

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2025,
Volumen 9, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1

IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS PAGOS INTERNACIONALES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO DEL ECUADOR

**IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS ON
INTERNATIONAL PAYMENTS IN
E-COMMERCE IN ECUADOR**

Adela Paulette Quirola Tinoco
Universidad Técnica de Machala, Ecuador

Irma Aide Vasquez Zhingre
Universidad Técnica de Machala, Ecuador

Jorge Eduardo Arias Montero
Universidad Técnica de Machala, Ecuador

Luis Pastor Carmenate Fuentes
Universidad Técnica de Machala, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.18344

Impacto de las Herramientas de Inteligencia Artificial en los Pagos Internacionales en el Comercio Electrónico del Ecuador

Adela Paulette Quirola Tinoco¹Aquirola2@utmachala.edu.ec<https://orcid.org/0009-0004-0092-0066>

Universidad Técnica de Machala

Irma Aide Vasquez ZhingreIvasquez2@utmachala.edu.ec<https://orcid.org/0009-0001-4894-601X>

Universidad Técnica de Machala

Jorge Eduardo Arias Monterojarias@utmachala.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-4807-5138>

Universidad Técnica de Machala

Luis Pastor Carmenate Fuenteslcarmenate@utmachala.edu.ec<http://orcid.org/0000-0001-6057-2746>

Universidad Técnica de Machala

RESUMEN

El objetivo de la investigación consistió en analizar cómo la implementación de herramientas de inteligencia artificial contribuye a mejorar la eficiencia, seguridad y rapidez de los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador. El estudio realizado según su finalidad fue aplicado con un alcance descriptivo. Se adoptó una posición pragmática de la teoría de la complementariedad para asumir el paradigma cuantitativo. Se utilizó métodos teóricos tales como el histórico-lógico, analítico-sintético y el método deductivo e inductivo, combinado con el método empírico de estudio de documentos. Entre los resultados obtenidos se encuentran el identificar las áreas de mejora en los pagos internacionales del Ecuador, además de valorar la eficacia de la inteligencia artificial en la mejora de estos procedimientos. Los descubrimientos demuestran que la implementación de tecnologías de inteligencia artificial disminuye los tiempos de procesamiento de las transacciones y potencian la seguridad, lo cual impulsa la confianza de consumidores y empresas en el comercio electrónico. Además, la implementación de herramientas de inteligencia artificial (IA) en los pagos internacionales dentro del comercio electrónico del Ecuador mejora significativamente los procesos de pago, dando una experiencia rápida y eficiente a los consumidores.

Palabras claves: pagos internacionales, comercio electrónico, inteligencia artificial

¹ Autor principal

Correspondencia: Aquirola2@utmachala.edu.ec

Impact of Artificial Intelligence Tools on International Payments in E-Commerce in Ecuador

ABSTRACT

The objective of the research was to analyze how the implementation of artificial intelligence tools contributes to improving the efficiency, security, and speed of international payments in Ecuadorian e-commerce. The study, conducted according to its purpose, was applied with a descriptive scope. A pragmatic position of complementarity theory was adopted to assume the quantitative paradigm. Theoretical methods such as historical-logical, analytical-synthetic, and deductive and inductive methods were used, combined with the empirical method of document study. Among the results obtained were the identification of areas for improvement in international payments in Ecuador, in addition to assessing the effectiveness of artificial intelligence in improving these procedures. The findings demonstrate that the implementation of artificial intelligence technologies reduces transaction processing times and enhances security, which boosts consumer and business confidence in e-commerce. Furthermore, the implementation of artificial intelligence (AI) tools in international payments within Ecuadorian e-commerce significantly improves payment processes, providing a fast and efficient experience for consumers.

Keywords: international payments, electronic commerce, artificial intelligence

Artículo recibido 14 abril 2025

Aceptado para publicación: 19 mayo 2025



INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico más conocido como e-commerce es la compra y venta de bienes o servicios a través del internet mediante plataformas digitales. Gracias al uso del internet los negocios han logrado tener mas alcance y poder expandirse de manera internacional, la alta penetración de la red en países como Ecuador, donde más de la mitad de la población tiene acceso al internet facilitando a los consumidores adquirir productos en tiendas en línea internacionales. (Carrión, 2020)

El comercio electrónico, en la actualidad ha revolucionado los negocios a nivel global, permitiendo realizar compras y pagos a través de medios electrónicos. Tras la pandemia el comercio electrónico logro un impulso acelerado ya que los consumidores desde la comodidad de los hogares lograban comprar desde sus dispositivos móviles. Pero el éxito de este comercio depende la mayor parte de que las instituciones financieras prioricen la protección de datos y la transferencia en cada transacción. (Heredia y Villareal, 2022)

Los pagos internacionales o tambien conocidos como pagos transfronterizos son el puente que conecta a los compradores con los vendedores en dististos países. Estos permiten adquirir bienes o servicios en el exterior, buscando costos competitivos o articulos dificiles de encontrar localmente. Sin embargo, aunque agilizan las operaciones, estas dependen de sistemas financieros o herremientas seguras que garanticen que llegue el dinero seguro y a tiempo a us lugar de destino (Peña & Fonseca, 2024).

