UNICIT
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

Línea de investigación: Gestión empresarial

Impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024-2025.

Monografía para optar al título de: Licenciatura en Relaciones Internacionales

Autoras:

Bra. Darling Alieska Guevara Flores

Bra. Shelsea Margarita López Samayoa

Bra. Stephany Alejandra Medina Ubeda

Asesora:

MSc. María Auxiliadora Saavedra Martínez

Managua, Nicaragua

Julio, 2026

Acrónimos y siglas

APA: American Psychological Association

BCN: Banco Central de Nicaragua

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

IED: Inversión Extranjera Directa

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible

RI: Relaciones Internacionales

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación

Dedicatoria

Yo, **Darling Guevara**, dedico esta tesis primeramente a Dios, por sostenerme y permitirme alcanzar esta meta. A mis padres, **Paul Ignacio Corea Mora** y **Ruthdenia Nineth Flores Elizondo**, por su amor, esfuerzo y apoyo constante. A mi novio, **Jeffredd Bendaña**, por su paciencia, motivación y cariño. A mis suegros, **Roger Bendaña** y **Marisol Fierro**, por su aprecio y respaldo. A mi hermano menor, **Miguel Elizondo**, y a mi abuela, **Josefa Elizondo**, por ser parte esencial de mi vida. Dedico también este logro a **Sara Chávez**, mi madrina, y a **Marvin Bracamonte**, quien fue para mí una figura paterna invaluable y a quien llevo en mi corazón con amor de padre. De igual manera, dedico este logro a mis compañeras de tesis, **Shelsea López** y **Alejandra Úbeda**, con quienes compartí este proceso de esfuerzo, compromiso y perseverancia.

Yo, **Shelsea López**, agradezco a Dios, mi eterno proveedor y la fuente de cada bendición que ha guiado mis pasos en este camino universitario. A mi madre, **Reyna Samayoa**, y a **Jessi**, quien con amor incondicional ha cumplido el rol de padre; gracias por ser mi sostén diario, por su apoyo inquebrantable en cada jornada y por impulsarme con fe a culminar con éxito esta gran meta.

Yo, **Stephany Medina**, dedico esta tesis a Dios, por permitirme avanzar con fortaleza y esperanza en cada etapa de este proceso. A mi madre, **Jenny Fabiola Úbeda**, por su amor, esfuerzo y apoyo incondicional. A mi mamita, **Susana Úbeda Lopez**, por su ternura, consejos y presencia invaluable en mi vida. A mi pareja, **Luis David Sandino Muñoz**, por su compañía, comprensión y motivación constante. A mi hijo, **Tadeo David Sandino Medina**, quien representa una de mis mayores inspiraciones.

Agradecimiento

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento primeramente a Dios, por ser nuestra guía, fortaleza y fuente de sabiduría durante todo este proceso académico. Reconocemos que cada paso dado fue sostenido por su gracia, especialmente en los momentos de cansancio, dificultad e incertidumbre.

Como recordatorio para nuestras vidas, si en algún momento sentimos ganas de renunciar, recordamos la palabra de Dios en **Hebreos 10:23**: *"Mantengámonos firmes, sin titubear, en la esperanza que profesamos, porque fiel es el que prometió."* Este versículo representa la fe, la constancia y la confianza que nos acompañaron hasta culminar esta importante etapa.

Agradecemos de manera especial a nuestra asesora de tesis, **María Auxiliadora Saavedra Martínez**, por su orientación, paciencia, compromiso y acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo investigativo. Sus conocimientos, observaciones y dedicación fueron fundamentales para guiarnos y fortalecer la calidad de nuestra investigación.

Extendemos también nuestro agradecimiento a nuestros docentes, familias y seres queridos, quienes con sus enseñanzas, apoyo, comprensión y motivación constante contribuyeron a nuestro crecimiento académico, personal y profesional.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que, de una u otra manera, aportaron a la realización de esta tesis mediante su colaboración, tiempo o palabras de aliento.

Resumen

La investigación analizó el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024–2025. El interés por abordar esta temática surgió a partir de la necesidad de comprender cómo los estándares de comportamiento profesional y las competencias interculturales influyeron en el fortalecimiento de las relaciones empresariales y en el desempeño organizacional dentro de entornos globalizados.

Metodológicamente, la investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con alcance descriptivo-analítico y diseño fenomenológico de corte transversal. Para la recopilación de información se emplearon entrevistas semiestructuradas, cuestionarios de apoyo, análisis documental , lo que permitió interpretar experiencias, percepciones y prácticas relacionadas con el protocolo empresarial y la etiqueta internacional.

Entre los principales resultados obtenidos se identificó la relevancia del protocolo empresarial como herramienta estratégica para fortalecer la comunicación corporativa, mejorar la confianza organizacional y facilitar la construcción de alianzas estratégicas sostenibles. Asimismo, se reconoció la necesidad de integrar estándares de protocolo y etiqueta dentro de la formación universitaria para responder a las exigencias del entorno profesional contemporáneo.

Palabras clave: protocolo empresarial, etiqueta internacional, alianzas estratégicas, gestión corporativa, Relaciones Internacionales.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN 1

II. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA 3

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 5

..... 7

IV. JUSTIFICACÓIN DEL ESTUDIO 8

V. OBJETIVOS 9

V.1Objetivo general 9

V.2Objetivos específicos 9

VI ALCANCES Y DELIMITACIONES DEL ESTUDIO 11

VII. MARCO REFERENCIAL 13

Estado del arte 13

Perspectiva teórica asumida 18

Revisión de literatura previa 22

Conceptos clave definidos 27

Supuestos básicos 36

Categorías, temas y patrones emergentes de la investigación 39

VIII. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION 46

IX. RESULTADOS/HALLAZGOS 63

X. DISCUSION 69

XI. CONCLUSIONES 78

XII. RECOMENDACIONES 85

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 89

ANEXOS 90

I. INTRODUCCIÓN

En un entorno caracterizado por la globalización y la creciente interdependencia económica, las organizaciones fortalecieron sus estrategias para mantenerse competitivas en mercados cada vez más exigentes. Dentro de estas estrategias, las alianzas estratégicas adquirieron un papel relevante, al permitir a las empresas ampliar sus capacidades, acceder a nuevos mercados y optimizar sus recursos. Este tipo de relaciones no solo se fundamentó en acuerdos económicos, sino también en la calidad de las interacciones corporativas, donde factores como la comunicación, la confianza y el comportamiento profesional influyeron directamente en su éxito.

En este contexto, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional se consolidaron como elementos clave en la gestión de relaciones organizacionales. Ambos permitieron regular la conducta en entornos corporativos, facilitar la interacción entre actores de distintos contextos culturales y contribuir a la construcción de vínculos profesionales sólidos. Su aplicación resultó determinante en escenarios donde las empresas debieron proyectar una imagen institucional adecuada y adaptarse a normas de comportamiento que trascendieron el ámbito local.

En Nicaragua, el dinamismo del entorno empresarial y la interacción con actores internacionales incrementaron la necesidad de fortalecer las capacidades organizacionales en materia de protocolo y comportamiento corporativo. Las

empresas enfrentaron el desafío de desenvolverse en contextos donde la diversidad cultural, las diferencias en estilos de negociación y las exigencias de profesionalismo requirieron una preparación integral. En este escenario, la correcta aplicación del protocolo empresarial y la etiqueta internacional influyó en la efectividad de las alianzas estratégicas y en la proyección de las organizaciones a nivel nacional e internacional.

La investigación se orientó a analizar el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024–2025. A partir de este propósito, se abordaron aspectos relacionados con los componentes clave del protocolo empresarial, los estándares de etiqueta corporativa vinculados a la formación profesional y los efectos de estos elementos en la dinámica de las relaciones empresariales.

El desarrollo del trabajo se estructuró desde una visión analítica que permitió comprender la relación entre los elementos de estudio, articulando el análisis teórico con la realidad del entorno empresarial. De esta manera, se aportó conocimiento relevante para el fortalecimiento de las prácticas corporativas y el desarrollo de competencias profesionales alineadas con las exigencias del contexto global.

II. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

Durante las últimas décadas, los procesos de globalización y la expansión de las relaciones económicas internacionales incrementaron la necesidad de que las organizaciones desarrollaran capacidades orientadas a fortalecer su interacción con distintos actores empresariales. Dentro de este escenario, las alianzas estratégicas continuaron consolidándose como mecanismos relevantes para mejorar la competitividad, ampliar mercados y favorecer la sostenibilidad organizacional. No obstante, el éxito de estas relaciones dependió no solo de factores económicos y operativos, sino también de elementos vinculados al comportamiento corporativo, la comunicación organizacional y la adaptación intercultural (Jatobá et al., 2023).

En este contexto, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional adquirieron una función estratégica dentro de las organizaciones, al establecer estándares de comportamiento que facilitaron la interacción profesional y contribuyeron al fortalecimiento de la imagen institucional. La aplicación adecuada de estas prácticas permitió mejorar la calidad de las relaciones empresariales, reducir barreras culturales y favorecer entornos de cooperación más eficientes (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Novikova et al., 2022).

Dentro del ámbito corporativo, el fortalecimiento de competencias relacionadas con protocolo empresarial y etiqueta internacional respondió a las exigencias del entorno global. Las empresas requirieron profesionales capaces de desenvolverse en escenarios multiculturales, gestionar relaciones organizacionales y representar institucionalmente a sus organizaciones mediante conductas alineadas con

estándares de profesionalismo y comunicación efectiva (The Culture Factor Group, s. f.; Thomas & Peterson, 2016)

En Nicaragua, las transformaciones del entorno económico y empresarial generaron mayores oportunidades de interacción con organizaciones nacionales e internacionales. Estas condiciones hicieron más evidente la necesidad de fortalecer prácticas corporativas orientadas al desarrollo de relaciones sostenibles y al establecimiento de alianzas estratégicas sólidas. En este escenario, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional representaron herramientas que contribuyeron a mejorar los procesos de negociación, fortalecer la confianza organizacional y aumentar la proyección institucional. Además, el Banco Central de Nicaragua (2025) destacó que la economía nicaragüense mantuvo una senda de crecimiento en 2024, mientras que la CEPAL (2024) señaló que la inversión extranjera directa puede contribuir a los procesos de desarrollo productivo en América Latina y el Caribe.

Desde el ámbito educativo, la formación universitaria también enfrentó el desafío de preparar profesionales con competencias que respondieran a las exigencias del entorno empresarial contemporáneo. El desarrollo de habilidades relacionadas con comportamiento corporativo, comunicación intercultural y representación institucional favoreció la construcción de perfiles profesionales más alineados con las demandas del mercado laboral (UNESCO, 2021).

A partir de este contexto, se reconoció la necesidad de analizar el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua, considerando tanto el entorno organizacional como la preparación profesional requerida para responder a

escenarios empresariales cada vez más dinámicos. Este análisis permitió comprender la importancia de estas prácticas en el fortalecimiento de las relaciones corporativas y en la generación de condiciones favorables para el desarrollo de alianzas estratégicas sostenibles.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los procesos de globalización y el incremento de las relaciones económicas internacionales transformaron la manera en que las organizaciones establecieron vínculos comerciales y desarrollaron estrategias orientadas al fortalecimiento de su competitividad. Dentro de este escenario, las alianzas estratégicas se consolidaron como mecanismos que permitieron ampliar oportunidades de crecimiento, facilitar el intercambio de recursos y fortalecer la sostenibilidad empresarial en mercados cada vez más dinámicos (Jatobá et al., 2023).

El fortalecimiento de estas relaciones corporativas requirió no únicamente capacidades técnicas o económicas, sino también competencias asociadas al comportamiento organizacional, la comunicación profesional y la adaptación a diferentes contextos culturales. Bajo esta perspectiva, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional adquirieron relevancia como elementos que orientaron la interacción corporativa y favorecieron el establecimiento de relaciones basadas en la confianza, el respeto institucional y la cooperación empresarial (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Jatobá et al., 2023). No obstante, este continúa siendo un campo de estudio poco explorado, particularmente en el contexto nicaragüense, donde existe una limitada producción académica que analice de manera integrada la

relación entre el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas desde una perspectiva corporativa. Esta situación evidenció la necesidad de generar conocimiento que contribuya al fortalecimiento de la formación profesional y de las prácticas organizacionales en el país.

La etiqueta internacional comprendió normas sociales y culturales que facilitaron la interacción entre personas y organizaciones de distintos entornos, mientras que el protocolo empresarial permitió estructurar relaciones corporativas bajo principios de orden, representación institucional y comportamiento profesional. La adecuada integración de estos elementos contribuyó a mejorar los procesos de negociación, fortalecer la comunicación organizacional y favorecer relaciones empresariales sostenibles (The Culture Factor Group, s. f.; Herrero & Campos García de Quevedo, 2012).

En Nicaragua, el entorno corporativo enfrentó mayores desafíos derivados de la interacción con organizaciones nacionales e internacionales, generando nuevas exigencias relacionadas con estándares de representación institucional y desempeño profesional. A pesar de ello, se observó una necesidad creciente de fortalecer competencias vinculadas con el protocolo empresarial y la etiqueta internacional dentro de las organizaciones y de los espacios de formación profesional.

Desde la perspectiva educativa, la preparación universitaria también enfrentó el reto de responder a las demandas del entorno empresarial contemporáneo. La formación de profesionales en áreas relacionadas con las Relaciones Internacionales requirió fortalecer conocimientos asociados con el comportamiento corporativo, la comunicación intercultural y la construcción de relaciones organizacionales,

favoreciendo perfiles alineados con las exigencias del contexto laboral actual (UNESCO, 2021).

A partir de estas condiciones surgió la necesidad de analizar cómo el protocolo empresarial y la etiqueta internacional influyeron en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024–2025. El desarrollo de esta investigación permitió describir los componentes clave relacionados con estas prácticas, identificar estándares corporativos susceptibles de integrarse dentro de la formación universitaria y determinar sus efectos sobre la dinámica y los resultados de las alianzas estratégicas.

En consecuencia, el problema de investigación se centró en comprender de qué manera la aplicación del protocolo empresarial y la etiqueta internacional incidió en la gestión de alianzas estratégicas dentro del contexto corporativo nicaragüense, así como en identificar la importancia de estas prácticas para el fortalecimiento de las relaciones organizacionales y la preparación de profesionales capaces de responder a las exigencias de un entorno empresarial cada vez más globalizado.

Preguntas de Investigación

Pregunta general

¿De qué manera influyeron el protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024–2025?

Preguntas específicas

1. ¿Cuáles fueron los componentes clave del protocolo empresarial y la etiqueta internacional presentes en las alianzas estratégicas de empresas nicaragüenses?
2. ¿Qué estándares de protocolo y etiqueta corporativa se identificaron como necesarios para fortalecer la formación universitaria y el perfil profesional del estudiante frente a las exigencias de comportamiento y calidad del entorno empresarial?
3. ¿Cuáles fueron los efectos del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la dinámica y resultados de las alianzas estratégicas corporativas en Nicaragua?

