

Analizan futuro del strategic management con IA y sostenibilidad



Con análisis sobre el uso de la inteligencia artificial en gestión estratégica, en el comercio al detalle, o la implementación del **storytelling** en el liderazgo, también los procesos sostenibles en la empresa, se desarrolló el foro **Gestión Estratégica en América Latina 2024** (https://eventos.tec.mx/s/lt-event?language=es_MX&id=a5uUG000004T9tYAE)(SMLA, por sus siglas en inglés).

Organizado por la Escuela de Negocios del **Tec de Monterrey** (<https://tec.mx/es/oferta-educativa-profesional>), esta edición llevó por tema **Innovación Estratégica y Sostenibilidad: Tecnología y Tendencias en los Negocios de América Latina**, e incluyó una serie de conferencias, paneles de discusión y espacios de networking enfocados en la academia.

"Con este congreso internacional la Escuela de Negocios incide en el diálogo académico entre pares que están construyendo investigación sobre negocios alrededor del mundo, no solo en México".

Así lo señaló **Edgar Ramírez**, líder del grupo de Investigación en Área Temática de Empresas Familiares de la Escuela de Negocios y vocero del encuentro, quien agregó:

*"Tendemos puentes para unir la intelectualidad activa con el objetivo de **construir soluciones** para los problemas de las empresas e industrias globales".*

"Tenemos puentes para unir la intelectualidad activa en los negocios para construir soluciones a los problemas globales".- Edgar Ramírez.

Este foro llevó por tema Innovación Estratégica y Sostenibilidad: Tecnología y Tendencias en los Negocios de América Latina.



typeof="foaf:Image" width="900">

La IA y FinTech en la gestión estratégica

Como parte del encuentro, **Jong-Mim Kim**, profesor titular de la División de Ciencias y Matemáticas de la Universidad de Minnesota en Morris, habló sobre **aplicaciones de Fintech e IA en la Gestión Estratégica**.

Dijo que la evolución de la inteligencia artificial (IA) en el mercado financiero, **acelera** el desarrollo de aplicaciones matemáticas y algoritmos especializados en estadística.

Compartió que una herramienta útil en este mercado son los **trading robots**, los cuales son programas computacionales diseñados para el análisis de datos y transacciones, sin necesitar de la intervención humana.

"El uso de estos programas se ha vuelto muy popular en los últimos años, ya que proveen respuestas rápidas y precisas, además de tener la posibilidad de realizar transacciones las 24 horas del día", recalcó el experto.

Enfaticó que el desarrollo de la IA sigue dependiendo del entrenamiento humano, ya que la tecnología no cuenta con las emociones y transparencia, a diferencia de las personas.

"Los robots y la IA van a jugar un papel importante en el FinTech y la Gestión Estratégica en un futuro. En un par de décadas, los robots se trasladarán de un ambiente industrial a uno más cotidiano, de la misma forma que las computadoras llegaron a los hogares en la décadas de los 80's.

"La IA no es humana, solo será una herramienta para facilitar nuestras actividades".

El profesor **Jong-Mim Kim** compartió que en un par de décadas los robots formarán parte de nuestra vida diaria. Foto: Benjamín Alegría.



typeof="foaf:Image" width="900">

La inteligencia artificial en el comercio digital

Katrijn Gielens, profesora de marketing de la **UNC Kenan-Flagler Business School** de Carolina del Norte, trató el tema: ***La IA en los negocios y el papel vital de la interacción humana: el caso de la industria minorista***". Habló sobre cómo la tecnología del retail ha crecido en conjunto con la inteligencia artificial.

Detalló cómo las empresas han adoptado la IA en el modelo de comercio al detalle y afirmó que el servicio al cliente se ha visto beneficiado con esta estrategia.

"Nueve de cada diez empresas invierten en inteligencia artificial, y el 36 por ciento de ellas coinciden que el mejor beneficio es la capacidad de ofrecer un servicio al cliente a todas horas del día", enfatizó

Explicó que con la IA los negocios han avanzado significativamente en sus análisis de seguimientos de compra, donde optaron por incluir herramientas que ofrecen respuestas rápidas y personalizadas para el cliente.

Citó por ejemplo el uso de los asistentes virtuales, que simplifican el viaje del cliente y crean experiencias más automatizadas.

"La IA puede personalizar la experiencia de compra al analizar una combinación de características, atributos y comportamientos del cliente.

Esta personalización mejora e influye en los viajes individuales de los compradores, haciendo que las recomendaciones sean más relevantes y aumentando el compromiso del cliente", señaló la profesora de Business School.

Katrijn Gielens enfatizó que el uso de la IA favorece el proceso del servicio al cliente.

Foto: Benjamín Alegría



typeof="foaf:Image" width="900">

Redefiniendo la sostenibilidad social en los negocios

Jill Kickul, profesora distinguida en emprendimiento social de la EGADE Business School y Faculty of Excellence del Tec, presentó la conferencia *Reimaginando lo 'Social y la Sostenibilidad' en los Negocios: implicaciones estratégicas para académicos y educadores*", donde habló sobre los retos que enfrentan los negocios en áreas sociales y sostenibles.

