

Economía Digital y Responsabilidad Social, un Análisis Multifacético

Javier Solano Solano
Francisco Zagari Forte

[Organizadores]

UMET
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA

RILCO
Red de Investigación Latinoamericana en
Competitividad de Organizaciones

FAEDPYME
Fundación Análisis Estratégico
para el Desarrollo de la Pyme

RIIM
Red de Investigación
de Responsabilidad
Social

EA EDITORA
ARTEMIS
2023

Economía Digital y Responsabilidad Social, un Análisis Multifacético

Javier Solano Solano
Francisco Zagari Forte

[Organizadores]

UMET
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA

RILCO
Red de Investigación Latinoamericana en
Competitividad de Organizaciones

 **FAEDPYME**
Fundación Análisis Estratégico
para el Desarrollo de la Pyme

 **RIIM**
Red de Investigación
de Responsabilidad
de Negocios

 **EDITORA
ARTEMIS**
2023



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M. ^a Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M. ^a Bruna Bejarano
Diagramação	Elisangela Abreu
Organizadores	Javier Solano Solano Francisco Zagari Forte
Imagem da Capa	gulzarkarimn/123RF
Bibliotecário	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.^a Dr.^a Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.^a Dr.^a Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal
Prof.^a Dr.^a Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil
Prof.^a Dr.^a Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil
Prof.^a Dr.^a Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil

Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*
Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal, Canadá*
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg, Suécia*
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College, Estados Unidos*
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil
Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*
Prof. Dr. José Cortez Godínez, Universidad Autónoma de Baja California, México
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*
Prof. Dr. Juan Porras Pulido, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Prof.ª Dr.ª María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil

Prof.^ª Dr.^ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal
Prof.^ª Dr.^ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba
Prof.^ª Dr.^ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.^ª Dr.^ª Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México
Prof.^ª Dr.^ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
Prof.^ª Dr.^ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.^ª Dr.^ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof.^ª Dr.^ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.^ª Dr.^ª Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil
Prof.^ª Dr.^ª Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University*, Russia
Prof.^ª Dr.^ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.^ª Dr.^ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil
Prof.^ª Dr.^ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil
Prof.^ª Dr.^ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia
Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León*, Espanha

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

E19 Economía digital y responsabilidad social: un análisis multifacético
[livro eletrônico] / Organizadores Javier Solano Solano, Francisco
Zagari Forte. – Curitiba, PR: Artemis, 2023.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilíngue

ISBN 978-65-87396-97-2

DOI 10.37572/EdArt_181023972

1. Administração. 2. Economia digital. 3. Desenvolvimento
sustentável – Aspectos sociais. I. Solano Solano, Javier. II. Zagari
Forte, Francisco.

CDD 658.4038

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



AGRADECIMENTOS

Queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a todos los revisores por su esmerada labor y dedicación en el proceso de revisión por pares. Su intervención ha sido esencial para el enriquecimiento y fortalecimiento de este proyecto. El riguroso y colaborativo esfuerzo de revisión por pares ha infundido en este trabajo un alto grado de calidad, al incorporar observaciones perspicaces y críticas constructivas.

Es indiscutible que el rigor y la generosidad intelectual de los revisores merecen especial reconocimiento. En este sentido, deseamos expresar nuestro más profundo reconocimiento a:

Alejandro **Balcázar González**,
Universidad Politécnica del Valle de Toluca
(México)

Luis **Brito Gaona**,
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)

Cintha **Carmona Ochoa**,
Universidad Autónoma de Tlaxcala (México)

Ronald **Chaca Espinoza**,
Universidad del Azuay (Ecuador)

Ricardo **Contreras Chacón**,
Universidad Agraria del Ecuador (Ecuador)

Miriam **Farez Arias**,
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)

Laura **Fischer de la Vega**,
Universidad Nacional Autónoma de México
(México)

José Guadalupe **Flores López**,
Instituto Tecnológico de Sonora (México)

Roberto **Jácome Galarza**,
Universidad Internacional del Ecuador
(Ecuador)

Iris **García García**,
Universidad Autónoma de Tlaxcala (México)

William **Pacheco Jaramillo**,
Universidad de Canberra (Australia)

José **Salum Tomé**,
Universidad Católica de Temuco (Chile)

Cesar **Villagómez Buele**,
Universidad de Guayaquil (Ecuador)

Stalin **Zurita Vargas**,
Universidad Agraria del Ecuador (Ecuador)

Sin su valiosa aportación, este proyecto no habría alcanzado su realización plena.
Con gratitud,

Javier Solano y Francisco Zagari, Organizadores

PRÓLOGO

En la complejidad de la era contemporánea, el avance irrefrenable de la tecnología ha impulsado la economía hacia dimensiones antes insospechadas. No sólo ha cambiado la forma en que las empresas operan, sino también la relación entre éstas y la sociedad. Al encontrarnos en este umbral de transformación, la presente obra surge como un esfuerzo colectivo por desentrañar las múltiples caras de una economía digital en constante evolución y su interacción con la responsabilidad social.

Desde mi vida profesional, he sido testigo de cómo la transformación digital (TD) ha revolucionado la dinámica empresarial. Sin embargo, con grandes poderes vienen grandes responsabilidades. El primer capítulo de este libro, que establece la relación entre TD y Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nos brinda una perspectiva crucial al respecto. Esta intersección entre la tecnología y la ética empresarial no sólo redefine las operaciones de las organizaciones, sino que también suscita un análisis profundo sobre cómo pueden estas coexistir en beneficio mutuo.

El surgimiento de la era digital ha modificado por completo el paradigma de la investigación de mercados. Antes relegada a encuestas presenciales y análisis estadísticos manuales, esta disciplina ha encontrado en las herramientas digitales un aliado que, correctamente empleado, puede brindar resultados más precisos y a un ritmo más acelerado. El segundo capítulo ilustra esta revolución y las implicaciones que tiene para las empresas en su búsqueda por entender y responder a las demandas del consumidor.

En este océano de datos e información, la inteligencia artificial (IA) emerge como el timonel que guía a las organizaciones en su travesía por las aguas de la economía digital. Sin embargo, la IA no está exenta de controversias y el tercer capítulo nos presenta un análisis equilibrado de sus beneficios y desafíos. Es vital que, en nuestro empeño por aprovechar esta tecnología, no perdamos de vista los valores humanos que nos han traído hasta aquí.

La teoría crítica, con su lente agudo y perspicaz, encuentra un espacio en este libro para analizar el fenómeno del consumo responsable. En un mundo en el que el consumismo desenfrenado a menudo eclipsa la ética y la sostenibilidad, este capítulo nos invita a reflexionar sobre cómo nuestras decisiones de compra pueden ser más conscientes y alineadas con un futuro más equitativo y sostenible.

La pandemia de COVID-19, que sacudió al mundo de formas inimaginables, también ha dejado huellas en la economía de regiones específicas. El Estado de Tlaxcala en México es un claro ejemplo de ello. Las plataformas digitales, que antes eran vistas

con escepticismo por muchos, se convirtieron en salvavidas para las empresas durante la crisis. Este capítulo nos brinda una visión detallada de cómo la adaptación al entorno digital ha sido esencial para la supervivencia y el crecimiento en tiempos de adversidad.

Finalmente, en un giro hacia lo cultural, el libro concluye con un viaje por la rica gastronomía de Ecuador. Esta joya culinaria, con sus raíces profundas y sus múltiples influencias, sirve como recordatorio de que la economía no es sólo cifras y gráficos; es también cultura, tradición y herencia.

Al cerrar este prólogo, insto al lector a embarcarse en esta travesía por el complejo mundo de la economía digital y la responsabilidad social. Este libro es más que una compilación de textos; es una brújula que nos guía a través de los desafíos y oportunidades que presenta esta nueva era. A medida que navegamos por sus páginas, descubriremos que el futuro de la economía digital no está escrito en piedra, sino que está en nuestras manos moldearlo de una manera que beneficie a todos.

Emanuel Ferreira Leite

Facultad de Ciencias de la Administración

Universidad de Pernambuco

Recife, Brasil

PREFÁCIO

La economía, como ciencia social que es, siempre ha estado en constante evolución. Sin embargo, las últimas décadas han testificado un cambio sin precedentes, principalmente impulsado por la digitalización y la cada vez más presente responsabilidad social empresarial (RSE). Ambas dimensiones han reconfigurado el paisaje de las prácticas comerciales, la investigación de mercados y el comportamiento del consumidor, y han abierto un vasto campo de oportunidades y desafíos. Es en este contexto donde “Economía digital y responsabilidad social, un análisis multifacético” se presenta como un texto esencial para comprender esta nueva realidad.