IV. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La investigación respondió a la necesidad de comprender el papel del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua. El análisis de estas prácticas permitió identificar cómo los estándares de comportamiento profesional, la comunicación organizacional y la adaptación intercultural influyeron en la construcción de relaciones empresariales sostenibles y en el fortalecimiento de la credibilidad institucional (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Jatobá et al., 2023).

La relevancia social del estudio radicó en la generación de conocimiento orientado al fortalecimiento de prácticas empresariales y educativas relacionadas con el comportamiento corporativo y la gestión de relaciones organizacionales. Los resultados obtenidos permitieron reconocer la importancia del protocolo empresarial

y la etiqueta internacional como herramientas que favorecieron la confianza, la comunicación efectiva y la cooperación entre organizaciones. Asimismo, contribuyeron a identificar estándares corporativos que pueden incorporarse en los procesos de formación universitaria para fortalecer las competencias profesionales requeridas en entornos laborales dinámicos y multiculturales (UNESCO, 2021).

Desde una perspectiva práctica, la investigación proporcionó información útil para organizaciones y espacios académicos interesados en fortalecer procesos de interacción corporativa, representación institucional y negociación intercultural. Los hallazgos obtenidos constituyeron un referente para la mejora de prácticas relacionadas con la gestión de alianzas estratégicas y para futuras investigaciones vinculadas con las Relaciones Internacionales, la gestión empresarial y la comunicación intercultural.

Metodológicamente, la investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo que permitió comprender e interpretar percepciones, experiencias y prácticas asociadas al protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas. Para la recopilación de información se emplearon entrevistas semiestructuradas, cuestionarios de apoyo, análisis documental y observación no participante, permitiendo obtener información coherente con los objetivos planteados y generar resultados con valor académico y aplicación en los ámbitos empresarial y educativo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2023).

V. OBJETIVOS

V.1 Objetivo general

Analizar el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024-2025.

V.2 Objetivos específicos

- Describir los componentes clave del Protocolo Empresarial y la Etiqueta Internacional en alianzas estratégicas de empresas nicaragüenses
- Identificar los estándares de protocolo y etiqueta corporativa que deben integrarse en la formación universitaria para alinear el perfil del estudiante con las exigencias de comportamiento y profesionalismo de calidad.
- Determinar los efectos del Protocolo Empresarial y la Etiqueta Internacional en la dinámica y resultados de las alianzas estratégicas corporativas en Nicaragua

VI. ALCANCES Y DELIMITACIONES DEL ESTUDIO

La investigación analizó el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024–2025, generando una comprensión orientada a las dinámicas de interacción organizacional y a las exigencias del entorno empresarial.

El desarrollo del trabajo posibilitó describir los componentes clave del protocolo empresarial y la etiqueta internacional presentes dentro de contextos corporativos, identificando elementos relacionados con la comunicación profesional, el comportamiento organizacional, la representación institucional y la adaptación intercultural.

De igual manera, la investigación permitió identificar estándares corporativos susceptibles de incorporarse dentro de los procesos de formación universitaria, favoreciendo el fortalecimiento de competencias vinculadas con el comportamiento profesional y la preparación para escenarios empresariales nacionales e internacionales.

Desde el ámbito metodológico, el enfoque cualitativo facilitó la interpretación de experiencias, percepciones y prácticas relacionadas con las variables analizadas, permitiendo comprender desde una perspectiva contextual e interpretativa.

Los resultados obtenidos pudieron constituirse como referencia para futuras investigaciones relacionadas con las Relaciones Internacionales, el protocolo empresarial, la comunicación intercultural y la gestión de alianzas estratégicas.

La investigación se desarrolló dentro del contexto corporativo nicaragüense y se enfocó específicamente en el análisis del protocolo empresarial y la etiqueta internacional como factores asociados a la gestión de alianzas estratégicas.

En cuanto a la delimitación temporal, el análisis comprendió el período 2024–2025, considerando información y condiciones relacionadas con dicho intervalo.

Desde la delimitación temática, el trabajo se centró en el estudio del protocolo empresarial, la etiqueta internacional, las relaciones corporativas y la formación profesional vinculada con estándares de comportamiento organizacional. No se abordaron variables relacionadas con el desempeño financiero, la productividad empresarial, la evaluación económica de alianzas ni los procesos administrativos internos ajenos al objeto de investigación.

Respecto a la delimitación poblacional, la recopilación de información se orientó hacia participantes relacionados con los ámbitos empresarial y académico, incluyendo actores que aportaron experiencias y percepciones vinculadas con el fenómeno investigado.

Desde la delimitación metodológica, se empleó un enfoque cualitativo; por tanto, los resultados obtenidos estuvieron orientados a la interpretación y comprensión del fenómeno investigado y no a la generalización estadística de los resultados.

VII. MARCO REFERENCIAL

Estado del arte

Durante los últimos años, las transformaciones derivadas de la globalización, la internacionalización empresarial y el fortalecimiento de las relaciones corporativas incrementaron el interés académico y organizacional por estudiar factores asociados al comportamiento profesional, la comunicación intercultural y la gestión estratégica de relaciones empresariales. Dentro de estas dinámicas, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional se consolidaron como elementos que trascendieron el ámbito formal y adquirieron una función vinculada con la construcción de confianza, la representación institucional, la cooperación organizacional y el fortalecimiento de alianzas estratégicas.

La literatura contemporánea evidenció que el protocolo empresarial evolucionó desde una visión tradicional centrada en normas de comportamiento hacia una perspectiva organizacional orientada a la generación de valor institucional. Bajo esta visión, el protocolo dejó de comprenderse únicamente como un conjunto de reglas ceremoniales o sociales, y comenzó a interpretarse como una herramienta que organizó las interacciones corporativas, fortaleció la imagen institucional y favoreció la comunicación profesional. Herrero y Campos García de Quevedo (2012) planteó que la gestión adecuada del protocolo empresarial contribuyó al fortalecimiento de relaciones estructuradas y al desarrollo de una identidad organizacional coherente.

En el ámbito corporativo, el protocolo empresarial adquirió importancia porque permitió establecer pautas claras de interacción entre personas, empresas e instituciones. Estas pautas estuvieron relacionadas con la forma de comunicarse, el

respeto a las jerarquías, la puntualidad, la presentación personal, el manejo de reuniones, la organización de eventos corporativos y la conducta profesional en espacios de negociación. Desde esta perspectiva, el protocolo no solo reguló comportamientos, sino que también transmitió mensajes institucionales asociados con seriedad, confianza y profesionalismo.

El interés por el protocolo empresarial también se relacionó con la necesidad de fortalecer la reputación corporativa. En contextos donde las organizaciones compiten no solo por productos o servicios, sino también por credibilidad, la forma en que una empresa se presenta y se comunica con sus públicos adquiere un valor estratégico. Novikova et al. (2022) señalaron que las prácticas protocolarias contribuyeron a ordenar la conducta institucional y a proyectar una imagen coherente frente a distintos actores. Por ello, la literatura reciente comenzó a reconocer el protocolo como parte de la gestión de la imagen, la cultura organizacional y la reputación empresarial.

Dentro del ámbito internacional, la interacción entre organizaciones continuó demandando competencias relacionadas con la comunicación intercultural y la comprensión de las diferencias culturales. En este contexto, la etiqueta internacional fue considerada un mecanismo que facilitó los procesos de negociación, la representación institucional y la construcción de relaciones profesionales basadas en el respeto y la cooperación. The Culture Factor Group (s. f.) planteó que las diferencias culturales influyeron directamente en los procesos organizacionales y en la manera en que las empresas gestionaron relaciones con actores internacionales.

La etiqueta internacional también cobró relevancia debido a que las relaciones corporativas contemporáneas no se desarrollaron en contextos culturales homogéneos. Las organizaciones interactuaron con socios, clientes, proveedores e instituciones que podían poseer distintas normas de trato, estilos de comunicación, expectativas profesionales y formas de negociación. Por ello, la comprensión de códigos culturales se convirtió en una competencia necesaria para reducir malentendidos, mejorar la comunicación y fortalecer la confianza entre actores empresariales.

En este sentido, la comunicación intercultural pasó a ocupar un lugar central dentro de los estudios sobre relaciones corporativas. La literatura evidenció que las diferencias culturales podían influir en la toma de decisiones, la interpretación de mensajes, el manejo del tiempo, la expresión de desacuerdos, la formalidad en el trato y la manera de establecer compromisos. Thomas y Peterson (2016) sostuvieron que la competencia intercultural favoreció la adaptación a contextos diversos y mejoró la efectividad de las interacciones profesionales. Esta perspectiva permitió comprender que la etiqueta internacional no fue un elemento aislado, sino una dimensión práctica de la comunicación intercultural.

Desde una perspectiva económica y organizacional, los organismos internacionales señalaron que las alianzas estratégicas continuaron representando instrumentos relevantes para fortalecer la competitividad, la innovación y la sostenibilidad empresarial. Estas alianzas permitieron que las organizaciones compartieran recursos, capacidades, conocimientos y oportunidades de crecimiento. No obstante, la sostenibilidad de dichas relaciones no dependió únicamente de

factores económicos, sino también de la calidad de la comunicación, la confianza y la cooperación entre las partes involucradas (Jatobá et al., 2023).

Las alianzas estratégicas fueron estudiadas cada vez más como procesos relacionales y no solo como acuerdos administrativos. Esta perspectiva permitió comprender que una alianza requiere coordinación, comunicación constante, claridad en las expectativas, respeto por los acuerdos y capacidad para resolver diferencias. En consecuencia, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional adquirieron relevancia porque contribuyeron a establecer condiciones favorables para la interacción entre organizaciones, especialmente cuando las relaciones involucraron actores de diferentes sectores o contextos culturales.

En este sentido, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional se vincularon con la gestión de alianzas estratégicas porque contribuyeron a ordenar la interacción entre organizaciones y a fortalecer la percepción de credibilidad institucional. Una alianza estratégica requiere objetivos compartidos, pero también necesita relaciones profesionales basadas en respeto, claridad comunicativa y adaptación a los contextos de cada organización. Por tanto, los elementos formales, comunicativos y culturales adquirieron relevancia dentro de la gestión corporativa.

En el contexto latinoamericano se observó una tendencia orientada al fortalecimiento de competencias blandas, comunicación empresarial y formación profesional vinculada con escenarios globalizados. La preparación universitaria orientada al desarrollo de capacidades interculturales y comportamiento organizacional adquirió mayor relevancia dentro de programas relacionados con Relaciones Internacionales, Administración, Negocios Internacionales y áreas afines.

UNESCO (2021) destacó la importancia de formar profesionales capaces de responder a contextos laborales complejos, cambiantes y culturalmente diversos.

La formación universitaria se convirtió en un espacio relevante para el desarrollo de competencias corporativas. En un entorno laboral donde los profesionales deben comunicarse con diferentes actores, participar en reuniones, representar instituciones, negociar acuerdos y adaptarse a escenarios multiculturales, la educación superior enfrentó el reto de integrar contenidos que fortalecieran tanto conocimientos técnicos como habilidades sociales y profesionales. Desde esta perspectiva, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional pudieron ser comprendidos como contenidos formativos necesarios para mejorar la preparación de los estudiantes frente a las exigencias del mercado laboral.

Dentro del contexto nicaragüense, el crecimiento de las interacciones empresariales y el fortalecimiento de los procesos de internacionalización generaron nuevas exigencias relacionadas con el profesionalismo corporativo, la representación institucional y la comunicación intercultural. Las empresas y profesionales vinculados con relaciones corporativas enfrentaron la necesidad de proyectar una imagen institucional coherente, establecer relaciones de confianza y adaptarse a escenarios de negociación cada vez más dinámicos.

A pesar de estos avances, continuó identificándose una oportunidad para profundizar investigaciones que relacionaran directamente el protocolo empresarial y la etiqueta internacional con la gestión de alianzas estratégicas y con la formación de competencias profesionales orientadas al entorno corporativo. Esta oportunidad resultó especialmente relevante porque la literatura revisada abordó estos temas de

manera separada, pero no siempre los integró dentro de una misma línea de análisis aplicada al contexto empresarial nicaragüense.

A partir de la revisión del conocimiento disponible, se identificó una tendencia creciente hacia el reconocimiento del protocolo empresarial y la etiqueta internacional como factores asociados al fortalecimiento organizacional. No obstante, se observó una limitada integración de estas variables dentro de investigaciones orientadas específicamente al contexto corporativo nicaragüense y a su relación con los procesos formativos universitarios. Este vacío justificó el desarrollo de la investigación, ya que permitió analizar la relación entre comportamiento corporativo, comunicación intercultural, formación profesional y alianzas estratégicas desde una perspectiva cualitativa.

Perspectiva teórica asumida

La investigación fue desarrollada desde una perspectiva teórica orientada al análisis de las relaciones organizacionales, la comunicación intercultural y el comportamiento corporativo dentro de entornos empresariales contemporáneos. Esta postura permitió comprender el protocolo empresarial y la etiqueta internacional no únicamente como normas formales de interacción, sino como herramientas estratégicas vinculadas con la construcción de relaciones profesionales sostenibles y el fortalecimiento de alianzas estratégicas.

Desde esta perspectiva, el protocolo empresarial fue entendido como un conjunto de principios, prácticas y estándares que regularon el comportamiento organizacional y contribuyeron al fortalecimiento de la representación institucional dentro de contextos corporativos. Herrero y Campos García de Quevedo (2012)

señaló que la gestión adecuada del protocolo favoreció procesos de interacción estructurada, fortaleciendo la identidad organizacional y mejorando la percepción institucional.

Esta perspectiva permitió interpretar el protocolo empresarial como una forma de comunicación institucional. Cada interacción corporativa, reunión, presentación, negociación o actividad empresarial proyectó una imagen sobre la organización y sus representantes. Por ello, el protocolo fue comprendido como una herramienta que ayudó a ordenar la conducta profesional y a transmitir valores asociados con seriedad, respeto, coherencia y credibilidad.

La investigación también asumió una perspectiva organizacional, debido a que el tema se relacionó con la manera en que las empresas gestionaron sus vínculos internos y externos. Desde esta visión, las organizaciones no fueron entendidas únicamente como estructuras administrativas, sino como espacios donde se construyeron relaciones, significados, prácticas comunicativas y formas de representación institucional. El protocolo empresarial permitió observar cómo las organizaciones proyectaron su identidad mediante comportamientos formales, mientras que la etiqueta internacional permitió comprender cómo dichas prácticas se adaptaron a escenarios culturales diversos.

Otro elemento asumido fue la relación entre protocolo empresarial e imagen institucional. La imagen de una organización no dependió únicamente de sus productos, servicios o resultados económicos, sino también de la manera en que se comunicó, se presentó y se relacionó con otros actores. En este sentido, el protocolo fue interpretado como una herramienta que fortaleció la coherencia entre lo que una

organización representa y lo que comunica mediante sus acciones. Esta relación resultó importante para analizar cómo las empresas construyeron credibilidad dentro de alianzas estratégicas.

La investigación también asumió elementos provenientes del enfoque intercultural, el cual permitió interpretar cómo las diferencias culturales influyeron en la interacción entre organizaciones y en la construcción de relaciones empresariales. Bajo esta visión, la etiqueta internacional fue comprendida como un mecanismo orientado a facilitar procesos de comunicación y negociación dentro de escenarios donde convergieron distintas formas de comportamiento organizacional. The Culture Factor Group (s. f.) sostuvo que las diferencias culturales constituyeron uno de los factores con mayor influencia sobre la dinámica corporativa internacional.

