a distintas problemáticas, entre ellas el desempleo, sin embargo, su funcionamiento no es tan sencillo como se cree, pues, así como tienen menos gastos operativos, también tienen menos recursos económicos y capacidad para la contratación de personal calificado, lo cual resulta una limitante y desventaja con respecto a las grandes empresas.

Es imprescindible adoptar políticas públicas que impulsen el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, entre ellas el financiamiento desde instituciones bancarias, las cuales priorizan a los grandes consorcios. Esto permitirá realizar una mejor gestión y adquirir tecnologías para un desarrollo sostenible en medio de la vorágine competitiva. Para Párraga et al. (2021), las pequeñas y medianas empresas son muy importantes porque guardan estrecha relación con las familias, pues los pequeños emprendimientos suelen surgir, entre otras razones, por la necesidad de un trabajo estable, el cual compensa las necesidades del hogar, donde precisamente entran en juego los emprendimientos innovadores, atendiendo esas carencias.

Además, los productos elaborados en las pequeñas y medianas empresas entran en competencia con los grandes consorcios, abaratando sus costos, ya que existe una relación más estrecha con el consumidor final y se atienden de primera mano sus solicitudes, evitando procesos burocráticos los cuales retrasan la gestión en la cadena de suministros.

Según el criterio del autor del presente artículo, las pequeñas y medianas empresas son organizaciones locales, las cuales surgen para atender necesidades inmediatas en comunidades con poca densidad poblacional, sin embargo, no por ser pequeñas deben apartarse del correcto manejo financiero estandarizado internacionalmente. Además, es importante que los gobiernos implementen políticas públicas para ayudar a los



emprendedores y les apoyen financieramente, pues esto creará más fuentes de empleo, beneficiando incluso al propio estado.

### **Clasificación de las pequeñas y medianas empresas**

De acuerdo con Díaz et al. (2022), la clasificación de las pymes viene dada por el uso de las tecnologías, según el siguiente criterio: nivel 1 o de incorporación, nivel 2 o de aprendizaje, nivel 3 o de planeación y control, y nivel 4 o de alineación. Mucho se habla sobre tecnología, sin embargo, pocas empresas se apropian de sus bondades para realizar una correcta planificación, en ocasiones por desconocimiento, por lo cual las que mejor comprenden las tecnologías son las pioneras en el mercado, aprovechando sus diversas herramientas.

Para González y Becerra (2021), la clasificación de las pequeñas y medianas empresas está condicionada por varios factores, entre ellos, la estratificación del sector donde se desempeñan, el valor agregado a los productos o servicios que generan, y los salarios devengados por sus empleados, lo cual determina su competitividad y valor ante sus similares. Naturalmente, aquellas micro y pequeñas empresas (mipymes) o pequeñas y medianas empresas (pymes) que se desenvuelvan en mejores entornos, agreguen más valor a los productos, y ofrezcan mejor remuneración a sus empleados se considerarán mejor ranqueadas que sus competidoras

Según Navarro et al. (2020), la innovación es una característica fundamental que deben poseer todas las pequeñas y medianas empresas en medio de la vorágine competitiva en la cual vivimos, por lo tanto esta es una forma de clasificarlas y diferenciarlas de otras cuyas prácticas sedentarias no les permiten realizar actualizaciones a sus productos. Es importante destacar que es posible innovar aun sin implementar las herramientas tecnológicas provenientes desde las industrias 4.0 o 5.0, pues solo se debe optimizar productos existentes proporcionándoles nuevas características y funcionalidades.

Para el autor de la presente investigación, la clasificación de las pequeñas y medianas empresas está asociada con muchos factores, según el tipo de estudio realizado y sus propósitos. Lo importante es entender la naturaleza de la clasificación para determinar si es posible calar en ese estudio: Además, una misma empresa puede participar en diferentes estudios y ocupar un buen o mal lugar entre sus similares en función de las características comparadas.

### **Estrategias de entrada en los procesos de internacionalización**

En primera instancia, según Verdugo y Ordóñez (2024), el marketing digital, el marketing de contenidos, el marketing de influencers y la experiencia del cliente son estrategias efectivas para las PYMES, pues gracias a la globalización y a los cambios continuos en el entorno empresarial se hace indispensable conectar con clientes, promocionar productos y generar ventas, para alcanzar los objetivos empresariales.



El marketing constituye una herramienta muy utilizada en el proceso de internacionalización, pues utiliza estrategias comunes para posicionar productos en diversos países, por la cual permite otorgar uniformidad a los procesos para su comprensión universal, de manera que es importante aprovechar algunos beneficios surgidos con la globalización y utilizarlos como estrategia para la internacionalización.

En opinión de Charpentier et al. (2021), los componentes más relevantes de la competitividad son la innovación, la sostenibilidad, la ecoeficiencia, la gestión del conocimiento, la medición del desempeño, la orientación al mercado y la internacionalización, los cuales son elementos que representan la base para diseñar estrategias eficientes de intervención a corto y mediano plazo. Es importante entender que se necesita un cúmulo de factores para ingresar en mercados internacionales, no basta con aplicar solo uno de ellos porque no funcionaria. En tal sentido, es fundamental articular estos elementos para garantizar la sostenibilidad, pues no basta con ingresar de manera efímera a los mercados, siendo más importante aún garantizar la presencia de la marca a través de los años.

Según Montenegro (2021), las estrategias de internacionalización están relacionadas con las redes empresariales, las cuales se constituyen como alianzas entre empresas para el posicionamiento de productos. Por otra parte, es posible que una empresa posea filiales en otros países, lo cual facilita el proceso de exportación y el posicionamiento mediante una cadena de suministro bajo los mismos estándares.

Para Etchegaray y Arias (2020), la inversión extranjera directa (IED) es una forma de financiación de las economías en desarrollo, lo cual les permite obtener ingresos. Al mismo tiempo, puede considerarse una estrategia de internacionalización inversa, donde en lugar de ir al mercado a exportar productos terminados, el mercado viene al país a producir a partir de las materias primas existentes, para seguidamente exportar.

Este tipo de estrategia es frecuente en países subdesarrollados, los cuales en muchas ocasiones no cuentan con la tecnología para explotar sus recursos y otorgan concesiones a transnacionales que poseen esas capacidades, convirtiéndose en un ganar – ganar, lo cual es extraordinariamente beneficioso cuando se es proveedor de commodities pero no se cuenta con la tecnología con la cual se elaboran productos finales.

Finalmente, Urrutia et al. (2021) señalan la importancia del branding como una forma de dar a conocer los productos y posicionarlos en nuevos mercados, para lo cual el mejor escenario son aquellos mercados con intercambio diario de mercancías, lo que permite ubicarlas rápidamente en estantes internacionales y servir como piloto a futuras colocaciones mediante el conocimiento de los clientes. Desde la perspectiva del autor de la presente investigación, las estrategias de entrada para el proceso de internacionalización las dicta el mercado y se deben actualizar rápidamente las políticas públicas para hacerlas posibles, aprovechando las bondades ofrecidas por la tecnología para posicionar los productos en mercados fuera de las fronteras nacionales. Es



necesario estudiar continuamente la forma como se dinamiza el mercado para adaptarse a sus demandas y así obtener los beneficios que éste tiene.

### **Procesos de internacionalización**

La Subdirección General de Estudios y Prospección Comercial Secretaría de Estado de Comercio, España (2024), considera al género muy importante para la internacionalización, pues las estrategias varían según eso, por lo cual debe aceptarse, sin discriminación alguna, que no es lo mismo negociar con hombre a hacerlo con mujeres, por lo cual se deben elaborar planes ante ambos escenarios, desafiantes en sí mismo, pero con diferentes matices.

En opinión de Rodero et al. (2024), la internacionalización en la educación es más sencilla cuando se realizan convenios o acuerdos entre instituciones, pues ellas representan a los países, por lo cual la cooperación es esencial en este proceso, el cual terminará siendo beneficioso tanto para alumnos como para profesores, así como el resto del personal involucrado. Para Torres et al. (2021), la internacionalización es un proceso que responde a la búsqueda de nuevos mercados fuera de las fronteras de un país, para lo cual es necesario implementar unas políticas públicas que faciliten el ingreso a nuevos mercados. Sin embargo, la regulación jurídica suele ir detrás de la innovación y los procesos derivados de ella, lo cual incluye a la cadena de suministros e internacionalización.

Así mismo, Yan (2024) indica que los procesos de internacionalización se miden a través de los siguientes cuatro indicadores: el número de exportaciones, el valor de las exportaciones, los destinos y los tipos de productos exportados. El apoyo gubernamental, la identificación adecuada del posicionamiento empresarial y elegir apropiadamente los modelos de internacionalización permiten que un país avance en los procesos de internacionalización, agregando valor a los productos.

Según el autor del presente artículo, los procesos para la internacionalización consisten en exportar productos o servicios hacia mercados más allá de las fronteras en una nación, lo cual viene condicionado por las políticas públicas en cada una, así como el apoyo ofrecido a sus emprendedores en cuanto a financiamiento para adquirir tecnologías orientadas a la innovación. Claramente existe una competencia desigual entre países, pero el éxito puede ser alcanzado por todos en mayor o menor medida en concordancia con las estrategias aplicadas.

### **La importancia de la facturación electrónica en los procesos para la internacionalización**

Valencia et al. (2022) señalan que la facturación electrónica es un mecanismo seguro para realizar las operaciones, pues generan trazabilidad y pueden rastrearse, lo cual es un beneficio recibido desde la tecnología, suponiendo el ahorro de cuantiosos recursos, para derivar en una mayor rentabilidad en el sector empresarial. Por otra parte, Tosca et



al. (2021) plantean que la facturación electrónica es un mecanismo surgido por la innovación, que se origina en las tecnologías disruptivas actuales y permite llevar un control más preciso sobre las operaciones, convirtiéndose en una gran aliada para las empresas y evitando los fraudes más comunes en la facturación manual.

De acuerdo con el autor del presente artículo, el término facturación se refiere a la expedición de un soporte a los clientes, en el cual se les indica lo consumido o adquirido, para cobrar en base a ello. Es conveniente que las empresas cuenten con facturación manual si falla la electrónica, pues el negocio no puede detenerse aun en circunstancias sobrevenidas.