Como parte de la misión adoptada por la Universidad Metropolitana, Sede Machala, este libro continúa una serie de discusiones contemporáneas sobre sostenibilidad. Se enmarca dentro de un proyecto investigativo titulado “Gestión de empresas y grupos de interés en pro de la sostenibilidad a través de la responsabilidad social empresarial”. La obra se propone desentrañar las múltiples dimensiones empresariales que se dirigen hacia la sostenibilidad en la era digital, adoptando un enfoque interdisciplinario para ofrecer una visión panorámica de las prácticas empresariales actuales.

El primer capítulo, titulado “Responsabilidad Social en la Era Digital: Desafíos y Oportunidades”, establece el tono y sienta las bases de nuestra exploración. Al integrar la Transformación Digital (TD) y la RSE, emerge un panorama donde las empresas no sólo enfrentan desafíos operativos sino también éticos. En una época donde la tecnología avanza a pasos agigantados, es fundamental que las organizaciones se muevan con responsabilidad, entendiendo que sus acciones tienen un impacto profundo en la sociedad y en el medio ambiente.

Pasando a la investigación de mercados en un mundo digitalizado, el segundo capítulo profundiza en cómo las empresas pueden y deben adaptar sus estrategias para obtener información relevante en un entorno saturado de datos. La digitalización ha democratizado el acceso a la información, pero la verdadera maestría radica en cómo se extraen, interpretan y utilizan esos datos para tomar decisiones informadas.

El tercer capítulo nos lleva a una de las aristas más comentadas y, a la vez, malentendidas de la economía contemporánea: la inteligencia artificial (IA). Al destilar la verdadera naturaleza de la IA y su impacto en la economía digital, somos llevados a reflexionar sobre sus beneficios, limitaciones y riesgos inherentes. La IA tiene el potencial de remodelar no solo cómo operan las empresas, sino cómo comprendemos y valoramos el trabajo humano.

La relación entre el consumo responsable y la teoría crítica se analiza en el cuarto capítulo, invitándonos a cuestionar nuestras propias prácticas de consumo y cómo éstas se ajustan (o no) a ideales más amplios de justicia, equidad y sostenibilidad. A través de un riguroso análisis teórico, se invita al lector a ser consciente del poder de su elección como consumidor y a reconocer las complejidades subyacentes en las prácticas de consumo moderno.

El quinto capítulo ofrece una perspectiva localizada al analizar el impacto de las plataformas digitales en el comercio del Estado de Tlaxcala durante la pandemia de COVID-19. Más allá de una mirada a la adaptabilidad y resiliencia del comercio local, este estudio arroja luz sobre cómo la tecnología puede actuar como un facilitador vital en tiempos de crisis.

Finalmente, el sexto capítulo nos sumerge en la riqueza culinaria del Ecuador, más allá de un simple recuento de platos y recetas, este capítulo subraya la importancia de la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial. Cada bocado de la comida ecuatoriana no solo satisface el paladar, sino que también conecta al comensal con un legado ancestral, con comunidades y tradiciones que han resistido el paso del tiempo. Es un llamado a valorar, conservar y promover la riqueza de esta tradición culinaria, entendiendo que es tanto un tesoro del pasado como una promesa para el futuro.

Este libro no es solo una exploración académica, sino también una llamada a la acción. Es una invitación a comprender los desafíos y oportunidades inherentes a la economía digital y a la responsabilidad social, y a actuar de manera informada y ética en este nuevo paradigma. A medida que avances en la lectura, espero que encuentres en sus páginas no sólo conocimientos, sino también inspiración para contribuir de manera positiva a un mundo en constante cambio.

Javier Solano Solano

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Metropolitana, Sede Machala

SUMÁRIO

SECCIÓN I. TÓPICOS SOBRE LA EMPRESA Y ERA DIGITAL

CAPÍTULO 1..... 1

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA ERA DIGITAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

Fernando Juca-Maldonado

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239721

CAPÍTULO 2..... 21

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA ERA DIGITAL

Carolina Uzcátegui-Sánchez

Adriana Santamaría-Mendoza

David Zaldumbide-Peralvo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239722

CAPÍTULO 3..... 46

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA MAXIMIZACIÓN DE BENEFICIOS DESDE LA RACIONALIDAD ECONÓMICA

Tulio Carrión-González

Andrea Herrera-Ríos

Carolina Uzcátegui-Sánchez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239723

SECCIÓN II. INSIGHTS DEL CONTEXTO Y ECONOMÍA NARANJA

CAPÍTULO 4..... 63

ESTUDIO DEL CONSUMO RESPONSABLE Y SU RELACIÓN CON LA TEORÍA CRÍTICA

Javier Solano-Solano

Verónica Arrata-Corzo

Francisco Zagari-Forte

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239724

CAPÍTULO 5.....75

IMPACTO DE PLATAFORMAS DIGITALES EN EL COMERCIO DEL ESTADO DE TLAXCALA DURANTE LA PANDEMIA COVID-19

Gloria Ramírez-Elías

Marisol Yáñez-Sarmiento

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239725

CAPÍTULO 6..... 89

GASTRONOMÍA ECUATORIANA Y SU HERENCIA PATRIMONIAL

Jean Palomeque-Jaramillo

Saulo Ribeiro dos Santos

Jessica Lalangui-Ramírez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239726

SOBRE OS ORGANIZADORES112

SOBRE OS AUTORES 113

SOBRE AS REDES DE INVESTIGAÇÃO..... 116

ÍNDICE REMISSIVO117

CAPÍTULO 1

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA ERA DIGITAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES



Data de submissão: 21/09/2023

Data de aceite: 11/10/2023

Fernando Juca-Maldonado

Universidad Metropolitana

Sede Machala

Machala, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-7430-2157>

RESUMEN: Este capítulo se adentra en el nexó crucial y cada vez más relevante entre la Transformación Digital (TD) y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En una era dominada por la evolución tecnológica, las empresas se encuentran en un punto de convergencia donde la digitalización no solo redefine su funcionamiento, sino también su relación con la sociedad. A través de una exploración sistemática, se esbozan las implicaciones de la TD en la RSE, destacando cómo los avances tecnológicos pueden conducir a una mayor eficiencia, inclusión, y una redefinición de los modelos de negocio. Sin embargo, esta transformación también plantea desafíos significativos, como la brecha digital, los problemas de privacidad y cuestiones de equidad que las empresas deben enfrentar de forma responsable. Este análisis se ilustra brevemente con casos de estudio que demuestran la exitosa integración

de la TD y la RSE, así como la identificación de oportunidades que pueden ofrecer beneficios mutuos tanto para las empresas como para la sociedad. A medida que se proyecta hacia el futuro, este capítulo recalca la importancia de mantener el equilibrio entre los beneficios de la digitalización y las expectativas de la RSE. También sugiere áreas para futuras investigaciones, subrayando la necesidad de seguir desentrañando el entrelazamiento de estos dos campos en el paisaje empresarial contemporáneo. En suma, se presenta una visión holística y reflexiva de la interacción entre la TD y la RSE, resaltando su relevancia y potencial en el mundo empresarial actual.

PALABRAS CLAVE: Transformación digital. Responsabilidad social. Tecnología. Oportunidades. Desafíos.

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DIGITAL AGE: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

ABSTRACT: This chapter delves into the crucial and increasingly relevant nexus between Digital Transformation (DT) and Corporate Social Responsibility (CSR). In an era dominated by technological advancements, businesses find themselves at a convergence point where digitization not only redefines their operations but also their relationship with society. Through a systematic exploration, the implications of DT on CSR are outlined, highlighting how technological advancements can lead to greater efficiency,

inclusion, and a redefinition of business models. However, this transformation also poses significant challenges, such as the digital divide, privacy issues, and equity concerns that businesses must responsibly address. This analysis is briefly illustrated with case studies showcasing successful integration of DT and CSR, as well as the identification of opportunities that can yield mutual benefits for both companies and society. Looking towards the future, this chapter underscores the importance of striking a balance between the benefits of digitization and the expectations of CSR. It also suggests areas for future research, emphasizing the need to further unravel the intertwining of these two fields in the contemporary business landscape. Overall, a holistic and reflective perspective is presented on the interaction between DT and CSR, highlighting its relevance and potential in today's business world.

KEYWORDS: Digital transformation. Social responsibility. Technology. Opportunities. Challenges.

JEL: M14, M15.

1 INTRODUCCIÓN

La era actual está marcada por avances tecnológicos sin precedentes, un fenómeno que se ha venido a llamar “TD”. Este proceso, lejos de ser meramente tecnológico, implica una reconfiguración integral de las actividades, competencias y modelos de negocio, adaptándose al cambio del entorno digital (Berman, 2012). La TD ha modificado la manera en que las empresas operan, interactúan con sus clientes y, cada vez más, la forma en que asumen su responsabilidad social.