Desde la perspectiva intercultural, la etiqueta internacional no se limitó a normas sociales aisladas, sino que se vinculó con la capacidad de reconocer, respetar y adaptarse a códigos culturales diversos. Esta interpretación resultó importante para la investigación, porque las alianzas estratégicas pueden involucrar actores con distintas formas de comunicación, niveles de formalidad, estilos de negociación y expectativas profesionales. En consecuencia, la etiqueta internacional fue entendida como una competencia que favoreció la interacción respetuosa y la reducción de barreras culturales.

La perspectiva intercultural también permitió comprender que los conflictos o dificultades en las relaciones corporativas no siempre surgieron por desacuerdos económicos, sino por diferencias en la manera de comunicarse, tomar decisiones o interpretar comportamientos. Por esta razón, la etiqueta internacional fue

considerada una herramienta de prevención y adaptación, ya que ayudó a interpretar expectativas culturales y a responder de forma adecuada en contextos empresariales diversos.

Complementariamente, la investigación incorporó fundamentos de la teoría de las relaciones organizacionales, considerando que las alianzas estratégicas dependieron del desarrollo de confianza, cooperación y comunicación efectiva entre los actores involucrados. Desde esta interpretación, el éxito de las relaciones corporativas estuvo asociado tanto a capacidades técnicas como al desarrollo de competencias vinculadas con el comportamiento profesional y la adaptación institucional (Jatobá et al., 2023).

La confianza organizacional fue asumida como un elemento central dentro de esta perspectiva, debido a que las alianzas estratégicas requieren credibilidad entre las partes, cumplimiento de acuerdos, claridad en la comunicación y disposición para cooperar. En este sentido, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional fueron interpretados como recursos que fortalecieron la confianza, al permitir que las organizaciones proyectaran profesionalismo y respeto dentro de sus relaciones corporativas.

Desde el componente educativo incorporado dentro de los objetivos específicos, también se asumió una perspectiva orientada al desarrollo de competencias profesionales. UNESCO (2021) planteó que la formación académica enfrentó el reto de preparar profesionales capaces de responder a contextos laborales complejos, multiculturales y altamente dinámicos.

Esta perspectiva permitió relacionar la formación universitaria con las exigencias del entorno corporativo. En carreras como Relaciones Internacionales, Administración, Comunicación Institucional o Negocios Internacionales, el desarrollo de competencias vinculadas con protocolo empresarial, etiqueta internacional, negociación, liderazgo y comunicación profesional resultó fundamental para fortalecer el perfil de los futuros profesionales. Por esta razón, la investigación asumió que la preparación académica no debía limitarse al conocimiento teórico, sino que debía incluir habilidades aplicables a contextos empresariales e institucionales.

A partir de esta integración teórica, la investigación asumió que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional constituyeron variables estratégicas que influyeron en la gestión de alianzas corporativas y en la preparación de perfiles profesionales más alineados con las exigencias del entorno empresarial contemporáneo. Esta postura permitió analizar el tema desde una visión relacional, comunicativa, cultural y formativa.

Revisión de literatura previa

La revisión de literatura permitió identificar los principales enfoques teóricos y hallazgos desarrollados alrededor del protocolo empresarial, la etiqueta internacional y su relación con la gestión de alianzas estratégicas dentro del contexto organizacional contemporáneo. La evolución de estas áreas reflejó una tendencia creciente hacia la integración de competencias corporativas, comunicación intercultural y fortalecimiento de relaciones empresariales sostenibles (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Jatobá et al., 2023; UNESCO, 2021).

Herrero y Campos García de Quevedo (2012) explican que el protocolo dejó de comprenderse únicamente como un conjunto de normas ceremoniales para vincularse con la comunicación estratégica, la representación institucional y la reputación corporativa. Desde esta perspectiva, el protocolo empresarial adquirió importancia como una herramienta orientada a estructurar las relaciones entre organizaciones y a fortalecer la percepción de profesionalismo.

El protocolo empresarial también fue interpretado como una práctica que contribuyó a ordenar la conducta institucional y a proyectar una imagen coherente frente a distintos actores corporativos. En este sentido, su aplicación favoreció la construcción de relaciones empresariales más organizadas, respetuosas y alineadas con los valores de la institución representada (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012).

Novikova et al. (2022) plantean que las normas de protocolo y etiqueta dentro del ámbito empresarial contribuyen al fortalecimiento de la comunicación organizacional y al desarrollo de relaciones profesionales más efectivas. Esta visión permitió comprender que el comportamiento corporativo, la comunicación formal y la adaptación a distintos contextos influyen en la calidad de las relaciones empresariales.

La literatura también permitió reconocer que el protocolo empresarial se relacionó con la reputación corporativa. Una organización que mantuvo coherencia entre su comunicación, comportamiento y representación institucional generó una percepción más favorable ante sus públicos internos y externos, por lo que el protocolo no fue tratado únicamente como una formalidad, sino como una práctica

vinculada con la imagen, la confianza y la legitimidad organizacional (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012).

Herrero y Campos García de Quevedo (2012) sostienen que el protocolo cumple una función comunicativa dentro de las organizaciones. A partir de esta idea, las formas de saludo, presentación, tratamiento, organización de reuniones, redacción de comunicaciones formales y participación en eventos institucionales fueron comprendidas como prácticas que transmiten mensajes sobre la cultura organizacional y el nivel de profesionalismo de una empresa.

En relación con la etiqueta internacional, The Culture Factor Group (s. f.) plantea que las diferencias culturales influyen en la forma en que las personas y organizaciones se comunican, negocian y toman decisiones. Esta perspectiva permitió comprender que la etiqueta internacional favorece una interacción más efectiva entre actores pertenecientes a distintos contextos culturales.

La comunicación intercultural fue identificada como una competencia necesaria para las organizaciones que establecen relaciones internacionales. No se trató únicamente de poseer conocimientos técnicos, sino también de desarrollar habilidades para interpretar estilos comunicativos, comportamientos, normas sociales y expectativas culturales propias de cada contexto empresarial (Thomas & Peterson, 2016; The Culture Factor Group, s. f.).

Thomas y Peterson (2016) destacan que la competencia intercultural permite responder con mayor adecuación ante escenarios culturales diversos. Este aporte resultó relevante para la investigación, porque permitió relacionar la etiqueta

internacional con la adaptación profesional y con la capacidad de desenvolverse correctamente en espacios empresariales internacionales.

Dentro del ámbito empresarial internacional, Jatobá et al. (2023) identifican que la comunicación entre socios, la confianza y la cultura influyen en la consolidación de alianzas estratégicas de largo plazo. Desde esta perspectiva, las alianzas corporativas no dependieron únicamente de acuerdos formales o recursos compartidos, sino también de la calidad de la interacción entre las organizaciones involucradas.

Las alianzas estratégicas requirieron una gestión relacional adecuada, basada en comunicación clara, definición de responsabilidades, confianza entre las partes y coherencia entre los intereses compartidos. Bajo esta lógica, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional se relacionaron con la dimensión humana y comunicativa de las alianzas, fortaleciendo las condiciones para una cooperación más estable (Jatobá et al., 2023; Herrero & Campos García de Quevedo, 2012).

Jatobá et al. (2023) señalan que la comunicación y la confianza entre socios son factores relevantes para la sostenibilidad de las alianzas estratégicas. A partir de esta idea, se comprendió que las relaciones corporativas pueden debilitarse cuando no existe claridad en la comunicación, cuando las expectativas no son compartidas o cuando las diferencias culturales no son gestionadas adecuadamente.

Desde el componente educativo, UNESCO (2021) plantea que los sistemas educativos deben promover capacidades que permitan responder a entornos laborales caracterizados por la diversidad cultural, la transformación organizacional y

la complejidad social. Esta perspectiva permitió relacionar la formación universitaria con la necesidad de fortalecer competencias profesionales vinculadas con comunicación, adaptación y comportamiento corporativo.

La formación universitaria fue identificada como un espacio clave para desarrollar competencias vinculadas con comunicación profesional, liderazgo, negociación, adaptación cultural y comportamiento ético. Estas capacidades resultaron relevantes para los estudiantes de Relaciones Internacionales, debido a que su futuro desempeño profesional puede relacionarse con procesos de representación institucional, cooperación internacional, gestión empresarial o negociación corporativa (UNESCO, 2021; Thomas & Peterson, 2016).

UNESCO (2021) reconoce la importancia de formar profesionales capaces de responder a contextos sociales y laborales cambiantes. En ese sentido, la educación superior tuvo la responsabilidad de preparar estudiantes con capacidades integrales, capaces de analizar escenarios internacionales, comunicarse con formalidad, adaptarse a distintos entornos, representar instituciones y actuar con profesionalismo en espacios corporativos.

La revisión de literatura también permitió identificar una oportunidad investigativa dentro del contexto nicaragüense, debido a la limitada integración de estudios que relacionaran simultáneamente el protocolo empresarial, la etiqueta internacional, la formación profesional y la gestión de alianzas estratégicas desde una perspectiva corporativa. Esta condición sustentó la pertinencia académica y organizacional de la investigación, al permitir abordar un tema poco desarrollado desde la relación entre comunicación, cultura, profesionalismo y alianzas

estratégicas (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Jatobá et al., 2023; UNESCO, 2021).

En síntesis, los estudios revisados permitieron comprender que el protocolo empresarial, la etiqueta internacional, la comunicación intercultural y las alianzas estratégicas conformaron un campo de análisis interrelacionado. La literatura evidenció que las organizaciones requirieron capacidades técnicas, pero también habilidades comunicativas, culturales y relacionales para fortalecer sus vínculos corporativos y responder a escenarios empresariales cada vez más dinámicos (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Thomas & Peterson, 2016; Jatobá et al., 2023; UNESCO, 2021).

Conceptos clave definidos

Protocolo empresarial

El protocolo empresarial fue entendido como el conjunto de normas, principios y prácticas que orientaron el comportamiento dentro del entorno organizacional con el propósito de garantizar relaciones profesionales estructuradas, coherentes y alineadas con la imagen institucional.

De acuerdo con Herrero y Campos García de Quevedo (2012), el protocolo empresarial contribuyó al fortalecimiento de la representación corporativa y permitió organizar procesos de interacción mediante criterios asociados al orden, el respeto institucional y la comunicación efectiva. Esta definición permitió comprender que el protocolo no se redujo a reglas de cortesía, sino que formó parte de la manera en

que una organización comunica su identidad, sus valores y su nivel de profesionalismo.

Desde la perspectiva de la investigación, el protocolo empresarial fue interpretado como una herramienta estratégica que favoreció la construcción de relaciones corporativas sostenibles y el fortalecimiento de alianzas estratégicas dentro del entorno empresarial nicaragüense. Su aplicación se relacionó con elementos como puntualidad, comunicación formal, manejo adecuado de reuniones, respeto a jerarquías, presentación personal, conducta profesional y representación institucional.

El protocolo empresarial también fue comprendido como una práctica de gestión institucional. Esto significó que no se limitó a acciones individuales, sino que formó parte de la cultura organizacional y de la manera en que una empresa estableció relaciones con otros actores. Cuando una organización aplicó normas claras de interacción, fortaleció su capacidad para comunicar orden, responsabilidad y coherencia ante sus públicos.

Etiqueta internacional

La etiqueta internacional comprendió el conjunto de normas sociales, culturales y profesionales que orientaron el comportamiento adecuado dentro de escenarios donde interactuaron personas u organizaciones pertenecientes a distintos contextos nacionales.

The Culture Factor Group (s. f.) planteó que la comprensión de las diferencias culturales influyó sobre la forma en que las organizaciones desarrollaron procesos de

comunicación, negociación y construcción de relaciones corporativas. Esta idea permitió interpretar que la etiqueta internacional adquirió relevancia en contextos donde las empresas debieron interactuar con actores que poseían distintas expectativas culturales y profesionales.

Dentro de la investigación, la etiqueta internacional fue comprendida como un mecanismo orientado a facilitar la adaptación intercultural y fortalecer la interacción organizacional dentro de entornos empresariales internacionales. Su importancia estuvo relacionada con la prevención de malentendidos, la demostración de respeto cultural, el uso adecuado del lenguaje, la formalidad en el trato y la capacidad de adaptarse a diferentes estilos de comunicación.

La etiqueta internacional también fue entendida como una competencia profesional, debido a que permitió a los individuos desenvolverse con respeto y seguridad en contextos multiculturales. Esta competencia incluyó la capacidad de reconocer diferencias en normas sociales, tratamientos formales, manejo del tiempo, estilos de comunicación, lenguaje corporal y expectativas durante procesos de negociación.

Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas fueron entendidas como acuerdos de cooperación desarrollados entre organizaciones con el propósito de compartir recursos, fortalecer capacidades y alcanzar objetivos comunes. Estas relaciones permitieron que las empresas ampliaran oportunidades, accedieran a nuevos conocimientos y fortalecieran su posición en entornos competitivos.

Jatobá et al. (2023) reconoció que este tipo de relaciones permitió generar ventajas competitivas mediante procesos de cooperación orientados al fortalecimiento empresarial y a la sostenibilidad organizacional. Desde esta perspectiva, las alianzas estratégicas no se limitaron a acuerdos formales, sino que implicaron interacción continua, comunicación efectiva, confianza y coordinación entre los actores involucrados.

Desde el enfoque asumido por la investigación, las alianzas estratégicas constituyeron el espacio donde el protocolo empresarial y la etiqueta internacional manifestaron una influencia significativa sobre las relaciones corporativas. La manera en que las organizaciones se comunicaron, negociaron y representaron institucionalmente incidió en la calidad de dichas alianzas.

Las alianzas estratégicas también fueron interpretadas como procesos de relación. Esto significó que su sostenibilidad dependió no solo de objetivos compartidos, sino también de la capacidad de las organizaciones para mantener comunicación constante, resolver diferencias, respetar compromisos y construir confianza a lo largo del tiempo.

Gestión corporativa

La gestión corporativa fue comprendida como el conjunto de procesos orientados a dirigir, coordinar y fortalecer las relaciones internas y externas de una organización con el propósito de alcanzar objetivos estratégicos.

La gestión corporativa implicó integrar comunicación efectiva, liderazgo institucional, coordinación organizacional y adaptación a entornos dinámicos. Esta

perspectiva permitió interpretar que la gestión corporativa no se limitó a la administración de recursos, sino que también incluyó la capacidad de establecer relaciones sostenibles con otros actores.

Dentro del desarrollo investigativo, la gestión corporativa fue interpretada como el escenario organizacional donde se desarrollaron las relaciones estratégicas y las dinámicas empresariales analizadas. En este escenario, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional funcionaron como recursos que favorecieron la interacción profesional, la confianza y la representación institucional.

La gestión corporativa también incluyó la capacidad de proyectar una identidad institucional coherente. Las organizaciones no solo gestionaron recursos económicos y humanos, sino también relaciones, reputación, comunicación y vínculos estratégicos. Por ello, la aplicación del protocolo empresarial y la etiqueta internacional se vinculó con una gestión más integral de las relaciones corporativas.

