

República Bolivariana de Venezuela
Ministerio del Poder Popular para la Educación Superior
Universidad Nacional Experimental de la Gran Caracas “UNEXCA”
Trayecto III, semestre II
Unidad Curricular: Electiva III

La Transformación Digital en Organizaciones y Empresas

Docente: Vladimir Peña

Estudiante:Bruno Palacios

C.I: 30150650

Caracas Enero del 2026

Introducción

La transformación digital no representa simplemente la adopción de nuevas herramientas tecnológicas, sino un cambio de paradigma cultural y operativo que redefine cómo las organizaciones generan valor. En un entorno globalizado y altamente volátil, la integración de tecnologías emergentes como la Inteligencia Artificial, el Big Data y el Internet de las Cosas (IoT) se ha convertido en una necesidad de supervivencia más que en una ventaja competitiva opcional. Este proceso implica una reingeniería profunda de los procesos internos, la experiencia del cliente y los modelos de negocio tradicionales, permitiendo a las empresas ser más ágiles, resilientes y eficientes ante las demandas de un mercado en constante evolución tecnológica.

1) ¿Qué es la Transformación Digital en Organizaciones y Empresas?

La transformación digital es la integración estratégica de tecnología digital en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente la forma en que opera y entrega valor a sus clientes. Surgió con fuerza a principios de la década de 2010 como una evolución de la digitalización simple, buscando no solo convertir papel en bits, sino reimaginar el negocio en la era digital. Sirve para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la toma de decisiones basada en datos y crear experiencias personalizadas para el consumidor. Sus pros incluyen la reducción de costos a largo plazo y la apertura de nuevos mercados, mientras que sus contras residen en la alta inversión inicial y la resistencia al cambio cultural por parte del personal.

Funciona mediante la implementación coordinada de software, hardware y metodologías ágiles que conectan los activos físicos con sistemas digitales inteligentes. Se aplica con mayor intensidad en sectores como el financiero (Fintech), el retail (e-commerce) y la salud, donde la inmediatez y el análisis de datos son críticos. Estadísticamente, se estima que las empresas con alta madurez digital tienen márgenes de beneficio hasta un 25% superiores a sus competidores rezagados. Para mejorar este proceso, las organizaciones deben priorizar la capacitación continua del talento humano y asegurar que la tecnología sea un medio para alcanzar objetivos de negocio claros, no un fin en sí mismo.

2) Porqué la transformación digital busca transformar los modelos de negocios

La transformación digital busca alterar los modelos de negocio porque las fuentes tradicionales de ingresos se han vuelto insuficientes frente a la economía de plataformas y servicios bajo demanda. Al transformar el modelo, una empresa deja de vender productos aislados para ofrecer soluciones integradas o experiencias recurrentes (como el modelo SaaS). Esto sirve para capturar valor de manera constante y fidelizar al cliente en ecosistemas digitales cerrados. Se utiliza mediante el rediseño de la propuesta de valor y el aprovechamiento de activos digitales para generar flujos de caja escalables que no dependan linealmente del incremento de recursos físicos o humanos.

Los beneficios principales son la escalabilidad masiva y la diversificación de ingresos, mientras que el riesgo principal es la canibalización de las líneas de negocio tradicionales que aún son rentables. Este enfoque funciona analizando el viaje del cliente y eliminando fricciones a través de la automatización y el análisis predictivo. Está muy involucrado en industrias de medios, transporte (Uber/Airbnb) y manufactura (Servitización). Para mejorar, las empresas deben adoptar una mentalidad de experimentación (fail fast) que permita pivotar el modelo de negocio rápidamente cuando los datos indican que una estrategia no está resonando con el mercado actual.

3) Tecnologías facilitadoras de la transformación digital

Las tecnologías facilitadoras son el conjunto de herramientas que habilitan la infraestructura necesaria para la digitalización, destacando el Cloud Computing, el Big Data y la Movilidad. El Cloud permite el acceso ubicuo a recursos computacionales sin grandes inversiones en hardware físico, funcionando como el motor de almacenamiento y procesamiento de la era moderna. El Big Data sirve para procesar volúmenes masivos de información estructurada y no estructurada, permitiendo hallar patrones ocultos de consumo. La movilidad, por su parte, asegura que las operaciones y el acceso a la información no dependan de una ubicación física, democratizando el trabajo remoto y la gestión en tiempo real.