La TD se refiere a la adopción y la integración de tecnologías digitales en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente cómo se opera y entrega valor a sus clientes (Berman, 2012). Es un proceso que va más allá de la mera digitalización, es decir, el cambio de formatos analógicos a digitales. En su lugar, implica un cambio radical en la estrategia y las operaciones de una empresa, a menudo acompañado de una nueva cultura y mentalidad que pone a la tecnología digital y a la innovación en el corazón de la práctica empresarial.

Por otra parte, la RSE hace referencia a las prácticas de las empresas destinadas a contribuir al desarrollo sostenible, teniendo en cuenta el impacto económico, social y medioambiental de sus operaciones (Yan et al., 2022). Tradicionalmente, la RSE ha estado separada de la esfera tecnológica, pero la revolución digital está cambiando esta dinámica. Ahora más que nunca, las empresas están utilizando la tecnología para mejorar sus prácticas de RSE y aportar valor no sólo a sus accionistas, sino también a la sociedad en su conjunto.

Figura 1. La responsabilidad social en la era digital.



Esta convergencia de la TD y la RSE plantea tanto desafíos como oportunidades. Por un lado, las empresas deben lidiar con cuestiones éticas y de privacidad cada vez más complejas. Por otro lado, la digitalización ofrece nuevas formas de abordar problemas sociales y medioambientales, permitiendo a las empresas desempeñar un papel más activo y significativo en la construcción de un futuro sostenible.

El propósito de este capítulo es explorar esta interacción entre la TD y la RSE, analizando tanto los desafíos como las oportunidades que presenta. A través de este análisis, se buscará proporcionar un mayor entendimiento de cómo las empresas pueden navegar por este nuevo paisaje digital de una manera socialmente responsable.

1.1 LA IMPORTANCIA DE LA RSE EN LA ERA DIGITAL

El tema de la intersección entre la TD y la RSE es de gran relevancia tanto para el mundo académico como para el empresarial. La TD está cambiando la forma en que las empresas operan y compiten, mientras que la RSE se ha convertido en una parte fundamental de la estrategia empresarial. Como tal, entender cómo interactúan estas

dos tendencias es esencial para que las empresas puedan operar de manera eficaz y responsable en el entorno digital actual (García, 2021).

La importancia de este tema radica en que la TD no solo ofrece nuevas oportunidades para mejorar las prácticas de RSE, sino que también plantea nuevos desafíos que deben ser abordados. Por ejemplo, a medida que las empresas se vuelven cada vez más digitales, deben lidiar con cuestiones de privacidad y seguridad de los datos (Tafara, 2023), así como con el riesgo de aumentar la brecha digital. Asimismo, a medida que la digitalización cambia la naturaleza del trabajo y las relaciones con los clientes, las empresas deben encontrar formas de mantener sus compromisos con la equidad, la inclusión y el bienestar de los empleados y sus clientes (Hess et al., 2016).

Es por ello que, entender cómo manejar estos desafíos y aprovechar las oportunidades que la TD ofrece para la RSE es vital para las empresas que buscan tener éxito en la era digital.

1.2 LA INTERACCIÓN ENTRE LA TD Y RSE

Aunque la TD y la RSE pueden parecer campos separados, en la práctica están cada vez más interrelacionados, como se mencionó previamente. La TD puede ser una herramienta poderosa para mejorar las prácticas de RSE. Por ejemplo, las tecnologías digitales pueden ayudar a las empresas a monitorizar y reducir su impacto medioambiental, mejorar sus relaciones con las partes interesadas a través de una comunicación más efectiva (Chatbots), y ofrecer productos y servicios que satisfacen las necesidades sociales de manera más eficiente, con uso de nuevas tecnologías como es la internet de las cosas (IoT por sus siglas en inglés “Internet of Things”), Big Data o la Inteligencia Artificial (IA), entre otras (Luo, X. y Du, S., 2015).

Sin embargo, esta interrelación también presenta desafíos. A medida que las empresas se vuelven cada vez más digitales, deben lidiar con cuestiones éticas y de privacidad cada vez más complejas. Esto pone a la RSE en el centro del proceso de TD, ya que las empresas deben encontrar formas de navegar por estos desafíos de una manera que sea coherente con sus compromisos sociales y éticos (Wang et al., 2020).

1.3 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA RSE

El concepto de RSE y su inicio fue tratado por primera vez por el economista Howard R. Bowen en su obra “Social Responsibilities of the Businessman” publicada en 1953 (Cajig, 2013) y desde entonces ha evolucionado significativamente en las

últimas décadas. A mediados del siglo XX, la RSE se centraba principalmente en las obligaciones filantrópicas de las empresas, pero a medida que los problemas sociales y medioambientales se volvían más urgentes, el alcance de la RSE comenzó a expandirse (Carroll, 1999). Hoy en día, las empresas son cada vez más conscientes de su impacto más allá del ámbito económico, y la RSE se ha convertido en una parte integral de la estrategia empresarial.

Por otro lado, la TD es un fenómeno más reciente, impulsado por el rápido desarrollo y la adopción de nuevas tecnologías (Sparapani y Pratt 2021). En las últimas décadas, la digitalización ha permeado todos los aspectos de la vida, desde cómo nos comunicamos hasta cómo hacemos negocios. En el contexto empresarial, la TD ha cambiado la forma en que las empresas operan, interactúan con sus clientes y compiten en el mercado (Berman, 2012).

La intersección entre la TD y la RSE es un desarrollo aún más reciente. En los primeros días de la TD, la atención se centraba principalmente en cómo la tecnología podía mejorar la eficiencia y la rentabilidad. Sin embargo, a medida que las empresas se han dado cuenta del poder de la tecnología para impulsar el cambio social y medioambiental, la TD ha empezado a jugar un papel cada vez más importante en la RSE (Fustes, 2021).

La era digital actual está marcada por la interacción entre estas dos tendencias. Por un lado, la TD ofrece nuevas oportunidades para que las empresas cumplan con sus responsabilidades sociales y medioambientales de formas más innovadoras y efectivas. Por otro lado, la TD también plantea nuevos desafíos para la RSE, desde cuestiones de privacidad y seguridad hasta la necesidad de garantizar que la digitalización no exacerbe las desigualdades sociales o medioambientales (Wynn y Jones, 2023; Tafara, 2023).

Por ejemplo, una empresa puede utilizar sensores IoT para monitorear el consumo de energía en sus instalaciones y reducir su huella de carbono. Además, la empresa puede utilizar Big Data para analizar los patrones de consumo de sus clientes y ofrecer productos y servicios que satisfagan sus necesidades de manera más eficiente. Esto no solo beneficia a la empresa al reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente, sino que también tiene un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente al reducir el consumo de energía y los residuos.

1.4 INFLUENCIA DE TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN EN PRÁCTICA EMPRESARIAL

La tecnología y la digitalización han tenido un impacto transformador en las prácticas empresariales en el siglo XXI. Esta revolución tecnológica ha redefinido los

procesos de negocio, los modelos operativos, la entrega de productos y servicios, y la interacción con los clientes (Berman, 2012).

Las tecnologías digitales como el IoT, la IA, el Big Data, y la nube, entre otras, han proporcionado a las empresas una multitud de herramientas para mejorar la eficiencia y la efectividad de sus operaciones. Estas tecnologías permiten a las empresas recopilar y analizar grandes volúmenes de datos, lo que a su vez les permite tomar decisiones más informadas, personalizar productos y servicios, y predecir tendencias de mercado (Chen et al., 2012).

La digitalización también ha abierto las puertas a las empresas expandir su alcance, eliminando las barreras geográficas y permitiendo una interacción más directa y personalizada con los clientes. Las plataformas de comercio electrónico, las redes sociales y las tecnologías móviles han cambiado la naturaleza de la relación cliente-empresa, haciendo que sea más interactivo, inmediato y centrado en el cliente (Hanna et al., 2011).

No obstante, la influencia de la tecnología y la digitalización no se limita a las operaciones internas de la empresa. También está cambiando la forma en que las empresas interactúan con la sociedad y el medio ambiente. Esto ha llevado a una mayor integración de las tecnologías digitales en las prácticas de RSE, una tendencia que se examinará más a fondo en las secciones siguientes.