Comunicación intercultural

La comunicación intercultural comprendió los procesos de intercambio desarrollados entre individuos u organizaciones pertenecientes a distintos entornos culturales, favoreciendo el entendimiento mutuo y reduciendo barreras organizacionales.

UNESCO (2021) sostuvo que el fortalecimiento de competencias interculturales representó una necesidad dentro de los procesos educativos y profesionales vinculados con escenarios globalizados. Desde esta perspectiva, la comunicación intercultural fue entendida como una competencia necesaria para

interpretar diferencias, adaptar mensajes y fortalecer relaciones en contextos diversos.

Desde el contexto de la investigación, esta categoría permitió interpretar la relación entre comportamiento corporativo y efectividad organizacional. Una comunicación intercultural adecuada contribuyó a mejorar la interacción entre actores empresariales, especialmente cuando existieron diferencias en estilos de negociación, lenguaje, normas sociales o expectativas profesionales.

La comunicación intercultural también permitió comprender que los mensajes no se interpretaron de la misma manera en todos los contextos. Gestos, silencios, expresiones, niveles de formalidad y formas de tomar decisiones pudieron adquirir significados distintos según la cultura organizacional o nacional. Por ello, esta competencia resultó relevante para prevenir conflictos y fortalecer relaciones empresariales más respetuosas.

Competencias profesionales

Las competencias profesionales fueron entendidas como el conjunto integrado de conocimientos, habilidades, actitudes y capacidades que permitieron al individuo responder de manera efectiva ante las exigencias del entorno laboral.

UNESCO (2021) reconoció que el desarrollo de competencias constituyó uno de los principales retos de los sistemas educativos orientados a contextos internacionales. Esta perspectiva permitió comprender que la formación universitaria debía preparar profesionales capaces de comunicarse adecuadamente, trabajar en

entornos diversos, asumir responsabilidades institucionales y adaptarse a escenarios corporativos cambiantes.

Dentro del trabajo investigativo, estas competencias estuvieron relacionadas con el comportamiento corporativo, el protocolo empresarial y la preparación universitaria. En particular, se vincularon con liderazgo, comunicación profesional, negociación, ética, adaptación cultural, presentación institucional y capacidad para participar en procesos de relación empresarial.

Las competencias profesionales también fueron comprendidas como un puente entre la formación académica y el desempeño laboral. En este sentido, el conocimiento teórico adquirido en la universidad necesitó complementarse con habilidades prácticas que permitieran al estudiante actuar con seguridad, formalidad y criterio profesional dentro de espacios corporativos.

Confianza organizacional

La confianza organizacional fue comprendida como la percepción de seguridad, credibilidad y responsabilidad que una organización proyectó en sus relaciones con otros actores. Esta confianza se construyó mediante comportamientos coherentes, comunicación clara, cumplimiento de compromisos y respeto por normas de interacción profesional.

En el contexto de las alianzas estratégicas, la confianza resultó fundamental porque permitió fortalecer la cooperación entre organizaciones. Una empresa que proyectó seriedad, respeto y profesionalismo generó mejores condiciones para establecer relaciones sostenibles. Por ello, dentro de la investigación, la confianza

organizacional fue considerada un elemento transversal vinculado con el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas.

La confianza organizacional también se relacionó con la percepción de consistencia. Cuando una organización mantuvo coherencia entre lo que comunicó y lo que realizó, fortaleció su credibilidad ante otros actores. En este sentido, el protocolo empresarial contribuyó a establecer comportamientos consistentes, mientras que la etiqueta internacional favoreció relaciones respetuosas en contextos culturales diversos.

Comportamiento corporativo

El comportamiento corporativo fue entendido como el conjunto de acciones, actitudes y formas de interacción que manifestaron los integrantes de una organización en espacios profesionales. Este comportamiento incluyó la comunicación verbal y no verbal, la puntualidad, el respeto, la presentación personal, la capacidad de negociación, la conducta ética y la representación institucional.

Dentro de la investigación, el comportamiento corporativo permitió analizar cómo las personas proyectaron la imagen de la organización a la que pertenecieron. Por tanto, su importancia radicó en que cada interacción profesional pudo fortalecer o debilitar la percepción de confianza, seriedad y credibilidad institucional.

El comportamiento corporativo también fue relevante porque permitió comprender que las relaciones empresariales no se construyeron únicamente desde documentos, contratos o acuerdos formales. La manera en que los representantes de una organización actuaron en reuniones, entrevistas, negociaciones o actividades

institucionales influyó en la percepción que otros actores construyeron sobre la empresa.

Imagen institucional

La imagen institucional fue comprendida como la percepción que los públicos internos y externos construyeron sobre una organización a partir de sus acciones, mensajes, comportamientos y formas de representación. Esta imagen no dependió únicamente de elementos visuales, sino también de la coherencia entre la comunicación institucional y el comportamiento de quienes representaron a la organización.

Dentro de la investigación, la imagen institucional se relacionó con el protocolo empresarial porque las normas de conducta, la formalidad, la presentación profesional y el respeto por los procedimientos contribuyeron a proyectar una organización seria y confiable. Esta categoría también se vinculó con la etiqueta internacional, debido a que la adaptación cultural permitió fortalecer la percepción institucional en contextos empresariales diversos.

Negociación intercultural

La negociación intercultural fue entendida como el proceso mediante el cual actores pertenecientes a diferentes contextos culturales buscaron alcanzar acuerdos, coordinar intereses y establecer relaciones de cooperación. Este proceso requirió habilidades comunicativas, comprensión cultural, respeto por normas sociales y capacidad de adaptación profesional.

Dentro de la investigación, la negociación intercultural fue importante porque permitió comprender cómo la etiqueta internacional y el protocolo empresarial influyeron en los procesos de interacción corporativa. Una negociación no dependió únicamente del contenido económico del acuerdo, sino también de la forma en que las partes se comunicaron, interpretaron comportamientos y construyeron confianza.

Fundamentos normativos del protocolo y la etiqueta internacional

El protocolo y la etiqueta constituyen disciplinas respaldadas no solo por prácticas organizacionales y sociales, sino también por instrumentos jurídicos y normas internacionalmente reconocidas que regulan la interacción entre los Estados y orientan las relaciones institucionales. Aunque el presente estudio se desarrolló desde la perspectiva del protocolo empresarial, resultó pertinente reconocer que muchos de sus principios encuentran sustento en el derecho internacional y en las normas protocolarias que históricamente han regulado la representación oficial, el respeto a las jerarquías y la organización de actos institucionales (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1961).

La Organización de las Naciones Unidas (1961) estableció, mediante la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas, las normas fundamentales para el ejercicio de las relaciones diplomáticas entre los Estados. Este instrumento regula aspectos como la acreditación de los agentes diplomáticos, las inmunidades y privilegios, la precedencia protocolaria, la inviolabilidad de las misiones diplomáticas y la protección de la valija diplomática, la cual garantiza la confidencialidad y seguridad de las comunicaciones oficiales entre un Estado y sus representaciones en el extranjero. Si bien estas disposiciones corresponden al ámbito diplomático, sus

principios de respeto institucional, orden jerárquico, formalidad y representación han influido en el desarrollo de las prácticas protocolarias aplicadas posteriormente en escenarios corporativos y de cooperación internacional.

En el ámbito empresarial, el protocolo se complementó con códigos de conducta organizacional, manuales institucionales y normas internas que establecen criterios relacionados con la presentación personal, el comportamiento profesional, la organización de reuniones, la atención de visitantes, la comunicación corporativa y el respeto por la estructura jerárquica de las organizaciones. Estos lineamientos permitieron proyectar una imagen institucional coherente, fortalecer la confianza entre las partes y facilitar el desarrollo de relaciones empresariales basadas en el respeto, la profesionalidad y la credibilidad (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Novikova et al., 2022).

De igual manera, el protocolo empresarial incorporó códigos de seguridad organizacional orientados a garantizar el adecuado desarrollo de reuniones, negociaciones, eventos corporativos y visitas institucionales. Estos comprendieron medidas relacionadas con el control de acceso a espacios restringidos, la protección de información confidencial, el manejo responsable de documentación institucional y el cumplimiento de procedimientos establecidos por cada organización para preservar la seguridad de sus procesos y de sus representantes. En el contexto corporativo contemporáneo, estas prácticas formaron parte de una gestión integral del protocolo, al contribuir a generar entornos confiables que favorecieron la consolidación de alianzas estratégicas y el fortalecimiento de la reputación institucional (Novikova et al., 2022).

En conjunto, estos fundamentos evidenciaron que el protocolo empresarial trasciende las normas de cortesía y constituye una herramienta estratégica sustentada en principios de orden, legalidad, seguridad, representación institucional y comunicación profesional. Estos elementos fortalecen la interacción entre organizaciones y favorecen el establecimiento de relaciones corporativas sostenibles (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012; Jatobá et al., 2023).

Supuestos básicos

Para el desarrollo de la investigación se asumieron una serie de condiciones teóricas e interpretativas que permitieron comprender la relación existente entre el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa.

Como primer supuesto, se consideró que el protocolo empresarial constituyó un elemento estratégico dentro de los procesos organizacionales y no únicamente un conjunto de normas orientadas al comportamiento formal. Su aplicación favoreció procesos de interacción corporativa más estructurados y contribuyó al fortalecimiento de relaciones empresariales sostenibles (Herrero & Campos García de Quevedo, 2012).

Como segundo supuesto, se asumió que la etiqueta internacional influyó en la manera en que las organizaciones desarrollaron procesos de comunicación, negociación y representación institucional dentro de contextos multiculturales. La comprensión de las diferencias culturales favoreció relaciones corporativas más efectivas y redujo barreras derivadas de la interacción internacional (The Culture Factor Group, s. f.).

Como tercer supuesto, se consideró que la calidad de las alianzas estratégicas dependió parcialmente del desarrollo de competencias vinculadas con el comportamiento profesional, la comunicación organizacional y la construcción de confianza entre actores empresariales. Bajo esta interpretación, las relaciones corporativas fueron entendidas como procesos donde los factores humanos ejercieron influencia sobre los resultados organizacionales (Jatobá et al., 2023).

Como cuarto supuesto, se asumió que el fortalecimiento de competencias relacionadas con el protocolo empresarial y la etiqueta internacional dentro de la formación universitaria contribuyó al desarrollo de perfiles profesionales más alineados con las exigencias del entorno corporativo contemporáneo. La preparación académica fue interpretada como un componente que favoreció los procesos de interacción organizacional y adaptación profesional (UNESCO, 2021).

Como quinto supuesto, se consideró que el contexto empresarial nicaragüense enfrentó escenarios que demandaron mayores capacidades relacionadas con la representación institucional, la negociación intercultural y el fortalecimiento de relaciones estratégicas. Este supuesto permitió vincular el tema investigado con necesidades propias del entorno nacional, especialmente en relación con la profesionalización de las prácticas corporativas y la formación de competencias orientadas a la interacción empresarial.

Como sexto supuesto, se asumió que la confianza constituyó un elemento transversal dentro de la gestión de alianzas estratégicas. Esta confianza no dependió únicamente de acuerdos formales, sino también de la manera en que las organizaciones se comunicaron, representaron y relacionaron con sus socios

estratégicos. Desde esta perspectiva, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional fueron interpretados como recursos que favorecieron la construcción de confianza corporativa.

Como séptimo supuesto, se consideró que la formación universitaria tuvo un papel relevante en la preparación de profesionales capaces de responder a las exigencias del entorno empresarial. En este sentido, la incorporación de contenidos relacionados con comunicación profesional, protocolo, etiqueta internacional y comportamiento corporativo pudo contribuir al fortalecimiento del perfil profesional de los estudiantes.

Como octavo supuesto, se asumió que la imagen institucional fue un elemento influyente dentro de las relaciones corporativas. La forma en que una organización se presentó, comunicó y actuó frente a otros actores pudo incidir en la percepción de seriedad, responsabilidad y credibilidad que proyectó en procesos de negociación o cooperación.

Como noveno supuesto, se consideró que la comunicación intercultural fue necesaria para fortalecer relaciones empresariales en contextos diversos. Las diferencias culturales pudieron influir en la interpretación de mensajes, normas de trato y estilos de negociación, por lo que el desarrollo de competencias interculturales fue entendido como una condición importante para la gestión de alianzas estratégicas.

A partir de estos supuestos, la investigación interpretó el protocolo empresarial y la etiqueta internacional como factores asociados al fortalecimiento corporativo, al

desarrollo profesional y a la consolidación de alianzas estratégicas dentro del contexto empresarial analizado.

Categorías, temas y patrones emergentes de la investigación

Debido a la naturaleza cualitativa de la investigación, el análisis se desarrolló mediante categorías orientadas a interpretar experiencias, percepciones y prácticas relacionadas con el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas dentro del entorno corporativo.

Las categorías de análisis permitieron organizar la información obtenida y facilitaron la construcción de interpretaciones coherentes con los objetivos establecidos. Estas categorías no fueron entendidas como elementos aislados, sino como dimensiones relacionadas entre sí, ya que el protocolo empresarial, la etiqueta internacional, la formación universitaria y las competencias corporativas influyeron en la manera en que se construyeron relaciones profesionales y alianzas estratégicas.

Categoría 1. Protocolo empresarial

Temas asociados:

- Normas de comportamiento corporativo.
- Comunicación organizacional.
- Imagen institucional.
- Representación empresarial.

- Conducta profesional.
- Organización de reuniones y espacios corporativos.
- Respeto por jerarquías y procedimientos institucionales.
- Formalidad en procesos de negociación.
- Coherencia entre identidad institucional y comportamiento profesional.

Patrón emergente identificado:

Se identificó que el protocolo empresarial fue interpretado como una herramienta organizacional vinculada con el fortalecimiento de relaciones profesionales, la construcción de confianza y la consolidación de procesos de interacción corporativa.

Esta categoría permitió comprender que el protocolo empresarial no solo ordenó conductas, sino que también proyectó una imagen institucional ante socios, clientes y actores externos. Su aplicación se relacionó con la percepción de seriedad, credibilidad y profesionalismo dentro del entorno empresarial.

El protocolo empresarial también emergió como un componente asociado con la cultura organizacional. Las respuestas e interpretaciones vinculadas con esta categoría permitieron observar que las normas de interacción no funcionaron de manera aislada, sino que reflejaron valores institucionales y formas de representar a la organización frente a otros actores.

Categoría 2. Etiqueta internacional

Temas asociados:

- Comunicación intercultural.
- Adaptación cultural.
- Normas sociales internacionales.
- Negociación empresarial.
- Interacción entre organizaciones.
- Respeto por diferencias culturales.
- Prevención de malentendidos comunicativos.
- Formalidad en contextos internacionales.
- Reconocimiento de estilos de comunicación diversos.

Patrón emergente identificado:

Se reconoció que la etiqueta internacional favoreció los procesos de comunicación y negociación mediante el desarrollo de prácticas orientadas al respeto cultural y al fortalecimiento de relaciones internacionales.

