

## Comunicación digital, contenidos y expresión: nuevos estilos de liderazgo en Ecuador

### Digital communication, content and expression: New leadership styles in Ecuador

Norma Yomara Ruiz Luque<sup>1</sup> ([yruizl@unemi.edu.ec](mailto:yruizl@unemi.edu.ec)) (<https://orcid.org/0000-0001-6607-4422>)

Christian Ricardo Córdova Agreda<sup>2</sup> ([christianricardocordova@gmail.com](mailto:christianricardocordova@gmail.com))  
(<https://orcid.org/0009-0004-2527-0215>)

### Resumen

El mundo digital impone una comunicación diferente y nuevos estilos de liderazgos. Este artículo tiene el propósito de ofrecer una visión comprensiva y actualizada de estos fenómenos, sintetizando los hallazgos de estudios previos y proporcionando un análisis crítico de las tendencias emergentes en la gestión del contenido digital y la expresión en el liderazgo ecuatoriano. Se destaca la adaptación de los líderes a las herramientas digitales, esenciales para mantener la cohesión y la productividad en un entorno transformado por la pandemia de Covid-19. También que los líderes que manejan de manera efectiva la comunicación digital no solo impulsan la innovación y la colaboración, sino que también enfrentan desafíos que requieren de habilidades adecuadas, de ahí la importancia de su educación. Se concluye que la digitalización está redefiniendo la comunicación y el liderazgo en Ecuador, señalando tanto los logros alcanzados como las brechas y los retos futuros.

**Palabras clave:** comunicación digital, liderazgo, Ecuador

### Abstract

The digital world imposes different communication and new leadership styles. This article aims to offer a comprehensive and updated view of these phenomena, synthesizing the findings of previous studies and providing a critical analysis of emerging trends in digital content management and expression in Ecuadorian leadership. The adaptation of leaders to digital tools is highlighted, as essential to maintain cohesion and productivity in an environment transformed by

<sup>1</sup> Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), Ecuador.

<sup>2</sup> Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), Ecuador.

the COVID-19 pandemic. Also, that leaders who effectively manage digital communication not only drive innovation and collaboration but also face challenges that require adequate skills, hence the importance of their education. It is concluded that digitalization is redefining communication and leadership in Ecuador, pointing out both the achievements achieved and the gaps and future challenges.

**Key words:** digital communication, leadership, Ecuador

### **Introducción**

En el actual entorno digital global, la comunicación ha evolucionado de manera significativa, transformando no solo las dinámicas de interacción social, sino también los estilos de liderazgo en distintos contextos, incluido el de Ecuador. Esta evolución no solo ha permitido un acceso más amplio y rápido a la información, sino que también ha redefinido las estrategias de liderazgo, especialmente en lo que respecta a la gestión de contenido digital y la expresión en plataformas virtuales. En un país como Ecuador, donde la digitalización ha avanzado de manera acelerada en la última década, estas transformaciones han generado un impacto notable en el ámbito organizacional y social.

En Ecuador, el avance de la tecnología y la digitalización han estado acompañados por un conjunto de normativas que buscan regular la actividad en línea y proteger los derechos digitales. La Ley Orgánica de Comunicación, reformada en 2018, ha sido uno de los marcos legales más significativos en este contexto. Esta ley no solo regula los medios de comunicación tradicionales, sino que también extiende su alcance a las plataformas digitales, estableciendo normas sobre la responsabilidad de los contenidos y la protección de derechos como la libertad de expresión y el acceso a la información. Según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en 2022, el 79.4% de los hogares en Ecuador tenían acceso a Internet, lo que demuestra la creciente penetración digital en el país y subraya la relevancia de las normativas que guían esta transformación.

Los nuevos estilos de liderazgo que han emergido en este contexto se caracterizan por un enfoque más inclusivo, participativo y adaptativo, elementos que son esenciales en la gestión de contenido

digital. Estos líderes no solo deben manejar herramientas tecnológicas con destreza, sino que también deben ser capaces de cultivar una cultura organizacional que fomente la creatividad, la innovación y la expresión abierta en un entorno digital. Estudios recientes indican que los líderes que adoptan un estilo de comunicación digital efectiva pueden mejorar significativamente la cohesión y el compromiso dentro de sus equipos, un aspecto crítico en un mercado laboral cada vez más competitivo y globalizado (Duque-Rengel et al., 2022).

