



Universidad de Oviedo
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

4ºCURSO

TRABAJO FIN DE GRADO

ANEXOS

PABLO SÁNCHEZ VILLAFÁÑEZ

OVIEDO, Jueves 27 de Junio de 2024

ÍNDICE DE CONTENIDO

ANEXO I: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	3
ANEXO II: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA – CUESTIONARIOS.....	29

ANEXO I: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Nº	Autor(es)	Año	Título	Revista	Hallazgo
1	A Alsiehemy	2023	Surgimiento del marketing digital en el escenario actual e implementación de IA para mejorar la productividad de una empresa	Pacific Business Review International	Se centra en la implementación de AI para mejorar la productividad en marketing digital en el contexto actual.
2	Alansari, Ak; Hamdan, A y Alareeni, B	2023	Cómo la inteligencia artificial está revolucionando el marketing digital	International Conference on Business and Technology (icbt)	Investigación cualitativa que analiza estrategias para sobresalir en el marketing digital con la IA.

3	Alonso Coto, M.	2008	El plan de marketing digital: blended marketing como integración de acciones on y offline	Prentice Hall	Introduce el Blended Marketing, combinando estrategias digitales y tradicionales.
4	Belch, G. E., & Belch, M. A.	2018	Publicidad y promoción: Una perspectiva de comunicaciones de marketing integradas	McGraw Hill	Guía integral sobre la comunicación de marketing integrada.
5	Bhattacharjee, S.	2019	Transformación metamórfica: comprensión crítica de la inteligencia artificial en marketing	Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research	Comprensión crítica de la IA en el marketing.

6	Cardona, S., et al.	2023	Una interpretación inicial del informe del Departamento de Educación de EE. UU. sobre IA	Journal of Academic Librarianship	Interpretación inicial del informe del Departamento de Educación de EE. UU. sobre IA.
7	Chaffey, D.	2015	Gestión de negocios digitales y comercio electrónico	Pearson Education Limited	Estrategias para gestionar negocios digitales y e-commerce.
8	Charness, N., & Boot, W. R.	2016	Tecnología, juegos y redes sociales	In Handbook of the Psychology of Aging (pp. 389-407). Academic Press	Explora el impacto de la tecnología, los juegos y las redes sociales en el envejecimiento psicológico.

9	Costa, Mboloko et al.	2023	El marketing digital a merced de la inteligencia artificial	International Journal of Scientific and Research Publications	La IA mejora la efectividad del marketing digital en contenido, redes sociales, email, PPC y SEO.
10	Crompton, Helen & Burke, Diane	2023	Inteligencia artificial en educación superior: el estado del campo	International Journal of Educational Technology in Higher Education	Estado del campo de la IA en la educación superior.
11	D Dumitriu, Mam Popescu	2020	Soluciones de inteligencia artificial para el marketing digital	13th International Conference on Interdisciplinarity in Engineering (inter-eng)	Explora soluciones de inteligencia artificial para el marketing digital y su impacto en la industria.

12	D Kusumawardani, Y Rahmawati, A Martina	2023	Evaluación del uso de la inteligencia artificial en marketing digital. Evidencia de empresas rumanas	17th International Conference on Business Excellence	Evalúa el uso de la inteligencia artificial en el marketing digital y presenta evidencia de empresas rumanas.
13	Davenport, T., Guha, A., Grewal, D., & Bressgott, T.	2020	Cómo la inteligencia artificial cambiará el futuro del marketing	Journal of the Academy of Marketing Science, 48(1), 24-42	Examina cómo la inteligencia artificial transformará el futuro del marketing.
14	Diego Santos	2023	Guía completa para crear estrategias de marketing digital (con ejemplos)	HubSpot	Guía completa para crear estrategias de marketing digital.

15	Draganov, M; Panicharova, M y Madzhirova, N	2018	Marketing 5.0. Transacciones de sistemas de inteligencia artificial en el entorno digital	2018 International Conference On High Technology For Sustainable Development (hitech)	El artículo estudia las oportunidades que proporcionaría la IA para la humanidad y su significado para el marketing 5.0.
16	Durmuş Şenyapar, H. Nurgül	2024	Inteligencia artificial en la comunicación de marketing: Una exploración integral de la integración y el impacto de la IA	Turkish Studies- Social Sciences	Exploración de la integración de la IA en la comunicación de marketing.
17	Dwivedi, Yk et al.	2021	Inteligencia artificial (IA): perspectivas multidisciplinarias sobre desafíos, oportunidades y agenda emergentes para la investigación, la práctica y las políticas	Revista internacional de gestión de la información	Perspectivas multidisciplinarias sobre desafíos y oportunidades de la IA.

