



RICARDO REIER Y SERGIO NÁÑEZ  
(dirs.)

I  
Congreso  
Internacional  
de  
Digitalización  
y  
Negocio

UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE ÁVILA



**I CONGRESO INTERNACIONAL  
DE DIGITALIZACIÓN Y NEGOCIO**



RICARDO REIER Y SERGIO NÁÑEZ  
(dirs.)

# I CONGRESO INTERNACIONAL DE DIGITALIZACIÓN Y NEGOCIO



**UCAV**

[www.ucavila.es](http://www.ucavila.es)

2022

Congreso Internacional “Digitalización y Negocio” (1º. 2022. Ávila)

I Congreso Internacional “Digitalización y Negocio” [Archivo de Internet / Ricardo Reier y Sergio Nández (dirs.). – Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2022. – 1 archivo de Internet (PDF).

ISBN 978-84-9040-763-9

1. Empresas – Innovaciones tecnológicas – Congresos    2. Empresas – Administración y gestión – Sistemas de información – Congresos    3. Empresas – Administración y gestión – Proceso de datos – Congresos

I. Reier Forradelas, Ricardo    II. Nández Alonso, Sergio

HD45

658:001.895

© De los textos: los autores

© Servicio de Publicaciones  
Universidad Católica de Ávila  
C/. Canteros, s/n. 05005 Ávila  
Tlf. 920 25 10 20  
publicaciones@ucavila.es  
www.ucavila.es

© Primera edición: 2022

“Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (<http://www.conlicencia.com> ; 91 702 19 70 / 93 272 04 47)”.

ISBN: 978-84-9040-763-9

Maquetación: INTERGRAF

## Índice

<i>Alba Villasán Rueda</i> Nuevas tecnologías en la neurorehabilitación de los adultos mayores con enfermedad alzheimer .....	13
<i>Ángel Sabino Mirón-Sanguino</i> Coste pegajoso. Relación con el tipo de empresa agrícola .....	15
<i>Arturo Mancebo García</i> La aportación de las redes sociales en el ámbito educativo y su contribución al progreso de los objetivos del desarrollo sostenible (ODS)....	17
<i>Ángel Sabino Mirón-Sanguino</i> Invertir en cooperativas. Un experimento de elección .....	19
<i>Carmen Sarah Einsle, Mercedes Raquel García Revilla, Olga Martínez Moure</i> El uso de los medios sociales en la comunicación de los eventos deportivos	21
<i>Ángel Sabino Mirón-Sanguino</i> Reestructurando el coste, un nuevo determinante para el beneficio empresarial.....	25
<i>David Alejandro Arias Chávez, Johana Elizabeth Abril Ortega, Doris María Celi Pinza</i> Mecanismos de participación ciudadana en medios privados tradicionales de comunicación en Ecuador y su proceso de digitalización, bajo los principios de transparencia y acceso a la información.....	29
<i>David Sanz-Bas</i> Las profecías de Hayek sobre las criptomonedas .....	31
<i>Emilio José Fernández Díez</i> Responsabilidad social corporativa y digitalización: empresas gestoras de transferencia. Prevención blanqueo de capitales.....	33
<i>Enrique Sánchez Solano y Concepción Albarrán Fernández</i> Digitalización y automatización de la economía española .....	35

<i>Emilio José Fernández Díez</i>	
Responsabilidad social corporativa y digitalización: sector bancario- prevención blanqueo de capitales .....	37
<i>Ettore William Di Mauro</i>	
The circulation and economic value of personal data.....	39
<i>Iván Martín Gómez</i>	
Breve análisis del estado actual de la constitución digital de sociedades mercantiles .....	41
<i>David Alejandro Arias Chávez, Johana Elizabeth Abril Ortega, Doris María Celi Pinza</i>	
Mecanismos de participación ciudadana en medios privados tradicionales de comunicación en Ecuador y su proceso de digitalización, bajo los principios de transparencia y acceso a la información.....	45
<i>Jorge Luis Martínez Muñoz</i>	
Aplicación de la predictibilidad en las oficinas de atención al público del sector bancario .....	47
<i>Juan Pedro Martínez-Ramón, María del Pilar Martín Chaparro, Rosalía Jódar</i>	
COVID-19, digitalización y estrés docente: una revisión sistemática.....	51
<i>Loreto Laín-Pérez</i>	
Papel del origen, la clase social y el clima educativo familiar en el rendimiento académico: estudio según TIMSS 2019.....	55
<i>Luis Miguel Garay Gallastegui</i>	
Impacto de la inteligencia artificial en los modelos de negocio exponenciales.....	57
<i>María Elena Chuspe Zans</i>	
Trabajo de reflexión-chocaté: uniendo producción orgánica con el mundo, en un marco de igualdad de oportunidades.....	59
<i>María Isabel Maroto Cuenca</i>	
Los menores acogidos y el entorno educativo .....	61
<i>María Magdalena Hernández Borrego, Martha Patricia Tello Orduña, Israel Hernández Borrego</i>	
Beneficios y evolución de la factura electrónica .....	63
<i>María Sáez de Propios</i>	
El derecho al honor en Instagram .....	65
<i>Maripaz Muñoz Prieto, Noelia Muñoz del Nogal y M.ª Peana Chivite Cebolla</i>	
Economía colaborativa: transformación digital y RSC .....	67



---

<i>Marta Castillo Segura</i> Las TIC y otras metodologías innovadoras aplicables al alumnado con dificultades de aprendizaje.....	69
<i>Pablo Fernández-Arias, Álvaro Antón-Sancho, Diego Vergara Rodríguez</i> Análisis coste-beneficio de la realidad virtual en el desarrollo del metaverso formativo .....	73
<i>Patricio Cury Pastene</i> Reacciones empresariales ante el ciberactivismo a propósito de conflictos socioambientales.....	75
<i>Ricardo Reier Forradellas</i> La aplicación de las nuevas tecnologías en los nuevos procesos de emprendimiento .....	77
<i>Rosalía Jódar Martínez, María del Pilar Martín Chaparro, Juan Pedro Martínez Ramón</i> La brecha digital en los jóvenes durante la Covid-19.....	79
<i>Santos Alexander Camacho Velarde</i> Necesidad de la implementación del marketing automation, para generar valor y crecimiento sustancial en las ventas de la pequeña empresa.....	81
<i>Sergio Luis Náñez Alonso, Miguel Ángel Echarte Fernández, Javier Jorge-Vázquez</i> Sudamérica, Centroamérica y el Caribe: Líderes en implantación de CBDC's y DEFI .....	83
<i>Víctor Tejedor Hernández, Rocío Galache Iglesias</i> Impacto de la COVID-19 en el uso de tecnologías de la información y de la comunicación en personas mayores.....	85



El presente Libro de Actas recoge los resúmenes de todos los trabajos presentados y aprobados por el Comité Científico en el I Congreso Internacional de Digitalización y Negocio celebrado los pasados días 20 y 21 de junio en la Universidad Católica de Ávila.

Siguiendo con el objetivo del Congreso, los trabajos publicados han tratado el tema de la digitalización desde diferentes ámbitos y perspectivas, todas ellas desde una vertiente académica y tratando de acercar el concepto a diferentes modelos y realidades. No cabe duda que la digitalización y la transformación digital se han convertido en conceptos holísticos presentes en cualquier tipo de actividad, pasando de ser una opción a convertirse en una verdadera necesidad no solo en cualquier modelo de negocio, sino también en el ámbito educativo.

En este Congreso se ha tratado de dar difusión y relevancia, desde una perspectiva académica, al impacto que este proceso de digitalización tiene en las diferentes ramas del saber. Se han presentado trabajos analizando este impacto a nivel educativo, a nivel de la Administración del Estado, en el sector judicial, en el ámbito de la comunicación corporativa y un largo etcétera.

Creemos que el resultado de este Libro de Actas es buena prueba de la actualidad del tema tratado y del éxito conseguido en el Congreso.

Doctor Ricardo Reier Forradellas y  
Doctor Sergio Nández Alonso  
Directores del Congreso

Ávila a 21 de junio de 2022



Alba VILLASÁN RUEDA

*Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Católica de Ávila (España)*

alba.villasan@ucavila.es

ORCID: 0000-0001-6502-5522

## Nuevas tecnologías en la neurorehabilitación de los adultos mayores con enfermedad alzheimer

### INTRODUCCIÓN

El preocupante aumento de la incidencia de casos de demencia como la Enfermedad Alzheimer (EA) ha llevado a la sociedad a un creciente interés por las intervenciones no farmacológicas en el manejo de estas patologías que permiten fomentar el mantenimiento y optimización de las capacidades mentales que se ven mermadas o aplacadas por la evolución de la enfermedad. La aparición de las nuevas tecnologías ha supuesto un gran aporte para los equipos de intervención cognitiva y podría derivar en una reestructuración de los procesos llevados a cabo para la rehabilitación cognitiva con EA.

### OBJETIVOS

El objetivo de este trabajo radica en mostrar las potencialidades que pueden tener y están teniendo las nuevas tecnologías como estrategias de neurorrehabilitación en adultos mayores con EA.

### DESARROLLO DEL TEMA

Revisión bibliográfica en las principales bases de datos científicas en castellano e inglés de los últimos 10 años, para analizar el panorama actual del empleo de nuevas tecnologías aplicadas a la neurorrehabilitación de la EA.

## CONCLUSIONES

Durante las últimas dos décadas aproximadamente, el aumento de terapias empleando las nuevas tecnologías destinadas al tratamiento de personas diagnosticadas con EA ha sido notable. A nivel mundial aparecen nuevos y actualizados métodos desarrollados por equipos multidisciplinares sustentados en dispositivos multimedia de fácil manejo y que cuentan con un catálogo de posibilidades casi infinitas. Con miles de ejercicios de todo tipo y nivel, y en una inmediatez inigualable, los profesionales y cuidadores directos de personas diagnosticadas con demencia pueden llevar a cabo un diseño en el programa de readaptación o rehabilitación neuropsicológica mucho más atrayente e integrador.

**Palabras clave:** neurorrehabilitación; EA; adultos mayores; nuevas tecnologías.

Ángel SABINO MIRÓN-SANGUINO

*Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura*

asmiron@unex.es

ORCID: 0000-0002-7896-5203

## Coste pegajoso. Relación con el tipo de empresa agrícola

### RESUMEN

El estudio de los costes empresariales tradicionalmente consideraba que la variación en los costes ante cambios en el volumen de actividad era proporcional a dicha variación. Sin embargo, la evidencia empírica muestra que este supuesto no se cumple, dando lugar al denominado efecto de costes pegajosos. Los resultados obtenidos en este trabajo sugieren que las empresas cooperativas y las sociedades anónimas tienen un mayor comportamiento en términos de costes pegajosos en comparación a las sociedades limitadas.

El estudio de los costes pegajosos ha recibido gran atención en la literatura contable, Prueba de ello son los numerosos trabajos que abordan la existencia de costes pegajosos en las empresas americanas, australianas, japonesas, europeas, en Arabia Saudí o para empresas chinas. También se observan trabajos que tratan de analizar un sector concreto, como por ejemplo el análisis del sector sanitario. Por su parte, también existe una extensa literatura en el campo de investigación acerca de los determinantes de los costes pegajosos.

El sector agrario no es analizado, hasta donde alcanza nuestro conocimiento, en ningún trabajo previo. El **objetivo** de este trabajo consiste en analizar si las empresas agrarias españolas, para un periodo de tiempo comprendido entre el año 2006 y 2019, presentan cierto componente de costes pegajosos. Más concretamente, el trabajo trata de analizar si el tipo de empresa influye en el grado de costes pegajosos o no. Para ello se ha utilizado una muestra de un total de 3.859 empresas obtenidas a partir de la base de datos de SABI.

Para llevar a cabo el objetivo del trabajo se parte del modelo de Anderson et al. (2003) para medir el *Cost Stickiness* el cual estima la magnitud de la variación de los costes GVA con respecto a las variaciones en la ventas. Con el objetivo de obtener

evidencia empírica sobre el efecto que tiene el tipo de sociedad en los costes pegajosos, se incluyen dos variables dummy, una para el tipo Sociedad Anónima y otra para la Sociedad Cooperativa, dejando de base el tipo de Sociedad Limitada.

Los resultados son los que surgen de la aplicación de los diferentes modelos planteados en el trabajo. Los resultados del modelo ABJ evidencian que un incremento de un 1% de las ventas supone un incremento del 0,8107% de los costes, mientras que una reducción del 1% en las ventas conlleva una reducción del 0,7495%. Estos valores ponen de manifiesto la existencia de costes pegajosos.

En el modelo ABJ extendido se ha incorporado el efecto del tipo de sociedad. Los resultados muestran que para las tres formas jurídicas consideradas (Sociedad Limitada, Sociedad Anónima y Cooperativa) se observa un comportamiento de costes pegajosos al resultar los tres coeficientes estadísticamente significativos y con un signo negativo.

Concluimos este resumen expresando que el análisis se ha basado en el estudio del comportamiento de los costes generales, de administración y de ventas ante cambios en las ventas con el objetivo de observar si se producía el efecto denominado *costes pegajosos*. La evidencia empírica muestra un fuerte apoyo a la teoría que defiende que los costes pegajosos surgen como resultados de las decisiones tomadas por los gerentes en función de las perspectivas futuras, resultado ser inconsistentes con los modelos tradicionales de comportamiento de costes de los libros tradicionales. Las empresas Cooperativas se sitúan entre las empresas que más efecto de costes pegajosos evidencian, con una variación del 0,7607% cuando las ventas decrecen un 1%.



Arturo MANCEBO GARCÍA

*Departamento de Promoción Institucional, Oficina Técnica de Atención a Centros Adscritos  
y Colaboradores, Universidad Católica de Ávila (España)*

arturo.mancebo@ucavila.es

ORCID: 000-0002-9778-0976

## La aportación de las redes sociales en el ámbito educativo y su contribución al progreso de los objetivos del desarrollo sostenible (ODS)

Las redes sociales han modificado la relación entre las personas desde su implementación a nivel global. A pesar de haber nacido en 1997 con la pionera “Six Degrees” se considera que están presentes desde el boom que supuso Facebook a partir de su creación en 2004 así como Youtube en 2005.

A partir de ahí el crecimiento de usuarios, así como el conocimiento de las mismas han transformado la forma de comunicación en todos los ámbitos, especialmente los de amistades, laborales y educativos.

En esta revisión teórica se persiguen fundamentalmente dos objetivos:

- Definir el marco conceptual, donde se van a fijar los conceptos a tratar y en qué consiste cada una de las principales redes sociales utilizadas en el ámbito educativo.
- Analizar el impacto positivo de esta implementación y el aporte que conlleva a los Objetivos de Desarrollo Sostenible recogidos en la Agenda 2030 de la ONU.