Además, el impacto de la pandemia de Covid-19 ha acelerado la necesidad de adaptación a estos nuevos estilos de liderazgo en Ecuador. La transición forzada hacia modalidades de trabajo remoto y la dependencia de herramientas digitales para la gestión y la comunicación han puesto a prueba la capacidad de los líderes para gestionar de manera efectiva en un entorno virtual. La respuesta a esta crisis ha evidenciado que aquellos líderes que se han adaptado con mayor rapidez a la comunicación digital han logrado no solo mantener la productividad, sino también fortalecer la resiliencia y la motivación de sus equipos.

En resumen, la comunicación digital y los nuevos estilos de liderazgo en Ecuador representan un campo en expansión que demanda una comprensión profunda y una constante adaptación a las cambiantes dinámicas tecnológicas y normativas. Este artículo se propone ofrecer una visión comprensiva y actualizada de estos fenómenos, sintetizando los hallazgos de estudios previos y proporcionando un análisis crítico de las tendencias emergentes en la gestión del contenido digital y la expresión en el liderazgo ecuatoriano.

### **Materiales y métodos**

La selección de los artículos se apoyó en bases de datos académicas reconocidas, como Google Scholar, Redalyc, Scielo, Dialnet, y Scopus. Estas bases de datos se escogieron por su amplia cobertura de literatura académica en español y su enfoque en ciencias sociales y humanidades. En el proceso de búsqueda se emplearon las palabras clave: "liderazgo digital", "comunicación digital", "transformación digital" y "Ecuador". El proceso de selección tuvo un primer momento, en el cual se consideraron los siguientes criterios de inclusión y exclusión establecidos en la investigación.

### Criterios de inclusión

- Artículos publicados en los últimos cinco años (2019-2023).
- Estudios centrados en temas de liderazgo, comunicación digital, y transformación digital en organizaciones.
- Estudios realizados en Ecuador
- Artículos revisados por pares para garantizar la calidad académica.

### Criterios de exclusión

- Artículos no relacionados directamente con liderazgo o comunicación digital.
- Estudios publicados antes de 2019.
- Publicaciones en revistas no indexadas en bases de datos reconocidas.

Además, se hizo una lectura de los títulos y resúmenes para eliminar estudios irrelevantes o duplicados. Luego, se procedió una lectura detallada de los artículos seleccionados para asegurar que cumplieran con los objetivos del estudio. El total de artículos seleccionados fue 10. Al final, solo el 80 % de los estudios obtenidos resultaron ecuatorianos. Así, dada la insuficiencia de investigaciones de este tipo en Ecuador se incluyeron 2 estudios que cumplían con el resto de los criterios establecidos; siendo, además, significativos por su valor teórico. Los artículos seleccionados se describen a continuación (Tabla 1).

Tabla 1. Descripción de los artículos seleccionados para el estudio

| Artículo                  | Tipo de Estudio        | Base de Datos  |
|---------------------------|------------------------|----------------|
| Abad, M. (2022)           | Empírico               | REDIB          |
| Brito, S.M. et al. (2023) | Revisión bibliográfica | Google Scholar |

|   |                        |                |
|---|------------------------|----------------|
| Alvarez (2023)                          | Empírico               | Google Scholar |
| Londoño-Proaño, C.<br>(2022)            | Empírico               | Dialnet        |
| Miranda-Torrez, J. (2023)               | Empírico               | Redalyc        |
| Ortíz, C.A., & Castillo,<br>M.B. (2022) | Empírico               | Scopus         |
| Rodriguez, E. (2022)                    | Revisión bibliográfica | Scopus         |
| Rodríguez M.I., & López,<br>L.E. (2023) | Empírico               | Google Scholar |
| Valdiviezo, C., &<br>Abedano, M. (2019) | Empírico               | Redalyc        |
| Velásquez, A.V., et al.<br>(2020)       | Empírico               | Scielo         |

## Resultados

El tema de la comunicación digital y el liderazgo en esta área ha sido estudiado desde diferentes objetivos, metodologías, y como consecuencias, diversos son los hallazgos y conclusiones mostrados.

