

Reporte de Lectura

Tema:	Recomendaciones Impulsadas por IA: Sistemas Recomendadores en E-Commerce
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Revista Académica Applied Sciences
Palabras claves. Sistemas Recomendadores, Inteligencia Artificial (IA), E-Commerce, Filtrado Colaborativo, Revisión Sistemática.	
Referencia APA. Necula, S. C., & colab. (2023). AI-Driven Recommendations: A Systematic Review of the Use of Artificial Intelligence in Recommender Systems for E-Commerce. Applied Sciences, 13(9), 5531. https://doi.org/10.3390/app13095531	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
<p>Esta revisión sistemática de 2023 examina el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en los Sistemas Recomendadores (SR) dentro del e-commerce. El estudio confirma que la IA, particularmente a través de técnicas como el filtrado colaborativo y los modelos basados en contenido, ha sido fundamental para mejorar la calidad y la precisión de las recomendaciones. El principal impacto en el Comportamiento del Consumidor es la reducción de la sobrecarga de información, facilitando la toma de decisiones y aumentando la probabilidad de conversión y el valor promedio del pedido. El desafío clave es la escasez de datos en las interacciones iniciales (cold-start problem).</p>	

Texto (literal con número de página)
(Se parafrasea el hallazgo central del estudio:) "La principal ventaja de los sistemas recomendadores impulsados por IA en el comercio electrónico es su capacidad para entregar recomendaciones personalizadas y de alta calidad, lo que resulta en una mejora de la experiencia del usuario y un incremento en las métricas clave de ventas."
Prontuario
1. Los Sistemas Recomendadores (SR) de IA son una herramienta esencial de marketing digital en el e-commerce. Permiten la personalización masiva de la vitrina digital, lo que afecta directamente el Comportamiento del Consumidor al sugerir productos que se alinean con su historial y preferencias. Esto lleva a una mayor lealtad de marca y a la exploración de un

Reporte de Lectura

mayor número de productos dentro de la plataforma.

Tema:

Impacto de los Sistemas Recomendadores basados en IA en Comportamientos Humanos

Ficha de la fuente de información.

No. 2 | *Fuente original (hipertexto o base de datos).* Preimpresión Académica arXiv

Palabras claves. Sesgo, Recomendantes basados en IA, Comportamiento Humano, Implicaciones Éticas, Filter Bubbles.

Referencia APA.

Pappalardo, L., Ferragina, E., Citraro, S., Nanni, M., Rossetti, G., & Pedreschi, D. (2024). A survey on the impact of AI-based recommenders on human behaviours: methodologies, outcomes and future directions. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2407.01630>

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Esta revisión se enfoca en el impacto conductual y ético de los sistemas recomendadores de IA en los humanos. Más allá de las ventas, examina cómo estos sistemas pueden afectar la diversidad de consumo y la autonomía del individuo. Una conclusión clave es el potencial de crear "burbujas de filtro" (filter bubbles) o cámaras de eco, donde el consumidor solo es expuesto a contenido y productos que ya le gustan, lo que limita la exploración y puede generar sesgos. La investigación enfatiza la necesidad de desarrollar SR que equilibren la precisión (relevance) con la diversidad y la serendipia para promover una conducta de consumo más sana.

Texto (literal con número de página)

(Se parafrasea el enfoque del documento:) "El estudio se centra en las consecuencias éticas y sociales de los recomendadores de IA, explorando cómo la priorización de la relevancia por encima de la diversidad puede restringir la exposición de los usuarios a nuevas ideas, productos o puntos de vista, dando lugar a la homogeneización del comportamiento."

Prontuario

Desde la perspectiva del Comportamiento del Consumidor, los SR de IA plantean una dicotomía: si bien mejoran la experiencia inmediata, su diseño puede manipular sutilmente el comportamiento al

Reporte de Lectura

reducir la exposición a la novedad. El futuro del marketing con IA debe abordar la ética de la recomendación, buscando métricas que valoren no solo la conversión, sino también el bienestar del consumidor y la diversidad de su canasta de compra.

Tema:	E-commerce y Comportamiento del Consumidor: Personalización con IA y Tendencias de Mercado
-------	---

Ficha de la fuente de información.

No. 3	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Revista Académica GSC Advanced Research and Reviews
-------	--

Palabras claves. E-commerce, Personalización con IA, Comportamiento del Consumidor, Tendencias de Mercado, Retargeting.

Referencia APA.

Raji, M. A., Olodo, H. B., Oke, T. T., Addy, W. A., Ofodile, O. C., & Oyewole, A. T. (2024). E-commerce and consumer behavior: A review of AI-powered personalization and market trends. GSC Advanced Research and Reviews, 18(03), 066–077.

<https://pdfs.semanticscholar.org/c40a/2fdc55454ccc9096abad6c0b961e278700d9.pdf>

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Este artículo de revisión de 2024 aborda la relación entre el e-commerce y el Comportamiento del Consumidor, destacando el papel transformador de la personalización impulsada por IA. Los autores concluyen que la capacidad de la IA para analizar grandes conjuntos de datos de consumidores (Big Data) permite estrategias de marketing más precisas, como la fijación dinámica de precios y el retargeting inteligente. Estas herramientas no solo mejoran la eficiencia del mercado, sino que también cambian la forma en que los consumidores interactúan con las marcas, haciendo que la experiencia de compra sea inherentemente más adaptativa a sus necesidades y estado de ánimo.

Texto (literal con número de página)

Reporte de Lectura

(Se parafrasea el hallazgo central del estudio:) "La implementación de la IA en el e-commerce permite a las empresas pasar de una estrategia de marketing masivo a un modelo de personalización a escala, lo que impacta positivamente en la fidelización del cliente y en la satisfacción del consumidor al anticipar y satisfacer sus necesidades de manera proactiva."

Prontuario

La personalización con IA es la principal tendencia del e-commerce que influye en el comportamiento actual. La IA permite a las empresas no solo saber qué compró el consumidor (historial), sino qué es probable que compre (predictivo). Esto intensifica el consumo al reducir el tiempo entre el deseo y la acción de compra, creando un ciclo de conveniencia y relevancia que es difícil de romper por parte del consumidor.