Destacó que en los últimos años los consumidores muestran una mayor preocupación por el planeta y esto afecta sus decisiones de compra.

La relación entre el éxito de una empresa y su impacto sostenible y social son lineales, ya que un negocio tiene una mayor repercusión cuando hay una comunidad que lo apoya detrás.

"Cuando pensamos en implementar estrategias sociales y sostenibles en el aula, primeramente debemos de analizar su impacto, y después su diseño, desarrollo e implementación" compartió

Kickul.

Señaló que hay nuevos perfiles de clientes, inversores y colaboradores que están transformando el mundo empresarial hacia un enfoque más sostenible. Tanto consumidores, trabajadores y gobiernos **priorizan implementar** decisiones y políticas con impacto ambiental positivo.

Jill Kickul destacó la importancia de relacionar una empresa junto con el impacto social. Foto: Ana Fer Martínez.



typeof="foaf:Image" width="900">

Construir historias que impacten la cultura de la empresa

Jay Barney, profesor presidencial de gestión estratégica y titular de la Cátedra Pierre Lassonde en la David Eccles School of Business de la Universidad de Utah, habló sobre como el **cambio cultural** y el **storytelling** puede liderar una transformación empresarial de impacto.

Recalcó la **importancia que las historias** tienen dentro de una **estructura empresarial**, y cómo estas son clave para cambiar la **cultura de su personal**. Señaló que hay un vínculo importante entre el mejoramiento de una empresa y su cultura como base en su estructura organizacional.

*"Los líderes tienen que dejar de ser narradores, ya que no necesitamos que cuenten historias que ya sucedieron. Al contrario, requerimos que **sean constructores de historias**, donde motiven a contar anécdotas que no se hayan hablado anteriormente",* resaltó Barney.

Asimismo, dijo que el camino de los líderes está en la autenticidad, ya que **las historias auténticas** reflejan profundamente sus valores y creencias, **fomentando una mayor conexión con su personal**.

"El personal de una empresa puede oler la hipocresía de un líder a millas de distancia. Las historias que no son auténticas no permiten un cambio cultural, debido a que son percibidas como una señal de manipulación y deshonestidad", señaló el académico.

Jay Barney señaló que un valor de un líder es ser auténtico y narrar historias auténticas que unan a los colaboradores a la cultura de la empresa. Foto: Ana Fer Martínez.



typeof="foaf:Image" width="900">

Estrategias de sostenibilidad en la industria

En el congreso se llevó a cabo el panel sobre **Tendencias de sostenibilidad en México** con la participación CEOs de la industrias agrícola, construcción y química.

Jorge Obeso, de EOSIS; **Marion Avril**, directora de Sostenibilidad de Driscoll's; **René Freudenberg**, de Interlub y **Francisco Fernández**, director del Centro de Empresas Conscientes del Tec dialogaron sobre las estrategias y buenas prácticas sobre la innovación para la sostenibilidad.

*"Hoy en día todas las empresas se fijan en tener un **desarrollo sostenible**. Por ejemplo, ocho de cada diez viajeros deciden quedarse en un hotel sostenible. El cliente ya comienza a darle prioridad al medio ambiente ante la industria", compartió Francisco Fernández.*

Los participantes señalaron que las empresas necesitan ser más cercanas a su audiencia y compartir los procesos e innovaciones sostenibles que están realizando. De esta forma, a través de la empatía, los **clientes conectan más con el desarrollo de la empresa**.

"No es que vivamos en una sociedad irresponsable, sino vivimos en una que le tiene miedo al cambio. Las empresas no estamos aquí para adaptarnos, sino para crear un mundo que no existe", destacó René Freudenberg.

Líderes en la industria mexicana discutieron sobre los desafíos que enfrenta la sostenibilidad en el país.. Foto: Ana Fer Martínez.



typeof="foaf:Image" width="900">

Gestión Estratégica en América Latina (SMLA) 2024

El 11 y 12 de diciembre se celebró la décima edición de la conferencia bianual **Gestión Estratégica en América Latina (SMLA) 2024**, organizado por la Escuela de Negocios.

Se trata de un congreso académico que reúne a expertos en negocios para compartir en grupos temáticos sus hallazgos más recientes, generar espacios de vinculación entre pares y conocer las tendencias de la industria.