Estas tecnologías comenzaron a converger de forma masiva a partir de 2012, permitiendo una democratización de la tecnología donde las PYMES pueden usar las mismas herramientas que las multinacionales. Entre sus pros se encuentra la agilidad operativa y la capacidad de análisis profundo, pero enfrentan desafíos como la complejidad en la integración de sistemas heredados (legacy) y preocupaciones sobre la soberanía de los datos. Funcionan mediante capas de interoperabilidad (APIs) que conectan diferentes sistemas de software. Actualmente, el 90% de las empresas líderes ya utilizan la nube para al menos una parte crítica de su operación, y se espera que la mejora futura venga de la mano de una mayor automatización autónoma en estos servicios facilitadores.

4) Las tres tendencias estratégicas de la transformación digital

Las tendencias estratégicas actuales se centran en la Hiper-personalización, la Agilidad Organizacional y la Ecosistematización. La hiper-personalización utiliza algoritmos avanzados para ofrecer productos y servicios a la medida exacta de cada individuo, funcionando sobre la base de perfiles de datos en tiempo real. La agilidad organizacional permite que las estructuras jerárquicas rígidas se transformen en redes de equipos autónomos que responden rápido al mercado. Por último, la ecosistematización busca que las empresas no compitan solas, sino dentro de redes de socios y proveedores interconectados digitalmente para ofrecer un valor superior al cliente final.

Estas tendencias sirven para garantizar la relevancia de la marca en un mercado saturado de opciones y para aumentar la resiliencia ante crisis externas. Su aplicación comenzó a acelerarse tras la pandemia de 2020, donde la capacidad de respuesta digital determinó la supervivencia empresarial. El mayor pro es la creación de una ventaja competitiva difícil de imitar, mientras que el contra es la complejidad de coordinar múltiples actores y tecnologías en un mismo ecosistema. Para mejorar, las organizaciones deben romper los silos internos y fomentar una comunicación abierta basada en herramientas colaborativas que faciliten la visibilidad total de los datos estratégicos.

5) Tres tecnologías de gran impacto: IA, IoT y Blockchain

La Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y el Blockchain son los tres pilares tecnológicos con mayor impacto disruptivo. La IA funciona replicando procesos de aprendizaje humano para automatizar tareas cognitivas complejas, sirviendo para la predicción de demanda y la atención al cliente automatizada. El IoT conecta dispositivos físicos a internet para recolectar datos operativos en tiempo real, transformando fábricas y ciudades en entornos inteligentes. El Blockchain ofrece un registro descentralizado e inmutable de transacciones, proporcionando seguridad y transparencia absoluta en las cadenas de suministro y transacciones financieras sin necesidad de intermediarios.

Estas tecnologías han ganado madurez comercial en la última década, impactando sectores como la logística, las finanzas y la energía. La IA ofrece el progreso de la eficiencia extrema, pero conlleva riesgos éticos y de sesgo. El IoT permite un control total de activos físicos pero aumenta la superficie de ataque para ciberdelincuentes. El Blockchain garantiza confianza, aunque su consumo energético y escalabilidad siguen siendo puntos de mejora. Las estadísticas muestran que el mercado de IA crecerá a una tasa anual del 37% hasta 2030. La mejora de estas tecnologías radica en su integración mutua: una red IoT que genere datos procesados por IA y asegurados por Blockchain representa el futuro de la autonomía digital.

6) 10 tendencias para la transformación digital según Forbes

Forbes ha identificado tendencias críticas que incluyen: 5G para conectividad ultra rápida, Analítica de Datos aumentada, Ciberseguridad basada en IA, Privacidad de datos como ventaja competitiva, Digital Twins (gemelos digitales), Democratización de la tecnología (No-code/Low-code), Experiencia Total (TX), Trabajo Híbrido sostenible, Cloud Nativo y la Computación Cuántica inicial. Estas tendencias sirven para guiar la inversión tecnológica hacia áreas que realmente mueven la aguja del negocio. El 5G, por ejemplo, permite latencias mínimas que facilitan la cirugía remota o el coche autónomo, mientras que el Low-code permite que empleados sin formación técnica creen sus propias soluciones digitales.

Estas tendencias empezaron a consolidarse como prioritarias entre 2021 y 2024. Su principal ventaja es la creación de infraestructuras robustas y flexibles,

pero el principal reto es la brecha de talento capacitado para gestionarlas. Funcionan mediante la adopción de arquitecturas modernas de IT que priorizan la modularidad y la seguridad desde el diseño. Se estima que para finales de la década, el uso de gemelos digitales en la manufactura reducirá los errores de producción en un 30%. Para mejorar su implementación, Forbes sugiere un enfoque en la "Gobernanza de Datos", asegurando que la información utilizada en estas tendencias sea precisa, ética y segura.