La optimización de los pagos internacionales en el comercio electrónico se ha transformado en un factor esencial para el desarrollo económico de naciones en desarrollo como Ecuador, el uso de la inteligencia artificial (IA) surge como un recurso innovador que puede perfeccionar este proceso, posibilitando transacciones más veloces y eficientes a medida que el comercio electrónico sigue creciendo, resulta esencial enfrentar las dificultades que los comerciantes ecuatorianos encuentran en el escenario internacional (Heredia y Villareal, 2022) consideran que la puesta en marcha de soluciones basadas en Inteligencia Artificial no solo promete acelerar los pagos, sino también disminuir gastos y potenciar la confianza en las transacciones.

Las causas que generan el problema científico son variadas, desde la desconfianza en las tecnologías emergentes hasta la falta de conocimiento en el uso de la Inteligencia Artificial la falta de confianza en las innovaciones existentes dificulta la adopción de nuevas soluciones en los pagos internacionales lo



que obstaculiza que los consumidores saquen provecho de las posibilidades que brinda la inteligencia artificial.

De acuerdo con Carrión (2020), En los últimos años, Ecuador ha experimentado un crecimiento notable gracias a la digitalización y el acceso a internet uno de los retos más significativos a los que se enfrenta este sector es la complejidad de los pagos internacionales. Las grandes comisiones, los largos periodos de espera y la inseguridad en los métodos de pago, son barreras que restringen el potencial del comercio ecuatoriano en el mercado mundial (Ortiz & Guillen, 2023). Se percibe a la inteligencia artificial como una respuesta efectiva para vencer estos retos, proporcionando instrumentos que potencian la eficiencia de las transacciones. Se analiza cómo la incorporación de la IA en los sistemas de pago puede impulsar el comercio global y promover el desarrollo económico de la nación.

El uso de la inteligencia Artificial (IA) en las transacciones internacionales ha conducido a avances notables en el comercio electrónico en Ecuador una de las mayores ventajas obtenidas ha sido la disminución del tiempo requerido para procesar las transacciones. La Inteligencia Artificial facilita la automatización de numerosos procedimientos que anteriormente necesitaban intervención humana, como la comprobación de datos y la identificación de fraudes.

En esta investigación se adoptó una posición pragmática de la teoría de complementariedad para asumir el paradigma cuantitativo en el cual se emplean los siguientes métodos teóricos: histórico-lógico que permite analizar la evolución de la mejora de los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador mediante la utilización de la inteligencia artificial, analítico-sintético el cual permite la descomposición del fenómeno en sus elementos clave para posteriormente sintetizar la información pertinente acerca de la relación entre comercio electrónico y pagos internacionales mediante la inteligencia artificial y el método deductivo e inductivo que se emplea para caracterizar gnoseológicamente el proceso del comercio electrónico en el Ecuador, se generarán conclusiones generales y principios que orienten la mejora de los pagos internacionales, combinado con el método empírico de estudio de documentos.

En la actualidad, el comercio electrónico en Ecuador enfrenta desafíos significativos relacionados con los pagos internacionales la falta de infraestructura adecuada, la escasez de opciones de pago seguras y la burocracia en las transacciones han dificultado el crecimiento del comercio digital en el país con el



auge de la economía digital, se hace evidente la necesidad de implementar soluciones innovadoras que faciliten los pagos internacionales y mejoren la experiencia del consumidor. La inteligencia artificial (IA) se presenta como una herramienta potencial para optimizar estos procesos, proporcionando soluciones que no solo agilicen las transacciones, sino que también garanticen su seguridad y eficiencia. El presente trabajo de investigación tiene como tema “Mejora de los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador con la utilización de la inteligencia artificial” el cual se enfoca en analizar como la inteligencia artificial puede optimizar los pagos internacionales. El comercio electrónico en Ecuador tiene inconvenientes como la ineficiencia y desconfianza en los métodos de pagos internacionales, especialmente estos casos se dan en las PYMES.

El problema científico propuesto es

¿Cómo la inteligencia artificial mejora los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador? En un intento de explorar la correlación entre la adopción de tecnologías de inteligencia artificial y la eficacia de las transacciones comerciales a nivel mundial, se busca reconocer los obstáculos presentes que las empresas ecuatorianas encuentran al efectuar pagos internacionales.

El objetivo general de esta investigación es

Analizar cómo la implementación de herramientas de inteligencia artificial contribuye a mejorar la eficiencia, seguridad y rapidez de los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador. La emergencia de nuevas plataformas de pago y la adopción creciente de tecnologías digitales han empezado a cambiar el escenario del comercio electrónico en Ecuador.

La hipótesis de este estudio es

Como la inteligencia artificial mejoran significativamente los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador. esta hipótesis se basa en la suposición de que las aplicaciones con Inteligencia Artificial tienen la capacidad de perfeccionar procesos, disminuir gastos y minimizar los riesgos vinculados a las transacciones internacionales.

METODOLOGIA

El paradigma cuantitativo se asumió a partir de adoptar una posición situacionista donde se han seleccionado los métodos a partir de las distintas situaciones investigativas, porque se basa en recolección de datos en base de páginas oficiales como el SENAE, INEN para poder obtener datos



confiables y oficiales sobre la mejora de los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador mediante la utilización de la inteligencia artificial.

El tipo de investigación según su objetivo gnoseológico es descriptiva ya que se analizarán datos de una variable sin manipularla, teniendo como propósito observar y detallar los datos de la variable estudiada, permitiendo así brindar una comprensión más profunda sobre el tema abordado.