Las principales redes sociales accesibles y gratuitas para todos los públicos con las que podemos trabajar en educación (Redes “mainstream”) que se tratarán en esta revisión y que más capacidades nos aportan pedagógicamente son Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, LinkedIn, Tik Tok y otras de carácter puramente comunicativo como pueden ser Whatsapp o Telegram.

Fruto de estas nuevas formas de comunicación han surgido nuevos actores y figuras tecnológicas, como las aplicaciones para dispositivos móviles, tablets, ordenadores e incluso relojes inteligentes (APP nativas que recogen cada una de las redes

sociales), así como aplicaciones de carácter colaborativo y que son claros ejemplos economía circular 2.0 (Como Too Good To Go, ¿Tienes Sal?, Next Door, Wallapop, Vinted...).

Gracias a estas herramientas, también surgen nuevos actores, profesiones y modelos a seguir, como son los “influencers”, “tiktokers”, “youtubers”, “streamers”... considerados a día de hoy como focos de atención y líderes de comunicación, en muchos casos, ejemplo a seguir por gran parte de la población (Se podría decir que es una nueva categoría de “famosos” que se especializan en una o varias temáticas concretas).

Se concluiría en que todas estas nuevas formas de comunicación, cooperación y participación son una clara fuente de responsabilidad social corporativa para empresas e instituciones educativas, debido al impacto positivo que generan en varios de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, principalmente en los siguientes y por orden de importancia:

- 4. Educación de calidad.
- 5. Igualdad de género.
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- 10. Reducción de las desigualdades.
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- 3. Salud y bienestar.
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.

Y por supuesto: 17. Alianzas para lograr los objetivos.

También se podrían incluir otros ODS, pero estos son los más específicos y en los que más valor pueden aportar las redes y aplicaciones sociales utilizadas de una manera adecuada, y que se desarrollarán de forma concreta en el capítulo a exponer en la publicación colectiva.

**Palabras clave:** redes sociales; educación; responsabilidad social corporativa; objetivos de desarrollo sostenible; agenda 2030.

Ángel SABINO MIRÓN-SANGUINO

*Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Facultad de Empresa,  
Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura*

asmiron@unex.es

ORCID: 0000-0002-7896-5203

## Invertir en cooperativas. Un experimento de elección

### RESUMEN

Hasta la fecha no se ha presentado gran atención a la disponibilidad de invertir en cooperativas agrarias a inversores no miembros. Tan solo destaca un trabajo que analiza las preferencias de inversión en cooperativas agrarias para un conjunto de inversores en Finlandia.

El objetivo de este trabajo consiste en analizar las preferencias de inversores sobre la inversión en cooperativas y analizar como diversos atributos influyen en su decisión. Además, también se profundiza en estudiar si las preferencias son heterogéneas, tratando de identificar diferentes grupos de inversores en función de sus preferencias y características.

La base de datos para llevar a cabo el objetivo de este trabajo ha sido obtenida a partir de un cuestionario realizado a una muestra de alumnos de diferentes grados de administración de empresas, finanzas y contabilidad. La muestra final se compone de 282 individuos, que han invertido en algún producto financiero. El trabajo se ha basado en el experimento llevado a cabo en Finlandia; pero adaptando los atributos y niveles a la normativa española. El modelo utilizado para analizar las preferencias de los inversores sobre las participaciones en cooperativas agrarias ha sido el Logit condicional, además se ha implementado también el random parameter logit model (RPL).

Los resultados muestran que los inversores prefieren en mayor medida una inversión configurada en la que el derecho a voto sea otorgado a los propietarios, con una retribución mixta formada por una parte fija y otra por un dividendo, que se obtenga una apreciación adicional al valor nominal del capital en su devolución y unos niveles de rentabilidad y riesgo relativamente bajos.

Los resultados del choice experiment con clases latentes, muestran que la primera clase se compone del 27.5% mientras que la segunda clase recoge el 72.5% de los encuestados. Los primeros prefieren tener un voto como propietarios y una devolución del capital teniendo en cuenta el valor nominal más una prima con unos niveles altos de rentabilidad y riesgo. Este tipo de clase se puede denominar como Return seeking o ownership.

Los principales resultados muestran que la rentabilidad es uno de los factores determinantes en la inversión en cooperativas, si bien, el control de la misma y, por tanto, los derechos a voto se sitúan como un factor que está muy presente a la hora de invertir en este tipo de instrumento. El factor más relevante se ha situado, aparte de la no inversión, en la cotización. En este sentido, un mercado organizado de inversión en cooperativas podría conllevar un mayor incremento en este tipo de productos, al ser más líquida su inversión y poder invertir con mayores facilidades.

Las clases latentes han permitido identificar dos tipos de inversores: aquellos que se pueden denominar propietarios que esperan una alta rentabilidad por su inversión, por otro lado, un grupo de inversores que son más adversos al riesgo y prefiere un mayor control por parte de los productores, los cuales se han denominado como Risk averse o working, siendo este grupo el más numeroso o probable en la estimación de las clases latentes.

Carmen SARAH EINSLE<sup>1</sup>, Mercedes Raquel GARCÍA REVILLA<sup>2</sup>, Olga MARTÍNEZ MOURE<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,  
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España*  
ceinsle1@alumno.uned.es  
ORCID: 0000-0002-9829-7193

<sup>2</sup> *Facultad de Turismo, Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), España*  
mercedesraquel.garcia@udima.es  
ORCID: 0000-0002-4070-5203

<sup>3</sup> *Facultad de Turismo, Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), España*  
olga.martinez@udima.es

## El uso de los medios sociales en la comunicación de los eventos deportivos

### INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han transformado plenamente la comunicación entre las personas. Este hecho no se ha quedado alejado del sector turístico deportivo donde las TIC juegan un papel fundamental en el marketing.

El binomio turismo y deporte está formado por dos actividades que en su conjunto forman un concepto que debe entenderse como un propio sector económico y como una disciplina académica propia. Un componente del turismo deportivo son indudablemente los eventos deportivos, que en los últimos años han podido experimentar un gran auge y que conllevan numerosos beneficios. La asistencia a eventos deportivos ya sea como atleta, entrenador o espectador, es decir, de manera activa o pasiva, se ha convertido en una de las actividades más populares a realizar durante el tiempo libre.

## OBJETIVOS

Este trabajo tiene como propósito iniciar una reflexión sobre los cambios y novedades en la comunicación y la gestión del marketing de eventos deportivos de pequeña y mediana escala.

Partiendo de los conocimientos de la literatura existente concerniente al uso de los medios sociales online en el ámbito de los eventos deportivos se procura examinar las tendencias en el sector y proponer estrategias para una comunicación deportiva eficiente.

## DESARROLLO DEL TEMA

Si bien se pueden plantear diferentes estrategias en la gestión de la comunicación de los eventos deportivos, nos vamos a centrar en una que consideramos fundamental en la sociedad actual: los medios sociales.

No solo los mega eventos o los grandes eventos deportivos resultan económicamente beneficiosos. Los pequeños y medianos eventos deportivos conllevan beneficios sustanciales cuyos impactos negativos son menos severos en comparación con los grandes eventos.

No obstante, la mayoría de las pequeñas y medianas organizaciones de eventos deportivos no cuenta con los mismos medios económicos que las grandes. Este hecho se ve agravado todavía más cuando se trata de deportes minoritarios. En consecuencia, particularmente para dichas organizaciones es crucial adaptarse a las TIC y aprovecharse de sus beneficios. Una integración del mundo digital al mundo físico es de especial relevancia para poder mantener el ritmo con la competencia.

El denominado social media marketing se enfoca especialmente en todo el marketing relacionado con los medios sociales online, incluyendo las redes sociales (RRSS), los blogs, o cualquier otro medio online donde una comunidad de usuarios puede generar contenido e interactuar.

No sólo las grandes marcas deportivas apuestan cada vez más por un marketing digital a través de los medios sociales, sino también las pequeñas y medianas organizaciones se ven favorecidas por estos canales. Los medios sociales facilitan un mayor acceso a los (potenciales) espectadores de los eventos, una comunicación bidireccional y por consiguiente una mayor interacción entre organizaciones, aficionados y deportistas. Las ventajas que brinda una comunicación a través de los medios sociales destacan indudablemente por su bidireccionalidad, la rapidez de la respuesta y la interconectividad.

Aparte, cabe mencionar que, dado a la bidireccionalidad en la comunicación a través de las RRSS, se contribuye en gran medida al marketing relacional. Cada vez más se manifiesta la importancia del engagement con los usuarios y las organizaciones deben poner un especial hincapié en conseguirlo, mantenerlo y en facilitar la comunicación entre la organización y los atletas y/o aficionados.

## CONCLUSIÓN

Como consideración final se concluye que el uso de las herramientas digitales, sobre todo de los medios sociales por parte de los organizadores de pequeños y medianos eventos deportivos puede ser crucial para un mayor alcance en la comunicación con una inversión económica reducida y para poder seguir siguiendo competitivos.

**Palabras clave:** medios sociales; evento deportivo; marketing online; redes sociales.





Ángel SABINO MIRÓN-SANGUINO

*Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Facultad de Empresa,  
Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura*

asmiron@unex.es

ORCID: 0000-0002-7896-5203

## Reestructurando el coste, un nuevo determinante para el beneficio empresarial

### RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar los determinantes de la rentabilidad en empresas agrarias españolas, y se pretende comprobar si los costes pegajosos existen e influyen en el beneficio o rentabilidad para un conjunto de 3.852 empresas agrarias españolas para el periodo comprendido entre 2006 y 2018. Los resultados muestran una influencia de los costes pegajosos sobre la rentabilidad de las empresas, lo cual pone de manifiesto que el tipo de gestión de costes realizada por los gerentes de las empresas tiene una influencia relevante para la determinación del éxito empresarial. Además, también se observa cómo el nivel de endeudamiento, el fondo de maniobra, así como el tamaño de la empresa, muestran un efecto negativo sobre el beneficio empresarial, mientras que el Cash Flow ejerce un efecto positivo sobre el mismo.

### INTRODUCCIÓN

Entender cuáles son los determinantes del beneficio empresarial resulta un aspecto relevante de cara a comprender cómo las empresas generan dicho indicador.

Sí la variación porcentual de los costes ocasionada por una variación en las ventas es diferente según se incrementen o se reduzcan éstas últimas, estaremos ante el fenómeno denominado Costes Pegajosos (*Cost Sticky*). Es decir, la variación producida en los costes no solo depende de la variación en el volumen de actividad, sino que también dependen de la dirección en la que se mueva el volumen de actividad. Los trabajos que analizan la influencia de los costes pegajosos en el beneficio o rentabilidad empresarial son relativamente escasos.

En este sentido, el presente trabajo trata de mostrar evidencia empírica acerca de la existencia de costes pegajosos (**objetivo principal**) y de la posible influencia de estos como determinantes de las empresas agrarias españolas. Para ello se parte de una muestra de un conjunto de 3.852 empresas para el periodo de tiempo comprendido entre 2006-2019. Los datos han sido obtenidos a partir de la base de datos de SABI.

## METODOLOGÍA

Con el objeto de conocer la relación entre los costes pegajosos y el beneficio empresarial se proponen dos pasos metodológicos. En primer lugar, se estiman los costes pegajosos y para ello se parte de una estimación ampliamente utilizada en la literatura que es el modelo de Weiss, y en segundo lugar, dicha medida se complementa con otra propuesta, la de Homburg y Nasev, cuya especificación econométrica se detalla a continuación.

## ESTIMACIÓN ECONOMÉTRICA

A partir de la revisión de la literatura previa y de las hipótesis planteadas en el trabajo, se estiman los siguientes modelos:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Sticky\_1_{i,t} + \beta FM_{i,t} + \beta END_{i,t} + \beta CF_{i,t} + \beta TA_{i,t} + \beta L_{i,t} + \beta CV_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Sticky\_2_{i,t} + \beta FM_{i,t} + \beta END_{i,t} + \beta CF_{i,t} + \beta TA_{i,t} + \beta L_{i,t} + \beta CV_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$ROI_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Sticky\_1_{i,t} + \beta FM_{i,t} + \beta END_{i,t} + \beta CF_{i,t} + \beta TA_{i,t} + \beta L_{i,t} + \beta CV_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

$$ROI_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Sticky\_2_{i,t} + \beta FM_{i,t} + \beta END_{i,t} + \beta CF_{i,t} + \beta TA_{i,t} + \beta L_{i,t} + \beta CV_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

## RESULTADOS

Los resultados más relevantes muestran un efecto significativo y negativo de la variable *Sticky 1* (Costes pegajosos Weiss), por lo que se da una relación negativa entre dicha variable y la rentabilidad empresarial.

A su vez, los resultados de la ecuación 2, la variable que muestra la aproximación de los costes pegajosos, *Sticky 2* (costes pegajosos Homburg y Nasev) muestra un signo negativo, aunque estadísticamente no significativo, por lo que el resultado no es concluyente.

Los coeficientes obtenidos en las dos aproximaciones de los costes pegajosos muestran un signo negativo, por lo que parece indicar que las empresas que presentan mayores costes pegajosos obtienen mejor beneficio empresarial.

## CONCLUSIONES

Los resultados muestran un efecto negativo de la variable *Sticky* (*costes pegajosos Weiss*), lo cual muestra a que mayor nivel de costes pegajosos el resultado será mayor, motivado fundamentalmente por el posible efecto apalancamiento operativo que pudieran tener los costes pegajosos sobre el resultado empresarial.

Con respecto al resto de variables analizadas para explicar el resultado empresarial se observa que no todas influyen en la misma forma e importancia.



David Alejandro ARIAS CHÁVEZ<sup>1</sup>, Johana Elizabeth ABRIL ORTEGA<sup>2</sup>,  
Doris María CELI PINZA<sup>3</sup>

*Escuela de Ciencias Administrativas y Contables,  
(Pontificia Universidad Católica del Ecuador)*

<sup>1</sup> daarias@pucesd.edu.ec  
orcid.org/0000-0001-9479-147X

<sup>2</sup> jeabril@pucesd.edu.ec  
orcid.org/0000-0003-2120-681X

<sup>3</sup> dceli917@pucesd.edu.ec  
orcid.org/0000-0002-1593-5509

## Mecanismos de participación ciudadana en medios privados tradicionales de comunicación en Ecuador y su proceso de digitalización, bajo los principios de transparencia y acceso a la información

En Ecuador, los medios tradicionales de comunicación, públicos o privados, se encuentran regulados por diferentes entidades de gobierno, estas promueven normativas para fomentar el libre derecho a la información. Es así, que la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), regula integralmente el rol de los medios a nivel nacional, y focaliza códigos deontológicos al criterio de transparencia en la obtención, manejo y difusión de los contenidos audiovisuales, así como el grado de participación ciudadana que tenga convergencia con estos espacios, destinados a este objeto.

