



UNIVERSIDAD  
DEL CARIBE  
PANAMÁ

E-ISSN L 3072-9807

Volumen 4

Número 1

Mayo 2026 - Octubre 2026



**Neuropolis**  
**sciences journal**

Comité Científico

UNIVERSIDAD  
DEL CARIBE  
PANAMÁ**Editora****Maricarmen Soto-Ortigoza, PhD.**

Vicerrectora de Investigación y Postgrado

**Comité Científico Mgtr.****Ascanio Almanza**

Universidad de Panamá

**Dr. Ángel Acevedo-Duque**

Universidad Autónoma de Chile

**Mgtr. Robert Morillo Montoya**

Universidad del Caribe, Panamá

**Dr. Eduardo Arosemena**

Asociación de Odontólogos de Panamá

**Dra. África Borges**

Universidad de La Laguna, Tenerife, España

**Dra. Almudena Barrientos**

Universidad Complutense de Madrid, España

**Dr. Agustín Álvarez Herranz**

Universidad Castilla de la Mancha, España

**Dra. Marisol Armentilla Galaviz**

Universidad Autónoma de Sinaloa, México

**Dr. Francisco Cruz Ariza**

Universidad Nacional Autónoma de México

**Dr. Jorge Padrón**

CFO METIS Tecnología e Innovación, Panamá

**Dr. Lisandro Labrador**

Universidad Nacional Politécnica de la Fuerza Armada de Venezuela

**Mgtr. Gali Monpue**

Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC), República Dominicana



**E D I T O R I A L****Transformación digital, innovación y neurocomunicación como triada estratégica del desarrollo organizacional en América Latina**

**Dra. Griselda Medina Montaña** · *directora Editorial Invitada*

*Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS) · Unidad Académica de Negocios · México*

griselda.medina@uas.edu.mx · <https://orcid.org/0000-0003-0742-9531>

**APERTURA EDITORIAL**

El presente número de Neuropolis science journal abre sus páginas como espacio de convergencia entre el pensamiento gerencial contemporáneo, la investigación científica rigurosa y el diálogo transdisciplinario que demanda el siglo XXI. El Volumen 4, Número 1 de 2026 se articula desde una mirada organizacional que reconoce la complejidad como condición estructural de los entornos emergentes y la transformación como imperativo estratégico para las organizaciones que aspiran a perdurar y generar valor.

En esta entrega, la editorial asume una perspectiva gerencial sustentada en tres motores epistemológicos y prácticos que atraviesan el conjunto de los trabajos presentados: la Innovación como capacidad adaptativa, la neurocomunicación como fundamento del liderazgo y la cultura organizacional, y la Investigación científica como palanca del desarrollo sostenible. Estos tres ejes no son meras categorías temáticas; constituyen un sistema de pensamiento que orienta tanto la selección de los artículos como la reflexión que este número propone al campo gerencial y organizacional.

**CONTEXTO: ORGANIZACIONES ANTE LA ERA DIGITAL**

La transformación digital ha dejado de ser una tendencia para convertirse en una condición de existencia organizacional. En contextos como México y América Latina, este proceso adquiere matices singulares: las organizaciones —particularmente las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes), que representan más del 90% del tejido productivo regional— deben sortear barreras estructurales que van desde la brecha digital y la limitada infraestructura tecnológica hasta la resistencia cultural al cambio y la ausencia de estrategias organizacionales orientadas a la innovación.

Como señala la investigación que abre este número, suscrita por la Dra. Griselda Medina Montaña de la Universidad Autónoma de Sinaloa, la digitalización no puede reducirse a la incorporación de herramientas tecnológicas. Por el contrario, implica una reconfiguración profunda de las estructuras, culturas y prácticas de gestión; es, en esencia, un fenómeno organizacional antes que tecnológico. La productividad, la innovación y la competitividad dependen menos del acceso a la tecnología que de la capacidad organizacional para asimilarla estratégicamente —lo que Teece denomina capacidades dinámicas— y del diseño de políticas públicas que promuevan la inclusión digital con equidad territorial y sectorial.

Este encuadre teórico y crítico constituye el punto de partida desde el cual Neuropolis science journal invita a sus lectores a transitar por las siete contribuciones que conforman el presente número.

**LOS TRES MOTORES DEL PRESENTE NÚMERO**

La perspectiva gerencial que articula este volumen reconoce que las organizaciones del siglo XXI operan en la intersección de fuerzas que no pueden abordarse de manera aislada. La triada Innovación–Neurocomunicación–Investigación ofrece un marco integrador para comprender tanto los desafíos como las oportunidades que los artículos aquí reunidos exploran desde geografías, disciplinas y fronteras del conocimiento diversas.

#### **[I] Innovación** — *Motor de competitividad y transformación*

La innovación, en su dimensión organizacional, trasciende el desarrollo de productos o procesos; es una disposición cultural que habilita a las organizaciones para reimaginar sus modelos de negocio ante entornos en constante mutación. En los contextos emergentes de América Latina, la innovación no siempre es de frontera tecnológica: con frecuencia se manifiesta como innovación social, innovación en gestión o adaptación creativa de recursos escasos. Los artículos de este número exploran precisamente estas formas plurales de innovar, reconociendo que la capacidad de generar valor a partir de la digitalización depende de una visión estratégica que las organizaciones deben construir deliberadamente.