Esta categoría permitió interpretar que la etiqueta internacional funcionó como una competencia necesaria para interactuar con actores de distintos contextos. Su importancia radicó en la capacidad de adaptar el comportamiento profesional a normas culturales diversas, fortaleciendo la comunicación y reduciendo posibles barreras en procesos de negociación o cooperación.

La etiqueta internacional también permitió comprender la importancia de la sensibilidad cultural dentro de las relaciones corporativas. Esto implicó reconocer que las prácticas aceptadas en un contexto pueden tener significados distintos en otro, por lo que la adaptación cultural se convirtió en un recurso necesario para fortalecer vínculos profesionales.

Categoría 3. Gestión de alianzas estratégicas

Temas asociados:

- Relaciones empresariales.
- Construcción de confianza.
- Cooperación organizacional.
- Sostenibilidad corporativa.
- Resultados institucionales.
- Coordinación entre actores.
- Comunicación entre socios estratégicos.
- Cumplimiento de acuerdos.
- Manejo de expectativas compartidas.

Patrón emergente identificado:

Se identificó que las alianzas estratégicas estuvieron asociadas con la capacidad organizacional para construir relaciones sostenibles mediante procesos efectivos de interacción y coordinación empresarial.

Esta categoría permitió comprender que las alianzas estratégicas no dependieron únicamente de acuerdos formales o intereses económicos. También requirieron confianza, comunicación efectiva, respeto institucional y capacidad de adaptación entre las organizaciones participantes.

La gestión de alianzas estratégicas fue interpretada como un proceso dinámico. Esto significó que las relaciones corporativas necesitaron mantenimiento constante, comunicación clara y disposición para cooperar. En este proceso, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional funcionaron como elementos que favorecieron la estabilidad de las relaciones.

Categoría 4. Formación universitaria y desarrollo profesional

Temas asociados:

- Preparación académica.
- Competencias profesionales.
- Profesionalismo corporativo.
- Desarrollo de habilidades interculturales.
- Adaptación al entorno laboral.
- Comunicación formal.
- Preparación para contextos empresariales e internacionales.
- Vinculación entre universidad y empresa.
- Desarrollo de habilidades para representación institucional.

Patrón emergente identificado:

Se interpretó que el fortalecimiento de contenidos relacionados con protocolo empresarial y etiqueta internacional contribuyó al desarrollo de perfiles profesionales más alineados con las exigencias del entorno empresarial.

Esta categoría permitió relacionar la formación universitaria con las demandas del contexto corporativo. Los contenidos vinculados con protocolo, etiqueta, comunicación intercultural y comportamiento profesional fueron considerados relevantes para preparar estudiantes capaces de desenvolverse adecuadamente en espacios de negociación, representación institucional y relaciones estratégicas.

La formación universitaria también fue comprendida como un espacio de preparación para el desempeño profesional. En este sentido, el desarrollo de competencias corporativas permitió vincular los conocimientos académicos con habilidades prácticas necesarias para actuar en escenarios reales de interacción empresarial.

Categoría 5. Competencias corporativas

Temas asociados:

- Liderazgo profesional.
- Comportamiento organizacional.
- Comunicación efectiva.
- Ética profesional.
- Relaciones institucionales.

- Imagen profesional.
- Capacidad de negociación.
- Adaptación a contextos multiculturales.
- Trabajo colaborativo.
- Manejo de relaciones profesionales.

Patrón emergente identificado:

Se observó que el desarrollo de competencias corporativas facilitó procesos de representación institucional y favoreció el establecimiento de relaciones empresariales más efectivas.

Esta categoría permitió comprender que el desempeño profesional no dependió únicamente del conocimiento técnico, sino también de habilidades comunicativas, sociales y culturales. Las competencias corporativas funcionaron como recursos necesarios para fortalecer la confianza, mejorar la interacción empresarial y responder a las exigencias del entorno organizacional contemporáneo.

Las competencias corporativas también se relacionaron con la capacidad de adaptación. En contextos empresariales cambiantes, los profesionales necesitaron responder a distintas situaciones comunicativas, culturales e institucionales. Por ello, habilidades como liderazgo, negociación, comunicación efectiva y ética profesional fueron interpretadas como elementos esenciales para la gestión de relaciones estratégicas.

Integración de categorías

Las categorías identificadas permitieron construir una comprensión integrada del tema investigado. El protocolo empresarial aportó orden, formalidad y representación institucional; la etiqueta internacional favoreció la adaptación cultural y la comunicación intercultural; la gestión de alianzas estratégicas constituyó el espacio donde estas prácticas adquirieron valor; la formación universitaria permitió analizar la preparación de futuros profesionales; y las competencias corporativas integraron las habilidades necesarias para responder al entorno empresarial.

A partir de esta integración, se comprendió que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional no funcionaron como elementos aislados, sino como dimensiones relacionadas con la confianza, la comunicación profesional, la cooperación y la representación institucional. Por ello, su análisis resultó pertinente para comprender la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua.

La relación entre las categorías permitió interpretar que las alianzas estratégicas requieren tanto condiciones organizacionales como competencias humanas. Las organizaciones necesitan estructuras claras de comunicación y representación, mientras que los profesionales requieren habilidades para interactuar, adaptarse y construir confianza. Esta comprensión reforzó la importancia de vincular el ámbito corporativo con la formación universitaria, especialmente en carreras orientadas a relaciones internacionales, negociación, comunicación y gestión institucional.

VIII. METOTODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque metodológico

La investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo, debido a que permitió comprender e interpretar percepciones, experiencias y opiniones relacionadas con el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua.

La elección de este enfoque respondió a la necesidad de analizar las experiencias de los participantes, considerando sus conocimientos, valoraciones y prácticas dentro del entorno corporativo y académico. Hernández-Sampieri y Mendoza (2023) señalan que el enfoque cualitativo permite comprender realidades sociales a partir de la interpretación de experiencias, significados y contextos específicos.

Este enfoque facilitó la obtención de información detallada sobre la manera en que los participantes percibieron la influencia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en las relaciones corporativas. También permitió identificar elementos relacionados con comunicación profesional, confianza, cooperación empresarial y desarrollo de competencias corporativas.

La recopilación de información se realizó mediante entrevistas semiestructuradas, cuestionarios de apoyo y análisis documental, estas técnicas favorecieron la comprensión de las opiniones de los participantes en relación con los objetivos planteados.

A través del enfoque cualitativo fue posible interpretar la relevancia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional dentro de la gestión de alianzas estratégicas y del entorno corporativo nicaragüense.

Diseño de investigación

La investigación se desarrolló mediante un diseño fenomenológico, debido a que permitió comprender e interpretar las percepciones, experiencias y opiniones de los participantes respecto al protocolo empresarial, la etiqueta internacional y su influencia en la gestión de alianzas estratégicas dentro del contexto corporativo nicaragüense.

Este diseño facilitó la exploración de los significados atribuidos por los participantes a las prácticas relacionadas con comportamiento corporativo, comunicación profesional, relaciones organizacionales y cooperación empresarial. Hernández-Sampieri y Mendoza (2023) señalan que los estudios fenomenológicos buscan comprender las experiencias y percepciones de las personas respecto a una realidad determinada, considerando la forma en que estas son interpretadas por quienes las viven.

La selección de este diseño permitió analizar las valoraciones expresadas por estudiantes y profesionales sobre la importancia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional dentro del entorno corporativo, favoreciendo una comprensión profunda de los elementos que influyen en la construcción de relaciones empresariales y alianzas estratégicas.

Población y muestra

El universo poblacional estuvo conformado por actores vinculados con el ámbito académico y corporativo relacionados con procesos de interacción empresarial, formación profesional, protocolo empresarial, etiqueta internacional y gestión de alianzas estratégicas en Nicaragua.

Dentro del ámbito académico, se consideraron estudiantes de III y IV año de la carrera de Relaciones Internacionales, debido a su vinculación con procesos formativos relacionados con comunicación intercultural, relaciones corporativas y comportamiento profesional.

Dentro del ámbito corporativo, se consideraron profesionales, empresarios o colaboradores vinculados con procesos organizacionales, relaciones institucionales, negociación empresarial o alianzas estratégicas. La inclusión de ambos grupos permitió obtener información desde una perspectiva formativa y empresarial, coherente con los objetivos de la investigación.

La investigación utilizó un muestreo no probabilístico, debido a que la selección de los participantes no se realizó mediante procedimientos estadísticos, sino a partir de criterios relacionados con la pertinencia, disponibilidad y capacidad de aportar información relevante para el desarrollo del trabajo.

Esta técnica fue adecuada para el enfoque cualitativo, ya que permitió seleccionar participantes con relación directa con las categorías de análisis: protocolo empresarial, etiqueta internacional, formación universitaria y gestión de alianzas estratégicas.

La muestra estuvo conformada por un total de 20 participantes, distribuidos de la siguiente manera:

- 15 estudiantes de III y IV año de la carrera de Relaciones Internacionales.
- 5 profesionales o actores vinculados con el entorno corporativo.

La cantidad de participantes permitió recopilar información suficiente para interpretar percepciones, opiniones y experiencias relacionadas con el tema de investigación.

Se aplicó muestreo intencional, ya que los participantes fueron seleccionados tomando en cuenta su relación con los objetivos de la investigación. En el caso de los estudiantes, se consideró su pertenencia a III y IV año de Relaciones Internacionales. En el caso de los participantes corporativos, se tomó en cuenta su vinculación con procesos empresariales, negociación, relaciones institucionales o alianzas estratégicas.

Este tipo de muestreo permitió obtener información de personas con conocimiento o experiencia relacionada con el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y el entorno corporativo.

También se utilizó muestreo por conveniencia, debido a que la selección de algunos participantes dependió de su disponibilidad, accesibilidad y disposición para colaborar con la investigación. Esta técnica facilitó la aplicación de cuestionarios y entrevistas dentro del tiempo establecido para el trabajo de campo.

El muestreo por conveniencia fue coherente con el enfoque cualitativo, ya que permitió recopilar información pertinente de participantes accesibles y relacionados con el tema investigado.

El muestreo bola de nieve no fue aplicado, debido a que la investigación contó con participantes previamente identificados dentro del ámbito académico y corporativo. Por esta razón, no fue necesario recurrir a referencias sucesivas de participantes para ampliar la muestra.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos se realizó mediante técnicas cualitativas orientadas a obtener información profunda, contextualizada y vinculada con los objetivos de la investigación. Las técnicas seleccionadas permitieron recopilar percepciones, experiencias y opiniones relacionadas con el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua.

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2023), las técnicas cualitativas permitieron comprender experiencias y significados construidos por los participantes dentro de un contexto determinado. Por esta razón, se utilizaron instrumentos que facilitaron la interpretación de la información obtenida de estudiantes, profesionales y fuentes documentales.

La entrevista en profundidad fue utilizada como una de las principales técnicas de recolección de datos. Esta técnica permitió obtener información detallada sobre las opiniones y experiencias de profesionales vinculados al entorno corporativo, especialmente en temas relacionados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación profesional y alianzas estratégicas.

El instrumento utilizado fue una guía de entrevista semiestructurada, conformada por preguntas abiertas. Esta estructura permitió mantener un orden temático durante la entrevista, sin limitar la posibilidad de que los participantes ampliaran sus respuestas o aportaran experiencias relevantes para la investigación.

Las entrevistas fueron dirigidas a cinco participantes relacionados con el ámbito empresarial o corporativo. Sus respuestas permitieron identificar categorías de análisis relacionadas con confianza organizacional, comunicación intercultural, cooperación empresarial, representación institucional y competencias corporativas.

Los grupos focales no fueron aplicados dentro de la investigación, debido a que la recolección de datos se centró en entrevistas individuales, cuestionarios de apoyo, observación no participante y análisis documental. Esta decisión permitió obtener respuestas más personalizadas y evitar que las opiniones de algunos participantes influyeran sobre las respuestas de otros.

La exclusión de grupos focales mantuvo coherencia con el propósito de recopilar percepciones individuales sobre protocolo empresarial, etiqueta internacional y competencias corporativas.

Análisis documental

El análisis documental fue utilizado como técnica complementaria para revisar información proveniente de libros, informes institucionales, artículos académicos y documentos relacionados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, formación profesional y alianzas estratégicas.

El instrumento empleado fue una ficha de análisis documental, la cual permitió organizar la información según autor, año de publicación, título, fuente, tema principal, aporte a la investigación y relación con los objetivos planteados.

Esta técnica permitió fortalecer el marco teórico y comparar los planteamientos de la literatura con los hallazgos obtenidos durante la aplicación de entrevistas y cuestionarios.

La validación de los instrumentos se realizó mediante una revisión de contenido, claridad y coherencia con los objetivos de la investigación. Se verificó que las preguntas de la entrevista y del cuestionario estuvieran relacionadas con las categorías principales del trabajo: protocolo empresarial, etiqueta internacional, alianzas estratégicas, formación universitaria y competencias corporativas.

También se revisó que el lenguaje utilizado fuera comprensible para los participantes y que las preguntas permitieran obtener información pertinente para el análisis cualitativo

La confiabilidad se fortaleció mediante la organización sistemática de los datos y la comparación entre diferentes fuentes de información. Para ello, se utilizaron entrevistas, cuestionarios y análisis documental, lo que permitió contrastar percepciones de participantes con aportes teóricos e información documental.

La información recopilada fue organizada en matrices de análisis, facilitando la identificación de categorías, coincidencias, diferencias y patrones recurrentes.

De esta manera, la confiabilidad no se basó en medición estadística, sino en la coherencia interna del proceso, la relación entre instrumentos y objetivos, y la consistencia interpretativa de los hallazgos.

Procedimientos

El trabajo de campo se desarrolló mediante una serie de etapas organizadas de forma lógica y sistemática, con el propósito de recopilar información pertinente para responder a los objetivos de la investigación. Cada etapa permitió ordenar el proceso investigativo, seleccionar a los participantes, aplicar los instrumentos y organizar los datos obtenidos para su posterior análisis.

Etapa 1. Organización del proceso de investigación

En la primera etapa se realizó la organización general del proceso metodológico. Se revisaron los objetivos de la investigación, las preguntas de investigación y las categorías de análisis relacionadas con protocolo empresarial, etiqueta internacional, formación universitaria, competencias corporativas y alianzas estratégicas.

Esta etapa permitió establecer la relación entre los objetivos planteados y los instrumentos de recolección de datos, garantizando que cada técnica utilizada respondiera a las necesidades de información del trabajo.

Etapa 2. Selección de participantes

En la segunda etapa se identificaron los participantes que formarían parte de la investigación. La selección se realizó tomando en cuenta los criterios definidos en la población y muestra.

Se consideraron estudiantes de III y IV año de la carrera de Relaciones Internacionales, debido a su relación con el ámbito académico y con la formación profesional en temas vinculados a comunicación intercultural, comportamiento corporativo y relaciones institucionales.

También se seleccionaron profesionales o actores vinculados con el entorno corporativo, debido a su experiencia en procesos organizacionales, relaciones empresariales, negociación o alianzas estratégicas.

Etapa 3. Elaboración y revisión de instrumentos

En la tercera etapa se elaboraron los instrumentos de recolección de datos. Se diseñó una guía de entrevista semiestructurada dirigida a los participantes del sector corporativo, un cuestionario de apoyo dirigido a estudiantes y una ficha de análisis documental.

