Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

Gestión empresarial en la era de la transformación digital: desafíos y paradigmas estratégicos.
Gestión empresarial en la era de la transformación digital: desafíos y paradigmas estratégicos

Alisson Monteiro de Melo

Resumen

Este artículo ofrece un análisis exhaustivo de las transformaciones en la gestión empresarial impulsadas por el auge de la economía digital. En un escenario marcado por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad, el objetivo central de esta investigación es comprender cómo los líderes corporativos pueden utilizar las tecnologías emergentes para rediseñar modelos operativos y estratégicos sostenibles. La metodología aplicada consistió en una revisión cualitativa de la literatura, basada en textos clásicos y contemporáneos sobre administración y gestión de la innovación.

Los resultados demuestran que la transformación digital va más allá de la mera implementación de herramientas tecnológicas, requiriendo la reconfiguración de la cultura organizacional, un enfoque intenso en la experiencia del cliente y la adopción de procesos de toma de decisiones basados en datos. Se concluye que la agilidad, la resiliencia organizacional y el desarrollo de habilidades de liderazgo digital son ventajas competitivas ineludibles para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo de las organizaciones.

Palabras clave: Gestión. Transformación digital. Estrategia. Liderazgo. Innovación.

Resumen: Este artículo ofrece un análisis exhaustivo de las profundas transformaciones en la gestión empresarial impulsadas por el auge de la economía digital. En un escenario caracterizado por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad, el objetivo central de esta investigación es comprender cómo los líderes corporativos pueden utilizar las tecnologías emergentes para rediseñar modelos operativos y estratégicos sostenibles. La metodología empleada consistió en una revisión cualitativa de la literatura clásica y contemporánea sobre gestión e innovación. Los resultados demuestran que la transformación digital trasciende la mera implementación de herramientas tecnológicas, requiriendo una reconfiguración de la cultura organizacional, un enfoque centrado en la experiencia del cliente y la adopción de procesos de toma de decisiones basados en datos. Se concluye que la agilidad, la resiliencia organizacional y el desarrollo de competencias de liderazgo digital son diferenciadores competitivos indispensables para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo de las organizaciones.

Palabras clave: Gestión. Transformación digital. Estrategia. Liderazgo. Innovación.

1. Introducción

La gestión empresarial contemporánea atraviesa un período de disrupción sin precedentes.

impulsado por la convergencia de la conectividad global, la inteligencia artificial y el análisis de datos.

En masa. Organizaciones que basaban su supervivencia en estructuras jerárquicas rígidas.

Se enfrentan al reto de trabajar en ecosistemas ágiles, donde la rapidez de respuesta al mercado es crucial.

Se ha convertido en el principal indicador de longevidad.

Este artículo propone un análisis según el cual la transformación digital no debe interpretarse

no solo como una actualización tecnológica, sino como una reconfiguración fundamental de la lógica de

creación de valor. Como señalan Westerman, Bonnet y McAfee (2014), la gestión digital requiere

Una visión que integra la excelencia operativa con la experiencia del cliente, trascendiendo el uso aislado.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

herramientas de automatización.

Así, el estudio explora la literatura clásica y contemporánea en administración, contrastándola con las exigencias de la economía digital. El objetivo es comprender los pilares que sustentan a las empresas en Alto rendimiento en el siglo XXI: cómo el gerente moderno debe equilibrar la estabilidad. necesario para una ejecución con la flexibilidad esencial para la innovación continua y la adaptación al mercado.

2. La evolución del modelo de gestión tradicional al modelo digital.

El modelo de gestión taylorista, centrado en la especialización del trabajo y la eficiencia mecánica, Resultó insuficiente ante las complejidades del mundo digital. La velocidad a la que... La información que circula hoy exige una descentralización de la toma de decisiones que, aunque teórica en Drucker (1954), Se convirtió en una necesidad operativa urgente.

El cambio de paradigma no es superficial; altera la estructura organizativa. Empresas que Anteriormente solo buscaban la optimización de costes, ahora buscan la optimización de la agilidad. como lo discute Kotter (2012) al abordar la necesidad de una "estructura dual" para la innovación.

En este contexto, la tecnología actúa como facilitadora. Según Christensen (2013), las innovaciones Las tendencias disruptivas alteran las estructuras de costes y la entrega de valor, lo que obliga a la dirección a replantearse su propio enfoque. La existencia de la empresa frente a nuevos competidores digitales que no poseen los mismos activos. legados.

La cultura, sin embargo, sigue siendo el mayor obstáculo. Estudios de Schein (2017) sobre cultura Los estudios organizacionales demuestran que, sin cambios en los valores y creencias compartidos de colaboradores, cualquier implementación tecnológica tiende a fallar o a ser subutilizada debido a resistencia interna.