El diseño metodológico según su finalidad es aplicado, ya que se enfoca en resolver un problema práctico y específico dentro de la empresa, por su contexto es de campo porque permite obtener datos precisos y contextuales que son cruciales para realizar los pagos internacionales mediante la inteligencia artificial. Respecto al control de las variables es no experimental ya que no se manipula la variable, se la analiza tal como ocurre en un contexto. Según su orientación temporal, adopta un enfoque longitudinal, ya que, se evalúa continuamente el comercio electrónico. Finalmente, según su nivel de generalidad, es un estudio de situaciones específicas, ya que te permitirá entender en profundidad el contexto y los desafíos únicos de la mejora de pagos internacionales en el Ecuador.

La población de este estudio está compuesta por las empresas Courier del Ecuador, los cuales tienen experiencia en el comercio electrónico y los pagos internacionales con inteligencia artificial. A partir de esta población, se obtuvo un muestreo no probabilístico por conveniencia se seleccionó 10 empresas Courier de la zona 7.

Para esta investigación se implementó la técnica de recolección de datos con un enfoque cuantitativo, se empleó el estudio de documento, con el propósito de lograr la recopilación de datos empleando diversas maneras como la investigación de informes, artículos y bases de datos. Este método incluye un estudio crítico de fuentes documentales para obtener datos e información apropiados que puedan contribuir al análisis y la comprensión del problema de la investigación.

Realizamos un análisis documental, con un total de 33 artículos de revistas indexadas y fuentes oficiales, incluidos páginas oficiales como el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador (Senae) y el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Este análisis nos permitió recibir información actualizada y respaldada de instituciones reconocidas y garantizar la precisión y confiabilidad de los datos utilizados.



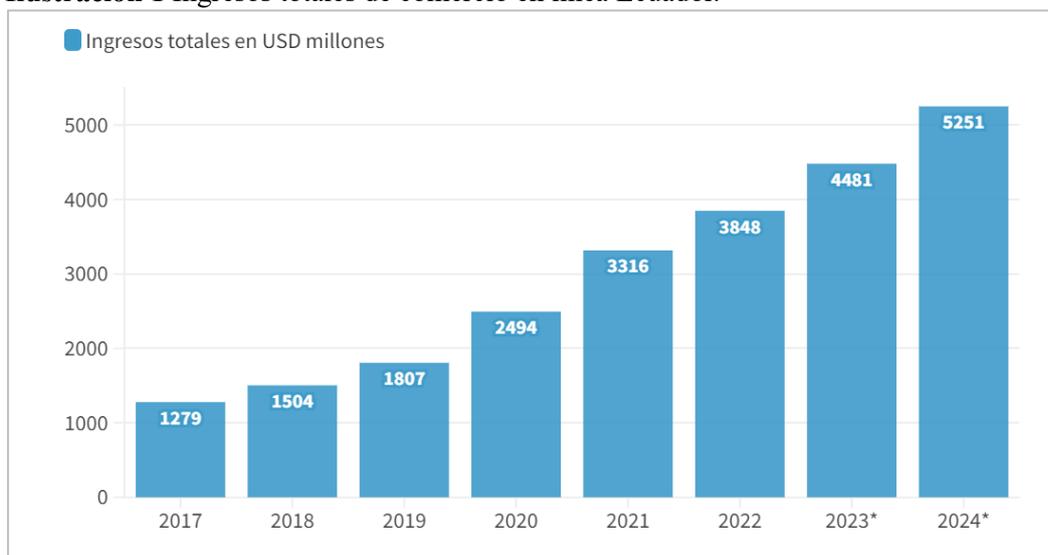
Las consideraciones éticas de este estudio se centraron en garantizar el correcto uso de las fuentes sin tener alguna alteración de la información brindada objetivamente, también se utilizó la transparencia en la selección de los documentos estudiados asegurándonos de que tengan estándares éticos de investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La llegada de las Fintech a Ecuador ha revolucionado la infraestructura financiera para los pagos internacionales, ofreciendo soluciones innovadoras como monederos digitales (e-wallets), transferencias internacionales de bajo costo y métodos de autenticación digital más seguros. Estas empresas han adoptado tecnologías avanzadas como blockchain y han integrado plataformas como Stripe y dLocal en negocios locales, simplificando considerablemente las transacciones transfronterizas. Esta modernización no solo ha facilitado la operación de empresas ecuatorianas en el mercado global, sino que también ha mejorado la seguridad y eficiencia de las transacciones, fortaleciendo la confianza de los consumidores en el comercio electrónico y promoviendo el desarrollo económico del país.

Los resultados de la presente investigación permiten comprobar que la implementación de inteligencia artificial (IA) en los pagos internacionales dentro del comercio electrónico del Ecuador mejora significativamente los procesos de eficiencia operativa y posicionamiento competitivo. Estos resultados fueron obtenidos a través de revisión documental, análisis de casos reales y comparación con experiencias exitosas en América Latina.

Ilustración 1 Ingresos totales de comercio en línea Ecuador.



Fuente: (Revista Gestión, 2024).

Como expresa la revista Gestión en la ilustración 1 el incremento del comercio en línea ha sido muy bueno, que paso de 1.279 en el año 2017 a 5.251. En el año 2024 esto destaca como ha ido evolucionando la confianza que han tenido los consumidores a las plataformas digitales, varios factores como el acceso a internet, la pandemia COVID-19 y la adopción a nuevas tecnologías han ayudado a que se de este crecimiento. El comercio electrónico permite el desarrollo económico, la competitividad y la innovación, ya que es favorable para las empresas que realizan inversiones en transformación digital y así mejoran la experiencia de sus clientes.