18	emBlue	2023	¿Qué es el marketing digital y por qué es importante tener objetivos claros?	LinkedIn	Importancia de tener objetivos claros en el marketing digital.
19	Foltynek, T., Bjelobaba, S., Glendinning, I.	2023	Recomendaciones de ENAI sobre el uso ético de la inteligencia artificial en la educación	International Journal for Educational Integrity	Recomendaciones de ENAI sobre el uso ético de la IA en educación.
20	Fowler, D. S.	2023	IA en educación superior: integridad académica, armonía de ideas y recomendaciones	Journal of Ethics in Higher Education	Integridad académica y recomendaciones sobre el uso de IA en educación superior.

21	Freddy Zuñiga; Diego Mora; Diego Molina; Ibeth Molina	2023	Falta de Capacitación y Formación en Inteligencia Artificial: Una Barrera para la Eficiencia de Estrategias de Marketing Digital	Revista De Investigación Sigma, 11(01)	El estudio revela que la falta de formación en Inteligencia Artificial (IA) entre profesionales de marketing obstaculiza su adopción en el ámbito digital. Se encontró que el 80.24% de los estudiantes encuestados no han recibido capacitación formal en IA para el marketing digital. La mayoría cree que una mejor aplicación de la IA podría aumentar la rentabilidad y el retorno de inversión. Se destaca la necesidad de integrar una formación sólida en IA en los planes académicos y módulos de formación profesional en marketing digital para mejorar la efectividad y competitividad de las estrategias digitales.
22	Garcia, E., & Rodriguez, M.	2024	Personalización de contenido impulsada por IA en marketing digital	Advances Marketing Technology in	La IA mejora la personalización del contenido en el marketing digital.
23	García, L.	2022	Técnicas de personalización de contenido en marketing digital	Journal of Digital Media & Policy	Examina varias técnicas de personalización de contenido en el marketing digital.

24	Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W.	2003	Confianza y TAM en las compras en línea: Un modelo integrado	Mis Quarterly, 27(1), 51-90	La confianza y el modelo TAM (Technology Acceptance Model) están integrados en el contexto de las compras en línea, mostrando cómo la confianza influye en la percepción de utilidad y facilidad de uso, lo que a su vez afecta la intención de compra.
25	Ghassemi, Marzyeh & Birhane, Abeba & Bilal, Mushtaq & Kankaria, Siddharth & Malone, Claire & Mollick, Ethan & Tustumi, Francisco	2023	ChatGPT un año después: quién lo usa, cómo y por qué	Nature	Análisis del uso de ChatGPT, sus usuarios y motivos de uso tras un año de su lanzamiento.
26	Gkikas, Dc y Theodoridis, Pk	2019	Impacto de la inteligencia artificial (IA) en la investigación de marketing digital	Conference Paper	Discute el impacto de la IA en la investigación de marketing digital.

27	Gursoy, D., Chi, C. G., Lu, L., & Nunkoo, R.	2019	Aceptación por parte de los consumidores del uso de dispositivos de inteligencia artificial (IA) en la entrega de servicios	International Journal of Information Management, 49, 157-169	Analiza la aceptación de los consumidores del uso de dispositivos de IA en la entrega de servicios.
28	Hajishirzi, R y Costa, Cj	2021	La inteligencia artificial como tecnología central para el proceso de transformación digital	Proceedings Of 2021 16th Iberian Conference On Information Systems And Technologies (cisti'2021)	La IA es estudiada como tecnología central en la transformación digital y su impacto en la creación de valor para las empresas.
29	Huang, M. H., & Rust, R. T.	2021	Un marco estratégico para la inteligencia artificial en marketing	Journal of the Academy of Marketing Science	Propone un marco estratégico para implementar la IA en el marketing.

30	Huang, M. H., & Rust, R. T.	2018	Inteligencia artificial en el servicio	Journal of Service Research	Explora el papel de la IA en la mejora de la calidad del servicio.
31	Huang, M.-h., & Rust, R. T.	2021	Inteligencia artificial en el servicio	Journal of Service Research, 24(1), 3-7	Analiza el impacto de la inteligencia artificial en el sector de servicios.
32	Huang, M.-h., & Rust, R. T.	2021	¿Comprometido con un robot? El papel de la IA en el servicio	Journal of Service Research	Investiga el impacto de la IA en el compromiso del cliente en las industrias de servicios.