1.5 LA ERA DIGITAL Y LOS PROCESOS DE LAS EMPRESAS

La era digital actual se caracteriza por la omnipresencia de la tecnología y la interconectividad. A través de dispositivos digitales, plataformas de medios sociales, y servicios basados en la nube, individuos y organizaciones están conectados como nunca antes (Bughin & Chui, 2010). Esta era digital está impactando todas las áreas de la sociedad y economía, incluyendo la manera en que las empresas operan y se relacionan con sus stakeholders (partes interesadas de la empresa) (Benn, 2016).

En términos de operaciones empresariales, la era digital ha abierto la puerta a nuevas formas de trabajo, tales como el teletrabajo y los equipos virtuales, y ha dado lugar a nuevos modelos de negocio basados en plataformas digitales y datos. Además, ha acelerado la velocidad de las transacciones y la toma de decisiones, permitiendo a las empresas responder más rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado (Berman, 2012).

En cuanto a las relaciones con los stakeholders, se ha ampliado la capacidad de las empresas para interactuar con sus clientes, empleados, inversores y la comunidad

en general. Las redes sociales y otras plataformas de comunicación digital permiten a las empresas una interacción más directa y personalizada, mientras que las tecnologías de recopilación y análisis de datos les permiten entender mejor sus necesidades y preferencias (Kane et al., 2015).

2 LA ERA DIGITAL Y LA RSE

2.1 IMPACTO DE LA TD EN LA RSE

La TD ha tenido un impacto significativo en la RSE, tanto en términos de cómo las empresas abordan sus responsabilidades sociales y medioambientales, como en términos de los desafíos y oportunidades que enfrentan en este ámbito (Kiron et al., 2017).

Una de las formas más obvias de ello es a través del uso de la tecnología para mejorar y ampliar las prácticas de RSE. Las plataformas digitales permiten a las empresas interactuar de manera más directa y transparente con sus stakeholders, lo que puede mejorar la rendición de cuentas y la participación en las iniciativas de RSE. Además, el análisis de datos puede ayudar a las empresas a medir el impacto de sus prácticas de RSE y a identificar áreas de mejora (Epstein, 2018).

La TD también ha dado lugar a nuevas formas de RSE. Por ejemplo, muchas empresas ahora se centran en cómo pueden utilizar su tecnología y conocimientos digitales para abordar los problemas sociales y medioambientales. Esto puede incluir el desarrollo de productos o servicios digitales que abordan estos problemas, o la utilización de la tecnología para mejorar la eficiencia y reducir el impacto medioambiental de las operaciones de la empresa (Wang et al., 2020).

En este contexto, las empresas deben abordar estos desafíos de frente, y deben asegurarse de que sus operaciones digitales se realicen de manera ética y responsable. Esto puede requerir una reevaluación y actualización de las políticas y prácticas de RSE para reflejar el nuevo entorno digital (Tafara, 2023).

2.2 EMPRESAS QUE HAN INTEGRADO CON ÉXITO LA TD Y RSE

La confluencia de la TD y la RSE presenta una oportunidad única para las organizaciones en la era moderna. La adopción exitosa de ambas prácticas puede resultar en beneficios tanto para la empresa como para la sociedad en general. Para ilustrar este punto, se pueden observar ejemplos concretos de compañías líderes que han integrado con éxito la TD y la RSE. Estas empresas han logrado no solo mejorar

sus operaciones y eficiencia, sino también hacer contribuciones significativas a los problemas sociales y medioambientales. Los casos de estudio de Microsoft, Unilever e IBM sirven como ilustraciones de cómo estas iniciativas pueden ser implementadas efectivamente y proporcionan una visión de cómo se pueden superar los desafíos inherentes a la adopción de estas prácticas.

- **Microsoft:** ha sido reconocida por su compromiso con la RSE, y ha integrado con éxito la TD en sus iniciativas de RSE. La empresa ha utilizado tecnología de IA para abordar problemas sociales y medioambientales a través de su programa AI for Good. Este programa incluye proyectos que utilizan la IA para ayudar a las personas con discapacidades, para abordar los desafíos ambientales y para promover la justicia social. Al mismo tiempo, Microsoft ha hecho de la privacidad y la seguridad de los datos una prioridad en todas sus operaciones digitales (Microsoft, 2020).
- **Unilever:** ha utilizado la tecnología digital para mejorar la sostenibilidad de su cadena de suministro. A través de su plataforma digital, la compañía puede rastrear y analizar el impacto medioambiental de cada paso de su cadena de suministro, desde la obtención de materias primas hasta la fabricación y distribución de productos. Esto ha permitido a Unilever identificar áreas de mejora y tomar medidas para reducir su huella de carbono y agua (Unilever, 2020).
- **IBM:** ha integrado la TD y la RSE a través de su programa Corporate Service Corps. Este programa envía equipos de empleados de IBM a trabajar en proyectos de desarrollo en países en desarrollo, donde utilizan su experiencia en tecnología digital para abordar problemas sociales y económicos. Al mismo tiempo, IBM ha tomado medidas para garantizar la privacidad y la seguridad de los datos en todas sus operaciones digitales (IBM, 2019).

Estos casos demuestran que la integración exitosa de la TD y la RSE es posible y puede aportar beneficios significativos tanto para las empresas como para la sociedad.

2.3 HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍAS CLAVES PARA SU INTEGRACIÓN

Las herramientas y tecnologías digitales han desempeñado un papel crucial en la integración de estas dos tendencias, de las cuales se pueden mencionar:

- **Analítica de Datos:** Las tecnologías de análisis de datos permiten a las empresas recopilar y analizar grandes volúmenes de información, lo que puede ser invaluable para las iniciativas de RSE. Por ejemplo, pueden usar los datos para medir el impacto de sus prácticas de RSE, identificar áreas de mejora y tomar decisiones basadas en datos (Chen, Chiang & Storey, 2012).
- **La IA:** Puede ser utilizada para resolver problemas sociales y medioambientales. Por ejemplo, puede ser usada para predecir y mitigar el cambio climático, para desarrollar soluciones de energía sostenible, y para mejorar el acceso a la educación y la atención sanitaria (Vinuesa et al., 2020).
- **Plataformas de Medios Sociales:** Las redes sociales pueden ser utilizadas para mejorar la transparencia y la rendición de cuentas, y para interactuar más directamente con los stakeholders. También pueden ser utilizadas para promover las iniciativas de RSE y para movilizar a la comunidad en torno a las causas sociales y medioambientales (Kaplan & Haenlein, 2010).
- **Tecnologías de la Cadena de Suministro Digital:** Estas tecnologías permiten a las empresas rastrear y analizar el impacto social y medioambiental de su cadena de suministro. Esto puede ayudarles a identificar áreas de riesgo y a tomar medidas para mejorar la sostenibilidad de su cadena de suministro (Christopher, 2016).
- **Blockchain:** El Blockchain puede proporcionar transparencia y trazabilidad en las operaciones de una empresa, lo cual es crucial para la RSE. Puede ser utilizado para verificar el origen de los productos, garantizar el cumplimiento de las normas laborales y medioambientales, y para facilitar las transacciones financieras seguras y transparentes (Tapscott & Tapscott, 2017).

Estas herramientas y tecnologías no sólo están facilitando esta integración, sino que también están abriendo nuevas posibilidades para cómo las empresas pueden abordar sus responsabilidades sociales y medioambientales.

2.4 DESAFÍOS EN LA INTEGRACIÓN DE LA TD Y LA RSE

En el camino hacia su integración, las organizaciones se encuentran con múltiples desafíos que deben superar. Estos obstáculos son intrincados y multifacéticos, abarcando aspectos técnicos, culturales, sociales y económicos. A continuación, se profundiza en cada uno de ellos:

- **Seguridad de los Datos:** En la era digital, los datos se han convertido en uno de los activos más valiosos de una empresa. Las organizaciones recopilan, almacenan y analizan datos para mejorar sus operaciones y tomar decisiones estratégicas. Sin embargo, la seguridad de los datos se ha convertido en un desafío crítico. Las amenazas a la seguridad de los datos, que van desde el robo de datos hasta los ciberataques, pueden tener graves implicaciones para las empresas y sus stakeholders. Además, las empresas también deben asegurarse de cumplir con las regulaciones de privacidad y protección de datos, lo que puede ser un desafío significativo en sí mismo (Parlamento Europeo, 2022).
- **Brecha Digital:** La TD no es un fenómeno que se distribuya equitativamente en todas las secciones de la sociedad. Existe una brecha digital significativa, donde ciertos grupos tienen acceso limitado o nulo a las tecnologías digitales. Esta brecha puede exacerbar las desigualdades existentes y puede ser un obstáculo importante para las empresas que buscan ser socialmente responsables. Las empresas deben trabajar para abordar esta brecha y asegurar que su TD no excluya o margine a estos grupos (Muñoz, 2022).
- **Inversión y Recursos:** La implementación de tecnologías digitales requiere una inversión sustancial en términos de tiempo, dinero y recursos humanos. La necesidad de nuevas infraestructuras, la formación de los empleados en nuevas habilidades y la adaptación de los procesos empresariales existentes pueden representar desafíos considerables. Este problema puede ser particularmente agudo para las pequeñas y medianas empresas que pueden carecer de los recursos necesarios para llevar a cabo una TD completa (Zhang et al., 2022).
- **Impacto Ambiental:** Si bien la digitalización puede conducir a una mayor eficiencia y sostenibilidad, también tiene un impacto ambiental significativo. La producción, el uso y la eliminación de equipos electrónicos y tecnológicos contribuyen a la contaminación y al agotamiento de los recursos naturales. Las empresas deben tener en cuenta este impacto y buscar formas de minimizarlo en sus prácticas de RSE (Encarnación y De la Torre, 2023).
- **Cambio Organizacional:** La TD no es simplemente una cuestión de implementar nuevas tecnologías; también implica cambios profundos en la cultura y las operaciones de una empresa. La resistencia al cambio puede

ser un desafío importante a la hora de implementar nuevas tecnologías y prácticas de RSE. Las empresas deben trabajar para fomentar una cultura que sea abierta al cambio y que valore la innovación y la responsabilidad social (Kane et al., 2015).

En este sentido, la TD y la RSE pueden reforzarse mutuamente, pero el camino hacia su integración puede estar lleno de obstáculos. Los desafíos que se presentan son significativos y requieren un enfoque estratégico y considerado. Las empresas necesitan abordar estos desafíos de manera proactiva, buscando soluciones que sean tanto tecnológicamente avanzadas como socialmente responsables. Esto puede requerir una inversión significativa en tecnología y formación, un enfoque centrado en la seguridad y la privacidad de los datos, y un compromiso con la reducción de la brecha digital y el impacto ambiental.

Estos desafíos subrayan la necesidad de un liderazgo fuerte y una visión clara para navegar a través de la complejidad y la incertidumbre asociadas con su integración. Sin embargo, superar estos desafíos puede proporcionar a las empresas una ventaja competitiva significativa y permitirles desempeñar un papel de liderazgo en la creación de un futuro digital y socialmente responsable.

2.5 DISCUSIÓN DE LOS OBSTÁCULOS TÉCNICOS, ORGANIZATIVOS Y ÉTICOS

También es importante resaltar los diversos obstáculos que se pueden presentar en su integración, los cuales pueden ser: técnicos, organizativos y éticos por naturaleza, y cada uno presenta su propio conjunto de desafíos.

- **Obstáculos Técnicos:** Los desafíos técnicos involucran la implementación y el uso de nuevas tecnologías digitales. Las empresas pueden encontrar dificultades en la adaptación a los nuevos sistemas, la interoperabilidad de diferentes plataformas, y la gestión de la creciente cantidad de datos generados por las operaciones digitales. El mantenimiento de la seguridad y la privacidad de los datos es otro reto técnico importante, ya que los ciberataques y las filtraciones de datos pueden tener graves consecuencias para las empresas y sus stakeholders (Zhang et al, 2022).
- **Obstáculos Organizativos:** Los desafíos organizativos se relacionan con el cambio cultural necesario para implementar y aceptar nuevas tecnologías y prácticas de RSE. La resistencia al cambio puede ser un obstáculo significativo, especialmente en organizaciones grandes o establecidas.

Las empresas también pueden tener dificultades para reorganizar sus operaciones y flujos de trabajo para acomodar las nuevas tecnologías y los nuevos enfoques de RSE (Kane et al., 2015).

- **Obstáculos Éticos:** Los desafíos éticos surgen en relación con el impacto de las nuevas tecnologías y las prácticas de RSE en los stakeholders y la sociedad en general. Esto puede incluir cuestiones relacionadas con la equidad en el acceso a la tecnología, el impacto ambiental de las operaciones digitales, y la utilización ética de los datos. Las empresas deben asegurarse de que su TD y sus prácticas de RSE sean éticamente sólidas y no resulten en daños inadvertidos a los involucrados en el proceso (Zhang et al., 2022).

Es decir, cada uno de estos obstáculos presenta desafíos significativos para las empresas que buscan integrar la TD con la RSE. Sin embargo, estos desafíos no son insuperables. Con un enfoque reflexivo y estratégico, las empresas pueden superar estos obstáculos y lograr una integración exitosa de la TD y la RSE.

2.6 OPORTUNIDADES DE SU APLICACIÓN PARA LAS EMPRESAS

La TD no sólo presenta desafíos, sino que también ofrece una gran cantidad de oportunidades para las empresas para mejorar su RSE. Aquí se identifican algunas de las oportunidades clave:

- **Mejor Acceso a Información:** Con la ayuda de las tecnologías digitales, las empresas pueden tener un acceso más fácil y rápido a la información. Esto les permite tomar decisiones más informadas y responsables, ya sea en términos de operaciones comerciales, toma de decisiones estratégicas o cumplimiento de la RSE. El análisis de grandes conjuntos de datos puede revelar patrones y tendencias que de otra manera podrían pasar desapercibidos, permitiendo a las empresas adaptar sus prácticas de RSE de una manera más efectiva (Brynjolfsson y McAfee, 2014).
- **Comunicación Mejorada:** Las tecnologías digitales también pueden mejorar la comunicación entre las empresas y sus stakeholders. Las redes sociales, las páginas web y las aplicaciones móviles pueden permitir a las empresas interactuar con sus stakeholders de una manera más directa y personalizada. Esto puede resultar en una mayor transparencia y responsabilidad, ya que las empresas pueden compartir información sobre sus prácticas de RSE y recibir comentarios de sus stakeholders (Kaplan & Haenlein, 2010).

- **Operaciones más Eficientes y Sostenibles:** Las tecnologías digitales pueden permitir a las empresas operar de una manera más eficiente y sostenible. La digitalización puede reducir la necesidad de recursos físicos y puede permitir a las empresas reducir su huella ambiental. Además, las tecnologías como el IoT y la IA pueden ayudar a las empresas a monitorizar y gestionar su uso de recursos, contribuyendo a la sostenibilidad ambiental (Bharadwaj et al., 2013).
- **Inclusión y Diversidad:** La TD puede ser una herramienta poderosa para promover la inclusión y la diversidad. Las tecnologías digitales pueden ayudar a superar las barreras físicas y geográficas, permitiendo a las empresas llegar a una gama más amplia de stakeholders. Esto puede permitir a las empresas ser más inclusivas en sus prácticas de RSE y contribuir a una mayor diversidad en el lugar de trabajo y en la sociedad en general (Hilbert, 2011).
- **Habilidades y Empleo Digital:** La TD puede ayudar a las empresas a crear nuevas oportunidades de empleo y a mejorar las habilidades digitales de los empleados. La creciente demanda de habilidades digitales en la economía global ofrece a las empresas la oportunidad de desempeñar un papel activo en la capacitación y desarrollo de sus empleados y de la comunidad más amplia. Además, pueden surgir nuevas formas de trabajo flexible y a distancia, lo que puede contribuir a un mejor equilibrio entre la vida laboral y personal (Frey y Osborne, 2017).
- **Innovación en los Modelos de Negocio:** La TD puede proporcionar a las empresas las herramientas para innovar y adaptar sus modelos de negocio a las necesidades de la sociedad. Las empresas pueden utilizar las tecnologías digitales para desarrollar nuevas formas de entregar productos y servicios que sean más eficientes, sostenibles y en línea con los objetivos de RSE. Por ejemplo, las empresas pueden utilizar la IA y el análisis de datos para mejorar la eficiencia energética, minimizar los residuos y reducir su impacto ambiental (Westerman et al., 2014).

2.7 BENEFICIOS DE LA TD Y LA RSE PARA EMPRESAS Y SOCIEDAD

Al mejorar la eficiencia operativa y la sostenibilidad, las empresas pueden experimentar ahorros significativos. Con la ayuda de las tecnologías digitales, las

operaciones se vuelven más eficientes, lo que reduce los costos y conserva los recursos. Además, con la reducción del uso de recursos y la minimización de los residuos, se contribuye a la sostenibilidad ambiental, un beneficio vital para la sociedad en su conjunto (Bharadwaj et al., 2013).

La comunicación y la interacción con los stakeholders también pueden mejorar con la ayuda de las tecnologías digitales. El acceso directo y personalizado a las empresas permite una mayor transparencia, lo que fomenta la confianza y la lealtad de los clientes. A su vez, esto puede generar un compromiso más fuerte con la empresa y un mayor reconocimiento de su marca en la sociedad (Kaplan y Haenlein, 2010).