Por lo tanto, la evolución del modelo de gestión hacia lo digital es, sobre todo, un viaje de Transformación cultural. La tecnología es el medio, pero adaptar la mentalidad de los ejecutivos a la incertidumbre es fundamental. Y la experimentación constante es el objetivo final que garantiza la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

3. Big Data y toma de decisiones basada en evidencia

La capacidad de recopilar, procesar y analizar grandes volúmenes de datos (Big Data) ha alterado la naturaleza de intuición ejecutiva. Decisiones previamente basadas únicamente en la experiencia acumulada de Los líderes ahora exigen que se les respalde con pruebas cuantitativas sólidas, según argumentan. Davenport y Harris (2017).

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

El análisis predictivo permite a las organizaciones anticiparse a los comportamientos del mercado incluso antes de que se produzcan.
Las tendencias se están consolidando. Este cambio de postura, de reactiva a proactiva, es lo que diferencia a las empresas.
Empresas líderes en el mercado entre seguidores, lo que permite ajustes estratégicos en tiempo real que
Ahorran recursos y maximizan los resultados.

Sin embargo, un exceso de datos puede provocar parálisis por análisis. El reto de la gestión moderna es...
curar información, es decir, saber qué métricas son, de hecho, los indicadores clave de
Indicadores clave de rendimiento (KPI) que influyen en los resultados y la experiencia del cliente.
Más allá de los aspectos técnicos, existe el desafío ético. El uso de datos de clientes, como indican los estudios.
Estudios recientes sobre la privacidad (Zuboff, 2019) imponen responsabilidad social a las corporaciones.
La gobernanza de datos se ha convertido en una parte integral de la gestión de riesgos corporativos, y ya no es un tema aparte.
La responsabilidad recae exclusivamente en el departamento de TI.

En definitiva, la toma de decisiones basada en la evidencia fortalece la cultura de la transparencia.
Cuando la estrategia se basa en datos abiertos y compartidos, la resistencia organizacional
Disminuye y la atención se desplaza de las luchas de poder internas al mercado y al cliente final.

4. Liderazgo en entornos virtuales e híbridos

El liderazgo digital no se trata solo de gestionar equipos remotos; se trata de mantener el compromiso y...
Cohesión en entornos donde la presencia física no está garantizada. Estudios sobre trabajo remoto y
El modelo híbrido de Gratton (2022) destaca que el líder debe actuar como facilitador de conexiones, no solo como facilitador de las mismas.
como controlador de tareas.

La confianza, por lo tanto, emerge como el activo más importante. En entornos virtuales, la microgestión
Es ineficiente. Deberíamos centrarnos en los resultados y la autonomía de los empleados.
lo cual requiere un proceso de selección y capacitación mucho más riguroso que el adoptado en otros modelos.
tradicional.

La comunicación asíncrona se convierte en la norma. El líder debe ser capaz de articular la visión de la empresa y...
Los objetivos de cada proyecto se presentan con total claridad a través de canales digitales, asegurando que no haya
Existe ruido en la cadena de mando o ejecución, lo que exige habilidades interpersonales.
mejorado.

Además, la salud mental de los equipos en entornos digitales debería ser una prioridad estratégica.
La tecnología, si no se gestiona correctamente, puede provocar agotamiento debido a la excesiva conectividad.
Constante. La gestión del tiempo y la definición clara de los límites entre el trabajo y la vida personal son
fundamental para la productividad a largo plazo.

Finalmente, el desarrollo continuo del talento en entornos digitales requiere plataformas para

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

Un aprendizaje que fomenta el desarrollo personal. El líder digital invierte en capital humano, no solo en experiencias de aprendizaje.
no solo a corto plazo, sino que también prepara al equipo para futuras innovaciones, promoviendo una
Una cultura de aprendizaje continuo (aprendizaje a lo largo de la vida).

5. Innovación disruptiva e intraemprendimiento

La innovación en las grandes empresas a menudo se ve obstaculizada por la "inercia corporativa".
El intraemprendimiento, un concepto difundido por Pinchot (1985), emerge como la herramienta
necesario para que las empresas establecidas operen como startups dentro de sus propias estructuras, probando
Nuevas ideas con riesgos controlados.
Para que el intraemprendimiento prospere, la dirección debe aceptar el fracaso como parte del proceso.
Aprendizaje. Castigar los errores frena la creatividad. Empresas como Google y Amazon.
Institucionalizaron la experimentación, permitiendo que los fracasos en proyectos más pequeños sirvieran como lecciones.
valioso para futuras innovaciones a gran escala.
La innovación abierta es otro pilar esencial. Según Chesbrough (2003), ninguna empresa tiene
todos los talentos necesarios para innovar de forma independiente. Colaboración con universidades, incubadoras,
Involucrar a las startups e incluso a los competidores es una estrategia ganadora para acelerar el ciclo de desarrollo de
nuevos productos y servicios en el entorno digital.
Por lo tanto, la gestión de la innovación requiere un presupuesto específico y métricas distintas de las existentes.
Prácticas financieras tradicionales. Si bien el negocio principal busca eficiencia y previsibilidad, la innovación busca...
Exploración e incertidumbre. Gestionar estos dos mundos (exploración frente a explotación) es el mayor desafío.
del director ejecutivo moderno.