### **Factores que determinan el valor agregado en una empresa**

De acuerdo con Murillo (2022), el valor agregado se produce cuando se modifica un producto proveniente desde un determinado mercado, añadiéndoles nuevas características, lo cual se convierte en un ciclo que trae consigo constante innovación y progreso, conllevando a que los intercambios entre países contribuyan enormemente a este proceso. Para Rodríguez y Vallejo (2022), el valor agregado guarda estrecha dependencia de quién lo realice, pues si éste es ejecutado por instituciones públicas es menos provechoso al realizado por instituciones privadas, que por su esencia capital realizan constantes actualizaciones con propósitos lucrativos, cuya naturaleza no es igual en el sector público.

Además, para Riaño et al. (2021), el valor agregado tiene un carácter estratégico en las organizaciones, impulsado por un liderazgo con visión innovadora, por lo tanto, no es algo que se produce al azar, siendo decisiones consensuadas basadas en la visión sobre una mejora continua, cuyo fin sea la innovación permanente. En opinión del autor del presente artículo, el valor agregado es aquel que se produce cuando se fabrican productos basados en otros, para añadirle algunas bondades antes ausentes, lo cual supone una importante inversión, pues es muy difícil mejorar productos o procesos existentes sin la participación del capital, por lo que debe realizarse un estudio previo para asegurar los beneficios de las inversiones.

### **El valor de mercado de las organizaciones**

Para Solórzano y Parrales, (2023), el agregar valor a los productos incide directamente sobre el valor de mercado organizacional, pues ello genera confianza y aceptación en el consumidor, permitiéndole desplazar a la competencia, por lo cual lleva implícito un carácter estratégico que procura ganar más adeptos. Según Torres y Correa (2021), el valor de mercado parte desde la visión estratégica en las organizaciones, pues sus líderes son quienes deben realizar planificaciones que permitan ganar mayor posicionamiento entre los clientes, por lo cual es un proceso meticuloso, bien calculado, basado en la experiencia del cliente.

Además, Vacas (2021) señala que el valor de mercado es algo que se debe construir constantemente, conforme surjan actualizaciones e innovaciones. Por ejemplo, la



televisión tradicional ha evolucionado en forma exponencial, observando como los diferentes canales han creado aplicaciones para proyectarse y posicionarse ante los usuarios, pues si no lo hacen, aun cuando su marca sea muy popular y aceptada, pronto perderá pujanza.

Para el autor del presente artículo, la rentabilidad guarda relación con las ganancias recibidas por un individuo según la inversión realizada. En los países más prósperos se permiten inversiones extranjeras, eliminándose además trabas burocráticas para así obtener mayores ganancias, las cuales redunden en beneficios para todos, pues los controles y restricciones ahuyentan a los inversionistas.

## **METODOLOGÍA**

El principal objetivo de esta investigación fue analizar las estrategias de entrada que intervienen en el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, entre los cuales destacan la facturación, el valor agregado y el valor de mercado, pues esto permite ahorrar cuantiosos recursos, dándole un justo valor a los productos, así como a la empresa. Para ello, es conveniente utilizar la facturación digital, así como las tecnologías más recientes pues permiten agregar valor a los productos y, por ende, a la empresa.

El enfoque metodológico fue de carácter cualitativo, consultando para ello algunas fuentes en internet, tales como Dialnet, Redalyc, Google académico, Scielo, destacando autores como Acevedo y Robledo (2024), Andrade y Guerrero (2023), Ortega (2023), Bustamante, Castillo, Pacheco y Mora (2022), entre otros expositores de esta área temática, con publicaciones de libros, artículos, ensayos y con vasta experiencia en temas relacionados a esta investigación, lo cual ayudó en gran medida.

Se descartó el método cuantitativo, pues no se realizó una investigación experimental de campo que amerita usar software especializados para analizar datos. Finalmente, el aporte fundamental fue abordar temas estratégicos como el posicionamiento empresarial en el mercado, lo cual se hace fortaleciendo su marca al ofrecer productos con suficiente calidad, así como utilizando la tecnología como aliada para abaratar costos al realizar facturaciones digitales que suelen ser más económicas que las físicas.

## **RESULTADOS**

Entre los hallazgos más importantes destacan la falta de estrategias al no tener elaborados planes alternativos, pues si bien es cierto que las facturaciones digitales abaratan costos, no se puede descartar las físicas como tal, pues lo importante es atender al cliente, resolviendo sus necesidades. Este punto es muy importante, pues elaborar diversas estrategias permite innovar, agregar valor a un producto o a la empresa como tal.

La internacionalización es en sí misma una lucha estratégica, una competencia basada en hacer las mejoras ofertas en forma accesible a los clientes, captando nuevos mercados



con la menor inversión posible, lo cual se logra ahorrando recursos en cualquier sentido, innovando para ofrecer productos más atractivos que definan la excelencia de la empresa promotora, para posicionarla favorablemente y ganar esos espacios aun no explorados, e incluso, ingresando en mercados cautivos que no han conocido otras opciones, para convertir esta experiencia en una aventura maravillosa que haya valido la pena.

## REFLEXIONES FINALES

La internacionalización es una exploración interesante hacia nuevos mercados, los cuales se conquistan ofreciendo productos diferentes a los conocidos, con más ventajas o haciéndolos más accesibles al consumidor. No es una tarea para lograr rápidamente, pues los vaivenes llaman a replantear estrategias para satisfacer a los clientes, ganando su beneplácito. Para ello, es importante que los marcos jurídicos en cada nación no entorpezcan las iniciativas, antes bien, deben apoyarlas, financiarlas, facilitando a los emprendedores esa ayuda necesaria para crear nuevas marcas, compitiendo con los monopolios, lo que conduciría a éstos últimos a abaratar sus costos, beneficiando a los consumidores, quienes deben ser el centro en cada proceso.

Los productos, e incluso, los clientes, se han quedado a un lado, ahora se debe priorizar la experiencia del cliente, es decir, esa sensación que se tiene al consumir un producto, pues si ésta fue negativa el valor de mercado en la empresa se reduce por no cumplir con las expectativas creadas a los clientes, por lo tanto, es fundamental causar buena impresión en la entrada para no irse por la puerta trasera, es decir, con un fracaso a costas. Así mismo, es importante señalar que cada mercado es diferente, por lo cual no hay recetas uniformes, lo aplicable a un mercado puede no serlo para otro, de manera que se debe ser muy cuidadoso en ese sentido al pretender globalizar gustos o tendencias, e incluso, en un mismo país es posible observar diferentes percepciones sobre una marca, por lo que la estandarización no es una receta cual paciente a su médico.

Por otra parte, es esencial adentrarse al mundo tecnológico para obtener todas sus ventajas, pues facilita el posicionamiento de los productos en nuevos mercados en forma digital, lo que es bastante rentable. Por ejemplo, se observan grandes cadenas como Amazon o Mercado Libre, en las que es muy sencillo seleccionar variedades y adquirirlas con bastante tranquilidad, desde la comodidad del hogar, lo cual era impensable hace algunas décadas, pero la evolución tecnológica ha contribuido a mejorar todos esos aspectos, antes costosos, destinados a grupos pequeños.

Por último, es importante decir que ha llegado una época dorada para todos, pues los emprendedores han venido agregando valor a sus productos o empresas a lo largo del tiempo, pero ahora pueden comercializarlos con mayor facilidad y llegar a rincones antes soñados, casi en forma utópica, por lo cual es ahora cuando verdaderamente entraremos en competencia, considerando a las etapas previas solo como una preparación para este momento, donde podemos vernos, medirnos ante nuestros similares, lo cual no es el llamado a una lucha, sino a una necesaria integración para el bienestar colectivo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, J. y Robledo, S. (2024). Papel del marketing emprendedor y las capacidades de la red en la internacionalización de los emprendimientos de alta tecnología. *Revista Desarrollo Gerencial*, 16(1). <https://doi.org/10.17081/dege.16.1.6819>
- Andrade, B. y Guerrero, M. (2023). Evaluación de la gestión de inventarios y facturación en el almacén Peregrine Falcón. *Revista Multidisciplinar Ciencia Latina*, 7(2). [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i2.5576](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5576)
- Arias, M. y Cáceres, A. (2021). Facturación electrónica un mecanismo de control para el cumplimiento tributario, caso sector carrocero. *Revista de Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales*. <https://doi.org/10.22370/riace.2021.10.1.2987>
- Bustamante, S., Castillo, G., Pacheco, A. y Mora, N. (2022). Capacidades dinámicas generadoras de valor agregado en las empresas agroindustriales de la provincia de El Oro. *Revista Digital Publisher*. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5.1301>
- Cabiço, A., Neme, S. y Sandoval, M. (2022). Gestión estratégica en las pequeñas y medianas empresas en Mozambique. *Revista Ciencia UNEMI*. 15(38), 73 – 83. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol15iss38.22pp73-83p>
- Charpentier, A., Feitó, M. y Contreras, L. (2021). Análisis teórico de los componentes de la competitividad de las PYMES. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*. 4(3). <https://doi.org/10.62452/e3qfys59>
- Demuner, M., Delgado, A. y Vargas, E. (2022). Innovación y rendimiento: relación mediada por la orientación al aprendizaje y al mercado en empresas mexicanas. *Revista Estudios Gerenciales. Journal of Management and Economics for Iberoamérica*, 38(162). <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.162.4706>
- Díaz, B., Rodríguez, M. y Espinosa, J. (2022). Niveles de madurez de la capacidad en tecnologías de información en micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Innovar*, 32(84). <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n84.100595>
- Echeverri, R., Ruano, L y Bolaños, S. (2024). Políticas, innovación abierta e internacionalización en pymes. *Revista Pensamiento y Gestión*, 50. <https://doi.org/10.14482/pege.50.658.406>
- Etchegaray, J., y Arias, A. (2020). Los beneficios de la inversión extranjera directa: Promoviendo el desarrollo económico en América Latina y el Caribe. <https://doi.org/10.18235/0002225>
- Galván, A., Delgado, J. y García, F. (2021). Impacto de la estrategia de diversificación en el valor de las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3). <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36763>



García, B., Sánchez, M. y Abadía, J. (2021). Herramienta web con tecnología de cadena de bloques para un sistema de facturación electrónica en Colombia. *Revista Información Tecnológica*, 32(3), 15-24. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642021000300015>

