

Recibido: 12/10/2021

Aceptado: 22/10/2021

Liderazgo social corporativo como estrategia gerencial

Corporate social leadership as a management strategy

Norberto Mejía

Florida Global University

dr.norbertomejia@gmail.com

Miami-USA

RESUMEN

El presente artículo, se desarrolló con el objetivo de analizar el liderazgo corporativo como herramienta estratégica gerencial, 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. Para la fase en la cual es consolidada la información, se utiliza una base de datos elaborada para tal fin. En el desarrollo del análisis de los documentos y fuentes, se procedió a elaborar fichas de contenido textual, las cuales permiten el manejo de los datos. Los resultados obtenidos arrojaron que para que el liderazgo social corporativo se lleve a cabo en las instituciones, es necesario desarrollar la habilidad para entender las necesidades de sus trabajadores, concluyendo que esta deberá ser perfeccionada a través de talleres de mejoramiento de las relaciones interpersonales, creando atmosfera laboral que propicie la cercanía y empatía.

Palabras clave: Liderazgo, social, corporativo, estrategia, gerencial.

ABSTRACT

This article was developed with the objective of analyzing corporate leadership as a strategic management tool. To fulfill this purpose, a documentary-type methodology with bibliographic design is used; consulting different authors, gathering relevant information in order to formulate analysis and final reflections on the content. For the phase in which the information is consolidated, a database prepared for this purpose is used. In the development of the analysis of the documents and sources, we proceeded to elaborate textual content files, which allow the handling of the data. The results obtained showed that for corporate social leadership to be carried out in institutions, it is necessary to develop the ability to understand the needs of their workers, concluding that it should be perfected through workshops to improve interpersonal relationships, creating an atmosphere work that fosters closeness and empathy.

Keywords: Leadership, social, corporate, strategy, managerial.

INTRODUCCIÓN

El mercado se encuentra sujeto a la oferta y la demanda, posee elementos distintos, atraviesa por circunstancias de índole política, económica, social, cultural, que inciden de forma directa en el accionar gerencial y corporativo. Cabe mencionar, que el mercado de trabajo se encuentra representado por los trabajadores y empleadores, que son quienes conforman la demanda y la oferta de trabajo, respectivamente.

Cabe destacar, que uno de los principales problemas de la economía moderna es la diferencia de poder de negociación entre la oferta y la demanda laboral, en este sentido, el argumento inicial a favor de la representación de este tipo, podría darse la posibilidad de un desequilibrio de poder entre el trabajador y el empleador. Es importante destacar, que con estos elementos se quiere garantizar la equidad y la justicia social en un sistema de mercados donde se trata de evitar en forma general el predominio de una de las partes.

A este respecto en Venezuela existe diferencias entre el sector formal e informal de la economía, sobre todo a nivel de marco regulatorio, lo cual incide a la hora de seleccionar, emplear y despedir a los trabajadores, la dificultad del sector privado formal para crear nuevos empleos atiende a las características institucionales, al estar sujeto por normas salariales, indemnizaciones, condiciones de despidos, entre otras. Conduciendo a que los empleadores reaccionen no solo a los movimientos de los precios relativos, sino a las restricciones legales.

En esta dirección surge la necesidad de llevar a cabo una investigación titulada liderazgo social corporativo como estrategia gerencial con el propósito de elaborar estrategias competitivas de liderazgo en la gerencia.

METODOLOGÍA

Esta investigación fue desarrollada de tipo documental, ya que se concentró exclusivamente en la compilación de información en diversas fuentes, examinar documentos escritos referentes al liderazgo corporativo como herramienta estratégica gerencial. En este sentido, para Hernández et al., (2017), la investigación de tipo documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiendo por estos, todo material al que se pueda acudir como fuente de

referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, las cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento.

