

# 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.

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

#### Conselho Editorial

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> 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.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> 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.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> 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.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> 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.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University*, Russia  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal  
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> 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](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](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](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](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](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](https://doi.org/10.37572/EdArt_1810239726)

**SOBRE OS ORGANIZADORES .....112**

**SOBRE OS AUTORES ..... 113**

**SOBRE AS REDES DE INVESTIGAÇÃO..... 116**

**ÍNDICE REMISSIVO .....117**

# CAPÍTULO 3

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



Data de submissão: 21/09/2023

Data de aceite: 11/10/2023

**Tulio Carrión-González**

Universidad Metropolitana

Sede Machala

Machala, Ecuador

Universidad Nacional de Cuyo

Mendoza, Argentina

<http://orcid.org/0000-0002-8971-0628>

**Andrea Herrera-Ríos**

Universidad Metropolitana

Sede Machala

Machala, Ecuador

**Carolina Uzcátegui-Sánchez**

Universidad Metropolitana

Sede Machala

Machala, Ecuador

Universidad Nacional de Cuyo

Mendoza, Argentina

<https://orcid.org/0000-0001-8960-4932>

**RESUMEN:** Este artículo explora la evolución y el impacto de la inteligencia artificial (IA) en nuestra sociedad y economía. Destaca la comprensión errónea común de la IA, argumentando que es un mecanismo de predicción más que de inteligencia, y critica su tendencia a reemplazar tareas humanas. Al

mismo tiempo, también reconoce su potencial en impulsar la optimización económica y aliviar la carga de las tareas tediosas. Se discuten las implicaciones de la IA en la economía digital, sus desafíos en la privacidad de datos y cómo podría dar lugar a una economía inhumana. Por último, el artículo enfatiza la necesidad de mantener un enfoque equilibrado y consciente, y la necesidad de un marco legal para garantizar que la IA sirva a los objetivos humanos y se mantenga dentro de los límites culturales.

**PALABRAS CLAVE:** Inteligencia artificial (IA). Economía digital. Avances tecnológicos. Privacidad de los datos.

### ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PROFIT MAXIMIZATION FROM AN ECONOMIC RATIONALITY PERSPECTIVE

**ABSTRACT:** This paper explores the evolution and impact of artificial intelligence (AI) on our society and economy. It highlights the common misconception of AI, arguing that it is more a prediction mechanism than intelligence, and criticizes its tendency to replace human tasks. At the same time, it also recognizes its potential in driving economic optimization and alleviating the burden of tedious tasks. The implications of AI in the digital economy, its challenges in data privacy, and how it could give rise to an inhumane economy are discussed. Lastly, the article emphasizes the need to maintain a balanced and conscious approach, and the

necessity for a legal framework to ensure that AI serves human goals and remains within cultural boundaries.

**KEYWORDS:** Artificial intelligence (AI). Digital economy. Technological advances. Data privacy.

**JEL:** O3-J24-L86.

## 1 INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial (IA), se define en general como un ámbito de investigación y una forma de tecnología que se centra en la creación y aplicación de máquinas que pueden ejecutar tareas que tradicionalmente exigirían la intervención del intelecto humano (Haleem et al., 2022). La IA ha tenido un impacto considerable en diversos sectores y dimensiones de nuestra sociedad, desde la implementación de chatbots para el servicio al cliente hasta el mejoramiento de las aplicaciones de mapas y GPS. No obstante, persisten numerosos malentendidos acerca de la IA y sus posibles aplicaciones (Wang, et al., 2023).

En necesario, tener claro que diversos modelos de aprendizaje automático componen la IA, entre los que se incluyen, pero no se limitan, el aprendizaje por refuerzo, supervisado y no supervisado, la visión por computadora, el procesamiento del lenguaje natural, el aprendizaje profundo, entre otros (Ver Figura 1). Cada modelo de aprendizaje automático avanza y se basa en las predicciones estadísticas, aunque varían en la forma en que utilizan y comprenden los datos (Taye, 2023). Por ejemplo, ChatGPT es un chatbot impulsado por IA capaz de predecir la siguiente palabra más probable en una oración. A través de predicciones precisas y numerosas, ChatGPT puede generar párrafos coherentes.

La IA es fundamentalmente un mecanismo de predicción, no de inteligencia. Con los modelos de lenguaje de gran tamaño, hemos visto un aumento en la capacidad de las máquinas para predecir y ejecutar correctamente un resultado deseado. No obstante, sería incorrecto equipararlo a la inteligencia humana.

Esta distinción se evidencia al examinar los sistemas de aprendizaje automático que, por lo general, pueden realizar de manera eficaz una sola tarea a la vez (Janiesch, et al., 2021). Esto no se puede comparar con el nivel de pensamiento humano que permite la realización de múltiples tareas simultáneamente. Los seres humanos pueden obtener información de una fuente y aplicarla en numerosos contextos diferentes (Boucher, 2020). En otras palabras, nuestra inteligencia es transferible, la "inteligencia" de las máquinas, en cambio, no lo es.

Figura 1. Tipos de IA según Sheikh, Prins y Schrijvers (2023).



