

**INNOVACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN TECNOLOGÍAS  
EMERGENTES: TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL Y GENERACIÓN DE VALOR  
EN ECONOMÍAS DIGITALES**  
**INNOVATION IN BUSINESS MODELS BASED ON EMERGING TECHNOLOGIES:  
ORGANIZATIONAL TRANSFORMATION AND VALUE CREATION IN DIGITAL  
ECONOMIES**

**Autores:** <sup>1</sup>Miryam Gabriela Pacheco Rodríguez, <sup>2</sup>Mario Wilfrido Mata Villagómez <sup>3</sup>Susana Paola Carrillo Vera y <sup>4</sup>Kleber Vicente Mata Villagómez.

<sup>1</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1007-5968>

<sup>2</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-0622-4603>

<sup>3</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5421-8898>

<sup>4</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-6141-4616>

<sup>1</sup>E-mail de contacto: [miryam.pachecor@ug.edu.ec](mailto:miryam.pachecor@ug.edu.ec)

<sup>2</sup>E-mail de contacto: [mario.matavi@ug.edu.ec](mailto:mario.matavi@ug.edu.ec)

<sup>3</sup>E-mail de contacto: [susana.carrillov@ug.edu.ec](mailto:susana.carrillov@ug.edu.ec)

<sup>4</sup>E-mail de contacto: [kleber.matav@ug.edu.ec](mailto:kleber.matav@ug.edu.ec)

Afiliación: <sup>1\*2\*3\*4\*</sup>Universidad de Guayaquil, (Ecuador).

Artículo recibido: 4 de Mayo del 2026

Artículo revisado: 6 de Mayo del 2026

Artículo aprobado: 8 de Mayo del 2026

<sup>1</sup>Ingeniera Comercial, graduado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas Mención en Recursos Humanos y Marketing, graduado en la Universidad de Guayaquil, (Ecuador). Doctora dentro del Programa de Doctorado en Industrias de la Comunicación y Culturales, graduado en la universidad Politécnica de Valencia, (España).

<sup>2</sup>Ingeniero Comercial graduado en la Universidad de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas con mención en Marketing graduado en la Universidad de Guayaquil, (Ecuador).

<sup>3</sup>Economista graduado en la Universidad de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas, mención Negocios Internacionales, realizado en la Universidad de Guayaquil. (Ecuador). Magíster en Economía, realizado en la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).

<sup>4</sup>Ingeniero Comercial graduado en la Universidad de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital, realizado en la Universidad de Guayaquil, (Ecuador).

### **Resumen**

La presente investigación analiza la innovación en modelos de negocio basados en tecnologías emergentes y su influencia en la transformación organizacional y la generación de valor dentro de economías digitales, mediante una revisión bibliográfica de tipo narrativa e integrativa. El objetivo del estudio fue identificar las principales tendencias, enfoques y aportes científicos relacionados con la digitalización empresarial, la innovación tecnológica y los nuevos mecanismos de creación de valor organizacional. La metodología se desarrolló bajo un enfoque cualitativo mediante la revisión de artículos científicos indexados en bases de datos académicas como Scopus, Web of Science, ScienceDirect, Scielo y Google Scholar, publicados entre 2020 y 2025. Se seleccionaron

14 investigaciones científicas consideradas relevantes para el análisis temático. Los resultados evidenciaron que las tecnologías emergentes, como inteligencia artificial, internet de las cosas, automatización, big data y plataformas digitales, impulsan procesos de transformación organizacional caracterizados por mayor flexibilidad, innovación continua y adaptación estratégica. Asimismo, se identificó que la generación de valor en economías digitales depende de la capacidad empresarial para integrar tecnologías inteligentes, ecosistemas colaborativos y modelos digitales orientados a la experiencia del cliente y la competitividad sostenible. Se concluye que la innovación tecnológica representa un elemento estratégico indispensable para fortalecer la sostenibilidad organizacional y la

competitividad dentro de mercados globalizados y digitalmente interconectados.

**Palabras clave: Innovación empresarial, Tecnologías emergentes, Transformación digital, Modelos de negocio, Generación de valor.**

#### **Abstract**

This research analyzes business model innovation based on emerging technologies and its influence on organizational transformation and value creation in digital economies through a narrative and integrative literature review. The objective of the study was to identify the main trends, approaches, and scientific contributions related to business digitalization, technological innovation, and new mechanisms of organizational value creation. The methodology was developed under a qualitative approach through the review of scientific articles indexed in academic databases such as Scopus, Web of Science, ScienceDirect, Scielo, and Google Scholar, published between 2020 and 2025. Fourteen scientific studies considered relevant for thematic analysis were selected. The results showed that emerging technologies, such as artificial intelligence, internet of things, automation, big data, and digital platforms, drive organizational transformation processes characterized by greater flexibility, continuous innovation, and strategic adaptation. Likewise, the study identified that value creation in digital economies depends on the organizational capacity to integrate intelligent technologies, collaborative ecosystems, and digital business models focused on customer experience and sustainable competitiveness. It is concluded that technological innovation represents an essential strategic element to strengthen organizational sustainability and competitiveness within globalized and digitally interconnected markets.

