

## Editorial

Dr. Raúl Marcelo Ferrer Dávalos  
Universidad San Ignacio de Loyola, Paraguay  
mferrer@usil.com.py

<https://doi.org/10.56216/radee022021dic.e00>

---

Las empresas privadas buscan obtener crecimiento y beneficios económicos, sin embargo, en los últimos años, las empresas tienden a desarrollar un papel social mucho más amplio. Actualmente se habla de que las empresas juegan un papel importante en mantener y promocionar la paz y el desarrollo social en lugares del mundo que están siendo afectados por conflictos (Miklian & Schouten, 2019). La pandemia ocasionada por el Covid-19, produjo como consecuencia una pérdida de puestos de trabajo sin precedentes en el mundo. Las personas han experimentado desplazamientos de sus puestos laborales, despidos masivos y una significativa pérdida de sus ingresos (Gulyas & Pytka, 2020).

Todo esto hace que desde la universidad resulte imperativo enfocarse en la investigación de temas relacionados al mundo empresarial, de manera a proveer información precisa y oportuna para la evolución de los negocios. Los modelos de negocios pueden ser mejorados a través de la experimentación y de las innovaciones abiertas y disruptivas, modificando por ejemplo un solo elemento o alterando múltiples elementos de manera simultánea (Ramdani et al., 2019). Durante muchos años, la investigación de mercados ha proporcionado valiosa información sobre los consumidores, y la manera en que las empresas utilizan esa información y ajustan sus estrategias de marketing para responder a las variaciones macroeconómicas, marcan la diferencia en el desempeño de las empresas (Dekimpe & Deleersnyder, 2018).

Cuestiones como el impacto social y organizacional de la inteligencia artificial, los sistemas y metodologías de la inteligencia artificial, así como las principales tendencias de desarrollo de tecnología, como la incorporación de robots y sistemas automatizados, el internet de las cosas, y la integración de inteligencia artificial en las empresas, son aspectos que deben ser abordados desde la investigación, para lo cual la universidad tiene un rol fundamental (Loureiro et al., 2021). Asimismo, los modelos de negocios digitales, el proceso de emprendimiento digital y todo lo relacionado al ecosistema digital son temas que requieren de investigación (Kraus et al., 2019). La investigación empresarial es necesaria para identificar y comprender los temas comunes y las variaciones críticas que existen entre las diferentes economías; es importante profundizar en las relaciones de las empresas con las diferentes instituciones, y los entornos empresariales que en las economías emergentes están caracterizadas por la diversidad y la inestabilidad (Meyer & Peng, 2016).

Por lo tanto, desde nuestro rol como universidad dedicada principalmente a las carreras de ciencias empresariales, asumimos nuestro compromiso de promover y difundir la



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons  
Autor para correspondencia: Raúl Marcelo Ferrer Dávalos, e-mail: mferrer@usil.edu.py

Citación recomendada: Ferrer, M. (2021) Editorial. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 1 (2): 6-7, <https://doi.org/10.56216/radee022021dic.e00>

investigación en dicha área, para lo cual presentamos el segundo número de nuestra revista científica, con siete artículos relacionados a temas empresariales, educativos y áreas afines.

En el primer artículo, Kwan Chung, C. K. et al. se refieren a la actualidad y a las tendencias en las franquicias como una oportunidad de negocios en Paraguay. Luego, Chávez, A; Blanco, G. & Iberbuden, E. hacen un análisis del comportamiento del consumidor en el mercado de los teléfonos inteligentes.

Estigarribia, H. presenta un estudio sobre la oferta académica del año 2021 en la modalidad no presencial para la educación superior en Paraguay. Jiménez, C.; Alviso, V. & Díaz, A. hablan de la autoevaluación como parte del proceso de acreditación en la educación superior. Dávalos, J. expone un análisis sobre el empleo y el tiempo dedicado al estudio por parte de alumnos universitarios.

Alegre Brítez, M. A. & Kwan Chung, C. K., hacen una revisión de la literatura especializada sobre la gestión directiva y los estilos de liderazgo en la educación superior. Y finalmente, Rojas, A. & Canese, V. presentan un estudio comparativo sobre los resultados obtenidos al aplicar un mismo taller de capacitación en dos modalidades distintas.

Esperando que puedan colaborar con nuestra tarea de difusión de perspectivas educativas y empresariales, hacemos un llamado a la comunidad científica nacional e internacional para postular a nuestra revista artículos originales, revisiones, análisis y reflexiones sobre temas relacionados a la investigación y educación que abarcan principalmente las áreas de ciencias empresariales y las sub-áreas afines.

## REFERENCIAS

- Dekimpe, M. G., & Deleersnyder, B. (2018). Business cycle research in marketing: a review and research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 31–58. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0542-9>
- Gulyas, A., & Pytka, K. (2020). The Consequences of the Covid-19 Job Losses: Who Will Suffer Most and by How Much? *Covid Economics*, 1(47), 70–107. <https://gulyas-pytka.app/earnloss>.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2018-0425>
- Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., & Tussyadiah, I. (2021). Artificial intelligence in business: State of the art and future research agenda. *Journal of Business Research*, 129(2020), 911–926. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.001>
- Meyer, K. E., & Peng, M. W. (2016). Theoretical foundations of emerging economy business research. *Journal of International Business Studies*, 47(1), 3–22. <https://doi.org/10.1057/jibs.2015.34>
- Miklian, J., & Schouten, P. (2019). Broadening ‘business’, widening ‘peace’: a new research agenda on business and peace-building. *Conflict, Security and Development*, 19(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/14678802.2019.1561612>
- Ramdani, B., Binsaif, A., & Boukrami, E. (2019). Business model innovation: a review and research agenda. *New England Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 89–108. <https://doi.org/10.1108/neje-06-2019-0030>