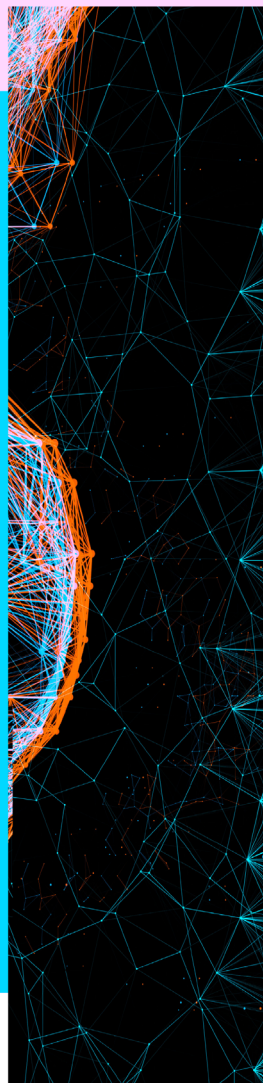
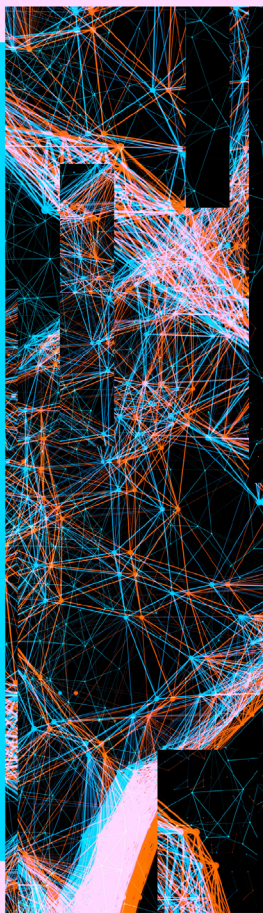
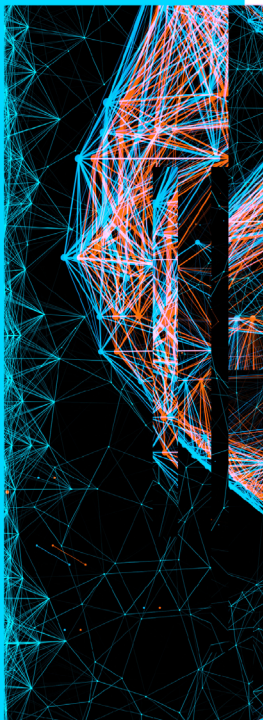


INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



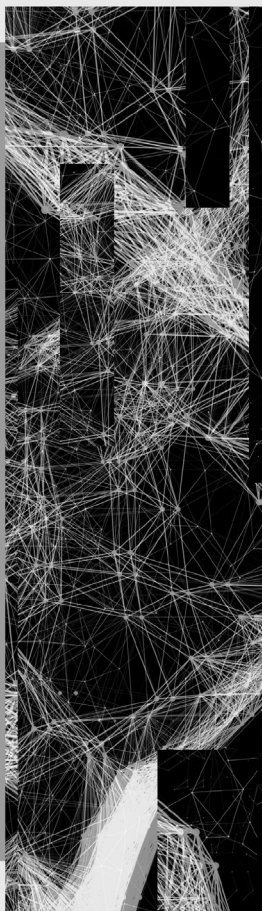
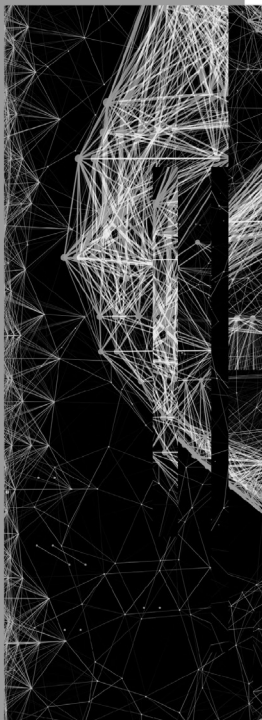
JEAN PALOMEQUE
IOANNA DIMITRAKAKI
JAVIER SOLANO
(Organizadores)

UMET
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA

RILCO
Red de Investigación Latinoamericana en
Competitividad de Organizaciones

 **EDITORIA
ARTEMIS**
2024

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



JEAN PALOMEQUE
IOANNA DIMITRAKAKI
JAVIER SOLANO
(Organizadores)

UMET
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA

RILCO
Red de Investigación Latinoamericana en
Competitividad de Organizaciones



**EDITORIA
ARTEMIS**

2024



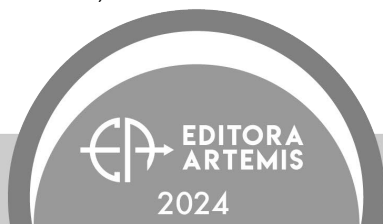
O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos 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	Jean Palomeque-Jaramillo Ioanna Dimitrakaki Javier Solano-Solano
Imagem da Capa	antiv/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. Cristo Ernesto Yáñez León – New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ, Estados Unidos
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 Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México



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.ª Dr.ª Galina Gumovskaya – Higher School of Economics, Moscow, Russia
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. Guillermo Julián González-Pérez, *Universidad de Guadalajara, México*
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 Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*
Prof. Dr. Manuel Simões, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Portugal
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 da Luz Vale Dias – Universidade de Coimbra, Portugal
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 MªGraça Pereira, Universidade do Minho, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª María Guadalupe Vega-López, *Universidad de Guadalajara, México*
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. Dr. Melchor Gómez Pérez, Universidad del Pais Vasco, Espanha
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. Sérgio 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 Susana Álvarez Otero – Universidad de Oviedo, Espanha
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)**

158 Innovación y competitividad en la transformación digital [livro eletrônico] / Jean Palomeque-Jaramillo, Ioanna Dimitrakaki, Javier Solano-Solano. – Curitiba, PR: Artemis, 2024.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilingue

ISBN 978-65-81701-42-0

DOI 10.37572/EdArt_031224420

1. Transformação digital. 2. Gestão empresarial. 3. Inovação tecnológica. I. Palomeque-Jaramillo, Jean. II. Dimitrakaki, Ioanna. III. Solano-Solano, Javier.

CDD 303.4833

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



PREFACIO

Estimado lector,

Es un honor presentar esta obra que reúne los esfuerzos colectivos de investigadores dedicados al análisis de la transformación digital en el ámbito empresarial. Este libro surge con el propósito de reflexionar sobre los condicionantes que la digitalización plantea a las organizaciones. En un mundo donde la tecnología avanza con rapidez, resulta sustancial detenerse a analizar cómo las empresas pueden adaptarse, innovar y mantenerse competitivas en un entorno de cambio constante. En las páginas que siguen, se analizan temas como la integración de nuevas tecnologías en los modelos de negocio, los retos éticos del uso de la inteligencia artificial y la necesidad de gestionar las empresas de manera sostenible. No solo se destacan los beneficios de la digitalización, sino que también se plantean preguntas sobre su impacto en la competitividad y en la sostenibilidad empresarial, así como en la sociedad en su conjunto.

La transformación digital no es un proceso homogéneo, ni un destino final para todas las empresas. Es un proceso continuo, con desafíos específicos para cada sector y región. Las organizaciones deben tomar decisiones estratégicas sobre qué tecnologías adoptar y cómo integrarlas en sus operaciones, mientras enfrentan las tensiones entre la necesidad de competir y la responsabilidad de actuar de manera ética y eficiente. De esta forma, el objetivo de esta obra es abrir un espacio para el análisis crítico. Se espera que los lectores encuentren en estos capítulos un punto de partida para cuestionar las tendencias actuales, identificar brechas existentes y proponer nuevas formas de abordar los retos de la transformación digital. No se trata únicamente de adoptar tecnologías, sino de hacerlo de una manera que promueva un equilibrio entre eficiencia, sostenibilidad y responsabilidad.

Sin embargo, este libro no hubiera sido posible sin el esfuerzo y colaboración de muchas personas. Expresamos nuestro sincero agradecimiento a quienes han colaborado en el desarrollo de este proyecto. En particular, extendemos un agradecimiento a los pares revisores, cuya sapiencia y compromiso han sido claves a la versión final de esta obra. Sin dudar sus aportes han permitido asegurar la calidad de los capítulos.

En orden alfabético, se hace un reconocimiento especial a:

- 1) Andreina González-Ordoñez, Universidad Metropolitana, Sede Machala (Ecuador)
- 2) Armando Urdaneta-Montiel, Universidad Metropolitana, Sede Machala (Ecuador)
- 3) Odalys Burgo-Bencomo, Universidad Metropolitana, Sede Machala (Ecuador)

- 4) Adriana Santamaría-Mendoza, Universidad Politécnica del Valle de Toluca (México)
- 5) Delia Esperanza García-Vences, Universidad Autónoma del Estado de Toluca (México)
- 6) Izabelle Sousa-Barros, Universidade do Pernambuco (Brasil)
- 7) María José Pérez-Espinoza, Universidad Metropolitana, Sede Machala (Ecuador)
- 8) Pedro Severino-González, Universidad Católica del Maule (Chile)
- 9) Karen Serrano-Orellana, Universidad Metropolitana, Sede Machala (Ecuador)
- 10) Bill Serrano-Orellana, Universidad Técnica de Machala (Ecuador)
- 11) Ariana Herrera-Pérez, Universidad Metropolitana, Sede Machala (Ecuador)
- 12) David Zaldumbide-Peralvo, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Ecuador)
- 13) Vismar Flores-Tabara, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

Gracias a su labor, esta obra no solo refleja los avances recientes en la transformación digital, sino que también plantea interrogantes sobre las decisiones futuras que deben tomarse para garantizar que esta evolución tecnológica beneficie a la sociedad de manera sostenible. Invitamos a los lectores a explorar las reflexiones contenidas en este libro con una mente crítica. El futuro de la competitividad empresarial dependerá de la capacidad de las organizaciones para adoptar nuevas tecnologías, y también de la disposición para reflexionar sobre cómo estos avances afectan las dinámicas del trabajo, la sostenibilidad y las relaciones entre las personas y la tecnología.

Los autores

PRÓLOGO

La tecnología ha transformado profundamente el panorama empresarial, alterando la forma en que las empresas operan, innovan y compiten. En esta era digital, los avances tecnológicos han despegado con una rapidez que obliga a las organizaciones a adaptarse o correr el riesgo de quedarse atrás. Mientras algunos sectores han adoptado la digitalización con velocidad y determinación, otros intentan mantener el ritmo con herramientas y enfoques que ya no son suficientes para las demandas del entorno actual. Este libro, *Innovación y competitividad en la transformación digital*, examina cómo las organizaciones pueden enfrentar estos retos y aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología, sin perder de vista la complejidad del proceso.

Al igual que un cohete, la transformación digital no sigue el ritmo convencional al que las empresas estaban acostumbradas. Mientras que en el pasado los cambios podían ser graduales y gestionables, hoy las empresas se enfrentan a un escenario en el que la tecnología avanza exponencialmente, lo que obliga a reestructurar modelos de negocio, procesos operativos y enfoques estratégicos. Los capítulos de este libro abordan esta nueva realidad desde diversas perspectivas, mostrando que la adaptación ya no es opcional, sino una condición imprescindible para sobrevivir y prosperar.

El primer capítulo, *Economía digital: impactos, componentes y brechas actuales*, aborda cómo las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han rediseñado la economía global, creando nuevos ecosistemas digitales que transforman los mercados tradicionales. A pesar de las oportunidades que este cambio genera, la brecha digital sigue siendo un obstáculo importante, especialmente en regiones como América Latina. La falta de infraestructura adecuada y acceso equitativo a estas tecnologías dificulta la integración de muchas economías locales en este nuevo sistema global, lo que deja a varios actores en desventaja. Este capítulo plantea una reflexión sobre cómo abordar esas desigualdades y generar una integración más inclusiva en la economía digital.

El segundo capítulo, *Madurez digital: Modelos, estrategias y desafíos*, ofrece un análisis de cómo las empresas enfrentan distintos niveles de madurez digital, utilizando modelos desarrollados por autores como Westerman y Capgemini. Muchas organizaciones todavía se encuentran en etapas iniciales de adopción tecnológica, avanzando a ritmos diferentes y con capacidades desiguales. Aquí surge un tema central: la transformación digital no es solo una cuestión de implementar nuevas herramientas, sino de modificar la estructura organizativa y los procesos operativos para aprovechar plenamente los beneficios tecnológicos. Este capítulo destaca cómo las empresas deben formular estrategias adaptativas para no quedarse atrás.