González, R. y Becerra, L. (2021). PYMES en América Latina: clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *Revista CiiD Jornal*, 2(1), 1-39. <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.100>

Herrera, M., Casanova, C., Santander, E. y Bravo, I. (2021). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el cantón La Concordia. *Revista de Investigación Enfoque de la Investigación Científica Multidisciplinaria*, 4(1). <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v4/ne1/97>

Montenegro, M. (2021). Relaciones de redes, perspectiva de internacionalización para la pyme Gastro Innova. *Revista Ploutos*, 10. <https://orcid.org/0000-0003-2491-3480>

Murillo, B (2022). Valor agregado y cadenas globales de las exportaciones entre México, Estados Unidos y Canadá. Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, 53(210). <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2022.210.69822>

Murillo, B., Carbajal, Y. y Almonte, L. (2022). Valor agregado en las exportaciones manufactureras del TLCAN, 2005, 2010 y 2015. *Un análisis por subsector. Análisis Económico*, XXXVII (95), 69-88. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n95/murillo>

Navarro, M., Hernández, L., Navarro, E. y Hernández, J. (2020). Innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas familiares del sector manufacturero del Atlántico-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4). <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34653>

Ortega, J. (2023). Ventajas tributarias de la facturación electrónica en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 7(1). <https://doi.org/10.18779/csye.v7i1.659>

Párraga, S., Pinargote, N., García, C. y Zamora, J. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. Año VIII, Número: Edición Especial. Artículo No 26. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>

Patiño Jacinto, R. A. (2020). El valor de mercado como factor clave en la contabilidad internacional ¿aplicable en todos los contextos? [Informes de investigación, Universidad Santo Tomás] Repositorio Institucional - Universidad Santo Tomás. <https://doi.org/10.15332/dt.inv.2021.01995>



- Paz, E y Medina, A. (2023). Competencias gerenciales en toma de decisiones financieras de las pequeñas y medianas empresas en Honduras. *Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 17(4).  
<https://doi.org/10.46502/issn.1856-7576/2023.17.04.5>
- Riaño, M., Luna, H. y González, J. (2021). Productividad del valor agregado y estilos de liderazgo. Sector minero Norte de Santander, Colombia. *Revista Redipe*. 10(13).  
<https://doi.org/10.36260/rbr.v10i13.1769>
- Rodero, A., Barros, J. y Huertas, Y. (2024). Caracterización de las acciones de cooperación e internacionalización académica adoptadas por universidades públicas de la región Caribe colombiana año 2023. *Revista Formación universitaria* versión On-line.  
<https://doi.org/10.4067/s0718-50062024000200073>
- Rodríguez, M., Burbano, M. y Villacrés, P. (2022): Prácticas de Gestión Financiera Exitosas en las pequeñas y medianas empresas. *Revista Sinergias Educativas*, 7(4).  
<https://doi.org/10.37954/se.v7i4.385>
- Rodríguez, R. y Vallejo, R. (2022). Valor agregado y las competencias genéricas de los estudiantes de educación superior en Colombia. *RIES. Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 13(36).  
<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2022.36.1183>
- Salazar, G., Manrique, G. y Cuy, A. (2023). Capacidades logísticas como factores determinantes para la internacionalización de las Pymes: una revisión sistemática de literatura. *Revista CEA*, 9(19). <https://doi.org/10.22430/24223182.2126>
- Solórzano, J. y Parrales, M. (2021). Branding: posicionamiento de marca en el mercado ecuatoriano. *Revista Espacios*, 42(12). <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n12p03>
- Suárez, T., Rriofrío, M. y Benítez, F. (2023). Gestión de la Cadena de Suministro para Potenciar la Internacionalización de las Pymes de la Provincia El Oro. *Revista Economía y Negocios*, 14(1). <https://doi.org/10.29019/eyn.v14i1.1002>
- Subdirección General de Estudios y Prospección Comercial Secretaría de Estado de Comercio, España (2024). Género e internacionalización: los obstáculos a la internacionalización de las empresas de servicios. *Revista ICE- Información Comercial Española*, (3172).  
<https://doi.org/10.32796/bice.2024.3172.7811>
- Torres, L., Camero, L. Cuevas, N. (2021). Estrategias para la internacionalización de pymes de la industria de la madera en Colombia. *Revista Dictamen Libre*, (29).  
<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.29.7859>



- Torres, S. y Correa, D. (2021). Impacto del gobierno corporativo en el valor de las empresas latinoamericanas: evidencia desde el MILA. *Revista Suma de Negocios*, 12(26), 73-82. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a8>
- Tosca, S., De Jesús, F. y Martínez, G. (2021). Facturación electrónica como herramienta para aumentar la productividad de la empresa. *Revista Investigación & Negocios*, 14(23). <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.124>
- Urrutia, J., Ramos, P. y González, C. (2024): Estrategias de internacionalización de empresas: un análisis del clúster fronterizo para branding. *Revista Pensamiento y Gestión*, (50). <https://doi.org/10.14482/pege.50.658.827>
- Vacas, F. (2021). El mercado del vídeo en streaming: un análisis de la estrategia de Disney+. *Interacción y visualización*, 30(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.13>
- Valencia, A., Echeverri, C., Acosta, L., Echeverri, M. y Rodríguez, C. (2022). Tendencias investigativas en facturación electrónica a nivel internacional entre 1979 y 2022. *Revista Virtual 25*. Universidad Católica del Norte. <https://doi.org/10.35575/rvucn.n68a10>
- Verdugo, A. y Ordóñez, C. (2024). Analítica de estrategias sobre marketing para incrementar las ventas en las PYMES. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 4(Núm. especial). <https://doi.org/10.62574/rmpi.v4iespecial.143>
- Yan, L. (2024). La internacionalización de las Mipymes de Costa Rica desde la perspectiva de la Cadenas Globales de Valor. *Revista Orientando*, (26). <https://doi.org/10.25009/orientando.v1i26.2702>

## La gestión logística y su importancia para la internacionalización de productos

## Logistics management and its importance for the internationalization of products

CHIRINOS-QUINTERO, Nilson, J.<sup>1</sup>    
*Banco Nacional de Crédito, Venezuela*

BERMÚDEZ-GÓMEZ, José, R.<sup>2</sup>    
*Universidad Popular del César, Colombia*

Autor corresponsal: [nilson2021@gmail.com](mailto:nilson2021@gmail.com)

IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria  
Vol. 9 (2024), ev9r7  
[ipsascientia@ceipid.org](mailto:ipsascientia@ceipid.org)

Recibido: 7-12-2024  
Aceptado: 16-12-2024  
En línea: 31-12-2024

URL:  
<https://www.booksandjournals.org/ojs/index.php/ipsa/article/view/v9r7>

DOI: <https://doi.org/10.62580/ipsa.2024.9.194>

### Cómo citar este artículo:

Chirinos-Quintero, N., & Bermúdez-Gómez, J. R. (2024). La gestión logística y su importancia para la internacionalización de productos. *IPSA Scientia, Revista Científica Multidisciplinaria*, 9, ev9r7.  
<https://doi.org/10.62580/ipsa.2024.9.194>

### Roles de los autores:

<sup>1,2</sup>Conceptualización, investigación, administración de proyecto, software, supervisión.  
<sup>1,2</sup>Metodología, validación, redacción, análisis formal.

**Resumen** – La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la gestión logística y su importancia para la internacionalización de productos. Se fundamentó el estudio en los planteamientos formulados por Garfias, León y Bautista (2024), Salazar, Manrique y Cuy (2023), Vargas, Romero y Suárez. (2022), López, Melo y Mendoza (2021) y Ramírez, Madriz, Bravo,

Ugueto y Sierra (2020), entre otros. Metodológicamente la investigación fue documental. Se seleccionó el método cualitativo. Se realizó una búsqueda bibliográfica sistemática en las bibliotecas digitales Google académico, Scielo, Redalyc, Dialnet, entre otras fuentes, limitándose a los idiomas inglés, castellano, usando como descriptores los siguientes términos: Gestión, Logística, Procesos, Internacionalización, Productos, acompañándose con otros autores. Se observó la relación positiva entre la Gestión Logística con los Procesos de Internacionalización, concluyendo que la primera dinamiza la segunda en el contexto empresarial.

**Palabras clave:** gestión, logística, procesos, internacionalización, productos.

**Abstract** – The main objective of this research is to analyze logistics management and its importance for the internationalization of products. The study was based on the approaches formulated by Garfias, León and Bautista (2024), Salazar, Manrique and Cuy (2023), Vargas, Romero and Suárez. (2022), López, Melo and Mendoza (2021) and Ramírez, Madriz, Bravo, Ugueto and Sierra (2020), among others. Methodologically, the research was documentary. The qualitative method was selected. A systematic bibliographic search was carried out in the digital libraries Google Academic, Scielo, Redalyc, Dialnet, among other sources, limited to the English and Spanish languages, using the following terms as descriptors: Management, Logistics, Processes, Internationalization, Products, accompanied by other authors. The positive relationship between Logistics Management and Internationalization Processes was observed, concluding that the first energizes the second in the business context.

**Keywords:** management, logistics, processes, internationalization, products.

## Introducción

Las organizaciones empresariales medianas y pequeñas. juegan un papel intermediario para posicionar productos en un mercado local o externo, lo cual es posible mediante procesos de internacionalización. Todas estas instituciones están adscritas a cámaras de comercio más grandes, las cuales rigen las normas para regular los procesos de comercialización, de manera que las decisiones deben ser consensuadas.

Estas entidades se encuentran en constante supervisión y regulación del estado, pues operan en condiciones diferentes a las empresas establecidas por más de dos años y, luego de ese periodo de gracia pasan a cumplir las mismas normas que otras empresas, por lo cual deben realizar bien sus funciones para decidir si continúan compitiendo o desaparecen. Por ello son imprescindibles en la sociedad pues en muchos casos ofrecen los mismos productos que las cadenas grandes, pero a precios preferenciales, lo cual requiere una importante gestión logística, muchas veces subestimada.

En tal sentido, de acuerdo con Garfias et al. (2024), la correcta forma de gestionar la logística en estas organizaciones en el territorio mexicano permitirá implementar la estrategia de crecimiento desde su administración, para que cuente con procesos medidos y controlables en toda la cadena para la distribución con nuevas políticas, las cuales faciliten los procesos.