Por otra parte, la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), regula a todas las entidades que generan información, la obligatoriedad de establecer canales para que los actores sociales sin restricciones puedan acceder a datos de forma pertinente, directriz que se encuentra enmarcada en el principio de publicidad. Dentro del contexto, la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (LOPC), garantiza que las organizaciones y personas naturales, pueden realizar actividades de interés público que permita resolver problemas comunes.

En tal sentido, el objetivo de la investigación es analizar los mecanismos de participación ciudadana, aplicados por los medios privados tradicionales de

comunicación, y su proceso de digitalización, bajo los principios de transparencia y acceso a la información. El estudio se vincula a los Objetivos de Desarrollo Sostenible Agenda 2030 (ODS), específicamente al objetivo 16, encausado a promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas. La metodología aplicada consistió en el enfoque cuanti-cualitativo, descriptivo, de diseño no experimental con una clasificación transeccional descriptiva. La población en estudio, se demarcó a 28 empresas del segmento, localizadas en nueve zonas de planificación a nivel nacional, por lo tanto, para determinar las seis variables, se utilizó una matriz de impactos cruzados de multiplicación aplicada.

Como resultados se obtuvo, que, en la ciudad de Santo Domingo, perteneciente a la zona 4 de planificación nacional, se evidencia un medio de comunicación que dispone de dos espacios al aire en televisión de señal abierta, donde las personas que viven en zonas carentes de servicios básicos, pueden hacer pública su necesidad de forma gratuita, para que las autoridades seccionales, conozcan sus requerimientos y brinden una solución parcial o total. De esta forma, se contribuye a mejorar gradualmente la calidad de vida de los habitantes en los sectores rurales o en vecindarios urbano marginales carentes de gestión pública.

El primer espacio, se denomina Opinión Ciudadana y tiene una duración de dos minutos, y es difundido en la página web del medio de comunicación y las redes sociales. Además, se transmite en señal abierta por televisión; es decir, no es necesario cubrir un rubro por suscripción. El segundo espacio gratuito, se denomina Invitación Urbana, que mantiene un sentido social profundo, enfocado a las instituciones que mantienen una vinculación con la colectividad y sin fines de lucro, cuyo propósito es concientizar sobre los principales problemas sociales de la ciudadanía, e involucrarlos en brindar soluciones, para que organizaciones como orfanatos, centros geriátricos, entre otros, puedan continuar operando para el servicio de grupos vulnerables.

En base a lo contextualizado, el tema de la responsabilidad social de los medios de comunicación en Ecuador, es un componente clave y prioritario de esta investigación, debido al recurrente debate que se genera actualmente en la sociedad y tiene relación al cumplimiento de los derechos humanos. Esta analogía conlleva a un proceso reflexivo, sobre el compromiso ético de la información que producen y proyectan al público, en sus diversas plataformas con el propósito de informar, formar y entretener. Es así que, deben integrarse a la dinámica de ser socialmente responsables, en los contenidos de la parrilla de programación.

**Palabras clave:** Publicidad; digitalización; programa de televisión; responsabilidad social.

David SANZ-BAS

*Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Católica de Ávila (España)*

david.sanz@ucavila.es

ORCID: 0000-0003-0983-2965

## Las profecías de Hayek sobre las criptomonedas

### INTRODUCCIÓN

Friedrich Hayek (1899-1992) teorizó en los años 1970s y 1980s sobre cómo se organizaría un mercado de emisión de dinero competitivo y cuáles serían las consecuencias para el mundo económico. Muchos economistas contemporáneos tacharon de utópicos sus planteamientos, pero la llegada de las criptomonedas ha dado lugar a un renovado interés por sus escritos en este campo.

El presente trabajo pretende recopilar todas las predicciones que Hayek hace sobre el comportamiento de un mercado de competencia monetaria y aplicarlo al caso particular de las criptomonedas.

### OBJETIVOS, DISCUSIÓN, RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El objetivo del presente trabajo es utilizar el análisis que Friedrich Hayek realizó sobre los procesos de competencia monetaria para interpretar el proceso actual de competencia en los mercados de criptomonedas y dinero fiduciario estatal. En este sentido, se pretende recoger las principales predicciones realizadas por Hayek y aplicarlas al actual contexto monetario.

Actualmente, existe mucha controversia sobre cuál será el futuro de las criptomonedas. Parece seguro que la existencia y proliferación de este tipo de activos digitales no es una moda pasajera. Ciertamente, se ha abierto un mundo nuevo de posibilidades y no hay una vuelta atrás. Al mismo tiempo, es evidente que el mercado de criptomonedas es, en buena medida, inestable y estamos asistiendo a un proceso continuo de experimentación e innovación para todos los agentes implicados: productores de estas nuevas monedas, usuarios y reguladores.

En este contexto, la claridad conceptual es esencial para comprender cuáles son las grandes tendencias del mercado. Ciertamente, en los escritos de Hayek no es posible encontrar una predicción concreta sobre cómo se comportarán las criptomonedas en el futuro, ya que existe un gran salto tecnológico entre nuestro mundo y el suyo y, además, como él mismo recuerda, el proceso de mercado por su naturaleza es innovador y disruptivo. Sin embargo, sí que es posible realizar predicciones de tendencia en base a la lógica de la competencia monetaria que es el tema sobre el que teorizó este economista austriaco.

Se han llegado a las siguientes conclusiones:

1. Las Stablecoins se impondrán como dinero sobre Bitcoin y las Altcoins.
2. Bitcoin y las Altcoins serán utilizados como una reserva de valor a largo plazo.
3. La competencia entre emisores de Stablecoins dará lugar a que éstas sean cada vez más estables y den mayores garantías a los usuarios de sus monedas.
4. Las empresas emisoras de Stablecoins estabilizarán su valor mediante el control de la cantidad de dinero, no a través de sistemas de conversión de dichas criptomonedas en otros activos o monedas.
5. El mercado ofrecerá diferentes tipos de criptomonedas destinadas a distintos usos.
6. Las Stablecoins utilizarán como referencia el dinero fiduciario estatal siempre y cuando éste se mantenga estable. Sin embargo, en un ambiente prolongado de depreciación del poder adquisitivo de las grandes monedas (dólares, euros, etc.), las empresas emisoras de Stablecoins buscarán nuevos estándares de valor.
7. Las Stablecoins algorítmicas sólo podrán tener éxito en un contexto en el que la estabilidad del dinero fiduciario estatal se mantenga. En un contexto de inestabilidad de su valor, este tipo de Stablecoins perderá todo su atractivo.
8. El mercado impondrá la necesidad de que los bancos (o instituciones similares) que acepten criptomonedas en depósito se vean forzados a mantener reservas cercanas al 100% del dinero depositado.
9. No es posible detener el proceso de competencia monetaria y los Estados tendrán que adaptarse al mismo.
10. La política monetaria y fiscal de los Estados tenderá a ser más ortodoxa.

**Palabras clave:** Criptomonedas; Hayek; competencia monetaria.



## Responsabilidad social corporativa y digitalización: empresas gestoras de transferencia. Prevención blanqueo de capitales

La responsabilidad Social corporativa, es la responsabilidad que tiene la empresa con el medio ambiente y con la sociedad de la que forma parte. Así podemos determinar una serie de principios de dicha responsabilidad, entre los que destacan:

- Transparencia.
- Comportamiento ético.
- Respeto a la legalidad.
- Respeto a la normativa.
- Respeto a los derechos humanos.

Si analizamos la definición en sí, así como estos principios, podemos afirmar, que algunos de los principales fines de la responsabilidad, está enfocado a conseguir una transparencia visible a la sociedad, así como el respeto a la legalidad y al marco normativo. En este trabajo, que nos ocupa, podemos determinar que la prevención en blanqueo de capitales, ha sido una necesidad, que ha demandado la sociedad en sí. Y que supone la aplicación de una responsabilidad social por parte de la administración y de las EGTs. El 24 de octubre de 1931, el gánster Alphonse Gabriel Capone, alias “Al Capone” era condenado a 11 años de cárcel y al pago de una multa de 50.000 dólares por “fraude fiscal”, ya que la cantidad que declaraba a Hacienda no se correspondía con el nivel de vida que llevaba y los gastos que presentaba.

Así las organizaciones criminales comenzaron a ingeniárselas para justificar los ingresos que conseguían del acto delictivo, llegando a instalar locales de máquinas lavadoras 24 horas, en las que así justificaban altos ingresos y darle un origen lícito de cara a la Administración. Siendo este el origen de su nombre coloquial “lavado de dinero” (Money Laundering).

Como dijo un exponente en unas “Jornadas de Prevención de Blanqueo de Capitales, y Propiedad intelectual” al que asistí, manifestó “*Cerca del 90 por ciento de los delitos en España, tiene un fin económico*”, (VILLALBA, 2015), lo que provoca un afán por esconder los beneficios y reutilizarlos habitualmente para seguir delinquiendo.

Toda esta actividad referente al Blanqueo de capitales, viene marcada por las Fases que determino la OECD en 2009 y que ha seguido desarrollándose.

Por todo lo anterior, los dirigentes a nivel mundial, han tomado una serie de normas y reglas en un enfoque de control en materia económica, cosa que hace unos años era impensable, favoreciendo a la Administración este control, y en virtud a lo que la sociedad demanda.

En este trabajo, entre las personas que forman los sujetos obligados en la prevención de blanqueo de capitales, nos centraremos, en las conocidas Empresas Gestoras de Transferencia, encargadas de envío de dinero entre diferentes países, haciendo que el dinero fluya, siendo imprescindible que exista algún medio de control ante estas transacciones ya que es uno de los medios mas importantes en entidades financieras.

Dicho control viene siendo más factible gracias a la digitalización que está sufriendo las empresas y organizaciones, haciendo que la documentación que antes ocupaba cientos de archivadores, ahora esta almacenado en un pequeño chip, favoreciendo así una mayor responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad, además de una mayor eficiencia y acceso a los servicios de control.

Es necesario mencionar que en la actualidad estas empresas han estado desarrollando sus propias aplicaciones móviles, dando mayor facilidad en las transacciones.

En resumen, en el trabajo, se mencionará de una manera detallada las fases del Blanqueo de capitales, el marco jurídico de una manera cronológica y desarrollada que sustenta este control en la prevención del blanqueo de capitales, siguiendo con una explicación de las EGTs y su importancia de control a modo de cifras, así como alguna operativa práctica, y especial mención al uso de las nuevas aplicaciones móviles que han sido desarrolladas por estas empresas debido al avance tecnológico.

Enrique SÁNCHEZ SOLANO<sup>1</sup> y Concepción ALBARRÁN FERNÁNDEZ<sup>2</sup>

*Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Católica de Ávila (España)*

<sup>1</sup> enrique.sanchez@ucavila.es

ORCID: 0000-0003-2384-2502

<sup>2</sup> concepcion.albarran@ucavila.es

ORCID: 0000-0003-2291-4471

## Digitalización y automatización de la economía española

La pandemia de la COVID-19 ha obligado a las empresas y autoridades públicas a acelerar los procesos de digitalización de la economía, como ha sido el caso del teletrabajo y las actividades productivas y servicios sin contacto (comercio electrónico, etc.). La paulatina remisión de la pandemia y la preocupación por las elevadas tasas de desempleo en un posible contexto de estanflación, ha mantenido el interés por el sector digital y la digitalización de la economía española.

El trabajo de Frey y Osborne de 2013 sirvió para que la Academia y la opinión pública prestaran atención al impacto sobre el empleo del avance inexorable de la digitalización de la economía, en particular, la robotización de la actividad productiva.

La literatura económica publicada muestra que la digitalización y automatización de la actividad económica generará una relevante destrucción de puestos de trabajo (de promedio, en torno al 40%) que podría llevar a pensar en un desempleo tecnológico masivo. Sin embargo, dicho proceso más bien está produciendo un reemplazo de empleos obsoletos por la creación de nuevos empleos surgidos del nuevo paradigma tecnológico. Es más, la experiencia de algunos países muestra una correlación positiva entre la incorporación de robots y el incremento del empleo agregado. Por otra parte, los procesos de automatización no eliminan o sustituyen empleos completos, sino más bien tareas específicas de los mismos, en especial, las tareas rutinarias de escasa cualificación.

No obstante, en este camino hacia la economía digital existen una serie de obstáculos. Por un lado, muchas empresas, en particular las pymes, deben hacer frente a un coste final de integrar estas tecnologías en la estructura de la empresa que en muchas ocasiones supera con creces al coste inicial de la tecnología adquirida. Por otra parte, aunque los proyectos piloto de estas tecnologías o la publicidad que se hace de ellas arrojan resultados que casi parecen rozar lo mágico, en no pocos casos se convierten

en sonoros (aunque normalmente no publicitados) fracasos. Y, por último, el ritmo de implantación de estas tecnologías a nivel agregado es, menor del inicialmente previsto por algunos trabajos econométricos.

La principal, por no decir única, forma de hacer frente al desafío que supone la disrupción digital, pasa por la educación y formación en competencias digitales, que sea capaz de hacer frente al persistente déficit de mano de obra cualificada en el mercado laboral, para lo cual es crucial que el sistema educativo y formativo sea capaz de ofrecer una oferta suficiente de plazas en titulaciones STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas).

Sin embargo, en los últimos años se están produciendo una serie de *shocks* externos, con un gran impacto en el conjunto de la economía, lo que puede dificultar e, incluso, comprometer, la compleja y costosa toma de decisiones en materia de digitalización. Es el caso de los problemas de abastecimiento de semiconductores, imprescindibles para la economía digital; los cuellos de botella en las cadenas de suministro internacionales, surgidas a raíz de la pandemia de la COVID-19, lo que conlleva problemas generalizados de abastecimiento; el considerable incremento del precio de la energía, al que se suma el impacto de la invasión de Ucrania por parte de Rusia, con la consiguiente incertidumbre geopolítica y geoeconómica. Todo ello se está traduciendo en un fuerte incremento de todos los precios de los bienes intermedios y finales.

## Responsabilidad social corporativa y digitalización: sector bancario-prevención blanqueo de capitales

En la actualidad, las empresas, están dirigiendo su actividad, no solo en proporcionar bienes y servicios, si no en ser partícipes de una manera más directa con el conjunto de la sociedad.

La responsabilidad social corporativa, es la estrategia que diseña un actor empresarial para mejorar y dar soluciones a la sociedad que pertenece, así como una mejora no solo de sus empleados, sino de clientes, y la sociedad en general. Siendo así, partícipes de una mejora en su imagen corporativa.

Uno de los factores referente en esta responsabilidad es la normativa, una normativa que debe ser cumplida fielmente a sus directrices, haciendo que ese cumplimiento de una imagen de transparencia, de acercamiento y de legalidad que la sociedad cada vez más demanda.