Los instrumentos fueron revisados con el propósito de verificar la claridad de las preguntas, la coherencia con los objetivos y la relación con las categorías de análisis. Esta revisión permitió ajustar la redacción y asegurar que las preguntas facilitaran la obtención de información útil para la investigación.

Etapa 4. Aplicación de entrevistas

En la cuarta etapa se aplicaron entrevistas semiestructuradas a cinco participantes vinculados con el entorno corporativo. Las entrevistas permitieron obtener información detallada sobre percepciones, experiencias y opiniones relacionadas con el protocolo empresarial, la etiqueta internacional y la gestión de alianzas estratégicas.

Durante la aplicación de las entrevistas se procuró mantener un ambiente de respeto y confianza, permitiendo que cada participante expresara sus respuestas de manera amplia. La información obtenida fue registrada y posteriormente organizada en una matriz de sistematización.

Etapa 5. Aplicación de cuestionarios

En la quinta etapa se aplicó un cuestionario a estudiantes de III y IV año de la carrera de Relaciones Internacionales. Este instrumento permitió recopilar información relacionada con el nivel de preparación percibido por los estudiantes en temas de protocolo empresarial, etiqueta internacional y comportamiento corporativo.

El cuestionario estuvo conformado principalmente por preguntas cerradas de respuesta dicotómica, lo que facilitó la organización de la información. También se incluyó una pregunta abierta para recoger recomendaciones o aportes relacionados con la formación universitaria.

Etapa 6. Revisión documental

En la sexta etapa se realizó la revisión documental de fuentes académicas e institucionales relacionadas con el tema de investigación. Se consultaron libros, informes, artículos académicos y documentos vinculados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación intercultural, competencias profesionales y alianzas estratégicas.

La información documental fue organizada mediante fichas de análisis, considerando autor, año de publicación, título, fuente, aporte principal y relación con los objetivos de la investigación.

Etapa 7. Organización de la información

En la octava etapa se organizó la información recopilada mediante matrices de análisis. Las respuestas de las entrevistas fueron clasificadas según preguntas, participantes y categorías de análisis.

Los cuestionarios fueron organizados de acuerdo con las respuestas obtenidas, permitiendo identificar tendencias generales en la percepción de los estudiantes. La información documental también fue clasificada según su relación con los objetivos y categorías definidas.

Etapa 8. Preparación para el análisis

En la última etapa se preparó la información para su análisis cualitativo. Se revisaron las respuestas, se identificaron coincidencias, diferencias y temas recurrentes, y se establecieron relaciones entre los datos obtenidos y las categorías de análisis.

Este procedimiento permitió contar con una base organizada para desarrollar la interpretación de los hallazgos y construir el análisis de resultados de manera coherente con los objetivos de la investigación.

Técnicas de análisis

El análisis de la información se realizó mediante técnicas cualitativas orientadas a interpretar las respuestas obtenidas durante el proceso de recolección de datos. Para ello, se organizaron las opiniones, experiencias y aportes de los participantes con el propósito de identificar temas recurrentes, relaciones entre categorías y elementos vinculados con los objetivos de la investigación.

Análisis temático

El análisis temático fue la principal técnica utilizada para interpretar la información recopilada. Esta técnica permitió identificar temas recurrentes dentro de las respuestas de los participantes y organizar la información según las categorías centrales de la investigación.

A través del análisis temático se revisaron las respuestas obtenidas en las entrevistas, los cuestionarios de apoyo y los registros derivados de la observación no participante. Posteriormente, se identificaron ideas comunes, diferencias relevantes y patrones relacionados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, formación universitaria, competencias corporativas y alianzas estratégicas.

Braun y Clarke (2021) señalan que el análisis temático permite identificar, organizar e interpretar patrones de significado dentro de la información cualitativa. Por ello, esta técnica resultó adecuada para comprender las percepciones de los participantes y relacionarlas con los objetivos planteados.

El análisis temático se desarrolló mediante las siguientes acciones:

1. Lectura y revisión de la información recopilada.

2. Identificación de ideas relevantes en las respuestas de los participantes.
3. Agrupación de la información según categorías de análisis.
4. Reconocimiento de temas recurrentes.
5. Interpretación de los significados encontrados.
6. Relación de los hallazgos con los objetivos de la investigación y el marco teórico.

Herramientas de apoyo

Para el procesamiento y organización de la información se utilizaron herramientas digitales básicas, principalmente Microsoft Word, Microsoft Excel y Google Forms.

Microsoft Word permitió ordenar la información documental, redactar los apartados de análisis e integrar los hallazgos dentro del informe final. Microsoft Excel fue utilizado para organizar respuestas, elaborar cuadros comparativos y clasificar la información obtenida mediante entrevistas y cuestionarios.

Google Forms fue utilizado como herramienta de apoyo para la aplicación del cuestionario dirigido a estudiantes de III y IV año de la carrera de Relaciones Internacionales. Esta herramienta facilitó la recopilación de respuestas, la organización inicial de los datos y la visualización de tendencias generales relacionadas con la preparación estudiantil en protocolo empresarial, etiqueta internacional y comportamiento corporativo.

No se utilizaron programas especializados como Atlas.ti o NVivo, debido a que el volumen de información recopilada fue manejable mediante matrices manuales y

herramientas digitales básicas. Esta decisión fue coherente con el tamaño de la muestra, el alcance de la investigación y la naturaleza del análisis realizado.

Matrices analíticas

Las matrices analíticas fueron utilizadas como recurso principal para organizar y sistematizar la información recopilada. En ellas se clasificaron las respuestas de los participantes según preguntas, categorías y temas recurrentes.

En el caso de las entrevistas, se elaboró una matriz de sistematización que permitió comparar las respuestas de los cinco participantes del sector corporativo. Esta organización facilitó la identificación de coincidencias, diferencias y patrones relacionados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, confianza organizacional, comunicación profesional y alianzas estratégicas.

En el caso de los cuestionarios aplicados a estudiantes, las respuestas fueron organizadas para identificar tendencias generales sobre su percepción respecto a la preparación universitaria en protocolo empresarial, etiqueta internacional y comportamiento corporativo.

El uso de matrices analíticas permitió ordenar los datos de manera clara, facilitar la interpretación cualitativa y establecer relaciones entre la información recopilada, los objetivos de la investigación y las categorías definidas.

IX. RESULTADOS/HALLAZGOS

A partir del análisis de la información obtenida mediante entrevistas, cuestionarios y revisión documental, se identificaron tres ejes integradores

relacionados con los objetivos de la investigación. Estos ejes permitieron organizar los principales hallazgos y comprender la manera en que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional se relacionaron con la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua.

Primer eje integrador: Componentes clave del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en las alianzas estratégicas

En correspondencia con el primer objetivo específico, los hallazgos permitieron identificar los principales componentes que los participantes asociaron con el protocolo empresarial y la etiqueta internacional dentro de las relaciones corporativas. Entre ellos destacaron la comunicación profesional, la representación institucional, la formalidad en las relaciones empresariales, el respeto por las normas de interacción, la imagen corporativa, la confianza organizacional y la adaptación a contextos culturales diversos.

Los participantes entrevistados coincidieron en que el protocolo empresarial no debía entenderse únicamente como un conjunto de normas formales, sino como una herramienta que fortalece la imagen institucional y favorece la construcción de relaciones empresariales basadas en la credibilidad y el profesionalismo.

Uno de los entrevistados expresó:

"El protocolo empresarial ayuda a que una empresa proyecte seriedad y profesionalismo frente a otras organizaciones."

Esta respuesta permitió identificar que la representación institucional constituye uno de los componentes esenciales del protocolo empresarial, debido a que influye en la percepción que otras organizaciones construyen sobre la empresa.

Otro participante manifestó:

"Cuando una empresa sabe comunicarse correctamente y respeta ciertos procedimientos, genera más confianza en una negociación."

Este hallazgo evidenció que la comunicación profesional y el cumplimiento de normas de interacción representan elementos fundamentales para fortalecer la confianza entre organizaciones y facilitar los procesos de cooperación.

Respecto a la etiqueta internacional, uno de los entrevistados señaló:

"Conocer las costumbres y formas de trato de otros países evita malentendidos y mejora la comunicación."

Este planteamiento permitió comprender que la adaptación cultural, el respeto por las diferencias y la comunicación intercultural fueron percibidos como componentes indispensables para el establecimiento de relaciones corporativas con actores internacionales.

En conjunto, este primer eje permitió describir los componentes clave del protocolo empresarial y la etiqueta internacional, dando respuesta al primer objetivo específico de la investigación.

Segundo eje integrador: Estándares de protocolo y etiqueta corporativa para la formación universitaria

En relación con el **segundo objetivo específico**, los resultados permitieron identificar los estándares de protocolo y etiqueta corporativa que los participantes consideraron necesarios para fortalecer la formación universitaria y responder a las exigencias del entorno empresarial.

Los cuestionarios aplicados a estudiantes evidenciaron un interés generalizado por recibir mayor formación en protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación profesional y comportamiento corporativo. La mayoría manifestó que estos conocimientos representan competencias necesarias para desempeñarse adecuadamente en reuniones empresariales, procesos de negociación y espacios de representación institucional.

Los entrevistados también señalaron que las universidades deberían fortalecer contenidos relacionados con liderazgo, comunicación formal, negociación, comportamiento profesional y adaptación intercultural, debido a que estas competencias son cada vez más valoradas por las organizaciones.

Los hallazgos permitieron identificar que la formación universitaria no debe limitarse al desarrollo de conocimientos técnicos, sino incorporar habilidades vinculadas con el comportamiento corporativo, la representación institucional y la interacción profesional.

De esta manera, el segundo eje evidenció la necesidad de integrar estándares de protocolo empresarial y etiqueta internacional dentro de los programas académicos, respondiendo directamente al segundo objetivo específico.

Tercer eje integrador: Efectos del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas

En correspondencia con el **tercer objetivo específico**, los hallazgos permitieron determinar que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional ejercen una influencia significativa sobre la dinámica y los resultados de las alianzas estratégicas corporativas.

Los participantes coincidieron en que la aplicación adecuada del protocolo empresarial favorece la construcción de confianza entre organizaciones, mejora la comunicación institucional y fortalece la imagen corporativa durante los procesos de negociación.

Asimismo, la etiqueta internacional fue identificada como una competencia que facilita la interacción con organizaciones de diferentes contextos culturales, permitiendo prevenir malentendidos, mejorar la comunicación y fortalecer la cooperación empresarial.

Los participantes también relacionaron estas competencias con la consolidación de relaciones organizacionales sostenibles, al considerar que el comportamiento profesional, el respeto institucional y la adaptación cultural generan condiciones favorables para el establecimiento de alianzas de largo plazo.

Los resultados mostraron que la gestión de alianzas estratégicas no depende exclusivamente de aspectos económicos o contractuales, sino también de factores comunicativos, culturales y profesionales que influyen en la confianza, la cooperación y la sostenibilidad de las relaciones corporativas.

En consecuencia, este tercer eje permitió determinar los efectos del protocolo empresarial y la etiqueta internacional sobre la dinámica de las alianzas estratégicas, dando respuesta al tercer objetivo específico de la investigación.

Interpretación integradora de los hallazgos

El análisis conjunto de los tres ejes permitió construir una interpretación central del fenómeno estudiado. Los resultados evidenciaron que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional constituyen herramientas estratégicas que fortalecen la representación institucional, favorecen la comunicación intercultural y contribuyen al desarrollo de competencias profesionales necesarias para la gestión de alianzas estratégicas.

Los participantes no solo reconocieron la importancia de estas prácticas como normas de comportamiento, sino que les atribuyeron un valor estratégico dentro de los procesos de negociación, cooperación y representación institucional. En este sentido, el protocolo empresarial fue comprendido como un mecanismo que fortalece la confianza y la credibilidad organizacional, mientras que la etiqueta internacional fue interpretada como una competencia que facilita la adaptación cultural y mejora la interacción con actores nacionales e internacionales.

De manera complementaria, los hallazgos evidenciaron la necesidad de fortalecer la formación universitaria mediante la incorporación de contenidos relacionados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación profesional y comportamiento corporativo, con el propósito de preparar profesionales capaces de responder a las exigencias del entorno empresarial contemporáneo.

En conjunto, los resultados permitieron responder al objetivo general de la investigación, al demostrar que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional influyen positivamente en la gestión de alianzas estratégicas mediante el fortalecimiento de la confianza, la comunicación, la representación institucional y la cooperación entre organizaciones.

X. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la investigación mostraron coincidencias importantes con los planteamientos desarrollados en estudios previos sobre protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación intercultural y formación profesional. En primer lugar, los hallazgos evidenciaron que el protocolo empresarial fue comprendido por los participantes como una herramienta vinculada con la confianza, la imagen institucional y la organización de las relaciones corporativas. Esta interpretación coincidió con Herrero y Campos García de Quevedo (2012), quien plantea que el protocolo empresarial cumple una función estratégica dentro de las organizaciones, al orientar las formas de interacción, representación y comunicación institucional.

De igual manera, los resultados guardaron relación con los aportes de Novikova et al. (2022), quienes analizaron factores de protocolo y etiqueta empresarial dentro de la comunicación organizacional interna de una organización transnacional. En la investigación, los participantes asociaron el protocolo con la seriedad, el respeto, la comunicación formal y la capacidad de proyectar profesionalismo ante socios, clientes o instituciones externas.

En relación con la etiqueta internacional, los hallazgos coincidieron con los planteamientos de The Culture Factor Group (s. f.), especialmente en lo referido a la influencia de las diferencias culturales dentro de los procesos de comunicación y negociación. Los participantes señalaron que conocer las costumbres, normas de trato y formas de comunicación de otros contextos culturales permitió reducir malentendidos y mejorar la interacción empresarial. Esta relación demostró que la etiqueta internacional tuvo importancia en escenarios donde las organizaciones necesitaron adaptarse a distintos códigos culturales y profesionales.

Los resultados también se relacionaron con los aportes de la Jatobá et al. (2023), especialmente en cuanto a la importancia de la cooperación, la confianza y la coordinación entre actores para el fortalecimiento de alianzas estratégicas. En la investigación, las alianzas no fueron interpretadas solamente como acuerdos económicos o contractuales, sino como relaciones que requirieron comunicación clara, respeto institucional y comportamiento profesional. Esto permitió comprender que el éxito de una alianza dependió también de factores humanos, culturales y comunicativos.

En cuanto a la formación universitaria, los hallazgos coincidieron con los planteamientos de UNESCO (2021), al reconocer que la educación superior debe preparar profesionales capaces de responder a contextos laborales complejos, cambiantes e interculturales. Los estudiantes participantes identificaron la necesidad de fortalecer su preparación en protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación profesional y comportamiento corporativo. Esta coincidencia evidenció que la formación académica no debía limitarse al desarrollo de conocimientos

teóricos, sino que también debía integrar competencias sociales, comunicativas y profesionales.

A partir de esta comparación, se observó que los resultados de la investigación fueron coherentes con los estudios previos revisados. No obstante, el aporte particular de la investigación estuvo en relacionar estos elementos con el contexto corporativo nicaragüense y con la formación de estudiantes de Relaciones Internacionales, lo que permitió comprender la importancia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional desde una perspectiva académica y empresarial.