Reimaginando el emprendimiento en la era digital, el tercer capítulo, examina el impacto de la digitalización en el ecosistema emprendedor. Las plataformas digitales han revolucionado el acceso a mercados globales, pero también han generado concentraciones de poder en grandes empresas tecnológicas. Para los emprendedores, la capacidad de innovar y competir en este entorno requiere no solo habilidades técnicas, sino también un enfoque ético que equilibre las ventajas tecnológicas con la sostenibilidad y la equidad. Este capítulo subraya la importancia de desarrollar marcos regulatorios que apoyen un emprendimiento más justo y responsable.

El cuarto capítulo, *Generación y validación de ideas de negocios en un mundo digital*, explora el proceso de llevar una idea al mercado en el contexto actual. Las herramientas como el Producto Mínimo Viable (PMV) y las metodologías ágiles permiten a los emprendedores validar sus ideas de forma rápida y ajustar sus productos según las necesidades del mercado. Este enfoque es vital para quienes buscan adaptarse a los ciclos rápidos de desarrollo en la economía digital, donde el tiempo y la flexibilidad son factores determinantes del éxito.

El quinto capítulo, *Aproximación a la integración de la ética, la responsabilidad social y la IA en el marketing*, aborda uno de los grandes desafíos contemporáneos: el uso responsable de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial en el marketing. En un entorno donde los datos personales se han convertido en un recurso valioso, las empresas deben equilibrar el uso eficiente de la IA con la protección de la privacidad y la confianza del consumidor. Este capítulo invita a reflexionar sobre las implicaciones éticas del marketing digital y cómo las empresas pueden implementar estrategias que protejan a los consumidores sin sacrificar su competitividad.

En *Fundamentos de la cadena de suministro y sostenibilidad*, el sexto capítulo, se analiza cómo las tecnologías digitales han reconfigurado la gestión de la cadena de suministro. Herramientas como el blockchain y el IoT han mejorado la eficiencia y transparencia en los procesos logísticos, pero también han resaltado la necesidad de integrar principios de sostenibilidad. Este capítulo examina cómo las empresas pueden equilibrar la optimización logística con la responsabilidad social y ambiental, dos componentes cada vez más exigidos por los consumidores y los reguladores.

El séptimo capítulo, *Exploración de la adopción tecnológica en la provincia de El Oro*, ofrece un enfoque local para examinar la adopción tecnológica en una región específica de América Latina. A través de un análisis detallado, se exploran los desafíos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (pymes) en su proceso de digitalización, debido a limitaciones como la conectividad deficiente y la falta de formación tecnológica. Este capítulo proporciona recomendaciones prácticas para superar estas barreras y

fomentar una adopción tecnológica más equitativa en la región, lo que podría abrir nuevas oportunidades de crecimiento y competitividad.

El capítulo final, *El rol de la transformación digital en la innovación del marketing en Pernambuco*, explora cómo la digitalización ha impactado sectores clave en Brasil, particularmente el comercio, la agroindustria y el turismo. A pesar de las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y competitividad de estos sectores, la falta de infraestructura en zonas rurales y la resistencia al cambio en empresas tradicionales plantean obstáculos significativos. Este capítulo subraya la importancia de políticas públicas colaborativas que apoyen la adopción tecnológica en todas las áreas de la economía, asegurando que los beneficios de la digitalización no se concentren solo en unos pocos sectores.

En conclusión, el presente texto ofrece un panorama integral de la configuración que la tecnología presenta para las empresas en un mundo en constante cambio. Al igual que un cohete que deja la atmósfera a velocidades vertiginosas, la tecnología ha transformado la naturaleza misma de la competitividad. Para quienes aún conducen sus autos en esta carrera, el mensaje es claro: acelerar no es suficiente. Es necesario un replanteamiento total de cómo las empresas abordan la innovación y la adaptación, no solo para sobrevivir, sino para prosperar en esta nueva era digital.

Profesor Invitado

LISTADO DE SIGLAS

IA: Inteligencia Artificial

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación

IoT: Internet de las Cosas

PMV: Producto Mínimo Viable

ERP: Planificación de Recursos Empresariales

AWS: Amazon Web Services

KPI: Indicadores Clave de Rendimiento

RSE: Responsabilidad Social Empresarial

LCA: Análisis de Ciclo de Vida

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

OECD: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

PLC: Controlador Lógico Programable (Programmable Logic Controller)

CNC: Control Numérico Computarizado (Computer Numerical Control)

MiPymes: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

ECONOMÍA DIGITAL: IMPACTOS, COMPONENTES Y BRECHAS ACTUALES

Sara Piñeros-Castaño

Jean Palomeque-Jaramillo

Javier Solano-Solano

 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244201

CAPÍTULO 2..... 31

MADUREZ DIGITAL: MODELOS, ESTRATEGIAS Y DESAFÍOS

Jean Palomeque-Jaramillo

Ioanna Dimitrakaki

Daniel Gutierrez-Jaramillo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244202

CAPÍTULO 3..... 58

REIMAGINANDO EL EMPRENDIMIENTO EN LA ERA DIGITAL

Emanuel Leite

Javier Solano Solano

Gloria Ramírez-Elías

 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244203

CAPÍTULO 4..... 83

GENERACIÓN Y VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS EN UN MUNDO DIGITAL

Carolina Uzcátegui Sánchez

Emanuel Leite

Adriana Muñoz-Trujillo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244204



CAPÍTULO 5..... 116

APROXIMACIÓN A LA INTEGRACIÓN DE LA ÉTICA, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IA EN EL MARKETING

Lenin Novillo-Díaz

David Morales-López

 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244205

CAPÍTULO 6.....	141
FUNDAMENTOS DE LA CADENA DE SUMINISTRO Y SOSTENIBILIDAD	
Mario Chica-Silva	
René Izquierdo-Vera	
Julio Pucuna-Vacacela	
 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244206	
CAPÍTULO 7.....	165
EXPLORACIÓN DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN LA PROVINCIA DE EL ORO	
Virginia Molina-Andrango	
Paulette Muñoz-Cedillo	
Arturo Cabezas-Aguilar	
 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244207	
CAPÍTULO 8.....	193
EL ROL DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA INNOVACIÓN DEL MARKETING EN PERNAMBUCO	
Karine Rosália Felix Praça Gomes	
Emanuel Ferreira Leite	
 https://doi.org/10.37572/EdArt_0312244208	
SOBRE LOS AUTORES.....	223
SOBRE LOS ORGANIZADORES.....	227
SOBRE LA RED RILCO.....	228
SOBRE EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	229
SOBRE EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO.....	231
ÍNDICE REMISSIVO.....	232

socio-digitales. El documento investiga las consecuencias no intencionadas de la IA, la erosión de la verdad y el auge del “Síndrome de Silicon Valley,” donde la concentración de poder en gigantes tecnológicos plantea preocupaciones éticas. Basándose en perspectivas interdisciplinarias, concluye con un llamado a una regulación equilibrada y un emprendimiento ético para aprovechar el potencial de la era digital mientras se mitigan sus implicaciones más oscuras.

PALABRAS CLAVE: Transformación digital. Emprendimiento innovador. Disparidades tecnológicas. Vigilancia digital. Economía digital ética. Economía digital.

REIMAGINING ENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL AGE

ABSTRACT: This paper delves into the transformation of entrepreneurship in the digital age, a period marked by profound technological changes following World War II. With the objective of examining the shift in entrepreneurial strategies, tools, and models due to digitalization, it discusses the impact of technological milestones, from Alan Turing’s work to the massification of computers and the Internet, culminating in modern advances like big data and AI. It critiques the current trajectory towards a potential “digital dystopia,” characterized by monopolistic behaviors, increased surveillance, and a reduction in competitive diversity. Through a thematic exploration, the paper reveals a nuanced digital landscape where innovation and efficiency introduced by digital tools coexist with challenges like privacy intrusion, socioeconomic disparities, and destructive entrepreneurship. It underscores how digital business models have reshaped the entrepreneurial ecosystem, fostering growth but also amplifying risks such as cybercrime and socio-digital divides. The paper investigates the unintended consequences of AI, the erosion of truth, and the rise of the “Silicon Valley Syndrome,” where the concentration of power in tech behemoths raises ethical concerns. Drawing on interdisciplinary perspectives, it concludes with a call for balanced regulation and ethical entrepreneurship to harness the digital age’s potential while mitigating its darker implications.

KEYWORDS: Digital transformation. Entrepreneurship innovation. Technological disparities. Digital surveillance. Ethical digital economy. Digital economy.

1 INTRODUCCIÓN

En la era digital, el emprendimiento ha experimentado una transformación exponencial, desplegando un vasto panorama de oportunidades y desafíos. Mientras que la tecnología se ha aplicado de manera productiva impulsando el crecimiento y fomentando la innovación, también ha emergido una faceta improductiva y, preocupantemente, una destructiva.

Estas dimensiones multifacéticas del emprendimiento fueron articuladas por Baumol (1990), quien categorizó el fenómeno en términos de emprendimiento productivo, improductivo y destructivo. Recientemente, numerosas investigaciones se han centrado en la relación del emprendedor con instituciones ineficientes, vacíos institucionales y en el ámbito del emprendimiento institucional (Boudreaux et al., 2018; Lucas & Fuller, 2017; Naudé, 2023; Sendra-Pons et al., 2022). A pesar de ello, aún persiste una laguna

en nuestro entendimiento sobre cómo las instituciones pueden responder y adaptarse eficazmente ante la avalancha de innovaciones tecnológicas disruptivas.

Los últimos cincuenta años han sido testigos de avances tecnológicos sin precedentes, con la revolución digital como principal protagonista. Este período ha estado marcado por la informática omnipresente, una conectividad a Internet sin precedentes, modelos de negocio novedosos que dependen de enormes datos y algoritmos inteligentes, y el amanecer de la IA (Naudé, 2023). Tales avances vertiginosos exigen una sólida capacidad de respuesta institucional, como subrayan Kavanagh (2019) y CEPAL (2022). Sin este mecanismo adaptativo, el panorama emprendedor digital corre el riesgo de desviarse hacia el territorio destructivo, con posibles resultados que van desde la depredación, el conflicto, hasta el crimen abierto en la esfera digital (Naudé, 2023).

El emprendimiento digital, a pesar de sus promesas de innovación y progreso, ha traído consigo una serie de desafíos que amenazan la integridad de nuestra economía y sociedad. Una de las manifestaciones más inquietantes es la recolección indiscriminada de datos de usuarios. Las plataformas dominantes han adoptado estrategias de recopilación de datos agresivas, que no solo comprometen la privacidad del individuo, sino que también plantean cuestionamientos éticos y regulatorios (Stückelberger & Duggal, 2018). Esta concentración de poder en manos de unas pocas entidades gigantes ha creado lo que se denomina “*kill zones*” para las *startups*. Es decir, áreas del mercado digital donde las nuevas empresas encuentran casi imposible competir debido a prácticas desleales o al monopolio de los recursos esenciales por parte de las grandes plataformas (Scott-Morton et al., 2019). Esta situación, en efecto, asfixia la innovación y reduce la diversidad y competencia en el ecosistema digital.

Esta dinámica erosiona la autonomía del emprendedor y puede desviar la innovación hacia rutas que benefician principalmente a estos gigantes y no necesariamente al bienestar general (Crémer et al., 2019). En términos de seguridad, el auge del emprendimiento digital ha venido acompañado de un incremento en ciberdelitos y ataques, con consecuencias económicas devastadoras. Estos ciberataques, en algunos casos, han resultado en pérdidas financieras comparables a las de grandes desastres naturales o incluso han superado las ganancias ilícitas del tráfico mundial de drogas (Lancieri & Sakowski, 2021).

