

LA ECONOMÍA DIGITAL Y SU IMPACTO EN EL FUTURO DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

THE DIGITAL ECONOMY AND ITS IMPACT ON THE FUTURE OF STRATEGIC THINKING

Juan Gabriel Rosero Alcívar¹, Erick Josue Molina Chávez², Ginger Nayeli Piguabe Choéz³,
Renan Sebastián Silva Salazar⁴, Britney Priscilla Pinargote Tiban⁵

RESUMEN

Este estudio analiza el impacto de la economía digital en el pensamiento estratégico de las organizaciones. La problemática central radica en cómo la digitalización ha transformado los modelos tradicionales de planificación estratégica, obligando a las empresas a adaptarse a un entorno altamente dinámico e interconectado. El objetivo principal es identificar y analizar las transformaciones que la economía digital impone en el pensamiento estratégico, así como delinear las competencias y habilidades que los líderes deben desarrollar para gestionar eficazmente en este nuevo contexto. La metodología utilizada consistió en una revisión literaria de fuentes académicas y documentales publicadas desde el 2021, así como en el análisis de datos cuantitativos sobre digitalización y transformación empresarial. Los resultados evidencian que la economía digital ha impulsado la necesidad de estrategias empresariales más ágiles y basadas en datos, fomentando la adopción de tecnologías como inteligencia artificial y big data. Además, se destaca la importancia de la alfabetización digital, el liderazgo innovador y el pensamiento crítico como habilidades esenciales para la toma de decisiones estratégicas. En conclusión, la transformación digital ha redefinido la estructura organizacional, el mercado y la competitividad, obligando a las empresas a adoptar enfoques estratégicos más flexibles e innovadores para garantizar su sostenibilidad en el futuro de la economía digital.

Palabras clave: Economía digital, pensamiento estratégico, transformación digital, liderazgo, big data.

ABSTRACT

This study analyses the impact of the digital economy on the strategic thinking of organisations. The central problem lies in how digitalisation has transformed traditional strategic planning models, forcing companies to adapt to a highly dynamic and interconnected environment. The main objective is to identify and analyse the transformations that the digital economy imposes on strategic thinking, as well as to outline the competencies and skills that leaders must develop to manage effectively in this new context. The methodology used consisted of a literary review of academic and documentary sources published since 2021, as well as the analysis of quantitative data on digitalisation and business transformation. The results show that the digital economy has driven the need for more agile and data-driven business strategies, encouraging the adoption of technologies such as artificial intelligence and big data. In addition, the importance of digital literacy, innovative leadership and critical thinking as essential skills for strategic decision-making is highlighted. In conclusion, digital transformation has redefined organizational structure, the market and competitiveness, forcing companies to adopt more flexible and innovative strategic approaches to ensure their sustainability in the future of the digital economy.

Keywords: Digital economy, strategic thinking, digital transformation, leadership, big data.

1. Universidad Estatal del Sur de Manabí. juan.rosero@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0000-0002-9003-7901>
2. Universidad Estatal del Sur de Manabí. molina-erick5189@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0009-0004-2927-9591>
3. Universidad Estatal del Sur de Manabí. piguabe-ginger3285@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0000-0002-8987-8965>
4. Universidad Estatal del Sur de Manabí. silva-renan8296@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0009-0001-7534-8058>
5. Universidad Estatal del Sur de Manabí. pinargote-britney6375@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0009-0000-1166-892>



RESUMO

Este estudo analisa o impacto da economia digital no pensamento estratégico das organizações. O problema central está em como a digitalização transformou os modelos tradicionais de planejamento estratégico, forçando as empresas a se adaptarem a um ambiente altamente dinâmico e interconectado. O objetivo principal é identificar e analisar as transformações que a economia digital impõe ao pensamento estratégico, bem como delinear as competências e habilidades que os líderes devem desenvolver para gerir eficazmente neste novo contexto. A metodologia utilizada consistiu na revisão literária de fontes acadêmicas e documentais publicadas desde 2021, bem como na análise de dados quantitativos sobre digitalização e transformação empresarial. Os resultados mostram que a economia digital impulsionou a necessidade de estratégias de negócios mais ágeis e baseadas em dados, incentivando a adoção de tecnologias como inteligência artificial e big data. Além disso, a importância da alfabetização digital, da liderança inovadora e do pensamento crítico é destacada como habilidades essenciais para a tomada de decisões estratégicas. Concluindo, a transformação digital redefiniu a estrutura organizacional, o mercado e a competitividade, forçando as empresas a adotar abordagens estratégicas mais flexíveis e inovadoras para garantir sua sustentabilidade no futuro da economia digital.

