

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2192>

Innovación financiera en la era digital en las empresas del vino: revisión sistemática

Financial innovation in the digital era in wine companies: a systematic review

Andrés Antonio Luna Andrade

luna.andres@uabc.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-3432-5474>

Universidad Autónoma de Baja California

Ensenada, B.C – México

Ricardo Luna Andrade

luna.ricardo@uabc.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0003-6947-2209>

Universidad Autónoma de Baja California

Ensenada, B.C – México

Artículo recibido: 24 de mayo de 2024. Aceptado para publicación: 08 de junio de 2024.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

Esta revisión sistemática analiza cómo las empresas del vino adoptan innovaciones financieras en la era digital. El objetivo es identificar las principales innovaciones financieras y tecnológicas, evaluar su impacto en la competitividad, analizar los desafíos enfrentados y examinar la relación entre innovación financiera y sostenibilidad. Siguiendo las directrices del PRISMA, se realizó una búsqueda exhaustiva de estudios desde el año 2000 hasta la actualidad en bases de datos como Google académico, EBSCO, Elsevier, Emerald Publishing y Scopus. Se incluyeron estudios con palabras clave relacionadas con innovación financiera, ecosistemas fintech, crowdfunding, criptomonedas, blockchain, fintech en seguros, financiamiento, sostenibilidad y vitivinícolas. Los estudios seleccionados se evaluaron y clasificaron según su relevancia y metodología. Los principales hallazgos indican que la adopción de innovaciones financieras, como blockchain y crowdfunding y otras, transforma positivamente el sector vitivinícola, mejorando la competitividad y eficiencia operativa. Estas tecnologías facilitan el acceso a nuevas formas de financiamiento y promueven prácticas sostenibles, contribuyendo a la sostenibilidad ambiental y financiera. Se observó una escasez de estudios centrados en micro y pequeñas empresas, especialmente en México, lo que representa una oportunidad para futuras investigaciones. Las conclusiones destacan que las innovaciones financieras ofrecen una oportunidad clave para transformar la industria vinícola. Las empresas que adoptan estas innovaciones están mejor preparadas para enfrentar desafíos futuros, mejorar su competitividad y contribuir a un crecimiento económico más inclusivo y sostenible. Es esencial fortalecer estrategias que promuevan un análisis reflexivo y sistemático para el desarrollo teórico y práctico del sector, proporcionando recursos valiosos para empresarios e investigadores.


Palabras clave: innovación financiera, vitivinícolas, era digital, vino, México

Abstract

This systematic review examines how wine companies adopt financial innovations in the digital era. The objective is to identify the main financial and technological innovations, assess their impact on competitiveness, analyze the challenges faced, and examine the relationship between financial

innovation and sustainability. Following PRISMA guidelines, an exhaustive search of studies from 2000 to the present was conducted in databases such as Google Scholar, EBSCO, Elsevier, Emerald Publishing, and Scopus. Studies were included with keywords related to financial innovation, fintech ecosystems, crowdfunding, cryptocurrencies, blockchain, fintech in insurance, financing, sustainability, and viticulture. The selected studies were evaluated and classified according to their relevance and methodology. The main findings indicate that the adoption of financial innovations, such as blockchain and crowdfunding, positively transforms the wine sector by improving competitiveness and operational efficiency. These technologies facilitate access to new forms of financing and promote sustainable practices, contributing to both environmental and financial sustainability. A lack of studies focused on micro and small enterprises, particularly in Mexico, was observed, representing an opportunity for future research. The conclusions highlight that financial innovations offer a key opportunity to transform the wine industry. Companies that adopt these innovations are better prepared to face future challenges, improve their competitiveness, and contribute to more inclusive and sustainable economic growth. It is essential to strengthen strategies that promote reflective and systematic analysis for the theoretical and practical development of the sector, providing valuable resources for entrepreneurs and researchers.

Keywords: financial innovation, winegrowers, digital era, wine, Mexico

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Cómo citar: Luna Andrade, A. A., & Luna Andrade, R. (2024). Innovación financiera en la era digital del vino: revisión sistemática. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (3), 2253 – 2266. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2192>

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas dos décadas, la industria del vino, a pesar de su arraigada tradición, se ha visto inmersa en un proceso de transformación a través de la incorporación de tecnologías e innovaciones en la era digital en un mundo globalizado (Vázquez, et al., 2022). Este contexto ha generado una redefinición tanto de los actores y estrategias implementadas en este sector (Fernández y Meraz, 2022). La innovación es un factor esencial para acrecentar la competitividad y el desempeño de las empresas dedicadas a la elaboración de vino a mejorar su eficiencia. Así, la integración de tecnologías emergentes redefine las prácticas tradicionales de producción, distribución y financiación en las empresas vinícolas, promoviendo la adopción de innovaciones financieras (Hubenova, 2021).

