



Editorial

Visión Gerencial como órgano de divulgación de productos científicos, que es arbitrado, tiene por finalidad promover la discusión sobre temas de actualidad relacionados con la empresa, aplicaciones a las ciencias administrativas y hallazgos de las ciencias sociales en general, lo que necesariamente implica que el eje temático sobre el cual versa el contenido de cualquier número que se edite de esta revista, tiene un espectro amplio que es de utilidad a lectores de muy variada naturaleza.

En la actual entrega se presenta conocimiento desplegado, como lo afirmaría Edgar Morán, sobre tópicos de interés para académicos, profesionales, estudiantes, empresarios, trabajadores, gobierno, productores, gerentes que se desempeñan en el sector público y/o privado, por sólo mencionar algunos, que están relacionados con:

La responsabilidad social que, como conjunto de lineamientos estratégicos dentro de un contexto filantrópico, considera el marketing como un sistema de pensamiento organizacional;

La gestión del talento humano a través del enfoque de mercadeo, el cual considera que dicho recurso debe ser tratado como un cliente interno sujeto a constante motivación para alcanzar el éxito organizacional asociado al logro de objetivos;

La gerencia universitaria ante el cambio institucional, no sólo desde la perspectiva del proceso filosófico, ontológico y deontológico de búsqueda de la verdad, sino también con base en la estructura funcional;

La negociación de pesticidas utilizados para el control de las plagas y enfermedades del rubro papa en uno de los municipios integrantes del Estado Mérida, que es el principal productor de papa en el país (Venezuela);

El turismo y la competitividad analizados a partir de la situación actual venezolana, cuyo contenido resalta la necesidad de fortalecer la capacidad para colocar con éxito en los mercados internacionales, las bellezas naturales que el país posee; y

Un análisis de la evolución de la dirección estratégica, como integrante de la disciplina organizacional, que se centra en la tendencia predominante en algunas teorías de modificar el enfoque que se le da a este fenómeno, es decir, sobreponer los aspectos externos de la empresa sobre los aspectos internos.

Con este número, una vez más, se están publicando valiosos estudios que, de uno u otro modo, representan las inquietudes, búsquedas y esfuerzos de algunos miembros de nuestra comunidad universitaria, cuyo empeño gira en torno a proponer soluciones plausibles y provechosas para mejorar y fortalecer la gerencia, tanto de grandes empresas como de organizaciones modestas.

MARÍA YOHANA NOGUERA LÓPEZ
COORDINADORA EDITORIAL
VISIÓN GERENCIAL