Por otro lado, la TD puede impulsar la inclusión y la diversidad, lo que tiene importantes implicancias para la sociedad. Las tecnologías digitales pueden superar las barreras físicas y geográficas, permitiendo a las empresas llegar a un espectro más amplio de stakeholders. Esto puede traducirse en prácticas de RSE más inclusivas y una mayor diversidad en el lugar de trabajo, lo cual es beneficioso para la sociedad en su conjunto, al promover la igualdad y la justicia social (Hilbert, 2011).

Además, la creación de nuevas oportunidades de empleo y la mejora de las habilidades digitales también son aspectos beneficiosos. La TD puede ayudar a las empresas a desempeñar un papel activo en la capacitación y desarrollo de sus empleados, mientras que nuevas formas de trabajo flexible pueden mejorar el equilibrio entre la vida laboral y personal. Esto contribuye a la economía al crear empleos y mejorar las habilidades de los empleados, al tiempo que beneficia a la sociedad en general (Frey y Osborne, 2017).

Por último, la capacidad de innovar y adaptar los modelos de negocio para alinearse con las necesidades de la sociedad es otra oportunidad clave. Las empresas pueden utilizar la IA y el análisis de datos para desarrollar nuevos productos y servicios que sean eficientes, sostenibles y estén en línea con los objetivos de RSE. Esta capacidad para innovar puede beneficiar tanto a las empresas, en términos de competitividad y crecimiento, como a la sociedad, al proporcionar soluciones más sostenibles y eficientes (Westerman et al., 2014).

2.8 EMPRESAS QUE HAN APROVECHADO ESTAS OPORTUNIDADES

La confluencia de la TD y la RSE ha presentado oportunidades sin precedentes para que las empresas impulsen la innovación y el impacto social simultáneamente. Al aprovechar las tecnologías emergentes, las empresas pueden optimizar sus operaciones,

reducir su impacto ambiental y promover prácticas comerciales justas. A continuación, se presentan algunos ejemplos destacados de empresas que han logrado una integración exitosa de la TD y la RSE en sus estrategias y operaciones (Álvarez, 2023).

- **Patagonia:** La empresa de ropa al aire libre ha implementado una serie de iniciativas de responsabilidad social, incluyendo la reducción de su impacto ambiental y la promoción de prácticas comerciales justas. También ha utilizado la tecnología para mejorar la eficiencia de sus operaciones y reducir su huella de carbono.
- **Danone:** La compañía de alimentos ha implementado una serie de iniciativas de responsabilidad social, incluyendo la promoción de prácticas comerciales justas y la reducción de su impacto ambiental. También ha utilizado la tecnología para mejorar la eficiencia de sus operaciones y reducir su huella de carbono.
- **Docuten:** La empresa de tecnología ha implementado una serie de iniciativas de responsabilidad social, incluyendo la reducción de su impacto ambiental y la promoción de prácticas comerciales justas. También ha utilizado la tecnología para mejorar la eficiencia de sus operaciones y reducir su huella de carbono.
- **Tesla:** La compañía de automóviles eléctricos ha implementado una serie de iniciativas de responsabilidad social, incluyendo la reducción de su impacto ambiental y la promoción de prácticas comerciales justas. También ha utilizado la tecnología para mejorar la eficiencia de sus operaciones y reducir su huella de carbono.

3 CONCLUSIÓN Y PERSPECTIVAS FUTURAS

3.1 PRINCIPALES PUNTOS DISCUTIDOS

Este capítulo exploró en profundidad la relación entre la TD y la RSE, proporcionando una visión integral del impacto y las posibilidades que la interacción entre ambas presenta para las empresas y la sociedad en general.

Comenzando con una descripción detallada de la TD y la RSE, se proporcionó una base sólida para entender estos conceptos. El contexto y los antecedentes ayudaron a destacar la importancia y la relevancia del tema, y se enfatizó la profunda influencia de la tecnología y la digitalización en las prácticas empresariales actuales. Se

analizó en profundidad cómo la TD ha impactado la RSE, explorando casos de estudio de empresas que han integrado exitosamente ambas áreas. Estos casos ilustraron claramente cómo las herramientas y tecnologías clave de la era digital actual están facilitando esta integración.

Se identificaron desafíos significativos que las empresas pueden enfrentar al intentar combinar la TD con la RSE, incluyendo obstáculos técnicos, organizativos y éticos. Sin embargo, también se destacaron las oportunidades que la TD ofrece a las empresas para mejorar su RSE. Estas oportunidades incluyen la eficiencia operacional y la sostenibilidad, la mejora de la comunicación y la interacción con los stakeholders, la inclusión y la diversidad, las habilidades y el empleo digital y la innovación en los modelos de negocio.

Finalmente, se exploró cómo estas oportunidades pueden beneficiar tanto a las empresas como a la sociedad en general. En particular, se destacó cómo la TD puede ayudar a las empresas a ser más eficientes y sostenibles, a mejorar la comunicación y la interacción con los stakeholders, a promover la inclusión y la diversidad, a mejorar las habilidades digitales y a innovar en sus modelos de negocio.

3.2 PERSPECTIVAS FUTURAS DE LA TD Y RSE

El futuro de la interacción entre la TD y la RSE parece prometedor y, sin duda, será un área de creciente importancia y enfoque para las empresas. El avance continuo de las tecnologías digitales y la creciente demanda de prácticas de negocio responsables y sostenibles están probablemente destinados a entrelazarse de manera aún más profunda. El progreso tecnológico puede abrir nuevas oportunidades para la RSE. Las tecnologías emergentes como la IA, la blockchain y el IoT tienen el potencial de cambiar drásticamente las formas en que las empresas operan y se relacionan con sus stakeholders. Estas tecnologías podrían permitir una mayor transparencia, eficiencia y rendición de cuentas, todas ellas cruciales para la RSE (Tapscott & Tapscott, 2017).

Sin embargo, también es importante tener en cuenta que la TD puede presentar nuevos desafíos éticos y sociales. Las empresas deberán tener cuidado de garantizar que su uso de las tecnologías digitales sea responsable y no contribuya a problemas como la brecha digital, la privacidad de los datos y las cuestiones de equidad (O'Neil, 2016). Las empresas también tendrán que adaptarse a las cambiantes expectativas de la sociedad. Con el crecimiento del interés público en la RSE, las empresas podrían

enfrentarse a una mayor presión para demostrar que están utilizando la TD de manera que beneficie a la sociedad en su conjunto (Schwab, 2017).

En última instancia, la clave para las empresas será equilibrar los beneficios de la TD con las expectativas y demandas de la RSE. Aquellas empresas que sean capaces de integrar con éxito estas dos áreas estarán bien posicionadas para prosperar en el entorno empresarial del siglo XXI.

3.3 SUGERENCIAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES EN EL ÁREA

A medida que avanzamos en la era digital, es crucial continuar explorando y comprendiendo la interacción entre la TD y la RSE. A continuación, se presentan algunas sugerencias para futuras investigaciones en este campo.

- **Estudios de caso adicionales:** A pesar de los ejemplos exitosos presentados en este capítulo, aún existe un amplio espacio para más estudios de caso que examinen la integración de la TD y la RSE. Esto podría incluir empresas de diferentes sectores, tamaños y regiones geográficas para proporcionar una visión más completa y diversa del tema (Yin, 2013).
- **Implicaciones éticas de la TD:** Con la creciente adopción de tecnologías como la IA y el análisis de datos, surgen nuevos desafíos éticos. Se necesita más investigación para entender mejor estos desafíos y proporcionar orientación a las empresas sobre cómo manejarlos de manera responsable (Mittelstadt et al., 2016).
- **Métricas y medición:** Una de las principales barreras para la integración efectiva de la TD y la RSE es la falta de métricas claras y consistentes para medir el impacto. La investigación futura podría enfocarse en el desarrollo de tales métricas y herramientas de evaluación (Eccles et al., 2014).
- **El papel de los stakeholders en la RSE digital:** A medida que las empresas se vuelven más digitales, los stakeholders tienen un papel cada vez más activo en la RSE. Futuras investigaciones podrían explorar cómo las empresas pueden colaborar de manera más efectiva con los stakeholders en el contexto digital (Freeman et al., 2010).

4 AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha recibido el auspicio del proyecto de investigación “Herramientas financieras, direccionando el fortalecimiento y desarrollo de las microempresas en la

Provincia de El Oro”, proyecto que está adscrito a la carrera de Contabilidad y Auditoría de la UMET, Sede Machala; y la colaboración de colegas de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad de Organizaciones (RILCO).