Palavras-chave: Economia digital, pensamento estratégico, transformação digital, liderança, big data.

INTRODUCCIÓN

La economía digital ha emergido como un componente esencial en la configuración de las dinámicas económicas y sociales contemporáneas. Este fenómeno, caracterizado por la integración de tecnologías digitales en todos los ámbitos de la actividad humana, ha transformado no solo los procesos productivos, sino también la manera en que las organizaciones conciben y ejecutan sus estrategias (Vargas, Motta, Escudero, & Barrientos, 2023). En este contexto, el pensamiento estratégico se enfrenta al desafío de adaptarse a un entorno en constante evolución, donde la digitalización redefine las reglas del juego competitivo (Pérez & Rojas, 2022).

La acelerada digitalización ha generado una disrupción en los modelos de negocio tradicionales, obligando a las empresas a replantear sus estrategias para mantenerse competitivas. La incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial, el big data y la automatización ha modificado las cadenas de valor, los canales de distribución y las interacciones con los clientes (Andrade, Castillo, Cedeño, & Leonella Fernanda Figueroa O'brien, 2024). Este entorno dinámico plantea interrogantes sobre cómo las organizaciones

pueden desarrollar capacidades estratégicas que les permitan no solo adaptarse, sino también prosperar en la economía digital.

Para abordar este fenómeno, es fundamental entender la economía digital como un ecosistema compuesto por la infraestructura de telecomunicaciones, las industrias de tecnologías de la información y comunicación y una red de actividades económicas y sociales facilitadas por Internet y otras tecnologías emergentes. Este ecosistema se caracteriza por la convergencia tecnológica y la interconexión global, lo que exige a las organizaciones una constante adaptación y renovación de sus estrategias (Galindo & Morales, 2024).

Dentro de lo mencionado, la investigación se centra en analizar cómo la economía digital impacta en el pensamiento estratégico de las organizaciones, especialmente en contextos hispanohablantes. A pesar de la abundante literatura sobre el tema, existe una necesidad de estudios que aborden las particularidades culturales, económicas y sociales de los países de habla hispana. Comprender estas especificidades es crucial para desarrollar modelos estratégicos que sean efectivos y pertinentes en dichos contextos.

En este contexto, el objetivo principal de este estudio es identificar y analizar las transformaciones que la economía digital impone en el pensamiento estratégico de las organizaciones en entornos hispanohablantes. Se busca delinear las competencias y habilidades que los líderes deben desarrollar para navegar eficazmente en este nuevo panorama, así como proponer marcos de acción que faciliten la adaptación estratégica en la era digital.

Conceptualización de la economía digital

La economía digital se refiere al conjunto de actividades económicas que resultan de la incorporación de tecnologías digitales en los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Este concepto abarca desde la digitalización de procesos internos en las empresas hasta la creación de nuevos modelos de negocio basados en plataformas en línea. La economía digital se caracteriza por la convergencia de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la interconexión global y la capacidad de generar, procesar y analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real. Esta transformación ha dado lugar a una nueva forma de entender las relaciones económicas, donde la información y el conocimiento se convierten en los principales activos (Cueva & Sánchez, 2024).

La evolución de la economía digital puede entenderse a través de las distintas revoluciones industriales que han marcado hitos en la transformación de los procesos productivos:

Primera revolución industrial: A finales del siglo XVIII, la mecanización del trabajo mediante la introducción de máquinas de vapor revolucionó la producción, permitiendo una mayor eficiencia y el surgimiento de industrias como la textil y la siderúrgica (Agudelo, 2021).

Segunda revolución industrial: A finales del siglo XIX y principios del XX, la adopción de la electricidad y la producción en masa transformaron las industrias existentes y dieron lugar a nuevas, como la automotriz y la química (Agudelo, 2021).