Pero quizás el reto más formidable radica en el avance vertiginoso de la tecnología. Nos encontramos al filo de desarrollos tecnológicos sin precedentes, como sistemas de vigilancia omnipresentes, armas digitales de gran alcance y, lo más inquietante, la posibilidad de una inteligencia artificial con capacidades generales (Păvăloaia & Necula, 2023). Esta última, la inteligencia artificial general, es vista por muchos expertos

como una potencial amenaza existencial para la humanidad, si no se aborda y regula adecuadamente. Estas instancias subrayan un escenario sombrío donde las tecnologías digitales sin control pueden dirigir talentos emprendedores hacia propósitos siniestros. Sin regulaciones, instituciones, ética y diseño tecnológico adecuados, el ámbito digital se convierte en un campo de batalla, repleto de daños a la infraestructura, deshumanización, gastos de seguridad y costos de transacción exacerbados, entre otros problemas (Roche et al., 2022; Tirole, 2021).

Por lo tanto, este trabajo busca arrojar luz sobre el emergente tema del emprendimiento digital destructivo, un área hasta ahora escasamente explorada en la literatura actual. Si bien los investigadores como Steininger et al. (2022) y Liebrechts et al. (2023) han reconocido las complejidades y posibles desventajas del emprendimiento digital, la comprensión de su aspecto destructivo sigue siendo esquiva. A través de este análisis exploratorio, buscamos cerrar esta brecha de conocimiento y fijando algunas directrices políticas para futuros debates.

Las secciones siguientes delimitan el telón de fondo de la revolución digital, explican el paradigma del emprendimiento digital, discuten las posibles distopías digitales resultantes de su lado destructivo y reflexionan sobre los marcos institucionales y regulatorios que podrían mitigar los riesgos asociados. La tipología de William Baumol del emprendimiento destructivo, improductivo y productivo sirve como marco orientador, facilitando una introspección más profunda de este problema contemporáneo. Se concluye con una síntesis de los hallazgos y sus implicaciones para el futuro.

2 LA ERA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Posterior a la Segunda Guerra Mundial, la TIC comenzó a transformar tanto la economía mundial como nuestro tejido social. A menudo se refiere a este cambio como la revolución digital, dado que las tecnologías digitales se han integrado en prácticamente todos los aspectos de nuestra existencia (Escobar, 2012). Así, incluso aquellos empresarios que no crecieron en la era digital recurren a herramientas tecnológicas, desde computadoras y smartphones hasta cajas registradoras electrónicas. El paisaje actual del emprendimiento está intrínsecamente vinculado al ámbito digital y basado en datos, siempre en confluencia con la computación (Soltanifar & Smailhodžić, 2021). Así, un computador puede funcionar como una avanzada caja registradora (sistemas POS)², un intrincado sistema de gestión de ventas o incluso un portal web (Reinartz et al., 2019).

² Un sistema POS es una caja registradora y software de punto de venta basado en computadora que te permite tomar pedidos, procesar pagos con tarjeta de crédito, rastrear inventario y gestionar a tus empleados. También puede ser utilizado para otras tareas como la creación de facturas o la automatización de procesos comerciales diarios (<https://www.forbes.com/advisor/business/cash-register-vs-pos-system/>)

Esta revolución digital ha tardado alrededor de 75 años en consolidarse. Algunos de sus avances clave se originaron en tiempos de guerra: durante los esfuerzos de los aliados en la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría. Destacan dos logros de esa era. El primero fue el desciframiento del código Enigma de los nazis por Alan Turing y su equipo, lo que los llevó a crear una de las primeras computadoras del mundo, la Bombe. El segundo hito fue el surgimiento de ARPANET en las décadas de 1960 y 1970, precursor del Internet, y más tarde, en 1989, la aparición de la WWW por el Departamento de Defensa de EE.UU (Leiner et al., 1997). Antes de estos avances, Turing (1937) publicó un artículo en el que sentó las bases para la informática moderna, conceptualizando la “*universal computing machine*”, conocida también como la Máquina de Turing (Copeland, 2004). Este trabajo es descrito como el documento teórico más icónico en la historia de la informática. Turing también anticipó áreas prometedoras para la inteligencia artificial, como el ajedrez y el procesamiento de lenguaje natural. Hoy vemos estas predicciones materializadas en herramientas y modelos de lenguaje avanzados como Chat GPT-4.

Tomando la posta a Turing, Shannon (1948) presentó “*A mathematical theory of communication*”, asentando las bases para la teoría de la información contemporánea. Con la popularización de la computadora personal en la década de 1980 y la aparición de la WWW, la revolución digital comenzó a generalizarse en los 90. Fue una época de optimismo, marcada por eventos geopolíticos como la caída del Muro de Berlín. Muchos visualizaban a la revolución digital como la antesala de una nueva era de libertad y empoderamiento. Sin embargo, con el paso del tiempo, se hizo evidente que las corporaciones, y no los gobiernos, serían quienes desviarían esta revolución para sus propios fines (Barbrook & Cameron, 2015).

El nuevo milenio vio surgir dos tendencias que influirían en la revolución digital: el auge de los datos masivos y el avance en IA, y la rápida expansión de la conectividad digital (Păvăloaia & Necula, 2023). Acontecimientos en 2006 y 2007, como el reinvento del teléfono móvil por Apple y la propuesta de Bitcoin por Satoshi Nakamoto, catalizaron esta evolución (Tapscott & Tapscott, 2016). Con la pandemia del COVID-19 en 2020, el impulso hacia la digitalización se intensificó aún más, y plataformas digitales se convirtieron en las empresas más valiosas a nivel global (Amankwah-Amoah et al., 2021). Pero en 2022, el optimismo inicial se ha desvanecido. En lugar de un futuro digital utópico, enfrentamos desafíos que algunos llaman una “policrisis”. Como discute Naudé (2023), en vez de la prometida economía emprendedora, hemos presenciado la consolidación de una economía estancada. Ahora, en lugar de un renacimiento digital, enfrentamos una posible distopía digital.

3 EL EMPRENDIMIENTO Y EL AUJE DE LOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

El emprendimiento digital puede visualizarse como la búsqueda incesante de oportunidades que se anclan en la esencia de los medios digitales y las TIC (Hisrich & Soltanifar, 2021). Según Bensaid & Azdimousa (2021), existe una demarcación clara entre el emprendimiento digital y el tradicional (Ver Tabla 1). La naturaleza digital de las oportunidades, determinada por las características de los artefactos digitales, se convierte en la piedra angular de esta distinción. Estos artefactos, son el resultado de transformar productos o servicios físicos en su contraparte digital (von Briel et al. 2018).

Tabla 1. Características del emprendimiento digital vs tradicional.

Criterio	Emprendimientos Tradicionales	Emprendimientos Digitales
Naturaleza del negocio	Basados en bienes o servicios físicos.	Basados en bienes o servicios digitales o la digitalización de soluciones tradicionales.
Barrera de entrada	Puede requerir capital significativo para infraestructura, inventario o licencias.	Bajo costo inicial, principalmente relacionado con desarrollo de software y marketing digital.
Alcance geográfico	Limitado geográficamente a menos que se establezcan sucursales o distribución.	Global desde el inicio debido a la naturaleza de Internet.
Escala y adaptabilidad	Escalamiento suele requerir inversión en más infraestructura o personal.	Rápido y dinámico escalamiento sin incremento significativo en costos fijos.
Interacción con el cliente	Personal, cara a cara o telefónica.	Principalmente digital a través de plataformas, apps y redes sociales.
Costo variable	Puede incrementar linealmente con la producción o ventas.	Bajo o incluso nulo después de alcanzar un cierto volumen.
Modelo de ingresos	Basado en ventas directas, suscripciones o contratos.	Modelos diversificados: suscripción, publicidad, freemium, transacciones, etc.
Innovación	Innovaciones incrementales basadas en el producto, proceso o servicio.	Innovaciones radicales y rápidas en función de la retroalimentación digital y analítica.
Gestión de datos	Uso limitado de datos, a menudo basado en encuestas y registros históricos.	Uso intensivo de datos en tiempo real para mejorar y personalizar la experiencia del usuario.

Fuente: Bensaid, W., & Azdimousa, H. (2021). Digital entrepreneurship vs. Traditional entrepreneurship: the setting up of a global conceptual model. *International Journal of Economic Studies and Management (IJESM)*, 1(1), 86-92. <https://doi.org/10.52502/ijesm.v1i1.159>

La capacidad de adaptabilidad y reconfiguración de estos artefactos es fundamental para el emprendimiento digital. Los innovadores ya no solo se enfocan en crear algo nuevo, sino en adaptar y combinar artefactos preexistentes en formas ingeniosas y contextos renovados, acelerando el proceso de digitalización en nuestra sociedad (Verhoef et al., 2021).

Si bien los artefactos digitales son esenciales, no debemos olvidar el papel fundamental de la infraestructura tecnológica y el hardware. Estos elementos, aunque no se consideran artefactos digitales per se, proporcionan el terreno fértil necesario para que surjan. Aquí entra en juego el concepto de los ecosistemas de emprendimiento digital (DEE). Estos ecosistemas, similares a sus contrapartes tradicionales, integran infraestructura y gobernanza digitales en un espacio determinado, ya sea físico o virtual (Elia et al., 2020).

En esta matriz productiva digital, las plataformas emergen como pilares. Para comprender el emprendimiento en la era digital, es fundamental entender estas plataformas y sus modelos de negocio (CEPAL, 2022). Se subraya la centralidad de las plataformas digitales en el capitalismo moderno. Estas plataformas se han convertido en arenas donde los emprendedores compiten, ya sea entre plataformas o dentro de una plataforma específica (Ferreira, 2020). La dinámica y la naturaleza de estas plataformas digitales, radica en ser marcos tecnológicos que conectan a diferentes actores en un mercado multiparte. Estos actores operan dentro de fronteras definidas, colaborando y creando valor. Al igual que las plataformas tradicionales, las digitales buscan conectar productores con usuarios, aunque a través de medios electrónicos (Gawer, 2021). Esta intermediación en la economía digital ha revolucionado la forma en que las empresas operan, eliminando la necesidad de poseer infraestructura física (Da Silva & Núñez, 2022).

Da Silva & Núñez, también indican que los efectos en red y las economías de escala son manifestaciones críticas en estas plataformas. Uber, como ejemplo, no necesita poseer taxis para operar. Su modelo se basa en conectar a conductores con pasajeros, creando un ciclo virtuoso de crecimiento. Sin embargo, mientras estas plataformas han demostrado ser extremadamente competitivas y disruptivas, surgen preocupaciones sobre si están fomentando un emprendimiento genuinamente productivo (Buckland et al., 2016). La pregunta que persiste es si estamos entrando en una distopía digital impulsada por emprendimientos destructivos.

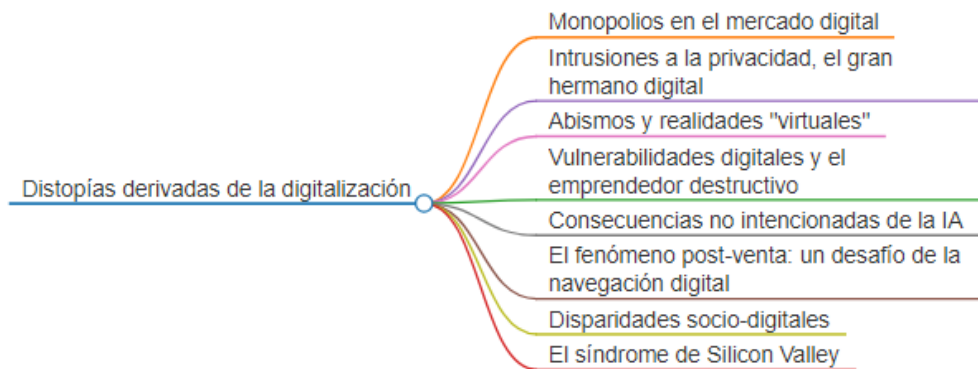
4 EL LADO OSCURO DE LA INNOVACIÓN DIGITAL

En el panorama actual de la economía digital, el término “distopía” evoca una imagen de un mercado dominado por unos pocos gigantes tecnológicos que acaparan

la mayoría de los recursos, marginando a otros actores. Imagina un entorno donde unas contadas empresas imponen las reglas y acaparan el poder, dejando escaso margen para la innovación y una competencia equitativa (Tirole, 2021). Durante los años 80 y 90, se debatía sobre esta visión distópica, centrada en la concentración de poder mediático en manos de pocos conglomerados, lo que amenazaba la diversidad y calidad del contenido. Esta centralización se percibía como un riesgo para la variedad y la creatividad (Bagdikian, 1983; Herman & Chomsky, 1988; McChesney, 1999). Con el paso del tiempo, las preocupaciones evolucionaron, centrándose en cómo las herramientas digitales pueden ser empleadas por gobiernos para supervisar y controlar a sus ciudadanos de manera aún más intrusiva.