Así, entre otros factores de control vinculados a esta normativa, surgió el referente a la prevención del Blanqueo de capitales, ya que una gran cantidad de actividades ilícitas, muchas de ellas asociadas a la digitalización, se escapaban al control financiero, llegando a provocar verdadero perjuicio a la sociedad:

Desde debilitar el sistema financiero de una economía nacional, siendo hoy en día grandes economías globales, llegando a alterar y debilitar a un país, ya sea desestabilizando la política monetaria y el sistema económico mundial, en detrimento de unos pocos, como así también debilitar el marco político entrando por mediación del soborno y la corrupción grandes problemas y en algunos países.

Hasta auténticos atentados terroristas atroces, como ocurrieron en el ya histórico 11-S con las Torres gemelas en 2001 en Nueva York, el atentado perpetrado el 11-M en Madrid del 2011, o la famosa Sala Bataclan el 13 de noviembre de 2015 en París.

Este control del blanqueo de capitales tuvo una doble vertiente, una primera el beneficio a la sociedad y sus integrantes, intentando que con el dinero proveniente de actos delictivos en los que se vulneran derechos humanos, se pudieran volver a

financiar las organizaciones criminales, para volver a delinquir y volver a dañar esos derechos que le son inherentes a la sociedad.

Así, una de las mayores entidades que se ha visto necesario controlar ha sido una serie de sujetos obligados, ya que son un pilar estratégico de cualquier sociedad y de cualquier sistema financiero, como ha sido las entidades financieras, conocidos como Bancos (también inclusivos Cajas de Ahorros) ya que gestionan un elevado balance económico de la sociedad.

La gran cantidad de productos que ofrece los bancos, hace que las organizaciones criminales tengan varias opciones para desarrollar sus acciones de ocultación y lavado, lo que provoca la necesidad de aplicar una serie de procedimientos de prevención así como una formación continuada de los trabajadores, por lo que es necesario mencionar y detallar, las obligaciones que estos sujetos obligados poseen en esta búsqueda de la prevención, así como se intentará explicar de una manera pormenorizada, con operaciones de riesgo más habituales desde el punto de vista de la prevención de estas entidades financieras.

Por todo ello en este trabajo se presentará de una manera simplificada el marco jurídico que ha evolucionado de una manera apresura en las últimas décadas, así como se podrá ver diferentes operativas de riesgo que pudieran tener estas entidades en su ámbito laboral, así como la digitalización ha favorecido para tomar medidas de seguridad para cumplir con la prevención de blanqueo de capitales.

## The circulation and economic value of personal data

### INTRODUCCIÓN

Technological evolution and the dissemination of digital content on the internet represent factors of major change for the individual and for the market. In the digital age, the problem of information and its processing requires not only an economic-legal reflection, but above all an ethical one. People's lives are increasingly oriented towards taking place in the digital space, leaving personal information and traces of themselves, sometimes even intimate ones, on the web at every turn. By now a "thriving economy" is based on data coming from different sources-web, forums, social networks and e-mail-which, by being implemented, produce new goods and therefore new individual legal situations.

### OBJETIVOS

The aim is to attribute economic value to personal data and to recognize them as a legal good, i.e. the object of transactions. If personal data can be the object of human interests, deemed worthy of protection by the legal system, it seems possible to consider information as a good in a legal sense. In this way, information can constitute an economic asset that can be spent on the market.

### METODOLOGÍA

By balancing it is possible to balance the relationship between the protection of one's personal data, which characterize an individual's physiognomy, and the need to develop a market that gives profitability without harming people's inviolable rights. A table of value principles and a widespread cultural awareness that can be implemented in practice and in decisions of courts is increasingly necessary.

## DISCUSIÓN

Sectoral standardization alone is not enough. What is needed instead is the “dissemination of an anthropocentric and supportive culture backed up by widespread and adequate education as an antidote to the distortions of machinic fundamentalism and its information asymmetries”. This attitude explains why it reveals the specificity of each case and the complexity of the protection regarding personal data. The transaction always requires a balance between personality rights and the law of obligations, in terms of proportionality and reasonableness.

## RESULTADOS

The panorama of personal data economy models is relevant, i.e. those models of monetization of personal data that allow companies to purchase data directly from users. They include, on the one hand, data-insight models, thanks to which specialized companies offer users platforms in which to collect, manage and trade their data, also through personalized services; on the other hand, data-transfer models, through which companies purchase, for a fee, information directly from users and, after having cataloged and assigned them a value, transfer them to the market where third parties can buy them.

Personal data acquire an economic and capital value.

The information acquires a value “conditional on the time factor in consideration of an ‘information market’ that essentially focuses the demand on the greater value of the updated and actualized data”, confirming that “personal data is the new oil of the Internet and the new currency of the digital world”.

## CONCLUSIONES

The necessary circulation of data seems to be an essential component and resource in the current economic situation, based on the continuous and uninterrupted exchange of information to which a value is attributed.

At present, there is a lack of precise regulatory parameters of reference for the evaluation and consequent creation of a body of rules adequate to the interests at stake. Therefore, it seems difficult to be able to provide an unambiguous answer, without having to involve national and international lawmakers.

However, faced with the unpredictability of facts and their rapid occurrence, “any formalistic attitude that excludes recourse to principles and values on which legal civilization has gradually been built will end up being a loser”.

**Palabras clave:** data; internet; value; principle; law; person.



Iván MARTÍN GÓMEZ

*Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Católica de Ávila (España)*

ivan.martin@ucavila.es

ORCID: 0000-0001-5444-4852

## Breve análisis del estado actual de la constitución digital de sociedades mercantiles

### INTRODUCCIÓN

El Plan que ha desarrollado la Unión Europea para adaptar el derecho de sociedades a los avances tecnológicos, mejorar la eficacia de las empresas y reforzar la posición de los accionistas, así como la protección de terceros; se llevó a cabo a través de la Directiva de Digitalización (UE) 2019/1151 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, por la que se modifica la Directiva (UE) 2017/1132 en lo relativo al uso de medios y procesos digitales en el Derecho de Sociedades.

A pesar de que el análisis de la digitalización de las sociedades mercantiles, podemos abordarla desde diferentes perspectivas, lo centraremos en la digitalización de la constitución de sociedades mercantiles.

### OBJETIVO

El objetivo principal reside en hacer una breve exposición de la forma en la que el legislador español debe intentar dar respuesta a las directrices marcadas por el europeo en esta materia, aprovechando la necesaria transposición de la “Directiva de digitalización de sociedades”, Directiva (UE) 2019/1151 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019.

### DESARROLLO DEL TEMA

El legislador europeo persigue que el fundador pueda constituir la sociedad en línea sin aportar documentos y garantizando la exactitud de las operaciones sin su

personación. Para ello, establecerá medidas de control de la identificación de los solicitantes (videoconferencia más identidad electrónica de los socios) y su capacidad jurídica (entrevista a fin de comprobar que está entendiendo para qué está prestando consentimiento).

En este contexto normativo europeo, el legislador estatal se puede orientar por lo realizado en otros ordenamientos jurídicos de nuestro entorno para transponer la Directiva: por un lado, garantizar el mantenimiento del sistema de seguridad jurídica actual, no dejando la constitución de sociedades exclusivamente telemática sin intervención notarial por la poca seguridad que comporta. Por otra parte, acertar en la elección de los instrumentos tecnológicos que permitan la constitución en línea y logren la citada seguridad, a través de la intervención del notario para la identificación y acreditación de la capacidad jurídica necesaria.

En España ya contamos con la regulación acerca de la constitución telemática con escritura pública y estatutos modelo en la Ley 14/2013 de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y a su internacionalización. El desarrollo reglamentario se da mediante el RD 421/2015 de 29 de mayo que regula los modelos de estatutos-tipo y de escritura pública de constitución estandarizados para las sociedades de responsabilidad limitada regulándose también la Agencia Electrónica Notarial y la Bolsa de denominaciones sociales con reserva.

Los trámites de la constitución que no requieren de cambios en nuestra regulación, puesto que todos ellos pueden llevarse a cabo sin necesidad de presencialidad de los otorgantes, son: legalidad del objeto social, solicitud de denominación social, obtención de NIF, liquidación de ITP y AJD, solicitud de inscripción de la escritura de constitución...

A pesar de ello, en la actualidad, en España, contamos con dos procedimientos de constitución telemática, desde un Punto de Atención al Emprendedor y otro, desde la notaría. Este aspecto precisa de regulación por el legislador español para dar cumplimiento a la normativa europea, puesto que en ambos casos se requiere la personación en la notaría de los administradores. Además, resulta también imprescindible en nuestro sistema, dotar de formularios y modelos, así como de medios suficientes para la puesta en marcha de la normativa dictada, que hasta la fecha ha tenido escasa aplicación práctica.

## CONCLUSIONES

La tendencia en los ordenamientos jurídicos de nuestro entorno, es la homogeneidad de los procedimientos de constitución de sociedades, por lo que, parece recomendable, adoptar en nuestra norma los aspectos más positivos de cada regulación a fin de lograr el objetivo del legislador europeo y mantener la protección jurídica de la legalidad societaria.

Ha resultado una conclusión unánime entre nuestra doctrina la urgente necesidad de regular la simplificación de trámites en la fase de constitución de la sociedad por medio de la técnica y la informática, de tal forma que se agilicen los procesos que implica y favorecer así realidades como el emprendimiento.

**Palabras Clave:** Constitución digital de sociedades; digitalización en fase constitutiva de sociedades.



David Alejandro ARIAS CHÁVEZ<sup>1</sup>, Johana Elizabeth ABRIL ORTEGA<sup>2</sup>,  
Doris María CELI PINZA<sup>3</sup>

*Escuela de Ciencias Administrativas y Contables,  
(Pontificia Universidad Católica del Ecuador)*

<sup>1</sup> daarias@pucesd.edu.ec  
orcid.org/0000-0001-9479-147X

<sup>2</sup> jeabril@pucesd.edu.ec  
orcid.org/0000-0003-2120-681X

<sup>3</sup> dceli917@pucesd.edu.ec  
orcid.org/0000-0002-1593-5509

## Mecanismos de participación ciudadana en medios privados tradicionales de comunicación en Ecuador y su proceso de digitalización, bajo los principios de transparencia y acceso a la información

en Ecuador, los medios tradicionales de comunicación, públicos o privados, se encuentran regulados por diferentes entidades de Gobierno, estas promueven normativas para fomentar el libre derecho a la información. Es así, que la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) regula integralmente el rol de los medios a nivel nacional, y focaliza códigos deontológicos al criterio de transparencia en la obtención, manejo y difusión de los contenidos audiovisuales, así como el grado de participación ciudadana que tenga convergencia con estos espacios, destinados a este objeto.

Por otra parte, la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), regula a todas las entidades que generan información, la obligatoriedad de establecer canales para que los actores sociales sin restricciones puedan acceder a datos de forma pertinente, directriz que se encuentra enmarcada en el principio de publicidad. Dentro del contexto, la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (LOPC), garantiza que las organizaciones y personas naturales, pueden realizar actividades de interés público que permita resolver problemas comunes.

En tal sentido, el objetivo de la investigación es analizar los mecanismos de participación ciudadana, aplicados por los medios privados tradicionales de

comunicación, y su proceso de digitalización, bajo los principios de transparencia y acceso a la información. El estudio se vincula a los Objetivos de Desarrollo Sostenible Agenda 2030 (ODS), específicamente al objetivo 16, encausado a promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas. La metodología aplicada consistió en el enfoque cuanti-cualitativo, descriptivo, de diseño no experimental con una clasificación transeccional descriptiva. La población en estudio, se demarcó a 28 empresas del segmento, localizadas en nueve zonas de planificación a nivel nacional, por lo tanto, para determinar las seis variables se utilizó una matriz de impactos cruzados de multiplicación aplicada.

Como resultados se obtuvo, que, en la ciudad de Santo Domingo, perteneciente a la zona 4 de planificación nacional, se evidencia un medio de comunicación que dispone de dos espacios al aire en televisión de señal abierta, donde las personas que viven en zonas carentes de servicios básicos, pueden hacer pública su necesidad de forma gratuita, para que las autoridades seccionales, conozcan sus requerimientos y brinden una solución parcial o total. De esta forma, se contribuye a mejorar gradualmente la calidad de vida de los habitantes en los sectores rurales o en vecindarios urbano marginales carentes de gestión pública.

El primer espacio, se denomina Opinión Ciudadana y tiene una duración de dos minutos, y es difundido en la página web del medio de comunicación y las redes sociales. Además, se transmite en señal abierta por televisión; es decir, no es necesario cubrir un rubro por suscripción. El segundo espacio gratuito, se denomina Invitación Urbana, que mantiene un sentido social profundo, enfocado a las instituciones que mantienen una vinculación con la colectividad y sin fines de lucro, cuyo propósito es concientizar sobre los principales problemas sociales de la ciudadanía, e involucrarlos en brindar soluciones, para que organizaciones como orfanatos, centros geriátricos, entre otros, puedan continuar operando para el servicio de grupos vulnerables.

En base a lo contextualizado, el tema de la responsabilidad social de los medios de comunicación, en Ecuador, es un componente clave y prioritario de esta investigación, debido al recurrente debate que se genera actualmente en la sociedad y tiene relación al cumplimiento de los derechos humanos. Esta analogía conlleva a un proceso reflexivo, sobre el compromiso ético de la información que producen y proyectan al público, en sus diversas plataformas con el propósito de informar, formar y entretener. Es así que, deben integrarse a la dinámica de ser socialmente responsables, en los contenidos de la parrilla de programación.

**Palabras clave:** Publicidad; digitalización; programa de televisión; responsabilidad social.

Jorge Luis MARTÍNEZ MUÑOZ  
*Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú*  
mmjorgeluis@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-0229-3508

## Aplicación de la predictibilidad en las oficinas de atención al público del sector bancario

### INTRODUCCIÓN

Lograr reducir el tiempo de espera de los clientes en las oficinas de los bancos implica múltiples beneficios, siendo los principales: mejora la calidad de atención y reducción del tamaño de oficinas con el consiguiente ahorro en costos.

### OBJETIVO

Reducir el tiempo de espera de los clientes en Oficinas de Atención al Público del sector bancario.

### METODOLOGÍA

Determinación del tiempo de cada actividad/tarea desde el momento en que arriba el cliente hasta que abandona la oficina.

Propuesta de optimización de las actividades clave.

Simulación del sistema optimizado propuesto.

Evaluación de resultados.

## DISCUSIÓN

La Predictibilidad, aplicada en el contexto de estudio, consiste en la capacidad del sistema de poder predecir la operación que el cliente deseará realizar.

Cuando un cliente ingresa a una oficina se identifica con algún medio, esta información actualmente es sólo utilizada para ordenar la cola. Sin embargo, conociendo los productos actuales que tiene el cliente y su comportamiento histórico, es posible lograr deducir el motivo de su visita y preparar el sistema para su atención.