Tercera revolución industrial: Iniciada en la segunda mitad del siglo XX, se caracteriza por la digitalización de la información y la automatización de procesos mediante la electrónica y las tecnologías de la información (Agudelo, 2021).

Cuarta revolución industrial: En el siglo XXI, la convergencia de tecnologías digitales, físicas y biológicas, como la inteligencia artificial, el Internet de las Cosas (IoT) y la biotecnología, está redefiniendo los modelos de negocio y la economía global (Agudelo, 2021).

Por otra parte, la transformación digital en la economía ha sido impulsada por diversos factores que han facilitado la adopción de tecnologías digitales en múltiples sectores:

Avances tecnológicos: El desarrollo de tecnologías como la inteligencia artificial, el big data, la computación en la nube y el IoT ha proporcionado herramientas que permiten a las empresas optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y crear nuevos productos y servicios (Wittmer, 2024).

Globalización: La interconexión de mercados y la reducción de barreras comerciales han incentivado a las empresas a adoptar tecnologías digitales para competir en un entorno globalizado las empresas optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y crear nuevos productos y servicios (Wittmer, 2024).

Cambio en el comportamiento del consumidor: Los consumidores actuales demandan experiencias personalizadas, acceso inmediato a productos y servicios, y la posibilidad de interactuar con las marcas a través de canales digitales las empresas optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y crear nuevos productos y servicios (Wittmer, 2024).

Competencia: La presión por innovar y diferenciarse en el mercado ha llevado a las empresas a invertir en transformación digital para mantener su competitividad las empresas optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones

y crear nuevos productos y servicios (Wittmer, 2024).

Pandemia de COVID-19: La crisis sanitaria global aceleró la adopción de tecnologías digitales, ya que muchas empresas tuvieron que adaptarse rápidamente al trabajo remoto, el comercio electrónico y la digitalización de sus operaciones para continuar operando en un entorno de restricciones físicas las empresas optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y crear nuevos productos y servicios (Wittmer, 2024).

De esta manera, la economía digital representa una transformación profunda en la manera en que las empresas y los consumidores interactúan, impulsada por avances tecnológicos y cambios en el entorno económico y social. Comprender su evolución y los factores que la impulsan es esencial para desarrollar estrategias efectivas en el contexto actual.

Pensamiento estratégico en la era digital

En la actualidad, el pensamiento estratégico ha experimentado una transformación significativa debido al avance vertiginoso de las tecnologías digitales. Este proceso mental, que implica la capacidad de anticipar, planificar y dirigir acciones hacia objetivos a largo plazo, se ha visto influenciado por la digitalización, requiriendo una adaptación constante por parte de las organizaciones (Nuñez, 2021).

Tradicionalmente, el pensamiento estratégico se ha definido como la habilidad para analizar el entorno, identificar oportunidades y amenazas, y formular planes que permitan a una organización alcanzar sus metas. Este enfoque ha evolucionado desde modelos rígidos y lineales hacia estructuras más flexibles y dinámicas, adaptándose a un entorno caracterizado por cambios rápidos y continuos (Hernández, 2023). La irrupción de la era digital ha acelerado esta evolución, obligando a las empresas a reconsiderar sus modelos de negocio y estrategias para mantenerse competitivas en un mercado globalizado y altamente interconectado.

La digitalización ha introducido una serie de desafíos que requieren el desarrollo de nuevas habilidades y competencias en los líderes empresariales. Entre las más destacadas se encuentran:

Adaptabilidad y flexibilidad: La capacidad para ajustarse rápidamente a los cambios tecnológicos y de mercado es esencial. Los líderes deben estar dispuestos a modificar sus estrategias en función de las nuevas realidades digitales (Bayona, Muñoz, & Pérez, 2022).

Alfabetización digital: No se trata solo de comprender las herramientas tecnológicas, sino de saber cómo integrarlas eficazmente en los procesos empresariales para generar valor añadido (Bayona, Muñoz, & Pérez, 2022).

Pensamiento crítico y analítico: La habilidad para analizar grandes volúmenes de datos y extraer conclusiones relevantes permite una toma de decisiones más informada y precisa (Bayona, Muñoz, & Pérez, 2022).

Innovación y creatividad: Fomentar una cultura de innovación constante es vital para desarrollar soluciones disruptivas que diferencien a la empresa en el mercado (Bayona, Muñoz, & Pérez, 2022).