Por consiguiente, para que las empresas puedan posicionarse como líderes o emprendedores en innovación es necesario que las PYMES mejoren sus características, organización y métodos de producción. Esta mejora permitirá a las empresas dar un paso adelante sobre la competencia al optimizar sus procesos y estructuras internas, para estar mejor preparadas ante el contexto que las rodea. Asimismo, estas mejoras consentirán el lanzamiento de innovaciones, la cual es primordial para ingresar y consolidarse en nuevos mercados (Sasha, et al., 2020).

Actualmente, los avances teóricos y prácticos en las empresas vitivinícolas son alentadores, pero todavía queda suficiente trabajo por hacer para entender de mejor manera la innovación en este sector. Aunque si bien es cierto de la existencia de estudios en el ámbito académico que se enfocan en el comportamiento consumidor y el marketing que naturalmente son los campos más estudiados en la literatura sobre negocios del vino, las innovaciones en marketing y ventas de vinos han recibido muy poca atención en comparación con las innovaciones en cultivo de uvas o elaboración de vinos, que son investigaciones con una mayor atención (Canavati, 2022).

De manera similar, la investigación en relación a la capacidad de innovación y el desarrollo de la innovación entre las pequeñas empresas del vino ha sido muy limitada con estudios cuyo enfoque principal se da en las medianas y grandes (Duarte y Bressan, 2016). De modo que, se crean oportunidades de investigación sobre innovación en micro y pequeñas empresas para estudios posteriores y genera a su vez un área de oportunidad para generar conocimiento en investigaciones sobre la intersección entre tecnología y finanzas, y su impacto en industrias tradicionales. Desde una perspectiva social, estas innovaciones pueden llevar a una mayor transparencia, mejores prácticas de sostenibilidad y un crecimiento económico más inclusivo.

Existe un considerable vacío en la literatura científica en relación con la consolidación de estrategias que fomenten un análisis reflexivo en el contexto de la innovación financiera en la era digital para las empresas del vino. Esta brecha impide el perfeccionamiento de las metodologías actuales y limita el avance teórico y práctico en el sector. Ante este escenario, la sistematización no solo proporciona un recurso valioso para los empresarios o productores de la industria el vino, así como investigadores de otras áreas de estudio, sino que también facilita la implementación de metodologías innovadoras de manera uniforme y eficiente.

El propósito de esta revisión sistemática es proporcionar una perspectiva global de cómo las empresas del vino están adoptando y beneficiándose de las innovaciones financieras en la era digital. Los objetivos específicos de esta revisión son:

- Identificar las principales innovaciones financieras y tecnológicas adoptadas por las empresas del vino.
- Evaluar el impacto de las innovaciones financieras en la competitividad de las empresas vinícolas.

- Analizar los desafíos enfrentados por las empresas vinícolas al incorporar innovaciones financieras.
- Evaluar la relación entre innovación financiera y sostenibilidad en las empresas vinícolas.

El estudio cubre investigaciones y desarrollos en innovación financiera en el sector vinícola desde el año 2000 hasta la actualidad. Este periodo incluye el auge de la era digital y permite registrar la evolución de las tecnologías financieras y su aplicación en las empresas del vino. La selección de este intervalo de tiempo asegura un alcance amplio de los cambios y tendencias más significativas en la integración de tecnologías digitales en las prácticas financieras de estas empresas.

METODOLOGÍA

Esta investigación presentará un enfoque de revisión sistemática que sigue las directrices del PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) para la elaboración y publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis (Page, et al., 2021). Este enfoque permite la recopilación, evaluación, síntesis rigurosa y transparencia de la literatura existente sobre la innovación financiera en la era digital en las empresas del vino.

Para asegurar una revisión completa y relevante de los estudios incluidos en esta revisión sistemática, se definen los criterios específicos de inclusión y exclusión. Estos criterios guían el proceso de búsqueda y selección de la literatura, asegurando que solo los estudios más pertinentes sean considerados para un análisis detallado. Acto seguido, se describen los criterios utilizados para la selección de estudios y las fuentes de datos que serán consultadas.

Descripción de criterios de búsqueda, criterios de inclusión y muestra final de estudios