Ilustración 2 Percepción y adopción de herramientas la Inteligencia Artificial (IA) en el Ecommerce.



Fuente: Cámara de Comercio

Según encuestas realizadas por la Cámara de Comercio en la ilustración 2, el 66% de las personas encuestadas dieron a conocer que la IA influye significativamente al momento de realizar sus compras en línea. Además, un 52% obtuvo recomendaciones satisfactorias en cuanto a sus preferencias de compras en línea adaptándose a los cambios de intereses que tengan los usuarios, genero confianza para entender sus preferencias y ayuda a los consumidores a mejorar la experiencia en su compra. Esto demuestra que la IA es fundamental a la hora de realizar la compra en la personalización y eficiencia del comercio digital actual, la confianza y influencia que tiene la IA en las compras a generado que se disminuya el abandono de carritos por la buena experiencia que les genera la IA.

Desde el punto de vista práctico, las micro y pequeñas empresas (MYPES) que han optado por implementar la IA no solo mejoran sus procesos internos, sino que también ofrecen mayor confianza a sus clientes.

Beneficios como eficiencia y transparencia en los pagos internacionales y mejor rendimiento de respuesta ante inspecciones o requerimientos de socios internacionales. En términos de estrategia, esto permite que las PYMES que exportan productos no tradicionales puedan negociar en mejores condiciones.

Comercio electrónico del Ecuador

En Ecuador, el comercio electrónico empezó a fortalecerse a partir del 2010 motivado por el acceso a internet en masa, el desarrollo de las plataformas de comercio electrónico y el incremento en la utilización de dispositivos móviles (Ortiz, 2023).

Es innegable que después de estos años, las personas han encontrado en sus hogares una nueva forma de consumir lo que les agrada, de manera segura y sin muchas dificultades o tiempo desperdiciado haciendo fila. Este nuevo paradigma ha obligado a los negocios buscar estrategias que les faciliten mantener el servicio en su establecimiento físico y continuar satisfaciendo los pedidos en línea. Sin embargo, esta evolución no ha sido fácil adaptarse a la demanda online mientras se conserva un local físico operativo a representado un reto para muchos. La necesidad de gestionar pedidos en línea sin afectar la calidad del servicio presencial ha requerido inversiones en tecnologías, reestructuración de espacios y capacitación de equipos. (Chica & Navas, 2022).

Según menciona Bendezu & Carhuajulca (2024), el comercio electrónico en Ecuador ha registrado un incremento significativo en años recientes, motivado por el aumento en la penetración de internet y la utilización de dispositivos móviles. Este incremento ha facilitado que un mayor número de consumidores ingresen a plataformas digitales para efectuar compras, modificando así el modo en que se realizan las transacciones comerciales en la nación. La pandemia de COVID-19 intensificó esta tendencia, forzando a numerosas compañías a ajustarse con rapidez a un ambiente digital para mantenerse viables.

Estos avances no solo están cambiando cómo las personas y las empresas manejan su dinero, sino que también están desafiando a las instituciones financieras tradicionales a adaptarse a un entorno en rápida evolución. La regulación y la seguridad seguirán siendo temas cruciales a medida que la industria fintech continúe creciendo (Carballo, 2020).



Los investigadores destacan el incremento del comercio electrónico han subrayado la relevancia de la ciberseguridad, dado que el incremento de las operaciones en línea ha ido acompañado de un incremento en el peligro de fraudes y ataques cibernéticos. Es importante que las compañías destinen recursos a medidas de seguridad sólidas y que los clientes estén informados acerca de hábitos de seguridad en el comercio digital para resguardarse en este nuevo contexto. Cabe resaltar que la diversificación del comercio electrónico ha obligado a las empresas a innovar y mejorar continuamente para mantenerse relevantes en un mercado cada vez más competitivo. Esta dinámica ha llevado a una mayor calidad y variedad de productos y servicios, beneficiando a los consumidores con mejores opciones y experiencias de compra.

Crecimiento y las tendencias del comercio electrónico en Ecuador

En años recientes, particularmente desde la pandemia de COVID-19, el comercio electrónico se ha transformado en un componente esencial del mercado minorista a nivel mundial. Durante meses el internet fue el único medio por el que numerosas empresas pudieron continuar generando ingresos mediante las plataformas digitales se convirtieron en salvaguardias empresariales. Esto se debe a la capacidad de los consumidores para adquirir ciertos productos que satisfacía necesidades básicas como demandas diferidas, desde electrónicos hasta artículos de ocio. Datos demuestran que los comercios que permanecieron abiertos cerca del 90% de la población global reconoció haber realizado compras en línea en 2020 (Vega & Islas, 2021).

Otra opción en aumento son las carteras digitales, tales como PayPal, Apple Pay y Google Wallet, que simplifican el pago sin la necesidad de introducir datos económicos cada vez que se efectúa una compra. Estas plataformas ofrecen un grado extra de protección al funcionar como mediadores entre el comprador y el vendedor (Encalada et al., 2020).

Desde el punto de vista de los autores el comercio electrónico tuvo un crecimiento en la pandemia de COVID-19 tras el peligro que había en ese momento con el virus muchas personas preferían pedir todo por el comercio en línea, las carteras digitales también ayudaron al crecimiento del comercio electrónico ya que las personas no tienen que dejar registrada su tarjeta en las plataformas del e-commerce sino que pueden comprar con más confianza con plataformas como Paypal.