De igual manera, Pelekais et al., (2015), describen el desarrollo de la investigación documental, como aquella que requiere, como condición necesaria, un tema seleccionado, delimitado, justificado, producto de la documentación o de la reflexión personal. Igualmente, se pretende plantear un marco de referencia preliminar que permita orientar la recolección de la información, como la redacción posterior del informe de la investigación. Para el desarrollo, propiamente dicho, es imprescindible ser preciso, claro y sintético, lo cual puede permitir abordar sólo lo contemplado y sea pertinente, respondiendo a los propósitos de la investigación. Finalmente, para que la redacción sea íntima, es necesario agotar varias versiones, experimentar, totalmente, el proceso de escritura.

Asimismo, se enmarcó en un diseño bibliográfico, basándose en la exploración metódica del documental recopilado referente al tema examinado, con la finalidad de realizar el respectivo análisis. El diseño bibliográfico, según Sabino (2014), se establece cuando los datos a emplear han sido recolectados en otras investigaciones y son conocidos mediante los informes correspondientes a datos secundarios obtenidos por otros, elaborados y procesados de acuerdo a los fines de quienes los manejan.

Para la consolidación de la información, se utiliza una base de datos elaborada para tal efecto, en la que se guarda la información recabada. En el desarrollo de la etapa de análisis de los documentos, fuentes o datos, se procedió a elaborar las fichas de contenido textual.

RESULTADOS

Liderazgo social y Liderazgo social corporativo

En la actualidad, las nuevas tendencias corporativas hacen énfasis en desarrollar estrategias que las provean de competitividad dentro del mercado donde se desarrollan, por lo tanto para alcanzar su fin, procuran contar con talento humano de calidad que luche de la mano con ellas y así consolidar el bienestar de la organización o empresa. En tal sentido, al hablar de las personas que operan dentro de la organización es preciso hacer mención de los líderes, quienes con su esfuerzo orientan a sus subordinados o colaboradores a conseguir un objetivo en común.

Al respecto, el desarrollo del liderazgo dentro del organigrama empresarial permite influir en otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes. Al mismo tiempo, exige aptitudes en el individuo para que sea capaz de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo. En otras palabras, el liderazgo es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea este personal, gerencial o institucional.

En tal sentido, para Koontz y Wehrich (2007), el liderazgo es una capacidad, una condición y competencia que tienen las personas para influir en los demás, Así mismo expresan que el mismo “es el arte o proceso de influir en las personas para que se esfuercen voluntariamente y entusiastamente en el cumplimiento de metas grupales”, es decir, el liderazgo implica una atracción hacia los demás, quienes se convencen y siguen pautas y lineamientos es porque asumen que quien las propone los llevará al éxito y a la efectividad.

Por su parte, Davis y Newstom (2009), manifiestan que el liderazgo “es el proceso de influir en otros al apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos”. Es decir, el liderazgo es el factor crucial destinado para que los individuos o grupos identifiquen sus objetivos y creen estrategias para alcanzarlos, sirviendo de catálogos al transformar el potencial en realidad, por cuanto todo líder identifica, desarrolla, canaliza y enriquece el potencial existente tanto en una institución como en sus miembros.

En el mismo orden de ideas, según Pacheco (2009), un líder social es quien ejerce liderazgo, a través de la dinamización de un grupo o de una organización para su desarrollo con base a un proyecto común o un proyecto compartido. Por lo tanto, un líder social es aquel individuo que tiene las competencias, habilidades y destrezas para conducir un proyecto, para seducir a otros con un proyecto que es compartido y que tiene además, la capacidad de empoderar a otros, de formar nuevos líderes, de transferir lo que está haciendo para que otros líderes en otras situaciones puedan ejercer un nuevo liderazgo.

Según diarioresponsable.com/opinion/16284-liderazgo-social. Para los líderes sociales su labor tiene un importante componente axiológico y una orientación ética. Su actividad cotidiana tiene sentido porque remite a una causa noble, y esta se traduce desde un punto de vista muy genérico en la defensa tanto de principios fundamentales como de valores que orientan e impregnan no solo las acciones individuales sino también a toda la organización. Cuando esto ocurre, los principios y valores se convierten en el combustible

que orienta la acción, el resultado puede ser formidable. Algo que a menudo se olvida, como a menudo se olvida que no todo se resuelve en las organizaciones a partir de un sistema de incentivos.