Valdiviezo y Abedano (2019) se plantearon el objetivo de estudiar la comunicación 2.0 en Ecuador. Los autores emplearon la metodología de estudio empírico donde aplicaron encuestas y entrevistas a gerentes de comunicación de empresas industriales en Ecuador. Se aplicó un enfoque cuantitativo para analizar los datos. Los principales hallazgos indicaron que la mayoría de las empresas industriales en Ecuador han adoptado herramientas de comunicación 2.0, pero enfrentan desafíos en términos de integración y efectividad. Se concluye que, aunque las empresas reconocen la importancia de la comunicación digital, pero necesitan desarrollar estrategias más cohesivas y efectivas para maximizar su potencial.

Por su parte, los autores Velásquez, et al. (2020) se trazaron el objetivo de examinar cómo las empresas líderes en telecomunicaciones en Ecuador utilizan los medios sociales como parte de su estrategia de comunicación. La metodología empleada estudio empírico que utilizó encuestas y análisis de contenido de las redes sociales de estas empresas. Se aplicó un enfoque mixto para combinar análisis cualitativo y cuantitativo. Los principales hallazgos indicaron que las empresas líderes en telecomunicaciones utilizan los medios sociales para mejorar la comunicación con sus clientes y fortalecer su marca. Sin embargo, la efectividad de estas estrategias varía, dependiendo de la capacidad de la empresa para innovar y adaptarse a las nuevas tendencias digitales. El estudio concluye que, aunque el uso de medios sociales es beneficioso, las empresas deben mejorar la integración de estos medios en sus estrategias de comunicación general para maximizar su impacto.

Abad (2022) en su estudio se propone analizar el impacto del liderazgo electrónico en las organizaciones, específicamente cómo se implementan y gestionan las estrategias de liderazgo en entornos digitales. El autor emplea como metodología un estudio empírico basado en la recopilación de datos a través de encuestas y entrevistas en empresas que han adoptado modelos de liderazgo electrónico. Se utilizó un enfoque cuantitativo para estudiar los datos recogidos. Los principales hallazgos de esta investigación señalan que las organizaciones que han implementado un liderazgo electrónico efectivo han mejorado significativamente la comunicación interna y la toma de decisiones. Sin embargo, también se destacaron desafíos, como la necesidad de formación continua en habilidades digitales para los líderes. Se concluye que el liderazgo electrónico es esencial para el éxito organizacional en el entorno digital actual, pero requiere un enfoque estratégico y adaptativo.

Otro estudio es el de Londoño-Proaño (2022), que tiene la finalidad de analizar los estilos de liderazgo predominantes en los medios públicos de Ecuador y su impacto en la gestión organizacional. La metodología empleada es *Multifactor Leadership Questionnaire - MLQ- 5X*, instrumento muy popular en la medición del liderazgo. El autor halló que los estilos de liderazgo participativos y transformacionales son los más efectivos en los medios públicos ecuatorianos, ya que fomentan la innovación y la colaboración. Sin embargo, también se identificaron desafíos,

como la resistencia al cambio por parte de algunos líderes tradicionales. El estudio concluye que la adopción de estilos de liderazgo más modernos y flexibles es crucial para la sostenibilidad y el éxito de los medios públicos en un entorno mediático en rápida evolución.

En el estudio de Rodríguez (2022) el objetivo es identificar los principales desafíos y oportunidades en la formación de líderes en el contexto de la transformación digital. El autor realiza una revisión bibliográfica que analiza estudios previos sobre la formación de líderes en la era digital. Se realizó un análisis cualitativo de la literatura existente. En el estudio se identificaron varios desafíos clave, incluyendo la brecha de habilidades digitales y la resistencia al cambio. También se destacaron las oportunidades para desarrollar líderes más adaptativos y con competencias digitales avanzadas. Se concluye que la formación de líderes debe centrarse en la adaptación al cambio y la innovación para enfrentar con éxito la transformación digital.