Aunque la inteligencia humana ofrece un referente de comparación valioso, su utilidad tiene sus limitaciones. Las aplicaciones actuales de la IA ya demuestran un desempeño superior al humano en tareas específicas, como ganar en juegos de ajedrez, y no necesariamente deben operar de la misma manera que la mente humana, ni requieren autoconciencia o consciencia para llevar a cabo tareas que normalmente exigirían inteligencia en los humanos (Van der Maas et al., 2021). Sin embargo, la IA requiere un esfuerzo computacional excepcional para la coordinación de movimientos, como, por ejemplo, el que un robot necesita para recoger una funda desde el suelo. Esta situación en la cual la IA hace fácilmente las cosas complejas y difíciles las cosas fáciles, se define como la paradoja de Moravec (Zhu et al., 2020).

Además, existen variantes de inteligencia que no son humanas, como se observa en algunos animales y también en ciertos fenómenos de comportamiento colectivo, como la inteligencia de enjambre. Por lo tanto, se pueden hacer distinciones significativas entre una norma racional humana y una más general, y entre las definiciones de inteligencia basadas en el comportamiento y las basadas en el pensamiento (Sheikh et al., 2023). Sin embargo, incluso dentro de estas categorías, es posible concebir la inteligencia de múltiples formas.

Independientemente de si se fundamenta en expectativas exageradas o no, en los meses recientes se ha desatado una auténtica fiebre de oro en torno a la inteligencia

artificial, con el objetivo de capitalizar las oportunidades de negocio previstas a partir de modelos generativos de IA como ChatGPT. Desde los desarrolladores de aplicaciones hasta las startups respaldadas por corporaciones y algunas de las empresas más gigantescas a nivel mundial, todos se están esforzando por comprender y aprovechar al máximo esta tecnología (Jhonson, 2022).

A pesar de que las corporaciones y los líderes empresariales identifican una oportunidad evidente para obtener ganancias, el impacto potencial de la tecnología en los trabajadores y en la economía en su conjunto es bastante más incierto. A pesar de sus limitaciones, incluyendo su tendencia a generar información ficticia, ChatGPT y otros modelos generativos de IA recientemente lanzados, prometen automatizar una variedad de tareas que anteriormente se creían exclusivas del dominio creativo y cognitivo humano, desde redacción hasta la creación de gráficos y el resumen y análisis de datos (Rotman, 2023). Esto ha llevado a muchos analistas y entendidos a cuestionar cómo estos avances podrían influir en el empleo y la productividad a nivel general.

Sin embargo, pese a los notables avances en IA y otras herramientas digitales en la última década, su historial en la promoción de la prosperidad y el impulso del crecimiento económico de gran alcance es desalentador (Rainie et al., 2021). Aunque algunos inversores y emprendedores se han beneficiado enormemente, la mayoría de la población no ha visto tal beneficio. Incluso, algunos han sido desplazados de sus trabajos debido a la automatización.

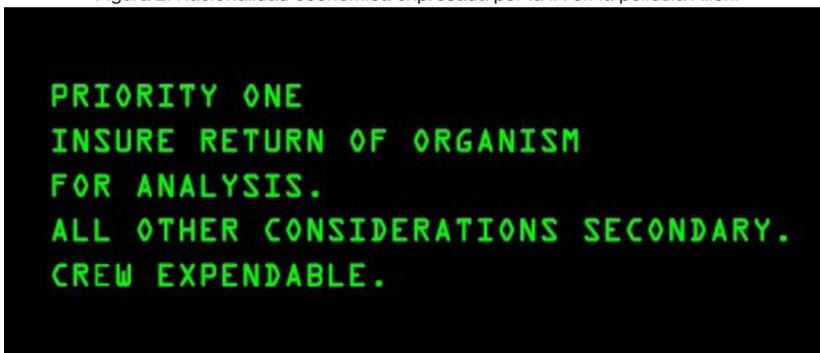
Es aquí donde se empieza a proyectar los beneficios de la IA y también de sus riesgos. Sobre los riesgos, se hará un paralelo con la aclamada película *Alien*, dirigida por Ridley Scott en 1979, donde una nave espacial realiza una travesía interestelar bajo el auspicio de la corporación Weyland-Yutani con el objetivo de buscar entidades o conocimientos que posean valor económico. Como se revelará durante la película, hallarán algo, en la forma de un ser monstruoso que se convierte en una máquina asesina eficaz. La corporación instruye que el ser sea llevado a la Tierra a cualquier costo, para ser analizado y probablemente explotado de manera lucrativa, quizás como una poderosa arma para la guerra.

De esta forma, a pesar de que el monstruo va eliminando a los miembros de la tripulación uno por uno, la decisión de la “Compañía” no cambia. Para cumplir sus metas, Weyland-Yutani ha incorporado un sistema de inteligencia artificial en el computador central a bordo que controla todas las operaciones de la nave espacial.

Este sistema, conocido como “Madre”, ejerce un control casi total a bordo. Para interactuar con Madre, se debe entrar en una sala bañada de luz, en la que se encuentra

un computador donde se pueden ingresar consultas. Poco después, las respuestas de Madre se visualizan en letras verdes sobre una pantalla negra. Cuando Ellen Ripley, la heroína de la película, solicita a Madre que acabe con el monstruo, este sistema le deja en claro que continuará persiguiendo su objetivo programado de maximización económica, despreciando las pérdidas (humanas): “Tripulación prescindible” (Ver Figura 2), es lo que se lee en la pantalla del computador.

