

Actualidad empresarial: una mirada desde la investigación académica

Business current: a perspective from academic research

Lisandro José Alvarado Peña^{1,a}  

¹ Universidad Tecnológica de Escuinapa, Sinaloa, México.

^a Doctor en Ciencias Sociales, con mención en Gerencia.

En el cambiante y desafiante ámbito de las ciencias empresariales, donde convergen exigencias económicas, sociales, culturales y tecnológicas con la necesidad de reinventar constantemente los modelos de gestión, la *Revista Científica Innovación Empresarial* se reafirma como un espacio académico de referencia. Con cada publicación semestral, este medio de divulgación ha asumido con convicción el compromiso de difundir investigaciones originales desde la academia, con aportes muy significativos para el desarrollo de disciplinas como las ciencias empresariales, la contabilidad y las finanzas; exponiendo problemáticas con énfasis en lo nacional, pero también a nivel global, y promoviendo el intercambio de conocimientos entre investigadores a nivel nacional e internacional.

La edición actual corrobora el firme propósito de la revista de continuar con la promoción de la excelencia académica y la producción científica con impacto regional. Los artículos que conforman este número abordan temas de alta relevancia desde una mirada latinoamericana, reconociendo la riqueza de contextos, enfoques y metodologías que fortalecen el pensamiento crítico y la práctica profesional en el ámbito de la investigación.

Como editor invitado de esta edición, me honra profundamente participar en este esfuerzo editorial. Desde mi rol como director ejecutivo de la Red Académica Internacional REOALCEI, reafirmo mi compromiso con la promoción de la investigación científica y la divulgación de productos académicos que contribuyan al fortalecimiento de la comunidad intelectual en América Latina, siendo la investigación colaborativa una premisa institucional que nos permite alcanzar las metas establecidas para tal fin; así como ampliar las fronteras de la acción investigativa, promoviendo la participación de docentes investigadores y estudiantes de las diferentes instituciones de educación superior que producen y difunden conocimiento para la solución de las problemáticas existentes en su entorno y en la región.

En este contexto, la investigación colaborativa en las instituciones de educación superior y las redes académicas juega un papel muy importante. Como se mencionó antes, esta acción permite dar solución a una diversidad de problemáticas, con una perspectiva multidisciplinaria, lo que eleva las fortalezas del proceso investigativo (Rodríguez-Torres et al., 2023). Y, entendida como una sinergia entre saberes, instituciones y territorios, promueve la visibilidad del trabajo de dichos investigadores, quienes a su vez han de estar comprometidos con el desarrollo sostenible, la innovación y la transformación social. Siendo así, hablar de investigación colaborativa no solo se relaciona con el compromiso entre los investigadores y grupos de investigación con el trabajo investigativo que realizan; es preciso y conveniente que este compromiso conlleve el manejo adecuado de los procedimientos y acciones necesarios para elevar la calidad del conocimiento generado (Cano Flores y García López, 2010), tal como queda demostrado con los diferentes productos investigativos divulgados a través de su publicación en la *Revista Científica Innovación Empresarial*.

En este sentido, la revista científica sirve de plataforma para el intercambio académico de ideas y conocimientos, y promueve la conformación de redes que proyectan y comparten buenas prácticas en investigación. Cada artículo de investigación presentado es el resultado de un proceso investigativo riguroso y una invitación abierta al diálogo

Citar como

Alvarado Peña, L. J. (2025). Actualidad empresarial: una mirada desde la investigación académica. *Innovación Empresarial*, 5(2), 69-71. <https://doi.org/10.37711/rcie.2025.5.2.6>

interdisciplinario y a la reflexión profunda sobre los desafíos empresariales, sociales y económicos contemporáneos, que contribuyen a la construcción colectiva de soluciones innovadoras.

La presente edición, correspondiente al volumen 5, número 2 (julio-diciembre de 2025), reafirma el compromiso de la revista con la generación de conocimiento relevante, contextualizado en América Latina, producto de la convocatoria abierta, que ha fomentado la participación activa de investigadores, docentes y profesionales, quienes han abordado distintas problemáticas con enfoques diversos. Por consiguiente, los artículos que conforman este número reflejan el dinamismo propio del ámbito empresarial, económico y social contemporáneo. Con cada contribución, los autores han realizado un esfuerzo investigativo, con el propósito de orientar, comprender y transformar la realidad empresarial desde una mirada crítica, contextual y propositiva.

A continuación, se presentan los artículos incluidos en esta edición, junto con una breve descripción de cada uno:

1. Monopolio en la compra de derechos televisivos y equilibrio competitivo del fútbol peruano: caso Alianza Universidad de Huánuco

Este estudio analiza el impacto del monopolio en la distribución de ingresos por derechos televisivos en la Liga 1 del Perú. A través de métodos estadísticos como el índice Herfindahl-Hirschman, el análisis indica la falta de equilibrio competitivo entre clubes, destacando la desigualdad entre Alianza Lima y Alianza Universidad de Huánuco.

