

## EDITORIAL

**Dra. Cira de Pelekais**  
[cira.pelekais@floridaglobal.university](mailto:cira.pelekais@floridaglobal.university)

El segundo número de la Revista Global Negotium en este año 2024, correspondiente a los meses mayo/agosto, va dirigido a la divulgación de trabajos desarrollados sobre: Pseudoliderazgo, liderazgo apócrifo, liderazgo tóxico, liderazgo negativo, organizaciones perversas, agencias de viajes, gestión, innovación, estrategia, neo gestión, ecosistemas empresariales inteligentes, tecnología, toma de decisiones, marketing estratégico, gestión comercial, tiendas online, estrategias de financiamiento, desafío presupuestario, objetivos empresariales y ecosistemas de negocios.

Partiendo de lo expresado, en este Vol. 7 No. 2 mayo/agosto, son puestos a disposición de la comunidad científica, los siguientes contenidos:

Inician la socialización de este número Buitrago, Ramiro Aurelio, Gutiérrez Ortega, Ángel, Henríquez Jiménez, Carlos, Romero Ramos, Néstor y Vera Rodríguez, Josué, con el artículo **“SURGIMIENTO DE LOS LIDERAZGOS APÓCRIFOS EN LA ESCENA ORGANIZACIONAL HISPANA CONTEMPORÁNEA”**.

Este artículo tiene como propósito analizar el surgimiento de los liderazgos apócrifos, en la escena organizacional hispana contemporánea. Este extenso, emerge con ocasión a la elaboración de un estudio, apoyado en el paradigma postpositivista, dicho procedimiento investigativo, estuvo enmarcado en el diseño cualitativo, el método bibliográfico y la técnica documental, en tal sentido fueron aprovechadas como instrumentos la matriz bibliográfica, matriz de consistencia y la matriz analítica de contenido. Con la finalización de la investigación, fueron logrados hallazgos concretos; que permitieron reconocer el origen de los esquemas, que corrompen al proceso administrativo en sus cuatro principales fases: Planificación, organización, dirección y control.

Como segundo aporte, encontramos el trabajo **“PERSPECTIVAS DE INNOVACIÓN: MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA CIUDAD**

**BARRANQUILLA-COLOMBIA**”, escrito por Martha Terán-Herrera, Astrid Mercedes Romero- Ariza e Ivonne María Gil-Osorio.

El propósito estuvo centrado en analizar las tendencias de innovación de marketing en las agencias de viajes de la Barranquilla-Colombia, considerando que la innovación a nivel de las organizaciones juega un rol fundamental hacia el posicionamiento y competitividad en el mercado. Esta investigación se tipifica dentro del paradigma cuantitativo de corte descriptiva, diseño no experimental, de campo, hacia la recolección de la data se realizó un instrumento tipo encuesta, en la selección de población se utilizó un muestreo aleatorio estratificado (30). Los resultados encontrados en el proceso de análisis evidencian claramente que lo desarrollan debido a la necesidad y adaptación a los entornos cambiantes por el avance de las TIC, manteniendo una presencia digital.

Seguidamente, es posible leer el artículo **“NEO GESTIÓN Y LOS ECOSISTEMAS EMPRESARIALES INTELIGENTES**”, escrito por Soto-Ortigoza Maricarmen y Prato-Zuluaga, Rubén.

Para los citados autores, un enfoque moderno de organización empresarial coloca en la palestra el nuevo enfoque de ecosistema empresarial para las exigencias del entorno global. En tal sentido, la búsqueda se centra en optimizar redes, proveedores, distribuidores, clientes, competidores y agencias gubernamentales que participan en la entrega de un producto o servicio específico a través de la competencia y la colaboración, pero más allá aún, los datos inteligentes, con sistemas avanzados para optimizar la eficiencia, la toma de decisiones y la interconexión en tiempo real, lo que conduce a una operación más eficaz y adaptativa a la neo gestión.

El cuarto trabajo es socializado por González-Marín, Ángel, intitulado **“MARKETING ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN COMERCIAL EN TIENDAS ONLINE**”.

La investigación tiene como propósito revisar exhaustivamente la literatura existente sobre el marketing estratégico en el contexto de las tiendas online, con el fin de identificar las estrategias más efectivas para la gestión comercial en este entorno digital. En cuanto a la metodología enmarcada en un paradigma cualitativo, el tipo fue documental, un diseño

**Revista científica, arbitrada e indizada, bajo la modalidad electrónica.**

bibliográfico y método hermenéutico. Entre los resultados relevantes permitió identificar varias estrategias de marketing estratégico que han demostrado ser efectivas para la gestión comercial en tiendas online.

Por último, encontramos el artículo **“ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO DEL SISTEMA EDITORIAL: UN DESAFÍO PRESUPUESTARIO PARA LAS REVISTAS CIENTÍFICAS”**, escrito por Seijo, Cristina.

El trabajo socializado se centra en analizar las estrategias de financiamiento del sistema editorial: Un desafío presupuestario para las revistas científicas. La fundamentación teórica se sustentó en los postulados de Aguilar (2023), Arriola (2019), Brealey y Myers (2023), Gitman (2017), Mintzberg, Brian y Voyer (2018), entre otros. La investigación fue de tipo documental. La población estuvo conformada por textos doctrinarios nacionales e internacionales

De igual forma, en el Prefacio de este número, el lector podrá hacer una inmersión en la temática relacionada con **“ECOSISTEMAS EMPRESARIALES INNOVADORES”**, donde son revisados los referentes teóricos expuestos por Arce Medina, J., Morales, D., Rivera, P. (2019), Lozano, M. (2017) y Santamaría, D. (2014), para quienes los ecosistemas empresariales han tomado fuerza durante los últimos años debido a las fortalezas que tienen para favorecer el desarrollo del espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas.

Finalmente, se expone la reseña bibliográfica de la obra **“ECOSISTEMAS DE NEGOCIOS, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: UN MARCO DE REFERENCIA Y UN CASO DE APLICACIÓN”**.

Esta obra ha sido escrita por Efraín Ortiz Pabón en el 2023, en este libro se hace un acercamiento a los ecosistemas centrandó la mirada en los negocios, la innovación, el emprendimiento y el campo digital. Se muestra el camino recorrido por el concepto hasta llegar a su incursión en el campo organizacional, espacio disciplinar donde ha cobrado un alto nivel de desarrollo en los últimos años.