Es determinante entender que el concepto de distopía se encarna perfectamente en la obra “1984” de George Orwell (1949), marcada por la injusticia, el sufrimiento y una visión desalentadora del futuro (Orwell, 1949). Bajo este prisma, investigaremos cómo el emprendimiento digital, definido como “la búsqueda de oportunidades respaldadas por medios digitales y TICs”, puede relacionarse con estas características distópicas. La literatura ha señalado al menos ocho categorías interconectadas de distopías digitales (Ver Figura 1). Estas categorías se analizarán en profundidad en las subsecciones siguientes.

Figura 1. Distopías derivadas de la digitalización.



4.1 MONOPOLIOS EN EL MERCADO DIGITAL

El capitalismo basado en plataformas digitales, explorado en el apartado anterior, no es intrínsecamente distópico. Sin embargo, sin la debida regulación y cuando se aleja de su propósito original, puede desencadenar resultados alarmantes. Estas desviaciones pueden ser precursores de distopías digitales, donde la justicia y equidad se difuminan. Empresas cimentadas en plataformas digitales pueden, sin intención, propiciar dinámicas desequilibradas en el mercado.

Tomemos, por ejemplo, a los emprendedores digitales que confían en plataformas como Apple Store, Amazon Marketplace o Meta's Marketplace. Estos individuos no solo están intrínsecamente ligados a estos ecosistemas digitales, sino que también están a merced de reglamentaciones que no siempre son justas. Naudé (2023) y Canayaz (2020) ha identificado prácticas competitivas desleales en varias plataformas, evidenciando cómo ciertas políticas pueden facilitar sabotajes digitales. Las llamadas “bombas de cinco estrellas”, “falsos positivos” y “fuegos falsos” son tácticas que manipulan la percepción de productos y, lamentablemente, pueden resultar en suspensiones injustas de cuentas de emprendedores que luchan por defenderse frente a gigantes digitales.

Aun así, las inquietudes van más allá. Hay indicios de que algunas plataformas priorizan sus productos por encima de los de emprendedores autónomos (Cutolo & Kenney, 2019). Por ejemplo, Amazon podría intentar imitar y superar a competidores más pequeños, desafiando el espíritu emprendedor. Varoufakis (2023) con su término “techno-feudalismo”, refleja cómo algunos emprendedores perciben a estas plataformas como entidades dominantes que obstaculizan su crecimiento.

Además, no se pueden pasar por alto las consecuencias de las plataformas digitales fortaleciendo su dominio. Al aprovechar las economías de escala impulsadas por la demanda, podrían consolidar monopolios que asfixian la competencia (Parker et al., 2020). Si bien se han tomado medidas legales contra estas tendencias monopólicas, las soluciones han sido tibias, como lo ilustra el caso entre el gobierno de EE.UU. y Microsoft (Petit, 2022).

La penetración de estas plataformas en nuevos ámbitos es otra área de interés. Martens (2021) destaca el fenómeno GAFAMs³, que tiene el poder de transformar industrias enteras con solo anunciarlo. Estos giros, denominados estrategias “*envelopment*”, evidencian cómo estas empresas pueden irrumpir en mercados inesperados utilizando la data de sus clientes (Eisenmann, 2011). Para concluir, es esencial contemplar la omnipresencia de estas plataformas en nuestra vida diaria. La pandemia de COVID-19 intensificó nuestra dependencia hacia ellas, lo que podría llevarnos a una sociedad mediada íntegramente por lo digital. Dwivedi (2022) postula que esta tendencia podría culminar en una pérdida de autonomía empresarial y un estado de vigilancia constante.

4.2 INTRUSIONES A LA PRIVACIDAD, EL GRAN HERMANO DIGITAL

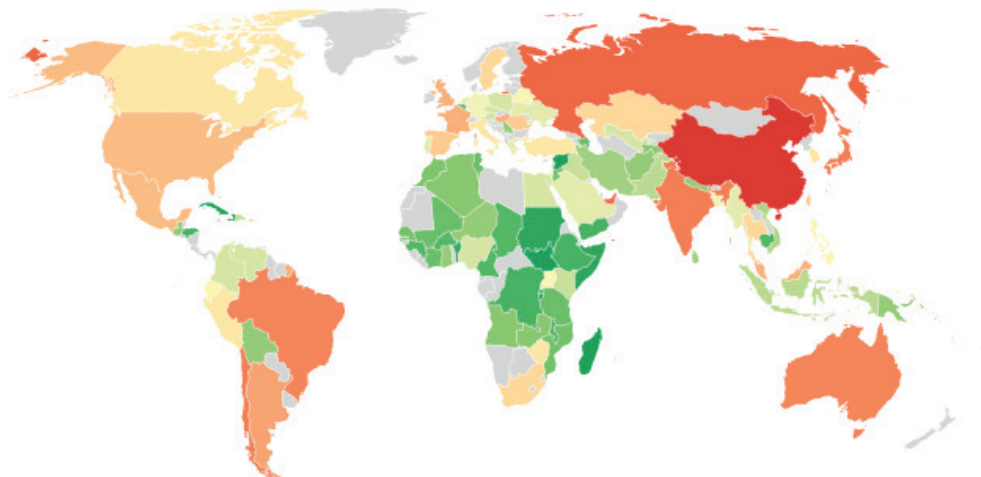
En un mundo transformado por la revolución digital, las herramientas tecnológicas han comenzado a jugar un papel sensible en cómo los gobiernos interactúan y supervisan a sus ciudadanos. Las innovaciones que surgen de esta transformación, desde la

³ Acrónimo de Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft

adquisición masiva de datos hasta algoritmos avanzados de reconocimiento facial, han otorgado a las autoridades, independientemente de su inclinación política, medios más sofisticados para influir en el comportamiento social y asegurar la conformidad con sus ideales (Quach et al., 2022; Tirole, 2021).

Este fenómeno, intensificado por las circunstancias de la pandemia de COVID-19, ha precipitado un incremento en la supervisión estatal a nivel global. Para definirlo, un estado de vigilancia se distingue por una supervisión anticipada de la población, con el propósito de implementar, cuando se considere necesario, mecanismos coercitivos para controlar o influenciar a ciertos grupos o individuos basándose en criterios políticos u otros (Naudé, 2023). A menudo, este modelo de gobierno es denominado “Autocracia Informativa” (Cristiano, 2021). Este concepto evoca visiones distópicas al estilo de Orwell. Se puede consultar el grado de adopción de esta tecnología en el mundo en la Figura 2.

Figura 2. Uso de tecnología de reconocimiento facial a nivel mundial.



Fuente. Bischoff, P. (2022). Facial recognition technology (FRT): Which countries use it?.
<https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/facial-recognition-statistics/>

Intrínsecamente, el estado de vigilancia no es un emprendimiento. Sin embargo, su crecimiento y eficacia están profundamente vinculados a las tecnologías concebidas por emprendedores digitales. Al igual que el comercio de armas puede considerarse una forma de emprendimiento con potencial destructivo, los empresarios que diseñan y venden tecnologías de vigilancia para propósitos malintencionados participan en actividades que pueden tener consecuencias nocivas para la sociedad. En estos casos, los costos sociales suelen superar ampliamente los beneficios privados. Esta realidad converge con

el concepto del capitalismo de vigilancia, una noción distinta pero relacionada. Zuboff (2023) lo define como una manifestación del capitalismo informacional que busca predecir y moldear el comportamiento humano con el fin de generar ingresos y dominar mercados.

Grandes plataformas digitales recolectan y monetizan datos, frecuentemente de índole personal, para beneficiar a anunciantes y otros stakeholders. Un ejemplo resonante es el escándalo de Cambridge Analytica en 2018, donde datos de millones de usuarios de Facebook (ahora Meta) se utilizaron sin su consentimiento con objetivos políticos (Teyssou et al., 2020). Esta fusión de capitalismo y vigilancia puede traer consecuencias adversas, poniendo en juego las libertades y el equilibrio político de una sociedad.

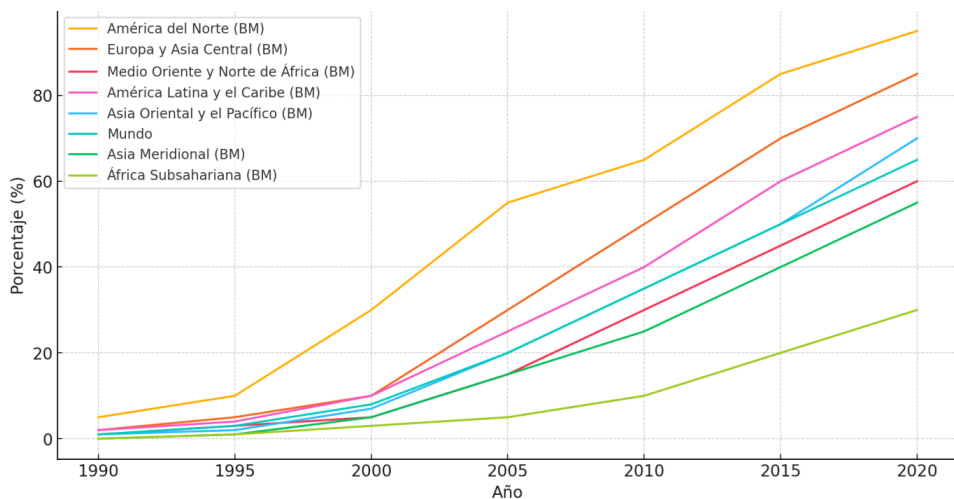
Más allá de las consecuencias directas, como la represión de opiniones contrarias, la supervisión estatal puede minar la confianza social y debilitar instituciones fundamentales, generando daños más extensos en el largo plazo. Al pensar en estructuras como la policía secreta en la Alemania del Este durante la Guerra Fría, la vigilancia puede fomentar la desconfianza y el aislamiento social. Sin embargo, es vital reconocer que no todas las tecnologías son inherentemente perjudiciales. Las herramientas de vigilancia pueden tener, y de hecho tienen, usos beneficiosos (Quach et al., 2022). Sistemas de reputación en línea o tecnologías de vigilancia empleadas para investigaciones y seguridad son ejemplos de ello. Es esencial ser conscientes tanto de los beneficios como de los riesgos que estas herramientas presentan.

4.3 ABISMOS Y REALIDADES “VIRTUALES”

Guo & Liu (2023) arrojaron luz sobre el contraste creciente en la era digital, lo que podríamos definir como un abismo tecnológico, motivado por decisiones empresariales dentro de entornos digitales. Este abismo no es un mero artefacto de la era digital, sino un reflejo de las estructuras económicas existentes, ahora magnificadas por el poder digital. Al considerar la participación en la economía digital, no todos tienen el mismo punto de partida. El acceso equitativo a la economía digital y a sus ecosistemas es fundamental para que el emprendimiento digital prospere.

Pero la realidad es que, a medida que la economía digital avanza, se refuerzan las divisiones preexistentes. Por ejemplo, en 2020, mientras el norte de Europa se jactaba de una penetración de internet cercana al 98%, regiones como África Central y del Este apenas alcanzaban un cuarto de esa cifra. África subsahariana mostraba una presencia digital mínima en comparación con Europa en áreas como la codificación colaborativa y el registro de dominio. Estas brechas no se limitan a las comparaciones intercontinentales. Dentro de potencias económicas como el Reino Unido y EE. UU., millones aún carecen de acceso básico a internet (Ver Figura 3).

Figure 3. Share of the population using the Internet.



Fuente: <https://ourworldindata.org/grapher/share-of-individuals-using-the-internet>

La infraestructura digital es el pilar fundamental de esta nueva economía. Según Miyamoto et al. (2020), quienes controlan esta infraestructura tienen, en gran medida, el control sobre el panorama económico. La habilidad para decidir qué datos recopilar, así como cómo y cuándo hacerlo, no solo pone de manifiesto la brecha digital, sino que también la intensifica. No es sorprendente, por lo tanto, que exista una clara correlación entre la ubicación de los emprendedores digitales más influyentes, los centros de datos y las redes de cables submarinos de internet.