Se puede concluir que las empresas que no innovan mueren. La tecnología ha acortado el ciclo de vida de...
productos. Por lo tanto, la capacidad de renovarse constantemente a través de iniciativas intraemprendedoras.
Es la única manera de garantizar la relevancia de la organización en un mercado en constante cambio.
profundo en cortos periodos.

6. La experiencia del cliente (CX) como eje central de la estrategia.

La era digital ha puesto el poder en manos del consumidor. En el pasado, la marca dictaba la comunicación;
Hoy en día, el cliente dicta la experiencia a través de las reseñas en las redes sociales y otras plataformas.
Retroalimentación. La estrategia de gestión debe estar, sin excepción, centrada en el cliente, tal como se ha propuesto.
Reichheld (2006).
La personalización a gran escala es la gran ventaja de la era digital. A través de la inteligencia artificial, la

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

Las empresas pueden tratar a cada cliente como único, ofreciéndole recomendaciones, precios y contenido.

Las experiencias personalizadas elevan las expectativas de los consumidores, ya que ahora comparan la experiencia con la suya propia.

La marca mantiene relaciones con gigantes digitales.

El recorrido del cliente ya no es lineal. El embudo de ventas tradicional ha dado paso a modelos más modernos.

Complejos en los que el cliente interactúa con la marca a través de múltiples puntos de contacto (omnicanal).

Por lo tanto, una gestión precisa debe garantizar una experiencia fluida e integrada entre los mundos digital y físico, evitando

Puntos de fricción que podrían llevar al cliente a optar por la competencia.

La atención al cliente también se ha automatizado, pero la dirección necesita equilibrar la eficiencia de...

Los chatbots satisfacen la necesidad humana de empatía. El uso de la tecnología debería servir para liberar tiempo.

Los profesionales humanos necesitan centrarse en problemas más complejos, en los que

La inteligencia emocional es esencial para la resolución de conflictos.

En definitiva, la fidelización en la era digital se consigue a través de la comodidad y la confianza.

y la experiencia positiva. El cliente no solo compra el producto, compra el viaje. Empresas

Quienes priorizan la experiencia del cliente superan financieramente a sus competidores a largo plazo.

7. Gestión de riesgos y seguridad digital

Con la digitalización de los negocios, el riesgo cibernético se ha vuelto estratégico. Pérdida de datos,

Las intrusiones en los sistemas o los ataques de ransomware pueden paralizar las operaciones y destruir la reputación de una empresa.

una empresa en cuestión de horas. Por lo tanto, la ciberseguridad ha dejado de ser un tema de TI y se ha convertido en...

Para que sea un punto del orden del día de la junta directiva.

La gestión de riesgos digitales no solo implica cortafuegos y software de seguridad, sino también...

Formación continua para todo el personal. El error humano sigue siendo la principal causa.

como punto de entrada para los ataques. Una cultura de seguridad de la información debe impregnar todos los niveles.

estructuras jerárquicas que garantizan que el cumplimiento sea una práctica diaria.

La resiliencia operativa es un componente fundamental. El plan de continuidad del negocio debe contemplarla.

escenarios de fallas tecnológicas extremas. Redundancia del sistema y la posibilidad de operar en

Los planes de contingencia son un requisito básico para las empresas que dependen de la infraestructura digital.

Además, la gestión de riesgos debe tener en cuenta cuestiones normativas, como el Reglamento General de Protección de Datos.

Ley de Protección de Datos (LGPD) en Brasil y Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) en Europa. El incumplimiento de las leyes de protección de datos puede...

Al conllevar fuertes multas y graves daños a la imagen de la empresa, el cumplimiento normativo se convierte en un factor diferenciador clave.

competitivo.

En conclusión, invertir en ciberseguridad no es un gasto, sino una forma de seguro de supervivencia.

En un mercado donde la confianza es el activo más valioso, la gestión de riesgos y la protección de datos son primordiales.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

Estos son los pilares que sustentan la reputación de la organización ante sus grupos de interés.