Añadiendo algunos cambios en el formato de oficina establecido, podríamos asegurar una sincronización entre el cliente que se acerca a la ventanilla y las operaciones propuestas por el sistema informático, incluyendo su identificación, tipo de operación, monto y moneda.

Se ha observado que hay dos actividades que pueden ser mejoradas:

- El tiempo de desplazamiento del cliente desde su posición de espera hasta la ventanilla asignada.
- El tiempo que le toma al operador del sistema, identificar al cliente, consultar qué operación desea realizar, la navegación entre las pantallas del sistema informático para situarlo en la indicada y la digitación de los datos.

## RESULTADOS

El proceso de simulación realizado determinó que, al mejorar las dos actividades indicadas, es posible lograr una reducción de hasta diez segundos en el tiempo de atención en ventanilla.

Si consideramos que el tiempo promedio de atención en la ventanilla es de cien segundos (bajo condiciones ideales), una reducción del diez por ciento es una mejora significativa que se traduce inmediatamente en reducción del tiempo de espera de los clientes.

En caso la predicción resulte errada y el sistema proponga una operación completamente diferente, el operador sólo tendrá que realizar las mismas tareas de identificación y navegación entre pantallas, es decir, en estos casos, la reducción de tiempo se reduce a cero.

La pandemia del covid19 ha cambiado las prioridades del sector bancario, poniendo énfasis en los canales digitales en vez de los presenciales. El número de las oficinas de atención al público se ha reducido y su distribución interna se ha optimizado. Sin embargo, aún serán necesarias en mayor o menor grado dependiendo del público objetivo.

El costo de una transacción presencial en oficina, es hasta cuarenta veces superior a la realizada en un canal digital. Por esta razón, las entidades bancarias impulsan e incentivan el uso de medios digitales entre sus clientes.



## CONCLUSIONES

Las oficinas de atención al público existirán por un largo tiempo aún. Siendo así, es preciso mejorar la eficiencia de sus procesos.

La predictibilidad funciona en un proceso con entorno controlado, el que debe ser adaptado para asegurar su máxima eficiencia.

La predictibilidad aplicada a la atención de clientes en oficinas del sector bancario logra reducir hasta en un diez por ciento el tiempo de atención del operador del sistema informático.

Es posible aplicarla en cualquier proceso, siempre y cuando se cuente con la información inicial mínima necesaria, así como la histórica de comportamiento.



Juan Pedro MARTÍNEZ-RAMÓN<sup>1</sup>, María del Pilar MARTÍN CHAPARRO<sup>2</sup>, Rosalía JÓDAR<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación, Universidad de Murcia, España*  
juanpedromartinezramon@um.es  
ORCID: 0000-0003-1770-6598

<sup>2</sup> *Facultad de Psicología, Universidad de Murcia (España)*  
mpmartin@um.es  
ORCID: 0000-0002-0405-3455

<sup>3</sup> *Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Católica de Ávila (España)*  
rosalia.jodar@ucavila.es

## COVID-19, digitalización y estrés docente: una revisión sistemática

### INTRODUCCIÓN

La situación de pandemia global declarada a raíz de la COVID-19 ha supuesto un antes y un después en los diversos ámbitos humanos, incluyendo el campo de la educación. Debido a la situación de no presencialidad, la comunidad educativa tuvo que realizar profundos y rápidos cambios en su metodología para proporcionar continuidad al sistema educativo a pesar del confinamiento. Este hecho supuso la necesidad de introducir herramientas digitales, explotar algunas tecnologías que ya existían pero que no se habían utilizado de forma masiva hasta el momento y formarse en un entorno nuevo, cambiante y amenazante.

En este contexto, el profesorado ha precisado de una gran inmersión en tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y en tecnologías del aprendizaje y del conocimiento (TAC) para adaptar el proceso de enseñanza-aprendizaje y continuar fomentando el desarrollo integral del alumnado en tiempos de pandemia. Esto ha supuesto una fuente de estrés derivada previsiblemente de la interacción de multitud de variables, entre las que se destaca la pandemia por COVID-19 y el estrés derivado del uso y abuso de la tecnología para poder llevar a cabo sus funciones, conciliar la vida familiar con la laboral y adaptarse a los cambios que llevaron al extremo la Ley de Moore de desarrollo tecnológico, entre otros aspectos.

## OBJETIVO

Por todo lo dicho anteriormente, el objetivo de esta investigación fue realizar una revisión sistemática que tuviera en consideración la interacción del estrés docente, los procesos de digitalización en el aula entendiendo dichos procesos de forma genérica- y la situación de excepción de COVID-19, partiendo temporalmente de dicho momento.

## METODOLOGÍA

Los principales criterios de inclusión fueron aquellos estudios que se centraron en el profesorado, tuvieron en cuenta factores de estrés, el uso de tecnología educativa o digitalización de las aulas y se ubicaron temporalmente de 2019 a 2022. Con respecto a la metodología seguida, se utilizó el método PRISMA y se seleccionaron las bases de datos de Web of Science y Scopus, seleccionando tanto artículos en inglés como en español. Los criterios de exclusión se centraron en descartar aquellos artículos escritos en otro idioma diferente de los mencionados y aquellos trabajos distintos de los artículos de investigación y revisión.

## RESULTADOS

Los resultados hallados mostraron que el estrés docente fue una realidad durante la pandemia por COVID-19 y que, en términos generales, los niveles del mismo se vieron afectados al alza. El hecho de tener que trabajar *in extremis* con nuevas tecnologías supuso una potente fuente de estrés que tuvo repercusiones en la salud psicológica. Las consecuencias de la pandemia, el confinamiento y la necesidad de aprender rápidamente estrategias para gestionar la tecnología supusieron un cambio de paradigma y un aumento de la ansiedad. La salud mental del profesorado se vio afectada y las consecuencias podrían seguir manifestándose durante un tiempo prolongado tras la normalidad relativamente global de la pandemia. Se estima que esta situación perjudicó la calidad de vida docente y que empeoró las relaciones interpersonales. Del mismo modo, también se observaron diversas estrategias de afrontamiento que parecían favorecer la gestión del estrés y que deberían tenerse en consideración de cara a desarrollar programas de prevención primaria.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las conclusiones de esta investigación pusieron de relieve una problemática a gran escala con repercusiones a largo plazo, en un colectivo profesional que es un eje

esencial del proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado y un enlace clave entre la familia y el centro educativo.

**Palabras clave:** afrontamiento; comunidad educativa; COVID-19; estrés docente; PRISMA.



Loreto LAÍN-PÉREZ  
*Universidad Católica de Ávila (UCAV), Calle Canteros s/n, 05005, Ávila (España)*  
loreto.lain@ucavila.es  
ORCID 0000-0002-8727-2556

## Papel del origen, la clase social y el clima educativo familiar en el rendimiento académico: estudio según TIMSS 2019

### RESUMEN

Existen numerosas y diferentes variables que influyen en el alumno y su entorno de aprendizaje, el estudio del grado de influencia de estas variables, tanto sobre su desarrollo como sobre sus resultados académicos han sido y sigue siendo objeto de estudio por parte de los investigadores educativos. Los objetivos de esta investigación a lo largo de los últimos años por parte de la comunidad educativa han sido, por un lado, la búsqueda de una mejora en la educación en nuestro país, y por otro, conseguir que los estudiantes españoles logren obtener mejores resultados académicos. Con este estudio, pretendemos contribuir en este campo de investigación y entender la relación que pueden tener determinadas variables sobre los resultados de los alumnos, para ello, nos hemos centrado en las variables contextuales del estudiante, como son su origen y clase social, así como su clima educativo familiar, aspectos que consideramos pueden tener un papel significativo en su rendimiento académico, ya que, la familia junto con la escuela tienen un papel fundamental en desarrollo de los niños, y una estimulación cultural dentro de su entorno familiar y social creemos que puede estar relacionado con un mejor resultado escolar de los alumnos. Para llevar a cabo el estudio, hemos trabajado sobre el rendimiento académico para los alumnos de educación primaria en las materias de matemáticas y ciencias, basándonos en la evaluación TIMSS 2019. De la base de datos que esta evaluación internacional nos aporta, hemos obtenido no solo información sobre los resultados, sino también sobre las diferentes variables a estudiar, a través de los cuestionarios de contexto que tanto los alumnos como su familia responden. Mediante un análisis ANOVA, hemos podido determinar si estos resultados académicos en matemáticas y ciencias del alumno dependían de las variables contextuales estudiadas. Los resultados del análisis

realizado nos muestran que, de las variables relacionadas con el origen y clase social del alumno, existe relación de dependencia del resultado académico en el caso del origen del alumno y de sus padres, de si el idioma que hablan habitualmente tanto el alumno como sus padres es el mismo que en el que realiza la prueba, y del tipo de trabajo de los padres en los casos en los que no se ha tenido nunca trabajo remunerado. Respecto de las variables relacionadas con el clima educativo familiar del alumno, hemos encontrado dependencia del resultado académico para el nivel educativo para cada uno de los padres, nivel educativo más alto de los padres y percepción de los padres sobre la escuela de sus hijos. En base a estos resultados obtenidos, se pueden proponer diferentes acciones para el centro, los tutores y los profesores, orientadas a comprender la realidad de su centro o aula, a entender el papel que tienen en los resultados académicos de los alumnos y a ayudar a los estudiantes a conseguir los mejores resultados posibles. Por último, creemos que, a partir de esta investigación, sería interesante realizar otras con técnicas que permitan un análisis multivariante, y también, analizar con mayor profundidad cuáles son las causas que pueden dar lugar a esta dependencia o independencia de las variables y el rendimiento académico.

**Palabras clave:** origen; clase social; clima educativo; rendimiento académico; TIM.



Luis Miguel GARAY GALLASTEGUI

*ESIC University. España*

luismiguel.garay@esic.university

ORCID:

## Impacto de la inteligencia artificial en los modelos de negocio exponenciales

### RESUMEN

El aprendizaje automático (Machine Learning) forma ya parte de la transformación digital de las empresas, permitiéndoles crear sistemas que aprenden automáticamente y mejoran con la experiencia sin necesidad de ser programados. Además, estas técnicas también se utilizan para extraer conocimiento o patrones de interés a partir de datos. Es por ello que el emprendimiento empresarial tiene en consideración las aportaciones de la Inteligencia Artificial y hacia dónde se dirigen estas tecnologías, considerándolas no solo desde un punto de vista tecnológico sino también por su impacto transformador en los negocios. Es en ese contexto donde los modelos de negocio lineales dan paso a los negocios exponenciales que son intensivos en el uso de los datos, con importantes beneficios en el emprendimiento y sin minusvalorar los riesgos en el uso de información sesgada o incompleta desde el propio diseño de dichos sistemas.

### ABSTRACT

Machine learning is already part of the digital transformation of companies, allowing them to create systems that learn automatically and improve with experience without the need to be programmed. Furthermore, these techniques are also used to extract knowledge or patterns of interest from data. That is why business entrepreneurship takes into account the contributions of Artificial Intelligence and where these technologies are headed, considering them not only from a technological point of view but also for their transformative impact on business. It is in this context where linear business models give way to exponential businesses that are intensive in the

use of data, with important benefits in entrepreneurship and without underestimating the risks in the use of biased or incomplete information from the very design of these systems.

**Palabras clave:** Machine Learning; Negocios exponenciales; Transformación Digital; emprendimiento; ética.

**Key words:** Machine Learning; Exponential Businesses; Digital Transformation; entrepreneurship; ethics.

María Elena CHUSPE ZANS

*Departamento Académico de Ingeniería Civil y Ciencias Básicas de la Universidad  
Nacional Intercultural de Quillabamba – UNIQ (Perú)*

maria.chuspe@uniq.edu.pe

ORCID: 0000-0003-2801-620X

## Trabajo de reflexión-chocaté: uniendo producción orgánica con el mundo, en un marco de igualdad de oportunidades

### INTRODUCCIÓN

El Perú promueve sistemas económicos neoliberales, que dinamizan multinacionales que usan materias primas de modo irracional, insostenible y con severas consecuencias ambientales de poca o nula responsabilidad social, que han generado profundas heridas en los pueblos menos beneficiados del interior del país.

La provincia de La Convención representa el 56.3% del territorio del Departamento del Cusco en Perú y la cordillera de los Andes atraviesa en medio generando gradientes altitudinales con diversos climas y ecosistemas que permiten la producción del té y café, y variabilidad genética de especies nativas del cacao de muy alta calidad. También presenta diversidad cultural, agricultores con visiones de desarrollo que respetan el entorno natural, que paulatinamente se reducen por la falta de oportunidades económicas para la inserción de sus productores a cadenas de valor más justas.

El objetivo de esta propuesta es generar nuevas alternativas de nichos de mercado digital que enlace la producción orgánica y transformada de pequeños productores, con acceso directo a los consumidores amantes de estos productos, que estén dispuestos a promover, contribuir en el empoderamiento, otorgando seguridad económica, social, dignidad y respeto al trabajo comunal y familiar de estos productores peruanos a cambio de calidad garantizada en los productos ofertados.

## DESARROLLO DEL TEMA

La provincia de La Convención produce variedades de café, cacao chuncho (especies nativas) y té con producción orgánica. Comparado con otros lugares del Perú y el mundo, no tiene problemas de contaminación del suelo por cadmio. Por estas razones, muchas empresas nacionales y extranjeras llegan a la provincia, para adquirir sus materias primas en granos y hojas secas a precios bajos y antojadizos, que luego son transformados en productos procesados, que retornan a nuestro país, sólo para satisfacer mercados de élite económica (sistemas económicos depredadores).

Y si queremos cambiar este escenario, deberá promoverse la organización de estos pequeños productores que procesan el café, tostado, molido y envasado bajo el cumplimiento de estándares SCAA. Asimismo, procesan el chocolate puro. Ambos productos anualmente vienen ocupando los primeros puestos en eventos nacionales como “Taza de excelencia”, “Chocafest” “Ficafé”; así productos de té negro y verde de calidad que atraen inversionistas que sólo desean capturar materias primas. **Se propone que todos estos productos sean colocarlos en una plataforma digital que permita acceder directo a los consumidores del mundo, mostrándose los productos en vitrinas digitales que demuestren la calidad de su trazabilidad mediante realidad aumentada**, desde las labores agrícolas, cosecha, postcosecha y transformación en una primera etapa. Posteriormente con los ingresos generados ir mejorando, innovando y diversificando hasta lograr la implementación de institutos de investigación. Estos institutos tendrán unidades de investigación que extiendan la experiencia a más productores capacitando en: Manejo agrológico orgánico, Cosecha, Postcosecha, Diversificación industrial, que permitan generar productos procesados hasta diversificar la pasta pura en manteca, cocoa, y el café y chocolate en jarabes, licores, blends y productos liofilizados y otros productos como extracto del fruto del café, extracto de café y derivados. Mejorar la calidad del té negro, blanco, verde, enulados, medicinales, blends. Hasta el desarrollo de un área de **gestión empresarial y de comercialización**, creando branding que resalte el origen y muestre los fines de esta emprendedora iniciativa, con convenios, contratos, ferias internacionales, marketing digital, páginas web hasta lograr productos con marcas colectivas de calidad y sellos verdes.

