

Editorial

Un conocido proverbio chino reza que un viaje de diez mil kilómetros se inicia con un paso. InnovaG decidió dar el primero hace ya tres años, y hoy todos y cada uno de sus miembros tiene el agrado de ofrecer el quinto número de la revista, producto final de una ardua labor y un continuo trabajo en conjunto.

Bajo el enfoque que adoptaron sus fundadores, la revista ha sido una vez más organizada por estudiantes de distintas facultades de la PUCP con la valiosa participación de egresados y profesores de la comunidad universitaria. Por su parte, merece especial atención que, desde el año pasado, la convocatoria de miembros se abrió a estudiantes de otras facultades, esto con el objetivo de expandir los horizontes de InnovaG hacia una propuesta que borre y trascienda los límites tradicionales de la labor de investigación.

En consonancia con lo anterior, esta edición cuenta con nueve manuscritos inéditos a cargo de estudiantes y profesores, entre los que destacan dos colaboraciones externas a la Facultad de Gestión y Alta Dirección. La particularidad de ambos trabajos es que alzan la voz en torno a una problemática hoy más actual que nunca: desde la Universidad del Pacífico, Pablo Romo presenta una contribución a la sostenibilidad del turismo en áreas naturales protegidas; Anthony Montalván, estudiante de Derecho de la PUCP, rescata a su vez la relevancia de una innovación sostenible como pieza fundamental del desarrollo de las ciudades.

Provenientes de la facultad de Gestión, los profesores Levy del Águila, Hellen López y Jorge Céspedes aceptaron publicar sendas investigaciones sobre neoliberalismo y corrupción, desigualdad y problemas sociales, e Internet de las cosas, respectivamente. El trabajo de López es además el segundo en ser publicado íntegramente en inglés en la revista, lo cual representa un renovado intento de internacionalizar a InnovaG.

Los cuatro artículos restantes exteriorizan la filosofía de la revista, pues son de autoría de estudiantes de la Facultad de Gestión y Alta Dirección. Por un lado, Claudia Gallardo establece similitudes entre una marca de alta moda y una multinacional y, a propósito de este tema, la comisión de Eventos de InnovaG organizó en noviembre un exitoso Simposio de Gestión de Moda, todo lo cual revela un creciente interés de la Gestión en tópicos de distintas disciplinas. Pero la innovación también puede evidenciarse en avances del marketing como lo demuestra Ana Rodríguez en su texto sobre el neuromarketing y comportamiento del consumidor.

Finalmente, la revista contiene los artículos de Milagros Pérez y Juan Escalante, miembros de la comisión de Publicaciones. Pérez evalúa la gestión de empresas familiares, su conformación y objetivos, mientras que Escalante analiza la técnica del storytelling aplicado al marketing político. Se propone de esta manera motivar a más estudiantes de la facultad a que sean parte de la familia InnovaG y a sumarse a un movimiento de creación de conocimiento para la prosperidad de la sociedad en sus ámbitos público, privado y social.

No menos importante es el bienestar del medioambiente, e InnovaG renueva su compromiso social mediante la revista número cinco que, al igual que las anteriores, se encuentra publicada en papel 100% reciclado, y que también estará disponible en el repositorio virtual de revistas de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Con esta edición, se pone en sus manos un nuevo aporte al avance de la gestión en el Perú, con el objetivo de continuar avanzando por aquel viaje de diez mil kilómetros, siempre un paso a la vez.

Juan Escalante