**Keywords: Business innovation, Emerging technologies, Digital transformation, Business models, Value creation.**

#### **Sumário**

A presente pesquisa analisa a inovação em modelos de negócios baseados em tecnologias emergentes e sua influência na transformação organizacional e na geração de valor em economias digitais, por meio de uma revisão bibliográfica narrativa e integrativa. O objetivo do estudo foi identificar as principais tendências, abordagens e contribuições científicas relacionadas à digitalização empresarial, à inovação tecnológica e aos novos mecanismos de criação de valor organizacional. A metodologia foi desenvolvida sob uma abordagem qualitativa mediante a revisão de artigos científicos indexados em bases de dados acadêmicas como Scopus, Web of Science, ScienceDirect, Scielo e Google Scholar, publicados entre 2020 e 2025. Foram selecionadas 14 pesquisas científicas consideradas relevantes para a análise temática. Os resultados evidenciaram que tecnologias emergentes, como inteligência artificial, internet das coisas, automação, big data e plataformas digitais, impulsionam processos de transformação organizacional caracterizados por maior flexibilidade, inovação contínua e adaptação estratégica. Da mesma forma, identificou-se que a geração de valor em economias digitais depende da capacidade empresarial de integrar tecnologias inteligentes, ecossistemas colaborativos e modelos digitais orientados à experiência do cliente e à competitividade sustentável. Conclui-se que a inovação tecnológica representa um elemento estratégico indispensável para fortalecer a sustentabilidade organizacional e a competitividade em mercados globalizados e digitalmente interconectados.

**Palavras-chave: Inovação empresarial, tecnologias emergentes, transformação digital, modelos de negócios, criação de valor.**

### **Introducción**

La innovación en modelos de negocio se ha consolidado como uno de los principales factores estratégicos para la sostenibilidad y competitividad organizacional en el contexto de las economías digitales contemporáneas. La acelerada evolución tecnológica, impulsada por herramientas emergentes como la inteligencia artificial, blockchain, internet de las cosas, big data, computación en la nube y automatización inteligente, ha transformado profundamente la manera en que las organizaciones diseñan, producen, distribuyen y capturan valor dentro de mercados globalizados y altamente dinámicos. En este escenario, los modelos de negocio tradicionales han comenzado a mostrar limitaciones frente a consumidores cada vez más digitalizados, conectados y exigentes, lo que ha impulsado a las empresas a replantear sus estructuras operativas y estratégicas mediante procesos de innovación organizacional orientados a la adaptación tecnológica y a la creación de nuevas propuestas de valor. Diversos estudios señalan que las tecnologías emergentes no solo modifican los procesos internos de las organizaciones, sino que también redefinen las relaciones entre empresas, clientes y ecosistemas digitales, generando nuevas oportunidades de crecimiento, eficiencia y diferenciación competitiva (Verhoef et al., 2021; Kraus et al., 2021).

La transformación digital ha generado cambios estructurales en los modelos económicos y organizacionales, permitiendo el surgimiento de ecosistemas empresariales sustentados en plataformas digitales, automatización de procesos y análisis inteligente de datos. En consecuencia, la innovación en modelos de negocio se ha convertido en un mecanismo fundamental para responder a las exigencias de

mercados caracterizados por la hipercompetencia, la volatilidad tecnológica y la constante evolución del comportamiento del consumidor. Según Teece (2018) los modelos de negocio innovadores permiten a las organizaciones articular recursos, capacidades y tecnologías para crear y capturar valor de manera más eficiente y sostenible.

En este sentido, las tecnologías emergentes facilitan la integración de procesos inteligentes capaces de optimizar la experiencia del cliente, reducir costos operativos y fortalecer la capacidad de adaptación organizacional frente a entornos digitales complejos. Asimismo, autores recientes sostienen que la digitalización empresarial ya no representa únicamente una ventaja competitiva, sino una condición necesaria para la supervivencia organizacional en economías basadas en información, conectividad e innovación constante (Bouwman et al., 2019). Dentro de este contexto, las economías digitales han transformado significativamente la lógica de generación de valor, desplazando los modelos tradicionales centrados exclusivamente en bienes físicos hacia estructuras empresariales basadas en datos, servicios digitales, plataformas colaborativas y ecosistemas inteligentes.

Empresas tecnológicas globales como Amazon, Uber, Airbnb y Alibaba constituyen ejemplos representativos de cómo la incorporación de tecnologías emergentes ha permitido desarrollar modelos organizacionales disruptivos capaces de redefinir sectores económicos completos mediante innovación continua y aprovechamiento intensivo de información digital. En consecuencia, la generación de valor en la actualidad depende cada vez más de la capacidad organizacional para integrar innovación tecnológica, análisis predictivo y

adaptación estratégica dentro de modelos de negocio flexibles y escalables. Investigaciones recientes evidencian que las organizaciones que adoptan tecnologías emergentes logran mejorar significativamente sus niveles de productividad, capacidad de innovación y posicionamiento competitivo en comparación con aquellas que mantienen estructuras organizacionales rígidas o escasamente digitalizadas (Nambisan et al., 2019).