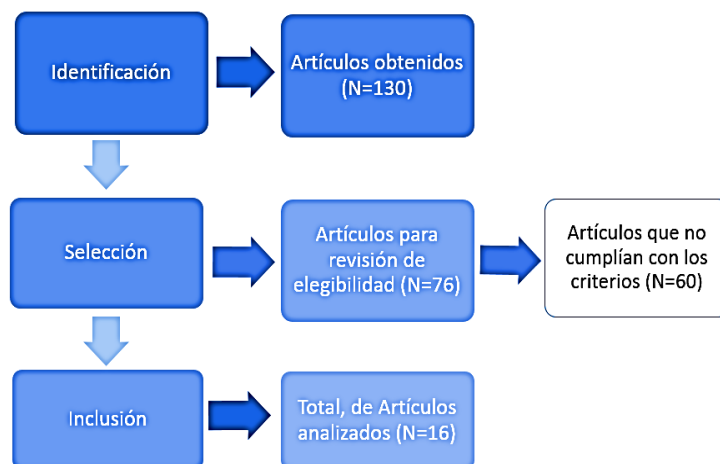
En una primera fase se realizó una búsqueda de estudios publicados en el periodo comprendido desde el año 2000 hasta la actualidad que incluyan las palabras claves: “innovación”, “desempeño financiero”, “vino”, “finanzas” y “sostenibilidad” en el título, el resumen y el texto del artículo en las bases de datos de Google académico y EBSCO. Esta búsqueda inicial arrojó 130 estudios potenciales. Se excluyeron del estudio las investigaciones cuyo ámbito se vinculaba con las palabras claves determinadas en los campos analizados en la literatura de las empresas del vino: “innovación en marketing”, “innovación en cultivos de uvas”, “innovación en elaboración del vino”, e “innovación en ventas de vinos”

Posteriormente, en una segunda fase preliminar, se examinaron 76 estudios centrados en las innovaciones financieras en la era digital aplicadas a las empresas del vino. Se estableció la relevancia contextual mediante normas y criterios específicos para incluir y excluir trabajos, con el objetivo de una selección adecuada. Es pertinente señalar que se abarcaron artículos originales derivados de investigaciones realizadas sobre el presente estudio, que coincidieran en la búsqueda en diferentes idiomas de las palabras clave como “innovación financiera”, “ecosistemas fintech”, “crowdfunding”, “criptomonedas”, “blockchain”, “fintech en seguros”, “financiamiento”, “sostenibilidad” y “vitivinícolas”.

Además, para optimizar los resultados, se utilizaron operadores booleanos “AND” y “OR”. Se excluyeron citas y patentes. Las búsquedas se realizaron en los títulos, resúmenes, palabras claves y textos completos de los artículos en las bases de datos de EBSCO, Elsevier, Emerald Publishing, Scopus, y Google académico. A continuación, en la Figura 1, se muestra de forma detallada el proceso de selección establecida, indicando las distintas fases del mismo.

Figura 1

Proceso de selección de los artículos de investigación

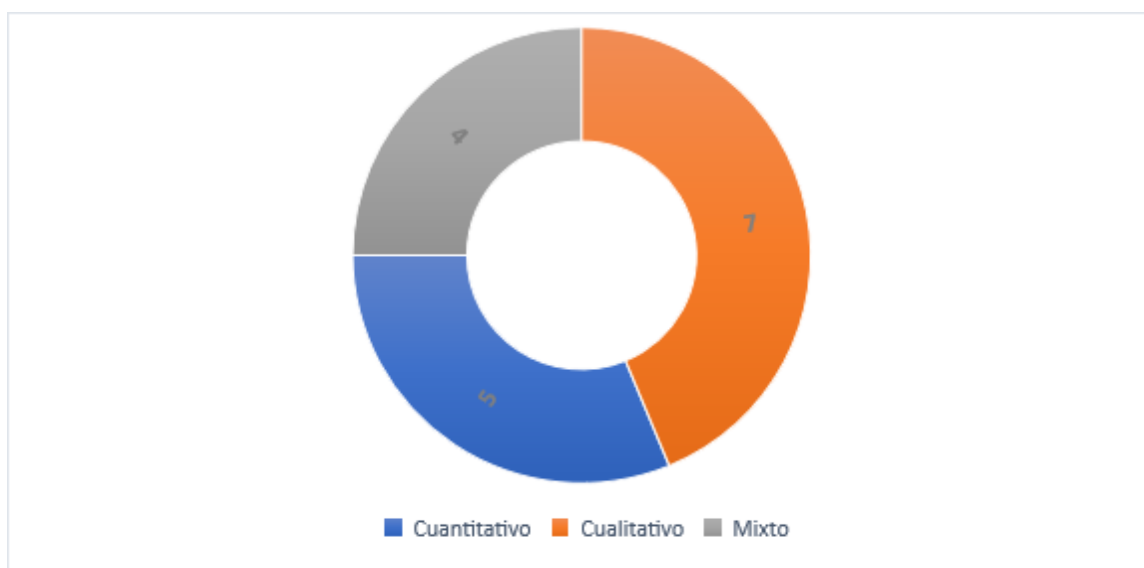


Fuente: elaboración propia.

Después, se clasificó este conjunto de estudios basándose en cuatro criterios: revisión de la literatura, contribuciones, metodología y conclusiones. Esta clasificación permite organizar los estudios como cuantitativos o cualitativos e identificar brechas de conocimiento. De los trabajos analizados, siete artículos fueron categorizados como cualitativos, centrados en el análisis mediante técnicas como entrevista y análisis de contenido. En cambio, cinco estudios fueron calificados como cuantitativos, utilizando métodos estadísticos para el análisis de variables, y, por último, cuatro fueron con enfoque mixto de investigación. En el gráfico 2, detalla la distribución de enfoque de los estudios analizados:

Gráfico 1

Enfoque de los estudios analizados



Fuente: elaboración propia.

