

EDITORIAL

Dr. Rene Aguirre Bracho
rene.aguirre@floridaglobal.university

El tercer número de la Revista Global Negotium en este año 2021, correspondiente a los meses septiembre/diciembre, va dirigido a la divulgación de trabajos desarrollados sobre: Big data, estrategia, competitividad, sector financiero, gestión del talento humano, comportamiento ético, honestidad, cooperación, redes sociales, marketing y procesos gerenciales.

Partiendo de lo expresado, en este Vol. 4 No. 3 septiembre/diciembre, son puestos a disposición de la comunidad científica, los siguientes contenidos:

Inician la socialización de este número los Doctores Jesús Arocha, Norberto Mejía, Yolenis Suárez, quienes desarrollan el tema “Big data: Estrategia potenciadora de la competitividad en el sector financiero”, artículo que tiene como propósito ofrecer una visión integral sobre la Big Data como una solución tecnológica de avanzada que crece con mucha fuerza en la banca, como una estrategia potenciadora de la información, en este sentido, a través de ésta, se puede hacer frente a los desafíos que requiere el sistema financiero a fin de descifrar los grandes volúmenes de datos existentes y que no son explotados completamente. Para cumplir con dicho propósito es utilizada una metodología de tipo documental con diseño bibliográfico; consultando diferentes autores, recopilando información relevante con el fin de formular análisis y reflexiones finales del contenido.

Como segundo aporte, encontramos el trabajo “Gestión del talento humano fundamentado en comportamiento ético, honestidad y cooperación: Una tríada dentro de las organizaciones”. Escrito por la Dra. Cristina Seijo y el M.Sc. Alber Molina, quienes aseguran que las organizaciones están en constantes procesos de cambios y transformaciones producto de la situación adversa que azota mundialmente la sociedad.

Concluyendo que para afrontar toda esta situación la mentalidad necesita redireccionarse, adoptar conocimientos analíticos, herramientas digitales, conformación de toda la fuerza laboral y prácticas inspiradas por un propósito. Es así como el trabajo en

equipo es la clave del éxito de cualquier entorno corporativo; el esfuerzo de los distintos miembros se potencia disminuyendo el tiempo de acción y mejorando los resultados.

Seguidamente, es posible leer el artículo “Las redes sociales como estrategia apalancadora del marketing en los procesos gerenciales”, escrito por los doctores Cira de Pelekais, Elmar Aldrin Pelekais y José Walther Parrado, quienes dejan en evidencia que las redes sociales como estrategia de marketing se constituyen en un instrumento potenciador de los procesos gerenciales desarrollados en las organizaciones empresariales. Demostrando que a nivel de rentabilidad, las redes sociales son consideradas canales de comunicación, publicidad y venta, por ello, la asertividad en su uso, beneficia el logro de los objetivos propuestos, además facilita alcanzar las metas formuladas.

De igual forma, en el Prefacio de este número, el lector podrá hacer una inmersión en “La ética desde la perspectiva organizacional”, donde queda demostrado que son varias las razones que inciden en el origen de la ética a nivel de empresas, entre ellas: Las actuaciones faltas de ética, tales como corrupción, estafas del sector financiero, abuso de poder. Lo cual ha derivado en pérdida de confianza, tanto de los clientes o usuarios, al igual de los propios trabajadores. En segundo lugar, la globalización, apalancadora del crecimiento organizacional, en donde las decisiones afectan a un mayor número de personas. En tercer lugar, la reputación e imagen organizacional, ya que las empresas hacen grandes esfuerzos por mantener una vinculación con los valores y principios éticos, con el propósito de ganarse la confianza de sus clientes o usuarios.

Finalmente, se expone la reseña bibliográfica, sobre el libro “El infoconocimiento: Una propuesta gerencial”, escrito por Marisleidy Alba Cabañas (2020), quien en 189 páginas describe como el conocimiento en la actualidad, constituye un recurso estratégico, un importante activo imprescindible para el desarrollo de las organizaciones. Señalando que la competitividad será para quien tenga el conocimiento mejor definido y para quien lo maneje mejor. En este contexto es donde alcanzan un significado relevante las herramientas informáticas que permiten la gestión de la información y el conocimiento en las organizaciones. La dinámica actual del entorno empresarial exige cambios en la dirección de las organizaciones. Siendo necesario el empleo de herramientas que permitan argumentar científicamente el proceso de toma de decisiones en la gestión empresarial.