Liderazgo colaborativo: En un entorno donde las estructuras jerárquicas tradicionales se diluyen, es fundamental promover la colaboración y el trabajo en equipo, tanto dentro como fuera de la organización (Bayona, Muñoz, & Pérez, 2022).

Estas competencias permiten a los líderes no solo adaptarse, sino también anticiparse a las tendencias emergentes, posicionando a sus organizaciones de manera estratégica en el mercado.

La digitalización ha redefinido los modelos de negocio tradicionales, impulsando a las empresas a innovar y a replantear sus estrategias. Algunos de los impactos más significativos incluyen:

Transformación de la cadena de valor: La integración de tecnologías digitales ha optimizado procesos, reducido costos y mejorado la eficiencia operativa, permitiendo una mayor personalización de productos y servicios (Cañarte, 2024).

Nuevos canales de distribución y comunicación: El auge de las plataformas digitales ha abierto vías alternativas para llegar al cliente, facilitando interacciones más directas y personalizadas (Cañarte, 2024).

Modelos de negocio basados en datos: La capacidad de recopilar y analizar datos en tiempo real ha permitido a las empresas ofrecer soluciones más ajustadas a las necesidades y preferencias de los consumidores (Cañarte, 2024).

Economías colaborativas y de plataforma: Han surgido modelos que aprovechan la conectividad para crear redes de colaboración entre usuarios, proveedores y otros actores del mercado (Cañarte, 2024).

Dentro de este marco, el pensamiento estratégico en la era digital exige una reevaluación constante de las habilidades directivas y de los modelos de negocio. La capacidad para adaptarse, innovar y liderar en un entorno digitalizado se ha convertido en un factor determinante para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones en el siglo XXI.

METODOLOGÍA

El estudio se llevó a cabo mediante una revisión literaria de fuentes académicas y documentales que abordan la relación entre la economía digital y el pensamiento estratégico en entornos hispanohablantes. Para ello, se analizaron libros, artículos científicos, informes institucionales y documentos de organismos internacionales que han investigado la transformación digital y su impacto en la planificación estratégica empresarial. La selección de fuentes se basó en su actualidad, pertinencia y rigor metodológico, priorizando aquellos publicados desde el año

2021 en adelante. Se incluyeron estudios de revistas indexadas, repositorios universitarios y conferencias especializadas, garantizando la validez y confiabilidad de la información recopilada.

El enfoque metodológico consistió en una revisión sistemática de la literatura, identificando conceptos clave, tendencias y hallazgos relevantes sobre la evolución del pensamiento estratégico en el contexto digital. Se llevó a cabo una búsqueda estructurada en bases de datos académicas como Scopus, Redalyc, Scielo y Google Scholar, utilizando palabras clave como “economía digital”, “pensamiento estratégico”, “transformación digital empresarial”, “habilidades digitales en liderazgo”, entre otras. Posteriormente, se realizó un análisis crítico y comparativo de los estudios seleccionados, permitiendo sintetizar las principales transformaciones que la digitalización ha impuesto en la planificación estratégica de las organizaciones.

Además, para complementar el análisis teórico, se incorporaron datos cuantitativos obtenidos de informes y estudios estadísticos relacionados con el crecimiento del comercio digital, el avance del índice de digitalización y las habilidades estratégicas más demandadas en la era digital. Estos datos fueron representados gráficamente para facilitar su interpretación y análisis comparativo. La metodología adoptada permitió no solo identificar cambios en el pensamiento estratégico empresarial, sino también establecer patrones y tendencias que orientan a los líderes en la adaptación y toma de decisiones estratégicas dentro del ecosistema digital.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este estudio reflejan las transformaciones significativas que la economía digital impone en el pensamiento estratégico de las organizaciones en entornos hispanohablantes. A partir del análisis de diversas fuentes y datos, se identifican cambios estructurales en la planificación estratégica, las competencias necesarias para los líderes y los marcos de acción que facilitan la adaptación en

la era digital. Para complementar el análisis, se presentan gráficos estadísticos basados en las fuentes documentales analizadas.