Innovación tecnológica

La innovación tecnológica ha revolucionado el escenario del comercio global y Ecuador no se ha quedado atrás la implementación de la inteligencia artificial (IA) en los procedimientos de pago internacional está transformando el modo en que las compañías de Ecuador efectúan transacciones mediante algoritmos sofisticados. La IA posibilita la valoración de riesgos en tiempo real, simplificando la identificación de fraudes y asegurando la protección de las transacciones (Barragan, 2023).

Esto no solo fomenta la confianza entre los vendedores y sus consumidores, sino que también fomenta un ambiente más seguro para las inversiones foráneas. Con la globalización en aumento resulta esencial que Ecuador ajuste sus sistemas de pago a las exigencias del comercio electrónico global es importante que las compañías y las autoridades de Ecuador colaboren estrechamente para instaurar y preservar estándares sólidos de ciberseguridad (Heredia P. D., 2022).

Los autores destacan el papel transformador de la innovación tecnológica a ayudado al comercio global. En Ecuador las empresas se han adaptado a la inteligencia artificial realizando transacciones mediante algoritmos. Esto fomenta la confianza en compradores, vendedores dando seguridad y también para las transacciones foráneas.

Pagos internacionales

Estos instrumentos financieros facilitan la determinación de la tasa de cambio durante el proceso de transacción garantizando que la cantidad a abonar no sea impactada por la inestabilidad del mercado las compañías pueden estimar sus gastos y conservar la estabilidad económica. Además, si bien son herramientas valiosas que eliminan incertidumbre y protegen márgenes de rentabilidad, los negocios deben analizar cuidadosamente su relación costo y beneficio. (Peña & Fonseca, 2024).

Las plataformas de pago tienen la capacidad de efectuar pagos en diversas monedas han motivado que numerosas empresas y usuarios las elijan. Es importante tener en cuenta la seguridad y la normativa de estas plataformas, dado que la salvaguarda del usuario puede fluctuar pese a que las plataformas de pago en línea brindan beneficios como la velocidad y precios competitivos, también conllevan peligros que no debemos pasar por alto. La seguridad en las transacciones es un asunto esencial, y numerosas personas todavía tienen temor a divulgar sus datos económicos en internet (Salas et al., 2024).



Desde la perspectiva de los autores destacan que las transferencias bancarias y plataformas de pago como PayPal, proporcionan agilidad y protección promoviendo el comercio a nivel mundial. No obstante, las elevadas comisiones y los tiempos de procesamiento pueden representar un obstáculo considerable para las pequeñas empresas.

Situación actual de los pagos internacionales en Ecuador

El estado actual de las transacciones internacionales en Ecuador ha sido afectado por varios factores económicos y políticos la nación que ha adoptado el dólar de Estados Unidos como moneda oficial desde el año 2000. Esto ha conservado una estabilidad relativa en sus operaciones internacionales. De igual forma, la dependencia del dólar también pone a Ecuador en riesgo ante las variaciones económicas mundiales y las políticas monetarias de Estados Unidos, lo cual puede impactar en la disponibilidad de divisas (Londoño et al., 2022).

Las plataformas digitales para transacciones internacionales brindan una serie de beneficios importantes que simplifican las operaciones entre distintos países y que posibilitan efectuar transferencias de dinero de forma ágil y eficaz. De esta manera disminuyendo significativamente el tiempo que usualmente se necesitaba para realizar estas transacciones mediante métodos bancarios tradicionales. Adicionalmente, gran cantidad de estas plataformas emplean tasas de cambio competitivas, lo que podría traducirse en tarifas más reducidas y, en consecuencia, en ahorros para los usuarios (Hubert et al., 2023).

Las limitaciones cambiarias y la regulación de divisas en Ecuador han creado un ambiente complicado para el comercio electrónico. Particularmente para las compañías de correo estas restricciones pueden obstaculizar la ejecución de pagos internacionales, impactando la eficacia y competitividad de la industria. No obstante, la puesta en marcha de soluciones fundamentadas en inteligencia artificial brinda la posibilidad de perfeccionar estos procesos. Mediante el análisis de datos y la automatización de transacciones, las compañías pueden manejar de manera más efectiva las variaciones del tipo de cambio y acatar las normativas locales. No solo acelera los pagos, sino que también optimiza la experiencia del cliente al disminuir los periodos de espera y las dificultades administrativas (Ortiz, 2023).

Según el punto de vista de los autores, las transacciones internacionales son afectadas por cambios económicos o políticos que se vayan dando en los países aunque podrían crear estrategias para poder



reducir estos cambios, también se resalta como las plataformas digitales han ayudado a las transacciones internacionales siendo eficientes y ayuda a reducir costos.

Como influye la inteligencia artificial en el comercio electrónico

Tabla 1 Estrategias de personalización basadas en la inteligencia artificial

Estrategia	Descripción
Análisis predictivo	Es una estrategia importante para usar la inteligencia artificial para predecir las necesidades y deseos del cliente, por lo que los algoritmos mejorados analizan grandes conjuntos de datos para identificar modelos y tendencias al proporcionar información valiosa sobre lo que los clientes pueden desear en el futuro.
Recomendaciones personalizadas	Son una herramienta importante para configurar la inteligencia artificial para mejorar las ventas o servicios, por ejemplo, plataformas como Amazon o Netflix, usan algoritmos automáticos para analizar el orden histórico o intuitivo, así como recomendaciones sobre productos o contenido relacionados con los intereses de los intereses de cada cliente.
Interacciones conversacionales	Las interacciones para hablar o chatbots han cambiado el camino de la interacción con los clientes, porque estos sistemas pueden responder preguntas, resolver problemas y proporcionar información personal para cada cliente.
Segmentación dinámica	Esta técnica agrupa a los clientes según sus análisis predictivos, lo cual les permite acoplarse a las estrategias y brindar recomendaciones personalizadas, así un mismo cliente puede aparecer en varias listas de distribución de recomendaciones según las preferencias que el mismo genera en su rastro de búsquedas o intereses.