La interpretación de los hallazgos permitió comprender que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional adquirieron sentido como elementos estratégicos dentro de las relaciones corporativas. Los participantes no los relacionaron únicamente con normas de cortesía, formalidad o comportamiento superficial, sino con la posibilidad de construir confianza, proyectar una imagen institucional adecuada y fortalecer los procesos de comunicación entre organizaciones.

Desde esta perspectiva, el protocolo empresarial fue interpretado como una forma de organización simbólica y práctica dentro del entorno corporativo. Simbólica, porque comunicó seriedad, respeto, responsabilidad y profesionalismo. Práctica, porque permitió ordenar reuniones, negociaciones, presentaciones institucionales y formas de interacción entre actores empresariales. Esto mostró que el protocolo cumplió una función comunicativa, ya que cada acción profesional transmitió una imagen sobre la persona, la institución o la empresa representada.

La etiqueta internacional, por su parte, fue interpretada como una competencia intercultural necesaria para interactuar con actores de distintos contextos. Los hallazgos mostraron que los participantes comprendieron la etiqueta internacional como una herramienta para prevenir errores de comunicación, evitar interpretaciones inadecuadas y favorecer relaciones más respetuosas. Esto resultó relevante en el contexto de las alianzas estratégicas, ya que una relación empresarial no depende únicamente del interés económico, sino también de la capacidad de las partes para comunicarse, comprenderse y adaptarse mutuamente.

Otro aspecto importante fue la relación entre confianza y comportamiento profesional. Los participantes atribuyeron gran valor a la forma en que las personas se comunican, se presentan, respetan normas institucionales y manejan interacciones corporativas. Esto permitió interpretar que la confianza no surgió únicamente de los contratos, acuerdos o beneficios económicos, sino también de la percepción de profesionalismo que una organización proyectó durante el proceso de relación.

Los hallazgos también permitieron interpretar que la formación universitaria tuvo un papel importante en la preparación de futuros profesionales. Los estudiantes reconocieron la necesidad de fortalecer conocimientos y habilidades vinculadas con protocolo empresarial, etiqueta internacional y comportamiento corporativo. Esto evidenció una distancia entre algunas exigencias del entorno empresarial y la preparación académica recibida, especialmente en carreras relacionadas con relaciones internacionales, negociación, comunicación institucional y gestión corporativa.

En este sentido, la investigación permitió comprender que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional funcionaron como puentes entre el ámbito académico y el ámbito corporativo. Desde el ámbito académico, representaron contenidos formativos necesarios para mejorar el perfil profesional del estudiante. Desde el ámbito empresarial, representaron herramientas que favorecieron la comunicación, la confianza y la cooperación entre organizaciones.

La interpretación profunda de los hallazgos permitió establecer que la gestión de alianzas estratégicas no debe entenderse únicamente como un proceso administrativo o económico. También debe comprenderse como un proceso relacional, comunicativo y cultural, en el cual las formas de interacción influyen en la percepción de seriedad, compromiso y confiabilidad entre las partes involucradas.

La investigación permitió construir nuevas comprensiones sobre la relación entre protocolo empresarial, etiqueta internacional y alianzas estratégicas en el contexto corporativo nicaragüense. Una de las principales comprensiones fue que el protocolo empresarial no constituyó un elemento secundario dentro de las relaciones corporativas, sino un recurso que contribuyó a organizar la interacción profesional y a fortalecer la confianza institucional.

Otra comprensión relevante fue que la etiqueta internacional no se limitó al conocimiento de normas sociales de otros países, sino que se relacionó con la capacidad de adaptación cultural. Esto implicó comprender que cada contexto empresarial posee códigos de comunicación, formas de trato, niveles de formalidad y expectativas profesionales que pueden influir en el desarrollo de una negociación o alianza.

También se comprendió que las alianzas estratégicas no dependieron únicamente de objetivos comunes, recursos compartidos o beneficios económicos. Los hallazgos permitieron interpretar que la calidad de la relación entre organizaciones estuvo influida por elementos como la comunicación profesional, el respeto cultural, la coherencia institucional, la puntualidad, la presentación personal, el trato formal y la capacidad de generar confianza.

Una nueva comprensión surgió en torno al vínculo entre formación universitaria y desempeño corporativo. La investigación mostró que los estudiantes valoraron estos temas como parte de su preparación profesional, lo que permitió interpretar que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional deberían tener mayor presencia en los procesos formativos. Esto resultó especialmente importante en carreras donde los futuros profesionales podrían desempeñarse en espacios de negociación, cooperación internacional, representación institucional o relaciones empresariales.

Otra comprensión significativa fue que el comportamiento profesional funciona como una forma de comunicación institucional. Es decir, las acciones individuales de una persona dentro de una reunión, entrevista, negociación o presentación corporativa pueden influir en la percepción que otros actores construyen sobre la organización que representa. Desde esta mirada, el protocolo y la etiqueta no fueron prácticas aisladas, sino componentes de la imagen y reputación institucional.

En conjunto, la investigación permitió comprender que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional aportaron valor a la gestión de alianzas estratégicas porque fortalecieron tres dimensiones centrales: la confianza, la

comunicación y la representación institucional. Estas dimensiones permitieron interpretar que las relaciones corporativas requieren no solo capacidades técnicas o económicas, sino también competencias sociales, culturales y profesionales.

Durante el desarrollo de la investigación, el rol de las investigadoras fue fundamental para organizar, interpretar y dar sentido a la información recopilada. Al tratarse de una investigación cualitativa, el análisis no se limitó a registrar respuestas de los participantes, sino que exigió una lectura cuidadosa de los significados presentes en las entrevistas, cuestionarios, observaciones y documentos revisados.

En el proceso se asumió una postura interpretativa, procurando mantener coherencia entre los objetivos, las categorías de análisis y los hallazgos obtenidos. Esta postura permitió comprender las respuestas de los participantes dentro de su contexto académico y corporativo, evitando presentar los datos de manera aislada o sin relación con el problema de investigación.

También fue necesario reconocer que, en una investigación cualitativa, la interpretación del investigador puede estar influida por sus conocimientos previos, expectativas académicas y comprensión del tema. Por esta razón, se procuró mantener una actitud reflexiva durante el análisis, revisando las respuestas, comparando fuentes de información y contrastando los hallazgos con los aportes teóricos utilizados en el marco de referencia.

La utilización de entrevistas, cuestionarios y análisis documental permitió reducir la dependencia de una sola fuente de información. Esta triangulación contribuyó a fortalecer la interpretación de los resultados y a construir una visión más

amplia sobre la importancia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas.

Debido al enfoque cualitativo y al tamaño de la muestra, los resultados no buscaron representar estadísticamente a todas las empresas o estudiantes de Nicaragua. Su propósito fue interpretar percepciones y experiencias relevantes que permitieran comprender mejor la relación entre protocolo empresarial, etiqueta internacional y entorno corporativo.

De manera crítica, se reconoció que una de las limitaciones del proceso fue el acceso a un número reducido de participantes del sector corporativo. Aunque las entrevistas permitieron obtener información significativa, una muestra más amplia de profesionales podría haber enriquecido la diversidad de perspectivas. También se identificó que el uso de cuestionarios con preguntas cerradas facilitó la organización de la información estudiantil, aunque limitó la profundidad de algunas respuestas.

A pesar de estas limitaciones, se logró integrar la información de manera ordenada, interpretar los significados encontrados y construir una discusión coherente con los objetivos de la investigación. La reflexión crítica permitió reconocer que el conocimiento producido no fue definitivo ni absoluto, sino una aproximación interpretativa al tema estudiado desde una perspectiva cualitativa.

En consecuencia, la discusión permitió comprender que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional son elementos relevantes para el fortalecimiento de las alianzas estratégicas, especialmente cuando se analizan desde

la confianza, la comunicación profesional, la adaptación cultural y la formación de competencias corporativas.

XI. CONCLUSIONES

La investigación permitió identificar que el protocolo empresarial y la etiqueta internacional fueron elementos relevantes dentro de la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua. Los hallazgos mostraron que estos componentes no fueron comprendidos únicamente como normas de cortesía o formalidad, sino como herramientas vinculadas con la confianza, la comunicación profesional, la imagen institucional y la cooperación entre organizaciones.

Uno de los principales hallazgos fue que el protocolo empresarial contribuyó a fortalecer la representación institucional. Los participantes relacionaron su aplicación con la seriedad, el orden, la credibilidad y el profesionalismo que una empresa proyectó frente a socios, clientes o actores externos. Esto permitió comprender que las normas de comportamiento corporativo influyeron en la manera en que una organización fue percibida durante procesos de interacción empresarial.

Otro hallazgo relevante fue que la etiqueta internacional favoreció la comunicación intercultural. Los participantes destacaron la importancia de conocer normas de trato, costumbres, estilos de comunicación y formas de interacción propias de distintos contextos culturales. Esta capacidad de adaptación fue considerada necesaria para evitar malentendidos, fortalecer relaciones de confianza y facilitar procesos de negociación o cooperación empresarial.

También se identificó que la formación universitaria tuvo una relación directa con las exigencias del entorno corporativo. Los estudiantes consultados reconocieron la importancia de fortalecer su preparación en temas de protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación formal, comportamiento profesional y competencias corporativas. Esto evidenció la necesidad de integrar estos contenidos dentro de los procesos formativos, especialmente en carreras vinculadas con Relaciones Internacionales, comunicación institucional, negociación y gestión empresarial.

En conjunto, los hallazgos mostraron que la gestión de alianzas estratégicas no dependió solamente de acuerdos económicos, intereses comerciales o documentos formales. También estuvo relacionada con factores comunicativos, culturales y profesionales que influyeron en la confianza, la cooperación y la sostenibilidad de las relaciones corporativas.

En relación con el objetivo general, orientado a analizar el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas desde la perspectiva corporativa en Nicaragua durante el período 2024–2025, se concluyó que ambos elementos tuvieron una influencia significativa en la forma en que las organizaciones construyeron relaciones de confianza, proyectaron profesionalismo y desarrollaron procesos de interacción corporativa.

El protocolo empresarial impactó en la gestión de alianzas estratégicas al establecer pautas de comportamiento, comunicación y representación institucional. Su aplicación permitió generar una percepción de orden, respeto y seriedad,

aspectos que favorecieron la credibilidad de las organizaciones en espacios de negociación, cooperación y relación empresarial.

La etiqueta internacional, por su parte, impactó en la gestión de alianzas al fortalecer la capacidad de adaptación cultural. Esta permitió comprender diferencias en normas de trato, comunicación y comportamiento profesional, lo que contribuyó a reducir posibles malentendidos y a mejorar la calidad de las relaciones con actores nacionales e internacionales.

Respecto al primer objetivo específico, referido a describir los componentes clave del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en alianzas estratégicas de empresas nicaragüenses, se concluyó que los componentes más relevantes fueron la comunicación profesional, la presentación institucional, la puntualidad, el respeto por normas de interacción, la imagen corporativa, la adaptación cultural y la conducta profesional. Estos elementos fueron interpretados como factores que favorecieron la confianza y la cooperación entre organizaciones.

En cuanto al segundo objetivo específico, orientado a identificar los estándares de protocolo y etiqueta corporativa que deben integrarse en la formación universitaria para alinear el perfil del estudiante con las exigencias de comportamiento y profesionalismo de calidad, se concluyó que la formación académica debería fortalecer contenidos relacionados con comunicación corporativa, comportamiento profesional, normas de trato institucional, etiqueta internacional, liderazgo, negociación, imagen profesional y relaciones interculturales.

Los resultados evidenciaron que estos estándares son necesarios para preparar profesionales capaces de desenvolverse adecuadamente en espacios empresariales, institucionales e internacionales. La integración de estos contenidos permitiría fortalecer el perfil profesional de los estudiantes y responder de mejor manera a las demandas del entorno laboral.

Respecto al tercer objetivo específico, orientado a determinar los efectos del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la dinámica y resultados de las alianzas estratégicas corporativas en Nicaragua, se concluyó que estos elementos influyeron en la construcción de confianza, la calidad de la comunicación, la cooperación entre actores y la sostenibilidad de las relaciones empresariales.

Los efectos identificados no se limitaron a aspectos formales, sino que se relacionaron con la percepción de profesionalismo, la prevención de conflictos comunicativos, la adaptación a distintos contextos culturales y el fortalecimiento de la reputación institucional. Por ello, el protocolo empresarial y la etiqueta internacional se interpretaron como factores que aportaron valor a la gestión de alianzas estratégicas.

La investigación aportó al ámbito teórico al relacionar el protocolo empresarial y la etiqueta internacional con la gestión de alianzas estratégicas desde una perspectiva cualitativa. Esta relación permitió comprender que las alianzas corporativas no deben analizarse únicamente desde aspectos económicos o administrativos, sino también desde dimensiones comunicativas, culturales y profesionales.

El aporte teórico principal consistió en interpretar el protocolo empresarial como una herramienta estratégica de representación institucional y no solamente como un conjunto de normas formales. De igual manera, la etiqueta internacional fue comprendida como una competencia intercultural que favoreció la interacción empresarial en contextos diversos.

Desde el ámbito práctico, la investigación aportó elementos útiles para empresas, profesionales y organizaciones que buscan fortalecer sus relaciones corporativas. Los hallazgos permitieron identificar prácticas importantes como el uso adecuado de la comunicación formal, el respeto por normas institucionales, la preparación previa a reuniones empresariales, la adaptación cultural y la proyección de una imagen profesional coherente.

Estos aportes pueden ser considerados por organizaciones que deseen mejorar sus procesos de negociación, cooperación y vinculación con socios estratégicos. También pueden servir como referencia para diseñar capacitaciones internas relacionadas con protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación corporativa y relaciones interculturales.

En el contexto educativo, la investigación aportó información relevante para reflexionar sobre la formación universitaria. Los resultados mostraron la necesidad de fortalecer competencias vinculadas con comportamiento corporativo, comunicación profesional, liderazgo, negociación y representación institucional. Esto puede contribuir a que las universidades integren contenidos más acordes con las exigencias actuales del entorno empresarial.

En el contexto social, la investigación permitió reconocer que el comportamiento profesional y la comunicación respetuosa tienen valor en la construcción de relaciones más confiables entre personas, empresas e instituciones. El fortalecimiento de estas competencias puede contribuir a mejorar la calidad de las interacciones laborales, académicas y corporativas en Nicaragua.

La investigación presentó algunas limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los resultados. En primer lugar, el tamaño de la muestra fue reducido, ya que estuvo conformada por 20 participantes: 15 estudiantes de III y IV año de Relaciones Internacionales y 5 profesionales o actores vinculados con el entorno corporativo. Debido a ello, los resultados no tuvieron como propósito representar estadísticamente a toda la población académica o empresarial de Nicaragua.

Otra limitación estuvo relacionada con el acceso a participantes del sector corporativo. Aunque las entrevistas permitieron obtener información relevante, una mayor cantidad de profesionales habría permitido ampliar la diversidad de perspectivas sobre la aplicación del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en distintos tipos de organizaciones.