Una consecuencia preocupante de estas divisiones digitales es la presencia de vacíos y lagunas en los datos. Estas carencias, a menudo más notorias en países en desarrollo pero no exclusivas de ellos, obstaculizan la formulación de políticas adecuadas. Por otro lado, estas lagunas pueden perpetuar y amplificar los prejuicios y desigualdades ya existentes. Las minorías y grupos marginados suelen estar subrepresentados o ausentes en los conjuntos de datos, y esta omisión puede tener consecuencias graves (UNCTAD, 2023). Los sesgos en los algoritmos pueden llevar a prácticas discriminatorias. Por ejemplo, se ha descubierto que ciertos sistemas de reconocimiento facial en EE. UU. son más propensos a identificar erróneamente a individuos de ascendencia asiática o africana en comparación con hombres blancos. De la misma manera, Amazon fue objeto de críticas por un algoritmo de selección laboral que mostraba un sesgo contra las mujeres.

4.4 VULNERABILIDADES DIGITALES Y EL EMPRENDEDOR DESTRUCTIVO

La intersección del crimen y la guerra ha dado lugar a una nueva figura: el emprendedor destructivo, alguien que se lucra no a través de la innovación sino de la explotación, comprometiendo el bienestar común en el proceso. Esta dinámica es particularmente visible en la economía digital, donde, según Muhammad (2018), el afán insaciable de “poder, lucro y reconocimiento” motiva a muchos. Las rápidas transformaciones tecnológicas revelan brechas de vulnerabilidad en sistemas aún no regulados, convirtiéndose en espacios propicios para actos delictivos. La realización de un ciberdelito puede ser casi instantánea, mientras que desarrollar reglamentaciones adecuadas podría tomar años (Gutiérrez, 2021).

Maubrrouk (2020) señala un crecimiento preocupante en la ciberdelincuencia, aunque destaca que la medición precisa de tales delitos es compleja con las herramientas actuales. Países como China y EE. UU. son particularmente susceptibles, pero es un problema global. McLennan (2023) clasifica la ciberdelincuencia y la inseguridad cibernética entre los principales riesgos para la próxima década, destacando la escalada en agresividad y sofisticación de los ataques. Aun más preocupante es la emergencia de la ciberguerra, donde, como menciona Krepinevish (2012), los ataques pueden trascender el ámbito financiero y causar daños físicos catastróficos, como atentar contra sistemas nucleares.

Desde el enfoque de Baumol, la correlación entre ciberdelito y emprendimiento destructivo radica en cómo el contexto dicta la orientación del emprendimiento, ya sea constructivo, neutral o destructivo (Minniti et al, 2023). A pesar de la falta de investigación específica, es evidente que muchos ciberdelincuentes operan con mentalidad emprendedora. Capitalizan las vulnerabilidades, convirtiéndolas en oportunidades rentables, una dinámica que refleja tendencias disruptivas en diversos campos (Anderson et al., 2021). Por lo cual, al enfrentar el ciberdelito, es vital incorporar conocimientos de la economía emprendedora. Anderson et al. (2021) proponen un enfoque que va más allá de soluciones tecnológicas o criminológicas, sugiriendo que la solución puede estar en entender y modificar los incentivos económicos y empresariales detrás de estos actos.

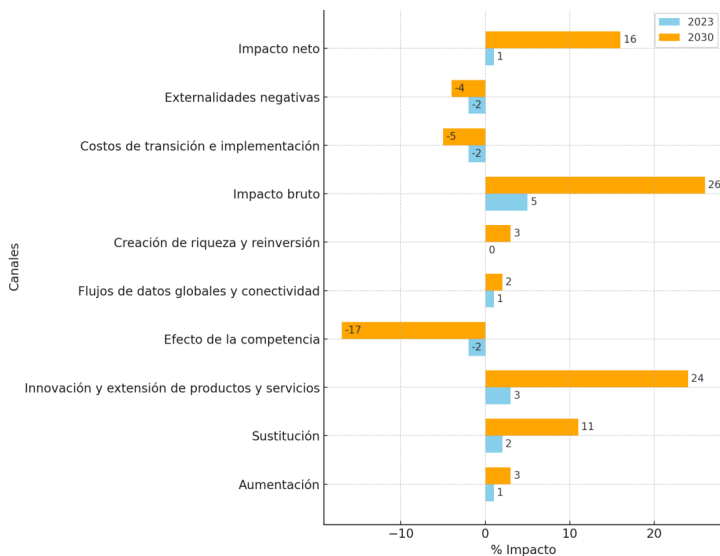
4.5 CONSECUENCIAS NO INTENCIONADAS DE LA IA

La IA ha emergido como una pieza esencial en el tablero de la economía digital. Su expansión vertiginosa se debe a la intersección de progresos en informática, conectividad, adquisición de datos, almacenamiento y ciencia de datos; una amalgama que ha impulsado su desarrollo a un ritmo paralelo a la Ley de Moore. Es prácticamente

ineludible observar el impacto y la presencia de la IA en el panorama digital contemporáneo (Śledziowska & Włoch, 2021). En el ámbito del emprendimiento digital, la IA se ha consolidado como un recurso invaluable. Para las startups y emprendedores, ser adaptables y eficientes es esencial, y la IA ofrece las herramientas para conquistar estos objetivos. Desde motores de búsqueda, asistentes virtuales, sistemas de recomendación, hasta curación de contenidos, marketing a la medida, diagnósticos médicos y Modelos de Lenguaje de Gran Tamaño (MLGT) como el Chat-GPT-4, fundamentado en la innovadora arquitectura Transformer de 2017 (Perifanis & Kitsios, 2023), la IA ha redefinido cómo los emprendedores interactúan con su audiencia y capacitan a sus equipos.

Las plataformas digitales dominantes han integrado la IA de manera profunda en sus esquemas operativos, evidenciando su potencial para generar valor económico. De hecho, hay una percepción creciente de la IA como una tecnología de propósito general, con el potencial de desencadenar avances aún más revolucionarios en la ciencia y la tecnología. Investigaciones como las de Bughin et al. (2018) estiman que la IA generativa podría impulsar el PIB mundial en un 10% adicional en la próxima década (ver Figura 4).

Figure 4. Desglose del impacto económico de la IA, impacto acumulativo vs hoy, %.



Fuente: Bughin, J., Seong, J., Manuika, J., Chui, M. & Joshi, R. (2018). *Notes from the AI frontier: modeling the impact of AI on the world economy*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/artificial-intelligence/notes-from-the-ai-frontier-modeling-the-impact-of-ai-on-the-world-economy>

A pesar de su prometedor horizonte, la IA conlleva desafíos y riesgos. Las preocupaciones van desde el fortalecimiento monopólico de plataformas digitales, la ampliación de la desigualdad, la erosión de la privacidad, hasta el temor de una inteligencia

que pueda suplantar la labor humana. Voces como la de Roose (2023) han planteado inquietudes sobre potenciales catástrofes relacionadas con la IA. Sin embargo, es vital discernir entre alarmismos y desafíos reales, ya que podría haber intereses detrás de ciertas narrativas alarmistas que buscan proteger dominios empresariales existentes. Para el emprendedor digital, entender estos desafíos y oportunidades será fundamental para navegar con éxito en la economía del futuro.

4.6 EL FENÓMENO DE LA POST-VERDAD, UN DESAFÍO DE LA NAVEGACIÓN DIGITAL

Michel Foucault, a lo largo de su prolífica carrera, exploró cómo la construcción del conocimiento y la verdad están intrínsecamente ligados a sistemas de poder y control. Esta tendencia a distorsionar hechos no es exclusiva de tiempos antiguos; más bien, ha adquirido una nueva dimensión en la era digital. En tiempos contemporáneos, la distorsión de hechos ha sido una característica recurrente. Un ejemplo ilustrativo de ello es la crisis de los “chalecos amarillos” en Francia, donde se observó una propagación masiva de información errónea y teorías de conspiración a través de redes sociales, exacerbando tensiones y desinformando al público (Carlson & Settle, 2022). Estos fenómenos de distorsión informativa también se reflejaron en la percepción pública durante la pandemia de COVID-19, donde proliferaron teorías infundadas y noticias falsas sobre el origen y tratamiento del virus.

La economía digital, que sirve como cimiento para muchos emprendimientos modernos, ha introducido una nueva variable en esta ecuación de interpretación de la realidad. Las plataformas digitales, en las que muchos emprendedores basan sus negocios, han amplificado el fenómeno de la post-verdad, dando origen a lo que Newman (2023) denomina una sociedad de “hechos alternativos”. Vivimos en una era donde los hechos objetivos han perdido influencia en la opinión pública, cediendo el paso a interpretaciones y narrativas alternas que desafían la verdad científica y objetiva (Wardle & Deakhshan, 2018).

El resultado de este entorno post-verdad es una crisis de interpretación. No es solo la difusión de mentiras, sino de estrategias diseñadas para socavar la confianza en las instituciones y polarizar a las sociedades, todo ello aprovechando las herramientas digitales que muchos emprendedores utilizan para desarrollar sus negocios (Newman, 2023). La ironía es que esta erosión de la verdad beneficia principalmente a empresarios y políticos que buscan su propio interés. La naturaleza interconectada de la economía digital, impulsada por emprendimientos disruptivos, ha cambiado la dinámica del periodismo y la distribución de noticias. Las fuentes tradicionales de noticias, que una vez

servieron como guardianes de la verdad, ahora luchan por mantenerse relevantes (Carlson & Settle, 2022). Los emprendedores digitales, al monopolizar la publicidad, han desafiado a estos medios tradicionales a buscar modelos financieros alternativos. En este nuevo ecosistema, donde cualquier emprendedor puede influir, cada individuo tiene el potencial de convertirse en un periodista virtual, dando lugar a la era del *influencer* (Lou et al., 2022).

Dentro de este paisaje, impulsado en gran parte por emprendimientos digitales, emergen cuatro mecanismos que perpetúan la post-verdad:

- a) **Eco cámaras y burbujas de filtro:** En el mundo en línea, las personas se agrupan en comunidades de pensamientos similares, reforzando sus creencias y visiones del mundo (Wardle & Deakhshan, 2018).
- b) **Clickbait:** Las plataformas digitales, base de muchos emprendimientos, como Google y Meta, dependen del tráfico para generar ingresos publicitarios. Estos titulares sensacionalistas, a menudo sin base en hechos, sirven para capturar la atención del usuario (Wardle & Deakhshan, 2018).
- c) **Deepfakes:** La tecnología de inteligencia artificial, impulsada por emprendimientos innovadores, ahora permite la creación de contenido que parece auténtico a simple vista (Knight, 2018). Estos deepfakes, como el impactante video de Mark Zuckerberg en 2019⁴, representan una nueva frontera en la manipulación de la realidad.
- d) **Reporte circular:** Una técnica astuta para amplificar noticias falsas. Una noticia se repite a través de múltiples canales, ganando credibilidad con cada iteración (Wardle & Deakhshan, 2018).

La situación subyacente es clara: el sentido de la realidad, y por ende, la confianza en las instituciones y en el emprendimiento digital, está siendo erosionado en esta era transformadora.

4.7 DISPARIDADES SOCIO-DIGITALES

En la era contemporánea, la incursión digital ha permeado casi todos los sectores del gobierno, con la esperanza de maximizar la eficiencia y eficacia en la prestación de servicios públicos. En el ámbito global, gobiernos de todas las latitudes están adoptando, con entusiasmo, la transformación hacia un “estado de bienestar digital” (Larasati et

⁴ En el video falso, Zuckerberg aparece diciendo cosas que nunca dijo en realidad. La pieza fue creada por artistas en colaboración con la plataforma de publicidad Canny para llamar la atención sobre el fenómeno de los deepfakes y sus posibles repercusiones en la percepción pública. El video fue diseñado para parecer una noticia auténtica y fue distribuido en Instagram, plataforma propiedad de Facebook (la compañía fundada por Zuckerberg). Aunque era una demostración y se sabía que era falso, el video sirvió para subrayar la facilidad con la que se puede manipular contenido de video y hacer que parezca real. Ver noticia: <https://www.youtube.com/watch?v=NbedWHzx1rs>

al., 2023). Sin embargo, emerge una pregunta ineludible: ¿Benefician estas iniciativas digitales invariablemente a los más vulnerables de la sociedad? ¿O la obsesión con la eficiencia administrativa puede oscurecer o incluso comprometer los objetivos sociales?