La comprensión de las diferencias entre los enfoques de la investigación es fundamental para la comprensión de las metodologías y enfoques relevantes en la investigación actual. Esta percepción no solo facilita una mejor selección de métodos adecuados para cada artículo de investigación en concreto, sino que a su vez facilita una interpretación más exacta de los hallazgos logrados.

Por otro lado, en el gráfico 2 se muestra que, al reconocer las tendencias actuales en las metodologías de investigación, los académicos e investigadores están en posición de anticipar las futuras direcciones del campo de estudio. Esto resulta trascendental para el desarrollo de nuevas teorías y la innovación en técnicas de investigación.

Gráfico 2

Metodologías empleadas en la investigación

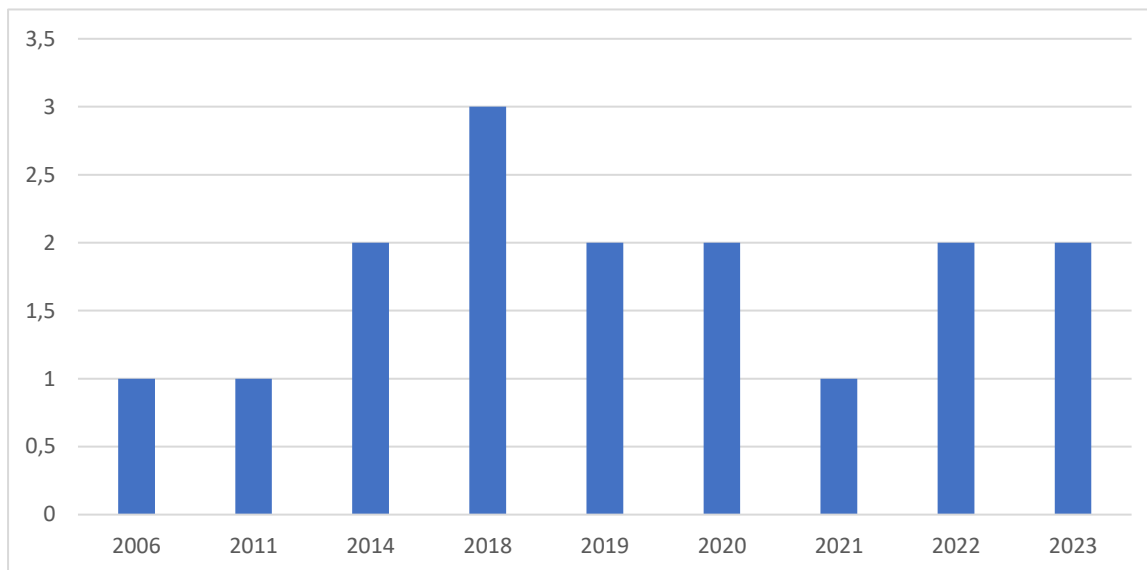


Fuente: elaboración propia.

Con el fin de proporcionar un panorama de la frecuencia de estudios presentados por periodo, se ha incluido el gráfico 3, la distribución anual de estudios presentados desde el 2000 hasta 2024. Los datos reflejan que, en los años 2014, 2019, 2020, 2022 y 2023 se llevaron a cabo dos estudios cada uno. Entre tanto, los años 2006, 2011 y 2021 solo hubo un único estudio. En el año 2018 destaca como el año con la mayor cantidad de estudios realizados, con un total de tres. Estos datos sugieren una variación en la cantidad de estudios realizados por año, señalando fluctuaciones en la actividad de investigación relacionada a este tema de estudio.

Gráfico 3

Frecuencia de estudios por período



Fuente: elaboración propia.

