

Hasta hace poco la economía había sido un apéndice de los negocios “usuales”. Pero en los últimos años las transformaciones digitales han alcanzado un punto de inflexión donde lo digital se ha transformado en lo “usual”. Lo digital no es solo parte de la Economía, es la Economía misma.

Es una economía de oportunidades ilimitadas para unos, mientras que para otros significa la ruina y el desplazamiento. Estudios indican que las compañías que se están adaptando al mundo digital son 26% más rentables que sus pares de la industria que no lo hacen.

La era de la economía digital (e-Economy) está dominando la economía mundial, las empresas están reacomodando sus estrategias, mejor dicho se están reinventando como negocio porque se han dado cuenta de que si no entran al escenario digital su final como organización está muy cerca. Los mercados son ahora más estrechos, no existe dificultad para llegar a mercados de ultramar, las carreteras reales están siendo remplazadas por carreteras virtuales que permiten el **Ecommerce** en tiempo virtual. Predominan los productos inteligentes y empresas del conocimiento. Este perfil de la **e-Economy** exige que los negocios se reconviertan en nuevos negocios, apuntando a la diferenciación para lograr un liderazgo sólido y sostenido.

Bajo este contexto, sin duda, la reingeniería de procesos de negocios ya no constituye una estrategia para la nueva economía, llamada también **e-Economy** o economía digital. Al igual que la calidad, la reingeniería es una condición necesaria, pero no suficiente para la competitividad, puesto que el mundo, la economía y todas las reglas de negocios se encuentran en proceso de transformación. En el presente siglo, las empresas deben ir más allá de la reingeniería, su visión debe apuntar a la transformación de la empresa, posibilitada

por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). La meta no sólo debe ser el control de los costos, sino la profunda transformación del servicio al cliente, la capacidad de respuesta y la innovación.

El crecimiento de Internet, como uno de los instrumentos más importantes de la economía digital en ciertos sectores de la sociedad, impulsado recientemente por el desarrollo de nuevos y distintos dispositivos de enlace como teléfonos celulares, televisores convencionales, agendas electrónicas, aparatos electrodomésticos, y microcomputadoras ha contribuido, en gran medida, al aceleramiento de un proceso de transformación de los principios económicos que rigieron la actividad comercial en el siglo XX.

En América Latina y el Caribe, también se vive un punto de inflexión en el desarrollo de la economía digital con progresos y rezagos que configuran una región que avanza a dos velocidades tecnológicas muy diferentes. Por una parte, en varios países, luego de décadas de implementación de estrategias y políticas de apoyo a la difusión de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), constatamos que estas tienen un impacto positivo en el crecimiento económico, la inversión tecnológica, la estructura productiva y el comportamiento de las empresas y los consumidores lo cual es muy cierto para nuestro país. Otro grupo todavía no alcanza los umbrales mínimos de acceso y uso por parte de sus ciudadanos y empresas; por ello, sus progresos son más lentos y ese rezago hace que las nuevas tecnologías no tengan los impactos deseables en la inversión, el crecimiento y la productividad, con sus consiguientes repercusiones positivas en el empleo, los salarios y la igualdad.