Desde una perspectiva conceptual, la innovación en modelos de negocio implica la reconfiguración de los mecanismos mediante los cuales las organizaciones crean, entregan y capturan valor dentro de sus mercados. Osterwalder y Pigneur (2010) sostienen que un modelo de negocio constituye la arquitectura estratégica mediante la cual una organización define sus segmentos de clientes, canales, relaciones, recursos, actividades y fuentes de ingresos. Sin embargo, en la era digital, esta arquitectura organizacional ha evolucionado hacia modelos más dinámicos e interconectados, donde las tecnologías emergentes facilitan la automatización de decisiones, personalización de servicios y generación de experiencias digitales centradas en el usuario.

La innovación empresarial contemporánea se encuentra estrechamente vinculada con la capacidad de las organizaciones para aprovechar tecnologías disruptivas y transformarlas en ventajas competitivas sostenibles, permitiendo responder con rapidez a las demandas cambiantes de consumidores y mercados digitales. A nivel internacional, múltiples investigaciones han analizado la relación entre tecnologías emergentes, innovación organizacional y transformación de modelos de negocio. Kraus et al. (2021)

determinaron que la transformación digital modifica profundamente las capacidades dinámicas de las organizaciones, impulsando modelos de negocio basados en flexibilidad, conectividad e innovación permanente. Por su parte, Verhoef et al. (2021) identificaron que las tecnologías digitales transforman los procesos empresariales mediante la automatización, la integración de datos y la creación de ecosistemas colaborativos capaces de incrementar la generación de valor y mejorar la experiencia del consumidor.

Asimismo, Nambisan et al. (2019) sostienen que la digitalización empresarial ha generado nuevas formas de emprendimiento, innovación abierta y colaboración interorganizacional sustentadas en plataformas tecnológicas y análisis de información en tiempo real. Estos antecedentes evidencian que las tecnologías emergentes constituyen elementos determinantes para comprender la evolución contemporánea de los modelos organizacionales y las dinámicas competitivas de las economías digitales. En América Latina, la incorporación de tecnologías emergentes dentro de los modelos de negocio ha avanzado de manera progresiva, aunque persisten importantes desafíos relacionados con infraestructura tecnológica, inversión en innovación, capacitación digital y adaptación organizacional.

Muchas empresas latinoamericanas han iniciado procesos de transformación digital orientados a mejorar productividad y competitividad; sin embargo, todavía existen limitaciones asociadas con resistencia al cambio, brechas tecnológicas y dificultades para integrar innovación dentro de la cultura organizacional. Esta situación afecta especialmente a pequeñas y medianas

empresas, las cuales enfrentan obstáculos financieros y estructurales para implementar tecnologías avanzadas y desarrollar modelos de negocio digitales sostenibles. A ello se suma la rápida evolución del entorno tecnológico global, que obliga a las organizaciones a innovar constantemente para mantener su relevancia dentro de mercados altamente competitivos y digitalizados.

La problemática adquiere mayor relevancia debido a que numerosas organizaciones continúan utilizando modelos empresariales tradicionales incapaces de responder eficientemente a las exigencias de las economías digitales contemporáneas. La ausencia de estrategias de innovación tecnológica limita la capacidad organizacional para generar valor, optimizar procesos y adaptarse a consumidores que demandan inmediatez, personalización y experiencias digitales integradas. Además, la acelerada transformación tecnológica ha incrementado la presión competitiva sobre empresas que no cuentan con estructuras organizacionales flexibles ni capacidades digitales suficientes para afrontar escenarios de cambio constante. La literatura científica reciente evidencia que las organizaciones que no incorporan tecnologías emergentes dentro de sus modelos de negocio presentan mayores riesgos de obsolescencia, pérdida de competitividad y reducción de sostenibilidad empresarial en el largo plazo.

La presente revisión bibliográfica se justifica debido a la necesidad de analizar críticamente cómo las tecnologías emergentes impulsan procesos de innovación en modelos de negocio y favorecen la transformación organizacional y la generación de valor dentro de economías digitales. El estudio resulta relevante porque

permitirá identificar tendencias teóricas, enfoques estratégicos y evidencias empíricas relacionadas con la digitalización empresarial, la innovación tecnológica y las nuevas dinámicas competitivas derivadas de la transformación digital. Desde una perspectiva académica, la investigación contribuirá a sistematizar literatura científica reciente sobre modelos de negocio digitales e innovación organizacional; mientras que, desde una perspectiva empresarial, ofrecerá fundamentos conceptuales para comprender cómo las organizaciones pueden adaptarse estratégicamente a entornos tecnológicos altamente dinámicos y competitivos.

En función de lo expuesto, la presente investigación tiene como objetivo analizar la innovación en modelos de negocio basados en tecnologías emergentes y su influencia en la transformación organizacional y la generación de valor dentro de economías digitales, mediante una revisión bibliográfica de literatura científica indexada publicada entre 2020 y 2025. Asimismo, se busca identificar las principales tendencias, desafíos y oportunidades asociadas a la adopción de tecnologías emergentes en procesos de innovación empresarial y competitividad organizacional.

