

Interconexiones en la era digital: transformando empresas y comunidades a través de la innovación

Interconnections in the digital age: transforming businesses and communities through innovation

Claudia Cintya Peña Estrada ^{1,a} 

¹ Universidad Autónoma de Querétaro, Santiago de Querétaro, México.

^a Doctora en Gestión Tecnológica e Innovación.

La Revista Científica Innovación Empresarial en su número 2, volumen 4, del último semestre del 2024, ofrece una serie de artículos de gran valor para la comunidad académica en Latinoamérica. En esta ocasión es de mi agrado aportar algunas ideas y reflexiones sobre temas como la gestión empresarial, la tecnología de almacenamiento, el monopolio de derechos televisivos, la captación de recursos públicos y la gobernanza, o la ética empresarial de la inteligencia artificial. Toda esta diversidad de campos interactúa en un nivel más profundo, que podrá ser analizado en cada artículo publicado en este número. En esta editorial se pretende además destacar de manera general la innovación empresarial, de modo que podamos observar cómo la innovación empresarial, en general, incide en este escenario global e interconectado, y cómo esto puede transformar a las empresas, a las comunidades académicas y al propio campo de la investigación.

De acuerdo con Jenkins (2008), la cultura de la convergencia es la que permite darle contexto a todas las interacciones que se tiene ante la transformación digital de todas las prácticas, incluyendo las empresariales, "donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles" (p. 14). Esta idea permite conectar con lo que Valle Álvarez et al. (2017) señalan al integrar la estructura con la cultura y el cambio organizacional, en donde afirman que tanto la cultura como la estructura impactan en el proceso del cambio en la organización para generar una diferenciación competitiva, tal y como los autores de este número de la Revista destacan en sus artículos.

La gestión empresarial requiere la integración de tecnologías actuales, debido a que los desafíos existentes se encuentran en constante evolución. La tecnología de almacenamiento en la nube ha permitido a las empresas optimizar sus procesos internos y operativos. Un estudio de Espino Cruz y Vásquez González (2015) muestra, en esos sentidos, un aumento del 30 % en términos de productividad operativa en las empresas que adoptaron sistemas de almacenamiento modernos. Es interesante descubrir que no es solo la optimización de los procesos lo que el tejido empresarial obtiene de esta transformación, sino la capacidad de respuesta externa, lo que los convierte en actores más competitivos en el escenario económico actual. Así lo señala Fernández (2021), al advertir que la emergencia del consumo multipantalla, la hiperconectividad y las redes sociodigitales son el nuevo escenario que varias industrias enfrentan en esta era digital, del mismo modo que el almacenamiento en la nube lo es en los esquemas empresariales, tal y como es analizado en el artículo publicado en este número.

Así mismo, se analiza cómo el monopolio en la compra de derechos televisivos en el fútbol profesional tiene varios efectos negativos, principalmente la desigualdad económica entre ligas, lo que beneficia exclusivamente a las grandes ligas o al poder de negociación de la empresa o actor encargado, impidiendo que las ligas menores puedan negociar condiciones a favor de ellos (Mahía Rey, 2017). Todo esto acarrea la pérdida de oportunidades para el crecimiento del fútbol, ya que, al menorar los actores involucrados en la compra de derechos, se limitan

Citar como

Peña Estrada, C. C. (2024). Interconexiones en la era digital: transformando empresas y comunidades a través de la innovación. *Innovación Empresarial*, 4(2), 45-6. <https://doi.org/10.37711/rcie.2024.4.2.631>



nuevos acuerdos de patrocinio o de innovación en la transmisión (Vela, 2021). Este tema es importante pero poco estudiado en la región latinoamericana, a diferencia de otros países del continente europeo donde, además, el monopolio es más equilibrado (Mahía Rey, 2017).