## CONCLUSIONES

Esta propuesta es conducente a generar nuevos modelos de comercialización digital para la producción transformada y sostenible del cacao, café y te, en la provincia de La Convención (Perú), bajo los contextos de respeto cultural al modo de vida y visiones de desarrollo económico, social y ambiental de los pequeños productores.

**Palabras clave:** mercado digital; pequeños productores; café; cacao; te.

María Isabel MAROTO CUENCA  
poderjudicial.mmc@gmail.com

## Los menores acogidos y el entorno educativo

### INTRODUCCIÓN

El sistema de protección de menores en España articula para todos aquellos niños, niñas y adolescentes que se encuentren en situación de desamparo distintos recursos atendiendo siempre al interés superior del menor, entre los que se encuentran medidas, unas de carácter definitivo como la adopción y otras de carácter provisional, como el acogimiento, dirigidas al retorno del menor a su familia de origen o a la adopción de medidas definitivas. Estas medidas provisionales de protección tendientes a proporcionar al menor la asistencia necesaria para satisfacer sus necesidades básicas de alimentación, vestido, educación o sanidad son el acogimiento residencial mediante el ingreso del menor en un centro asistencial o el acogimiento familiar que se materializa integrando al menor en un entorno familiar distinto al suyo tanto ajeno al mismo como en su propia familia extensa, esto es abuelos, tíos... etc. El entorno educativo se presenta como referencia necesaria para la evolución del menor y su adaptación a la nueva situación familiar.

### OBJETIVOS

Estudio de la problemática de adaptación de estos menores en su centro educativo, siendo necesario establecer estrategias que faciliten su integración que en la mayoría de los casos acumulan experiencias de conflictividad familiar y social que dificultan su adaptación al entorno educativo. La aprobación de la Ley Orgánica de Protección Integral a la Infancia y la Adolescencia frente a la Violencia (8/2021, de 4 de junio, LOPIVI) supone una oportunidad para que niñas, niños y adolescentes que asisten a los centros educativos cuenten con la mayor protección frente a cualquier tipo de violencia. En cumplimiento de esta norma en los centros educativos se crea la nueva figura profesional del coordinador o coordinadora de bienestar y protección regulada en el artículo 35 que será la encargada de aglutinar capacidades y recursos

para velar por el derecho a la protección integral de la infancia y en concreto de estos menores con medidas de protección.

### METODOLOGÍA

Se trata de estudiar la carencias y problemática que los menores pueden presentar en los centros escolares tanto en su trato con otros menores y profesores como la influencia que su situación familiar puede tener en la adaptación, aprendizaje y socialización con otros alumnos.

### DISCUSIÓN

Dar respuestas a esta necesidad de adaptación de estos menores al centro educativo que proporcione el éxito en la evolución de su aprendizaje, así como de apoyar la labor docente adoptando medidas para mejorar su atención y adaptación con intervención de los propios recursos disponibles en cada centro.

### RESULTADO

Por ello será necesario adoptar un plan de acogida en función del ciclo educativo del menor o su edad, asegurar la confidencialidad de la información del menor o adolescente a fin de asegurar el derecho a su intimidad, evitando en todo caso cualquier situación de discriminación no solo de hecho sino mediante el empleo de lenguaje evitando expresiones inadecuadas, discriminatorias o excluyentes, siendo necesaria evaluación psicosocial a través de los recursos del propio centro.

### CONCLUSIÓN

El estudio pretende analizar las distintas medidas a adoptar en los centros educativos en los que cursen sus estudios niños, niñas y adolescentes bajo medida de acogimiento familiar que puedan precisar necesidades educativas especiales o presenten dificultades en el aprendizaje derivadas de su situación, así como las derivadas de adaptación a su nueva realidad familiar y social que han dado lugar a la medida de protección. Es preciso hacer una breve referencia a la figura del coordinador o coordinadora de bienestar y protección introducido por la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia.

**Palabras clave:** Acogimiento familiar; Protección y atención a la infancia; centros educativos y coordinador de bienestar y protección.

María Magdalena HERNÁNDEZ BORREGO<sup>1</sup>, Martha Patricia TELLO ORDUÑA<sup>2</sup>,  
Israel HERNÁNDEZ BORREGO<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Docente-investigador. Universidad Autónoma de Coahuila. México*  
magda\_hb@hotmail.com  
ORCID: 0000-0001-7563-9018

<sup>2</sup> *Docente-investigador. Universidad Autónoma de Coahuila. México*  
tellomp@yahoo.com.mx  
ORCID: 0000-0003-3205-8154

<sup>3</sup> *Estudiante del Doctorado en Planeación y Liderazgo Educativo. Universidad Autónoma del Noreste. México*  
israelhernandezborrego@hotmail.com  
ORCID: 0000-0002-4549-6981

## Beneficios y evolución de la factura electronica

La factura tradicional en México ha ido evolucionando a través de los años, generando grandes aportaciones para las micro, pequeñas y medianas empresas (MI-PYMES); en el caso de la factura electrónica, desde su nacimiento, se vio como una necesidad para establecer grandes beneficios para el contribuyente como para la autoridad fiscal. En el 2004 se inicia la modificación al Código Fiscal de la Federación (CFF) en sus artículos 29 y 29-A fracciones I, II, III, IV, V y VI, así como de la Resolución Miscelánea Fiscal (RMF) de 2004 en el Anexo 20 para migrar de una factura de papel a una factura electrónica, pero no es sino hasta el año 2014 que se vuelve una obligatoriedad para las empresas emitir facturas electrónicas, ya sea para las grandes organizaciones como para las pequeñas.

En este contexto, la factura es un documento comercial que permite verificar la realización de una transacción realizada entre un comprador y un vendedor, donde este último se compromete a brindar un servicio o la entrega de un producto; así como también adquiere la obligación de realizar el pago correspondiente de los impuestos, de acuerdo a lo reflejado en dicho documento tributario.

En lo que respecta al término de la factura electrónica en México, el Servicio de Administración Tributaria (SAT) la considera un tipo de comprobante fiscal digital con validez legal, que hace uso de estándares técnicos de seguridad reconocidos

internacionalmente, que garantizan la “integridad, confidencialidad, autenticidad, unicidad y no repudio del documento”; la cual puede ser generada, transmitida y resguardada haciendo uso de medios electrónicos. (Servicio de Administración Tributaria, 2014).

Así pues, dentro de este proceso de evolución la factura electrónica dejó de llamarse Comprobante Fiscal Digital (CFD) y paso a llamarse Comprobante Fiscal Digital por Internet (CFDI); de igual forma en una nueva modificación del Anexo 20 de la RMF el 1.º de julio de 2017 se realiza el cambio en los CFDI de la versión tres punto dos que era obligatoria para todos los contribuyentes a partir del 2014, y entra en vigor la nueva versión tres punto tres, la cual era la única versión con la que se podrían expedir las facturas desde principios de enero del 2018.

Es por ello, que la presente investigación tiene por objetivo describir los beneficios que ha aportado la facturación electrónica al funcionamiento de las empresas, así como su evolución dentro del contexto fiscal. La presente investigación es de tipo cualitativa y documental; donde a través del método descriptivo se definen la facturación electrónica, dejando de manifiesto los grandes beneficios que se tienen, así como también la prevención de la evasión de los impuestos a través del uso de la facturación electrónica.

De esta forma la evolución de la factura trajo consigo grandes beneficios a la utilización de la facturación electrónica, ya que ha permitido que las transacciones comerciales, sean más rápidas y eficientes, puesto que su generación ha representado grandes ahorros en tiempo, al disminuir la posibilidad de que se cometan errores en el proceso de captura, para evitar sanciones que la autoridad fiscal pudiera imponer por omisiones en el llenado; así como también ha permitido la eliminación o reducción de procesos de impresión y almacenamiento, dando como resultado una reducción de costos tanto para las empresas que las generan como para los usuarios que las reciben.

**Palabras claves:** Factura electrónica; evasión fiscal; beneficios de la facturación electrónica.



María SÁEZ DE PROPIOS  
*Universidad Católica de Ávila*  
maria.saez@ucavila.es  
ORCID: 0000-0002-3221-0446

## El derecho al honor en Instagram

### INTRODUCCIÓN

Se pretende analizar el derecho al honor en la red social Instagram, equilibrio con la libertad de expresión en esta red social y los límites de la libertad de expresión. Vulneraciones típicas del derecho al honor en Instagram, así como la autorregulación que ofrece actualmente esta red social para limitar las intromisiones ilegítimas a un derecho personalísimo como es el honor.

### OBJETIVOS

El objetivo es identificar las herramientas y formas de compartir contenido por los usuarios en Instagram para analizar el tipo de publicaciones en diferentes formatos de texto y audiovisuales en los que se pueden infringir derechos fundamentales como el derecho al honor. Asimismo, se pretende exponer las normas de autorregulación por las que actualmente se rige Instagram y los mecanismos de autorregulación de esta red social. Por último, analizar la problemática de la autorregulación de esta red social.

### METODOLOGÍA

Se ha analizado el marco jurídico existente en España, las condiciones de uso de Instagram, así como los intentos de autorregulación que se están planteando.

### DISCUSIÓN

Con este trabajo se pretende combinar la regulación jurídica actual, la jurisprudencia, las condiciones de uso de los diferentes prestadores de servicios con un impulso de la autorregulación –ayudada por la inteligencia artificial– para conseguir una regulación eficaz del derecho al honor y la libertad de expresión en las RRSS.

### RESULTADOS

El derecho al honor es uno de los derechos fundamentales más vulnerados en las Redes Sociales. La problemática que presentan son la publicación y difusión de información por parte de los usuarios, quienes suministran los contenidos. La difusión de información, que se lleva a cabo a través de la elaboración de contenidos y su publicación en los diferentes perfiles de los usuarios, es a su vez consecuencia del ejercicio del derecho a la libertad de expresión, entendido como el derecho a manifestar los pensamientos ideas y opiniones.

El funcionamiento de las Redes Sociales de Internet permite la difusión de información personal por parte de terceros y la pérdida de control de la información suministrada por el propio usuario. Las publicaciones de Instagram permiten agregar etiquetas que permiten individualizar a una persona, en los comentarios y opiniones, y en la información que sobre un determinado sujeto (o sobre sus actos) se coloca en los perfiles y en los distintos espacios de acceso público. En muchos casos los usuarios publican información de otras personas (usuarios o no) sin el consentimiento de los afectados y sin tomar conciencia los resultados de sus acciones. Incluso los afectados pueden no saber que su información o fotografías están publicadas en una red social.

### CONCLUSIONES

La autorregulación presenta fallos en los algoritmos al limitar y borrar publicaciones que no vulneran el derecho al honor. El principal caballo de batalla es cómo limitar el poder que acumulan en la actualidad gigantes como Instagram.

**Palabras clave:** Derecho al honor; Instagram; autorregulación.

Maripaz MUÑOZ PRIETO<sup>1</sup>, Noelia MUÑOZ DEL NOGAL<sup>2</sup> y M.<sup>a</sup> Peana CHIVITE  
CEBOLLA<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Facultad de Ciencias Sociales y Jurídica, Universidad Católica de Ávila (España)*

maripaz@ucavila.es

ORCID: 0000-0001-9527-882X

<sup>2</sup> *Facultad de Ciencias Sociales y Jurídica, Universidad Católica de Ávila (España)*

noelia.munoz@ucavila.es

ORCID: 0000-0003-4816-9326

<sup>3</sup> *Facultad de Ciencias Sociales y Jurídica, Universidad Católica de Ávila (España)*

mpeana.chivite@ucavila.es

ORCID: 0000-0003-4774-6259

## Economía colaborativa: transformación digital y RSC

La popularización de las nuevas tecnologías ha facilitado la creación de un nuevo modelo empresarial, la Economía colaborativa. Este nuevo marco económico está centrado en la colaboración y ayuda mutua estando presente en prácticamente todos los sectores. El uso masivo de las tecnologías y de las redes sociales, así como la crisis financiera del 2008 han favorecido el crecimiento exponencial de este tipo de actividades. Los beneficios generados en el territorio europeo en este tipo de actividades en el año 2015 se estiman en 4.000 millones de euros, con una cifra total de transacciones cercana a los 28.000 millones de euros y con una previsión altísima de crecimiento para el año 2025 que podría alcanzar los 335.000 millones de cifra de negocios.

La Economía Colaborativa ha permitido a muchos usuarios poner en el mercado, de una manera relativamente fácil, bienes que no utilizaban, o servicios, para poder conseguir algunos ingresos extras. También han influido en el éxito de este modelo uso generalizado de plataformas de pago o la adopción de medidas de generación de confianza por parte de las plataformas, así como la reducción de los costes de información y transacción, lo que ha permitido la entrada de numerosos usuarios.

Otro aspecto importante es que la terminología utilizada para definir esta nueva realidad todavía es muy variada y no hay un consenso entre autores, pudiendo encontrar términos como Consumo colaborativo, co-creación, economía circular, o

voluntariado online, aunque sin duda el término Economía Colaborativa es de uso generalizado, aunque su traducción del inglés Sharing Economy presenta algunos problemas por las connotaciones que tiene la palabra “colaborativa”. Estos problemas pueden ser parcialmente debidos a que los roles de productor y consumidos no son asimétricos y son desempeñados por los participantes de manera indistinta. Estas cuestiones ponen de manifiesto que la Economía colaborativa no solo beneficia a los usuarios que la utilizan, sino que fomentaría el consumo responsable y sostenible que, sin duda, sería beneficioso para nuestro planeta.

Todas estas realidades vistas anteriormente, tienen unos pilares o características comunes, como pueden ser: el uso intensivo de las tecnologías, creación de comunidad y facilidad de acceso a los usuarios a distintos bienes y servicios, donde la propiedad de los mismos queda relegada en favor del derecho al uso. Sin duda esta actividad resulta atractiva a los usuarios por las ventajas que pueden percibir: servicios más baratos, un aumento de la oferta de los bienes puestos en circulación o su compromiso con el desarrollo sostenible.

El objetivo del presente trabajo es comprobar si gracias a estas características la Economía colaborativa puede acercarse a la Economía Social en algunos aspectos. En concreto se analizará la implicación explícita de estas plataformas con la Responsabilidad social y la sostenibilidad. Para ello se ha realizado un estudio, sobre una base de 610 organizaciones clasificadas como de consumo colaborativo, en España en enero de 2017. Se ha comprobado que a fecha de mayo de 2022 solo quedan 253 activas, lo que muestra una alta volatilidad de este tipo de organizaciones. Sobre ellas se selecciona una muestra de 40 para comprobar este compromiso a través de un indicador múltiple. La base del análisis se centrará en la información publicada en sus páginas web.