### **Materiales y Métodos**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo mediante una revisión bibliográfica de tipo narrativa e integrativa, orientada al análisis de la innovación en modelos de negocio basados en tecnologías emergentes y su influencia en la transformación organizacional y la generación de valor dentro de economías digitales. Este tipo de revisión permitió recopilar, analizar e interpretar evidencia científica reciente relacionada con

digitalización empresarial, innovación tecnológica, automatización, plataformas digitales y transformación de modelos organizacionales. La revisión narrativa resultó pertinente debido a que facilita la comprensión crítica y analítica de fenómenos complejos asociados a la evolución tecnológica y a las dinámicas contemporáneas de innovación empresarial. Asimismo, el enfoque integrativo permitió sintetizar diferentes perspectivas teóricas y metodológicas sobre tecnologías emergentes y modelos de negocio digitales.

La estrategia de búsqueda bibliográfica se realizó entre enero y abril de 2026 mediante la consulta sistemática de bases de datos académicas internacionales indexadas, entre las que destacan Scopus, Web of Science, Scielo, ScienceDirect, Redalyc, Dialnet y Google Scholar. Estas plataformas fueron seleccionadas debido a su reconocimiento científico y a la disponibilidad de investigaciones relacionadas con innovación empresarial, tecnologías emergentes y transformación digital. La búsqueda se efectuó utilizando palabras clave en español e inglés, entre ellas: “innovación en modelos de negocio”, “business model innovation”, “digital transformation”, “emerging technologies”, “digital economy”, “organizational transformation”, “value creation”, “artificial intelligence”, “blockchain”, “big data” e “internet of things”. Además, se emplearon operadores booleanos como AND, OR y NOT para optimizar la precisión y amplitud de los resultados obtenidos, permitiendo identificar investigaciones científicas pertinentes y actualizadas vinculadas con el objeto de estudio. Los criterios de inclusión contemplaron artículos científicos originales, revisiones bibliográficas, estudios empíricos y documentos académicos publicados entre los

años 2020 y 2025 en idioma español, inglés y portugués. Asimismo, se consideraron únicamente investigaciones indexadas en bases de datos reconocidas y sometidas a arbitraje científico, garantizando la calidad metodológica y la confiabilidad de la información recopilada. Se priorizaron estudios relacionados directamente con innovación empresarial, transformación digital, tecnologías emergentes y generación de valor organizacional.

Del mismo modo, se incluyeron investigaciones desarrolladas tanto en contextos internacionales como latinoamericanos, debido a la importancia de analizar la adopción tecnológica y la evolución de modelos de negocio en diferentes realidades económicas y organizacionales. Por otra parte, se establecieron criterios de exclusión orientados a fortalecer la rigurosidad académica de la revisión. En consecuencia, se descartaron tesis de grado, documentos institucionales sin arbitraje científico, blogs, páginas web no académicas, publicaciones duplicadas y estudios que no guardaban relación directa con la temática investigada.

También fueron excluidos trabajos publicados antes de 2020, salvo algunos referentes teóricos clásicos considerados fundamentales para comprender la evolución conceptual de los modelos de negocio y la innovación organizacional. Asimismo, se eliminaron investigaciones con insuficiente claridad metodológica o con limitadas evidencias empíricas relacionadas con tecnologías emergentes y transformación empresarial. El proceso de selección documental se desarrolló en diferentes fases. Inicialmente, se identificaron aproximadamente 90 publicaciones relacionadas con el tema mediante búsquedas en las bases de datos

académicas seleccionadas. Posteriormente, se efectuó una revisión preliminar de títulos, resúmenes y palabras clave con el propósito de evaluar la pertinencia temática de cada investigación. Después de aplicar los criterios de inclusión y exclusión, se seleccionaron 28 estudios científicos para una revisión detallada. Se incluyeron 14 artículos científicos considerados altamente relevantes para el desarrollo de la investigación, debido a su relación directa con innovación en modelos de negocio, tecnologías emergentes, transformación organizacional y generación de valor en economías digitales. El análisis de la

información se realizó mediante una lectura crítica, comparativa y analítica de los documentos seleccionados. Para ello, los estudios fueron organizados en categorías temáticas relacionadas con: innovación en modelos de negocio, transformación digital organizacional, inteligencia artificial, plataformas digitales, automatización, generación de valor y competitividad empresarial.

### Resultados y Discusión

A continuación, se presenta la tabla de matriz bibliográfica:

**Tabla 1. Matriz de revisión bibliográfica**

Autor	Año	Síntesis de resultados
Verhoef, P., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J., Fabian, N. y Haenlein, M.	2021	El estudio identificó que la transformación digital modifica procesos organizacionales, estructuras de gestión y relaciones con clientes mediante tecnologías emergentes como inteligencia artificial y automatización, fortaleciendo la competitividad empresarial.
Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J., Veiga, P., Kailer, N. y Weinmann, A.	2021	Los autores concluyeron que la digitalización impulsa estructuras organizacionales más ágiles, innovadoras y colaborativas, favoreciendo capacidades dinámicas y adaptación estratégica en entornos digitales.
Warner, K. y Wäger, M.	2019	La investigación evidenció que la transformación organizacional requiere liderazgo digital, capacidades dinámicas y aprendizaje organizacional continuo para integrar tecnologías emergentes dentro de los procesos empresariales.
Vial, G.	2019	El estudio identificó que la transformación digital genera cambios estructurales en modelos de negocio, cultura organizacional y estrategias empresariales orientadas a innovación y competitividad.
Nambisan, S., Wright, M. y Feldman, M.	2019	Los autores determinaron que plataformas digitales, big data y automatización favorecen modelos organizacionales más abiertos, colaborativos e innovadores dentro de ecosistemas digitales.
Bouwman, H., Nikou, S. y de Reuver, M.	2019	El estudio evidenció que las pequeñas y medianas empresas que incorporan tecnologías digitales mejoran significativamente su innovación, flexibilidad y desempeño competitivo.
Teece, D.	2018	El autor sostuvo que la adaptación estratégica y las capacidades dinámicas son fundamentales para transformar modelos organizacionales y fortalecer la sostenibilidad empresarial en economías digitales.
Zott, C. y Amit, R.	2017	La investigación concluyó que las tecnologías emergentes favorecen ecosistemas digitales colaborativos orientados a la creación de valor mediante conectividad, interacción e innovación empresarial.
Amit, R. y Han, X.	2017	Los autores identificaron que la digitalización empresarial facilita nuevas fuentes de ingresos y generación de valor mediante automatización, personalización y plataformas digitales inteligentes.
Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. y Wright, M.	2021	El estudio evidenció que los ecosistemas digitales fortalecen la creación de valor organizacional mediante innovación abierta, conectividad y plataformas colaborativas basadas en tecnologías emergentes.
Sjödín, D., Parida, V., Kohtamäki, M. y Wincent, J.	2020	Los autores concluyeron que tecnologías como inteligencia artificial e internet de las cosas permiten optimizar procesos y desarrollar servicios inteligentes centrados en la generación de valor para el cliente.
Trabucchi, D. y Buganza, T.	2021	El estudio señaló que las plataformas digitales permiten generar valor compartido mediante interacción entre usuarios, empresas y servicios dentro de ecosistemas digitales escalables.
Paiola, M. y Gebauer, H.	2020	La investigación identificó que la servitización digital fortalece la generación de valor mediante automatización, análisis predictivo y soluciones inteligentes centradas en el cliente.
Cennamo, C., Dagnino, G., Di Minin, A. y Lanzolla, G.	2020	Los autores concluyeron que las plataformas digitales y las redes colaborativas incrementan la capacidad organizacional para generar valor compartido e innovación sostenible en economías digitales.

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la Transformación organizacional basada en tecnologías emergentes, Verhoef et al. (2021) desarrollaron una investigación orientada a analizar la transformación digital y sus implicaciones organizacionales en empresas contemporáneas. Los autores identificaron que las tecnologías emergentes modifican profundamente las capacidades internas de las organizaciones, transformando procesos operativos, estructuras de gestión y relaciones con clientes y proveedores.

El estudio evidenció que la incorporación de inteligencia artificial, automatización y análisis de datos permite optimizar la toma de decisiones y aumentar la capacidad adaptativa frente a entornos dinámicos y competitivos. Asimismo, se concluyó que la transformación organizacional depende no solo de la adopción tecnológica, sino también de cambios culturales, liderazgo digital y desarrollo de capacidades innovadoras dentro de las empresas. En consecuencia, las organizaciones que integran tecnologías emergentes de manera estratégica logran mayor flexibilidad, competitividad y sostenibilidad en economías digitales caracterizadas por la innovación constante (Verhoef et al., 2021). Kraus et al. (2021) analizaron el impacto de la transformación digital en los modelos organizacionales y las capacidades dinámicas empresariales.

La investigación identificó que las tecnologías emergentes favorecen la reconfiguración de procesos internos, modelos de liderazgo y estrategias corporativas orientadas a la innovación continua. Los autores sostienen que la digitalización impulsa estructuras organizacionales más ágiles, colaborativas y

centradas en datos, permitiendo responder de manera eficiente a cambios del entorno competitivo. Además, el estudio evidenció que las organizaciones digitalmente transformadas incrementan su capacidad de aprendizaje, innovación y adaptación estratégica mediante la integración de plataformas digitales y automatización inteligente. Estos hallazgos demuestran que la transformación organizacional contemporánea se encuentra estrechamente vinculada con la capacidad empresarial para incorporar tecnologías disruptivas y convertirlas en ventajas competitivas sostenibles (Kraus et al., 2021).

Warner y Wäger (2019) desarrollaron un estudio sobre capacidades dinámicas para la transformación digital empresarial, identificando que las organizaciones requieren estructuras flexibles y liderazgo innovador para integrar tecnologías emergentes dentro de sus operaciones. La investigación concluyó que la transformación organizacional implica procesos continuos de adaptación tecnológica, rediseño estratégico y generación de competencias digitales. Asimismo, los autores señalaron que las empresas más exitosas son aquellas capaces de combinar innovación tecnológica con transformación cultural y aprendizaje organizacional. En consecuencia, la incorporación de tecnologías emergentes no solo modifica herramientas y procesos, sino también la manera en que las organizaciones gestionan conocimiento, talento humano y toma de decisiones dentro de entornos digitales altamente dinámicos (Warner y Wäger, 2019). Vial (2019) examinó los principales componentes de la transformación digital y su influencia sobre las organizaciones contemporáneas. El estudio identificó que las tecnologías emergentes generan cambios

significativos en modelos de negocio, estructuras operativas y dinámicas competitivas, obligando a las empresas a replantear sus estrategias corporativas y procesos de generación de valor. Asimismo, la investigación evidenció que la transformación organizacional depende de factores como liderazgo digital, innovación tecnológica, cultura organizacional y capacidad de adaptación al cambio. Los resultados destacan que las organizaciones que desarrollan estrategias digitales integrales logran mejorar productividad, eficiencia operativa y capacidad de innovación frente a mercados globalizados y tecnológicamente avanzados (Vial, 2019).