7) Pilares propuestos por Telefónica para la transformación digital

Telefónica propone cuatro pilares fundamentales: Conectividad, Cloud, Ciberseguridad y Big Data/IA. La conectividad es la base física (fibra óptica, 5G) sobre la cual se construye todo lo demás; sin ella, el flujo de información es imposible. El Cloud provee la infraestructura elástica para escalar servicios. La ciberseguridad protege los activos más valiosos de la organización en un mundo interconectado. Finalmente, el Big Data y la IA transforman la información cruda en conocimiento accionable para el negocio. Estos pilares sirven para estructurar una hoja de ruta coherente que evite inversiones aisladas y desordenadas.

Cómo funciona este modelo es a través de una integración vertical donde cada pilar apoya al siguiente, creando un ciclo de retroalimentación de datos y seguridad. El problema de este enfoque es la solidez estructural que ofrece a la empresa, mientras que el contrario puede ser la dependencia tecnológica de un solo proveedor o ecosistema si no se gestiona bien. Estas áreas están involucradas mayormente en los sectores de servicios públicos, banca y administración pública. Las mejoras proyectadas por Telefónica incluyen la implementación de "redes inteligentes" que se autogestionan mediante IA para optimizar el consumo energético y la velocidad de transmisión de datos.

8) ¿Qué es una empresa digital?

Una empresa digital es aquella que no solo utiliza herramientas tecnológicas, sino que tiene la tecnología integrada en su ADN organizativo, donde los datos son el centro de la toma de decisiones y el cliente el centro de su estrategia. A diferencia de las empresas tradicionales que usan la informática como soporte, en la empresa

digital la tecnología es el generador del negocio. Sirve para operar de manera ágil, sin las limitaciones geográficas o temporales de los modelos antiguos. Surgió conceptualmente con el auge de las "Big Tech" (Amazon, Google) y ha sido el modelo a seguir por startups que buscan irrumpir en mercados establecidos mediante la innovación constante.

Funciona bajo una cultura de mejora continua, metodologías ágiles (Scrum, Kanban) y una infraestructura flexible mayormente en la nube. Entre sus pros destacan la alta capacidad de adaptación y la satisfacción del cliente a través de canales omnicanal. Su contra es la vulnerabilidad ante fallos tecnológicos críticos y la necesidad de una actualización constante de habilidades para no quedar obsoleta. Estadísticamente, las empresas que se definen como digitales crecen tres veces más rápido que las que no lo son. Para mejorar, una empresa digital debe evolucionar hacia la sostenibilidad digital, buscando que sus procesos tecnológicos sean eficientes no solo económica mente, sino también ambientalmente.

9) Los 12 dominios de digitalización de la empresa

La digitalización abarca doce dominios clave: Estrategia y Liderazgo, Cultura y Organización, Experiencia del Cliente, Canales de Venta, Procesos Operativos, Producto y Servicio, Gestión de Datos, Tecnología e IT, Marketing Digital, Capital Humano, Gestión de la Cadena de Suministro y Ciberseguridad. Estos dominios sirven para evaluar el nivel de madurez digital de una organización de forma holística. Cada dominio funciona como un engranaje; por ejemplo, una excelente estrategia de Marketing Digital falla si la Cadena de Suministro no está digitalizada para cumplir con las promesas de entrega inmediata realizadas al cliente por medios digitales.

Este enfoque multidimensional permite identificar cuellos de botella específicos. El problema es que ofrece una visión de 360 grados de la empresa, evitando que la digitalización se quede estancada solo en el departamento de IT. El contra es que intentar atacar los 12 dominios al mismo tiempo puede agotar los recursos de la empresa. Se utiliza principalmente en diagnósticos de consultoría estratégica. Para mejorar en estos dominios, es vital establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) digitales para cada uno, permitiendo medir el retorno de

inversión (ROI) de la transformación en áreas no tradicionalmente tecnológicas como el Capital Humano o la Cultura.