Según Salazar et al. (2023) hay aspectos importantes asociados a las capacidades logísticas en las pequeñas empresas que las ayudan a cumplir sus objetivos, sin embargo, la actualización constante es la base para cualquier gestión, pues garantiza el acceso e implementación de estrategias novedosas, acordes a los tiempos actuales, donde las herramientas ofrecidas por la industria 5.0 han dado origen a una logística 5.0 basada en la Inteligencia Artificial, la Realidad Aumentada, los Gemelos Digitales, entre otras tecnologías vanguardistas las cuales fortalecen exponencialmente los procesos.

Pata Vargas et al. (2022) el desconocimiento de las herramientas para una mejor gestión logística conduce a su poco aprovechamiento, por lo cual la clave está en la formación constante para innovar, abandonando viejas prácticas, las cuales no son erróneas, pero limitan considerablemente el aprovechamiento sobre las nuevas tecnologías, las cuales han demostrado amplias bondades.

En otro orden de ideas López et al. (2021) indican que no se están aprovechando todos los beneficios brindados por la gestión logística, lo cual conduce solo a cumplir las exigencias mínimas, más no a obtener todo el potencial emanado por ella, por lo cual se debe ir por mucho más, no se trata solo de llegar a un punto aceptable sino a lo más óptimo posible.

Además, Ramírez et al. (2020) indican que la planificación y distribución son las herramientas claves de la gestión logística, para lo cual es necesario el conocimiento tecnológico en el manejo

de equipos, así como contar con diversos canales para la distribución, acordes a la mercancía a transportar y al destino, tales como vías férreas, marítimas o aéreas.

Según los creadores del presente artículo, la gestión logística es un proceso el cual permite articular todos los procesos en una organización, lo cual condiciona su éxito o fracaso, por lo cual es preciso atender cada detalle, tales como las capacidades tecnológicas, los procesos operativos, las finanzas y tecnologías, entre otros, para el adecuado funcionamiento en la cadena para los suministros.

En relación a los Procesos de internacionalización, se presenta a Rave et al. (2023) para quienes la información, recursos y capacidades dinámicas son determinantes para tal propósito, pues estos aspectos son básicamente una trilogía perfecta e inseparable, la cual condiciona las posibilidades de éxito para llevar los productos hacia otras latitudes con mayor exigencia o competitividad.

En otro orden de ideas, para Carvajal et al. (2021) es determinante la asociación entre el estado y las academias para impulsar la productividad, pues las políticas públicas condicionan a los productores, quienes deben apegarse a las directrices gubernamentales, por lo cual crear un binomio entre ellos eliminaría las trabas y fortalecería la producción, lo cual representa un ganar – ganar en los procesos para la internacionalización.

Además, Torres et al. (2021) indican que antes de internacionalizarse, las empresas deben fortalecer sus propias debilidades mediante el autoconocimiento, para lo cual es muy útil observar otras experiencias para obtener el mayor provecho posible, evitando repetir errores o tendencias no exitosas. El análisis retrospectivo es un pilar fundamental, pues permite analizar el pasado, entender el presente y planificar mejor el futuro.

Finalmente, se presenta a Uribe y Norman (2020) para quienes la adquisición de filiales impulsaría enormemente el negocio en otros países, por lo cual es perentorio abocarse a ello, conociendo la realidad en cada región. Muchas empresas logran su internacionalización en esta forma, lo cual ha demostrado además ser un modelo de negocios exitoso, aunque requiere una inversión significativa.

Los elaboradores del presente artículo, consideran que los procesos para la internacionalización son una variable dependiente de la gestión logística, pues si la primera se realiza correctamente, entonces la segunda podrá implementarse sin mayores contratiempos. Es importante expandirse hacia mercados, trascendiendo los nacionales, para aprovechar las ventajas en otros entornos, así como para sortear posibles crisis en el entorno originario.

## **Fundamentos Teóricos**

### **Capacidades Logísticas**

De acuerdo con Paricahua (2022) el surgimiento de la pandemia COVID-19 modificó los mecanismos para gestionar la logística debido a la emergencia sanitaria, por lo cual la planificación se hace compleja si no se consideran hechos sobrevenidos los cuales suponen un riesgo y deben ser atendidos con antelación, como parte de una concepción adecuada en cualquier proyecto.

Según Rodríguez (2022) la globalización y las tecnologías ha modificado de manera importante la cadena para los suministros, realizando una atención más personalizada según la demanda realizada por los clientes, por lo cual las tecnologías, tanto presentes como futuras, jugarán un papel determinante en la evolución logística, así como en los procesos para la internacionalización.

Para, Ruiz et al. (2022) las capacidades empresariales condicionan las estrategias en las empresas, por lo cual aquellas que cuenten con mayores recursos obviamente contarán con mayor margen para maniobrar, por lo tanto, el llamado es siempre a potenciarlas para poder hacer frente a todas las vicisitudes, tanto las previstas como las no contempladas, las cuales inevitablemente van a surgir.

Los autores del presente artículo consideran que la gestión logística depende mucho de las capacidades con las que se cuentan para gestionarla, pues esto condiciona enormemente las estrategias a implementar, incidiendo en el éxito de la gestión. Esto no implica que no se pueda gestionar sin tener muchos recursos, pero naturalmente es un factor el cual contribuye en forma a exponencial a la implementación de técnicas exitosas.

### **Procesos Operativos**

Para Gómez y Espín (2022) una forma para mejorar la productividad, así como optimizar los procesos es priorizar las necesidades y avocarse a ellas. Esto contribuye enormemente en definir los posesos según su importancia y, con un plan ordenado, atender cada prioridad en el menor tiempo posible, lo cual es en sí mismo tanto un principio como un fin en la logística.

Según Cedeño y Pérez (2021) para establecer el costo sobre los procesos administrativos u operativos se debe hacer un estudio pormenorizado del costo tanto a los productores como a la empresa, pues ésta última debe considerar todos los gastos en su personal, los servicios, entre otros, para determinar los puntos a mejorar, los cuales le conduzcan a una mayor rentabilidad.

De acuerdo con Giménez (2021) la aparición del COVID-19 en el ámbito internacional, supuso una disrupción, la cual derivó en una nueva normalidad, donde la digitalización ha cobrado bastante impulso, lo cual permite ahorrar costos en los procesos operativos, pudiéndose impartir normativas o procedimientos digitalmente, evitando imprimir, lo cual ahorra mucho dinero. Así mismo, hay múltiples procesos los cuales fueron impactados por la pandemia, migrando al mundo digital, para mantenerse así actualmente debido a la rentabilidad generada.

Para los autores del presente artículo, los procesos operativos son todos aquellos que dinamizan una empresa y la mantienen activa, en funciones, para ofrecer sus productos a los clientes, lo cual lleva implícito los costos en producción, personal, servicios, entre otros, para luego determinar la rentabilidad. Es importante aprovechar herramientas digitales para minimizar gastos, obteniendo así mayores ganancias.

### **Procesos de Internacionalización**

En primera instancia, García (2024) indica que, para la inserción en un mercado, es necesario analizar en primer lugar los beneficios para el negocio en cuestión, pues no se trata solo de tener una representación en un mercado para hacer presencia, sino obtener ventajas con ello, para lo cual

es necesario conocer tanto la historia como el comportamiento sobre cada uno, lo cual permite prever y asumir los riesgos potenciales.

Así mismo, para González et al. (2024) la internacionalización supone en sí misma un traslado, para lo cual existen diferentes medios para el transporte, tales como el terrestre, marítimo o aéreo, lo cual varía el costo del flete debido a la cantidad o tipo de mercancía, así como la rapidez según la cual llega a su destino, por lo cual este es un factor muy importante a considerar en estos procesos.

Además, Ladino y Salazar (2023) señalan que la internacionalización está condicionada por las políticas estatales en cada nación, por lo tanto, para hacerla posible, deben alinearse posiciones globalizadas, con estándares mundiales. Por ejemplo, en el ámbito educativo, suelen realizarse eventos académicos, alianzas, redes, proyectos, artículos, cursos, ponencias, donde participan personas provenientes desde diferentes latitudes, para así garantizar la diversidad o el pluralismo necesario demandado por el sector. Bajo esta misma modalidad deben operar empresas en otros sectores para lograr proyectarse hacia nuevos países.

Por su parte Echeverría et al. (2020) analizaron cómo se articulan las políticas educativas en el marco de la internacionalización. Para incursionar en mercados internacionales, se debe ofrecer un currículo aprobado por instituciones internacionales, pero adaptándose al marco jurídico en cada país, el cual regula los contenidos que pueden impartirse cumpliendo normativas globales, pero sin transgredir las locales.

Cabe destacar que para Perrotta y Santos (2020) la política exterior presente en los gobiernos en los diferentes países condiciona los procesos para la internacionalización. En tal sentido, si, por ejemplo, quieren internacionalizarse procesos educativos, es prioritario hacer un bosquejo comparativo entre la cultura y educación en los diferentes países para proceder con la integración, lo cual aplica para todos los demás campos.

Los autores del presente artículo consideran a la internacionalización como el proceso el cual permite la expansión fuera de las fronteras, para incursionar en otros mercados. Naturalmente, deben cumplirse los marcos jurídicos en cada país, por lo cual las políticas estatales juegan un papel importante para impulsar estos procesos, limitarlos o impedirlos en su totalidad.

## **Materiales y Métodos**

El principal objetivo en esta investigación fue analizar la importancia de la gestión logística para la internacionalización de productos, consultando para ello diversos autores, fuentes especializadas en la materia, donde se determinó la importancia para este propósito usar tecnologías, y cómo influye la globalización en la internacionalización, así como las políticas estatales en cada nación.

El enfoque metodológico tuvo carácter cualitativo, consultando para ello algunas fuentes en internet, tales como Dialnet, Redalyc, Google académico, Scielo. Se fundamentó el estudio en los planteamientos formulados por Garfías, León y Bautista (2024), Salazar, Manrique y Cuy (2023), Vargas, Romero y Suárez. (2022), López, Melo y Mendoza (2021) y Ramírez, Madriz, Bravo, Ugueto y Sierra (2020), entre otros, con publicaciones como libros, artículos, ensayos, con vasta

experiencia en temas relacionados a esta investigación, lo cual fue muy pertinente, enriquecedor para la misma. Se descartó el método cuantitativo pues no se realizó una investigación experimental de campo la cual ameritara usar software especializados para analizar datos.