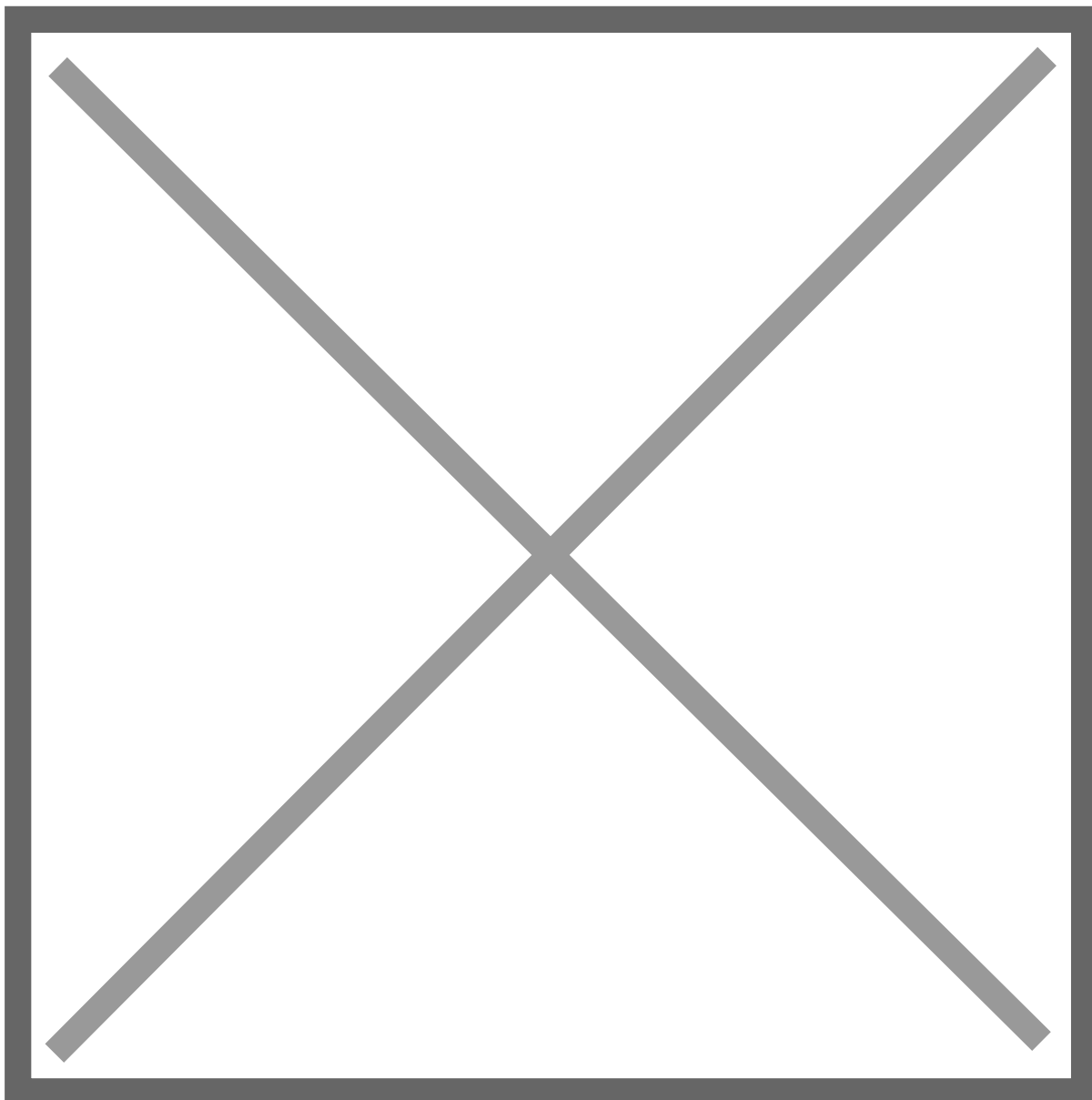
"Al participar en espacios de diálogo, interacción y reflexión entre pares expertos, queda de manifiesto que la investigación que realizamos en la Escuela de Negocios se nutre de ideas y se mantiene a la vanguardia respecto de los problemas que busca resolver", dijo Osmar Zavaleta, decano asociado de Investigación de la Escuela de Negocios.

Señaló que esto mantiene actualizados los cursos que nuestros investigadores, en su rol de profesores, mantienen en las aulas del Tec y en nuestros programas de educación continua y ejecutiva, *"sin olvidar que las soluciones que planteamos contribuyen a mejorar el desempeño de las organizaciones de la región"*.

El SMLA 2024 sumó 70 participantes, provenientes de 4 instituciones nacionales y 7 internacionales.

La sede de la conferencia fue el **Tecnológico de Monterrey campus Guadalajara**.

TAMBIÉN QUERRÁS LEER:



alt="Alumnas Tec diseñan bebida saborizada y ganan reto nacional Heineken"
class="embed-image">
(<https://conecta.tec.mx/es/noticias/chihuahua/emprendedores/alumnas-tec-disenan-bebida-saborizada-y-ganan-reto-nacional>)Alumnas Tec diseñan bebida saborizada y ganan reto nacional Heineken
(<https://conecta.tec.mx/es/noticias/chihuahua/emprendedores/alumnas-tec-disenan-bebida-saborizada-y-ganan-reto-nacional>)

Estudiantes del Tec desarrollan bebida con tecnología de seguridad, enfocada en sostenibilidad, y ganan el reto nacional Heineken
conecta.tec.mx