

## EDITORIAL

**Edgar Prieto Barboza**



<https://orcid.org/0000-0003-4817-5195>

Como citar: Prieto, Edgar (2019) Editorial. CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 16(2), Venezuela. (Pp.1-2)

La revista electrónica arbitrada e indizada del Centro de Investigaciones de Ciencias Administrativas y Gerenciales CICAG 2019, en su volumen 16 número 2, cumpliendo con su propósito de brindar oportunidad a profesionales e investigadores venezolanos y extranjeros de socializar conocimientos, presenta una serie de artículos en el campo de los negocios, así como desde un entorno gerencial, contemplando un nivel local, regional, nacional e internacional, direccionados a fortalecer enfoques teóricos, al igual que metodológicos de las ciencias administrativas.

En relación con este número, se muestra un primer artículo denominado “MARKETING INDIVIDUAL: HERRAMIENTA PARA EL EMPRENDIMIENTO DE JÓVENES UNIVERSITARIOS” presentado por Marlene Mejías Reales donde muestra una de las herramientas más reconocidas en el mundo empresarial y social como lo es el Marketing, trasladando la variable desde una perspectiva de negocios a la individual, a fin de crear un puente interdisciplinario que conecta oportunidades con realidades, con el objetivo de sumar a la plataforma ética del individuo, además de clarificar el camino de ideas que desean desarrollar los jóvenes universitarios al momento de medir su desempeño en el cumplimiento de sus objetivos, destacando habilidades para el emprendimiento y compartiendo propuestas que son pertinentes en esta tercera década del siglo XXI hacia una praxis competente.

Por otra parte, el trabajo presentado por los autores Vergara y Acevedo titulado “BRANDING RESPONSABLE: UNA APROXIMACIÓN ESTRATÉGICA A LAS ACCIONES SOCIALES DE LAS ORGANIZACIONES CHILENAS” muestran desde una serie de estudios empíricos como la responsabilidad social puede tener impactos positivos en la competitividad, al igual que, en los valores empresariales de las empresas chilenas, tomando el Branding Responsable con miras a aportar desde lo financiero, social y medioambiental compartiendo algunos ingredientes clave para las corporaciones a largo plazo. En concreto, el estudio presentado por los autores permite la adopción dentro del proceso de toma de decisión de las empresas con el objetivo de analizar este tema como una aproximación estratégica a las acciones sociales de las organizaciones chilenas, enfatizando un triple objetivo orientado a la imagen empresarial, satisfacción del consumidor, así como, bienestar a largo plazo, apoyados en el binomio externo de oportunidades y amenazas.

\*Licenciado en Contaduría Pública, Magíster en Gerencia de Recursos Humanos, Doctor en Ciencias Gerenciales y Postdoctor en Gerencia de las Organizaciones. Miembro de la red latinoamericana de investigación y capacitación en resiliencia. Es investigador, docente, conferencista, articulista, árbitro científico, jurado evaluador, colaborador en Venezuela, Argentina, Colombia, Estados Unidos y México.

Seguidamente, Fabiola Daza en el tercer trabajo comparte uno de los temas que puede ser difícil de identificar en el campo empresarial, el cual puede aportar a la creación de valor en las instituciones, para ello, la autora aborda en su artículo “CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA DE ÉXITO EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS” una explicación de cómo esta variable puede convertirse en una estrategia de éxito apoyada en teorías que se basan en activos intangibles, al igual que elementos del capital estructural. Del mismo modo, resalta en sus resultados como el Capital Intelectual interviene de poca manera en las estrategias de éxito señalando que mientras más alto sea el capital intelectual, mayor serán las estrategias de éxito.

A continuación, Ortega, González y Romay analizan en el cuarto artículo mecanismos de participación de los consejos comunales en la gestión de servicios de salud en su trabajo titulado “PARTICIPACIÓN DE LOS CONSEJOS COMUNALES EN LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO, ESTADO ZULIA” concluyendo que los mecanismos de participación son necesarios para incidir en la orientación de las políticas públicas, al buscar que los ciudadanos logren ser parte activa en la solución de los problemas de inclinación general a efectos de su comunidad, con el fin de crear un escenario que transforme el negativismo en positivismo, donde elementos de comunicación permitan la triangulación de la comunidad con el gobierno, al igual que la empresa privada y así cumplir con una adecuada gestión de los servicios de salud resaltando las bondades de la participación ciudadana para garantizar la prestación de un óptimo servicio.

Para finalizar, dentro del campo gerencial, el trabajo titulado “FUSIÓN Y ESCISIÓN DE COMPAÑÍAS TRANSNACIONALES EN EL ÁMBITO LATINOAMERICANO” del autor Francisco Maya resalta la relevancia de las operaciones comerciales en Latinoamérica, de manera especial el auge de la presencia de entidades multinacionales en procesos de fusión y escisión dentro de la región, por lo cual es pertinente la auscultación de las fases relacionadas a esas prácticas, las cuales pueden indicar una transformación compleja cuyo impacto incidiría en el progreso local e internacional.

De acuerdo con lo antes mencionado, la invitación es a recorrer cada una de las investigaciones difundidas en este número, que acentúan el tema humano y social en función del crecimiento del individuo, que, a su vez, se verá traducido en la expansión de los negocios siempre buscando poder agregar valor a la sociedad. Por consiguiente, desde la revista CICAG, se expresa el agradecimiento, además de la satisfacción del poder seguir aportando a la investigación mediante la difusión de producción científica con nuevas tendencias y con el objetivo claro de continuar formando investigadores que aporten a la resolución de problemas identificados en el país.