33	Jackson, L., & Harris, P.	2021	La efectividad del marketing de influencers en el compromiso del consumidor	Journal of Advertising Research	Analiza el impacto del marketing de influencers en el compromiso del consumidor.
34	Juan Pablo Micaletto-belda; David Polo Serrano; Pablo Martín-ramallal	2023	La Inteligencia Artificial y su papel en la evolución del Marketing Digital y la publicidad	Comunicación, creación artística y audiovisual: un marco para la innovación educativa (pp.197-212)	La inteligencia artificial es una innovación tecnológica clave en la era digital, capaz de simular procesos humanos como aprender, razonar y corregirse. Su impacto en la sociedad se equipara al surgimiento de internet. Herramientas como ChatGPT, Dall-E y Stable Diffusion están llevando la sociedad de la información a un nuevo nivel. La tecnología está ahora en manos de las personas, permitiéndoles expandir el poder de sus mentes. Se democratiza el acceso a estas herramientas, haciendo realidad proyectos y sueños de millones de individuos. Harari ha reflexionado sobre el impacto de la inteligencia artificial en profundidad.
35	K Nair, R Gupta	2021	Aplicación de la tecnología de IA en el entorno moderno de marketing digital	World Journal Of Entrepreneurship Management And Sustainable Development	Explora las aplicaciones de la inteligencia artificial en el marketing digital y su impacto en el entorno actual.

36	Kaponis, A y Maragoudakis, M	2022	Análisis de datos en marketing digital usando técnicas de aprendizaje automático e inteligencia artificial, dimensiones éticas y legales, estado del arte	Proceedings Of The 12th Hellenic Conference On Artificial Intelligence, Setn 2022	La optimización de algoritmos con IA puede predecir el comportamiento del consumidor, hacer ofertas personalizadas y evolucionar junto a otras tecnologías. Los chatbots también juegan un papel clave en las ventas digitales.
37	L Sya'diyah, A Hamdan, Es Aldhaen	2024	La inteligencia artificial y la transformación del marketing digital	Social Science Journal	Investigación sobre la transformación del marketing digital mediante la inteligencia artificial.
38	L. Eagle et al.	2020	Comunicaciones de marketing	Routledge	Discute varios aspectos de la comunicación de marketing.

39	Lacárcel, Fjs	2022	Principales usos de la inteligencia artificial en estrategias de marketing digital vinculadas al turismo	Journal Of Tourism Sustainability And Well-being 10 (3)	El uso de la IA en el marketing digital puede mejorar la industria del turismo.
40	Lee, A., & Kim, B.	2023	Chatbots y compromiso del consumidor: Un estudio en marketing digital	International Journal of Electronic Commerce Studies	Examina cómo los chatbots influyen en el compromiso del consumidor en el marketing digital.
41	Li, C., Hallsworth, A. G., & Coca-Stefaniak, J. A.	2020	El cambio en el comportamiento de compra de comestibles de los consumidores chinos al comienzo del brote de COVID-19	Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 111(3), 574-583	Estudia el cambio en el comportamiento de compra de comestibles de los consumidores chinos al comienzo del brote de COVID-19.

42	Lopes, Ra et al.	2022	Marketing de contenidos digitales: Revisión conceptual y recomendaciones para practicantes	Revista de la Academia de Gestión Estratégica	Proporciona una revisión conceptual y recomendaciones prácticas para el marketing de contenidos digitales.
43	Markus Zanker, Dietmar Jannach	2010	Sistemas de recomendación: introducción de Una	Cambridge University Press	Introducción a los sistemas de recomendación, cubriendo los conceptos subyacentes, algoritmos y técnicas de evaluación.
44	Markus Zanker, Dietmar Jannach	2010	Sistemas de recomendación: introducción de Una	Cambridge University Press	Introducción a los sistemas de recomendación, cubriendo los conceptos subyacentes, algoritmos y técnicas de evaluación.