Finalmente, el aporte fundamental de esta investigación es que aborda temas como la adopción sobre una adecuada gestión logística como herramienta para la internacionalización en las empresas, apoyándose para ello en la tecnología, la cual brinda suficientes herramientas a las organizaciones para posicionarse en otras latitudes, realizando una baja inversión, debido al abaratamiento de costos que ésta supone.

## Resultados y Discusión

Entre los hallazgos más importantes destacan el poco conocimiento sobre las herramientas brindadas por la gestión logística para la internacionalización, la cual permite llegar a cualquier rincón del mundo, variando los costos según las estrategias aplicadas, lo cual depende de la gerencia del negocio. Además, es evidente la alta incidencia tecnológica de la gestión logística en las empresas, las cuales deben abaratar costos para lograr prevalecer ante competidores con mayor capital.

Por otra parte, es imprescindible sincerarse, sin llamarse a engaños, pues en ocasiones la competencia con transnacionales o empresas más grandes suele ser compleja por su enorme capital, pero este desafío debe ser asumido, así como adoptar las estrategias correspondientes. Seguramente algunas germinarán, otras no, lo cual es totalmente normal, sin embargo, se debe asumir ese riesgo, apostando por la expansión hacia nuevos mercados los cuales puedan ser inclusive un respaldo al negocio cuando las cosas no marchen bien en un determinado país.

## Reflexiones Finales

Es fundamental para la existencia de las organizaciones implementar una adecuada gestión logística, sobre todo cuando tratan de internacionalizarse, donde las alianzas y la cooperación son fundamentales como herramienta para el crecimiento. En la actualidad se deben utilizar tecnologías vanguardistas, las cuales conducen a aplicar estrategias más efectivas, permitiendo ahorrar mucho dinero.

El mundo empresarial no es un cuento fantástico bonito, suele ser muy duro, donde la competencia sin cuartel es un secreto a voces. No por el hecho de conocer las herramientas actualizadas significa que se vayan a implementar correctamente, antes bien, la disciplina es la base del éxito organizacional, por lo cual solo con constancia, dedicación y haciendo las pequeñas cosas desestimadas por otros, se pueden cumplir las metas, pues no hay varitas mágicas las cuales condiciones el éxito u ofrezcan garantías para llevar a feliz término los proyectos, solo la dedicación permanente otorgará el triunfo a esos emprendedores llenos de esperanza.

## Referencias



- Carvajal Rojas, D. C., Gutiérrez Rodríguez, K. D., y Medina Viña, J. F. (2021). Una perspectiva de los procesos de internacionalización en el sector textil de Colombia. *Revista Opinión Pública*, (16), 45-57. <https://doi.org/10.52143/2711-0281.688>
- Cedeño, F y Pérez, C (2021). Modelo de gestión administrativa para proponer procesos de industrialización del cacao. (2021). *Revista Científica Ciencia Y Tecnología*, 21(30). <https://doi.org/10.47189/rcct.v30i30.442>
- García Crespo, G. (2024). Modernización e internacionalización de la banca española: la integración en el Mercado Común Europeo. *Rúbrica Contemporánea*, 13(26), 43-63. <https://doi.org/10.5565/rev/rubrica.382>.
- Garfias Sánchez , J. C., León Vega , D. M., & Hernández, O. B. (2024). Modelo de Administración Logística, como estrategia competitiva en las pymes de lácteos : Logistics Administration Model, as a competitive strategy in dairy SMEs. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(4), 4270 – 4289. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2567>.
- González Ali, P. G., Gutiérrez Echeverría, R. E., y Severiche Sierra, C. A. (2024). Gerencia de tecnologías de transporte autónomo en la logística de domicilios: propuesta de un modelo en entornos urbanos. *Revista Oratores*, 1(20), 29–48. <https://doi.org/10.37594/oratores.n20.1464>
- Echeverria-King, L., Hernandez-Pina, F., & Lago de Vergara, D. (2020). La internacionalización curricular en Licenciaturas en Educación Infantil en el Caribe Colombiano: una perspectiva docente. *Revista Electrónica Calidad En La Educación Superior*, 11(2), 51–79. <https://doi.org/10.22458/caes.v11i2.2831>
- Giménez, M. M. (2021). La digitalización de procesos en la organización como ventaja competitiva en el contexto del Covid-19. *Journal of Management & Business Studies*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.32457/jmabs.v3i2.1700>
- Gómez Coello , R. D., & Espín Guerrero , R. D. (2022). Optimización de los procesos operativos de la empresa Promacero de la ciudad de Pelileo, mediante la aplicación de la metodología 5's. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1241-1251. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1949](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1949)
- Ladino-Marín, P. C., & Salazar-Acosta , L. M. (2023). La internacionalización en la educación superior Latinoamericana, una revisión documental. *Cuaderno De Pedagogía Universitaria*, 20(39), 9–19. <https://doi.org/10.29197/cpu.v20i39.477>.
- López, Danny D., Melo, Gelvis M., & Mendoza, Darcy L.. (2021). Logistics management in the salt industry of the state of La Guajira, Colombia. *Información tecnológica*, 32(1), 39-46. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100039>.
- Paricahua Laura, H. R. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno. *Quipukamayoc*, 30(62), 67-75. <https://doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22179>
- Perrotta, D y Santos, A (2020): Política exterior y procesos de internacionalización del sistema científico y universitario: Argentina y Brasil (2003-2019). *Revista Sociologías* 22 (54) • May-Aug 2020. <https://doi.org/10.1590/15174522-99655>
- Ramírez-Quintero, F. A. ., Madriz-Rodríguez, . D. A. ., Bravo-Valero, A. J. ., Ugueto-Maldonado, M. G. ., & Sierra-Parada, M. . (2020). La gestión logística en las microempresas manufactureras del Estado Táchira, Venezuela. *AiBi Revista De Investigación, Administración E Ingeniería*, 8(2), 8–15. <https://doi.org/10.15649/2346030X.835>
- Rave-Gómez, E. D., Moreno Hernández, J. E., & Pérez Castañeda, S. S. (2023). Diseño y validación de instrumento para la internacionalización de pymes, a partir del modelo Uppsala y las capacidades dinámicas. *Economía & Negocios*, 5(1), 175–193. <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1539>.
- Rodríguez, R (2022): La cadena de suministro y el rendimiento financiero y sostenible en la industria de México. *Universidad Politécnica de Cartagena*. <https://doi.org/10.31428/10317/11920>
- Ruiz, E., Salazar, J., Huerta, I., De Jesús, M y Hernández, N (2022): Desarrollo de las capacidades empresariales: influencia en el crecimiento económico de las MiPyMEs mexicanas. *R.A.N. Vol. 8 (1) 2022*. <https://doi.org/10.29393/ran8-1dcem50001>
- Ruiz, E., Salazar Gómez, J. F., Huerta Mora, I. R., Valdivia Rivera, M. D. J., & Hernández Cárdenas, M. (2022). Desarrollo de las capacidades empresariales: influencia en el crecimiento económico de las MiPyMEs mexicanas (Development of

- Business Capabilities: Influence on the Economic Growth of Mexican MSMEs). *RAN-Revista Academia & Negocios*, 8(1). <https://doi.org/10.29393/ran8-1dcem50001>. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4018603>
- Salazar Otálora, G. E., Manrique Joya, G. M., & Cuy Rojas, A. L. (2023). Capacidades logísticas como factores determinantes para la internacionalización de las pymes: una revisión sistemática de literatura. *Revista CEA*, 9(19), e2126. <https://doi.org/10.22430/24223182.2126>
- Sarabia-Alonso, M., Gómez-Mohedano, G., & Espino-Guevara, P. (2022). Validación de un instrumento para la construcción del modelo de capital humano en organizaciones manufactureras mexicanas. *IPSA Scientia, Revista Científica Multidisciplinaria*, 7(3), 44-58. <https://doi.org/10.25214/27114406.1423>
- Torres, L., Camero, L y Cuevas, N (2021). Estrategias para la internacionalización de pymes de la industria de la madera en Colombia. (2021). *Dictamen Libre*, 29: Julio-Diciembre. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.29.7859>.
- Uribe Arévalo, A., & Norman Acevedo, E. (2020). La internacionalización de la pequeña y mediana industria del software y de las tecnologías informáticas (SW & TI) a través del efecto trampolín del gremio. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 16(31). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i31.3068>.
- Vargas-Pilla, A., Romero-Fernández, A., & Suárez-Torres, C. E. (2022). Modelo de gestión logística para pequeñas empresas agrícolas. *CIENCIAMATRIA*, 8(15), 4-22. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i15.820>.

# Geopolítica, democracia y su vinculación con los sucesos internacionales

## Geopolitics, democracy and their connection with international events

BERMÚDEZ-GÓMEZ, José<sup>2</sup>    
*Universidad Popular del Cesar, Valledupar, Colombia*

CHIRINOS-QUINTERO, Nilson<sup>1</sup>    
*Banco Nacional de Crédito, Maracaibo, Venezuela*

**Autor correspondiente:** [jo21be@yahoo.com](mailto:jo21be@yahoo.com)

**IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria**  
Vol. 9 (2024), ev9r5  
[ipsascientia@ceipid.org](mailto:ipsascientia@ceipid.org)

**Recibido:** 17-12-2024  
**Aceptado:** 30-12-2024  
**En línea:** 21-01-2025

**URL:**  
<https://www.booksandjournals.org/ojs/index.php/ipsa/article/view/v9r5>

**DOI:** <https://doi.org/10.62580/ipsc.2024.9.189>

### *Cómo citar este artículo:*

Bermúdez-Gómez, J., & Chirinos-Quintero, N. (2024). Geopolítica, democracia y su vinculación con los sucesos internacionales. *IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria*, 9, ev9r5.  
<https://doi.org/10.62580/ipsc.2024.9.189>

### **Roles de los autores:**

<sup>1</sup> Conceptualización, investigación, administración de proyecto, software, supervisión.

<sup>2</sup> Metodología, validación, redacción, análisis formal.