Fuente: (Villafuerte & Travez, 2024)

Estas estrategias permiten tendencias, ofrecen productos y servicios adaptados a las preferencias individuales, mejorar la comunicación a través de los asistentes virtuales y clasificar a los clientes en grupos estratégicos para maximizar la importancia de las campañas comerciales. La integración de la inteligencia artificial en estos procesos refleja un progreso significativo en la automatización y personalización de los productos, lo que contribuye a una mayor satisfacción, experiencia y lealtad a los usuarios. Esto permite a las empresas a que puedan aumentar la eficiencia y también ser competitivas en el mercado.



La inteligencia artificial ha revolucionado considerablemente el comercio electrónico ofreciendo herramientas que mejoran la experiencia del usuario y la eficiencia en las operaciones una de las influencias más relevantes de la IA en este sector es la personalización de la experiencia de compra a través del estudio de datos de comportamiento de los consumidores (Trávez & Villafuerte, 2024).

Facilita una administración más eficaz del inventario y la logística mediante la anticipación de demanda y el estudio de patrones de adquisición las compañías pueden mejorar su stock, previniendo tanto la sobreabundancia como la falta de productos esta habilidad para prever se refleja en una disminución de gastos y en un incremento de la eficiencia en las operaciones (Bravo et al., 2024).

Los algoritmos de Inteligencia Artificial pueden proporcionar sugerencias de productos acordes a los gustos y preferencias individuales de cada usuario, lo que no solo incrementa la satisfacción del usuario, sino que también eleva las tasas de conversión y, por ende, las ventas (Jara et al., 2023).

Desde la perspectiva de los autores, su habilidad para comprender y prever las necesidades y gustos de los clientes ha revolucionado la forma en que se relacionan con las plataformas de comercio electrónico, incluyendo sugerencias personalizadas, optimizaciones de los motores de búsqueda y el servicio al cliente.

Uso de Inteligencia Artificial en pagos electrónicos en Ecuador

La inteligencia artificial (IA) ha transformado el escenario de los pagos electrónicos en Ecuador, particularmente en el sector del comercio global mediante empresas de correo gracias a tecnologías de vanguardia. Las plataformas de pago tienen la capacidad de examinar grandes cantidades de información en tiempo real, lo que facilita la validación de transacciones con más agilidad y exactitud. No solo incrementa la protección de las transacciones, sino que también mejora la experiencia del usuario, disminuyendo los periodos de espera y simplificando la efectuación de compras en línea desde el país a otros países (Gymez, 2024).

Los elevados gastos de transacción en los pagos internacionales constituyen un impedimento considerable para el comercio electrónico en Ecuador. Además, particularmente para las compañías de envío estos gastos pueden abarcar tarifas bancarias comisiones de intermediarios y fluctuaciones en las tasas de cambio, lo que incrementa los costos y disminuye la competitividad de las empresas locales; la aplicación de soluciones de inteligencia artificial puede mejorar este proceso al automatizar y acelerar



las operaciones. Adicionalmente, la inteligencia artificial facilita el análisis de grandes cantidades de información para detectar patrones y tendencias que pueden asistir a las compañías en la toma de decisiones más fundamentadas respecto a sus operaciones a nivel internacional (Heredia & Villareal, 2022).

Desde la perspectiva de los autores se puede definir que la Inteligencia Artificial empezó a desempeñar un rol importante en la optimización de los pagos internacionales en Ecuador sus programas han revolucionado diversos campos, a detectar transacciones sospechosas en tiempo real, incrementando la seguridad en los pagos internacionales, existen herramientas impulsadas por Inteligencia Artificial que proporcionan tasas de cambio optimizadas fundamentadas en análisis de los mercados financieros a nivel mundial.

La hipótesis planteada “la inteligencia artificial mejoran significativamente los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador” se cumplió. La implementación de inteligencia artificial ha optimizado la seguridad y la eficiencia de las transacciones de transacciones al reducir los costos operativos y el tiempo de procesamiento. Las plataformas de pago digital se integran con algoritmos avanzados para detectar fraude, confirmar las operaciones de tiempo real y mejorar la experiencia del usuario al facilitar el acceso a los mercados internacionales.

Entre limitaciones que tuvo el estudio, estuvo la dificultad de acceso a datos estadísticos recientes, también que hay muy pocas investigaciones en el caso de Ecuador entre la inteligencia artificial y los pagos internacional. Sin embargo, el análisis de documentos nos permitió obtener información para poder cumplir los objetivos planteados, basados en fuentes oficiales y verificadas.