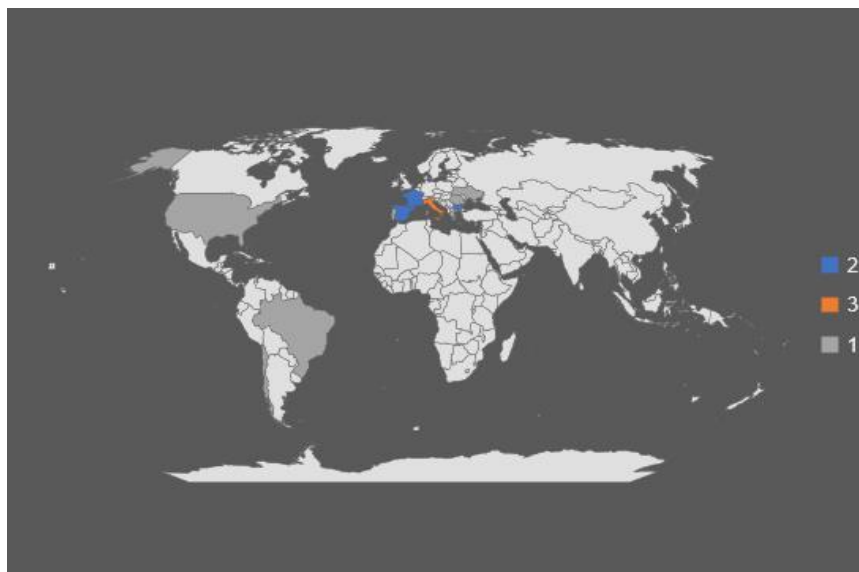
REVISIÓN DE LA LITERATURA

El proceso para seleccionar y extraer estudios incluyó diversas etapas y técnicas para garantizar una selección específica de investigaciones relevantes. Se definieron criterios de inclusión y exclusión rigurosos, utilizando herramientas avanzadas de búsqueda y análisis de datos mejorando así la calidad y relevancia de la investigación. Este enfoque minucioso en la selección de estudios no solo fortalece la fundamentación teórica del estudio, sino que proporciona un sustento consistente para la formulación de discusiones y conclusiones respaldadas en evidencia sólida y confiable.

De ese análisis se extrajeron 16 artículos científicos que brindan información sobre los esfuerzos de investigación realizados en los últimos 24 años, período reconocido como la era digital. En este tiempo, la tecnología emergió como una herramienta esencial para impulsar a las empresas a aumentar su competitividad e innovación. En el caso de la industria del vino, la innovación financiera ha seguido esta tendencia. A través de la revisión de estos trabajos seleccionados, se destaca la participación de once países distribuidos en dos continentes. En la figura 2, se aprecia que Italia se destaca con tres artículos, seguida por España, Bulgaria y Francia con dos artículos cada uno. Finalmente, Brasil, Estados Unidos, Portugal, Rumania, Chile, Ucrania y Grecia completan la lista con un artículo cada uno.

Figura 2

Frecuencia de estudios por país



Fuente: elaboración propia.

Los datos recabados se organizaron en la Tabla 1, utilizando el programa Microsoft Excel. Este método facilitó la recolección de los artículos de investigación, para su fácil comprensión y comparación con los criterios de búsqueda establecidos. En ella, se muestran distintos elementos: autores, año, título del estudio, objetivo y hallazgos.

Tabla 1

Resumen de artículos de investigación analizados en la revisión sistemática

No.	Estudio	Año	Autor	Objetivo	Hallazgos principales
1	Financial strategies of multinational firms in the world wine industry: An assessment.	2006	Coelho y Rastoin	Evaluar la participación del valor compartido de los accionistas y la financiarización en la industria.	1. Las MNE vinícolas se enfocan en maximizar el valor para los accionistas a través de estrategias de financiarización.
2	Factors of Competitiveness in the Wine Industry: an Analysis of Innovation Strategy.	2011	Fernández et al.	Estudio del efecto de la estrategia de innovación tecnológica en el desempeño empresarial.	1. La innovación de procesos es más significativa que la innovación de productos para el desempeño del negocio. 2. La estrategia de innovación incluye innovaciones de productos y procesos para la competitividad.
3	Enhancing innovation capacity wineries by optimizing the capital structure.	2014	Nizyaeva	Impacto de la optimización de la estructura de capital en el potencial de innovación de las empresas.	1. La estructura de capital de las bodegas afecta la capacidad innovadora. 2. La evaluación estratégica del costo de capital es esencial para la innovación.
4	Public and Private Investments in Innovation Capabilities: Structural Transformation in the Chilean Wine Industry.	2014	Dutz et. al.	Investigar el papel de las inversiones en capital del conocimiento en el crecimiento de las ventas.	1. La contratación de consultores extranjeros y la participación en ferias internacionales del vino impulsan las ventas de exportación.
5	An innovative model for business financing in wine production.	2018	Angelova et al.	Identificar los retos en el financiamiento que enfrentan los pequeños productores de vino.	1. Desafíos en los fondos financieros para pequeños productores de vino identificados. 2. Datos recabados de fuentes oficiales y productores locales de vino.
6	Tradition and Innovation Within the Wine Sector: How a Strong Combination Could Increase the Company's Competitive Advantage.	2018	Stupino et al.	Estudio de los efectos de la estrategia de innovación externa en la empresa de la bodega.	1. La innovación externa en el sector vitivinícola mejora la capacidad de innovación y la competitividad. 2. El estudio de caso de Esonis Meraviglia apoya el camino estratégico para la innovación.
7	Innovation in Wine Tourism Businesses: 'Turning Ashes to Gold'.	2018	Karagiannis y Metaxas	Examinar el impacto de la innovación en las empresas relacionadas con el enoturismo.	1. La innovación es fundamental para el éxito económico de las empresas de enoturismo.
8	Can crowdfunding promote innovation in the wine Industry.	2019	Nigam et al.	Estudiar el impacto del crowdfunding en la	1. El crowdfunding corta las brechas de financiamiento para proyectos vinícolas innovadores. 2. Una mayor participación entre