Para el investigador, en consonancia con lo establecido con Pacheco (2009), un líder con un enfoque social es aquel que ejerce su rol de liderazgo dentro de un grupo u organización en pro de un proyecto compartido. Para ello fomenta valores dentro de su equipo de colaboradores para que de manera cónsona puedan alcanzar los objetivos planteados dentro de la organización, lo cual permitirá el desarrollo no solo de la organización sino también el logro de los propósitos de cada uno de los trabajadores y se traducirá en calidad de vida y bienestar para cada uno de ellos.

En síntesis, el liderazgo, es el resultado, no siempre querido ni previsto, de una aventura exterior con la comunidad pero también interior con uno mismo que, además de contribuir a transformar la sociedad, transforma el sujeto y da un sentido nuevo a su labor y a su vida. Es esa tarea de exploración interior, que acompaña el camino del compromiso cívico de los líderes, la que les permite también llegar a tener una visión clara de la misión, los ideales y los objetivos que les mueven y trasladarlos luego a sus organizaciones y a su sociedad. Son, pues, activistas reflexivas.

ELEMENTOS DEL LIDERAZGO SOCIAL

Los seres humanos y las organizaciones sociales debido a que se encuentran sumergidas en cambios continuos están propensos a pasar por situaciones que provocan confusión e inseguridad. Sin embargo, si se cuenta con las herramientas necesarias dichas circunstancias pueden ser manejadas con claridad sin perder el rumbo de las metas trazadas por la organización.

En tal sentido, Ruíz (2008), estima la necesidad de contar con líderes emocionalmente inteligentes, capaces de actuar con rapidez movidos por el palpito, es decir que utilicen la intuición como consejera y aunque para muchos esta característica en un líder no es viable en palabras del autor, la intuición junto con la imaginación envisten a un líder de un poderío inimaginable debido que son las emociones las que dictan sentencia en la mayoría de las situaciones por las que pasa el ser humano y al tener la capacidad de sentir las, escucharlas y comprenderlas ayudará en gran manera a la solución de conflictos.

Siguiendo el orden de ideas, antes de abordar de forma específica los elementos de un líder social corporativo, llama la atención lo expresado por Ruíz (2008), al hablar de inteligencia emocional como una de las características propias de aquel individuo que ejerza la tarea de liderazgo, por ello se define lo que en palabras de Goleman (2012), en referencia al término, el cual consiste en una serie de actividades que sirven para apreciar y expresar de manera justa las emociones de los individuos, y de la misma manera poder emplear la sensibilidad a fin de motivarse, planificar o realizar en forma cabal cual acción propia de la vida.

Aunado a ello, va de la mano la generosidad, la cual se expresa mediante la concesión económica, cultural, ecológica. Para Sánchez (2013), es entendida como una de las virtudes más importantes debido que, permite asistir a otro en forma voluntaria sin coacción alguna bien sea con tiempo, objeto dinero o cualquier tipo de asistencia o contención.

Por último, estima Ruíz (2008), como elemento de un líder social la percepción de oportunidad, la cual es una acción táctica, un cambio acertado de parecer, un paso adelante tomando con decisión. El líder emocionalmente oportunista es capaz de percibir antes que nadie un cambio de tendencia y aporta la suficiente inteligencia para atacarla en su momento.

Por su parte Sánchez (2013), si se quiere clasifica los elementos de acuerdo al cargo ocupacional que desempeña el individuo dentro de la empresa, estableciendo como regla general el manejo de habilidades comunicacionales, mientras que aquellos que ocupan cargos de alta gerencia deben a su vez dominar las habilidades personales y los que conformen los niveles inferiores del organigrama deben tener habilidades propias de la toma de decisiones.

De la misma manera, el investigador considera oportuno los señalamientos realizados por Ruiz (2008), al definir los elementos de un líder social desde un enfoque de inteligencia emocional, por cuanto escribe al líder como un ser que debe poseer cualidades de comunicación, de percepción y de fácil respuesta ante las adversidades o situaciones en general que sucedan dentro de la organización resultando ser mejor manejadas si se cuenta con inteligencia emocional.