Figura 2. Racionalidad económica expresada por la IA en la película Alien.



Fuente: <https://aliencinematicuniverse.fandom.com/es/wiki/Alien>

La inteligencia artificial es extremadamente apropiada para aplicar el cálculo de optimización económica y llevarlo a la práctica. Esto no necesariamente implica que en el futuro las naves espaciales traerán monstruos peligrosos a la Tierra. En el mejor de los casos, la IA se utilizará en empresas para asistir a los empleados con procesos laborales tediosos (Spanache, 2017). Sin embargo, a veces los empleados son totalmente reemplazados por programas de optimización controlados por IA.

Este proceso ya ha comenzado y se espera que se intensifique en los años por venir. Un estudio realizado por Eloundou et al. (2023). Descubrieron que los grandes modelos de lenguaje como Chat GPT podrían tener algún efecto en el 80% de la fuerza laboral de EEUU, esto nos hace pensar ¿Qué ocurrirá con las otras economías mundiales? Además, estimaron que los modelos de AI, incluidos GPT-4 y otras herramientas similares, afectarían en gran medida al 19% de los trabajos, con al menos el 50% de las tareas en esos trabajos. Adicional, en comparación con otros booms tecnológicos, los trabajos de mayores ingresos, se prevé en esta ocasión, serán los más afectados. Entre los que se resaltan los trabajos de escritores, diseñadores web, analistas financieros, traductores, entre otros (Rotman, 2023).

En relación a este contexto, se discute algunos aspectos concernientes a la aplicación de la IA en consideraciones de algunos aspectos económicos, sin ser

exhaustivo, sino más bien orientativo sobre los aspectos que considera más visibles en esta fase de la revolución digital que representa esta tecnología. Por lo cual, se aspira analizar de forma especulativa el efecto de la digitalización de la economía, y también se tratará sobre el dilema que representa la seguridad de la información personal en un mundo digital.

## 2 ¿CÓMO EVOLUCIONÓ LA ECONOMÍA DIGITAL?

Para entender la evolución de la tecnología informática y su configuración hacia la economía digital actual, es necesario hacer un recorrido histórico y analizar las repercusiones sociales que han surgido a lo largo del tiempo, así como discernir los distintos modelos sociales que han emergido como consecuencia. Los albores de la informática se remontan a los primeros computadores, desarrollados alrededor de 1950, denominados como computadores de primera generación. Este hito tecnológico sentó las bases para el desarrollo de sucesivas generaciones de computadoras, llegando hasta la quinta generación (Wang, 2008).

El hito crucial en la expansión de la informática se da alrededor de 1980, con la introducción y comercialización de los computadores domésticos. Podemos discernir, por lo tanto, en el avance tecnológico y sus implicaciones sociológicas respecto a los computadores, dos etapas fundamentales: la primera de 1950 a 1980 y la segunda, de 1980 en adelante. Es en esta segunda etapa cuando los computadores comenzaron a penetrar paulatinamente en la sociedad (Boenig-Liptsin, 2015).

Junto a los computadores, emerge Internet, una herramienta social masiva que contiene incontables datos accesibles para todos. Lejos de ser un simple recurso más, Internet es comparable a la revolución que supusieron la máquina de vapor y el motor eléctrico en la revolución industrial (Schwab, 2016). Aunque el Internet tal y como lo conocemos hoy apareció en los años 90, sus orígenes se remontan a los años 60 como un programa militar sin aplicación militar financiado por el Departamento de Defensa de los EEUU (Featherly, 2023). El nacimiento del Internet moderno en los años 90 se produjo gracias a tres factores principales:

- a) el descubrimiento de la tecnología de la red de redes, definida como la world wide web,
- b) el cambio institucional en la gestión de Internet, que implicó la privatización y el traspaso a la comunidad global de internautas, y

- c) los cambios significativos en la estructura, cultura y comportamiento social, en la cual la comunicación en red, se perfila como forma predominante de organización (DeNarndis y Musiani, 2016).

En esta narrativa, se destaca la revolución tecnológica que se produjo desde 1980 en adelante, marcada por el creciente protagonismo de los computadores y la expansión de Internet. En la década de los 2000 se produce la expansión global de estos dos elementos, consolidando el período de 1980. La interconexión de dispositivos de redes móviles, telefonía móvil y la aparición de dispositivos inteligentes, junto con el desarrollo del Internet de las Cosas y una multitud de servicios online, marcaron la década de 2010 (Van Meetere et al., 2022).

Alrededor del 2015, se evidencia una interconexión masiva entre todo tipo de dispositivos inteligentes, dando lugar a una red omnipresente y a la adopción generalizada del “cloud computing” o computación en la nube. Paralelamente, este período también vio el nacimiento y desarrollo de la inteligencia artificial (IA) (Mejías, 2013). El término ‘inteligencia artificial’ se refiere a sistemas que imitan o replican ciertos aspectos de la inteligencia humana.

Aunque los conceptos fundamentales de la IA se han desarrollado durante décadas, no fue hasta el siglo XXI que la tecnología alcanzó un punto de inflexión, potenciado por el auge del big data, la mejora de los algoritmos y el aumento del poder computacional. El surgimiento de la IA ha revolucionado la forma en que interactuamos con la tecnología, facilitando avances significativos en diversas áreas como el análisis de datos, el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural y la robótica (Anyoha, 2017).