REFERENCIAS

Alvarez, E. R. (2023, May 31). *IBSSchool*.TD en empresas: Ejemplos y claves de su éxito. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/empresas-revolucion-digital-innovacion/>

Benn, S. I., Abratt, R., & O'Leary, B. (2016). Defining and identifying stakeholders: views from management and stakeholders. *South African journal of business management*, 47(2), 1-11. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v47i2.55>

Berman, S. J. (2012). Emerald insight. Digital transformation: opportunities to create new business models. *Strategy & leadership*, 40(2), 16-24. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10878571211209314/full/html>

Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). JSTOR. Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482. <https://www.jstor.org/stable/43825919>

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.

Bughin, J., & Chui, M. (2010). The Brithis Library. The rise of the networked enterprise: Web 2.0 finds its payday. *McKinsey Quarterly*, (4), 3-8. <https://www.bl.uk/britishlibrary/-/media/bl/global/business-and-management/pdfs/secure/r/i/s/rise-of-the-networked-enterprise-web-20-finds-its-payday.pdf>

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. https://www.academia.edu/download/19592417/bs_13_carroll.pdf

Chen, Chiang, & Storey. (2012). *Florida Atlantic University, Department of Electrical Engineering and Computer Science*. Business intelligence and analytics: From big data to big impact. *MIS quarterly: management information systems*, 36(4), 1165. <https://doi.org/10.2307/41703503>

Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management*. Pearson UK.

Cajiga, J. (2013). *El concepto de RSE*. México: Cemefi.

Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>

Encarnación, D. O. H., & De La Torre, T. E. G. (2023). Retos de la Responsabilidad Social Empresarial para la transformación digital. *Polo del Conocimiento*, 8(3), 684-704. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i3.5330>

Epstein, M. J. (2018). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts*.

Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.

- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). *The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.019>
- Fustes, M. (2018, octubre 26). ¿Qué relación tiene la transformación digital y la RSC de tu empresa? Docuten. <https://docuten.com/es/blog/que-relacion-tiene-la-transformacion-digital-y-la-rsc-de-tu-empresa/>
- García, M. (2021, 5 abril). La responsabilidad social como motor de la digitalización. El País. <https://elpais.com/tecnologia/digitalizacion/2021-04-05/la-responsabilidad-social-como-motor-de-la-digitalizacion.html>
- Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2016). *Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. MIS quarterly executive*, 15(2), 123–139. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=115879199&lang=es&site=ehost-live>
- IBM. (2019). IBM Corporate Responsibility Report. IBM Corporation.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not Technology, Drives Digital Transformation. *MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press*. <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kiron, David, Unruh, G., Kruschwitz, N., Reeves, M., Rubel, H., & Felde, A. M. Z. (2017). Corporate sustainability at a crossroads. *MIT Sloan Management Review*. <https://sloanreview.mit.edu/projects/corporate-sustainability-at-a-crossroads/>
- Luo, X., & Du, S. (2015). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm innovation. *Marketing Letters*, 26(4), 703–714. <https://doi.org/10.1007/s11002-014-9302-5>
- Microsoft. (2020). *Microsoft Corporate Social Responsibility (CSR) Report*. Microsoft Corporation.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 205395171667967. <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>
- Muñoz, M. L. R. (2022). Responsabilidad social compartida y la brecha digital. *Revista Científica Emprendimiento Científico Tecnológico*, (3), 22-22.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Parlamento Europeo (2022, enero 27). Ciberseguridad: amenazas principales y emergentes. <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20220120STO21428/ciberseguridad-amenazas-principales-y-emergentes>
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Crown.
- Sparapani, J., & Pratt, M. K. (2021, junio 17). *Transformación digital*. ComputerWeekly.es; TechTarget. <https://www.computerweekly.com/es/definicion/Transformacion-digital>
- Tafara, E. (2023, July 8). La importancia de proteger la “privacidad” en la era de los datos digitales. *Blogs del Banco Mundial*. <https://blogs.worldbank.org/es/voces/la-importancia-de-proteger-la-privacidad-en-la-era-de-los-datos-digitales>

Tapscott, D., & Tapscott, A. (2017). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.

Unilever. (2020). *Unilever Sustainable Living Plan*. Unilever PLC. <https://www.unilever.com/files/92ui5egz/production/16cb778e4d31b81509dc5937001559f1f5c863ab.pdf>

Vinuesa, R., Azizpour, H., Leite, I., Balaam, M., Dignum, V., Domisch, S., Felländer, A., Langhans, S. D., Tegmark, M., & Fuso Nerini, F. (2020). The role of artificial intelligence in achieving the Sustainable Development Goals. *Nature Communications*, 11(1), 233. <https://doi.org/10.1038/s41467-019-14108-y>

Wang, C., Zhang, Q., & Zhang, W. (2020). Corporate social responsibility, Green supply chain management and firm performance: The moderating role of big-data analytics capability. *Research in Transportation Business & Management*, 37(100557), 100557. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100557>

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.

Wynn, M., & Jones, P. (2023). Corporate responsibility in the digital era. *Information (Basel)*, 14(6), 324. <https://doi.org/10.3390/info14060324>

Yan, R., Li, X., & Zhu, X. (2022). The Impact of Corporate Social Responsibility on Sustainable Innovation: A Case in China's Heavy Pollution Industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 946570. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.946570>

Yin, R. K. (2013). Validity and generalization in future case study evaluations. *Evaluation (London, England: 1995)*, 19(3), 321–332. <https://doi.org/10.1177/1356389013497081>

Zhang, J., Zhao, W., Cheng, B., Li, A., Wang, Y., Yang, N., & Tian, Y. (2022). The impact of digital economy on the economic growth and the development strategies in the post-COVID-19 era: Evidence from countries along the “Belt and Road”. *Frontiers in Public Health*, 10, 856142. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.856142>

SOBRE OS ORGANIZADORES



Javier Solano-Solano: Ingeniero en Gestión Empresarial por la UMET Sede Machala, Master en Finanzas por la UC3M (España), Magíster en Economía y Dirección de Empresas por la ESPOL (Ecuador), Doctorando en Ciencias Económicas, mención Administración en UNCUYO (Argentina). Actualmente profesor titular agregado en Universidad Metropolitana, Sede Machala, y Coordinador de Comisión Académica de la Sede. Integrante del proyecto de investigación Gestión de Empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial, y del Centro de Emprendimiento y Estudios Empresariales UMET.



Francisco Zagari-Forte: Francisco Zagari-Forte: Tiene un grado en Ciencias Contables, Licenciatura en Contabilidad por la Universidad Católica de Brasilia, MBA en Controladoría por la USP, grado en Licenciatura con especialización en Matemáticas por la Universidad Católica de Brasilia, Especialista en Marketing por la Universidad Cândido Mendes, Gestión de Empresas por la UFLA, Maestría en Ciencias de la Educación por la Universidad Internacional de Lisboa (revalidado por la prestigiosa Universidad Rural de Pernambuco) y Doctorado en Educación por la Universidad del Mar - Chile. Actualmente es profesor

en la Secretaría de Educación del Distrito Federal. Tiene experiencia en las áreas de educación, contabilidad, emprendimiento, innovación e incubadoras de empresas.

SOBRE OS AUTORES

Verónica Arrata-Corzo

Licenciada en Marketing en Universidad Laica Vicente Rocafuerte; Magíster en Economía y Dirección de Empresas por la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Actualmente profesora de pregrado en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Tulio Carrión-González

Ingeniero en Sistemas e Ingeniero Comercial por la Universidad Nacional de Loja, Magíster en Redes de comunicaciones por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Magíster en Administración de Empresas por la Universidad Metropolitana, Doctorando en Ciencias Económicas, Mención Administración por la Universidad Nacional de Cuyo, actualmente docente titular de la Universidad Metropolitana del Ecuador-Sede Machala, tcarrion@umet.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0002-8971-0628>.

Andrea Herrera-Ríos

Estudiante de octavo semestre de la Licenciatura en Administración de Empresas en Universidad Metropolitana Sede Machala. Actualmente participó en actividad de investigación de la carrera como parte del proceso de Integración Curricular previo a la finalización de la carrera.