				innovación en la industria vitivinícola.	consumidores y productores beneficia a todos los involucrados en la industria del vino.
9	Crowdfunding in wine business as financing opportunity for smaller wineries.	2019	Festa	Explorar la dinámica de crowdfunding no accionario en la industria del vino.	1. El crowdfunding del vino involucra patrocinadores con sentimiento de involucración/involucramiento/compromiso.
10	Investment behavior and firms' financial performance: A comparative analysis using firm-level data from the wine industry.	2020	Tiberiu	Analizar los desafíos que enfrentan los enólogos y cómo ayuda el crowdfunding.	1. La rentabilidad tiene un impacto positivo y significativo en la dinámica de la inversión. 2. Una mayor participación entre consumidores y productores beneficia a todos los involucrados en la industria del vino.
11	A theoretical contribution from the perspective of innovation process in wine tourism contexts.	2020	Sousa	Identificar la literatura sobre la innovación turística de interés especial, particularmente en el enoturismo.	1. Presentar temas clásicos de innovación y emprendimiento en la investigación turística.
12	Marketing and innovations in the wine sector after the beginning of the Covid-19 pandemic.	2021	Hubenova	Evaluar la importancia de las actividades de marketing en el desarrollo de la empresa durante la pandemia.	1. Destacar estrategias exitosas de comercialización e innovación en el sector vitivinícola. 2. Las empresas vinícolas francesas y búlgaras adaptaron eficazmente las prácticas de comercialización.
13	Innovation in the Wine Industry: Taking Stock and Moving Forward.	2022	Canavati	Discutir los desarrollos recientes en la investigación de innovación de la industria vitivinícola.	1. Investigación limitada sobre innovación en la industria vitivinícola. 2. De carácter intersectorial que involucra actividades agrícolas, manufactureras, de mercadotecnia/ventas.
14	IT TECH and Cloud services In the Viticulture-winemaking Economy.	2022	De Paula Paiva	Reducir los costos de producción y aumentar la competitividad en la economía vitivinícola.	1. La integración de los servicios en la nube con la tecnología Blockchain mejora la integración de la información.
15	Financing innovation in agri-food industries: an analysis of the Italian micro, small and medium enterprises.	2023	Paoloni et al.	Investigar la estructura financiera de las MIPYME agroalimentarias italianas para la innovación.	1. La tendencia ER creció durante el período tanto para la producción como para la transformación. 2. El ROI mostró una tendencia parabólica con diferencias entre sectores.
16	Developing Green Innovations in the Wine Industry: An Applied Analysis.	2023	Sánchez-García et al.	Analizar la relación entre el liderazgo transformador verde y la innovación verde.	1. Relación positiva entre el liderazgo transformador verde y la innovación verde. 2. La motivación verde y la creatividad median la relación entre liderazgo e innovación.

DISCUSIÓN

La incorporación de innovaciones financieras en la era digital en los últimos 20 años ha sido significativa para el sector vinícola, alineándose con las tendencias globales de modernización y actualización. Este cambio ha sido impulsado por la integración de tecnologías que no solo puede fortalecer la eficiencia operativa y la competitividad, sino también contribuir al crecimiento general y la sostenibilidad de las empresas en un mercado en rápida evolución (Ndicu, 2018).

Según Fernández y Meraz (2022), la redefinición de actores y estrategias en el sector del vino es un fenómeno que se acelera de forma constante en estos tiempos. Este cambio no solo se observa en los productores tradicionales de vino europeos, sino a su vez en los países productores del nuevo mundo. De acuerdo con Chambolle y Giraud-Héraud (2003), las tácticas se orientan en el desarrollo de marcas fuertes y productos diferentes, de alta calidad y precios competitivos. Dichas estrategias se ven fortalecidas por inversiones relevantes en promoción, tecnología e innovación (Campbell y Gilbert, 2006; Hussain et al., 2008; Roberto, 2003).

Un avance importante es la aplicación de estrategias de innovación financiera que no solo potencian la competitividad, sino que también mejoran los procesos internos y estructuras de las empresas del vino (Sasha et al., 2020). La habilidad de estas empresas para adaptarse a las nuevas tecnologías y metodologías financieras ha mejorado sus decisiones financieras y sus procesos de gestión de riesgos, convirtiéndose en un elemento esencial para su éxito en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

De Paula Paiva (2022) destaca la adopción de tecnologías financieras, como el blockchain que permiten la integración de los servicios en la nube con dicha tecnología para mejorar la integración de la información. Un ejemplo de ello es cómo cada paso del proceso, desde el cultivo hasta el embotellado, se registra en bloques inmutables, lo que garantiza la integridad y transparencia de la cadena de suministro. Por su parte, diversos estudios muestran cómo el crowdfunding ha facilitado la financiación de proyectos innovadores en la industria del vino, cerrando brechas relevantes en el acceso al capital (Festa, 2019; Nigam et al., 2019; Tiberiu, 2020).