Por otro lado, la captación de recursos públicos es fundamental para el crecimiento sostenible de las empresas. Por ejemplo, los datos revelan que el 97 % de los estudiantes universitarios mexicanos están interesados en emprender y solo el 14 % de los encuestados tiene previsto emprender en el futuro cercano (Saavedra García y Camarena Adame, 2019). Este hecho puede ser extrapolado a otras regiones de Latinoamérica, en las que se plantea la necesidad del desarrollo de políticas educativas que fomenten el emprendimiento y doten a los futuros empresarios de técnicas y habilidades de captación de fondos. Los programas de incubación de negocio y financiación accesible son iniciativas vitales que pueden convertir estas aspiraciones en realidades efectivas y de impacto en varios sectores, entre ellos el económico, político, incluso el educativo. Esta idea se refuerza con lo que Chávez Moreno (2024) menciona a propósito de que las incubadoras de negocios en las universidades fomentan e incrementan la colaboración de los estudiantes en emprendimientos que detonan la economía desde una mirada local hasta otra global.

La ética es una cuestión crítica en el entorno de la vida en general y de los negocios de manera particular (Ramírez, 2008). El uso de la inteligencia artificial (IA) puede mejorar la toma de decisiones y optimizar la prestación de servicios al cliente (González Mosquera, 2024). No obstante, hay preocupaciones éticas al respecto que están relacionadas con aspectos de la privacidad y la necesidad de transparencia. En este sentido, una empresa que se compromete con las prácticas éticas en la utilización de la IA no solo fortalece la relación con el cliente, sino que también establece un estándar ético imprescindible para la innovación tecnológica (Orozco, 2020).

En definitiva, la interacción entre los temas presentes en este número de la Revista Científica Innovación Empresarial ofrece una gran cantidad de información que puede ayudar a comprender el entorno empresarial actual en países de Latinoamérica, en donde precisamente se destaca la necesidad de la innovación, así como de la investigación y del desarrollo, como catalizadores del cambio. Más aún, a medida que las compañías trabajan para implementar estas prácticas, también deben trabajar por promover una cultura empresarial en la que la ética y la innovación sean valoradas. Esto no solo beneficiará a la empresa, sino también a la sociedad, y es en donde se observa la oportunidad que tenemos como formadores de capital humano, con competencias para afrontar los desafíos de un mundo global y competitivo.

Por tanto, la innovación no es una opción, sino una precondition para responder a los desafíos del siglo XXI.

REFERENCIAS

- Chávez Moreno, E. A. (2024). Las incubadoras de negocios universitarias: el caso de la incubadora de negocios de la Universidad Autónoma de Baja California. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 14(28), e602. <https://doi.org/10.23913/ride.v14i28.1774>
- Espino Cruz, A. J., y Vásquez González, S. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios de Ingeniería Industrial Administrativa de la Universidad Católica de Santa María la Antigua (USMA). *Investigación y Pensamiento Crítico*, 3(3), 13-26. <https://revistas.usma.ac.pa/ojs/index.php/ipc/article/view/54>
- Fernández, L. M. (2021). La narrativa transmedia en el contexto de la convergencia mediática. *Revista de cultura digital*, 12(22). <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/381/452>
- González Mosquera, J. G. (2024). Impacto de la Inteligencia Artificial para la Toma de Decisiones de Emprendedores y Empresas durante la Creación y Expansión, Panamá, 2024. *REICIT*, 4(1), 70-91. <https://doi.org/10.48204/reicit.v4n1.5380>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós Ibérica, S.A.
- Mahía Rey, A. (2017). *¿Liga bipolar? Impacto económico de los contratos televisivos en la primera división, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad de Coruña]. Repositorio Institucional de la UDC. <http://hdl.handle.net/2183/19775>
- Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anahuac journal*, 20(1), 76-105. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>
- Ramírez, M. Á. (2008). Ética de los negocios en un mundo global. *Frontera norte*, 20(40), 199-210. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722008000200007
- Saavedra García, M. L., y Camarena Adame, M. E. (2019). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 1-14. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3514117
- Valle Álvarez, A. T., Proaño Córdova, T. D., y Cruz Lascano, M. E. (2017). Estructura, Cultura y Cambio Organizacional. *Revista Científica Hermes*, 18, 304-324. <https://www.redalyc.org/journal/4776/477653290007/html/>
- Vela, G. (2021). El fútbol profesional en Ecuador y la obligatoriedad de sometimiento al Tribunal Arbitral del Deporte. *USFQ Law Review*, 8(1), 285-310. <https://doi.org/10.18272/ulr.v8i1.2196>

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Correspondencia

Claudia Cintya Peña Estrada
 claudia.cintya.pena@uaq.mx