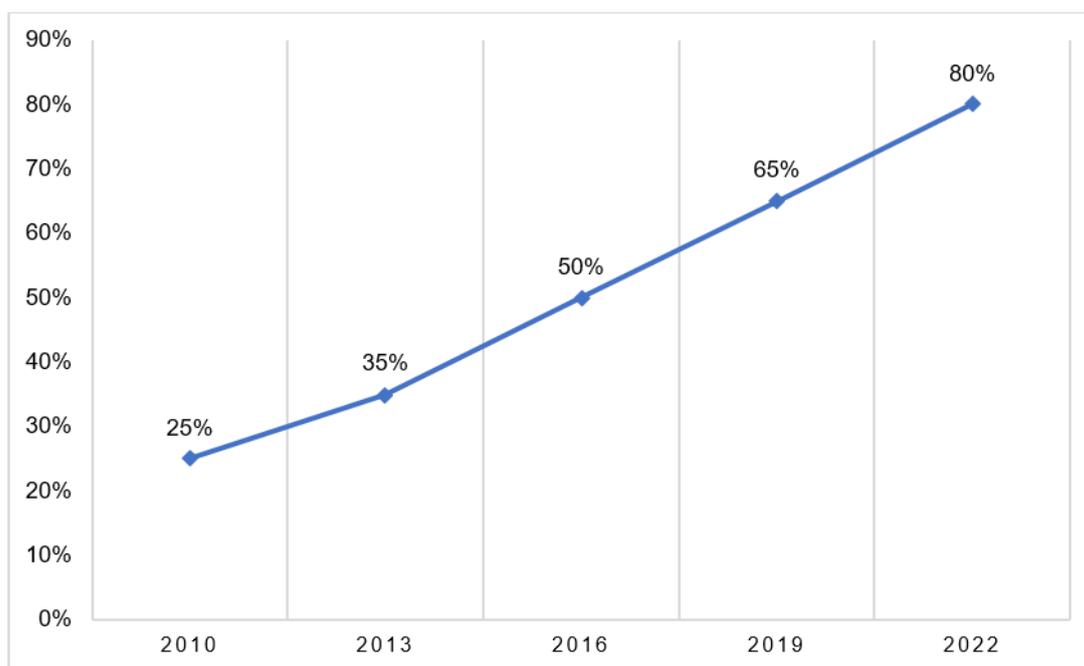
Como primer punto, el impacto de la economía digital en la planificación estratégica de las organizaciones ha sido profundo y ha modificado la manera en que se diseñan y ejecutan las estrategias empresariales. De acuerdo con Agudelo (2021), la transformación digital ha dado paso a

un entorno en el que la conectividad y el uso de tecnologías avanzadas son fundamentales para la toma de decisiones. Esta evolución ha generado la necesidad de estrategias empresariales más ágiles y basadas en datos, en lugar de enfoques rígidos y tradicionales.

En la siguiente figura muestra la evolución del índice de digitalización en América Latina y su impacto en la estrategia empresarial:

Figura 1

Evolución de la digitalización en América Latina



Nota. Elaboración a partir de los datos de (Agudelo, 2021).

Esta figura refleja el crecimiento progresivo del índice de digitalización en América Latina en la última década, destacando la importancia de la transformación digital como un factor clave en la planificación estratégica.

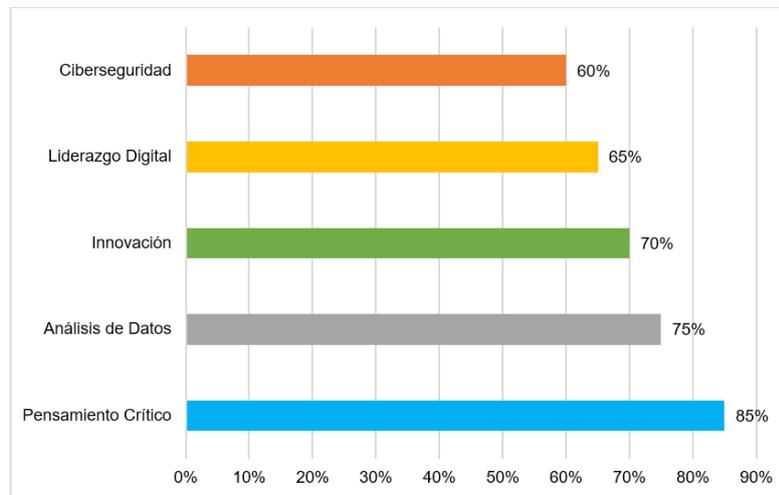
En cuanto a la adaptación a la economía digital requiere el desarrollo de nuevas competencias y habilidades en los líderes organizacionales. Hernández (2023) argumenta que el pensamiento estratégico en la era digital se basa en la capacidad de analizar grandes volúmenes de datos, comprender tendencias de mercado y