10) Disciplinas y procesos para impulsar la transformación digital

Las disciplinas fundamentales incluyen el Design Thinking para la innovación centrada en el usuario, la Ciencia de Datos para el análisis predictivo, la Ciberseguridad para la gestión de riesgos y el Cloud Engineering para la infraestructura. Los procesos analizados suelen ser el ciclo de vida del cliente (Customer Journey), la automatización de procesos robóticos (RPA) en la administración y la gestión ágil de proyectos. Estas disciplinas sirven para profesionalizar el cambio y asegurar que la transformación digital no sea un proceso errático. Funcionan combinando habilidades blandas (creatividad, empatía) con habilidades técnicas duras (programación, análisis estadístico).

La principal ventaja de este enfoque disciplinado es la reducción del margen de error en la implementación de nuevas tecnologías. Sin embargo, su implementación requiere una inversión significativa en formación y reclutamiento de perfiles especializados. Estas áreas están más involucradas en corporaciones de gran tamaño que manejan procesos complejos de producción o servicios. Las estadísticas sugieren que los proyectos de transformación que siguen disciplinas estructuradas tienen un 60% más de probabilidad de éxito. Para mejorar, estas disciplinas deben integrarse de forma transversal, permitiendo que un científico de datos trabaje mano a mano con un diseñador de experiencias para crear productos disruptivos.

11) Ejes o palancas de la transformación digital

Los ejes o palancas fundamentales son: La Visión y Estrategia, El Liderazgo Digital, La Experiencia del Cliente, La Cultura Organizativa, La Tecnología y Los Datos. La Visión sirve para marcar el norte del cambio, mientras que el Liderazgo es el motor que impulsa la adopción en todos los niveles jerárquicos. La Experiencia del Cliente funciona como el validador del éxito de la transformación, y la Cultura es el lubricante que permite que los cambios no generen fricciones internas. Estos ejes

se utilizan para sostener el proceso de cambio a largo plazo, asegurando que no se pierda el impulso inicial tras los primeros éxitos o fracasos tecnológicos.

El funcionamiento de estas palancas debe ser sincrónico; de nada sirve tener la mejor tecnología si la cultura interna la rechaza. El pro es la creación de una organización resiliente y orientada al futuro, mientras que el contra es el desgaste emocional que puede sufrir la plantilla ante cambios constantes. Se involucran en todas las áreas de la empresa, desde recursos humanos hasta finanzas. Se ha demostrado que el 70% de las transformaciones fallan por debilidades en el eje de la Cultura Organizativa. La mejora de estas palancas reside en una comunicación transparente por parte de la alta dirección, democratizando el acceso a la información y empoderando a los empleados para usar las nuevas herramientas.

12) Tendencias destacadas en el impacto de las nuevas tecnologías

El impacto actual de las tecnologías se manifiesta en tendencias como el Metaverso corporativo para colaboración remota, la IA Generativa (como ChatGPT) para la creación de contenido y código, y la Realidad Aumentada para el mantenimiento técnico. Estas tendencias sirven para romper las barreras físicas y cognitivas tradicionales, permitiendo niveles de productividad antes inimaginables. Funcionan sobre la base de una infraestructura de internet de alta velocidad y procesadores de gran potencia. Empezaron a tener un impacto masivo alrededor de 2022-2023, cambiando incluso la forma en que los estudiantes y profesionales interactúan con el conocimiento.

El principal pro es la aceleración de la innovación y la personalización masiva, pero los contras incluyen la desinformación (deepfakes) y la posible sustitución de puestos de trabajo tradicionales. Estas tecnologías están involucradas fuertemente en educación, marketing y diseño industrial. Estadísticas recientes indican que la IA generativa podría añadir hasta 4.4 billones de dólares anuales a la economía global. Para mejorar, es imperativo establecer marcos regulatorios y éticos que aseguren que el impacto de estas tecnologías sea positivo para la sociedad en su conjunto, mitigando riesgos de seguridad y privacidad.

13) Papel de la Ciberseguridad en la transformación digital

La ciberseguridad es el habilitador crítico de la confianza en el ecosistema digital; sin ella, la transformación digital es intrínsecamente arriesgada. Sirve para proteger la integridad, confidencialidad y disponibilidad de los datos de la empresa y sus clientes en un entorno donde los ciberataques son cada vez más sofisticados. Funciona mediante capas de protección (firewalls, cifrado, autenticación multifactor) y, más recientemente, a través del modelo "Zero Trust" (Confianza Cero), donde no se confía en nadie por defecto, ni siquiera dentro de la red corporativa. Su importancia aumentó exponencialmente con la digitalización masiva y el trabajo remoto.