#### **[N] Neurocomunicación** — *Motor del liderazgo y la cultura organizacional*

La neurocomunicación emerge como campo de convergencia entre las neurociencias cognitivas, la comunicación organizacional y el liderazgo efectivo. En un mundo saturado de información y en el que la atención se ha convertido en el recurso más escaso, comprender cómo los seres humanos procesan, interpretan y actúan a partir de los mensajes que reciben dentro de las organizaciones resulta decisivo. Este motor transversal aparece en los trabajos que abordan el cambio organizacional, la gestión del talento, la comunicación estratégica y la construcción de culturas organizacionales que potencien el bienestar y el desempeño. El liderazgo del siglo XXI no se impone: se comunica, se conecta, se construye en la intersección del cerebro, la emoción y el sentido compartido.

#### **[R] Investigación** — *Motor del conocimiento situado y la política pública*

La investigación científica rigurosa y contextualizada constituye el tercer motor de este número. Neuropolis Science Journal reafirma su compromiso con la producción de conocimiento que dialogue entre la teoría y la práctica organizacional, entre el rigor metodológico y la relevancia social. Los siete artículos aquí reunidos representan distintas tradiciones metodológicas —desde el enfoque cualitativo documental hasta la investigación empírica con estudios de caso— y distintas fronteras del saber gerencial. La diversidad de perspectivas no es accidental: es una declaración epistemológica sobre la riqueza que emerge cuando el pensamiento organizacional se abre a lo interdisciplinario, lo situado y lo crítico.

## **HORIZONTE Y DESAFÍOS DEL CAMPO**

El análisis de la transformación digital en América Latina revela una tensión constitutiva entre el potencial que la digitalización ofrece y las condiciones estructurales que frenan su implementación efectiva. Esta tensión no se resolverá únicamente con inversión tecnológica. Requiere, como señalan los organismos internacionales de referencia —CEPAL, OCDE— y como lo ilustran los trabajos de este número, una articulación virtuosa entre capacidades organizacionales, políticas públicas de inclusión digital y marcos regulatorios que incentiven la innovación.

La brecha digital en la región no es solo tecnológica; es también organizacional, cognitiva y cultural. Muchas empresas acceden a herramientas digitales, pero carecen de la visión estratégica para aprovecharlas plenamente. Cerrar esta brecha exige invertir en capital humano, en liderazgo transformacional y en modelos de gestión que comprendan que la tecnología es un medio y no un fin en sí mismo.

Desde la perspectiva de la neurocomunicación, vale subrayar que los procesos de cambio organizacional fracasan con mayor frecuencia por resistencias emocionales y culturales que por limitaciones técnicas. El líder contemporáneo necesita comprender los mecanismos neurológicos que subyacen a la resistencia al cambio, a la

toma de decisiones bajo incertidumbre y a la construcción de vínculos de confianza que sostengan las transformaciones en el tiempo.

En suma, la transformación digital es un proceso sistémico y multidimensional. Su impacto en el desarrollo económico de contextos emergentes dependerá, en último término, de la calidad de las organizaciones que la gestionen: de su capacidad para aprender, adaptarse, comunicar y liderar con propósito.

## ARTÍCULOS DE ESTE NÚMERO

---

A continuación, se presentan las seis contribuciones que conforman el Volumen 4, Número 1 de Neuropolis science journal. Cada una representa una frontera del conocimiento gerencial y organizacional, y en conjunto construyen el diálogo transdisciplinario que caracteriza a esta publicación:

### Artículos de investigación

Diagnóstico nutricional en cítricos mediante técnicas espectrales (Nutritional diagnosis in citrus using spectral techniques)

Autor(es): **Maylin Acosta** / Dirección Nacional de Sanidad Vegetal de Panamá

Fundamentos psicológicos del proceso educativo universitario (Psychological foundations of the university educational process)

Autor(es): **Rubén Sanjúr** / Universidad de Panamá

Gestión académica de datos edáficos del café geisha (Academic management of edaphic data in Geisha coffee)

Autor(es): **Alexander A. Pérez A. & Tatiana Salgado Pacheco** / Universidad Tecnológica de Panamá

Efectos de la gamificación basada en neurofeedback sobre la autorregulación del aprendizaje en entornos virtuales: un análisis cualitativo en la educación superior (Effects of neurofeedback-based gamification on self-regulated learning in virtual environments: a qualitative analysis in higher education)

Autor(es): **Lisandro Labrador B.** / Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Venezuela

Síndrome de la telenovela: aproximación epistémica al amor aprendido vs. sufrimiento normalizado (Telenovela syndrome: epistemic approach to learned love vs. normalized suffering)

Autor(es): **Michelle Riley** / Universidad del Caribe, Panamá

Neuroliderazgo y neuromarketing: variables de éxito

Autor(es): **Rocío López Muniesa** / Universidad Rey Juan Carlos, España

---

*Invitamos a nuestros lectores, investigadores y líderes organizacionales a transitar estas páginas con la convicción de que el conocimiento situado, crítico y transdisciplinario es la herramienta más poderosa con la que cuentan las organizaciones para construir futuros más equitativos, innovadores y sostenibles.*

**Dra. Griselda Medina Montaña.** *Editorial Experta Invitada · Neuropolis Science Journal · Vol. 4, Núm. 1 · 2026*

*Universidad Autónoma de Sinaloa · México*

