

EDITORIAL

Dr. Jesús Alfonso Arocha Rangel

jarocho@urbe.edu.ve

Venezuela

El segundo número de la Revista del CICAG en este año 2023 correspondiente a los meses marzo/agosto, va dirigido a la divulgación de trabajos desarrollados sobre el liderazgo ambidiestro, la visión estratégica de la gerencia sostenible, el Aportes de la logística verde, Networking como alianza estratégica, el Liderazgo liquido en Empresas Privadas y el Marketing digital para el desarrollo de identidad corporativa sustentable.

Partiendo de lo expresado, en este Vol. 20 No. 2 marzo/agosto se encuentran a disposición de la comunidad científica los siguientes contenidos:

Inicia la socialización de este primer número Walter Jesús Rodríguez Cuauro, con el artículo **“Liderazgo ambidiestro: nutriendo el ecosistema organizacional como el micelio”**.

El propósito de este artículo fue el analizar es estilo de liderazgo ambidiestro, una analogía como lo es ecosistema organizacional. Metodológicamente la Investigación es documental bajo el paradigma cualitativo, utilizando la observación como técnica de recolección de datos. El liderazgo ambidiestro, esencial para la eficacia operativa y la innovación en la gestión del capital humano y recursos.

En resumen, al emular las características del micelio y la micorriza, el liderazgo ambidiestro emerge como una estrategia efectiva para las organizaciones, resaltando su capacidad de adaptación, eficiencia en la absorción de recursos y promoción del trabajo colaborativo. Estos elementos son esenciales para impulsar la innovación y el rendimiento organizacional en un entorno dinámico y cambiante.

Como segundo aporte, encontramos el trabajo **“Visión estratégica de la gerencia sostenible en empresas públicas”**, escrito por Lemaire José Varela Varela.

En el tema de estudio visión estratégica de la gerencia sostenible en empresas públicas, se consideran aspectos resaltantes que lo ubican dentro de un contexto transcendental. Metodológicamente este artículo se desarrolló con una modalidad de tipo documental respaldado en el paradigma cualitativo, para indagar la temática investigada.

Es por ello que la gestión ambiental se refiere a la administración y manejo de todas las actividades humanas, influyendo en el medio ambiente y asociadas a estrategias organizacionales. Como resultado puede decirse que la visión estratégica y la gerencia sostenible en empresas públicas son elementos que deben considerarse para el cumplimiento de las metas propuestas.

El tercer aporte, pueden leer el artículo “**Aportes de la logística verde en la gerencia emergente**”, escrito por Elaine Lorena Bastidas Tapia.

El objetivo de este artículo es analizar los aportes de la logística verde en la gerencia emergente. Con base en la aproximación metodológica utilizada se enfoca en una revisión documental bibliográfica bajo el paradigma cualitativo, método hermenéutico, siendo la observación la técnica de recolección de datos.

Concluye que la logística verde desde una visión integral puede ofrecer diversos aportes a la gerencia emergente, al asumir una nueva relación hombre-naturaleza, logrando establecer estrategias dirigidas al desarrollo sustentable, contribuyendo de manera significativa a reducir el daño ambiental, de esa manera, materializar ese nuevo episteme ético que se ha ido conformando en la gerencia centrado en el bien común.

Seguidamente, contamos con el cuarto artículo “**Networking como alianza estratégica para el fortalecimiento del capital social empresarial**”, escrito por María Fernanda Chirinos Rico.

El propósito de esta investigación es analizar el Networking como alianza estratégica para el fortalecimiento del capital social empresarial, ha marcado un gran impacto toda vez que durante las medidas sanitarias-económicas tomadas por el Ejecutivo Nacional producto de la pandemia por COVID-19. Metodológicamente, la revisión documental contentiva de los diferentes aportes

teóricos de autores expertos en la materia, permitieron en base a la observación y análisis de los mismos.

Como conclusión que el sector empresarial venezolano desarrolló bajo los efectos del Networking una sinergia estratégica para lograr mantenerse en el mercado y acceder a otros, en aras de poder fortalecer su capital social, dado que el aporte de los socios existentes o socios nuevos aumenta el valor nominal del mismo, logrando así consolidar sus intereses y construir una economía más de cooperación que de competencia

Se presenta el quinto aporte, donde pueden examinar el artículo “**Liderazgo líquido en Empresas Privadas**”, escrito por Ninoska del Valle Montiel Parra.

El presente trabajo tiene como objetivo realizar una revisión sobre el liderazgo líquido, y su impacto dentro de las organizaciones y/o empresas del sector privado en Venezuela. La investigación se abordó desde la perspectiva de un paradigma positivista, con un alcance perceptivo. Concluye que los aspectos más importantes que debe tener un líder líquido dentro de las empresas privadas, capaz de guiar a las empresas por este camino, minimizando los efectos y consecuencias por el rechazo al cambio que genera todo proceso transformador.

Cierra la socialización con el artículo “**Marketing digital para el desarrollo de identidad corporativa sustentable: enfoque de la transformación digital**”, escrito por Eduin Miguel Montes Reverol.

El presente artículo tiene como objetivo explorar el marketing digital para el desarrollo de identidad corporativa sustentable desde el enfoque de la transformación digital. La metodología empleada fue analítica y bibliográfica, sin experimentación directa, para analizar la intersección entre el marketing digital, la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad, destacando su relevancia en la construcción de una identidad corporativa sólida, influenciando la capacidad de la empresa para generar un impacto positivo. La conjunción de sostenibilidad y marketing digital se refleja en el marketing sostenible, buscando fortalecer la posición de la empresa de manera rentable y sostenible.