45	Martinez, L., & Fernandez, P.	2021	Inteligencia artificial y análisis del comportamiento del consumidor en la era digital	Journal of Consumer Research	Explora cómo la IA afecta a la analítica del comportamiento del consumidor.
46	Micaletto-Belda, J.p. et al.	2023	La IA y su papel en marketing digital y la publicidad	Journal of Service Research, 24(1), 30-41	Discute el papel de la IA en la evolución del marketing digital y la publicidad.
47	Michael Goodwin	2024	¿Qué es la inteligencia artificial (IA)?	Ibm	Explicación sobre qué es la inteligencia artificial, recuperado de IBM.

48	Mosteanu, Nr	2019	Mercados financieros internacionales bajo la influencia de la inteligencia artificial	Vision 2025: Education Excellence And Management Of Innovations Through Sustainable Economic Competitive Advantage	El papel presenta cómo la Inteligencia Artificial ha revolucionado la industria de servicios financieros.
49	Mueck, Md; Bar On, Ae y Du Boispean, S	2023	Próximas regulaciones europeas sobre inteligencia artificial y ciberseguridad	Ieee Communications Magazine	La Comisión Europea está revisando el marco regulatorio en áreas tecnológicas clave, incluida la IA.
50	N Wirth	2018	Hola marketing, ¿en qué puede ayudarte la inteligencia artificial?	International Journal Of Market Research	Explora el potencial de la inteligencia artificial en el marketing y sus aplicaciones emergentes en diferentes sectores.

51	Nair, K. y Gupta, R.	2021	Aplicación de la tecnología de IA en un entorno de marketing digital moderno	Revista Mundial de Emprendimiento, Gestión Sostenibilidad y Desarrollo	Explora la aplicación de la tecnología de IA en el marketing digital moderno.
52	Nishikawa-Pacher, A., et al.	2023	Instrucciones de editores y revistas a los autores sobre el uso de inteligencia artificial generativa en publicaciones académicas y científicas: análisis bibliométrico	The Bmj	Análisis bibliométrico de las instrucciones de uso de IA generativa en publicaciones académicas y científicas.
53	Oliver, R. L.	1999	¿De dónde viene la lealtad del consumidor?	Journal of Marketing, 63(4_suppl1), 33-44	La satisfacción del cliente es crucial para la lealtad y la repetición de compras.

54	Patel, S., & Agravat, T.	2019	Mejorando el servicio al cliente a través de chatbots: Un estudio empírico	Journal of Customer Service in Marketing & Management	Investiga cómo los chatbots mejoran el servicio al cliente.
55	Pimienta, S. X., & Mosquera-Martínez, M. L.	2021	Consideraciones curriculares, tecnológicas y pedagógicas para la transición al nuevo modelo educativo en el campo de la salud soportado por inteligencia artificial (IA)	Revista Medicina	Examina la transición a la educación apoyada por IA en el campo de la salud.
56	Prieto-López, Y. et al.	2021	La estimulación de la inteligencia artificial y su impacto en el proceso de enseñanza y aprendizaje	593 Digital Publisher Ceit	Discute el impacto de la estimulación de la IA en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

57	Prieto-López, Yeimer ; Ayala-Pazmiño, Mario [1] ; Baquerizo-Álava, Verónica [2]	2021	La estimulación de la inteligencia artificial y su impacto en el proceso de enseñanza y aprendizaje	593 Digital Publisher Ceit	Se está llevando a cabo un estudio en la Universidad Tecnológica Ecotec sobre cómo la inteligencia artificial impacta el marketing. Se busca beneficiar a la comunidad científica y a las empresas con información relevante para la toma de decisiones estratégicas. El enfoque es cuantitativo, utilizando encuestas para recopilar datos de estudiantes que investigan sobre inteligencia artificial en sus proyectos finales.
58	Qin, X. y Jiang, Z.	2019	El impacto de la IA en el proceso publicitario: la experiencia china	Revista de publicidad	Analiza el impacto de la IA en el proceso publicitario en China.
59	R Sachdev	2020	Hacia la seguridad y privacidad para la IA en el borde en entornos de marketing digital basados en IoT/IoE	5th International Conference on Fog and Mobile Edge Computing (fmec)	Aborda la seguridad y privacidad en entornos de marketing digital basados en IoT/IoE y Edge AI.