Ortíz y Castillo (2022) se trazaron el objetivo determinar el estilo de liderazgo que prevalece e en las áreas productivas de una empresa manufacturera ecuatoriana, y el grado de transformación digital durante el año en una empresa manufacturera ecuatoriana. Los autores emplearon el estudio de caso y el análisis de documentos internos como parte de la metodología aplicada. Los resultados mostraron que el liderazgo efectivo fue el estilo de liderazgo transformacional, el cual fue crucial para el éxito de la transformación digital en la empresa. Los líderes que fomentaron una cultura de innovación y aprendizaje continuo lograron mejores resultados. Se concluye que el liderazgo debe ser proactivo y orientado al cambio para maximizar los beneficios de la transformación digital.

Por otra parte, el estudio de Brito et al. (2023) se plantea como objetivo, analizar la relación entre el liderazgo y la comunicación digital, y cómo estas dos áreas se complementan para lograr los objetivos organizacionales. El colectivo de autores realiza una revisión bibliográfica que recoge y sintetiza investigaciones previas sobre liderazgo y comunicación digital. Se realizó un análisis cualitativo de la literatura existente. Entre los hallazgos destacan que la comunicación digital es una herramienta clave para el liderazgo en la era digital, proporcionando una mayor eficiencia y eficacia en la transmisión de mensajes. Los líderes que dominan las competencias digitales pueden comunicarse de manera más efectiva con sus equipos, lo que resulta en un mejor

desempeño organizacional. El estudio concluye que la sinergia entre liderazgo y comunicación digital es fundamental para las organizaciones modernas.

Alvarez (2023) lleva a cabo su investigación con el objetivo, formular un concepto de liderazgo alineado con la sociedad digital, que permita a los líderes liderar las relaciones interpersonales en las nuevas tecnologías y aprovechar los beneficios de la era digital. El autor revisa investigaciones anteriores, teorías y conceptos de liderazgo; así como, datos sobre la sociedad digital y las tecnologías emergentes. El autor con un enfoque teórico y analítico indaga sobre el liderazgo en la sociedad digital. Los hallazgos, señalan que, el liderazgo digital precisa competencias específicas, como la capacidad de motivar, habilidades en tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la percepción de utilidad de estas tecnologías. Además de infraestructura tecnológica adecuada. Identifican principios clave, como la reflexión, flexibilidad, comunicación dialógica y la definición de roles. El autor concluye que, el liderazgo digital es esencial en la sociedad digital y demanda de líderes capacitados en competencias digitales y con la capacidad de adaptarse a los cambios constantes. Las organizaciones deben proporcionar infraestructura, formación y apoyo técnico para facilitar la incorporación de tecnologías emergentes. El liderazgo digital permite aprovechar los beneficios de la era digital y mejorar la productividad y competitividad de las organizaciones.

Miranda-Torrez (2023) se plantearon el objetivo del estudio, construir un marco conceptual amplio y una agenda de investigación que incluyera los impulsores para implementar la transformación y las tecnologías digitales, los recursos y las capacidades y los impactos en las organizaciones, considerando cuatro niveles de aplicación: individuo, organización, ecosistemas y geopolíticos. Los autores utilizaron un análisis cualitativo y una revisión sistemática de documentos de alto impacto como parte de la metodología. Como resultado obtuvieron un modelo que integra los conceptos estudiados y una agenda de investigación. Ultimaron que la transformación digital está produciendo cambios en los individuos, en las organizaciones, en los ecosistemas y en la geopolítica, de ahí la importancia de realizar investigaciones profundas sobre el tema.



Por último, en el caso de Rodríguez y López (2023) el objetivo planteado fue evaluar cómo el marketing digital ha apoyado el crecimiento y desarrollo de la empresa Rocanet. Las autoras emplearon la metodología del análisis de caso. De esta manera, llevaron a cabo un estudio empírico donde se recogieron datos a través de entrevistas y análisis de las estrategias de marketing digital implementadas por Rocanet. En los hallazgos la investigación señaló la necesidad del marketing digital para el crecimiento de Rocanet, así como la expansión de su presencia en el mercado y mejorar la comunicación con los clientes. Se concluye que las empresas deben adoptar estrategias de marketing digital integradas y adaptativas para maximizar su impacto en el mercado.