tomar decisiones de manera ágil y fundamentada. Asimismo, Bayona, Muñoz y Pérez (2022) destacan que la transformación digital ha incrementado la necesidad de alfabetización digital entre los directivos, quienes deben aprender a gestionar herramientas de análisis de datos e inteligencia artificial para optimizar la toma de decisiones. La siguiente figura ilustra las principales habilidades digitales requeridas en el liderazgo estratégico:

Esta figura resalta las habilidades más demandadas en los líderes empresariales dentro del contexto

Figura 2

Habilidades claves en la era digital



Nota. Elaboración a partir de los datos de (Agudelo, 2021).

de la economía digital, donde el pensamiento crítico y el análisis de datos se posicionan como competencias fundamentales.

Así mismo, el impacto de la digitalización en los modelos de negocio ha sido significativo, transformando las estructuras organizacionales y la manera en que las empresas operan en el mercado.

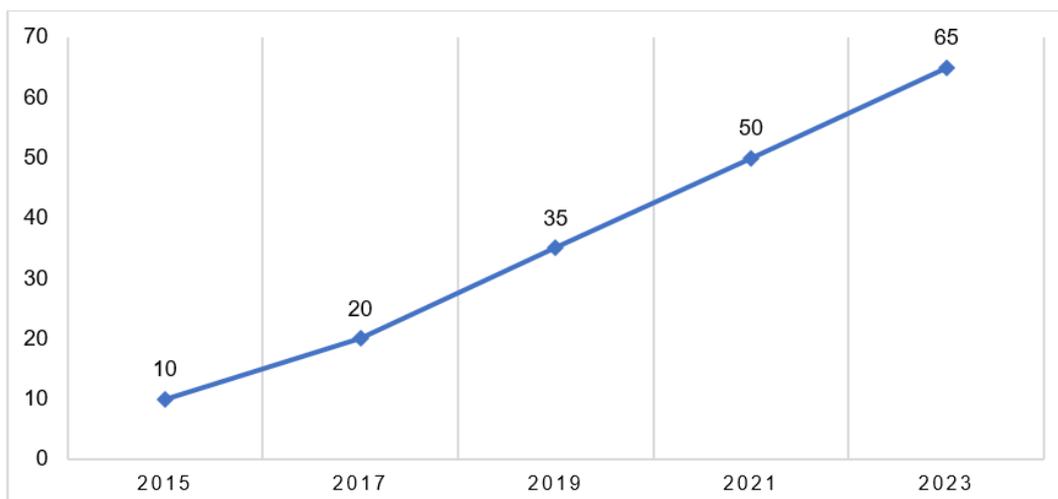
Cañarte (2024) sostiene que la digitalización ha facilitado la creación de nuevos modelos de

negocio basados en plataformas digitales, los cuales han modificado la relación entre empresas y consumidores. Un ejemplo de ello es el auge del comercio electrónico y la automatización de procesos, que han permitido optimizar costos y mejorar la experiencia del cliente.

A continuación, se presenta una figura que ilustra el crecimiento del comercio digital en América Latina:

Figura 3

Crecimiento del comercio digital en América Latina



Nota. Elaboración a partir de los datos de (Agudelo, 2021).

Estos datos reflejan cómo las ventas en línea han experimentado un crecimiento exponencial en la región, impulsadas por la adopción de tecnologías digitales y la necesidad de transformación en los modelos de negocio.

CONCLUSIONES

El impacto de la economía digital en el pensamiento estratégico ha transformado significativamente la forma en que las organizaciones planifican y ejecutan sus estrategias empresariales. La digitalización ha impulsado la adopción de modelos más ágiles, flexibles y basados en el análisis de datos en tiempo real, lo que ha permitido mejorar la capacidad de respuesta ante los constantes cambios del entorno.