60	Rathore, Dr. B.	2021	FashionTransformation 4.0: más allá de la digitalización y la innovación Marketing en la industria de la moda	Eduzone	Explora la transformación digital y la innovación en el marketing de la moda.
61	Reimers, V. et al.	2016	El email marketing de permisos y su influencia en las compras online	Revista Asia Pacífico de marketing y logística	Investiga la influencia del marketing por correo electrónico basado en permisos en las compras online.
62	Ricci, F., Rokach, L., & Shapira, B.	2011	Introduction to recommender systems handbook	Springer, Boston, Ma	La relevancia percibida de las recomendaciones aumenta la probabilidad de que los consumidores actúen sobre estas sugerencias.

63	Rsk Boddu, Aa Santoki, A Agrawal	2022	Un análisis para entender el papel del aprendizaje automático, la robótica y la inteligencia artificial en el marketing digital	International Conference on Applied Research and Engineering (icarae)	Analiza el papel de la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la robótica en el marketing digital.
64	Serra Cantalops, A.	2011	Marketing turístico	Pirámide	Proporciona ideas sobre estrategias de marketing turístico.
65	Smith, J.	2022	El papel de la inteligencia artificial en el marketing de motores de búsqueda	Journal of Digital Marketing	Examina el papel de la IA en el marketing de motores de búsqueda.

66	Tchelidze, CI	2019	Potencial y requisitos de habilidades de la inteligencia artificial en marketing digital	Quality-access To Success	Este estudio enfatiza el potencial ilimitado de la inteligencia artificial en diferentes campos, incluido el marketing digital.
67	Thompson, R.	2020	Perspectivas sobre el comportamiento del consumidor y desarrollo de estrategias de marketing	Journal of Consumer Psychology	Proporciona ideas sobre el comportamiento del consumidor y el desarrollo de estrategias de marketing.
68	Thompson, R., & Clark, S.	2022	Aprovechando la inteligencia artificial para optimizar las estrategias de marketing de influencers	Marketing Intelligence & Planning	Explora cómo la IA puede optimizar las estrategias de marketing de influencers.

69	Turing	2024	Maquinaria informática e inteligencia por A. M. Turing	Umbc	Acceso al documento de Turing sobre la inteligencia de las máquinas.
70	Turner, J.	2018	El impacto estratégico del SEM en el marketing digital	Journal of Marketing Research	Analiza el impacto estratégico del marketing en motores de búsqueda (SEM) en el marketing digital.
71	Van Esch, P. y Stewart Black, J.	2021	Inteligencia artificial (IA): revolucionando el marketing digital.	Revista de marketing de Australasia	Explora cómo la IA está revolucionando el marketing digital.

72	Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X.	2012	Aceptación y uso de tecnologías de la información por parte del consumidor: Ampliando la teoría unificada de aceptación y uso de tecnología	Mis Quarterly, 36(1), 157-178	La frecuencia de uso de tecnologías aumenta la percepción de su utilidad y facilita su integración en las decisiones cotidianas.
73	Vergara Romero, A.	2023	Innovación Educativa y Desarrollo de Habilidades en el Siglo XXI: Estrategias, Capacitación y Transformación Digital en la Educación.	Departamento de Publicaciones Universidad Ecotec.	Analiza estrategias y capacitaciones para la innovación educativa y el desarrollo de habilidades en el siglo XXI.
74	Yk Dwivedi, E Ismagilova, Yc Wang	2021	Configurando el futuro de la investigación en marketing digital y redes sociales: Perspectivas y propuestas de investigación	International Journal Of Information Management	Ofrece perspectivas y propuestas de investigación para el futuro de la investigación en marketing digital y en redes sociales.

75	Ziakis, C y Vlachopoulou, M	2023	La inteligencia artificial en el marketing digital: Perspectivas de una revisión exhaustiva	Computer Science, Information Systems	La IA está transformando el marketing digital y sus implicaciones son significativas para las estrategias de divulgación digital de las empresas. Proporciona una revisión exhaustiva sobre la IA en el marketing digital.
76	Zuñiga, F., Mora, D., Molina, D., & Molina, I.	2023	Falta de Capacitación y Formación en Inteligencia Artificial: Una Barrera para la Eficiencia de Estrategias de Marketing Digital.	Revista de Investigación Sigma	Discute cómo la falta de capacitación y formación en IA afecta la eficiencia de las estrategias de marketing digital.

ANEXO II: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA – CUESTIONARIOS

Cuestionario utilizado para el análisis cuantitativo:

IA APLICADA AL MARKETING DIGITAL

Hola, mi nombre es Pablo Sánchez Villafañez y soy estudiante de 4º curso de Administración y Dirección de Empresas (ADE). Actualmente, estoy realizando mi Trabajo de Fin de Grado (TFG) y me encantaría contar con tu colaboración.