Este nuevo contexto, marcado por la interconexión de dispositivos inteligentes, la realización de actividades cotidianas de forma digital, el auge del ciberespacio y la adopción de la IA, ha llevado a la sociedad a vivir de una manera decididamente digital. Así, la evolución de la tecnología informática hacia la economía digital que caracteriza el siglo XXI queda claramente demostrada (Van Meetere et al., 2022).

### **3 ¿DIGITALIZAR LA ECONOMÍA PRODUCIRÁ UNA ECONOMÍA INHUMANA?**

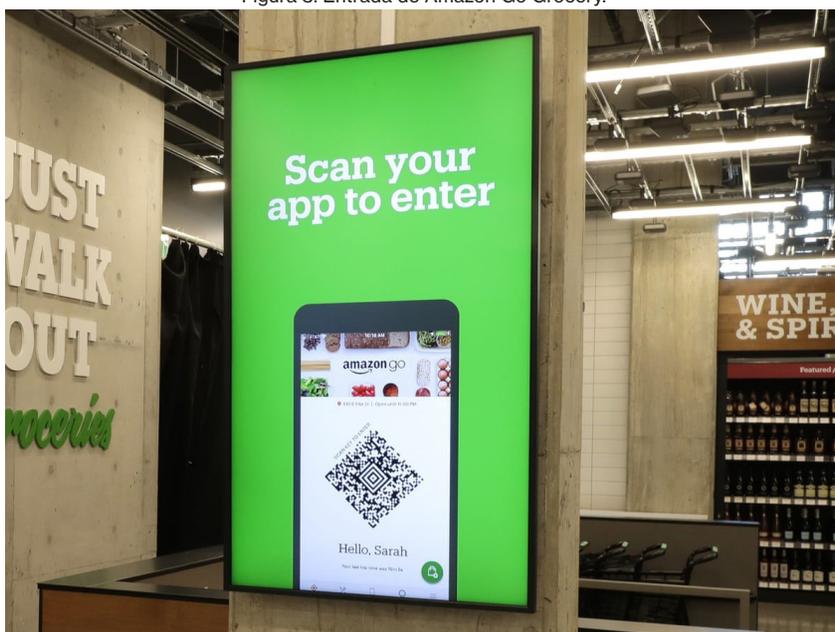
La era digital ha abierto un nuevo capítulo en la historia de la economía global. La transformación digital está reconfigurando las operaciones y el rendimiento de las empresas, ofreciendo una serie de beneficios, desde una mayor eficiencia hasta una mayor accesibilidad (Vial, 2019).

Sin embargo, esta misma transición plantea preguntas perturbadoras: ¿Estamos moviéndonos hacia una economía desprovista de humanidad y responsabilidad? ¿La digitalización de nuestra economía va a eliminar a los tomadores de decisiones humanos, dejando a los seres humanos, como individuo, a merced de una red anónima de actividades controladas por la inteligencia artificial? En otras palabras, ¿nos estamos adentrando en una era de economía inhumana?

Las preguntas son justificadas. Hay una creciente tendencia a utilizar tecnología avanzada, incluyendo la inteligencia artificial, para gestionar aspectos significativos de las operaciones empresariales. Gigantes de Internet como Amazon, Google y Facebook son pioneros en este frente. Han utilizado la tecnología de formas innovadoras para mejorar la eficiencia y reducir los costos, pero esto ha resultado en la eliminación de la interacción humana en muchos casos (Xu et al., 2021)

El mejor ejemplo de esto es Amazon Go Grocery, una tienda de comestibles sin cajeros que fue inaugurada por Amazon en 2020. En esta tienda, los clientes simplemente escanean los códigos QR de los productos utilizando una aplicación en su smartphone, llenan sus bolsas de comestibles y salen de la tienda (Ver Figura 3). Este concepto de “simplemente caminar y salir” es revolucionario, pero también plantea interrogantes sobre la humanidad de la economía (Dan, 2021).

Figura 3. Entrada de Amazon Go Grocery.



Fuente: <https://www.theguardian.com/us-news/2020/feb/25/amazon-go-grocery-supermarket-seattle-technology>

Además, la digitalización de la economía ha llevado a las empresas a adoptar estrategias de evasión para evitar la responsabilidad de sus productos. Los consumidores con problemas técnicos a menudo se ven obligados a buscar ayuda en la web, en lugar de obtener asistencia directa de la empresa. En algunos casos, se les proporciona información errónea que no tiene relación con su problema, llevándolos a tomar acciones incorrectas y perder tiempo (Helberger et al., 2021). Los gigantes de la tecnología han construido un muro de protección de irresponsabilidad organizada a su alrededor, dejando a los clientes lidiar con un sistema anónimo que niega consistentemente la información, sino pensemos que ocurre cuando falla Microsoft WORD.

La falta de responsabilidad de las corporaciones y la creciente dependencia de la inteligencia artificial en la toma de decisiones económicas podrían conducir a una economía inhumana en la que la optimización de los algoritmos prevalece sobre el bienestar de los individuos (Acemoglu, 2021). Estas preocupaciones, sin embargo, no se pueden abordar de manera efectiva sin la intervención del poder legislativo, del poder político.