2. Cambios pospandemia de la covid-19 en micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de Encarnación, Paraguay

La presente investigación describe cómo las mipymes de Encarnación, Paraguay, adaptaron sus estrategias de gestión con posterioridad a la pandemia de la covid-19. En ellas, se evidencian mejoras en planificación, control y uso de redes sociales para las ventas, así como un incremento en los ingresos gracias a las nuevas formas de distribución como el *delivery* y los pedidos telefónicos.

3. Inclusión financiera y niveles de pobreza en el departamento de Huánuco, Perú, 2025

En este artículo se determinó la relación entre los niveles de inclusión financiera y pobreza en el departamento de Huánuco. A partir de los datos obtenidos, se concluye que el acceso al crédito, la bancarización y la intermediación microfinanciera contribuyen significativamente a reducir la pobreza monetaria y las necesidades básicas insatisfechas de la población.

4. El impacto del marketing relacional en el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas

Con este estudio se evaluó cómo la calidad del servicio y la comunicación de proveedores de equipos

de radioterapia influyen en la atención médica en el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN). El estudio reveló una correlación significativa entre *marketing* relacional y satisfacción institucional, aunque se identificaron áreas de mejora en la puntualidad.

5. Auditoría tributaria preventiva como instrumento de reducción de contingencias tributarias

Esta investigación se desarrolló con un estudio de caso en Lima, Perú, con el cual se demostró que la "auditoría tributaria preventiva" permite detectar errores fiscales, optimizar el cumplimiento normativo y reducir riesgos antes de una revisión por parte de la administración tributaria, fortaleciendo así la gestión empresarial.

6. Análisis de la relación entre inversión en sostenibilidad y rentabilidad empresarial: revisión sistemática de la literatura

Para este artículo, se revisaron cuarenta documentos de estudios recientes sobre la relación entre responsabilidad social corporativa y rentabilidad. Con esta revisión de literatura se destaca la importancia de adaptar las estrategias de sostenibilidad empresarial al contexto específico de cada sector y entorno, con el fin de potenciar sus beneficios. Además, se propone ampliar la investigación hacia el impacto que estas prácticas tienen en los colaboradores y en el fortalecimiento de la marca como empleadora.

7. Marketing holístico: tres enfoques clave para mejores resultados en empresas importadoras de calzado brasileño femenino

En esta investigación se identificaron tres pilares del *marketing* holístico: objetivo común, integración de actividades y enfoque en el cliente, como claves para mejorar el desempeño en empresas de este sector, destacando su efectividad en el competitivo mercado del calzado femenino.

Luego de la presentación de los artículos de investigación, es fundamental resaltar y reconocer que, en la actualidad, el trabajo investigativo es un bastión que enriquece el conocimiento y dignifica el rol de los docentes investigadores y de las instituciones que representan, a pesar de que enfrentan dificultades como, por ejemplo, la falta de infraestructura adecuada, la escasa inversión en I+D, el poco acceso a recursos, la fuga de cerebros, entre otras desigualdades y obstáculos, que son aspectos que requieren de atención (Ricardo-Jiménez et al., 2025). La interacción institucional, el respeto por los distintos enfoques y la articulación de esfuerzos colectivos son los pilares que construyen el quehacer científico, haciéndolo más humano, inclusivo y pertinente.

Expresamos nuestro reconocimiento a los autores, a los revisores y al equipo editorial por su valiosa contribución a esta edición. Invitamos a los lectores a abordar cada artículo con rigor académico y apertura reflexiva. Que esta publicación constituya un aporte significativo al conocimiento y la práctica empresarial.

REFERENCIAS

Cano Flores, M., y García López, T. (2010). La investigación colaborativa: una experiencia en el desarrollo de un proyecto educativo *Ciencia Administrativa*, (1), 61-67. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/colaborativa2010-1.pdf>

Ricardo-Jiménez, S., Bueno-Fernández, M. M., Herreño-Munera, M. L., y Mejía-Ríos, J. (2025). La producción

científica en Latinoamérica: logros, desafíos y oportunidades. *Cienciamatria. Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 11(20), 79-103. <https://doi.org/10.35381/cm.v11i20.1536>

Rodríguez-Torres, A. F., Ayala Revelo, J. A., Rodríguez Alvear, J. C., y Rodríguez Alvear, F. S. (2023). La investigación colaborativa en instituciones de educación superior. *Gade. Revista Científica*, 3(5), 76-87. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9769472.pdf>



Fuentes de financiamiento

El estudio fue autofinanciado.

Conflictos de interés

El autor declara no tener conflictos de interés.

Correspondencia

 Lisandro José Alvarado Peña
 lisandroconcursos@gmail.com