Fernando Juca-Maldonado

Con estudios en Análisis de Sistemas en la Universidad del Azuay, Ingeniería en Sistemas en la Universidad Metropolitana, Maestría en Administración de Empresas en la ENAE – Universidad de Murcia; desde 1992 involucrado en el desarrollo de sistemas de información, en 1997 se inició en la cátedra a nivel universitario y desde el año 2000 en el desarrollo web, ecommerce y aulas virtuales. En el campo académico ha sido docente de las universidades UMATCH y UMET con cátedras relacionadas a la tecnología y matemáticas. Así también cuenta con varias publicaciones científicas como: artículos, libros y participaciones en ponencias y eventos académicos. Adicionalmente, se dedica a la divulgación de contenido académico y educativo de temas tecnológicos y académicos en redes sociales desde el 2011.

Jessica Lalangui-Ramírez

Lcda. en Administración de Hotelería y Turismo, Magíster en Planificación y Gestión de Proyectos Agroturísticos y Ecológicos de la Universidad Agraria de Guayaquil. Doctora en Turismo por la Universidad de Alicante de España. Desde el año 2010 se desempeña como docente universitaria: UMET Sede Machala. Tiene varias publicaciones de artículos científicos, 1 libro y capítulos de libros, participaciones en ponencias.

Jean Palomeque-Jaramillo

Licenciado en Gestión y Desarrollo turístico, Magíster en Planificación Turística en la Universidad del Azuay, Doctorando en Ciencias Económicas Mención Administración en Universidad Nacional de Cuyo. Actualmente docente Titular Auxiliar en Universidad Metropolitana Sede Machala.

Gloria Ramírez-Elías

Licenciada en Contaduría Pública, Maestría en Administración Tributaria, Doctorado en ciencias administrativas. Profesora en Universidad Autónoma de Tlaxcala (México), actualmente Coordinadora de la División de Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Posee certificación ANFECA.

Saulo Ribeiro dos Santos

Tiene un Doctorado en Gestión Urbana de la Pontificia Universidad Católica de Paraná y otro en Geografía de la Universidad Federal de Paraná. Además, posee un Máster en Dirección y Desarrollo de Empresas y un MBA en Turismo. Es profesor en la Universidad Federal y Estadual de Maranhão, y ha tenido roles de liderazgo en diferentes instituciones relacionadas con el turismo. Ha trabajado en cargos relevantes en la administración pública y ha sido reconocido con premios en su área. Actualmente, es el Secretario Municipal de Turismo de São Luís.

Elizabeth Adriana Santamaría-Mendoza

Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la División de Ingeniería en Biotecnología y Licenciatura en Negocios Internacionales, Universidad Politécnica del Valle de Toluca. Profesora de Asignatura de la Facultad de Economía. Universidad Autónoma del Estado de México. Egresada de la Licenciatura en Relaciones Económicas Internacionales, de la Maestría en Economía y Negocios Internacionales y del Doctorado en Administración. Representante del Cuerpo Académico en Consolidación de Negocios Internacionales. Ha publicado artículos arbitrados e indexados así como capítulos de libro en temas de Economía Social, Competitividad y Emprendimiento Social. Ha participado en eventos académicos nacionales e internacionales.

Carolina Uzcátegui-Sánchez

Ingeniera Empresarial por la Escuela Politécnica Nacional EPN, Magíster en Gestión Empresarial por la Universidad Técnica Particular de Loja UTPL, Doctorando en Ciencias Económicas, mención Administración en UNCUYO (Argentina). Actualmente me desempeño como profesora titular agregado en Universidad Metropolitana, Sede Machala, y Coordinadora de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas de la UMET Sede Machala. Profesora de pregrado y posgrado en Investigación de Mercados en UMET y PUCE. Correo electrónico: cuzcategui@umet.edu.ec

Marisol Yáñez-Sarmiento

Ingeniera Comercial. Licenciado en Contabilidad y Auditoría. Contador Público. Técnico Superior en Programación de Sistemas. Diploma Superior en Tributación. Magíster en Tributación Y Finanzas. Docente Titular y Coordinadora de la Carrera de Contabilidad y Auditoría en la Universidad Metropolitana Sede Machala. Doctorando en Ciencias Económicas Mención Contabilidad en la Universidad Nacional del Cuyo en Argentina.

David Zaldumbide-Peralvo

Catedrático de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Doctorando en Ciencias Económicas UCAB, Experto en Investigación por la Universidad de Córdoba España. Specialty in Circular Economy Wageningen University & Research- Netherland, Majoring in Environmental Management & Master of Economics por James Cook University, Australia. Investigador acreditado, Especialista en Marketing Digital por la Universidad de Córdoba Argentina, Ingeniero en Mercadotecnia por la ESPE. dzaldumbide@puce.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0001-7969-7573>

SOBRE AS REDES DE INVESTIGAÇÃO

RILCO

Se crea el 8 de noviembre del 2012 la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional en las instalaciones de la Dirección de Educación Continua y a Distancia de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Su misión se centra en promover los estudios sobre la competitividad en Latinoamérica desarrollando líneas de generación y aplicación del conocimiento pertinentes y generar medios de difusión eficientes que permitan la divulgación permanente de los conocimientos desarrollados. Se aspira ser la Red de Investigación de mayor influencia por la producción académica y de investigación generada en América Latina en las temáticas interdisciplinarias y transdisciplinarias sobre la competitividad.

Para mayores detalles visitar: <https://www.rilco.org/>

RIIM

La RIIM, acrónimo de Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia, es una plataforma global dedicada al campo de la investigación en marketing. Establecida en 2014, su propósito es fomentar la colaboración, facilitar el intercambio de ideas y coordinar proyectos de investigación relacionados con el marketing. Con más de mil miembros activos, la RIIM ha producido investigaciones que se han presentado en eventos académicos y publicado en libros y artículos de reconocidas editoriales internacionales.

Mayores detalles en: <https://www.facebook.com/groups/150960438905802/about>

FAEDPYME

Las pymes han adquirido relevancia en los últimos años por su capacidad de generar empleo y riqueza. A pesar del incremento en el conocimiento sobre ellas, requieren un mayor entendimiento de sus problemas y estrategias para facilitar la toma de decisiones a nivel interno y de políticas regionales o estatales. Las Universidades de Murcia, Cantabria y Politécnica de Cartagena, especializadas en áreas económicas y empresariales, han unido esfuerzos para profundizar en temas relacionados con las pymes y abrir nuevas líneas de investigación. Con este fin, se creó el Grupo Interuniversitario de Investigación Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pyme, promoviendo la colaboración, intercambio y asesoramiento mutuo. Además, se expandieron estos estudios a Latinoamérica a través de la Fundación FAEDPYME y se estableció una Red de Universidades e Instituciones de Investigación en mPymes. Una reunión técnica internacional se celebró en abril de 2008 en la Universidad de Cantabria, con expertos de universidades latinoamericanas y españolas, para profundizar en estos estudios y promover nuevas investigaciones y formaciones.

Para mayores detalles visitar: <http://faedpyme.upct.es/faedpyme/introduccion>

ÍNDICE REMISSIVO

A

Avances tecnológicos 1, 2, 46

C

Comercio 6, 38, 43, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 83, 85, 86, 87, 92

Consumismo 63, 64, 67, 68, 70, 71, 73, 74

Consumo socialmente responsable 63, 64, 65, 71, 72, 73

D

Desafíos 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 17, 28, 38, 46, 55, 56, 57, 65, 71, 76, 104, 105, 108

E

E-commerce 75, 76, 77, 87

Economía digital 46, 51, 52, 54, 55, 76

Encuestas en línea 21, 31, 36, 37, 41

Era digital 1, 3, 4, 5, 6, 10, 16, 17, 21, 22, 37, 40, 41, 52, 54, 56

G

Gastronomía ecuatoriana 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 107, 108, 111

I

Ideología capitalista 63

Influencias culturales 89, 90, 106

Inteligencia artificial (IA) 4, 37, 46, 47, 52

Investigación de mercados 21, 22, 23, 26, 27, 28, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43

Investigación primaria 21, 22, 23, 24, 28, 29, 41

Investigación secundaria 21, 22, 23, 24, 28, 29, 30, 35, 41

O

Oportunidades 1, 3, 4, 5, 7, 12, 13, 14, 16, 22, 40, 49, 58, 76, 104, 105

P

Patrimonio cultural inmaterial 89, 101, 102, 107, 109, 110

Plataformas digitales 6, 7, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87

Preservación gastronómica 89

Privacidad de los datos 11, 16, 46

R

Redes sociales 6, 7, 9, 12, 27, 29, 37, 38, 39, 44, 45, 56, 75, 76, 87, 113

Responsabilidad social 1, 2, 3, 11, 15, 18, 19, 42, 72, 108

S

Sopas tradicionales 89

T

Tecnología 1, 2, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 15, 19, 27, 39, 40, 47, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 87, 110

Teoría crítica 63, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 73

Transformación digital 1, 18, 19, 52

V

Ventas 45, 75