Dada el dominio y dependencia forjada por estas corporaciones en el mercado, es poco probable que la competencia las obligue a cambiar su comportamiento. La responsabilidad del producto necesita ser redefinida en el proceso de digitalización para bloquear con éxito las estrategias de evasión de los departamentos legales y de marketing de estas empresas (Perifanis y Kitsios, 2023).

Solo a través de regulaciones más estrictas y una supervisión adecuada, podemos esperar prevenir la emergencia de una economía inhumana. En lugar de dejar que la economía digital se convierta en una jungla sin ley, los legisladores deben establecer normas claras que rijan las operaciones y responsabilidades de las empresas en la era digital. La legislación debería estipular que las empresas deben proporcionar a los consumidores canales efectivos de servicio al cliente, manteniendo a las personas en el bucle de toma de decisiones, independientemente de cuánta tecnología se utilice.

Además, las empresas deben ser responsables de los problemas que surjan con sus productos o servicios. El uso de la inteligencia artificial y otras tecnologías avanzadas no debe ser una excusa para evadir la responsabilidad. En última instancia, las empresas deben tener en cuenta que sus operaciones existen para servir a las personas, no a los algoritmos.

La digitalización de la economía tiene el potencial de hacer nuestras vidas más cómodas y eficientes. Pero esta comodidad no debe obtenerse a expensas de la

humanidad y la responsabilidad. No debemos permitir que la tecnología y los algoritmos reemplacen nuestra humanidad en el entorno económico (De Cremer y Kasparov, 2021). Una economía deshumanizada no puede servir efectivamente a la sociedad ni garantizar un futuro sostenible.

El camino hacia la economía digital está plagado de desafíos y preocupaciones éticas. Sin embargo, al adoptar regulaciones sólidas y al redefinir la responsabilidad del producto en el contexto digital, podemos garantizar que la economía digital sirva al interés humano en lugar de erosionarlo. La economía digital tiene un potencial enorme para mejorar nuestras vidas, pero solo si la navegamos con prudencia, teniendo en cuenta tanto los beneficios como las posibles consecuencias de una economía inhumana.

## **4 LA HUELLA DIGITAL, UN DESAFÍO COMPLEJO ¿A QUIÉN PERTENECEN “MIS” DATOS EN LA WEB**

### **4.1 EL VALOR ECONÓMICO DE LOS DATOS: MONETIZACIÓN Y USO COMERCIAL**

La digitalización y la conectividad se han convertido en cimientos fundamentales de los modelos de negocio contemporáneos, los datos emergen como una especie de “nuevo petróleo” (Dwivedi et al., 2021). Aunque esta analogía ha sido ampliamente utilizada, tiene sus limitaciones; a diferencia del petróleo, los datos no se agotan con su uso, sino que su valor puede crecer exponencialmente a medida que se procesan y se combinan con otros conjuntos de datos.

Los datos, particularmente en el ámbito digital, se han erigido como una herramienta invaluable no solo por la información que contienen, sino por el potencial latente que poseen en términos de insights y patrones reveladores (Vial, 2019). Su capacidad para transformar y adaptar industrias es un testamento a su innegable valor intrínseco. En este sentido, se pueden distinguir dos dimensiones del valor económico de los datos: 1) la monetización directa (RuBell et al., 2020); y 2) el valor estratégico que estos datos pueden ofrecer (Koutroumpis et al., 2020).

#### **1) Monetización directa de datos**

Según RuBell et al., 2020, esta dimensión se refiere a la capacidad de convertir datos en ingresos directos. Una manera evidente es la venta de conjuntos de datos a terceros, generalmente empresas que carecen de la capacidad o de los recursos para recopilar ciertos datos por sí mismas. Sin embargo, esta práctica se ha visto rodeada de controversia debido a las preocupaciones sobre la privacidad y

la seguridad, lo que ha llevado a la implementación de regulaciones más estrictas en muchas jurisdicciones.

Otro modelo de monetización es el uso de datos para personalizar publicidad. Empresas como Google y Facebook han construido imperios a partir de la habilidad de ofrecer publicidad dirigida basada en los datos de sus usuarios. Este modelo, si bien ha probado ser extremadamente rentable, no está exento de desafíos éticos y regulatorios, particularmente en lo que respecta a la transparencia y el consentimiento del usuario.

## **2) Valor estratégico de los datos**

Koutroumpis et al., 2020, indica que más allá de la monetización directa, los datos poseen un valor intrínseco en términos de estrategia y toma de decisiones. Por ejemplo, una empresa que tiene acceso a datos sobre patrones de compra de sus clientes puede anticipar demandas, ajustar su producción o incluso desarrollar nuevos productos basados en estas insights.

De esta forma, los datos se convierten en una herramienta fundamental para mantener una ventaja competitiva en el mercado. Asimismo, en sectores como el financiero, los datos permiten evaluar riesgos con mayor precisión, optimizar portafolios y ofrecer servicios personalizados a los clientes. La banca, por ejemplo, ha comenzado a usar análisis de datos no solo para evaluar la solvencia crediticia, sino también para prever tendencias macroeconómicas y ajustar sus estrategias en consecuencia.