Los beneficios son la protección de la reputación de la marca y la continuidad del negocio, mientras que los contras incluyen el costo elevado de las soluciones y la posible ralentización de algunos procesos operativos debido a los controles estrictos. Se involucra en todas las transacciones digitales, desde un simple correo hasta una transferencia bancaria masiva. Se estima que el cibercrimen costará al mundo 10.5 billones de dólares anuales para 2025. Para mejorar, la ciberseguridad debe dejar de verse como un gasto de IT para entenderse como una estrategia de gestión de riesgos empresariales, educando a cada empleado como la primera línea de defensa.

14) Fases y etapas según The Economist

The Economist propone un proceso estructurado en tres fases: Planificación, Implementación y Optimización, divididas en nueve etapas. La fase de Planificación incluye el diagnóstico de madurez, la definición de objetivos y la creación de la hoja de ruta estratégica. La implementación abarca la selección de tecnologías, el rediseño de procesos y la capacitación del personal. Finalmente, la Optimización trata sobre la medición de resultados, el ajuste de la estrategia y la escalabilidad del modelo a toda la organización. Este marco sirve para dar orden y métricas a un proceso que de otro modo podría ser caótico y costoso.

Este modelo funciona como un ciclo iterativo donde la optimización vuelve a alimentar la planificación de nuevas innovaciones. El pro principal es que ofrece una estructura probada que reduce la incertidumbre empresarial. El contra es que su rigidez puede chocar con la necesidad de agilidad extrema en ciertos mercados

volátiles. Se utiliza comúnmente en grandes consultorías de gestión. Para mejorar este proceso, The Economist sugiere integrar la retroalimentación de los clientes en cada una de las nueve etapas, asegurando que la transformación siempre esté alineada con las necesidades reales del mercado y no solo con deseos internos de modernización.

15) Los 7 pasos propuestos por Delgado en "Digitalízate"

Manuel Delgado propone una ruta práctica: 1) Entender el nuevo entorno digital, 2) Definir una visión clara, 3) Transformar el liderazgo, 4) Poner al cliente en el centro, 5) Rediseñar los procesos, 6) Gestionar el cambio cultural y 7) Ejecutar y medir. Estos pasos sirven como una guía práctica para directivos que no saben por dónde empezar su proceso de digitalización. Funcionan de manera secuencial pero interconectada, enfatizando que la digitalización empieza por la mente de los líderes antes que por los servidores de la empresa. Se popularizó como una metodología accesible para el mercado hispanohablante.

La ventaja de este modelo es su enfoque humano y cultural, reconociendo que la tecnología es secundaria frente a la estrategia y las personas. El contrario es que requiere un compromiso total de la alta dirección, algo que no siempre ocurre en organizaciones tradicionales. Está involucrado en programas de formación de ejecutivos y transformación de PYMES. Las estadísticas apoyan que los procesos que empiezan con una visión clara (paso 2) tienen una tasa de éxito mucho mayor. Para mejorar, estos pasos deben aplicarse con flexibilidad, permitiendo que la etapa de "ejecución y medición" informe rápidamente cambios en la visión si los resultados iniciales no son los esperados.

16) Fábrica Inteligente 4.0 y la Industria 4.0

El concepto de Fábrica Inteligente 4.0 representa la materialización de la cuarta revolución industrial, donde los sistemas de producción físicos se fusionan con el mundo digital mediante sistemas ciberfísicos. Sirve para crear líneas de producción autónomas, flexibles y altamente eficientes que pueden personalizar productos a escala de masa sin aumentar costos. Funciona mediante la interconexión de máquinas que se comunican entre sí y con los humanos a través

de protocolos de IoT, analizando datos en tiempo real para predecir fallos (mantenimiento predictivo) y optimizar el consumo de energía.

Esta revolución comenzó aproximadamente en 2011 en Alemania y se ha expandido globalmente. Sus pros incluyen una productividad sin precedentes y una reducción drástica del desperdicio, mientras que sus contras son la altísima inversión en robótica y sensores, además de la necesidad de mano de obra altamente calificada. Está involucrada principalmente en la industria automotriz, aeroespacial y farmacéutica. Se proyecta que para 2025, el 60% de las fábricas de los países desarrollados tendrán algún nivel de autonomía inteligente. La mejora de la Fábrica 4.0 vendrá de la mano de la "Industria 5.0", que busca reintegrar el toque humano y la personalización artesanal en los procesos automatizados, priorizando también la sostenibilidad ambiental extrema.