**Resumen** – El presente artículo tiene como objetivo principal analizar la relación entre la geopolítica, la democracia y los sucesos internacionales. Se fundamentó el estudio en los planteamientos formulados por Carbajal (2023), Casanova & Miroux (2024), García (2023), Sabato (2023), Sandoval *et al.* (2023), entre otros. Metodológicamente la investigación fue de tipo documental. Se seleccionó el método cualitativo, realizando una búsqueda bibliográfica sistemática en Google académico, Scielo, Redalyc y Dialnet, limitándose a los idiomas inglés - castellano, usando los descriptores: Geopolítica, Democracia, Gobierno, Pluralismo y Negociación. Se observó la estrecha relación e influencia de la Geopolítica sobre la Democracia. Se concluyó que la Geopolítica condiciona diversos procesos democráticos e, inevitablemente, no pueden separarse, ya que todos los países están interconectados de alguna manera.

**Palabras clave:** geopolítica, democracia, gobierno, pluralismo, negociación.

**Abstract** – The main objective of this article is to analyze the relationship between geopolitics, democracy and international events. The study was based on the approaches formulated by Carbajal (2023), Casanova and Miroux (2024), García (2023), Sabato (2023), Sandoval *et al.* (2023), among others. Methodologically, the research was documentary type. The qualitative method was selected, carrying out a systematic bibliographic search in Google academic, Scielo, Redalyc and Dialnet, limiting itself to the English - Spanish languages, using the descriptors: Geopolitics, Democracy, Government, Pluralism and Negotiation. The close relationship and influence of Geopolitics on Democracy was observed. It was concluded that Geopolitics conditions various democratic processes and, inevitably, they cannot be separated, since all countries are interconnected in some way.

**Keywords:** geopolitics, democracy, government, pluralism, negotiation.

## Introducción

En el ámbito mundial, en años recientes, se han presentado situaciones que hacen evidente la estrecha relación entre los países y la influencia de los sucesos ocurridos en ciertas latitudes del mundo sobre otras zonas geográficamente muy alejadas, pues todos los hechos se relacionan entre sí. Además, con la expansión de las redes sociales, es inevitable enterarse casi en tiempo real sobre cada acontecimiento.

Como ejemplo de lo anteriormente expuesto, observamos los conflictos bélicos que suceden actualmente en Medio Oriente, o la guerra entre Rusia y Ucrania. Naturalmente, todas las naciones involucradas en esos conflictos, están relacionadas con otras muy lejanas a las líneas del frente, recibiendo apoyos o rechazos, según la ideología política de cada gobierno. Es aquí donde precisamente entran en juego los distintos sistemas gubernamentales, pues unos se rigen bajo el sistema democrático, mientras otros adoptan otras formas de gobierno.

En este contexto, la Geopolítica permite articular todos los sistemas gubernamentales, sin distingo, los cuales dirimen sus diferencias en organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), para establecer consensos, evitando una escalada de conflictos con consecuencias trágicas. Es por ello que deben seguirse fortaleciendo este tipo de plataformas para garantizar una sana y justa paz para todos, lo cual no se logra sin el concurso de todas las voces.

En tal sentido, según Montoya & Sánchez (2023), la Organización de las Naciones Unidas, es el organismo internacional más importante del mundo, el cual ha ayudado a Colombia en la consecución de la paz post conflicto, ejerciendo un importante papel para establecer acuerdos y hacerlos cumplir, lo cual es una tarea sumamente compleja dada la vulnerabilidad de la paz consensuada entre las partes beligerantes.

De acuerdo con Pulido (2022) en el contexto del conflicto entre Argentina y Gran Bretaña en su lucha por las Islas Malvinas, en un principio hubo voces en América Latina inclinadas hacia Argentina, pero según se iban desarrollando los acontecimientos las posturas de éstos, particularmente de Colombia, cambió exponencialmente para favorecer al virtual vencedor en la contienda, para así resguardar sus intereses políticos y económicos, quedando claro con ello una vez más, que en política no existen amigos, solo intereses, aun cuando públicamente esto no sea reconocido.

Por su parte, Santos (2022) indica que la hegemonía Occidental está llegando a su fin, pues tanto China como Rusia están pisando fuerte en el ajedrez geopolítico, ya que China emerge como superpotencia económica, con un poder militar no desdeñable, mientras Rusia, enfrentada militarmente a Ucrania desde 2022 hasta el presente, ha demostrado que debe ser tomada en cuenta, pues es una superpotencia militar y sus cuantiosos recursos naturales la ubican también a

esa misma altura en el ámbito energético, lo cual a su vez le otorga una fortaleza económica hasta ahora subestimada.

Los autores del presente artículo, observan una estrecha relación entre la geopolítica y los eventos sucedidos en distintas latitudes del mundo, los cuales, en ocasiones, afectan a los procesos democráticos, pues más que amigos, lo que realmente existe son intereses para establecer acuerdos, por lo cual ningún país está aislado ni puede ser indiferente a lo sucedido en otras latitudes, aun cuando a priori consideran que no les atañe, lo cual no es cierto, porque de una u otra forma, estamos interconectados.

Por otra parte, se hace evidente que Occidente, encabezado por Estados Unidos junto a Europa, ya no pueden tomar decisiones unilaterales, pues hay otras naciones orientales con gran poder e influencia, las cuales desean hacer valer su opinión, sentándose en la misma mesa desde donde antes Occidente, casi unilateralmente, coordinaba los designios del mundo. Precisamente esta mesa es útil para evitar conflictos y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) debe ser el organismo rector, incluso un árbitro, para lograr acuerdos entre todos, lo cual le otorgará el estatus de organismo imparcial, experto en acuerdos justos y paz duradera.

## Geopolítica

En primera instancia, Carvajal *et al.* (2024) indican que el actual conflicto entre Rusia y Ucrania, permite pensar mucho más allá del sentido meramente militar, pues los países desde ahora deben plantearse cómo están entrelazados, pues las dependencias determinan el rumbo en los conflictos, lo cual permite delimitar posiciones y ganar un terreno antes menospreciado e infravalorado.

Para Casanova & Miroux (2024) desde 2008 se ha iniciado una nueva etapa en la globalización, donde lo local o regional ha sido subyugado a los intereses extranjeros. Esto demuestra claramente que las decisiones, aun siendo nacionalmente soberanas, no pueden tomarse sin mirar hacia el extranjero, porque todo se entrelaza y articula, por lo cual los eventos sucedidos en un país pueden llegar a afectar incluso al resto del mundo.

Por otra parte, Carbajal (2023), indican que existen riesgos de un enfrentamiento militar entre China con Estados Unidos, lo cual, en muchas ocasiones, depende del presidente de turno en Estados Unidos, pues unos orientan su política hacia la confrontación, en tanto otros la orientan hacia la negociación, por lo cual el perfil del negociador determina la doctrina a implementar, aun cuando se persigan los mismos objetivos.

No obstante, para Garay (2021) la geopolítica militar está asociada a diversos factores, entre ellos el clima de paz o agitación en una nación, la supeditación de las fuerzas armadas al poder civil, el contexto económico, entre otros factores importantes, por lo cual hablar sobre este término es referirse implícitamente a muchos otros más, los cuales se encuentran articulados y engranan perfectamente.

Según Betancur (2020), la geopolítica es una disciplina encargada de estudiar las relaciones humanas. Sin embargo, actualmente, la geopolítica analiza mucho más que eso, pues está asociada a la relación entre los países y su vinculación con el poder, pues de acuerdo a este último se juega

un rol diferente en el tablero político internacional, por lo cual se afirma que la geopolítica y el poder se encuentran estrechamente entrelazados.

De acuerdo a lo antes expresado, los autores del presente artículo consideran a la geo política como un arte fundamental para dirimir las diferencias medulares del mundo y garantizar la coexistencia, entendiendo claramente que esto no es un proceso sencillo, sobre todo cuando existen intereses contrapuestos entre potencias, pero el único camino sano demostrado por la historia para resolver conflictos es el diálogo y la negociación, pues aupar a una u otra parte es solo agitar más aún escenarios ya convulsos.

## Democracia

En primer lugar, Cienfuegos (2023) señala que en América Latina no existen modelos gubernamentales para articular los recursos naturales existentes en beneficio de la población, por lo cual seguimos observando marcadas diferencias entre la sociedad. En tal sentido, unas políticas públicas adecuadas pueden conducir a equilibrar la balanza, sino, en caso contrario, solo se profundizarán cada día esas inexplicables e inaceptables diferencias entre ciudadanos pertenecientes a un mismo país.

De acuerdo con García (2023), desde el año 2016 en Perú se ha presentado un panorama político convulso, con alternancias anticipadas del poder, sin la culminación de un período presidencial como lo ordena la constitución, pues las pugnas políticas han dado lugar una notoria inestabilidad. Esta situación añade otro factor a considerar en la democracia, pues aun cuando un gobernante haya sido electo de manera legítima por su pueblo, pudiera no finalizar el período si incurre en actos indebidos durante su mandato, por lo cual la democracia y la legalidad deben estar siempre entrelazadas, pues nadie, ni siquiera la máxima autoridad ejecutiva en una nación, puede transgredir las leyes, so pena quedar expuesto a importantes sanciones, conducentes, incluso, a una destitución.

Según Sabato (2023), el concepto democrático siempre ha existido, pero ha evolucionado conforme pasan los años, pues desde hace apenas dos siglos es cuando se utiliza la palabra democracia para elegir a los representantes en una nación. Esto implica que este término desde antes hasta ahora tiene muchas connotaciones, pues se trata de empoderar al pueblo, no solo para elegir gobernantes cada cierto tiempo, sino para darles participación al tomar decisiones trascendentales, sin tergiversar la naturaleza del concepto.

Para Sandoval *et al.* (2023) la democracia es una especie de eufemismo el cual reemplaza al ordenamiento social, el cual ha devenido la lucha contra los totalitarismos, otorgando participación a la ciudadanía para elegir gobernantes, así como para participar en las decisiones importantes. Sin embargo, claramente el término con el tiempo tiende más a representación que a participación ciudadana, por lo cual se ha deformado, haciéndose necesaria su refundación.