Nos encontramos con un panorama donde sistemas críticos como las prestaciones por desempleo y las subvenciones alimentarias están siendo traducidos al lenguaje de los bits y bytes. Esta metamorfosis está planteando retos al humanizar la toma de decisiones. Es en este contexto donde emerge el término “La Pobreza Automatizada”, que pone de relieve la transformación de las necesidades humanas en meros datos, relegando la empatía y el discernimiento humano a los confines del pasado (Lima, 2022). En este entorno, la toma de decisiones imparcial de las máquinas puede llevarnos a una especie de distopía moderna, un “hogar digital para los pobres” (Richardson et al., 2023), al estilo de las visiones de Dickens pero con la estampa del siglo XXI.

Los peligros de esta digitalización no son meras especulaciones. En los Países Bajos⁵, un episodio lamentable relacionado con la implementación de un algoritmo de inteligencia artificial por parte de las autoridades fiscales desencadenó un escándalo nacional en 2021. Este sistema, diseñado para detectar fraudes en las prestaciones de cuidado infantil, resultó estar sesgado y erróneamente etiquetó a muchas familias, particularmente aquellas de bajos ingresos y de orígenes étnicos o migratorios, como defraudadoras (Amnistía Internacional, 2021).

Otro ejemplo es el sistema de vigilancia utilizado por la policía en los Estados Unidos⁶, que ha sido criticado por ser sesgado y discriminatorio hacia las personas de color y los barrios pobres. El sistema utiliza algoritmos para predecir el comportamiento criminal y asignar puntajes a las personas en función de su probabilidad de cometer un delito. Sin embargo, estos sistemas a menudo se basan en datos históricos que reflejan el sesgo racial y económico existente en el sistema judicial, lo que resulta en una discriminación injusta hacia ciertos grupos (Guanche, 2023). Estos incidentes ponen de manifiesto los riesgos subyacentes de depender excesivamente de sistemas digitales sin un control y supervisión adecuados.

Más allá de los errores algorítmicos, otra preocupación emergente radica en la participación de emprendedores digitales en la construcción y expansión de las llamadas “Smart Cities” o Ciudades Inteligentes. OECD (2019) detallan cómo diversas startups tecnológicas, bajo contratos gubernamentales, han estado al frente de proyectos urbanos de digitalización en varias metrópolis del mundo. Estas startups, mientras ofrecen

⁵ Ver caso en <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2021/10/xenophobic-machines-dutch-child-benefit-scandal/>

⁶ Ver caso en <https://www.unesco.org/es/articles/la-historia-del-algoritmo-los-fallos-de-la-inteligencia-artificial>

soluciones innovadoras para problemas urbanos, también controlan grandes cantidades de datos de los ciudadanos y a menudo operan sin el nivel de supervisión y transparencia que se esperaría para proyectos de tal magnitud. Esta dinámica plantea preguntas esenciales: ¿Quién custodia y toma decisiones basadas en estos vastos conjuntos de datos? ¿Cuán protegida está la privacidad de los ciudadanos? En el apogeo de la transformación digital, también se evidencian desigualdades. A pesar de las promesas de las Smart Cities, muchas zonas urbanas marginales todavía carecen de acceso básico a tecnologías digitales. Esta desconexión puede marginar aún más a estas comunidades, dejándolas atrás en el avance hacia el futuro digital.

4.8 EL SÍNDROME DE SILICON VALLEY

En la era digital contemporánea, la hegemonía de las empresas tecnológicas, especialmente las estadounidenses centradas en Silicon Valley, ha sentado precedentes en el tejido del emprendimiento global. Gigantes como Apple, Alphabet (anteriormente Google), Meta (anteriormente Facebook), Amazon, Microsoft y Tesla han sido los faros guías no solo para startups ambiciosas, sino también para visionarios emprendedores que buscan replicar su éxito. Estas firmas pioneras, además de ofrecer productos y servicios revolucionarios, han establecido el tono y el ritmo para el mundo del emprendimiento digital. Su enfoque audaz y a menudo disruptivo ha animado a una nueva generación de startups, desde fintechs como Stripe y Square hasta plataformas de comercio electrónico como Shopify, a repensar los límites y posibilidades del espacio digital.

Sin embargo, con gran poder viene una gran responsabilidad, y se puede argumentar que estas empresas líderes han desarrollado una forma de excepcionalismo tecnológico. La visión de que están en una liga aparte, operando más allá de las normas convencionales. Palabras como “hacer el bien” de Google o las afirmaciones de Elon Musk sobre colonizar Marte reflejan una aspiración no solo de liderar el mercado, sino de reconfigurar la narrativa humana (Taplin, 2023). Esta mentalidad, aunque a menudo inspiradora, también ha sido objeto de críticas. Esta visión excepcionalista ha llevado a algunos líderes tecnológicos a contemplar desacoplamientos radicales de la sociedad contemporánea, ya sea a través de esfuerzos de colonización espacial o escapismos en metaversos avanzados. Esta filosofía subyacente, a menudo vinculada al “Longtermismo”, sugiere una creencia en trascender los problemas actuales en favor de metas futuristas más amplias (Geburu et al., 2023).

Históricamente, paralelismos pueden trazarse entre estas empresas y los barones ladrones del siglo XIX. No obstante, donde los magnates industriales construyeron

imperios ferroviarios y petroleros, los titanes tecnológicos de hoy moldean el paisaje del emprendimiento digital, estableciendo estándares y determinando trayectorias. Sin embargo, al igual que en el pasado, la concentración excesiva de poder y riqueza puede ser perjudicial (Freeland, 2012). El emprendimiento digital, en su núcleo, trata de innovación y diversidad, y el dominio monopolístico amenaza ese espíritu. Las tensiones emergentes entre estas mega-corporaciones y el entorno regulatorio muestran una creciente inquietud sobre la dirección y ética de nuestro mundo digitalmente impulsado.

5 REFLEXIONES FINALES

En un recorrido retrospectivo a través del desarrollo tecnológico, se obtiene una vista panorámica de las vicisitudes que hemos enfrentado desde la era post-Segunda Guerra Mundial hasta los desafíos actuales en un ecosistema digital de creciente complejidad. A medida que nos adentramos en la cuarta revolución industrial, con tecnologías como la Inteligencia Artificial y el Big Data redefiniendo nuestras realidades, la relación entre tecnología y sociedad se vuelve cada vez más evidente. Estas no son meras herramientas inertes; modelan y son modeladas por nuestras interacciones, valores y estructuras institucionales.

Durante las últimas cinco décadas, la digitalización ha sido el motor de transformaciones significativas y disruptivas. Con la omnipresencia de la computación y la conectividad en Internet, también hemos observado el auge del emprendimiento digital. Si bien las herramientas y plataformas digitales tienen el potencial de empoderarnos, también pueden controlar, limitar e incluso crear monopolios. Los dilemas éticos que surgen de esta dualidad son claros: el emprendedor digital no solo enfrenta el reto de navegar en estas aguas, sino que también tiene la responsabilidad de preservar la esencia libre y abierta de Internet.

Jean Tirole destaca que la confluencia de tecnologías digitales con estructuras de poder, tanto gubernamentales como corporativas, nos presenta un escenario que roza con lo distópico. La interacción entre el poder, la tecnología y el emprendimiento es más que una mera adaptación tecnológica; es un desafío institucional profundo. Reflexionando sobre este marco, las revoluciones digitales requieren respuestas institucionales adaptativas. ¿Cómo diseñamos nuestras instituciones para que el emprendimiento digital beneficie a la sociedad en su conjunto? Es imperativo regular este ámbito, especialmente cuando enfrentamos la posibilidad de distopías digitales.

El dilema es intrincado. Si bien algunas regulaciones pueden obstaculizar la innovación, otras son fundamentales para frenar los excesos de un mercado digital sin

restricciones. Las normativas, como las propuestas en la UE, demuestran que regular la tecnología es un acto delicado, enfocándose no solo en la tecnología en sí, sino en su uso y resultados. El modelo de negocio de las plataformas digitales, donde gigantes como Google, Meta, Amazon y Alibaba dominan, presenta desafíos regulatorios evidentes. No se trata solo de desmantelar, sino de garantizar competencia, prevenir abusos y proteger los derechos de los usuarios.

Por último, el emprendimiento es más que un simple objetivo de lucro. Se trata de comprender que tanto en el ámbito digital como en el tradicional, hay diversos objetivos y motivaciones. Es vital permitir la coexistencia y prosperidad de estas formas de emprendimiento mientras se abordan sus desafíos. Es esencial armonizar conocimiento, debate y acción colectiva en busca de un futuro digital que no solo refleje nuestras realidades actuales, sino también nuestras aspiraciones como sociedad global.

6 AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”, proyecto que está adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala; y se contó con la colaboración de colegas de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad de Organizaciones (RILCO).

REFERENCIAS

Anderson, R., Clayton, R., Böhme, R., & Collier, B. (2021, June). *Silicon den: Cybercrime is entrepreneurship*. In Workshop on the Economics of Information Security. <https://weis2021.econinfsec.org/wp-content/uploads/sites/9/2021/06/weis21-anderson.pdf>

Amnesty International (2021). *El escándalo de los subsidios para el cuidado infantil en Países Bajos, una alerta urgente para prohibir los algoritmos racistas*. <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2021/10/xenophobic-machines-dutch-child-benefit-scandal/>

Bagdikian, B. (1983). *The Media Monopoly*. Beacon Press.

Barbrook, R., & Cameron, A. (2015). The internet revolution. *From dot-com capitalism to cybernetic communism (Vol. 10)*. Institute of Network Cultures. <https://d-nb.info/1282143980/34>

Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*, 98 (5), 893-921. <https://doi.org/10.1086/261712>

Bensaid, W., & Azdimousa, H. (2021). Digital entrepreneurship vs. Traditional entrepreneurship: the setting up of a global conceptual model. *International Journal of Economic Studies and Management (IJESM)*, 1(1), 86-92. <https://doi.org/10.52502/ijesm.v1i1.159>

Bontcheva K, Meyer T, Gregory S, Hanot C, et al.. (2020). Geneva, Switzerland: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://en.unesco.org/publications/balanceact>

Boudreaux, C., Nikolaev, B., & Holcombe, R. (2018). *Corruption and destructive entrepreneurship*. *Small Business Economics*, 51, 181-202. <https://borisnikolaev.com/wp-content/uploads/2010/11/Corruption-and-destructive-entrepreneurship-public-version-file.pdf>

Buckland, H., Val, E. & Murillo, D. (2017). When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: Unravelling the controversies. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 66-76. <https://www.esade.edu/itemsweb/wi/research/iis/publicacions/160500-antena-innovacion-social-we-hare-who-wins-controversies-collaborative-economy.pdf>

Bughin, J., Seong, J., Manuika, J., Chui, M. & Joshi, R. (2018). *Notes from the AI frontier: modeling the impact of AI on the world economy*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/artificial-intelligence/notes-from-the-ai-frontier-modeling-the-impact-of-ai-on-the-world-economy>

Canayaz, M. (2020). *Prime and Punishment: Can Enforcements Stop Illicit Sellers on E-Commerce Platforms?*. <https://ssrn.com/abstract=3520753> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3520753>

Carlson, T. & Settle, J. (2022). *What goes without saying. Navigating political discussion in America*. Cambridge University Press.

Herman, E., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.

Christiano, T. (2022). Algorithms, manipulation, and democracy. *Canadian Journal of Philosophy*, 52(1), 109-124.

Crémer, J., De Montjoye, Y. A., & Schweitzer, H. (2019). *Competition policy for the digital era. Report for the European Commission*. <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>

Cutolo, D., & Kenney, M. (2021). Platform-dependent entrepreneurs: Power asymmetries, risks, and strategies in the platform economy. *Academy of Management Perspectives*, 35(4), 584-605. <https://ssrn.com/abstract=3372560> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3372560>

Da Silva, F., & Núñez, G. (2022). *The era of platforms and the development of data marketplaces in a free competition environment*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/7afa47ef-06d6-4a65-8c42-cf9cae27e28f/content>

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., ... & Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>

ECLAC (2022). *Innovation for development: The key to a transformative recovery in Latin America and the Caribbean*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/72a902d3-223c-4099-8ef1-0535c7a35d64/content>

Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. (2011). Platform envelopment. *Strategic Management Journal*, 32(12), 1270-1285. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1496336>

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological forecasting and social change*, 150, 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>

Escobar, A. (2012). *Encountering development: the making and unmaking of the third world*. Princeton University Press.