También se identificó como limitación el uso de cuestionarios con preguntas cerradas dirigidos a estudiantes. Este instrumento facilitó la organización de la información y permitió identificar tendencias generales, pero limitó la profundidad de algunas respuestas. La inclusión de más preguntas abiertas podría haber permitido conocer con mayor detalle las percepciones estudiantiles.

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, por lo que sus resultados se orientaron a la interpretación de percepciones, experiencias y opiniones. Por esta razón, los hallazgos no deben entenderse como conclusiones generalizables a todo el sector corporativo nicaragüense, sino como una aproximación interpretativa al tema estudiado.

Otra limitación fue la disponibilidad de información específica sobre la aplicación del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en empresas nicaragüenses. Aunque se consultaron fuentes académicas e institucionales, la información directa sobre este tema en el contexto nacional fue limitada, lo que evidenció la necesidad de continuar investigando esta línea temática.

A pesar de estas limitaciones, la investigación permitió alcanzar los objetivos planteados y aportar una comprensión coherente sobre la importancia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la gestión de alianzas estratégicas, especialmente desde la relación entre confianza, comunicación profesional, formación universitaria y entorno corporativo.

XII. RECOMENDACIONES

Para futuras investigaciones, resulta pertinente ampliar el tamaño de la muestra, incorporando una mayor cantidad de profesionales, empresarios, colaboradores y representantes de organizaciones vinculadas con procesos de negociación, relaciones institucionales o alianzas estratégicas. Esta ampliación permitiría obtener una visión más diversa sobre la aplicación del protocolo

empresarial y la etiqueta internacional en distintos sectores corporativos de Nicaragua.

En relación con el primer objetivo específico

Objetivo específico 1: *Describir los componentes clave del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en alianzas estratégicas de empresas nicaragüenses.*

Con base en los hallazgos obtenidos, se considera pertinente que las organizaciones fortalezcan la aplicación de los componentes fundamentales del protocolo empresarial y la etiqueta internacional, especialmente aquellos relacionados con la comunicación profesional, la representación institucional, la imagen corporativa, el respeto por las normas de interacción y la adaptación intercultural. La incorporación de estas prácticas dentro de los procesos organizacionales puede contribuir al fortalecimiento de la confianza entre los actores involucrados y favorecer el establecimiento de relaciones corporativas más sólidas y sostenibles.

Asimismo, resulta conveniente promover espacios de capacitación dirigidos a profesionales y colaboradores, orientados al desarrollo de competencias relacionadas con el comportamiento corporativo, la atención protocolaria y la comunicación institucional, con el propósito de fortalecer la calidad de las relaciones empresariales tanto en el ámbito nacional como internacional.

En relación con el segundo objetivo específico

Objetivo específico 2: *Identificar los estándares de protocolo y etiqueta corporativa que deben integrarse en la formación universitaria para alinear el perfil del estudiante con las exigencias de comportamiento y profesionalismo de calidad.*

A partir de los resultados obtenidos, se considera necesario que las instituciones de educación superior fortalezcan sus planes de estudio mediante la incorporación de contenidos relacionados con protocolo empresarial, etiqueta internacional, comunicación profesional, comportamiento corporativo y competencias interculturales. La inclusión de estos contenidos contribuiría a una formación más integral y alineada con las necesidades actuales del entorno empresarial.

De igual manera, resulta pertinente impulsar actividades complementarias como seminarios, talleres, simulaciones de negociación, conferencias y programas de vinculación con el sector empresarial, que permitan a los estudiantes desarrollar competencias prácticas asociadas con la representación institucional, el liderazgo, la negociación y la comunicación corporativa.

En relación con el tercer objetivo específico

Objetivo específico 3: *Determinar los efectos del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la dinámica y resultados de las alianzas estratégicas corporativas en Nicaragua.*

Los hallazgos evidenciaron la importancia del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en la construcción de confianza y el fortalecimiento de las alianzas estratégicas. En consecuencia, se considera conveniente que las

organizaciones incorporen estas prácticas dentro de sus políticas institucionales, manuales de procedimiento y programas de desarrollo del talento humano, con el propósito de fortalecer la comunicación organizacional, la representación institucional y las relaciones de cooperación.

Asimismo, resulta pertinente desarrollar investigaciones futuras que analicen el impacto del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en distintos sectores económicos y tipos de organizaciones, incorporando muestras más amplias y enfoques metodológicos complementarios. Esto permitirá ampliar el conocimiento sobre la influencia de estas competencias en la consolidación de alianzas estratégicas y en el fortalecimiento de las relaciones corporativas dentro del contexto nicaragüense.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Banco Central de Nicaragua. (2025). *Informe anual 2024*. https://www.bcn.gob.ni/ sites/default/files/documentos/Informe_Anual_2024.pdf

Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe, 2024*. CEPAL. https://www.cepal.org/ es/publicaciones/ 80564-la-inversion-extranjera-directa-america-latina-caribe-2024

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Herrero, J. C., & Campos García de Quevedo, G. (2012). El necesario protocolo en la comunicación organizacional. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, *8*(2), 182–202. https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.252

Jatobá, M. N., Franco, M., & Rodrigues, M. (2023). The role of communication between partners in the process of strategic alliances: A systematic literature review. *Journal of Business & Industrial Marketing, 38*(7), 1511–1531. https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2021-0440

Novikova, O. A., Romero Díaz, C. H., Castaño Giraldo, N. E., Gutiérrez Yepes, A. R., & Zapata Molina, C. E. (2022). La comunicación interna y los factores de protocolo y etiqueta empresarial en una organización transnacional. En *Gestión del conocimiento. Perspectiva multidisciplinaria* (p. 513). Universidad Nacional Experimental Sur del Lago Jesús María Semprúm. https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/4031

The Culture Factor Group. (s. f.). *Country comparison tool*. Recuperado el 13 de junio de 2026, de https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool

Thomas, D. C., & Peterson, M. F. (2016). *Cross-cultural management: Essential concepts* (4th ed.). SAGE Publications.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379707

ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de entrevista

1. ¿Qué importancia considera que tiene el protocolo empresarial dentro de las relaciones corporativas?
2. ¿De qué manera influye la etiqueta internacional en los procesos de negociación empresarial?
3. ¿Cuáles son las principales prácticas de protocolo empresarial utilizadas dentro de su organización?
4. ¿Considera que las empresas nicaragüenses aplican adecuadamente normas de etiqueta internacional?
5. ¿Qué dificultades suelen presentarse en la comunicación con socios o clientes internacionales?
6. ¿Cómo influye el comportamiento profesional en la construcción de relaciones de confianza entre empresas?
7. ¿Qué impacto considera que tiene el protocolo empresarial en el éxito de las alianzas estratégicas?
8. ¿Qué competencias relacionadas con protocolo y etiqueta empresarial deberían fortalecerse en la formación universitaria?
9. ¿Considera que existe suficiente preparación profesional en temas de protocolo empresarial dentro del entorno corporativo?
10. ¿Qué recomendaciones propondría para fortalecer el uso del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en las organizaciones?

Anexo 2: Cuestionario

Cuestionario aplicado a estudiantes

1. Año que cursa:

   3er año de Relaciones Internacionales / 4to año de Relaciones Internacionales

2. Edad:

   Respuesta corta

3. ¿Considera que posee conocimientos sobre protocolo empresarial?

4. ¿Considera que posee conocimientos sobre etiqueta internacional?

5. ¿Ha recibido formación universitaria relacionada con etiqueta internacional?

6. ¿Ha recibido formación universitaria relacionada con protocolo empresarial?

7. ¿Considera que su nivel de preparación actual le permitiría participar adecuadamente en reuniones empresariales internacionales?

8. ¿Considera que la universidad prepara adecuadamente a los estudiantes en comportamiento corporativo y profesional?

9. ¿Considera que el protocolo empresarial influirá en su desempeño profesional futuro?

10. ¿Considera que el comportamiento profesional influye en el éxito de una alianza estratégica?

11. ¿Considera importante conocer normas culturales antes de interactuar con empresas internacionales?

12. ¿Participaría en talleres o actividades relacionadas con protocolo empresarial y etiqueta internacional?

13. ¿Considera que la etiqueta internacional favorece la construcción de relaciones empresariales?

Anexo 3: Matriz de sistematización de entrevistas

Preguntas	**Entrevistado 1**	**Entrevistado 2**	**Entrevistado 3**	**Entrevistado 4**	**Entrevistado 5**
1. ¿Qué importancia considera que tiene el protocolo empresarial dentro de las relaciones corporativas?	Considero que el protocolo empresariales importante porque ayuda a proyectar una imagen seria y profesional ante otras organizaciones.	Permite que las relaciones corporativas se desarrollen de manera más ordenada, respetuosa y formal.	Tiene mucha importancia porque genera confianza entre las organizaciones y demuestra compromiso institucional.	El protocolo facilita la comunicación y la cooperación, ya que orienta la manera adecuada de interactuar en espacios corporativos.	Fortalece la representación institucional, porque permite que una persona proyecte adecuadamente la imagen de la organización.
2. ¿De qué manera influye la etiqueta internacional en los procesos de negociación empresarial?	Influye porque permite evitar errores de trato cuando se negocia con personas de otros países o culturas.	Facilita la adaptación al contexto cultural del socio o cliente extranjero, lo que mejora la relación durante la negociación.	Ayuda a comprender que no todas las empresas negocian de la misma manera, por lo que permite actuar con mayor cuidado.	Mejora la comunicación intercultural, porque orienta el trato adecuado según el contexto profesional y cultural.	Reduce malentendidos y posibles conflictos, especialmente cuando existen diferencias culturales entre las partes.
3. ¿Cuáles son las principales prácticas de protocolo empresarial utilizadas	Se procura cuidar la puntualidad, el saludo formal, la presentación personal	Una práctica importante es organizar adecuadamente las	Se utiliza la comunicación formal, principalmente en correos, reuniones y	Se respeta la jerarquía interna y los procedimientos establecido	Se cuida la imagen corporativa mediante el trato respetuoso, la cortesía

dentro de su organización?	y el respeto durante reuniones o actividades institucionales.	reuniones, desde la convocatoria hasta la forma de presentar los temas.	trato con clientes, proveedores o representantes de otras instituciones.	s, porque eso facilita una comunicación más ordenada.	profesional y la forma en que los colaboradores representan a la empresa.
4. ¿Considera que las empresas nicaragüenses aplican adecuadamente normas de etiqueta internacional?	Considero que se aplican de manera parcial. Algunas empresas sí cuidan estos aspectos, pero todavía se necesita mayor preparación.	Creo que ha habido avances, sobre todo en empresas que tienen contacto con clientes o socios extranjeros.	Pienso que es un tema que debe fortalecerse, porque muchas organizaciones reconocen su importancia, pero no siempre capacitan a su personal.	No totalmente. Existen empresas que aplican normas básicas, pero aún hay debilidades en comunicación intercultural y comportamiento corporativo.	Considero que está en proceso de desarrollo. Hay mayor conciencia sobre el tema, pero falta incorporarlo de forma más constante.
5. ¿Qué dificultades suelen presentarse en la comunicación con socios o clientes internacionales?	Una dificultad frecuente son las diferencias culturales en el trato y en la forma de comunicarse.	A veces se presentan barreras de idioma o poca claridad al expresar acuerdos, expectativas o condiciones de trabajo.	El desconocimiento de normas culturales puede generar confusiones, porque una actitud puede interpretarse de forma distinta	Las diferencias en la forma de tomar decisiones, manejar el tiempo o expresar desacuerdos pueden afectar la comunicación.	Pueden surgir interpretaciones diferentes de los mensajes, especialmente cuando no existe una comunicación clara y respetuosa.

			según el contexto.		
6. ¿Cómo influye el comportamiento profesional en la construcción de relaciones de confianza entre empresas?	Influye directamente, porque una conducta responsable, respetuosa y coherente refuerza la credibilidad de la organización.	Genera confianza porque demuestra seriedad, compromiso y respeto hacia la otra empresa.	Mejora la interacción entre las partes, ya que permite que las reuniones, acuerdos y comunicaciones se desarrollen con mayor orden.	Facilita acuerdos y cooperación, porque las partes se sienten más seguras cuando existe formalidad y cumplimiento.	Fortalece la reputación institucional, porque la forma de actuar de los representantes influye en cómo se percibe la empresa.
7. ¿Qué impacto considera que tiene el protocolo empresarial en el éxito de las alianzas estratégicas?	Considero que favorece relaciones más ordenadas, porque permite establecer una interacción clara y respetuosa entre las organizaciones.	Aumenta la confianza entre las organizaciones, ya que permite que cada parte perciba profesionalismo y compromiso.	Reduce conflictos durante la cooperación, porque establece formas adecuadas de comunicación e interacción.	Contribuye a la sostenibilidad de la alianza, porque las relaciones no dependen solo de acuerdos económicos, sino también del trato profesional.	Ayuda a construir relaciones más sólidas, especialmente cuando las empresas mantienen una conducta profesional durante reuniones y negociaciones.
8. ¿Qué competencias relacionadas con protocolo y etiqueta	Debería fortalecerse la comunicación profesional, porque los	Considero importante incluir formación en etiqueta internacional,	La negociación empresarial debería trabajarse más, porque no	Es necesario fortalecer la imagen y el comportamiento profesional,	Se debería reforzar la representación institucional y el trato corporativo,

empresarial deberían fortalecerse en la formación universitaria?	estudiantes necesitan aprender a expresarse correctamente en contextos corporativos.	especialmente para carreras vinculadas con Relaciones Internacionales.	solo implica llegar a acuerdos, sino saber comunicarse y comportarse adecuadamente.	incluyendo presentación personal, puntualidad y lenguaje formal.	para que los futuros profesionales sepan desenvolverse adecuadamente.
9. ¿Considera que existe suficiente preparación profesional en temas de protocolo empresarial dentro del entorno corporativo?	No completamente. Hay profesionales que conocen estos temas, pero todavía existen debilidades en su aplicación práctica.	Considero que la preparación es limitada, porque muchas personas aprenden sobre protocolo empresarial hasta que ya están trabajando.	Debe ampliarse, ya que el entorno corporativo exige cada vez más habilidades de comunicación, presentación y comportamiento profesional.	Hace falta más práctica. Algunas personas conocen conceptos básicos, pero no siempre saben aplicarlos en reuniones o negociaciones.	Considero que necesita fortalecerse mediante capacitaciones, talleres y ejercicios prácticos relacionados con situaciones reales del entorno corporativo.
10. ¿Qué recomendaciones propondría para fortalecer el uso del protocolo empresarial y la etiqueta internacional en las organizaciones?	Desarrollar talleres prácticos sobre protocolo empresarial, comunicación profesional y comportamiento corporativo.	Impulsar capacitaciones dentro de las empresas, especialmente para quienes atienden clientes o representan a la organización.	Realizar simulaciones de reuniones, negociaciones y eventos corporativos para practicar cómo actuar en esos espacios.	Incluir módulos sobre protocolo empresarial y etiqueta internacional dentro de los procesos de formación o capacitación.	Promover más espacios de práctica en empresas y organizaciones, para fortalecer la preparación profesional en contextos corporativos.