Además, Franco *et al.* (2021) indican que en Perú la democracia es prácticamente el eufemismo de control social, ya que luego de haberse implementado hace dos siglos, está tanto incompleta como escasa, pues los ciudadanos y gobernantes cada vez están más separados, haciendo que los primeros no se involucren en las decisiones de los segundos, lo cual debería ser más bien la

naturaleza del proceso, sin embargo, no termina por concretarse, derivando en que cada día se observan más sus grietas, continuando en una construcción y destrucción interminable y sin rumbo.

Por otra parte, Del Tronco & Monsiváis (2020) indican que la democracia se está erosionando a nivel global, por lo cual deben idearse mecanismos para hacer frente al autoritarismo progresivo, el cual priva a los ciudadanos de elegir a sus autoridades y participar en los eventos sociales trascendentales, cediendo bajo coacción ante poderes ilegítimos, los cuales cercenan sus derechos y garantías.

Así mismo, Valencia & Marín (2020) el SARS-CoV-2, conocido como COVID-19, desenmascaró las deficiencias del capitalismo, las cuales estaban ocultas en una sociedad la cual parecía muy estable, sin embargo, se hizo evidente que todo era una falacia, develando con ello el poco valor de la democracia para quienes gobiernan en el mundo capitalista, pues la población nunca fue importante para ellos sino la rentabilidad en sus negocios.

Los autores del presente artículo consideran que la democracia no debería tener un carácter meramente representativo, es decir, no basta con seleccionar a los gobernantes para afirmar su existencia en nuestros países, pues para cada decisión trascendental se debe considerar la participación social, en sentido plural no solo la cúpula gobernante, en sentido singular, lo cual garantiza tanto la cercanía como la justa convivencia entre el gobierno y la población.

Lo anterior, vuelve a colocar en evidencia la relación entre geopolítica y la democracia, pues, aunque esta última prevalece en gran parte del mundo, otras formas gubernamentales también están jugando un importante papel en los cambios globales, de manera que deben aceptarse cada uno e, incluso, apoyarse como sea posible, evitando confrontaciones nada beneficiosas para los pueblos.

Por otra parte, se observa a muchas naciones reconstituyéndose en alianzas para jugar un papel en la geopolítica mundial, pues los bloques otorgan fortaleza, siendo útiles para defender los intereses del pueblo, lo cual es el fin mismo de la democracia. Debido a esto, se hace imprescindible un nuevo pacto mundial, donde se acepte la diversidad y pluralismo entre los gobiernos existentes, proponiendo la negociación como único mecanismo para establecer acuerdos, garantizando la sana conveniencia en la mayor medida posible.

## **Negociación**

Según Alva (2022), las organizaciones necesitan la participación de todos sus colaboradores para crecer y evolucionar, sin embargo, es inevitable el surgimiento de conflictos, los cuales deben subsanarse mediante acuerdos negociados como únicas herramientas para solventar las diferencias surgidas por posturas intransigentes, las cuales generan grandes perjuicios a las empresas.

De acuerdo con Fernández. (2021), la negociación colectiva es determinante para defender los derechos laborales, pues con las tecnologías aportadas por la industria 4.0 se ha profundizado la digitalización, la cual contribuye a implementar el trabajo a distancia, que a su vez supone otro tipo de riesgos diferentes a los del trabajo presencial, por lo cual se debe regular jurídicamente el trabajo remoto.

Por su parte, para Flores *et al.* (2020), el acuerdo entre patronos con empleados impulsa la productividad, sobre lo cual los gobiernos izquierdistas tienen más acierto, pues priorizan al trabajador sobre el empresario. Sin embargo, lo importante, una vez más, es establecer acuerdos, pues no se trata que una parte imponga sobre la otra, sino de celebrar negociaciones o acuerdos beneficiosos para todos.

Para los autores del presente artículo, en el contexto global, en muchas ocasiones las negociaciones parecen injustas o se basan en los resultados sobre cual actor tiene más fuerza en el terreno, pues los mediadores internacionales no han logrado un equilibrio entre las partes, por lo cual tienen más influencia los gobiernos con mayor fuerza militar y económica, pero este desequilibrio puede cambiar mediante el diálogo, con acuerdos geopolíticos, pues todos necesitamos el uno del otro, en mayor o menor medida.

Además, observamos como los países más desarrollados ofrecen mejor calidad de vida a sus pueblos, lo cual evidencia democracia verdadera, pues se debe beneficiar a la población, lo cual se logra articulando esfuerzos para incrementar la producción y el desarrollo para beneficiar a la gente, pues, como antes se dijo, la democracia no es solo elegir a los representantes del país cada cierto tiempo, sino empoderar al pueblo, gestionando tanto su desarrollo como su bienestar, pero dejando claro que se debe hacer lo mismo con el sector productivo, pues si no produces, ¿qué beneficios pues otorgar a tus trabajadores? Los acuerdos deben derivar en relaciones tanto armoniosas como beneficiosas entre las partes, más no imponer a una sobre la otra, porque eso solo generaría problemas futuros.

## Gobierno y Pluralismo

De acuerdo con Miranda (2022), la democracia consiste en empoderar a las minorías para, a través del voto, convertirse en mayoría, eligiendo libremente a sus gobernantes. Es allí donde las tendencias más conocidas, como la Izquierda y la Derecha, salen a hacer sus ofertas a la población para obtener su favor electoral, donde los primeros aseguran que la intervención del estado regula todas las desigualdades, en tanto para los segundos la desigualdad es algo natural, donde el estado no debe intervenir. Naturalmente, sin llegar a los extremos, ambas tendencias pueden tener razón en algún punto, pero realmente para garantizar igualdad es preciso otorgar las mismas oportunidades a todos, pero cada uno es responsable de materializar su éxito, por lo cual no debe culpar a los empresarios si no llega a tenerlo, ni recurrir a “papá” Estado para solucionarle.

Para Charney (2021) en los medios masivos para la información debe existir mayor pluralismo, es decir, escuchar sobre todas las tendencias para hacerse un juicio equilibrado, justo, el cual permita tomar decisiones basadas en el conocimiento de todas las posturas, pues si solo se muestra una tendencia, se estaría desfavoreciendo a la otra, inclinando claramente la balanza hacia un solo contendor. Es claro que las partes no se encuentran en la misma posición, pues unas tienen mayor influencia que otras, por lo cual su postura será más difundida, entonces entra en juego el utilizar herramientas alternativas para la comunicación, como son las redes sociales, las cuales garantizan equilibrio porque son económicamente accesibles para todos, lo cual constituye un principio democrático en sí mismo, permitiendo una competencia más justa, cuyos resultados sean más aceptables.

Según Storini (2021), actualmente vivimos en una crisis mundial, la cual surge por la decadencia de un modelo, surgiendo nuevos paradigmas, por lo cual se debe analizar desde un amplio espectro la situación actual para, en lugar de morir como sociedad conforme muere el modelo, más bien aprovechemos la situación para renacer ya que las crisis no tienen por qué ser malas necesariamente e, incluso, pueden ofrecer oportunidades antes insospechadas.

Desde la postura de los autores del presente artículo, en efecto, la democracia es un sistema donde el pueblo ejerce el poder eligiendo a sus representantes mediante el voto, participando diferentes toldas políticas, sin embargo, siempre guarda relación con lo sucedido fuera de las fronteras en cada país, pues si los habitantes en una nación observan progresismo en otra, naturalmente elegirán para su país un gobernante con las mismas ideas.

La democracia, tal y como se conoce en Occidente, debe aprender de otros sistemas gubernamentales, los cuales también generan felicidad a sus pueblos, pues su principio es desarrollarse, producir y otorgar beneficios a la población, sin esperar que el Estado lo produzca u otorgue todo, ya que se debe empoderar al pueblo, financiarlo para el autosustento, produciendo los bienes necesarios para su vida cotidiana, rompiendo cualquier dependencia, lo cual forma generaciones fuertes, con discernimiento claro, capacitadas para elegir su propio destino.

Por último, se debe señalar que la democracia no es solo para ir a votar, eligiendo a los gobernantes por un período, lo cual está muy bien, por cierto, sino de empoderar a los pueblos, conduciéndolo a su desarrollo. Ciertamente, siempre se debe tener un ojo puesto en el plano nacional y otro en el internacional al momento de votar, para elegir un gobierno basado en otras experiencias exitosas, pero el fin último siempre debe ser siempre pensar en desarrollarse, producir para la felicidad social, pues cada realidad es diferente.

## Modelo de gestión cimentado en la geopolítica como herramienta para el impulso de la democracia

A continuación, en la figura 1 se presenta un modelo de gestión como aporte final. Tal y como puede observarse, se propone utilizar recursos didácticos, mediante charlas, talleres, exponiendo sus bondades a la población en cada país para explicar la forma según la cual la geopolítica influye en la democracia, creando así programas los cuales brinden herramientas transformadoras conducentes al verdadero empoderamiento social, priorizando su desarrollo nacional.



Figura 1: Modelo de gestión cimentado en la geopolítica como herramienta para el impulso de la democracia

**Tabla 1.** Sensibilización social de la incidencia de la geopolítica en la democracia mundial

Contenidos	Actividades Estratégicas	Recursos Humanos	Evaluación	Tiempo
Explicar la manera cómo influye la geopolítica en la democracia en el ámbito mundial para aprovechar todas sus ventajas en pro del desarrollo nacional	Presentación del grupo.	Facilitadores (4)	Formativa Participación	4 horas
	Dinámica de grupo.	Participantes (10)		3 días por semana
	Análisis del material impreso.	Materiales. (video beam, apuntadores laser, juegos de luces, humificador de aromas)	Producción de conclusiones	2 semanas
	Elaboración de conclusiones.		Dramatización	Dinámica e intervención de todos los participantes

Cabe destacar la portabilidad y resiliencia de este modelo, pues permite ser aplicado a distintas sociedades, adaptándose a las circunstancias del entorno, a las situaciones sobrevenidas, las cuales impidan su cumplimiento cabal, siendo imprescindible otorgar una holgura a cada actividad, utilizando un software para la gestión o seguimiento con reportes estadísticos. Así mismo, el modelo se enriquece cuando interactúa con los participantes, lo cual lo hace escalable, flexible y capaz de enfrentarse a eventos disruptivos, pues la disrupción es actualmente la nueva normalidad, mucho más en el contexto geopolítico actual.