**Palabras clave:** Economía colaborativa; RSC; sostenibilidad.

Marta CASTILLO SEGURA  
*Departamento de Humanidades y Educación,  
Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila (España)*  
marta.castillo@ucavila.es  
0000-0002-4428-8101

## Las TIC y otras metodologías innovadoras aplicables al alumnado con dificultades de aprendizaje

### INTRODUCCIÓN

Las TIC son herramientas y recursos tecnológicos que permiten comunicar, crear, diseminar, almacenar y gestionar la información. El empleo de estos recursos no es únicamente responsabilidad del profesorado, sino de todo el centro escolar ya que permiten capacitar al alumnado a tomar conciencia del papel de los medios en la propia vida social, a que conozcan los mecanismos técnicos y simbólicos y, por último, a promover criterios de valor que permitan discriminar y seleccionar aquellos productos de mayor calidad cultural.

Para que las TIC sean eficaces y su uso sea el adecuado, el profesorado debe conocer y valorar sus posibilidades, dominar herramientas básicas para su uso en el aula, conocer y analizar los diferentes materiales multimedia, desarrollar nuevas metodologías de trabajo con ellas y, por último, conocer y realizar actividades con recursos multimedia y vía internet.

### OBJETIVOS

Mediante el presente trabajo se persiguen los siguientes objetivos:

- a) Conocer la funcionalidad de las TIC en el ámbito educativo.
- b) Describir las diversas metodologías innovadoras.
- c) Describir la formación docente en este ámbito.

## DESARROLLO DEL TEMA

El empleo de las TIC en alumnos con dificultades de aprendizaje resulta eficaz en los procesos de enseñanza y aprendizaje, por ello, se ha observado una mayor práctica en los centros escolares.

Una de las herramientas digitales que se pueden emplear, en primer lugar, son las denominadas *Tecnologías Asistenciales o de Apoyo*, que permiten compensar las dificultades mediante la potenciación de aquellas habilidades que están intactas.

En segundo lugar, encontramos los *softwares educativos*, los cuales, permiten aprendizajes más flexibles y motivacionales, sin olvidar la interacción y el respeto de los diferentes ritmos de aprendizaje presentes en el alumnado. A pesar de ello, no existen en el mercado, actualmente, gran cantidad de este tipo de herramientas dirigidas, de manera específica, a alumnos con dificultades de aprendizaje, ya que es más económico crearlos para un público más general. A pesar de ello, se consideran herramientas muy eficaces si son comparados con metodologías tradicionales de enseñanza-aprendizaje.

En tercer lugar, se emplean los *videojuegos* para superar las dificultades de aprendizaje, de manera indirecta, ya que permiten mejorar y potenciar las habilidades atencionales, la coordinación óculo-manual, la socialización, la motivación, etc.

En cuarto lugar, encontramos la *animación 3D*, que permite crear escenarios ficticios, dando lugar a una mejor comprensión de conceptos abstractos.

Para que todas estas herramientas sean eficaces deben ser bien aplicadas. Para ello, es imprescindible la formación docente en este ámbito. El profesorado debe entender esta implementación como un agente de cambio que permita, al alumnado, lograr los objetivos requeridos en cada etapa educativa.

Por ello, se puede afirmar que el papel que desempeña el profesorado en la implementación de estas técnicas es de gran importancia.

## CONCLUSIONES

El empleo de las TIC no únicamente permite un incremento de las potencialidades del alumnado con dificultades de aprendizaje, sino que además permite reducir los obstáculos de acceso al mismo, además de un mayor rendimiento en la enseñanza e inclusión de todo el alumnado.

Existen una gran variedad de herramientas como la Tecnología de Asistencia o de Apoyo, los softwares educativos y las herramientas 3D, las cuales, permiten superar las dificultades de aprendizaje.

Es necesario seguir investigando y desarrollando nuevas tecnologías y softwares educativos que permitan adquirir las habilidades necesarias para potenciar y mejorar los resultados escolares y, de esta manera, evitar el fracaso escolar.

También, al observarse un incremento del empleo de las TIC en las aulas, se predispone a seguir investigando sobre ello y verificar hasta qué punto pueden lograr una disminución de dichas dificultades.

Como se puede observar, llama la atención la gran necesidad de formación docente en nuevas tecnologías y cómo implementarlas en el aula.

**Palabras clave:** TIC; innovación docente; metodologías innovadoras; dificultades de aprendizaje; enseñanza-aprendizaje.





Pablo FERNÁNDEZ-ARIAS<sup>1</sup>, Álvaro ANTÓN-SANCHO<sup>2</sup>, Diego VERGARA  
RODRÍGUEZ<sup>3</sup>

*Departamento de Ingeniería Mecánica, Universidad Católica de Ávila (España)*  
pablo.fernandezarias@ucavila.es  
ORCID: 0000-0002-0502-5800

*Departamento de Matemáticas y Ciencias Experimentales,  
Universidad Católica de Ávila. (España)*  
alvaro.anton@ucavila.es  
ORCID:0000-0002-1901-3878

*Departamento de Ingeniería Mecánica, Universidad Católica de Ávila. (España)*  
diego.vergara@ucavila.e,  
ORCID: 0000-0003-3710-4818

## Análisis coste-beneficio de la realidad virtual en el desarrollo del metaverso formativo

La necesidad de generar nuevas herramientas de comunicación e interacción social durante el confinamiento sufrido a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 ha sido el punto de partida para realizar la transición de una sociedad analógica hacia una nueva sociedad digital. Del mismo modo, este escenario global ha permitido identificar la necesidad de nuevos entornos virtuales e inmersivos, en los que la sociedad pueda desarrollar todas sus actividades y relaciones, incluidas las económicas, laborales y educativas.

A lo largo del año 2021 se ha afianzado el uso del término “metaverso” en relación con un nuevo enfoque tecnológico y computacional que dé cabida a esta nueva sociedad digital. Aunque su origen es anterior y se puede encontrar en la ciencia ficción, numerosas referencias en medios de comunicación y dentro de la comunidad científica desarrollan este concepto de formas muy diversas. De este modo, grandes son las expectativas de desarrollo y crecimiento tecnológico del metaverso para los próximos años en diversos sectores de actividad económica (ingeniería, comercio, diseño, comercio, inmobiliario, entretenimiento, etc.) y se espera que sigan creciendo en los siguientes años.

Sin embargo, es en el sector de la formación donde el metaverso se posiciona como una tecnología necesaria e imprescindible para alcanzar un proceso de enseñanza-aprendizaje digital eficaz, en el cual los participantes puedan adquirir las competencias blandas, específicas y digitales, necesarias para los nuevos profesionales, que deben ser capaces de liderar dentro de sus respectivas organizaciones el uso de las nuevas tecnologías digitales. En este sentido, el impacto del metaverso formativo se extiende tanto a la educación reglada, encaminada a la obtención por parte del alumno de un título con validez académica, como al training empresarial, cuyo objetivo es la adquisición por parte de los profesionales de nuevos conocimientos y competencias. Ante este escenario, diversas tecnologías disruptivas aumentan sus expectativas de desarrollo y se posicionan como tecnologías de referencia para desarrollar este metaverso formativo: (i) el blockchain; (ii) la realidad aumentada (RA); (iii) la inteligencia artificial (IA); (iv) el internet de las cosas (IoT); y (v) la realidad virtual (RV).

Tras años de desarrollo, la RV es una de las tecnologías relacionadas con el metaverso con un ciclo de desarrollo más maduro. La RV permite desarrollar un mundo digital en el cual los estudiantes pueden interactuar entre sí y con el propio entorno digital, generando simulaciones y modificaciones en el mundo virtual, e incluso interacciones entre el mundo real y el virtual. Las expectativas en torno al desarrollo masivo del metaverso formativo, auguran una nueva etapa de crecimiento y desarrollo para la tecnología RV. Sin embargo, el coste económico que conlleva la implantación de las tecnologías de RV es habitualmente identificado como una de sus limitaciones y la principal razón que frena su implantación en numerosos centros educativos y formativos.

A la vista de este escenario, el objetivo de la presente investigación es desarrollar una herramienta de evaluación para facilitar el proceso de selección y la toma de decisiones alrededor de los proyectos de desarrollo de las distintas variantes técnicas de la RV –la realidad virtual inmersiva (RVI) y la realidad virtual no inmersiva (RVNI)– en el sector de la formación. Esta herramienta de evaluación se estructura alrededor de una metodología basada en el análisis coste-beneficio (ACB) de las diferentes variantes tecnológicas de la RV. Tras desarrollar las diferentes variantes técnicas de la tecnología RV, las conclusiones de esta investigación determinan la viabilidad técnica y económica de los diferentes proyectos de implantación de la tecnología RV en el próximo metaverso formativo.

Patricio CURY PASTENE

*Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Chile*

cury.asociados@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0501-4386

## Reacciones empresariales ante el ciberactivismo a propósito de conflictos socioambientales

### INTRODUCCIÓN

Las empresas en la actualidad se encuentran cada vez más expuestas al escrutinio público, de una manera nunca antes vista, desde el establecimiento de los medios de comunicación masivos.

El fenómeno de la comunicación de masas, a partir de fines del siglo XIX y durante gran parte del siglo XX, estuvo determinado por un proceso de mediación comunicacional entre los ciudadanos y los grandes actores económicos, llevado a cabo por la opinión pública, entendida esta como los medios de comunicación masiva y los periodistas que se desempeñaban en dichos medios.

Sin embargo, a partir del desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación, es que se romperá este proceso de mediación, en el cual los ciudadanos comenzarán a participar de una manera directa en la formación de flujos comunicacionales, que no se han conocido con anterioridad en la sociedades contemporáneas, de forma tal que los procesos de gestión de la imagen y reputación de algunas empresas –así como de personas o directivos empresariales– quedará a merced de estos flujos de información, especialmente en las redes sociales.

### OBJETIVOS

Dilucidar cuál es la reacción de las empresas frente al surgimiento de un nuevo tipo de activismo, a saber, el Ciberactivismo, y la manera en la cual interactúan empresas y ciberactivistas, especialmente a propósito de conflictos socioambientales.

## METODOLOGÍA

Se utilizará una revisión de la literatura existente a propósito del ciberactivismo, especialmente con ocasión de los conflictos socioambientales. También se analizarán los casos paradigmáticos conocidos en materia de ciberactivismo ambiental.

## DISCUSIÓN

Se pretende analizar, por una parte, el creciente fenómeno del ciberactivismo, como una nueva forma de movilización ciudadana a propósito de situaciones de conflicto generadas en concreto por conflictos socioambientales.

Por otro lado, se busca contrastar el ciberactivismo, con la participación ciudadana y con los mecanismos formales de participación que se establecen en materia medioambiental, a propósito del rol que cabe a la ciudadanía en el otorgamiento de la denominada “licencia social”.

La idea es contraponer, la posibilidad de gestionar el ciberactivismo por parte de las empresas, o bien estas se encuentran a merced de un fenómeno nuevo, masivo y que pudiere parecer inmanejable, por lo menos en la mayoría de las sociedades abiertas y democráticas de la actualidad.

## RESULTADOS

En base a la contraposición tanto de la literatura como de la casuística a propósito de los conflictos socioambientales, en diversos lugares, se pretende sistematizar-en lo posible considerando la extensión y límites del formato en el cual se exponen estos resultados, a fin de poder efectuar un proceso de deducción o de inferencia en base a los resultados obtenidos.

## CONCLUSIONES

A partir de la sistematización efectuada y de los resultados obtenidos, es que se pretende formular, a modo de conclusión acerca de la preeminencia del control por parte de la empresa del proceso de ciberactivismo medioambiental, o bien establecer una imposibilidad concreta de poder gestionar los procesos de ciberactivismo, en materia de conflictos socio-ambientales.

También se referirá al respeto a los derechos fundamentales a propósito de la posible reacción de las empresas, como uno de los límites objetivos frente a campañas masivas de ciberactivismo que las empresas han de enfrentar en su actividad.

Ricardo REIER FORRADELLAS  
*Universidad Católica de Ávila*  
ricardo.reier@ucavila.es  
ORCID: 0000-0002-4790-0351

## La aplicación de las nuevas tecnologías en los nuevos procesos de emprendimiento

### RESUMEN

El desarrollo e implementación de proyectos de emprendimiento es uno de los definidores del nivel de desarrollo de los entornos en los que estos proyectos se realizan. No cabe duda que, a través de la puesta en marcha de ideas innovadoras, se influye de manera directa en el nivel de desarrollo económico del entorno al que afectan estas iniciativas. Con el actual desarrollo tecnológico la vinculación entre proyecto innovador, emprendimiento y aplicación directa de la tecnología se ha convertido en una verdadera realidad. Dentro de estos proyectos emprendedores, en los últimos tiempos ha tomado un protagonismo estelar el concepto de Stratup, referido a aquellas nuevas empresas que desarrollan su actividad en un contexto de total incertidumbre –marcada por la actual situación de globalidad y competencia– y que tienen como base de desarrollo una fuerte base tecnológica. En este trabajo se desarrollarán los conceptos principales que describen esta nueva realidad prestando especial atención a las características, no solo de esta tipología de empresas, sino al perfil de los emprendedores asociados a esta nueva realidad. Del mismo modo, se analizarán las posibilidades que ofrecen este tipo de proyectos al provocar verdaderas sinergias con otros agentes involucrados en el proceso para poder desarrollar la aparición de un nuevo ecosistema digital ligado al desarrollo tecnológico.

En este proceso, se desarrollará una metodología para poder favorecer la aparición de estos ecosistemas empresariales marcados por el desarrollo de Startups de base tecnológica que sirvan para desarrollar económicamente los entornos en los que se establezcan. Este proceso consiste en vincular metodologías que permitan la proliferación de este tipo de ecosistemas y las posibilidades que ofrece el entorno. Lógicamente, se analizarán los requisitos previos que deben producirse para que este proceso culmine con éxito. Por último, se presentarán resultados vinculados al

proceso como puede ser la capacidad de estos ecosistemas de Startup de contribuir a solucionar problemas estructurales de la realidad española como la despoblación, el envejecimiento o la falta de oportunidades en muchas áreas geográficas.