A partir de la síntesis de los estudios se determinan los principales objetivos, resultados y conclusiones (Tabla 2, 3 y 4 respectivamente) que describen las investigaciones encontradas el tema.

Tabla 2. Resumen de los objetivos, de los estudios de la revisión

| Principales objetivos de los estudios revisados  |
|--|
| -Estudiar la comunicación 2.0 en Ecuador.  |
| -Analizar el uso de medios sociales por empresas líderes en telecomunicaciones como estrategia de comunicación.                            |
| - Examinar el impacto del liderazgo electrónico en la gestión organizacional en entornos digitales.  |
| - Evaluar los estilos de liderazgo en medios públicos de Ecuador y su efecto en la gestión.  |
| - Analizar cómo el marketing digital ha impulsado el crecimiento de la empresa Rocanet.  |
| - Desarrollar un marco conceptual para la transformación digital a diferentes niveles (individuo, organización, ecosistemas, geopolítica). |
| - Proponer un concepto de liderazgo alineado con la sociedad digital.  |
| - Explorar la relación entre liderazgo y comunicación digital.   |
| - Determinar el estilo de liderazgo predominante y el grado de transformación digital en una empresa manufacturera ecuatoriana.            |
| - Identificar desafíos y oportunidades en la formación de líderes en el contexto digital.  |

Tabla 3. Resumen de los hallazgos de los estudios de la revisión

| Principales hallazgos de los estudios revisados  |
|--|
| - El liderazgo electrónico efectivo mejora la comunicación interna y la toma de decisiones, aunque requiere formación continua en habilidades digitales.                 |
| - Las empresas industriales han adoptado herramientas de comunicación 2.0, pero enfrentan desafíos de integración y efectividad.   |
| - Las empresas líderes en telecomunicaciones usan medios sociales para fortalecer la comunicación y la marca, pero su efectividad depende de su capacidad de innovación. |
| - Los estilos de liderazgo participativos y transformacionales son los más efectivos en los medios públicos, pero enfrentan resistencia al cambio.                       |
| - El liderazgo transformacional es clave para la transformación digital en empresas, impulsando la innovación y el aprendizaje continuo.                                 |
| - La comunicación digital es esencial para el liderazgo en la era digital, mejorando la eficiencia y el desempeño organizacional.  |
| - El liderazgo digital requiere habilidades en TIC, reflexión, flexibilidad y comunicación dialogante.   |

Tabla 4. Resumen de las conclusiones de los estudios de la revisión

| Principales conclusiones de los estudios revisados   |
|--|
| - El liderazgo electrónico es fundamental para el éxito en el entorno digital, pero necesita ser estratégico y adaptativo. |
| - Las empresas deben desarrollar estrategias de comunicación digital más efectivas para maximizar su impacto.              |
| - Es crucial adoptar estilos de liderazgo modernos y flexibles para la sostenibilidad en medios públicos.                  |
| - La formación de líderes debe enfocarse en la adaptación al cambio y la innovación en la                                  |

---

transformación digital.

- La sinergia entre liderazgo y comunicación digital es vital para las organizaciones modernas.
- El liderazgo digital demanda competencias específicas y una infraestructura adecuada para aprovechar los beneficios de la era digital.
- Es importante investigar más sobre el impacto de la transformación digital en distintos niveles, desde el individual hasta el geopolítico.

---

## Discusión

Además de los contenidos anteriores los estudios permitieron determinar las convergencias y divergencias en la comunicación digital y el liderazgo en el contexto ecuatoriano. Varios estudios coinciden en la relevancia de un liderazgo adaptado a la era digital. Tanto Abad (2022) como Rodríguez y López (2023) subrayan que el liderazgo digital es clave para el éxito organizacional. Los líderes que dominan las competencias digitales tienen una ventaja significativa en la gestión y comunicación de sus equipos, especialmente en un entorno altamente digitalizado.

