

# LAS CIENCIAS EMPRESARIALES: una aproximación a la investigación dinámica

La revista *Business Innova Science* editada por Innova Scientific, a través de su plataforma editorial busca desarrollar en su primer número la visualización siempre oportuna en torno a diversos estudios que en tiempos actuales son propicios para el debate, además de contribuir al fortalecimiento desde distintos horizontes: piezas claves e importantes en toda publicación científica. La revista *Business Innova Sciences*, desde sus líneas de trabajo ofrece a investigadores, empresarios, estudiantes y público en general investigaciones sobre ciencias administrativas, economía, finanzas, marketing y negocios internacionales, sin menoscabo de entablar un diálogo con otras formas del conocimiento comercial que son de igual manera, los diversos enfoques con que el mundo parece estar descubriendo mediante las interpretaciones y comprensiones, el universo empresarial.

Esta primera edición, persigue no solo la publicación de distintos y variados artículos sobre los escenarios con que en la actualidad se mueve el mundo, además ofrece ser una ventana por donde se vislumbren las voces, así como las venideras contribuciones sobre determinados temas, cuyo sentido está siempre atento ante las demandas de aquellos que intentan desplegar sus valiosos y siempre oportunos aportes al conocimiento en este campo.

De este modo, los artículos que hacen su aparición en este primer y celebratorio número nos permite entender el complejo universo empresarial al que hacíamos referencia hace un instante, también las novedades y hallazgos que suceden de esa suerte de indagación con que el humano ser constantemente se interroga, no solo como

ofrecimiento de una modernidad siempre inconclusa, sino también, como muestra de ese sujeto que propala sus inquietudes y formas manifiestas, volviéndolas palabras a través de diversos modos, a los que recurre para formular sus permanentes preguntas.

En este sendero que hemos trazado con sobriedad e inteligencia, se evidencian las revisiones y aportes de: Karen Bustamante, con un estudio que se titula: *La Comunicación Gerencial como Factor de Cambio en las organizaciones* donde se ponen de manifiesto los niveles en torno a los procesos de comunicación en el ámbito gerencial y como éste incide en los niveles de organización empresarial; Seguido de *El Liderazgo y la Regulación de las Emociones en un Contexto Empresarial*, de Lourdes González García, el cual corresponde con una revisión exhaustiva sobre el liderazgo dentro de las organizaciones, además del manejo adecuado de las emociones para ser aplicado según la autora, en aspectos competitivos. En relación a *Perspectivas del Comercio Electrónico al Servicio del Consumidor en la Administración Moderna*, Julián Ponce Pérez, explora el auge del comercio electrónico y como este incita a la comunidad de la administración moderna a indagar sobre el impacto dentro de las generaciones de la era digital y su estilo de compra.

Por otro lado, se presenta *El Activo Intangible: el Eslabón Faltante del Modelo de Sistema Viable (Msv) de Stafford Beer* de Neirys Soto; este estudio propone desplegar una serie de revisiones mediante el reconocimiento del ser humano en las dinámicas empresariales. Mientras que en *La Realidad Aumentada como Estrategia de Marketing en Beneficio del Ecoturismo de la Ciudad de Lima*, Ana María Barrutia Barreto, propone la elabora-

ción de un software con realidad virtual en el cual se incluya un itinerario cultural en la ciudad de Lima, apuntando a una herramienta de gestión postmoderna de city marketing. Cierra la edición, *El comprador ideal, una estrategia de marketing para las PYMES modernas* de Rosmary Cafaro Malavé, en el cual se exponen las nuevas estrategias de mercado a través de una propuesta que busca atraer al cliente empleando novedosas técnicas de consumo.

Finalmente, desde el comité editorial de la revista *Business Innova Sciences* auguramos que en las venideras y siempre oportunas ediciones, nos permitan seguir generando y comprendiendo este complejo, pero maravilloso mundo empresarial con el cual pretendemos seguir contribuyendo, en aras del fortalecimiento de la investigación y el conocimiento científico y dinámico.

**Dr. Samuel Isaías Acevedo Torres, PhD**

*Director Editorial*