INFLUENCIA

El liderazgo, requiere de compromiso, esfuerzo, entrega y dedicación de manera consiente para que la gente se sienta motivada y haga lo que tiene que hacer. Dicho en otras palabras, el liderazgo se relaciona con la influencia que posee un individuo denominado líder para ejercer ante los demás por medio de un proceso de comunicación un conjunto de directrices diseñadas para llevar a cabo una finalidad bien sea personal o empresarial.

Al respecto, para Agüera (2013), la influencia es la energía y el proceso que moviliza, es decir motiva a otros para la realización comprometida de una tarea u objetivo. Partiendo de la referida premisa, la influencia es una cualidad imperativa y necesaria para aquel que ejerce el rol de liderazgo, la cual le permite orientar a sus colaboradores a alcanzar objetivos organizacionales o bien para conducir dentro de ella procesos de cambio destinados a vigorizar y fortalecer su cometido.

Al mismo tiempo, para Chapman (2012), la influencia es el poder o la autoridad que ejerce alguien sobre otro sujeto. Dicho poder se puede utilizar para intervenir en un negocio, para obtener una ventaja o para ordenar algo. En otras palabras, la influencia es la capacidad de controlar y modificar las percepciones de los demás. De la misma manera, indica el autor sobre el concepto que es de carácter subjetivo por lo tanto la percepción de la influencia de una persona sobre otra varía según el espectador.

Se observa también lo considerado por Ramos y Díaz (2010), al establecer a la influencia como una herramienta necesaria en la puesta en marcha del liderazgo. La misma, está asociada a la confianza que inspira el líder en sus seguidores. Para los autores “el liderazgo es influencia”. Dicho de otra manera, ambos significados deben ir de la mano para poder tener éxito en los objetivos de la organización, debido que la base de toda relación interpersonal se encuentra en la confianza, las cuales sólo se han de lograr con la actuación íntegra, competitiva y ética que demuestre el líder.

Partiendo de lo hasta ahora expuesto, el liderazgo, no es más que la actividad o el proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo, para lo cual es necesario concebir una visión de lo que debe ser la organización y generar las estrategias necesarias para llevarla a cabo, mediante una coalición cooperativa de recursos humanos altamente motivados y comprometidos para convertir esa visión en realidad.

Ahora bien, la influencia vista desde el enfoque dado por Cuadra y Veloso (2007), forma parte de una de las dimensiones del llamado liderazgo transformacional, donde la misma resulta ser el grado en el que el líder hace énfasis en la confianza, tomando una posición determinada en momentos y aspectos complicados para así resaltar la importancia y el propósito del compromiso que tienen frente a la entidad, estando consientes que sus decisiones y consecuencias éticas lo relacionan con sus seguidores en un nivel emocional.

Dentro del conjunto de consideraciones, a modo de síntesis se hace pertinente señalar lo planteado por Gioya y Rivera (2008), al estimar que en todas las teorías o clases de liderazgo se estima el concepto de influencia, sea de arriba abajo, bidireccional o relacional entre miembros de un grupo, debido que el liderazgo por ser una actividad entre personas supone la necesidad de una relación de carácter dinámico donde quien posee el papel de líder ejerza una influencia entre los miembros de un grupo para así facilitar el logro de los objetivos previstos.

Por su parte, según Ramos y Díaz (2010), el liderazgo así como la influencia debe ir de la mano, en este punto es importante considerar ambas aptitudes para el ejercicio eficaz del liderazgo. Para lograrla se necesita una buena relación interpersonal entre todos los miembros del equipo y su líder el cual solo ha de materializarla mediante el desarrollo de una actuación íntegra, competitiva y llena de ética que influya de manera contundente ante quienes representa la figura de autoridad.

Vinculado al concepto, Cuadra y Veloso (2007), consideran a la influencia como parte importante de liderazgo transformacional, los cuales involucran al líder y a sus seguidores desde un plano no solo organizacional sino a un nivel emocional, facilitando el desempeño de todos los miembros del equipo. A este punto el concepto involucra la parte motiva de los individuos que forman parte del equipo de trabajo fomentando la seguridad, la motivación y la confianza.