Como resultado, las empresas han tenido que redefinir sus estructuras organizativas, implementar nuevas tecnologías y fortalecer la cultura de la innovación para mantenerse competitivas en un mercado altamente dinámico. Este proceso de transformación ha demostrado que las organizaciones que logran integrar eficazmente la digitalización en su estrategia alcanzan mayores niveles de eficiencia y crecimiento sostenible.

Asimismo, la evolución del pensamiento estratégico en la era digital ha generado la necesidad de desarrollar nuevas competencias y habilidades en los líderes empresariales. La alfabetización digital, el pensamiento crítico y el análisis de datos se han convertido en competencias esenciales para la toma de decisiones estratégicas en un entorno caracterizado por la incertidumbre y la volatilidad. Además, la capacidad de adaptación y la resiliencia organizacional han surgido como factores determinantes para enfrentar los desafíos de la economía digital. En este sentido, es fundamental que los directivos y tomadores de decisiones inviertan en formación continua y actualización tecnológica para garantizar una gestión efectiva en la era digital.

La transformación digital ha impactado de manera significativa los modelos de negocio y las estrategias empresariales, impulsando

la adopción de plataformas digitales, la automatización de procesos y la personalización de productos y servicios. El crecimiento del comercio digital y la expansión de la economía colaborativa han redefinido la relación entre empresas y consumidores, generando nuevas oportunidades de mercado y desafíos en la gestión empresarial.

En este contexto, el pensamiento estratégico debe evolucionar hacia un enfoque proactivo, integrando herramientas digitales y metodologías innovadoras que permitan a las organizaciones anticiparse a las tendencias emergentes y fortalecer su competitividad en el futuro de la economía digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agudelo, M. (2021). La economía digital y las industrias digitales basadas en el conocimiento. Obtenido de Foro Económico Internacional América Latina y el Caribe : <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1766/La%20econom%C3%ADa%20digital%20y%20las%20industrias%20digitales%20basadas%20en%20el%20conocimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Andrade, S. A., Castillo, M. L., Cedeño, M. V., & Leonella Fernanda Figueroa O'Brien, C. J. (2024). La planificación estratégica en el contexto de la economía digital. Obtenido de Ciencia y Desarrollo, 27(3), 279-290.

Bayona, L., Muñoz, J. C., & Pérez, J. (2022). La transformación digital de las empresas colombianas en los últimos 5 años. Obtenido de Fundación Universitaria del Área Andina: <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4543>

Cañarte, J. (2024). Digital business: ¿Cómo redefinir modelos de negocios en el entorno digital? Obtenido de <https://www.aden.org/business-magazine/digital-business-como-redefinir-modelos-de-negocios/>

Cueva, J. M., & Sánchez, A. (2024). Estudio bibliométrico de Economía Digital y sus tendencias. Obtenido de Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época, 1, 195-209: <https://doi.org/10.17561/ree.n1.2024.8229>

Galindo, J., & Morales, R. D. (2024). Economía digital y su incidencia en el crecimiento empresarial de la Provincia de Huaura, 2023. Obtenido de [Tesis, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]: <http://hdl.handle.net/20.500.14067/9717>

Hernández, G. (2023). El pensamiento estratégico. Una perspectiva filosófica en la organización. Obtenido de Revista Nacional De Administración, 14(E1), e5123: <https://doi.org/10.22458/rna.v14iE1.5123>

Nuñez, P. P. (2021). El pensamiento estratégico en el mundo empresarial. Obtenido de Revista Ibérica de Historia del Pensamiento 8(2). 173-177.

Pérez, B. J., & Rojas, C. P. (2022). Aproximación a las escuelas de pensamiento estratégico y su evolución a la estrategia empresarial. Obtenido de Revista de ciencias sociales, 28(4), 157-179.

Vargas, I., Motta, M., Escudero, B., & Barrientos, P. (2023). Economía, Comercio Digital y el Consumo del Ciudadano de Lima Metropolitana. Obtenido de Revista Lasallista de Investigación, 19(1), 7-20: <https://doi.org/10.22507/rli.v19n1a1>.

Wittmer, P. (2024). 5 factores que impulsan la transformación digital en la actualidad. Obtenido de Velosio: <https://www.velosio.com/blog/5-factors-driving-digital-transformation-today/>