## **4.2 CONSIDERACIONES ÉTICAS EN EL MANEJO DE DATOS**

En el marco de la creciente digitalización de nuestras vidas, el desafío de la huella digital se ha convertido en un tema crucial que plantea preguntas urgentes sobre la propiedad, la custodia y la privacidad de nuestros datos en línea. Los avances en tecnología y la proliferación de redes sociales, combinados con la expansión de economías digitales y la consolidación de corporaciones de tecnología dominantes, han colocado a nuestros datos personales en el centro del debate público y académico.

El concepto de privacidad es, en efecto, elusivo. Como sostiene Diebel-Fischer (2018), a menudo encontramos definiciones negativas que detallan abusos e intrusiones, en lugar de definiciones cerradas. Desde la tradición liberal clásica, cualquier cosa que niegue o invada la privacidad se considera una violación de la misma, poniendo al individuo en el centro del escenario (McFarland, 2012). Sin embargo, en la era digital, esas fronteras están constantemente siendo desafiadas y redefinidas.

La privacidad se concibe en términos de proteger la autonomía individual frente a la comunidad y de preservar la habilidad de los individuos para desarrollar sus propios planes de vida, ideas y opiniones. Este concepto está intrínsecamente relacionado con la idea del “right to be let alone”, una postura esencialmente antipolítica que se centra en las barreras y límites, más que en el contenido (Diebel-Fisher, 2018). Sin embargo, es crucial observar que la privacidad no es un concepto estático. Se configura en constante diálogo con su concepto antagónico: el espacio público.

La tarea desafiante es identificar dónde se dibuja la frontera entre lo público y lo privado, y cómo se mueve esta línea en un mundo cada vez más interconectado y digital. A medida que el espacio público se expande y se entrelaza con el digital, la privacidad adquiere nuevas dimensiones y desafíos (Lauber-Ronsberg, 2018).

En esta coyuntura, los datos personales se han convertido en un bien preciado, y su propiedad es un área de intensa disputa. En el corazón de esta discusión, se encuentra la interrogante sobre si los datos personales son equivalentes a la privacidad. El concepto de privacidad se puede dividir en cuatro elementos: privacidad informativa, privacidad corporal, privacidad comunicacional y privacidad territorial (Koops et al., 2016). Los datos personales se relacionan exclusivamente con el primer elemento, el de la privacidad informativa. Sin embargo, la protección de los datos personales no se limita exclusivamente a la protección de la privacidad, sino que abarca un universo más amplio de problemas.

La protección de los datos personales ha cobrado mayor importancia con la revolución de la información. Los gobiernos y las organizaciones internacionales se enfrentan a desafíos sin precedentes para proteger la privacidad en un mundo donde la divulgación de datos personales en línea es común (Gstrein y Beulieu, 2022). Las principales fuentes de inquietud que surgen de la expansión de los medios de comunicación, los descubrimientos tecnológicos que facilitan el acceso a la vida privada, la intensificación de las relaciones sociales y la creciente injerencia del estado (Storsul y Stuedahl, 2007).

Sin embargo, la realidad en el mundo digital, es que los datos personales se convierten en una moneda de cambio, utilizada por las corporaciones para personalizar los servicios y dirigir la publicidad, a menudo sin el pleno consentimiento o comprensión del individuo. Este intercambio desigual ha llevado a muchos a cuestionar quién es realmente el propietario de estos datos. ¿Pertencen a los individuos que los generan, o a las empresas que los recopilan, almacenan y utilizan? Y si estos datos se consideran

una extensión de nuestro ser digital, ¿no deberíamos tener más control sobre cómo se utilizan y se comparten?

Por último, la herramienta que ha impulsado este escenario es la IA, que está moldeando la actual economía, haciendo que los datos personales sean un recurso valioso para las empresas. Sin embargo, la recopilación y el uso de estos datos, a menudo sin consentimiento explícito, plantean serios problemas de privacidad. Para equilibrar los beneficios económicos de la IA con la protección de los derechos individuales, necesitamos regulaciones claras sobre el manejo de los datos y mayor conciencia sobre su valor. El uso responsable de la IA es crucial para respetar la privacidad y los derechos de los individuos mientras maximizamos los beneficios económicos.

## 5 IDEAS FINALES PARA REFERIR EL INICIO DE LA REVOLUCIÓN DE LA IA

La inteligencia artificial y la racionalidad económica convergen en una encrucijada de retos y oportunidades para nuestra sociedad. Similar al dilema del cambio climático, la digitalización es un fenómeno de gran magnitud que requiere de una intervención a múltiples niveles, implicando tanto a legisladores como a individuos y empresas.

La lenta transformación de hábitos nocivos y de alto consumo de energía y recursos señala un camino lleno de esfuerzos y adaptaciones. El papel de la digitalización y la IA en nuestras vidas recae en nosotros. Pueden convertirse en entidades controladoras que reducen a los individuos a simples consumidores y usuarios compulsivos, o pueden ser herramientas poderosas que impulsen nuestras metas y mejoren nuestras vidas y sociedad.