La propia idiosincrasia de las Startups, junto con el nuevo contexto definido por la pandemia sanitaria producida por el coronavirus, va a suponer una oportunidad para el desarrollo de este tipo de proyectos en la medida que conceptos como el teletrabajo, la posibilidad de trabajar en remoto, la búsqueda de ubicaciones diferentes a las grandes urbes u oficinas tradicionales, etc. están cada vez más asentados. Bajo esta nueva coyuntura, y con las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías en el desarrollo de oportunidades de negocio al margen de las dinámicas habituales, será posible el desarrollo de estos procesos de emprendimiento de base tecnológico en entornos que reúnan una serie de condiciones determinadas, distintas de las necesidades de negocios más tradicionales.

Lógicamente, en el trabajo se tendrá en cuenta que el primer requisito ligado a cualquier modelo empresarial es su propia sostenibilidad desde el punto de vista de negocio y financiero. Es decir, cualquier modelo de incentivo para fomentar el desarrollo de cualquier Startup nunca será capaz de suplir la falta de viabilidad en el mercado del proyecto. Es más, si se diera esta situación se estaría con un despilfarro de fondos. Como resultados del trabajo se expondrán las necesidades que tienen este tipo de Startup en cuanto a escalabilidad y monetarización.

**Palabras clave:** Digitalización; Emprendimiento; Startup; Desarrollo Económico.

Rosalía JÓDAR MARTÍNEZ<sup>1</sup>, María del Pilar MARTÍN CHAPARRO<sup>2</sup>,  
Juan Pedro MARTÍNEZ RAMÓN<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Católica de Ávila (España)*  
rosalia.jodar@ucavila.es

<sup>2</sup> *Facultad de Psicología, Universidad de Murcia (España)*  
mpmartin@um.es  
ORCID: 0000-0002-0405-3455

<sup>3</sup> *Facultad de Psicología, Universidad de Murcia (España)*  
juanpedromartinezramon@um.es  
ORCID: 0000-0003-1770-6598

## La brecha digital en los jóvenes durante la Covid-19

La reciente pandemia producida por la Covid-19 ha tenido repercusiones en todos los ámbitos de la vida, siendo los cambios en la forma de relacionarnos uno de los más importantes. La necesidad impuesta de aislamiento social como forma de contención de la enfermedad supuso, entre otras cosas, un importante aumento del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), intensificándose la digitalización de las prácticas sociales y la dependencia de la conectividad, sobre todo en ámbitos como el trabajo, la educación o las redes de apoyo social. Pero no toda la población ha tenido las mismas oportunidades de acceso a las TIC, en algunos casos, debido a no disponer de recursos económicos para comprar los dispositivos que facilitan el acceso a las mismas, y, en otras ocasiones, por no disponer de conexión favorable a internet. Por lo que se han producido diferencias entre la población para disfrutar de las ventajas que supone el acceso a las TIC.

Con el objetivo de conocer cómo se ha visto afectada la población infanto-juvenil en cuanto a la igualdad de oportunidades de acceso a las TIC, se ha llevado a cabo una revisión sistemática de los tres últimos años. Las bases de datos utilizadas han sido Web of Science, Dialnet y Redalyc. Los términos utilizados han sido: brecha digital, nuevas tecnologías de la información y comunicación, adolescencia, infancia, pandemia, Covid-19 y aislamiento social. La metodología utilizada se ha basado en el método PRISMA, tomando como criterios de inclusión aquellos artículos publicados durante el periodo comprendido entre abril de 2019 y abril de 2022, se han

seleccionados tanto estudios en inglés como en español y basados en la población infanto-juvenil. Como criterios de exclusión se utilizaron aquellos artículos que no estaban relacionados con la Covid-19, los que estaban en idiomas diferentes a los mencionados y los que se centraban en población adulta.

Los resultados, tras la revisión de los artículos seleccionados, han mostrado que debido a la situación de aislamiento social se han hecho más visibles las diferencias en la población, ya existentes, en la posibilidad de acceso a las TIC, dando lugar a la denominada brecha digital. La población más vulnerable, en situación de exclusión social o con menos recursos económicos, ha presentado mayores dificultades para poder incorporarse a estos nuevos sistemas de comunicación. También se han encontrado diferencias en el acceso a las TIC entre la población que vive en un medio rural o la que vive en ciudad, en la mayoría de los casos, la población del medio rural ha tenido más dificultad de acceso a las TIC debido a problemas de conexión a internet. Otro de los aspectos que explican las desigualdades de acceso a las TIC es la edad y nivel educativo de las familias, ya que en algunos casos los padres no están preparados para ayudar en la realización de las tareas escolares por desconocimiento del funcionamiento de las TIC.

Por tanto, las desigualdades, principalmente de tipo socioeconómico y demográfico, están relacionadas con el acceso a las TIC, teniendo como mayor y más grave consecuencia, las dificultades para el seguimiento académico y la desconexión con uno de los ámbitos más importantes de relación y apoyo social.

**Palabras clave:** Brecha digital; tecnologías de la información y comunicación; infancia y adolescencia; aislamiento social; Covid-19.



Santos Alexander CAMACHO VELARDE  
*MBA & Transformación digital-Universidad Católica de Ávila (España)*  
santoscamacho.c@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-7582-9313

## Necesidad de la implementación del marketing automation, para generar valor y crecimiento sustancial en las ventas de la pequeña empresa

En respuesta a la pandemia, nos queda claro, que, para mantener una empresa a flote, tenemos que aliarnos con la tecnología; gracias a las TIC's muchas empresas han logrado sobrellevar la pandemia sin llegar al quiebre; hoy, en pleno siglo 21, el pensamiento y manera de actuar de cada individuo han evolucionado; muchos prefieren comprar desde la comodidad de su hogar, en vez de realizar una compra tradicional; este cambio, ha generado ventajas positivas para ambas partes, por un lado, los clientes poseen un abanico de opciones, precios, calidad, y experiencias de otros usuarios; por el otro, los emprendedores obtienen ventajas económicas con el comercio electrónico, ahorrando tiempo, alquileres y logística.

Muchos emprendedores se preguntan: ¿Será posible incrementar las ventas utilizando el marketing automation? Este concepto, va más allá de una campaña de email marketing; para incrementar las ventas, primero, estudiamos al usuario, su comportamiento, gustos y preferencias, pero principalmente brindamos un trato personalizado; el algoritmo integrado del marketing automation, lo hace posible.

El objetivo que persigue el presente artículo es doble: Fomentar el uso de las TIC's en la pequeña empresa, y mejorar la experiencia de las compras en línea. Para lograr los objetivos anteriores, la metodología usada es Objetiva-Subjetiva, evaluamos la implementación y el desarrollo del marketing automation en pequeñas empresas, del mismo modo, estudiaremos el incremento de las ventas, fidelización de los clientes, mejora de los procesos, y, las mejoras económicas.

El estudio se aplicará a pequeñas empresas, evaluando su desempeño antes de la implementación, y, el resultado tras la estrategia de marketing automation; para esto contamos, con fuentes, como la experiencia de los emprendedores mediante casos de estudio, y, estadísticas de diferentes plataformas, con ello, comprenderemos la

necesidad de la implementación del marketing automation y, obtendremos una visión global de las ventajas tras la implementación, vale recalcar, que los resultados obtenidos, han sido recogidos en un periodo de, entre, 3 y 6 meses, tiempo suficiente para visualizar los resultados iniciales de la digitalización. Finalmente, entenderemos con claridad que la implementación y puesta en marcha de la digitalización como aliado de las pequeñas empresas nos ayudarán a obtener beneficios, que inducen, el crecimiento y desarrollo económico.

Generalmente las empresas pequeñas, temen que el marketing automation, requiera de una gran inversión, tales como el pago de la plataforma, y al personal que la implemente, no obstante, los proveedores tecnológicos, cuentan con plataformas fáciles de utilizar, que generan valor, sin necesidad de grandes inversiones.

Los resultados obtenidos luego de implementar el marketing automation son; Las mejoras en los procesos, y relación con los clientes; las mejoras son sistemáticas y se presentan de manera similar luego de completar la implementación: así mismo, se incrementa la gratitud y fidelidad, incrementan los clientes potenciales, hay una mejora sistemática el índice OR/CTR de las campañas personalizadas, se optimizan los recursos, incrementa el tráfico multicanal, incrementan las ventas en corto y mediano plazo, se fortalece la recuperación de los carritos abandonados, y, se gestiona eficientemente el factor del tiempo.

Como conclusiones se extrae que la utilización del marketing automation genera valor a las pequeñas empresas, brindando una experiencia de fidelización a sus clientes.

Invertir en la implementación de marketing automation, genera un ahorro significativo en los costes de la empresa, por consecuente; implementar el marketing automation, fortalece la relación con los clientes, gracias al algoritmo de AI que, junto al CRM se integran en las diferentes campañas de marketing.

Sergio Luis NÁÑEZ ALONSO<sup>1</sup>, Miguel Ángel ECHARTE FERNÁNDEZ<sup>2</sup>,  
Javier JORGE-VÁZQUEZ<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Grupo de Investigación Dekis. Departamento de Economía. Universidad Católica de Ávila*  
sergio.nanez@ucavila.es  
ORCID: 0000-0001-5353-2017

<sup>2</sup> *Grupo de Investigación Dekis. Departamento de Economía. Universidad Católica de Ávila*  
mangel.echarte@ucavila.es  
ORCID: 0000-0001-6494-6506

<sup>3</sup> *Grupo de Investigación Dekis. Departamento de Economía. Universidad Católica de Ávila*  
javier.jorge@ucavila.es  
ORCID: 0000-0003-3654-7203

## Sudamérica, Centroamérica y el Caribe: Líderes en implantación de CBDC's y DEFI

En los últimos años algunos países de Centroamérica y el Caribe han desarrollado proyectos para crear divisas virtuales centralizadas, conocidas como Central Bank Digital Currencies (CBDCs) o reconocer al bitcoin, la principal criptomoneda descentralizada, como moneda de curso legal. En este artículo se analizan las razones detrás de estas iniciativas y los resultados que se han conseguido hasta el momento. En octubre de 2020 Bahamas se convirtió en el primer país en crear una CBDC, el Sand Dólar, una divisa virtual emitida y respaldada por el Banco Central de Bahamas (CBOB). El principal motivo es el de fomentar la inclusión financiera pues muchos habitantes del país no tienen una cuenta bancaria, pero sí disponen de un teléfono móvil desde el que pueden hacer operaciones financieras. Por otro lado, hay cuatro países del Caribe: Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, Antigua y Barbuda y Granada, que utilizan el D-Cash, una CBDC emitida por el Banco Central del Caribe Oriental (ECCB). En este caso se pretende reducir el uso de efectivo y abaratar las transacciones. El ECCB es la autoridad monetaria de estos países y otros territorios (Dominica, Anguila y Montserrat), cuya divisa común es el dólar del Caribe Oriental, que se utiliza como referencia pues se ha fijado el valor de la divisa virtual a esta moneda. Y es que la zona del caribe además de Sudamérica está a la vanguardia de las divisas virtuales, y algunos de sus países han sido detectados como zonas óptimas

para su implantación. En realidad, hay muchos gobiernos y bancos centrales estudiando el lanzamiento de estos activos digitales con diferentes objetivos: ofrecer una alternativa a las plataformas digitales de pago privadas, impulsar la digitalización de la economía reduciendo el uso de efectivo, fortalecer el sistema monetario local, luchar contra el fraude fiscal y el blanqueo de capitales, evitar posibles sanciones internacionales, etc. Analizamos los países que han apostado por las finanzas descentralizadas: El Salvador, Paraguay y Honduras; y por otro lado, aquellos países que han apostado por las finanzas centralizadas (CBDC): Ecuador, Uruguay, Bahamas, Jamaica y aquellos países caribeños que quedan englobados bajo el paraguas del East Caribbean Central Bank-ECCB (Antigua y Barbuda, Granada, San Cristóbal y Nieves, Dominica, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Anguila y Montserrat). También hemos determinado las ventajas y las desventajas que la adopción del dinero digital en sus diversas formas (centralizado o descentralizado) puede suponer para un país o un área monetaria; y hemos relacionado estas ventajas y desventajas con una serie de variables recogidas en el Global Findex Indicator (GFI) elaborado por el Banco Mundial. El Global Findex presenta los datos para todos los indicadores por país, región y grupo de ingresos. Los indicadores disponibles corresponden a los años 2017, 2014 y 2011 y que han sido analizados en nuestro estudio. Seleccionamos para ello, de entre todas las variables presentadas por el GFI, las siguientes (n = 12). La zona del caribe, así como centro américa y Sudamérica han irrumpido con fuerza e indiscutible liderazgo en la adopción del dinero digital, ya sea apostando por las monedas digitales emitidas y respaldadas por un banco central (CBDC); o por las monedas virtuales descentralizadas (DEFI), lideradas por Bitcoin y Ether. Buscamos encontrar algún motivo a razón que lleve a un país o zona monetaria a decantarse por uno u otro sistema. Concluimos que el apostar por el dinero digital basado en CBDC o DEFI, depende más de una elección política de los dirigentes del país en cuestión dado que no hemos encontrado otra evidencia distinta o factor que claramente influya y determina la adopción de un sistema u otro.

**Palabras Clave:** monedas digitales; CBDC; Inclusión financiera; DEFI; Innovación financiera.

Víctor TEJEDOR HERNÁNDEZ<sup>1</sup>, Rocío GALACHE IGLESIAS<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Católica de Ávila (España)*

victor.tejedor@ucavila.es

ORCID:0000-0002-9255-6879

<sup>2</sup> *Servicio de Asuntos Sociales, Universidad de Salamanca (España)*

univerusal@usal.es

## Impacto de la COVID-19 en el uso de tecnologías de la información y de la comunicación en personas mayores

### INTRODUCCIÓN

El envejecimiento poblacional suele llevar aparejado un fuerte sentimiento de soledad. Así se justifica el análisis de distintas intervenciones a través de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), para valorar si presentan mejores resultados que las intervenciones tradicionales realizadas con el fin de disminuir este sentimiento de soledad en personas mayores.

### OBJETIVOS

Analizar el uso de las TIC en personas mayores antes y después de la pandemia provocada por la COVID-19 y los factores asociados al uso de las mismas.

### METODOLOGÍA

Revisión bibliográfica en las principales bases de datos científicas en castellano e inglés de los últimos 10 años, planteando como pregunta de investigación si existen intervenciones para reducir el sentimiento de soledad en personas mayores a través de las TIC.

## RESULTADOS

Destacan diversos factores que pueden obstaculizar la adopción de las TIC por parte de las personas mayores, así como un desfase intergeneracional que puede hacer que estas se sientan ajenas al nuevo mundo digital, potenciando su vulnerabilidad en el plano psicológico y emocional.

## CONCLUSIONES

Las TIC se han reivindicado como el activo más importante para mantener el contacto social durante la pandemia provocada por la COVID-19, habiéndose constatado la adquisición de nuevos hábitos tecnológicos por parte de las personas mayores desde el comienzo de la misma.

**Palabras clave:** soledad; anciano; TIC; COVID.



# Colección **Economía**