

Carta de la Directora

En la actualidad estamos inmersos en una nueva revolución, la llamada Revolución Digital, lo que significa que se están implantando, a veces con más éxito que otros, nuevos métodos, nuevas formas, nuevas tecnologías y, posiblemente, un cambio en la cultura del mundo del comercio, de la empresa y de los negocios en general.

Las empresas y otras organizaciones se están viendo avocadas a llevar a cabo su propio proceso de transformación digital. Como en cualquier revolución hay compañías, personas, directivos que lideran este proceso, siendo visionarios de lo que en breve iba a producirse y adaptándose de forma rápida a esta nueva era digital. Otros, sin embargo, como en cualquier tiempo de cambio, han sido más conservadores y han ido a remolque de los que implantaban esos cambios. Los últimos, los más rezagados, aún están viendo cómo transformarse. Probablemente ya llegan tarde, pero el mundo les obliga. No hay vuelta a atrás.

Los avances tecnológicos han cambiado ya el paradigma de los negocios permitiendo a todos los agentes del mercado nuevas posibilidades y trayendo nuevos retos que no debemos soslayar. Desde el punto de vista del consumidor, el acceso gratuito a gran cantidad de información a través de potentes buscadores en línea como Google, el más fácil acceso a los datos con la bajada de costes de las conexiones, así como la generalización de dispositivos móviles y de las redes sociales, ha dado lugar a un nuevo consumidor hiperconectado, más inteligente y dotado, cuyos valores han pasado del individualismo a la colaboración y la cooperación.

Desde el punto de vista de las empresas y otras organizaciones, la posibilidad del trabajo a distancia, el acceso a nuevos mercados sin fronteras tecnológicas, la globalización de los medios de comunicación en línea, la mejora de los medios de transporte y el mejor conocimiento de los consumidores permiten adaptarse de forma más precisa a sus evolucionadas necesidades y deseos, así como tener mejores perspectivas de sostenibilidad futura, no olvidando la responsabilidad social que se les demanda.

El número 26 de la Revista Cuadernos Empresariales es un ejemplo más de la Revolución Digital que estamos viviendo y trae a sus páginas temas tan relevantes como el comercio móvil, que está despegando en la actualidad, el gran reto del diseño de páginas web a través de métodos tan avanzados como el fuzzy logic, así como la importancia de las iniciativas responsables dentro del sector turístico. Temática más clásica, pero no por ello menos relevante, acompaña también nuestras páginas como por ejemplo la investigación en comportamiento del consumidor, las claves del proceso de compra organizacional, o el impacto del NIC40 en los estados financieros.

Deseamos que este nuevo número de la Revista de Cuadernos de Estudios Empresariales esté a la altura de la ya vigente Revolución Digital y, como siempre, de nuestros lectores.

M^a Francisca BLASCO LÓPEZ
Directora de *Cuadernos de Estudios Empresariales*