Si optamos por la segunda opción y adoptamos un enfoque centrado en el ser humano, la digitalización podría convertirse en un beneficio para todos, generando oportunidades para la innovación, el crecimiento y el desarrollo sostenible. Sin embargo, no podemos ignorar los riesgos inherentes. Como hemos discutido anteriormente, uno de los principales dilemas es el de la huella digital: ¿a quién pertenecen nuestros datos? ¿Cómo podemos asegurarnos de que nuestra privacidad está protegida en un mundo cada vez más digital?

Además, la digitalización debe ser inclusiva, evitando la exclusión basada en ubicación, ingresos o habilidades digitales. Cada individuo tiene derecho a participar y beneficiarse de esta revolución digital, y es nuestra responsabilidad colectiva garantizarlo. La racionalidad económica, que implica la optimización del uso de

tecnologías digitales, debe coexistir y respetar los límites que sustentan un orden humano. Los cálculos de optimización son valiosos siempre que se subordinen a los objetivos humanos y permanezcan culturalmente arraigados.

La legislación, en este sentido, debe proporcionar el marco adecuado. En este sentido los principios propuestos por Wiener (1960) nos ofrecen una perspectiva valiosa. Él sugiere que las máquinas deben maximizar la realización de valores humanos, aprender de nuestras elecciones y reconocer que pueden no comprender completamente estos valores.

Por último, la visión de una racionalidad económica inhumana, presente en muchas películas de ciencia ficción, nos advierte sobre la importancia de mantener nuestros valores humanistas, como la justicia y la solidaridad, por encima de la mera optimización económica. Esta perspectiva nos recuerda la importancia de mantener un enfoque equilibrado y consciente mientras avanzamos en el camino de la digitalización y la inteligencia artificial. De lo contrario, podríamos enfrentarnos a una realidad en la que la racionalidad económica y la optimización se imponen sobre nuestros valores más fundamentales, en un escenario que ninguna sociedad debería permitir.

## 6 AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Propuestas de mejora de la competitividad empresarial de la pyme de la provincia de El Oro”, proyecto que está adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala; y se contó con la asistencia de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad de Organizaciones (RILCO).

## REFERENCIAS

Acemoglu, D. (2021). *Harms of AI* (No. w29247). National Bureau of Economic Research. <https://economics.mit.edu/sites/default/files/publications/Harms%20of%20AI.pdf>

Boenig-Liptsin, M. (2015). Making citizens of the information age: a comparative study of the first computer literacy programs for children in the United States, France, and the Soviet Union, 1970-1990. [Doctoral dissertation, Harvard University]. <https://dash.harvard.edu/handle/1/23845438>

Boucher, P. (2020). Artificial intelligence: How does it work, why does it matter, and what can we do about it?. EPRS. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/641547/EPRS\\_STU\(2020\)641547\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/641547/EPRS_STU(2020)641547_EN.pdf)

Dans, E. (2021). Amazon Go Grocery: This Is The Future Of Shopping, Whether We Like It Or Not. <https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2020/02/27/amazon-go-grocery-this-is-the-future-of-shopping-whether-we-like-it-or-not/?sh=1ce23dcef6fa>

DeNardis, L., Musiani, F. (2016). Governance by Infrastructure. In: Musiani, F., Cogburn, D.L., DeNardis, L., Levinson, N.S. (eds) *The Turn to Infrastructure in Internet Governance. Information Technology and Global Governance*. Palgrave Macmillan, New York. [https://doi.org/10.1057/9781137483591\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137483591_1)

De Cremer, D., & Kasparov, G. (2021). AI should augment human intelligence, not replace it. *Harvard Business Review*, 18, 1. <https://hbr.org/2021/03/ai-should-augment-human-intelligence-not-replace-it>

Diebel-Fischer, H. (2018). Research ethics in the digital age: Fundamentals and problems. *Research ethics in the digital age: Ethics for the social sciences and humanities in times of mediatization and digitization*, 7-21. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12909-5>

Dwivedi, Y., Ismagilova, E., Hughes, D., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P. & Rock, D. (2023). GPTs are GPTs: An early look at the labor market impact potential of large language models. <https://arxiv.org/pdf/2303.10130.pdf>

Featherly, K. (2023, February 3). ARPANET. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/ARPANET>

Gstrein, O. J., & Beaulieu, A. (2022). How to protect privacy in a datafied society? A presentation of multiple legal and conceptual approaches. *Philosophy & Technology*, 35(1), 3. <https://doi.org/10.1007/s13347-022-00497-4>

Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M., Singh, R., y Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, 3, 119-132. <https://doi.org/10.1016/j.ijin.2022.08.005>

Helberger, N., Lynskey, O., Micklitz, H. W., Rott, P., Sax, M., & Strycharz, J. (2021). EU consumer protection 2.0. *Structural asymmetries in digital consumer markets. Joint Report from EUCP2. 0 Project BEUC*. [https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-018\\_eu\\_consumer\\_protection\\_2.0.pdf](https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-018_eu_consumer_protection_2.0.pdf)

Janiesch, C., Zschech, P., & Heinrich, K. (2021). Machine learning and deep learning. *Electronic Markets*, 31, 685-695. <https://doi.org/10.1007/s12525-021-00475-2>

Johnson, A. (2022). Here's what to know about OpenAI's ChatGPT – what it's disrupting and how to use it. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/ariannajohnson/2022/12/07/heres-what-to-know-about-openais-chatgpt-what-its-disrupting-and-how-to-use-it/?sh=1f33daba2643>