- Ferreira, C. (2021). *The marketing-entrepreneurship interface: an evaluation of hybrid entrepreneurs* (Doctoral dissertation, Luleå tekniska universitet). <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1500397/FULLTEXT02>
- Freelang, C. (2012). *Plutocrats. The rise of the new global super rich and the fall of everyone else*. The Penguin Press.
- Gawer, A. (2021). Digital platforms' boundaries: The interplay of firm scope, platform sides, and digital interfaces. *Long Range Planning*, 54(5), 102045. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2020.102045>
- Gebru, T., Bender, E. M., McMillan-Major, A., & Mitchell, M. (2023). *Statement from the Listed Authors of Stochastic Parrots on the "AI Pause" Letter*. DAIR. <https://www.dair-institute.org/blog/letter-statement-March2023/>
- Guanche, J. (2023). *La historia del algoritmo. Los "fallos" de la inteligencia artificial*. <https://www.unesco.org/es/articles/la-historia-del-algoritmo-los-fallos-de-la-inteligencia-artificial>
- Guo, H., & Liu, K. (2023). The chasm of technology innovation in digital transformation: a study from the perspective of transformation informatics. In L. Aldieri (Eds). *Innovation, research and development for human, economic, and institutional growth*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.111793>
- Gutiérrez, E. (2021). Criminal entrepreneurs as pioneers, intermediaries, and arbitrageurs in borderland economies. *International Journal of Drug Policy*, 89, 103091. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.103091>
- Hisrich, R. D., & Soltanifar, M. (2021). Unleashing the creativity of entrepreneurs with digital technologies. *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*, 23-49. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_2
- Kavanagh, C. (2019). New tech, new threats, and new governance challenges: an opportunity to craft smarter responses?. Carnegie Endowment for International Peace. https://carnegieendowment.org/files/WP_Camino_Kavanagh__New_Tech_New_Threats1.pdf
- Knight, W. (2018). The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/s/611726/thedefense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/>
- Krepinevich, A. (2012). *Cyber warfare: a nuclear option?*. https://www.files.ethz.ch/isn/154628/CSBA_Cyber_Warfare_For_Web_1.pdf
- Lancieri, F., & Sakowski, P. M. (2021). Competition in digital markets: a review of expert reports. *Stan. J.L. Bus. & Fin.*, 26, 65. <https://www.econstor.eu/handle/10419/262705>
- Larasati, Z. W., Yuda, T. K., & Syafa'at, A. R. (2023). Digital welfare state and problem arising: an exploration and future research agenda. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 43(5/6), 537-549. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-05-2022-0122>
- Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., ... & Wolff, S. (2009). A brief history of the Internet. *ACM SIGCOMM computer communication review*, 39(5), 22-31. <https://www.internetsociety.org/internet/history-internet/brief-history-internet/>
- Lima, M. (2022). *It wasn't meant to be mine, yea? The impacts of automation on the Brazilian Welfare State*. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/msc-dissertations/2021/Silva.pdf>

- Lou, C., Chee, T., & Zhou, X. (2022). *Reviewing the Commercial and Social Impact of Social Media Influencers*. In *The Dynamics of Influencer Marketing* (pp. 60-79). Routledge.
- Lucas, D. S., & Fuller, C. S. (2017). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive – Relative to what?. *Journal of Business Venturing Insights*, 7, 45-49. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.03.001>
- Mabrouk, F. (2020). Statistics of cybercrime from 2016 to the first half of 2020. *Int. J. Comput. Sci. Netw.*, 9(5), 252-261. <http://ijcsn.org/IJCSN-2020/9-5/Statistics-of-Cybercrime-from-2016-to-the-First-Half-of-2020.pdf>
- McChesney, R. W. (1999). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- McLennan, M. (2023). *The Global Risks Report 2023 18th Edition*. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf
- Minniti, M., Naudé, W., & Stam, E. (2023). *Is Productive Entrepreneurship Getting Scarcer? A Reflection on the Contemporary Relevance of Baumol's Typology*. <https://docs.iza.org/dp16408.pdf>
- Miyamoto, H., Gueorguiev, N., Honda, J., Baum, A., Walker, S., Schwartz, G., ... & Verdier, G. (2020). *Growth impact of public investment and the role of infrastructure governance*. International Monetary Fund, Washington, DC.
- Muhammad, C. (2018). The criminal as entrepreneur. *American Affairs*, 2 (3), 167-187. <https://americanaffairsjournal.org/2018/08/the-criminal-as-entrepreneur/>
- Naudé, W. (2023). *Destructive Digital Entrepreneurship*. <https://docs.iza.org/dp16483.pdf>
- Newman, S. (2023). Post-Truth, Postmodernism and the Public Sphere. In Conrad, M., H' alfdanarson, G., Michailidou, A., Galpin, C., Pyrh"onen, N. (eds) *Europe in the Age of Post-Truth Politics*. Palgrave Studies in European Political Sociology. Palgrave Macmillan.
- OECD. (2019). *Enhancing the Contribution of Digitalisation to the Smart Cities of the Future*. <https://www.oecd.org/cfe/regionaldevelopment/Smart-Cities-FINAL.pdf>
- Orwell, G. (2021). *Nineteen eighty-four*. Penguin Classics. (Original work published 1949)
- Parker, G., Petropoulos, G., & Van Alstyne, M. W. (2020). *Digital platforms and antitrust*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190900571.013.34>
- Păvăloaia, V. D., & Necula, S. C. (2023). Artificial intelligence as a disruptive technology – a systematic literature review. *Electronics*, 12(5), 1102.
- 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>
- Petit, N. (2022). Understanding market power. <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/74347>
- Porwal, M., Gujrati, R., & Uygun, H. (2020). *COVID-19 Pandemic: Impact on FDI*. Institute of Advanced Studies New Delhi.
- Quach, S., Thaichon, P., Martin, K.D. et al. Digital technologies: tensions in privacy and data. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 50, 1299–1323 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00845-y>

- Richardson, R. Holmes, H., & Burgess, G. (2023). *Digital exclusion and the cost of living crisis*. Cambridge Centre for Housing & Planning Research.
- Roche, C., Wall, P.J. & Lewis, D. (2022). Ethics and diversity in artificial intelligence policies, strategies and initiatives. <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00218-9>
- Roose, K. (2023). *AI Poses 'Risk of Extinction,' Industry Leaders Warn*. *The New York Times*, 30. <https://www.nytimes.com/2023/05/30/technology/ai-threat-warning.html>
- Scott Morton, F., Bouvier, P., Ezrachi, A., Jullien, B., Katz, R., Kimmelman, G., ... & Morgenstern, J. (2019). *Committee for the study of digital platforms: Market structure and antitrust subcommittee report*. Chicago: Stigler Center for the Study of the Economy and the State, University of Chicago Booth School of Business, 36. <https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/market-structure---report-as-of-15-may-2019.pdf>
- Sendra-Pons, P., Comeig, I., & Mas-Tur, A. (2022). Institutional factors affecting entrepreneurship: A QCA analysis. *European research on management and business economics*, 28(3), 100187. <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2021.100187>
- Shannon, C. (1948). A mathematical theory of communication. *Bell System Technical Journal*, 27, 379-423. <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x>
- Śledziwska, K., & Włoch, R. (2021). *The economics of digital transformation: The disruption of markets, production, consumption, and work*. Routledge.
- Soltanifar, M., Smailhodžić, E. (2021). Developing a Digital Entrepreneurial Mindset for Data-Driven, Cloud-Enabled, and Platform-Centric Business Activities: Practical Implications and the Impact on Society. In: Soltanifar, M., Hughes, M., Göcke, L. (eds) *Digital Entrepreneurship. Future of Business and Finance*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_1
- Stückelberger, C., & Duggal, P. (2018). *Cyber ethics 4.0: Serving humanity with values*. https://www.globethics.net/documents/10131/26882154/Ge_Global_17_web_isbn9782889312641.pdf/70122810-9f46-091a-b4e2-f9bb6bb30ca5?t=1587649132757
- Taplin, J. (2023). *The end of reality: how four billionaires are selling a fantasy future of the metaverse, mars, and crypto*. Public Affairs.
- Tapscott, D. & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution. How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.
- Teyssou D, Posetti J, & Gregory, S. (2020). Monitoring and fact-checking responses. In K. Bontcheva & J. Posetti (Eds). *Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379015>
- Tirole, J. (2021). Digital dystopia. *American Economic Review*, 111(6), 2007-2048. [10.1257/aer.20201214](https://doi.org/10.1257/aer.20201214)
- Turing, A. M. (1937). On computable numbers, with an application to the Entscheidungsproblem. *Journal of Mathematical Society*, 2(42), 230-265. <https://doi.org/10.1112/plms/s2-42.1.230>
- United Nations Commission on Science and Technology for Development (UNCTAD) (2023). *Data for development*. https://unctad.org/system/files/information-document/CSTD2023-2024_Issues01_data_en.pdf
- Varoufakis, Y. (2023). *Technofeudalism: What Killed Capitalism*. London: The Bodley Head Ltd.

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of business research*, 122, 889-901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

von Briel, F., Davidsson, P., & Recker, J. (2018). Digital technologies as external enablers of new venture creation in the IT hardware sector. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1), 47-69. <https://doi.org/10.1177/1042258717732779>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. *Journalism, 'fake news' & disinformation*, 43-54. https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf

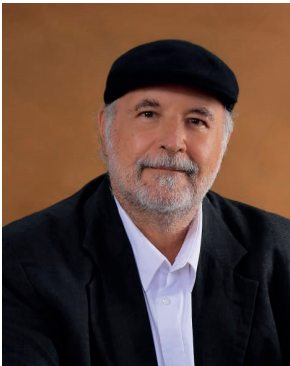
Zuboff, S. (2023). The age of surveillance capitalism. In *Social Theory Re-Wired* (pp. 203-213). Routledge.

SOBRE LOS AUTORES



Sara Piñeros-Castaño

Economista especializada en urbanismo con maestrías en finanzas y economía. Ha trabajado en los sectores de consultoría, servicios financieros, y gobierno y políticas públicas, además ha ejercido la docencia universitaria. Fue reconocida como líder internacional por el Departamento de Estado de EE.UU. a raíz de su trabajo en materia de economía urbana y vivienda social. Sus temas de interés son derechos humanos, negocios incluyentes y vivienda.



Emanuel Ferreira-Leite

Posee licenciatura, máster, doctorado y posdoctorado en instituciones de Brasil y Portugal. Ha trabajado en diversas universidades, escrito libros sobre emprendimiento y recibido premios, como el Premio Innovación de la Suerte y el Premio Emprendedor Profesor Emanuel Leite. Tiene experiencia en administración, con interés en emprendimiento, innovación y empresas tecnológicas, y ha sido revisor de revistas académicas.



Gloria Ramírez-Élias

Doctora en Ciencias Administrativas, con Maestría en Administración Tributaria y Licenciatura en Contaduría Pública. Especialista en capital humano, gestión financiera y educación financiera, con estancias internacionales en varios países. Miembro del cuerpo de investigación PRODEP, certificada por ANFECA y autora de 20 capítulos de libros y más de 30 artículos científicos en gestión financiera, competitividad y liderazgo.



Carolina Uzcátegui-Sánchez

Ingeniera Empresarial por la EPN, Magíster en Gestión Empresarial por la UTPL, Doctorando en Ciencias Económicas, mención Administración en UNCUYO (Argentina). Actualmente se desempeña 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.



David Morales-López

Magíster en Marketing Digital, combina más de 4 años de experiencia en docencia superior y gestión estratégica. Su enfoque en mercadotecnia e inteligencia artificial lo ha llevado a publicar libros y artículos académicos, consolidando su trayectoria en la intersección de la educación, la innovación tecnológica y el liderazgo empresarial.



