

## Editorial

Con total complacencia el Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE), de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de los Andes, presenta una nueva edición de la Revista científica semestral **Visión Gerencial**. Se puede afirmar que en esta oportunidad la satisfacción es mayor en virtud de las múltiples barreras y circunstancias que rodean al mundo, en medio de una voraz pandemia, la cual exigió la suspensión de actividades en muchos trabajos en oficinas, y que el equipo editorial (árbitros, autores, diagramadores y correctores) hiciera un esfuerzo adicional haciendo gala del uso de los procesos editoriales *on-line*, y así mantener la periodicidad de la revista.

Los resultados de tal esfuerzo no fueron infructuosos, pues se obtuvo una contribución importante para la literatura primaria y secundaria de las ciencias administrativas, en las áreas del *marketing*, de talento humano y de la gerencia financiera y fiscal.

En el *marketing* se presentan varios estudios, el primero es una contribución a la mejora de un importante servicio público como lo es el transporte; ello fue posible a partir de una evaluación de la calidad del servicio ofrecido por la Sociedad Cooperativa de *Transportes Chontales de Nacajuca, S.C.R.L.*, en el estado de Tabasco, México. En dicho estudio a partir de la percepción de los usuarios, se evidenció la insatisfacción del usuario sobre la forma de conducir o manejo del conductor, con diferencias significativas en sus percepciones entre los usuarios de distintas edades.

Igualmente en materia de *Marketing*, innovación y emprendimiento se presenta una investigación basada en un metanálisis que intenta descubrir la validez instrumental

de la formación académica sobre el emprendimiento digital, es decir, la influencia de la formación académica en el emprendimiento digital.

En la gerencia financiera se recopilan los criterios de varios autores sobre la necesidad de incluir información prospectiva en el informe que emiten los administradores de la empresa; a partir de un cuidadoso análisis bibliográfico documental se pudo desarrollar un análisis prospectivo mediante estados financieros proyectados en un informe de gestión que permite visualizar a la unidad empresarial desde diferentes escenarios. Igualmente en el área financiera, otro trabajo muestra el diseño e implementación de un Cuadro de Mando Integral, a partir de la planeación estratégica, aplicado al programa educativo de Ingeniería Industrial y de Sistemas del Instituto Tecnológico de Sonora campus Empalme, en México.

En el área de la gerencia fiscal, el presente número contiene una investigación que generó una aproximación a un concepto de la gerencia tributaria, centrado en los contribuyentes, partiendo desde la universidad venezolana.

En materia de talento humano, se muestra un trabajo discursivo, que establece la relación entre estos estilos de pensamiento y los estilos de liderazgo: el horizontal y vertical, ejercido por los directivos, en su acción gestiona, en el cual se concluye que los gerentes educativos, según su estilo de pensar, promoverán un estilo de liderazgo, apuntando hacia un estilo de pensamiento crítico y de liderazgo horizontal. También, en materia de talento humano, se muestran los resultados de una investigación que desarrolló un nuevo concepto de calidad de vida basado en el pensamiento complejo, a partir de un análisis de algunos postulados desarrollados del Estado de Bienestar y las concepciones sobre calidad de vida y su relación con el pensamiento complejo, tomando como indicadores importantes a las instituciones

del sistema de seguridad social venezolano.

Finalmente, como trabajos tipo ensayos, se presentan dos artículos informativos y reflexivos. Específicamente, el primero es un discurso que contiene una interesante exposición sobre la aplicación directa de los resultados de la investigación constante de las ciencias químicas en los negocios, como una evidente fusión y ejemplo de la ciencia aplicada al servicio de la vida, y la satisfacción de necesidades humanas, a través de la industria farmacéutica, cosmética, de alimentos, entre muchas otras. El segundo, es un ensayo que intenta sensibilizar a la comunidad académica y profesional del *marketing* sobre la creación y gestión de la marca en la era digital, su valor y su relación con el usuario, mediante la valoración de conceptos estratégicos en la gestión de marca, que trascienden desde lo academia hasta el campo profesional como práctica específica y diferenciada del *marketing*.

**Dra. Marysela Coromoto Morillo Moreno**

Editora de la Revista Visión Gerencial