Koops, B. J., Newell, B. C., Timan, T., Skorvanek, I., Chokrevski, T., & Galic, M. (2016). A typology of privacy. *U. Pa. J. Int'l L.*, 38, 483. <https://scholarship.law.upenn.edu/jil/vol38/iss2/4>

Koutroumpis, P., Leiponen, A., Thomas, L., (2020). Markets for data. *Industrial and Corporate Change*, 29 (3), 645–660. <https://doi.org/10.1093/icc/dtaa002>

Lauber-Rönsberg, A. (2018). Data protection laws, research ethics and social sciences. *Research Ethics in the Digital Age: Ethics for the Social Sciences and Humanities in Times of Mediatization and Digitization*, 29-44. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12909-5>

McFarland, M. (2012). Why we care about privacy. *Internet Ethics Resources*. <https://www.scu.edu/ethics/focus-areas/internet-ethics/resources/why-we-care-about-privacy/>

- Mejias, U. A. (2013). *Off the network: Disrupting the digital world* (Vol. 41). U of Minnesota Press. <https://www.upress.umn.edu/book-division/pdf/off-the-network>
- Perifanis, N. A., & Kitsios, F. (2023). Investigating the influence of artificial intelligence on business value in the digital era of strategy: A literature review. *Information*, 14(2), 85. <https://doi.org/10.3390/info14020085>
- Rainie, L., Anderson, J., & Vogels, E. A. (2021). Experts doubt ethical AI design will be broadly adopted as the norm within the next decade. Pew Research Center, 16. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/06/16/1-worries-about-developments-in-ai/>
- Rotman, D. (2023). ChatGPT is about to revolutionize the economy. We need to decide what that looks like. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2023/03/25/1070275/chatgpt-revolutionize-economy-decide-what-looks-like/>
- Rußell, R., Berger, B., Stich, L., Hess, T., & Spann, M. (2020). Monetizing online content: Digital paywall design and configuration. *Business & Information Systems Engineering*, 62, 253-260. <https://doi.org/10.1007/s12599-020-00632-5>
- Sheikh, H., Prins, C., & Schrijvers, E. (2023). Artificial Intelligence: Definition and Background. In *Mission AI: The New System Technology* (pp. 15-41). Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-21448-6>
- Spanache, F. (2016). Artificial Consciousness or Artificial Intelligence. *Dialogo*, 3(2), 135-143. <https://doi.org/10.18638/dialogo.2017.3.2>
- Schwab, K. (2016). The fourth industrial revolution. World Economic Forum. [https://law.unimelb.edu.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0005/3385454/Schwab-The\\_Fourth\\_Industrial\\_Revolution\\_Klaus\\_S.pdf](https://law.unimelb.edu.au/_data/assets/pdf_file/0005/3385454/Schwab-The_Fourth_Industrial_Revolution_Klaus_S.pdf)
- Storsul, T., & Stuedahl, D. (2007). Introduction: Ambivalence towards convergence. *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change*. Göteborg, SE: Nordicom. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534731/FULLTEXT01.pdf>
- Taye, M. (2023). Understanding of machine learning with deep learning: architectures, workflow, applications and future directions. *Computers*, 12(5), 91. <https://doi.org/10.3390/computers12050091>
- Thorbecke, C. (2020). Amazon opens a grocery store with no cashiers. Shoppers can loan up their bags and walk right out of the supermarket. ABC News. <https://abcnews.go.com/Business/amazon-opens-grocery-store-cashiers/story?id=69199966>
- Van der Maas, Snoek, L. & Stevenson, C. (2021). How much intelligence is there in artificial intelligence? A 2020 update. *Intelligence*, 87, 101548. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2021.101548>
- Van Meeteren, M., Trincado-Munoz, F., Rubin, T. H., & Vorley, T. (2022). Rethinking the digital transformation in knowledge-intensive services: A technology space analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121631. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121631>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The journal of strategic information systems*, 28(2), 118-144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Wang, T., Lund, B., Marengo, A., Pagano, A., Mannuru, N., Teel, Z., & Pange, J. (2023). Exploring the potential impact of artificial intelligence (AI) on international students in higher education: generative AI, chatbots, analytics, and international student success. *Applied Sciences*, 13(11), 6716. <https://doi.org/10.3390/app13116716>

Wiener, N. (1960). Some Moral and Technical Consequences of Automation: As machines learn they may develop unforeseen strategies at rates that baffle their programmers. *Science*, 131(3410), 1355-1358. <https://nissenbaum.tech.cornell.edu/papers/Wiener.pdf>

Xu, Y., Liu, X., Cao, X., Huang, C., Liu, E., Qian, S., ... & Zhang, J. (2021). Artificial intelligence: A powerful paradigm for scientific research. *The Innovation*, 2(4). <https://doi.org/10.1016/j.xinn.2021.100179>

Zhu, M., Lou, M., Abdalla, I., Yu, J., Li, Z., & Ding, B. (2020). Highly shape adaptive fiber based electronic skin for sensitive joint motion monitoring and tactile sensing. *Nano Energy*, 69, 104429. <https://doi.org/10.1016/j.nanoen.2019.104429>

## 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](mailto: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