Por último Gioya y Rivera (2008), comprenden a la influencia con un carácter dinámico con lo cual se puedan alcanzar los objetivos planteados. En virtud de las reflexiones planteadas, para el investigador la influencia es aquella cualidad que define a un líder, la misma le permite a este ejercer de manera efectiva su labor ante sus colaboradores al determinar su forma tanto de pensar como de actuar. La misma se encuadra

perfectamente con la influencia social por cuanto es un proceso psicológico social donde una persona logra influir en los comportamientos de los demás.

ESTRATEGIAS PARA LA APLICACIÓN DEL LIDERAZGO SOCIAL.

Para los líderes sociales, su labor tiene un importante componente axiológico y una orientación muy precisa hacia la ética. Su actividad cotidiana tiene sentido debido a que descansa en el ejercicio de una causa noble y en la defensa tanto de principios fundamentales como de valores orientados a impregnar no sólo las acciones individuales sino también a toda la organización.

Ahora bien, a los fines de poder establecer las estrategias aplicables en el ejercicio de un liderazgo social corporativo, es importante abordar conceptos tales como líder social así como también de responsabilidad y de responsabilidad social corporativa para poder entender aquellos aspectos que individualizan el liderazgo social corporativo de los otros existentes pudiendo conocer cuales elementos, principios y estrategias resultan idóneas para el alcance de los objetivos planteados por la organización en función del cumplimiento del carácter social que pretende.

En tal sentido, para Sánchez (2013), un líder social es quien ejerce el liderazgo, basándose en la función de dinamización de un grupo o de una organización para su desarrollo en virtud de un proyecto común o compartido. De la misma manera que, un líder social resulta ser un individuo con competencias, responsabilidades, habilidades y destrezas que lo hacen idóneo en la conducción de un proyecto, y que además posee la capacidad de formar nuevos líderes.

Aunado a ello, Navarro (2005), de conformidad con lo estimado en líneas anteriores, sostiene que el término responsabilidad viene de responder, defender o justificar lo que se dice, hace u omite. Se es responsable cuando se tienen varias posibilidades de elección y se decide por una, que es por la que se debe responder. Cuando no existen alternativas no puede exigirse la responsabilidad moral, entre otras cosas porque no ha existido la libertad de elección, ni auténtica voluntad para actuar. De esta forma, la esencia de la responsabilidad, es la existencia de libertad y de voluntariedad.

De la misma manera, Oberto (2007), considera la responsabilidad social como el reconocimiento de que las organizaciones tienen una influencia significativa en el sistema social, y que tal influencia se debe considerar y equilibrar de un modo apropiado en todas

las acciones de la organización. Incluyendo las acciones de liderazgo. Simplemente, quiere decir que las organizaciones deben funcionar como parte de un sistema social mayor, porque de hecho, forman parte del mismo.

Lo hasta ahora expuesto ayuda a comprender que para la puesta en marcha de un liderazgo con carácter social se requiere por parte de la organización que maneje un conjunto de valores en la gestión empresarial ordinaria la cual requiere de ámbitos internos y externos, comprendiendo el primero como aquel referido al campo laboral y el segundo a los vecinos o la comunidad local en la que opera.

Atendiendo las consideraciones, el investigador fija posición con lo establecido por Sánchez (2013), al establecer si se quiere las características de un líder social tales como responsabilidad, habilidad y destreza hasta lograr involucrar a todos los miembros del equipo en la ejecución de la tarea en común. En este punto, para el autor aquel individuo que desarrolla un liderazgo social debe enfocarse no sólo en establecer estrategias u objetivos sino en ejercerlos con responsabilidad y convicción. Su meta es el ejercicio de su labor en forma ética haciendo que el liderazgo impacte en la cotidianidad de la empresa o entidad y la haga no sólo destacar sino permanecer en el tiempo.

BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DEL LIDERAZGO PARTICIPATIVO

El ejercicio del liderazgo participativo permite involucrar a los miembros de la organización, por cuanto ofrece la oportunidad de contar con un punto de vista más amplio a la hora de tomar decisiones. De la misma manera, dicho liderazgo contribuye a generar vínculos más estrechos entre los integrantes del grupo, dando paso a la creación de grupos de trabajo mucho más sólidos y eficaces.

Al respecto, Remacha (2016), considera que un líder responsable es aquel que en ejercicio de su actividad, está enfocado en beneficiar no solo a los propietarios en carácter de accionistas sino al resto de los constituyentes de la organización, para ello se enfoca en la puesta en marcha de nuevas estrategias que le permitan ejercer con efectividad su función resultando ser el liderazgo participativo una excelente estrategia de planificación y gestión.

Por su parte, Warren y Burt (2010), estiman el término participación dentro del contexto del liderazgo como aquella influencia que resulta del hecho de que una persona asuma un papel activo en el proceso de toma de decisiones. En tal sentido, la participación

se define como aquel estilo de dirección que presenta ventajas por cuanto fomenta la consolidación de un mayor compromiso de los trabajadores hacia la organización.

Igualmente, Aldana (2012), considera que al entenderse la participación empresarial como el proceso activo de los miembros de la organización en la ejecución de las tareas o proyectos establecidas por ella aumenta de manera significativa la satisfacción en el trabajo a su vez que incrementa la actitud positiva de los empleados ante sus dirigentes.

Así mismo, Largacha y Sierra (2012), consideran que gracias al ejercicio del liderazgo participativo es posible motivar a los colaboradores de una organización para que entre todos se satisfagan los objetivos de ella. Al mismo tiempo, con la puesta en marcha del referido tipo de liderazgo se consigue no solo cumplir con las metas organizacionales sino además quienes participan en ellas se sienten que son considerados no como una parte operativa, sino como una parte esencial y con poder transformacional dentro de su ambiente laboral.

Al respecto, el investigador fija posición con lo establecido por Largacha y Sierra (2012), cuando afirman que son los que mejor manifiestan la aplicación del liderazgo participativo estableciendo que su aplicación promueve la motivación de los colaboradores dentro de la organización, haciéndolos sentir algo más que un elemento de carácter operativo sino como una pieza de suma importancia en el organigrama laboral. A su vez, los mismos establecen que quienes ejerzan el referido liderazgo deben contar con habilidades y capacidades suficientes para no fracasar en su gestión.

Finalmente, considera el investigador que el liderazgo participativo promueve valores de sentido de propiedad hacia la organización debido que el colaborador se satisface en la ejecución de los proyectos y metas trazadas, debido que aun sin ser el líder ha tenido una participación activa en todo el proceso pudiendo palpar de manera directa la consolidación del logro de los objetivos.

CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo específico que definió los elementos del liderazgo corporativo como herramienta estratégica gerencial, los hallazgos indican que el objetivo común y los procesos obtuvieron los más altos porcentajes; por lo que se debe concluir que los procesos de liderazgo social se asocian a objetivos comunes, que se determinan en

conjunción de la visión del líder con las propuestas de formas de acción para alcanzarlos, que definen los colaboradores.

Del mismo modo, se cumplió el objetivo específico que identificó las estrategias para la aplicación del liderazgo corporativo como herramienta estratégica gerencial, y los resultados alcanzados definen que dichas estrategias están basadas en la acción del líder en dirigir el camino a seguir para la realización de las tareas a sus colaboradores. Las demás estrategias alcanzaron muy irrisorios porcentajes de frecuencia.