La inteligencia artificial ha rediseñado significativamente la industria de los pagos digitales con plataformas como PayPal, Stripe y Square Integre algoritmos mejorados para mejorar la seguridad, la eficiencia y la adaptación de las transacciones. Sin embargo, todavía hay mucho para examinar el efecto de la IA en la automatización de los pagos, la detección de fraude y la optimización de los costos abiertos. Además, sería valioso explicar el papel de la IA en la prevención del fraude y analizar cómo el aprendizaje automático puede identificar modelos sospechosos y reducir los riesgos de tiempo real.



Otro tema que se podría investigar es la compatibilidad entre las plataformas de pago basadas en la IA, asegurando que los servicios como PayPal, Stripe y las criptomonedas puedan operar en diferentes mercados y monedas. También cómo puede facilitar la inclusión de pequeños comerciantes y nuevas economías en el comercio global.

Otra posible hipótesis de investigación es que la inteligencia artificial optimiza la seguridad y eficiencia en pagos digitales y mejorar la experiencia del usuario con sistemas predictivos. Su integración con plataformas de pago reduce errores y agiliza transacciones, fortaleciendo la confianza en el comercio electrónico

CONCLUSIÓN

El estudio actual describió cómo la inteligencia artificial (IA) promueve la mejora de los pagos internacionales en el comercio electrónico de Ecuador para mostrar su apariencia positiva en la eficiencia de las operaciones de comercio exterior. Utilizando el análisis teóricos y empírico desarrollado, fue posible confirmar que el uso de soluciones basadas en IA en esta área es un progreso significativo no solo en términos tecnológicos sino también se pueden utilizar para transformar los modelos operativos y estratégicos de las MYPES.

Se cumplió el objetivo de describir como la implementación de herramientas de inteligencia artificial contribuye a mejorar la eficiencia, seguridad y rapidez de los pagos internacionales en el comercio electrónico del Ecuador. Entre las contribuciones más importantes se encuentran: reducción del tiempo de procesamiento de pagos, reducción de inconvenientes en conversiones y transferencias. Estas mejoras no solo reducen los costos operativos, sino que también fortalecen la competitividad internacional de las empresas de Ecuador, lo que permite una gestión financiera más segura y automatizada.

Se analizó el impacto de la IA en la experiencia del consumidor en el comercio electrónico. Se han observado tecnologías como participantes virtuales inteligentes, las plataformas de pago integradas con el reconocimiento biométrico o la autenticación y las recomendaciones de múltiples factores sobre la base de las preferencias de compra han mejorado significativamente la satisfacción del cliente. Se transforma en una mayor lealtad, un índice de compra de remisión más bajo y una mayor confianza en las transacciones digitales.



Estas transformaciones permitieron a los consumidores acceder a una experiencia de compra más fluida, más personal y segura que promueve la dinámica del comercio electrónico y un aumento en las exportaciones no convencionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Barragan, M. X. (2023). Situación de la inteligencia artificial en el Ecuador en relación con los países líderes de la región del Cono Sur. *Rev. FIGEMPA*, 16(2), 26-38. doi: <https://doi.org/10.29166/revfig.v16i2.4498>
- Barreto, b. J., León, M. P., Rivadeneira, R. E., & Quizhpe, B. V. (2024). Desafíos del comercio electrónico para las mipymes Ecuatorianas en el contexto latinoamericano. *Rev. PoloConocimiento*, 9(12), 3-22. doi: <https://doi.org/10.23857/pc.v9i12.8442>
- Barrutia, B. I., Morales, A. M., García, S. E., & Vergaray, H. J. (2023). Criptomonedas Historia inmersión en los procesos productivos y perspectivas a futuro de las CBDC. *Rev. Lecturas de Economía*(99), 245-282. doi: <https://doi.org/10.17533/udea.le.n99a351176>
- Boada, M. S. (2019). La naturaleza jurídica de la cuenta bancaria. *Rev. de Derecho Privado*(36), 171-203. doi: <https://doi.org/10.18601/01234366.n36.06>
- Bravo, A. J., Riascos, G. J., & Galván, C. E. (2024). Estrategias basadas en inteligencia artificial para la gestión de inventarios en la cadena de suministros. *Rev. Tecnología en Marcha*, 37, 88-97. doi: <https://doi.org/10.18845/tm.v37i6.7271>
- Cajamarca, R. E., Delgado, G. J., & Zamora, C. M. (2023). El impacto del e-commerce como estrategia de comercialización para las microempresas de la ciudad de Machala. *Rev. Metropolitana*, 6(1), 158-167. doi: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=721778121018>
- Chica, C. R., & Navas, M. F. (2022). Comercio electrónico en los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Bahía de Caráquez Ecuador periodo 2020-2021. *Rev. Espe*. doi: <https://doi.org/10.24133/sigma.v9i02.2826>
- Contreras, H. R. (2021). El rol de los acuerdos internacionales para promover el comercio digital El ejemplo del acuerdo Depa. *Rev. ICE*(922), 1-14. doi: <https://doi.org/10.32796/ice.2021.922.7296>