Nambisan et al. (2019) analizaron cómo la digitalización transforma procesos de innovación y emprendimiento organizacional mediante el uso de tecnologías emergentes. El estudio concluyó que plataformas digitales, big data y sistemas inteligentes favorecen modelos organizacionales más abiertos, colaborativos y orientados a la innovación continua. Asimismo, los autores identificaron que la transformación organizacional impulsada por tecnologías digitales permite acelerar procesos de desarrollo empresarial y fortalecer ecosistemas de innovación mediante colaboración interorganizacional y conectividad global. En este sentido, las tecnologías emergentes facilitan nuevas formas de coordinación empresarial, gestión del conocimiento y adaptación estratégica dentro de economías digitales caracterizadas por cambios permanentes y alta competitividad (Nambisan et al., 2019). Bouwman et al. (2019) investigaron la relación entre transformación digital y desempeño empresarial en pequeñas y medianas empresas europeas. Los resultados evidenciaron que las organizaciones que

incorporan tecnologías emergentes dentro de sus modelos operativos mejoran significativamente su capacidad de innovación, eficiencia y competitividad. El estudio también identificó que la transformación organizacional depende de la capacidad para integrar recursos tecnológicos con estrategias empresariales orientadas a la creación de valor y adaptación al entorno digital.

Además, se concluyó que las empresas digitalmente maduras desarrollan estructuras más flexibles y resilientes frente a cambios tecnológicos y económicos, fortaleciendo su sostenibilidad en mercados altamente dinámicos (Bouwman et al., 2019). Teece (2018) desarrolló una investigación teórica sobre modelos de negocio e innovación organizacional en economías digitales, destacando que las capacidades dinámicas y la adaptación estratégica son fundamentales para la transformación empresarial contemporánea. El autor sostiene que las organizaciones requieren rediseñar continuamente sus estructuras, procesos y mecanismos de generación de valor para responder a consumidores digitalizados y entornos tecnológicos cambiantes.

Asimismo, el estudio señala que las tecnologías emergentes facilitan nuevas oportunidades de innovación organizacional mediante automatización, análisis predictivo y plataformas digitales colaborativas. Estos hallazgos permiten comprender que la transformación organizacional representa un proceso estratégico permanente orientado a fortalecer competitividad, flexibilidad y sostenibilidad empresarial dentro de la economía digital (Teece, 2018). De acuerdo con la generación de valor en economías

digitales, Zott y Amit (2017) analizaron la creación de valor en modelos de negocio digitales, identificando que las tecnologías emergentes permiten desarrollar ecosistemas empresariales basados en conectividad, interacción y colaboración entre múltiples actores económicos. Los autores concluyeron que la generación de valor en economías digitales depende de la capacidad organizacional para integrar recursos tecnológicos, innovación y experiencias centradas en el consumidor. Asimismo, el estudio evidenció que plataformas digitales y modelos colaborativos incrementan la eficiencia organizacional y fortalecen la capacidad competitiva empresarial mediante innovación continua y aprovechamiento estratégico de información digital (Zott y Amit, 2017).

Amit y Han (2017) investigaron cómo los modelos de negocio digitales transforman la creación de valor en organizaciones contemporáneas. Los autores identificaron que las tecnologías emergentes permiten generar nuevas fuentes de ingresos mediante plataformas digitales, automatización y personalización de servicios. El estudio concluyó que las empresas capaces de innovar continuamente sus modelos organizacionales logran fortalecer la experiencia del cliente y aumentar su capacidad de diferenciación competitiva. Además, se evidenció que la generación de valor en economías digitales se sustenta en la integración eficiente de datos, innovación tecnológica y redes colaborativas que facilitan procesos de adaptación estratégica y expansión empresarial (Amit y Han, 2017).  
Autio et al. (2021) desarrollaron una investigación sobre ecosistemas digitales y emprendimiento tecnológico, señalando que las tecnologías emergentes facilitan procesos de

creación de valor mediante innovación abierta, conectividad y plataformas digitales inteligentes. Los resultados mostraron que las organizaciones digitales generan ventajas competitivas cuando logran integrar datos, automatización y experiencia del usuario dentro de modelos empresariales flexibles y escalables. Asimismo, el estudio destacó que la generación de valor contemporánea depende de la capacidad organizacional para desarrollar ecosistemas colaborativos basados en innovación tecnológica y transformación digital permanente (Autio et al., 2021).