Mi TFG se centra en investigar cómo la inteligencia artificial (IA) aplicada al marketing digital puede afectar el comportamiento de compra de los consumidores. Para ello, he preparado esta encuesta que me permitirá recopilar datos importantes y obtener importantes insights sobre este tema.

Ejemplo de la Influencia de la IA en el Comportamiento de Compra:

Imagina que estás buscando un nuevo par de zapatos en una tienda en línea. Basándose en tu historial de navegación y compras anteriores, un algoritmo de IA analiza tus preferencias de estilo, las marcas que te gustan y tu rango de precios. Luego, la IA te muestra recomendaciones personalizadas de zapatos que coinciden con tus gustos. Incluso puede enviarte notificaciones sobre descuentos o promociones especiales para esos productos.

Ejemplos de la IA:

Recomendaciones Personalizadas: La IA sugiere productos que son altamente relevantes para ti, lo que aumenta las posibilidades de que encuentres algo que realmente te guste y estés dispuesto/a a comprar.

Promociones Dirigidas: Al recibir alertas de descuentos o promociones sobre productos específicos que te interesan, es más probable que realices una compra.

Experiencia de Compra Mejorada: La personalización con la IA mejora tu experiencia de compra al ahorrarte tiempo y esfuerzo en la búsqueda de productos adecuados.

A continuación, te haré algunas preguntas sobre tus experiencias y opiniones relacionadas con el uso de herramientas de IA en el marketing digital y cómo estas influyen en tu comportamiento de compra. Tu participación es crucial para el éxito de mi investigación y te agradezco de antemano por tu tiempo y colaboración.

1. Edad

- Menos de 18 años
- 18 - 24 años
- 25 - 34 años
- 35 - 44 años
- 45 - 54 años
- 55 - 64 años
- 65 años o más

2. Género

- Masculino
- Femenino
- Otro: _____

3. Profesión

- Estudiante
- Tecnología y TI
- Marketing y Publicidad
- Salud
- Educación
- Finanzas y Contabilidad
- Ventas y Comercio
- Administración y Gestión
- Ingenierías
- Arte y Diseño
- Otro: _____

4. Por favor responda las siguientes preguntas utilizando una escala de puntuación del 1 al 7, donde 1 representa "Muy en desacuerdo" y 7 representa "Muy de acuerdo".

	1	2	3	4	5	6	7
Estoy familiarizado/a con las herramientas de IA.							
Utilizo herramientas de IA regularmente en mi vida diaria o trabajo.							
Las recomendaciones personalizadas basadas en IA influyen en mis decisiones de compra.							
Las herramientas de IA mejoran mi experiencia de compra en línea.							
Prefiero recibir recomendaciones de productos generadas por IA en lugar de recomendaciones no personalizadas							
Las recomendaciones basadas en IA son más precisas que las recomendaciones hechas por humanos.							

5. Según el ejemplo proporcionado al principio sobre las recomendaciones personalizadas de zapatos mediante IA, ¿cómo afecta esto tu comportamiento de compra?

- Incrementa la probabilidad de que compre productos recomendados.
- Mejora mi experiencia de compra al encontrar productos de mi interés más rápidamente.
- Aumenta mi confianza en la tienda en línea.
- Me hace sentir más satisfecho/a con mis compras.
- No influye en mi comportamiento de compra.

6. ¿Puedes proporcionar un ejemplo de una vez en que una herramienta de IA influyó en tu decisión final?

Tu respuesta: _____

7. ¿Qué aspectos de las recomendaciones basadas en IA consideras más útiles?

- Relevancia de los productos sugeridos
- Ahorro de tiempo en la búsqueda de productos
- Descubrimiento de nuevos productos que no habría encontrado por mi cuenta
- Descuentos y promociones personalizadas
- Mejor ajuste a mis preferencias y necesidades
- Otro: _____

8. ¿Qué preocupaciones tienes respecto al uso de IA en la personalización de recomendaciones de productos?

- Privacidad y seguridad de mis datos personales
- Precisión de las recomendaciones
- Dependencia excesiva de la tecnología
- Falta de interacción humana
- Sesgo en los algoritmos de recomendación
- Otro: _____