- Cordero, B. E. (2023). Los sistemas de pago e-commerce en las pymes ecuatorianas. *Rev. Dominio de las ciencias*, 9(3), 1858-1866. doi: <https://doi.org/10.23857/dc.v9i3.3867>
- Encalada, E. V., Ruíz, Q. S., & Encarnación, M. O. (2020). Billetera electrónica móvil Una alternativa de pago del sistema financiero ecuatoriano. *Rev. Banca y Finanzas*, 15(30), 24-42. doi: <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202002.002>
- Estrella, H. J., Calero, J. M., Analuisa, A. A., & Guerra, A. E. (2023). Retos y oportunidades del comercio electrónico para los emprendedores de productos importados en Quito Ecuador. *Rev. Fipcaec*, 8(4), 207-228. doi: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v8i4.918>
- Gymez, S. C. (2024). El impacto de la inteligencia artificial (IA) en la gestión del comercio exterior a través de la utilización del análisis predictivo. *Rev. de Investigación*, 6(1). doi: <https://doi.org/10.3407>
- Heredia, P. D., & Villareal, S. F. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *Rev. ComHumanitas*, 12(1), 1-33. doi: <https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.333>
- Herrera, G. Y., Cantero, C. H., & Leyva, C. E. (2021). Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas en empresas comercializadoras. *Rev. Holguin*, 27(3), 1-9. doi: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181568184002>
- Hubert, M., Macedo, M. G., & Spivak, A. (2023). Las plataformas como infraestructuras El uso del enfoque infraestructural para estudiar dos tipos de plataformas no digitales. *Rev. Ciencia Docencia, y Tecnologia*, 34(69), 1-26. doi: <https://doi.org/10.33255/3469/1619>
- Martinez, C. (2019). El uso de efectivo y tarjeta de debito como instrumentos de pago en Colombia. *Rev. Lecturas de Economia*(90), 71-95. doi: <https://doi.org/10.17533/udea.le.n90a03>
- Mera, S. C. (2021). Desafíos del comercio electrónico para las Pymes ecuatorianas. *Rev. Espiritu Emprendedor TES*, 5(4), 19-39. doi:10.33970/eetes.v5.n4.2021.285
- Morán, C. J., Peña, P. D., & Soledispa, R. X. (2021). El sistema financiero y su impacto en el desarrollo económico financiero. *Rev. FIPCAEC*, 6(1), 804-822. doi: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.372>



- Ortiz, M. C., & Guillen, L. X. (2023). Impuestos y economía digital en Ecuador Desafíos y perspectivas del comercio electrónico Un análisis bibliográfico. *Rev. Journal of Science and Research*, 18-35. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8349656>
- Purwoharsojo, P., Darma, C., & Mirwansyah, D. (2020). Exploration of Leadership, Organizational Culture, Job Satisfaction, and Employee Performance. *TECHNIUM SOCIAL SCIENCES JOURNAL*, 6(1), 116-130. doi: <https://doi.org/10.47577/tssj.v6i1.242>
- Revista Gestión. (15 de 2 de 2024). *Ecuador se sube a la ola del e-commerce y las cifras son alentadoras*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/ecuador-se-sube-la-ola-del-e-commerce-y-las-cifras-son-alentadoras/>
- Rodriguez, K., Ortiz, O., Quiroz, A., & Parrales, M. (2020). El e-commerce y las mipymes en tiempos de Covid-19. *Rev. Espacios*, 41(42), 1-19. doi:DOI: 10.48082/espacios-a20v41n42p09
- Rodríguez, O. A., Peña, G. N., & Casañas, C. M. (2020). Factores que motivan la compra por impulso en el contexto de la compra en grupo en línea. *Rev. EAN*(89), 177-196. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2846>
- Salas, O. L., & Alfaro, S. M. (2022). Criptomonedas y su efecto en la estabilidad del sistema financiero internacional Apuntes para CentroAmerica. *Rev. Ri*(95), 33-77. doi: <https://doi.org/10.15359/ri.95-1.2>
- Sierras, A. J., Caro, A. J., Suarez, R. R., & alvarez, P. S. (2022). Comercio electrónico y las tendencias tributarias del sector gastronomico en Colombia durante la Covid-19. *Rev. de Ciencias Sociales*, XXVIII(2). doi: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28070565015>
- Urdaneta, M. A., & Zambrano, M. A. (2024). Marco regulatorio bancario en Ecuador y su impacto en el financiamiento a pymes. *Rev. Retos*, 14(27), 147-163. doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.10>
- Valencia, M. F. (2021). Panorama actual del botcóin Una descripción práctica. *Rev. de Derecho*(36), 49-71. doi: <https://doi.org/10.32719/26312484.2021.36.3>
- Vega, B. A., & Islas, A. (2021). Perspectivas de Ecommerce y los hábitos de consumo Tras Covid-19. *Rev. Research Gate*, 17(4), 1-19. doi: <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p112>



- Vega, C. A., & Martinez, O. F. (s.f.). Factores que influyen en la decision de compra de los clientes en las microempresas comerciales la Maná. *Rev. VICETC*. doi: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/572/5725029005/>
- Velíz, I. A. (2023). Hacia el futuro digital E-commerce y transformación en el contexto ecuatoriano. *Rev. Ciencia Latina*, 7(6), 8374-8397. doi: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9375
- Véliz, I. A. (2023). Hacia el futuro digital E-commerce y transformación en el contexto ecuatoriano. *Rev. Ciencia Latina*, 7(6), 1-22. doi: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9375
- Villafuerte Cristian , & Travez Andrea. (2024). Estudio sobre el uso de la Inteligencia Artificial en la comercialización en línea de accesorios de moda y artículos complementarios. *revista social fronteriza*. doi: [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(4\)385](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(4)385)
- Zaruma, P. M., Valle, C. M., & Villao, Y. N. (2023). E-commerce como alternativa de sustento económico durante la pandemia Covid-19 en el Ecuador. *Rev. PoloConocimiento*, 8(2), 1125-1147. doi:10.23857/pc.v8i2