La revisión sistemática revela que, si bien se han producido avances relevantes en los últimos años, aún existen lagunas significativas en la literatura sobre la innovación en las micro y pequeñas empresas del vino. Duarte y Bressan (2016) indican que la mayoría de los estudios se centran en mediana y grandes empresas, lo que deja un área de oportunidad para investigaciones futuras que aborden las necesidades y desafíos concretos de las micro y pequeñas empresas.

Por último, la revisión revela la necesidad de fortalecer estrategias que promuevan un análisis reflexivo y sistemático en el contexto de la innovación financiera en la era digital para las empresas del vino. Este enfoque permite no solo mejorar las metodologías actuales, sino que además progresar en el desarrollo teórico y práctico del sector, ofreciendo recursos relevantes tanto para los empresarios como para los investigadores de diversas áreas de estudio. En este contexto, es fundamental asegurar un crecimiento inclusivo y sostenible en las empresas del vino a través de la incorporación de innovaciones verdes como una estrategia crucial para promover la sostenibilidad y mejorar la eficiencia operativa. Los empresarios y directivos de las empresas vitivinícolas deben incentivar a los empleados a través de la motivación y creatividad, específicamente en conceptos ecológicos, creando un entorno favorable para el desarrollo de innovaciones respetuosas con el medio ambiente (Sánchez-García et al., 2023).

CONCLUSIONES

Es de suma importancia destacar que, una vez realizada una revisión sistemática para la presente investigación se ha identificado como principales hallazgos que la adopción de innovaciones financieras en la era digital ha transformado positivamente y significativamente el sector vitivinícola, alineándose con las tendencias actuales de globalización que acontece en todo el mundo. Se han identificado las principales tecnologías emergentes como: blockchain, crowdfunding, financiamiento y green innovations. Esta última tiene una estrecha relación con las innovaciones financieras y ha demostrado que la integración de estas tecnologías facilita el acceso a nuevas formas de financiamiento y estrategias financieras innovadoras, promoviendo prácticas sostenibles y fomentando la innovación en la industria.

En esa misma línea, el crowdfunding promueve prácticas sostenibles al permitir a los enólogos financiar iniciativas ecológicas que pueden no alinearse con los intereses tradicionales de los inversores. Los proyectos de este tipo pueden atraer consumidores al tanto del medio ambiente, fomentando una imagen de marca atractiva y aumentando la competitividad del mercado (Nigam et al., 2019).

En cuanto la relevancia de este estudio ha destacado la necesidad de mejorar las características organizacionales y los métodos de producción en las PYMES del vino para mantenerse competitivas en un mercado tan demandante hasta el momento (Sasha et al., 2020). Del mismo modo, se ha observado una escasez de estudios o trabajos aplicados en las micros y pequeñas empresas vitivinícolas, especialmente en México, lo cual demuestra un área de oportunidad para abordar este tema o generar otra línea de investigaciones futuras.

Las implicaciones y aplicaciones prácticas de la innovación financiera son numerosas y trascendentales. La implementación de innovaciones financieras y tecnológicas facilita a las empresas del vino a optimizar sus procesos y estructuras internas, incrementando su competitividad en el mercado. Sumado a esto, la integración de prácticas sostenibles, facilitadas por estas innovaciones, no solo contribuyen a la sostenibilidad del ambiente, sino que por su parte permite atraer inversiones de impacto al impulsar la motivación y la creatividad ecológica, reforzando la viabilidad financiera a largo plazo y creando un entorno para el desarrollo de innovaciones respetuosas con el medio ambiente.

Para concluir, las empresas vitivinícolas que adopten estas innovaciones financieras y tecnológicas estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos futuros, mejorar su competitividad y contribuir a un crecimiento económico más inclusivo y sostenible.