Los estudios de Brito et al. (2023) y Miranda-Torrez (2023) convergen en la idea de que la comunicación digital no solo es una herramienta, sino una necesidad estratégica para las organizaciones modernas. La efectividad en la transmisión de mensajes y la capacidad de conectarse con una audiencia diversa a través de plataformas digitales son aspectos cruciales para el liderazgo en la era actual.

Tanto Londoño-Proañó (2022) como Ortíz y Castillo (2022) destacan la necesidad de fomentar una cultura organizacional que apoye la innovación y la adaptación al cambio. Estos estudios resaltan que los líderes que promueven una cultura de aprendizaje continuo y adoptan tecnologías emergentes logran mejores resultados en la transformación digital de sus organizaciones.

Por otro lado, los estudios divergen en cuanto a los desafíos en la implementación del liderazgo digital. Mientras que Abad (2022) destaca los beneficios del liderazgo electrónico, también señala los desafíos, como la necesidad de formación continua en habilidades digitales. Sin embargo, Rodríguez (2022) se centra más en los desafíos de la formación de líderes, como la brecha de habilidades y la resistencia al cambio, sugiriendo que la transición hacia un liderazgo digital no es tan fluida y enfrenta obstáculos significativos

## Tendencias emergentes en la gestión del contenido digital y expresión en el liderazgo ecuatoriano

- Integración de redes sociales: una tendencia emergente es el uso creciente de las redes sociales como plataformas de liderazgo y comunicación organizacional. El estudio de Velásquez et al. (2020) muestra que las empresas líderes en telecomunicaciones en Ecuador están utilizando cada vez más las redes sociales para interactuar con sus clientes y mejorar la imagen de la marca. Esta tendencia sugiere un movimiento hacia una mayor transparencia y accesibilidad en la comunicación de liderazgo.
- Transformación digital y liderazgo adaptativo: la transformación digital está impulsando una necesidad creciente de líderes adaptativos que puedan guiar a sus organizaciones a través de cambios tecnológicos rápidos. Miranda-Torrez (2023) subraya que los líderes que fomentan una cultura de innovación y están dispuestos a asumir riesgos son los que mejor pueden aprovechar la transformación digital para mejorar la eficiencia y la competitividad.
- Formación y capacitación continua: los estudios resaltan la importancia de la formación continua en habilidades digitales para los líderes. Esto se ve reflejado en las conclusiones de Abad (2022) y Rodríguez (2022), quienes enfatizan que, sin una capacitación adecuada, los líderes pueden quedarse rezagados en un entorno digital en rápida evolución.

A pesar de todo lo que se ha investigado y los aportes de los estudios al tema de la comunicación y liderazgo digital aún existen las siguientes brechas en este ámbito.

1. Escasez de estudios recientes en Ecuador sobre el tema: una de las brechas más notables es la falta de estudios recientes que analicen el liderazgo digital en el contexto ecuatoriano. Existen algunos estudios centrados en análisis de casos específicos, lo que limita la generalización de los hallazgos.
2. Necesidad de investigaciones comparativas: existe una necesidad de investigaciones comparativas más amplias que exploren cómo las diferencias culturales y económicas impactan la implementación del liderazgo y la comunicación digital en diferentes contextos.
3. Integración de nuevas tecnologías: aunque se ha hablado mucho de la transformación digital, aún falta investigación sobre cómo se están integrando tecnologías emergentes, como la

inteligencia artificial y el análisis de Big Data, en las estrategias de liderazgo y comunicación digital en Ecuador. Esta brecha es crítica dado el rápido avance de la tecnología.

En resumen, aunque hay avances significativos en la comprensión del liderazgo y la comunicación digital en Ecuador, aún existen áreas que requieren más investigación, especialmente en términos de estudios empíricos recientes y comparativos que puedan ofrecer una visión más completa y matizada del tema.

### **Conclusiones**

La revisión de la literatura sobre comunicación digital y nuevos estilos de liderazgo en Ecuador ha proporcionado una visión integral de cómo la digitalización está redefiniendo el liderazgo en diferentes contextos organizacionales. Los estudios analizados coinciden en que la transición hacia un entorno digital ha obligado a los líderes a desarrollar nuevas competencias y estrategias para manejar la comunicación y la gestión de contenido de manera efectiva. En particular, la pandemia de Covid-19 ha acelerado esta transformación, resaltando la necesidad de líderes que no solo sean tecnológicamente competentes, sino también capaces de fomentar un entorno de trabajo inclusivo y colaborativo a través de plataformas digitales.