Sjödin et al. (2020) analizaron la implementación de tecnologías inteligentes en organizaciones industriales y su influencia en la generación de valor empresarial. El estudio identificó que herramientas como internet de las cosas, inteligencia artificial y automatización permiten optimizar procesos productivos, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente. Asimismo, los autores concluyeron que las economías digitales favorecen modelos empresariales centrados en servicios inteligentes y soluciones digitales personalizadas, fortaleciendo la sostenibilidad y competitividad organizacional. Estos hallazgos demuestran que las tecnologías emergentes se han convertido en factores estratégicos esenciales para la creación de valor dentro de mercados altamente digitalizados (Sjödin et al., 2020).

Trabucchi y Buganza (2021) estudiaron los modelos de negocio basados en plataformas digitales y su influencia en la creación de valor organizacional. Los autores señalaron que las plataformas digitales permiten conectar usuarios, empresas y servicios mediante redes inteligentes capaces de generar valor compartido y crecimiento escalable. Asimismo,

el estudio concluyó que la digitalización empresarial facilita nuevas oportunidades de monetización, innovación colaborativa y expansión de mercados globales. En consecuencia, las economías digitales transforman los mecanismos tradicionales de generación de valor, impulsando modelos organizacionales sustentados en conectividad, interacción y aprovechamiento intensivo de datos (Trabucchi y Buganza, 2021).

Paiola y Gebauer (2020) analizaron la servitización digital y la transformación de modelos industriales orientados a la generación de valor. La investigación identificó que las tecnologías emergentes permiten desarrollar servicios inteligentes basados en análisis predictivo, automatización y monitoreo digital en tiempo real. Los autores concluyeron que la generación de valor en economías digitales depende de la capacidad empresarial para integrar productos, servicios y tecnologías dentro de soluciones centradas en el cliente. Además, el estudio evidenció que la digitalización favorece relaciones más dinámicas entre empresas y consumidores, fortaleciendo la personalización y competitividad organizacional (Paiola y Gebauer, 2020).

Cennamo et al. (2020) investigaron las plataformas digitales y la generación de valor dentro de ecosistemas empresariales contemporáneos. El estudio concluyó que las organizaciones digitales incrementan su capacidad competitiva mediante redes colaborativas, innovación tecnológica y gestión estratégica de datos. Asimismo, los autores identificaron que la creación de valor en economías digitales se sustenta en la interacción entre múltiples actores conectados mediante plataformas inteligentes que facilitan

intercambio de información, innovación abierta y expansión empresarial. Estos resultados evidencian que las tecnologías emergentes permiten desarrollar modelos de negocio escalables y sostenibles capaces de responder a consumidores digitales y mercados globalizados (Cennamo et al., 2020).

### **Conclusiones**

La presente revisión bibliográfica permitió evidenciar que la comunicación integral de marketing en la era digital ha evolucionado hacia modelos estratégicos centrados en la omnicanalidad, la personalización y la experiencia del consumidor. Los estudios analizados coinciden en que las organizaciones contemporáneas requieren integrar coherentemente canales físicos y digitales para responder a las nuevas dinámicas de interacción generadas por la transformación tecnológica y el comportamiento del consumidor hiperconectado. Asimismo, se identificó que las estrategias omnicanal no solo mejoran los procesos de comunicación empresarial, sino que también fortalecen la continuidad de la experiencia del cliente, incrementando la satisfacción, la fidelización y la competitividad organizacional.

En este contexto, la comunicación integral de marketing deja de concebirse como una suma aislada de herramientas promocionales y se transforma en un ecosistema estratégico orientado a construir relaciones sostenibles y experiencias coherentes en todos los puntos de contacto con la marca. De igual manera, la revisión evidenció que las estrategias omnicanal impactan significativamente en el posicionamiento de marca, debido a que fortalecen la percepción de confianza, credibilidad, diferenciación y reconocimiento empresarial. Los hallazgos científicos revisados

demonstraron que la integración estratégica de redes sociales, plataformas digitales, marketing de contenidos y experiencias personalizadas favorece la construcción de identidades corporativas sólidas dentro de mercados altamente competitivos y saturados de información. Además, se identificó que factores como la interactividad, la coherencia comunicacional, la conectividad entre canales y la capacidad de respuesta influyen directamente en la forma en que los consumidores perciben y recuerdan una marca. En consecuencia, el posicionamiento contemporáneo depende cada vez más de la capacidad organizacional para gestionar experiencias integradas, dinámicas y emocionalmente significativas en entornos digitales.

Se concluye que la transformación digital continuará redefiniendo las estrategias de comunicación y posicionamiento empresarial, obligando a las organizaciones a adoptar enfoques más flexibles, tecnológicos y centrados en el consumidor. La omnicanalidad representa actualmente una ventaja competitiva indispensable para las marcas que buscan consolidarse en mercados globalizados, debido a que permite integrar innovación tecnológica, análisis de datos y comunicación estratégica en una experiencia unificada. No obstante, la literatura revisada también evidencia desafíos relacionados con la gestión de datos, la coherencia entre plataformas y la adaptación constante a las nuevas expectativas del consumidor digital.

Por ello, resulta necesario que futuras investigaciones profundicen en el análisis de herramientas emergentes como la inteligencia artificial, la automatización y la analítica predictiva, con el propósito de comprender su influencia en la evolución de la comunicación

integral de marketing y en la construcción de posicionamientos de marca sostenibles en el tiempo.