Adriana Muñoz-Trujillo

Soy Diseñadora Gráfica de la Universidad del Azuay, con especialización en gestión de marca. Curso una Maestría en Gestión de Marca en UNIR y poseo certificaciones en Marketing de Contenidos (TECLEMAS), Liderazgo (MIU CITY UNIVERSITY) y Comunicación Política (UCA). Actualmente, soy docente de Diseño Gráfico en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Machala.



Arturo Cabezas-Aguilar

Apasionado por la innovación, los negocios digitales y la realización de sueños. Me motiva explorar y promover nuevas propuestas administrativas enfocadas en el mejoramiento continuo de empresas, emprendimientos, educación y servicio social. Comprometido en brindar una experiencia excepcional y un servicio al cliente de calidad, siempre buscando generar un impacto positivo.



Paulette Muñoz-Cedillo

Ingeniera en Gestión Empresarial por Universidad Metropolitana Sede Machala. Su participación en este proyecto se originó a partir de las actividades y resultados obtenidos en su trabajo de titulación, bajo la modalidad de proyectos de emprendimiento. Experiencia profesional en el sector bancario y financiero.



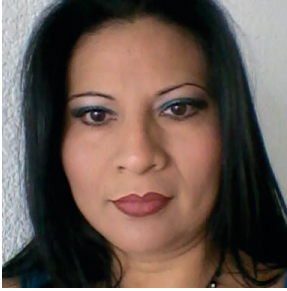
Lenin Novillo-Díaz

Ingeniero en Gestión Empresarial por la Universidad Metropolitana y Magíster en Comunicación y Marketing por la Universidad del Azuay, posee amplia experiencia en banca pública, privada y administración pública. Especializado en mercadotecnia, es docente titular en la Universidad Metropolitana, donde imparte asignaturas de marketing y comunicación.



René Izquierdo-Vera

Docente Titular Auxiliar II, en UMET Sede Machala. Ingeniero, Diplomado Superior en Docencia Universitaria, además de un Magíster Business Administration MBA otorgado por la UTMACH. Ex catedrático de la UTMACH por más de 11 años. Cuenta con publicaciones, ponencias y certificados a congresos nacionales e internacionales.



Virginia Molina-Andrango

Magíster en Gestión y Logística del Transporte Multimodal por la Universidad Central del Ecuador, Ingeniera en Empresas y Administración de Negocios por la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Coordinadora de Carrera de Logística y Transporte de la Universidad Metropolitana del Ecuador – Sede Machala.



Daniel Gutiérrez-Jaramillo

Docente titular de la Universidad Técnica de Machala, asesor en temas tributarios nacionales e internacionales, graduado de Economía en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), graduado de Contabilidad y Auditoría por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), Magíster en Administración de Empresas por la Universidad Estatal de Guayaquil, Doctor en Ciencias Contables y Empresariales por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.



Mario Chica-Silva

Ingeniero en Comercio Internacional por la Universidad Técnica de Machala, Magíster en Comercio Mención en Logística Internacional por la Universidad Internacional del Ecuador. Amplia experiencia como funcionario del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, ha trabajado como Docente ocasional en la Universidad Metropolitana del Ecuador, asesor en el campo de las Exportaciones e Importaciones.



Julio Pucuna-Vacacela

Maestría en Dirección de Operaciones y Calidad e Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional. Ha trabajado como profesor en diversas universidades y docente investigador. Tiene experiencia en investigación, innovación productiva y Zonas Especiales de Desarrollo Económico, y ha sido revisor de artículos científicos.

SOBRE LOS ORGANIZADORES

Jean Palomeque-Jaramillo



Docente titular de la UMET sede Machala, asesor en temas de desarrollo turísticos e innovación. Graduado en Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico. Magíster en Planificación Turística en la Universidad del Azuay (Ecuador), actualmente cursando Doctorado en Ciencias Económicas, mención Administración en UNCUYO (Argentina). Integrante activo de la Dirección de la Red de Docentes de América Latina y del Caribe (RedDOLAC).

Ioanna Dimitrakaki



Es profesora en la Universidad Helénica Internacional, en el departamento de Ciencias Económicas. Tiene dos másteres en Gestión Empresarial y Administración de Empresas, obtenidos en la Universidad de Kingston, Reino Unido, y un doctorado en Economía y Administración de Empresas Industriales por la Universidad del Suroeste “Neofit Rilski”, Bulgaria. Habla inglés, búlgaro, y ruso, y ha publicado artículos sobre gestión y marketing en diversas revistas científicas.

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.

SOBRE LA RED 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/>

SOBRE EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación titulado “*Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial*” tiene como objetivo examinar las prácticas empresariales orientadas hacia la sostenibilidad, desde el enfoque de la RSE. Iniciado en junio de 2020 en la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Metropolitana, Sede Machala, tenía prevista su finalización en diciembre de 2023. No obstante, debido a la relevancia de los resultados obtenidos, se ha ampliado hasta diciembre de 2027 para profundizar en el análisis de estas prácticas. El proyecto aborda los retos que enfrentan las empresas para integrar prácticas responsables que beneficien a sus grupos de interés y promuevan la sostenibilidad. Además, se incluye el análisis de la transformación digital como elemento clave para optimizar las prácticas de RSE, mejorar la eficiencia y facilitar la gestión de los grupos de interés. En este contexto, la transformación digital se vuelve un factor crucial para que las empresas adapten sus procesos a las demandas actuales y mantengan su competitividad a largo plazo.

El proyecto tiene tres objetivos principales: primero, definir el estado de las prácticas de RSE en las empresas locales, facilitando la formación de estudiantes y docentes en sostenibilidad; segundo, explorar la relación entre prácticas responsables y grupos de interés, y tercero, difundir los hallazgos a través de eventos académicos y publicaciones científicas, para proyectar el impacto en la comunidad académica y empresarial. La metodología empleada es mixta, utilizando estudios de caso que analizan la implementación de RSE y el impacto de la transformación digital en varios sectores empresariales. Estos estudios abarcan prácticas ambientales, digitalización operativa y sus efectos en la eficiencia y experiencia del consumidor. A nivel de posgrado, se ha investigado la calidad del servicio, las competencias emocionales en la dirección hospitalaria y la gestión de RSE en pequeñas y medianas empresas.

El proyecto ha generado avances significativos, con 12 estudios de caso en pregrado, 6 trabajos de titulación en posgrado, 24 artículos científicos en revistas indexadas, 6 capítulos de libro y 2 libros publicados. Estos resultados han contribuido al conocimiento de la sostenibilidad empresarial y la integración de la transformación digital en el contexto regional.

La ampliación del proyecto tiene como finalidad fortalecer las investigaciones actuales y abordar nuevos desafíos en sostenibilidad, RSE y transformación digital. Entre 2024 y 2027, se planea expandir la investigación a otros sectores económicos, integrando la relación con los grupos de interés internos y externos, y promoviendo la adopción de tecnologías digitales. Además, se continuará formando a estudiantes y profesionales en

estas áreas. El presupuesto ha sido gestionado con eficiencia, con una ejecución del 94.78% en 2022 y 99.35% en 2023. Para la nueva fase, se propone un presupuesto similar que asegure la continuidad de la investigación y la difusión de resultados. También se prevé la organización de congresos, cursos de formación y visitas académicas que fomenten el intercambio de conocimientos con otras instituciones.

En definitiva, el proyecto se ha consolidado como una iniciativa relevante para el análisis e implementación de prácticas responsables. Su ampliación permitirá seguir profundizando en estas áreas, integrando la transformación digital como componente clave para la sostenibilidad empresarial a largo plazo.

Javier Solano Solano
Responsable del Proyecto

SOBRE EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

El Centro de Emprendimiento y Estudios Empresariales es un proyecto institucional de la Universidad Metropolitana del Ecuador orientado a promover el espíritu emprendedor y apoyar la creación, desarrollo y consolidación de nuevos negocios. Este centro proporciona recursos, capacitación, mentoría y espacios de trabajo colaborativo para emprendedores. Su misión es impulsar la educación empresarial y fomentar la investigación en áreas clave del emprendimiento, contribuyendo al crecimiento económico y al desarrollo comunitario.

Propósitos:

- Fomento del Emprendimiento: A través de la formación, orientación y apoyo a estudiantes y emprendedores.
- Apoyo al Ecosistema Emprendedor: Proporcionando recursos y conexiones para facilitar el crecimiento de los negocios.
- Investigación y Desarrollo Empresarial: Generando conocimiento sobre dinámicas empresariales, liderazgo, gestión financiera, entre otros temas.

Servicios ofrecidos:

- Capacitación y mentoría: Asesoría personalizada para la creación de planes de negocio, desarrollo de marcas, y estrategias de mercado.
- Coworking y Networking: Espacios de trabajo físico y eventos de colaboración entre emprendedores e inversores.
- Investigación aplicada: Desarrollo de proyectos y publicaciones científicas relacionadas con el emprendimiento.

El objetivo general es crear un entorno propicio para el crecimiento empresarial, promoviendo la cultura emprendedora y fortaleciendo los lazos entre la academia y el sector productivo.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Adopción tecnológica 165, 168, 171, 178, 186, 187, 188, 193, 195, 204

B

Brecha digital 1, 4, 15, 21, 22, 23, 24, 29, 30, 69, 170, 206, 210, 214

C

Cadena de suministro 14, 34, 42, 49, 51, 53, 93, 106, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 169, 170

Competitividad global 42, 142, 149, 159

Competitividad tecnológica 193

Crecimiento y escalabilidad 83, 84, 85, 99, 102, 103, 111

D

Desafíos éticos 116, 118, 121, 123, 136

Disparidades tecnológicas 59

E

Economía digital 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 24, 25, 31, 36, 44, 53, 59, 64, 68, 70, 72, 94, 103, 115, 139, 140, 204, 206, 207, 208

Economía digital ética 59

Emprendimiento innovador 59

Era digital 45, 49, 53, 58, 59, 61, 64, 68, 72, 75, 83, 84, 94, 111, 115, 119, 139, 168, 176, 197

Estrategias digitales 31

I

IA en el marketing 116, 118, 122, 123, 128, 129, 131, 136

Infraestructura tecnológica 1, 7, 8, 9, 21, 23, 25, 35, 38, 42, 50, 53, 64, 156, 165, 166, 169, 179, 185, 187, 188, 205, 206, 209, 215

Innovación 2, 5, 10, 15, 16, 22, 24, 26, 31, 33, 36, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 48, 49, 50, 51, 53, 55, 58, 59, 60, 63, 64, 65, 70, 76, 78, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 91, 96, 100, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 111, 113, 134, 136, 137, 141, 143, 148, 151, 153, 160, 162, 173, 174, 175, 177, 182, 183, 186, 188, 191, 193, 194, 195, 201, 204, 206, 207, 208, 210, 211, 214, 215

Inteligencia artificial 4, 14, 25, 31, 32, 34, 40, 41, 42, 48, 49, 52, 58, 60, 62, 73, 74, 76, 79, 117, 138, 139, 140, 148, 154, 159, 165, 217, 218, 219, 221, 222

L

Logística 55, 102, 141, 142, 143, 144, 148, 152, 153, 157, 159, 160, 161, 162, 163, 178, 183, 184, 189, 206

M

Madurez digital 31, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 205

P

Producto mínimo viable 83, 84
Pymes 31, 34, 50, 51, 113, 165, 190, 207

R

Responsabilidad social en el marketing 116, 120

S

Sostenibilidad 8, 12, 25, 32, 33, 77, 83, 84, 108, 109, 110, 111, 114, 116, 118, 120, 121, 124, 125, 126, 127, 136, 137, 141, 142, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 157, 158, 159, 160, 161, 163, 203, 207, 212, 216

T

Tecnologías emergentes 1, 4, 31, 34, 36, 49, 50, 52, 53, 100, 106, 111, 117, 153, 160, 165, 178, 179, 186, 187, 188, 193, 194, 195, 196, 197, 204, 205, 206, 207, 210, 212, 213, 215
TIC 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 21, 22, 23, 24, 55, 61, 63, 165, 166, 167, 169, 170, 171, 178, 181, 182, 185, 186, 187, 188
Transformación digital 1, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 55, 56, 59, 61, 75, 142, 157, 161, 165, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 182, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 202, 203, 204, 206, 207, 208, 209, 215, 216

V

Validación de negocios 84
Vigilancia digital 59