## Materiales y Métodos

En esta investigación se analizó la relación entre la geopolítica y la democracia a nivel mundial, su enfoque metodológico tuvo un carácter cualitativo, consultando para ello algunas fuentes en internet, tales como Dialnet, Redalyc, Google académico, Scielo, destacando autores como por Carbajal (2023), Casanova, Miroux (2024), García (2023), Sabato (2023), Sandoval *et al.* (2023), entre otros versados en el tema, con publicaciones, libros, artículos, ensayos, con vasta experiencia en temas relacionados a esta investigación, lo cual fue muy pertinente, enriquecedor para la misma. Se descartó el método cuantitativo pues no se realizó una investigación experimental de campo que ameritara el uso de software especializados para el análisis de datos.

El aporte fundamental es abordar temas relacionados con la sociedad, pues la democracia, la geopolítica, están altamente vinculadas, construyéndose a diario, tomando en cuenta la opinión social, no solo en procesos electorales, sino mucho más allá, para forjar hombres, mujeres fuertes, comprendiendo el contexto nacional e internacional, preparándolos para defender, desarrollar a su nación, no con simples discursos retóricos, sino con una capacitación, entendiendo que no se deben imitar modelos, porque cada realidad es diferente, pero sí pueden tomarse algunas experiencias exitosas como referencia, aplicándole en la mayor medida posible al entorno en el cual se vive.

## Resultados y Discusión

La democracia y la geopolítica están altamente vinculadas, aun cuando esta relación parece imperceptible a primera vista. Estos términos se encuentran muy ligados, parece imposible la

existencia de uno sin el otro, juntos han dinamizado el globo terráqueo en forma impactante, pues las experiencias en unas latitudes pueden replicarse a otras, aun con sus diferencias, para lograr el desarrollo y felicidad para los pueblos, lo cual además se facilita si las naciones cooperan entre sí, evitando conflictos contraproducentes, pues la geopolítica nos indica que todos nos necesitamos el uno al otro para lograr prosperidad social.

La democracia contribuye a desarrollar, empoderar a los pueblos para convertirse en actores referenciales en la geopolítica, por lo cual se debe educar a la población, enseñándoles el valor de las cosas y a ganárselas, es decir enseñarlas a pescar, más no darles el pez ya listo, volviéndolos verdaderamente capaces para discernir sobre lo realmente conveniente a su país, centrando el desarrollo, el progreso, la cooperación, la negociación, la armonía, como base democrática, adaptada a cada sociedad, para hacerla libre, progresista y, finalmente, feliz.

## Reflexiones Finales

La democracia es extraordinaria, pero no puede ser el eufemismo de norma internacional, antes bien, debe aceptar otras formas gubernamentales, aprender junto a ellas, captando sus herramientas más útiles, lo cual es posible gracias a la geopolítica, la cual permite articular diferentes experiencias a nivel global. Dicho esto, deben fortalecerse los organismos internacionales, con el concurso de todos los países, para exponer sus experiencias positivas o negativas, permitiendo a todos aprender, sin caer en errores del pasado o en confrontaciones estériles, pues eso no nos hace ningún favor.

Los organismos internacionales tienen la difícil tarea de articular a todos los actores, sentándolos en la misma mesa aun con profundas diferencias, para lograr un equilibrio, construyendo relaciones lo más armónicas posibles, pues aprendiendo unos de otros e intercambiando experiencias se puede lograr ese progreso soñado por tanto tiempo, truncado por conflictos o enfrentamientos siempre perjudiciales, por lo cual el llamado es a integrarnos más para convivir mejor.

Además, deben aprovecharse las bondades presentes en todas las formas gubernamentales, originadas en cada cultura, donde probablemente surjan modelos mixtos, con una versatilidad capaz de afrontar diversas situaciones, pues el propósito debe ser la integración para generar la mayor suma de felicidad a los pueblos, evitando errores del pasado donde el poco entendimiento sobre la geo política conducía a enfrentamientos, pero hoy entendemos que todos los pueblos estamos entrelazados y necesitamos el uno del otro para lograr el desarrollo y la felicidad tantas veces anhelada.

Cabe destacar, que, en esta época, apoyada por las tecnologías modernas, se ofrecen herramientas digitales al alcance de todos, lo cual permite a los distintos movimientos sociales conectarse, entendiéndose mejor, incluso, a este ritmo, llegará el momento en el cual todos podamos transportarnos de un lugar a otro sin mayores costes, lo cual permitirá comprender mejor cada zona geográfica para aprender mediante sus experiencias, buenas o malas, trayendo a cada país lo que se considere mejor para beneficiar a la sociedad.

Finalmente, sin llamarnos a engaños, es importante entender que nos encontramos en un mundo complejo, de luchas constantes por la supremacía, donde no todo es un bello jardín, pero tampoco deber ser una jungla, es decir, es necesario fomentar competencias en forma sana, sin imposiciones, pues quien es hoy tu rival, mañana puede ser tu mejor aliado, por lo cual el llamado es a fortalecer organismos como la ONU, la Organización de Estados Americanos (OEA), la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), Unión Europea, entre otras con vasta experiencia en articulación para resolución de conflictos, pues no se deben fundar nuevas instituciones tipo ensayo y error, solo es necesario adaptar las ya existentes al contexto geopolítico actual, marcado por la disrupción como nueva normalidad, a la cual solo juntos podemos hacerle frente para superarlas.

## Referencias

- Alva Huapaya, C. A. (2022). Liderazgo en la negociación y manejo de conflictos para una organización. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 4691-4715. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2226](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2226)
- Betancur-Díaz, A. M. (2020). De la geopolítica clásica a la geopolítica crítica: perspectivas de análisis para fenómenos del espacio y del poder en América Latina. *Forum. Revista Departamento de Ciencia Política*, (17), 126-149. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n17.79687>
- Carbajal-Glass, F. (2023). Riesgo político, seguridad y geopolítica: América Latina y la competencia estratégica Estados Unidos-China. *URVIO. Revista Latinoamericana De Estudios De Seguridad*, (36), 104-118. <https://doi.org/10.17141/urvio.36.2023.5842>
- Bermúdez-Tapia, M., Carvajal Villamizar, J. A., y Mejía Azuero, J. C. (2024). La geopolítica en una zona de influencia a raíz del conflicto entre Rusia y Ucrania. *Novum Jus*, 18(1), 89-126. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2024.18.1.4>
- Casanova, L., & Miroux, A. (2024). Las multinacionales en la era de la geopolítica. *ICE, Revista De Economía*, (935). <https://doi.org/10.32796/ice.2024.935.7796>
- Charney, J. (2021). Tres concepciones del pluralismo informativo. *Revista Chilena De Derecho Y Tecnología*, 10(2), pp. 69-102. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.57654>
- Cienfuegos Terrón, M. (2023). La democracia como factor de desigualdad en América Latina y México. *Quivera Revista De Estudios Territoriales*, 25(2), 9-31. [doi:10.36677/qret.v25i2.20400](https://doi.org/10.36677/qret.v25i2.20400)
- del Tronco, J., & Monsiváis-Carrillo, A. (2020). La erosión de la democracia. *Revista De Estudios Sociales*, 1(74), 2-11. <https://doi.org/10.7440/res74.2020.01>
- Franco, A., Villanueva, J. & Reyes, C. (2021). La democracia peruana: estado fallido, república inconclusa, y sin ciudadanía. *Revista Científica Horizonte Empresarial*, 8(1), 438-446. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1656>
- Fernández Collados, M. B. (2021). La negociación colectiva ante los riesgos laborales en la nueva era digital. *Lan Harremanak - Revista De Relaciones Laborales*, (44). <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.22053>
- Flores, K., González, R. & Nuñez, M. (2020). Ética sindical en la negociación de contrato colectivo de construcción de obras públicas. Caso Ducolsa. *CiiD Journal*, 1(1). 1-14. <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.48>
- Garay-Vera, C. (2021). La geopolítica chilena y su desarrollo militar (1905-2018). *Revista Científica General José María Córdova*, 19(35), 817-835. <https://doi.org/10.21830/19006586.807>

- García Marín, I. (2023). Las instituciones sí importan: el presidencialismo parlamentarizado del Perú y la amenaza a la democracia en el período 2016-2021. *Analecta Política*, 13(25), 1–23. <https://doi.org/10.18566/apolit.v13n25.a02>
- Montoya, Carlos, & Sánchez, Fabio. (2023). ONU en la transición hacia la paz en Colombia: 2015-2019. *Estudios internacionales (Santiago)*, 55(204), 9-35. <https://dx.doi.org/10.5354/0719-3769.2023.67991>
- Miranda Delgado, R. G. (2022). Sistemas políticos de pluralismo limitado y derechas resilientes. Análisis histórico comparado entre Perú y Colombia. *ESTUDIOS LATINOAMERICANOS*, (50-51), 37–60. <https://doi.org/10.22267/rceilat.225051.106>
- Pulido García, D. A. (2022). Una diplomacia de papel: la posición de la derecha tradicional colombiana frente a la guerra de Malvinas. *Relaciones Internacionales*, 31(62), 149. <https://doi.10.24215/23142766e149>
- Sabato, H. (2023). ¿Democracia en agonía? *Estudios Sociales*, (64), e0055. <https://doi.org/10.14409/es.2023.64.e0055>
- Sandoval, A., López, G. & Esponda, K. (2023). Desafíos de la democracia digital: Análisis de prácticas de participación ciudadana de estudiantes universitarios en Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 29(3). 124-138. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i3.40702>
- Santos Aso, H. (2022). ¿La democracia amenazada? los caminos de la subversión (Doctoral dissertation, Universidad de Salamanca). <https://produccioncientifica.usal.es/documentos/6525925d9e961d4eea49737f?lang=ca>. <https://doi.org/10.14201/gredos.150716>
- Storini, C. (2021). Pluralismo y buen vivir un camino hacia otro constitucionalismo posible. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)*, 9(1), 839-856. <https://doi.org/10.25245/rdspp.v9i1.837>
- Valencia-Grajales, J. F., & Marín-Galeano, M. S. (2020). SARS-CoV-2 y la debacle del Estado, la justicia, la democracia, el capitalismo y el inicio de la era de la vigilancia. *Ratio Juris (UNAUOLA)*, 15(30), 15–34. <https://doi.org/10.24142/raju.v15n30a1>