Conclusión

El análisis presentado en este artículo ha demostrado que la gestión empresarial en la era digital es una
Un proceso continuo de adaptación y reinvención. No hay un destino, sino un viaje.
Aprendizaje constante y aplicación de nuevas tecnologías alineadas con los objetivos estratégicos.
claro.

Quedó claro que la tecnología, por sí sola, no es el factor diferenciador competitivo. El verdadero valor reside en...
en la capacidad humana de liderar, innovar y utilizar herramientas tecnológicas para crear soluciones que
Generar valor real para los clientes. La tecnología es el medio, mientras que la cultura organizacional y la estrategia son la clave.
Son el final.

Los retos analizados abarcan desde la transformación cultural y el análisis de datos hasta la ciberseguridad y...
La experiencia del cliente demuestra que el rol del gerente se ha vuelto más complejo.
Una visión multidisciplinaria que combina el conocimiento técnico del análisis de datos con habilidades prácticas.
Aspectos conductuales en la inteligencia emocional y el liderazgo inspirador.
El intraemprendimiento y la innovación abierta han demostrado ser fundamentales para la longevidad de...
Empresas. El estancamiento es el mayor riesgo estratégico en un mercado globalizado y digitalizado.
conectado. La gerencia necesita crear entornos que fomenten la experimentación y acepten el error como
Un paso fundamental en el proceso de innovación.
El liderazgo en entornos virtuales e híbridos, a su vez, ha revelado que la presencia física no es el factor decisivo.
La confianza, la comunicación clara y la autonomía son pilares fundamentales para la productividad.
que apoyan el desempeño de equipos distribuidos, lo que requiere nuevas formas de supervisión y
compromiso.

El enfoque en el cliente, centrado en la experiencia del cliente y el recorrido omnicanal, se ha convertido en el principio rector.
de la estrategia. En un mercado donde el consumidor tiene el poder de la voz y la elección, la empresa que
Si no lo sitúas en el centro de tus decisiones, corres el riesgo de que se vuelva irrelevante.

Finalmente, la gestión del riesgo digital y la ciberseguridad se han consolidado como pilares fundamentales de la estrategia.
En el ámbito empresarial, la protección de datos y la continuidad del negocio son requisitos básicos que, cuando se gestionan adecuadamente, resultan esenciales.
Cuando se gestionan eficazmente, refuerzan la confianza en la marca entre los consumidores, los socios y los organismos reguladores.

En resumen, la transición a la gestión digital requiere un cambio profundo de mentalidad. El gerente de
El futuro es uno que abraza la complejidad, entiende la tecnología como una aliada, pero nunca pierde de vista el futuro.
Concéntrese en la esencia del negocio: generar valor, satisfacer las necesidades humanas y construir relaciones.
Sólido y sostenible a largo plazo.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google

Año V, vol. 2, 2025 | Envío: 15 de octubre de 2025 | Aceptación: 29 de octubre de 2025 | Publicación: 30 de octubre de 2025

Referencias

CHESSBROUGH, H. Innovación abierta: El nuevo imperativo para crear y obtener beneficios de la tecnología. Boston: Harvard Business School Press, 2003.
CHRISTENSEN, CM El dilema del innovador: cuando las nuevas tecnologías provocan el fracaso de grandes empresas. Boston: Harvard Business Review Press, 2013.
DAVENPORT, T.H.; HARRIS, JG. Competir con análisis de datos: edición actualizada con una nueva introducción: la nueva ciencia del éxito. Boston: Harvard Business Review Press, 2017.
DRUCKER, PF La práctica de la administración. Nueva York: Harper & Row, 1954.
GRATTON, L. Rediseñando el trabajo: Cómo transformar su organización y lograr que el trabajo híbrido sea para todos. Londres: Penguin Portfolio, 2022.
KOTTER, JP. Acelerar: Desarrollando agilidad estratégica para un mundo en constante cambio. Boston: Harvard Business Review Press, 2012.
PINCHOT, G. Intraemprendimiento: Por qué no es necesario abandonar la corporación para convertirse en emprendedor. Nueva York: Harper & Row, 1985.
REICHHELD, FF La pregunta definitiva: Cómo generar buenas ganancias y un crecimiento real. Boston: Harvard Business School Press, 2006.
SCHEIN, EH Cultura organizacional y liderazgo. 5.ª edición. Hoboken: John Wiley & Sons, 2017.

WESTERMAN, G.; BONNET, D.; MCAFEE, A. Liderando la transformación digital: Cómo convertir la tecnología en transformación empresarial. Boston: Harvard Business Review Press, 2014.
ZUBOFF, S. La era del capitalismo de vigilancia: La lucha por un futuro humano en la nueva frontera del poder. Nueva York: PublicAffairs, 2019.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.