### **Referencias Bibliográficas**

- Amit, R., y Han, X. (2017). Value creation through novel resource configurations in a digitally enabled world. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 228–242. <https://doi.org/10.1002/sej.1255>
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L., y Wright, M. (2021). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(2), 311–337. <https://doi.org/10.1002/sej.1393>
- Bouwman, H., Nikou, S., y de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Cennamo, C., Dagnino, G., Di Minin, A., y Lanzolla, G. (2020). Managing digital transformation: Scope of transformation and modalities of value co-generation and delivery. *California Management Review*, 62(4), 5–16. <https://doi.org/10.1177/0008125620942136>
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J., Veiga, P., Kailer, N., y Weinmann, A. (2021). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- Nambisan, S., Wright, M., y Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for*

*visionaries, game changers, and challengers.* Wiley.

Paiola, M., y Gebauer, H. (2020). Internet of things technologies, digital servitization and business model innovation in BtoB manufacturing firms. *Industrial Marketing Management*, 89, 245–264. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.03.009>

Sjödín, D., Parida, V., Kohtamäki, M., y Wincent, J. (2020). An agile co-creation process for digital servitization: A micro-service innovation approach. *Journal of Business Research*, 112, 478–491. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.009>

Teece, D. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>

Trabucchi, D., y Buganza, T. (2021). Fostering digital platform innovation: From two-sided to multi-sided platforms. *Creativity and Innovation Management*, 30(2), 345–358. <https://doi.org/10.1111/caim.12420>

Verhoef, P., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J., Fabian, N., y Haenlein, M. (2021). Digital transformation:

A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.

<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

Warner, K., y Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349.

<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>

Zott, C., y Amit, R. (2017). Business model innovation: How to create value in a digital world. *GfK Marketing Intelligence Review*, 9(1), 18–23. <https://doi.org/10.1515/gfkmir-2017-0003>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright © Miryam Gabriela Pacheco Rodríguez, Mario Wilfrido Mata Villagómez, Susana Paola Carrillo Vera, y Kleber Vicente Mata Villagómez.

<b>Declaraciones éticas y editoriales del artículo</b>
<b>Contribución de los autores (Taxonomía CRediT)</b> Miryam Gabriela Pacheco Rodríguez: Conceptualización de la investigación, diseño metodológico, desarrollo del proceso investigativo, análisis formal de los datos, redacción del borrador original del manuscrito, revisión crítica del contenido científico. Mario Wilfrido Mata Villagómez: Conceptualización de la investigación, diseño metodológico, desarrollo del proceso investigativo, análisis formal de los datos, redacción del borrador original del manuscrito, revisión crítica del contenido científico. Susana Paola Carrillo Vera: Curación y organización de los datos, participación en la recolección de información, validación de los resultados obtenidos. Kleber Vicente Mata Villagómez: Curación y organización de los datos, participación en la recolección de información, validación de los resultados obtenidos.
<b>Declaración de conflicto de intereses</b> Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con la investigación presentada, la autoría del manuscrito ni la publicación del presente artículo.
<b>Declaración de financiamiento</b> La presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias públicas, comerciales o de organizaciones sin fines de lucro. En caso de existir financiamiento institucional o externo, este deberá ser declarado explícitamente por los autores en esta sección.
<b>Declaración del editor</b> El editor responsable certifica que el proceso editorial del presente artículo se desarrolló conforme a los principios de integridad científica, transparencia y buenas prácticas editoriales. El manuscrito fue sometido a un proceso de evaluación mediante revisión por pares doble ciego, garantizando la confidencialidad de la identidad de los autores y revisores durante todo el proceso de dictamen académico. Asimismo, el editor declara que el artículo cumple con los criterios científicos, metodológicos y éticos establecidos por la revista.
<b>Declaración de los revisores</b> Los revisores externos que participaron en la evaluación del presente manuscrito declaran haber realizado el proceso de revisión de manera objetiva, independiente y confidencial. Asimismo, manifiestan que no mantienen conflictos de interés con los autores ni con la investigación evaluada, y que sus observaciones y recomendaciones se fundamentan exclusivamente en criterios científicos, metodológicos y académicos.
<b>Declaración ética de la investigación</b> Los autores declaran que la investigación se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación científica, garantizando la confidencialidad de los datos y el respeto a los participantes del estudio. En los casos en que la investigación involucre seres humanos, los procedimientos deben ajustarse a los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki y a las normativas institucionales correspondientes.
<b>Declaración sobre el uso de inteligencia artificial</b> Los autores declaran que el uso de herramientas de inteligencia artificial, en caso de haberse utilizado durante el proceso de investigación o redacción del manuscrito, se realizó únicamente como apoyo técnico para mejorar la claridad del lenguaje o el análisis de información, manteniendo siempre la responsabilidad intelectual sobre el contenido del artículo. Las herramientas de inteligencia artificial no fueron utilizadas como autoras del manuscrito ni sustituyen la responsabilidad académica de los investigadores.
<b>Disponibilidad de datos</b> Los datos que respaldan los resultados de esta investigación estarán disponibles previa solicitud razonable al autor de correspondencia, respetando las normas éticas y de confidencialidad establecidas por la investigación.