REFERENCIAS

- Angelova, M., Pastarmadzhieva, D., Georgiev, P., y Dimitrova, G. (2018). An innovative model for business financing in wine production. *Journal of International Studies*, 11(4), 106-119. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-4/8>
- Campbell, G., y Gilbert, N. (2006). Introduction: Old world strategies against New World competition in a globalizing wine industry. *British Food Journal*, 108(4), 233-242. <https://doi.org/10.1108/00070700610657092>
- Canavati, S. (2022). Innovation in the Wine Industry: Taking Stock and Moving Forward. *Wine Business Journal*, 5(1), 1-5. <https://doi.org/10.26813/001c.32588>
- Chambolle, C., y Giraud Héraud, E. (2003). Economic analysis of certification by an AOC. In S. Gatti, E. Giraud-Héraud, y S. Mili (Eds.), *Wine in the Old World: New Risks and Opportunities* (15-28). Franco Angeli.
- Coelho, A. M., y Rastoin, J. L. (2006). Financial strategies of multinational firms in the world wine industry: an assessment. *Agribusiness: an international journal*, 22(3), 417-429. <https://doi.org/10.1002/agr.20095>
- De Paula Paiva, S. (2022). IT TECH and Cloud services In the Viticulture-winemaking Economy. *Ekonomika*, 265. <https://doi.org/10.36962/ecs105/3/2022-257>
- Duarte, A., y Bressan, A. (2016). Micro and small business innovation in a traditional industry. *International Journal of Innovation Science*, 8(4), 311-330. <https://doi.org/10.1108/IJIS-06-2016-0013>
- Dutz, M. A., O'Connell, S. D., y Troncoso, J. L. (2014). Public and private investments in innovation capabilities: Structural transformation in the Chilean wine Industry. *World Bank Policy Research Working*, 6983.
- Fernández, M., y Meraz, L. (2022). Etiqueta como estrategia de compra. *Vinos ganadores de concurso internacional*. *RIVAR*, 9(25), 230-245. <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i25.5457>
- Fernández, M. D., García Pardo, I. P., y de Pablo González, J. D. (2011). Factors of competitiveness in the wine industry: An analysis of innovation strategy. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 5(6), 847-857. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1076182>
- Festa, G., Metallo, G., Cuomo, M. T., y Situm, M. (2019). Crowdfunding in wine business as financing opportunity for smaller wineries. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 10(3), 278-292. <https://doi.org/10.1504/IJGSB.2019.100126>
- Hubenova, V. (2021). Marketing and innovations in the wine sector after the beginning of the Covid-19 pandemic. *Transdigital*, 2(4), 1-16. <https://doi.org/10.56162/transdigital81>
- Hussain, M., Cholette, S. y Castaldi, R. M. (2008). An analysis of globalization forces in the wine industry. *Journal of Global Marketing*, 21(1), 33-47. https://doi.org/10.1300/J042v21n01_04
- Karagiannis, D., y Metaxas, T. (2019). Innovation in wine tourism businesses: "Turning ashes to gold". In *Management and marketing of wine tourism business: Theory, practice, and cases*, 345-363.

Ndicu, N. (2018). Financial Innovation Risk, Financial Distress and Firm Value: A Critical Review of Literature. *European Scientific Journal*, 14(10), 99-118. <http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n10p99>

Nigam, N., Mbarek, S., y Benetti, C. (2019). Can crowdfunding promote innovation in the wine industry?. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 36(3), 335-354. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2019.10006134>

Nizyaeva, S. A. (2014). Enhancing innovation capacity wineries by optimizing the capital structure. *Економіка: реалії часу*, (2), 89-94.

Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., Boutron, I., Hoffmann, T.C., Mulrow, C.D., y Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *Journal of Clinical Epidemiology*, 134, 103–112. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Paoloni, M., Tutino, M., Paoloni, N., y Santolamazza, V. (2023). Financing innovation in agri-food industries: an analysis of the Italian micro, small and medium enterprises. *British Food Journal*, 125(13), 183-204. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2022-0342>

Roberto, M. A. (2003). The changing structure of the global wine industry. *International Business and Economics Research Journal*, 2(9), 1-14.

Sánchez García, E., Martínez Falcó, J., Alcon Vila, A., y Marco Lajara, B. (2023). Developing green innovations in the wine industry: an applied analysis. *Foods*, 12(6), 1157. <https://doi.org/10.3390/foods12061157>

Sasha, F., Charabsarn, A., Ahmad, N. H., y Mohaidin, Z. (2020, May). Driving Food and Beverage SMEs Innovation. In *First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium (ABEATS 2019)* (17-19). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.200514.004>

Sousa, B. (2019). A theoretical contribution from the perspective of innovation process in wine tourism contexts. *Marketing y Tourism Review*, 4(2), 1-18. <https://doi.org/10.29149/mtr.v4i2.4744>

Stupino, M., Giacosa, E., y Pollifroni, M. (2019). Tradition and innovation within the wine sector: How a strong combination could increase the company's competitive advantage. In *Processing and sustainability of beverages*, 2, 185-204. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-815259-1.00006-9>

Tiberiu, C. (2020). Investment Behaviour and Firms' Financial Performance: A Comparative Analysis Using Firm-Level Data from the Wine Industry. *International Journal of Management, Knowledge and Learning*, 9(1), 75-94

Vázquez, A., Borrego, N.C., Herrera, A.F., y Sánchez, E. (Coords.). (2022). *La industria vitivinícola mexicana en el siglo XXI: Retos económicos, sociales y ambientales* (1ª ed.). Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco A.C.