Se ha detectado una tendencia hacia el liderazgo participativo y transformacional, donde la comunicación digital se utiliza para incentivar la participación activa y el compromiso de los colaboradores. Esto es especialmente relevante en el contexto ecuatoriano, donde la cultura organizacional tradicionalmente jerárquica ha tenido que adaptarse a modelos más flexibles y horizontales para mantener la cohesión y la productividad en tiempos de cambio rápido.

Sin embargo, a pesar de los avances significativos, la revisión también ha revelado brechas importantes. Entre ellas, falta de nuevos estudios en Ecuador sobre el tema, la necesidad de investigaciones comparativas, así como en el procedimiento para integrar tecnologías emergentes.

En resumen, mientras que Ecuador ha hecho progresos notables en la adopción de la comunicación digital en el liderazgo, el camino hacia un entorno digital completamente integrado y efectivo requiere una atención continua a las tendencias emergentes, la capacitación en nuevas

tecnologías, y al desarrollo de investigaciones. La capacidad de los líderes para adaptarse y liderar en este entorno será crucial para el éxito organizacional en el futuro.

## Referencias

- Abad, M. (2022). Liderazgo electrónico en las organizaciones. *Estudios De La Gestión: Revista Internacional De Administración*, (11), 270–278. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/3090>
- Alvarez, L. D. (2023). Liderazgo digital: El nuevo estilo para gerenciar. *Revista Científica Internacional*, 6(1), 61–72. <https://doi.org/10.46734/revcientifica.v6i1.64>
- Brito, S, M., Remache, B.S., Naranjo, N.N., & Quishpe, S.A. (2023). El Liderazgo y la Comunicación Digital. Dos cauces de un mismo fin. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2). [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i2.5801](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5801)
- Duque-Rengel, V., Abendaño, M., & Cusot, G. (2022). Gestión de Comunicación Interna en Universidades de Ecuador: La mirada de los colaboradores. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 13(1), 34-49. <https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.335>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). Acceso a Internet en los Hogares en Ecuador <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Ley Orgánica de Comunicación, Ecuador. (2018). Reforma a la Ley Orgánica de Comunicación. Registro Oficial Suplemento 22 de junio de 2018. <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/leyes-organicas>
- Londoño-Proaña, C. (2022). Estilos de liderazgo en los medios públicos ecuatorianos *Revista de Comunicación*, 21(1), 251-272. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A13>
- Miranda-Torrez, J. (2023). La transformación digital: estrategia generadora de cambios en las organizaciones. *Revista Estrategia Organizacional*, 12(2).

- Ortíz, C. A., & Castillo, M. B. (2022). Leadership in the face of digital transformation in an Ecuadorian manufacturing company in 2020. *Journal of Business and Entrepreneurial Studie*, 6(1). <https://doi.org/10.37956/jbes.v5i1.269>
- Rodríguez, E. (2022). Los desafíos de la formación de líderes en la transformación digital el liderazgo en la era digital: nuevos desafíos, nuevas oportunidades. (2024). *Revista Académica SIC*, 1(2), 54-58. <https://revsicfundepos.org/index.php/revistasic/article/view/13>
- Rodríguez M.I., y López, L.E. (2023). El marketing digital como herramienta estratégica de apoyo al crecimiento y desarrollo organizacional de Rocanet. Mikarimin. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 9(1). 11-34.
- Valdiviezo, C., y Abedano, M. (2019). Comunicación 2.0 en Ecuador. Análisis de las principales empresas del sector industrial. *INNOVA Research Journal*, 4(3.2), 239-259. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.2.2019.1226>
- Velásquez, A., Duque-Rengel, V., & Paladines Galarza, F. (2020). Uso de los medios sociales por las empresas líderes en telecomunicaciones de Ecuador. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 11(2), 48-64. <https://doi.org/10.31207/rch.v11i2.241>