Seguidamente, se le dio cumplimiento al objetivo específico que enunció los beneficios de la aplicación del el liderazgo corporativo como herramienta estratégica gerencial, siendo que los hallazgos estadísticos indican que la colaboración y la confianza obtuvieron la mayor anotación respecto de su frecuencia en los ambientes bancarios en estudio. Por lo cual, se concluye que la colaboración forma parte de una filosofía de gestión en todos los niveles y es un elemento distintivo en los equipos de trabajo. De igual forma, la confianza es la certeza que poseen los líderes sobre las competencias y habilidades de sus colaboradores, por lo cual siente plena tranquilidad en delegar tareas desafiantes o retadoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüera, E. (2013). Liderazgo y Compromiso Social. Hacia un Nuevo Tipo de Liderazgo Estratégico, Ético y con Compromiso Social. Octava Edición. Editorial This One. México.
- Aldana, R. (2012). Liderazgo resonante como herramienta de fortalecimiento del capital social, realizado en la Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín para obtener el título de doctor en Ciencias Gerenciales. Maracaibo- Venezuela.
- Chapman, A (2012). Consultor de Desarrollo Organizacional y Personal. Creador del Website. www. Businessballs.com. Consejos para el Desarrollo del Liderazgo. Reino Unido.
- Cuadra, A., Veloso, C (2007). Liderazgo, Clima y Satisfacción en las Organizaciones. Publicación de la Revista Arbitrada Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales. Publicación Semestral del Instituto de Estudios Humanísticos “Juan Ignacio Molina”. De la Universidad de Talca. Número 22 Vol. 2: 40 – 56. Chile.
- Davis, K., Newstrom, J. (2009). Comportamiento Humano en el trabajo. Editorial Mc Graw Hill. Distrito Federal – México.
- Diario Responsable.com/opinion/16284-liderazgo-social (2013). Documento en línea: disponible en: <https://diarioresponsable.com/opinion/16284-liderazgo-social> Consultado 06/10/2021,

- Gioya, P., Rivera, J (2008). Líderes & Liderazgo. Editado por LID Editorial Empresarial, S.L. Colección Acción Empresarial. Biblioteca del Liderazgo. Primera Edición. Madrid - España.
- Goleman, D. (2012). Inteligencia Emocional. Editorial Kairos. Traducción de David González Raga y Fernando Mora. Septuagésima edición. Impreso en España.
- Hernández, Fernández., Baptista. (2017). Metodología de la Investigación. Ciudad de México.
- Koontz, H., Weihrich, H. (2007). Elementos de Administración, un Enfoque Internacional". McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Largacha, C y Sierra, M. (2012). ¿Necesita Poder el Líder? Publicación de la Revista Real. Estudios Avanzados de Liderazgo. Volumen 1 N° 1 Enero – Junio. https://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1/num1/REAL_Vol1Num1.pdf Consultado el 16 /06/ 21
- Navarro, L. (2005). Ética y docencia. El compromiso de formar personas de bien. FEDUPEL – Caracas.
- Oberto, P. (2007). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Ediciones AECA. Universidad de Zaragoza. Zaragoza – España.
- Pacheco, R. (2009). Directora de la escuela de trabajo social de la Universidad del Mar. Conferencia Líderes sociales, Metodología de Formación para líderes. Viña del Mar – Chile.
- Pelekais, C; El Kadi, O; Seijo, C; Neuman, N. (2015). El ABC de la Investigación. Guía Didáctica. Séptima Edición. Ediciones Astro Data S.A. Maracaibo. Venezuela.
- Ramos, L., Díaz, B. (2010). La Confiabilidad del Líder. Base de su Influencia. Revista Arbitrada Venezolana del Núcleo de la Universidad del Zulia. Costa Oriental del Lago. Volumen 5. Número Extraordinario, 2010. Venezuela.
- Remacha, M. (2016). Liderazgo Responsable. El papel del directivo en el impulso de la Responsabilidad Social Corporativa. Cuadernos de la cátedra “la Caixa” N°30. Universidad de Navarra Madrid- España.
- Ruíz, M. (2008). ¿Para qué sirve un líder? Lecciones de Liderazgo aplicadas a la Empresa, la Política y la Vida. Editorial Díaz de Santos. España.
- Sánchez, M. (2013). Manual para líderes. Libros Profesionales de Empresa. Editorial ESIC. Madrid – España.
- Sabino, C., (2014). El proceso de investigación. Editorial Panapo. Caracas Venezuela.
- Warren, B.,Burt, N (2010). Líderes, Estrategias para un Liderazgo Eficaz. Editorial Paidós. Traducción de Marco Aurelio Galmarini. Impreso en España.