

# 38

Fecha de presentación: julio, 2024  
Fecha de aceptación: noviembre, 2024  
Fecha de publicación: diciembre, 2024

## PROTECCIÓN

DE DATOS EN EL ENTORNO DIGITAL Y SUS IMPLICACIONES EN LA PRIVACIDAD DE LOS USUARIOS

### DATA PROTECTION IN THE DIGITAL ENVIRONMENT AND ITS IMPLICATIONS FOR USERS' PRIVACY

María Irlanda Suárez Romero <sup>1\*</sup>

E-mail: [maria.suarez.29@est.ucacue.edu.ec](mailto:maria.suarez.29@est.ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9834-892X>

Edwin Joselito Vásquez Erazo <sup>1</sup>

E-mail: [evasqueze@ucacue.edu.ec](mailto:evasqueze@ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9817-6773>

Jaime Tinto Arandes <sup>1</sup>

E-mail: [jtinto@ucacue.edu.ec](mailto:jtinto@ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8507-6837>

Juan Edmundo Álvarez Gavilanes <sup>1</sup>

E-mail: [juan.alvarezg@ucacue.edu.ec](mailto:juan.alvarezg@ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0978-3235>

<sup>1</sup> Universidad Católica de Cuenca. Ecuador.

\*Autor para correspondencia

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Suárez Romero, M. I., Vásquez Erazo, E. J., Tinto Arandes, J. & Álvarez Gavilanes, J. E. (2024). Protección de datos en el entorno digital y sus implicaciones en la privacidad de los usuarios. *Universidad y Sociedad*, 16(S2), 342-352.

#### RESUMEN

La protección de datos busca salvaguardar la privacidad y seguridad de la información personal. El objetivo es evaluar cómo las prácticas de protección de datos en el entorno digital impactan la privacidad de los usuarios y sus implicaciones en la confianza y seguridad en el sector de consumo masivo de la ciudad de Azogues. Se utilizó una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos, con encuestas realizadas a 81 participantes. Los resultados indican que una alta percepción de seguridad está correlacionada con la importancia dada a la protección de datos, con un 80.25% de los encuestados reconociendo su influencia positiva en la confianza hacia plataformas digitales. Sin embargo, se observa un déficit de compromiso en la revisión de políticas de protección. Las conclusiones sugieren que la educación y sensibilización sobre protección de datos son cruciales para mejorar la confianza del usuario. Asimismo, se destacan desafíos económicos y falta de recursos como barreras significativas para la implementación efectiva de estas prácticas en Ecuador.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, Inflación, Digitalización, Privacidad, Plataforma digital.

#### ABSTRACT

Data protection seeks to safeguard the privacy and security of personal information. The objective is to evaluate how data protection practices in the digital environment impact user privacy and its implications on trust and security in the mass consumption sector in the city of Azogues. A mixed methodology was used, combining qualitative and quantitative approaches, with surveys conducted with 81 participants. The results indicate that a high perception of security is correlated with the importance given to data protection, with 80.25% of respondents recognizing its positive influence on trust towards digital platforms. However, there is a lack of commitment to reviewing protection policies. The findings suggest that data protection education and awareness are crucial to improve user trust. Likewise, economic challenges and lack of resources are highlighted as significant barriers to the effective implementation of these practices in Ecuador.

**Keywords:** Artificial intelligence, Inflation, Digitization, Digitalization, Privacy, Digital platform.

## INTRODUCCIÓN

La protección de datos comprende un conjunto de normas, principios y prácticas destinadas a salvaguardar la privacidad y la seguridad de la información personal de los individuos. Este enfoque abarca la recopilación, almacenamiento, tratamiento y divulgación de datos personales y es esencial para asegurar que las personas mantengan el control sobre su información y se prevengan abusos, como el uso no autorizado o la divulgación de datos sensibles. La protección de datos es un tema crítico debido al aumento de la recopilación de información personal por parte de organizaciones, lo que plantea desafíos en su gestión y seguridad, elevando el riesgo de violaciones a la privacidad. Las violaciones de seguridad y ciberataques son cada vez más comunes, exponiendo datos sensibles que pueden resultar en robo de identidad y fraude. También, la falta de conciencia sobre los derechos de protección de datos entre las personas genera conflictos de intereses entre el uso comercial de datos y el derecho a la privacidad (Barrio, 2024).

Es así que los principales desafíos para la protección de datos personales en el contexto de la inteligencia artificial generativa (IAG) son significativos. De esta manera, la falta de un marco jurídico especializado dificulta una protección efectiva, ya que las regulaciones actuales son consideradas obsoletas frente a los rápidos y complejos avances tecnológicos. En ese mismo contexto, la obtención de datos sin el consentimiento informado de los titulares ha dado lugar a un mercado negro en expansión, lo que plantea serios problemas éticos y legales en relación con la privacidad. La implementación de la IAG también puede vulnerar derechos fundamentales, como la vida privada y el derecho al honor, ya que la interacción con tecnologías digitales se ha vuelto casi inevitable, especialmente en situaciones como la pandemia. Asimismo, la proliferación de noticias falsas impulsadas por la IAG, amplifica la desinformación y afecta tanto el derecho a la información como la confianza pública. Resulta claro que, la desincronización entre los avances normativos y tecnológicos crea un vacío en la protección de los derechos humanos en un entorno digital en constante evolución (Sánchez, 2024).

El Boletín Técnico N° 01-2024-IPC no aborda directamente la situación del sector de consumo masivo en Ecuador, pero los datos del Índice de Precios al Consumidor (IPC) y la inflación permiten extraer implicaciones relevantes. En enero de 2024, la inflación mensual resulta del 0,13%, indicando un leve incremento en los precios que puede

afectar el poder adquisitivo de los consumidores y, en consecuencia, su comportamiento de compra en el sector de consumo masivo. Asimismo, el costo de la Canasta Básica Familiar se sitúa en USD 789,57, lo que implica que el ingreso familiar promedio cubre el 108,75% de este costo, sugiriendo que los hogares tienen un excedente que puede favorecer el consumo. El IPC se fundamenta en una canasta fija de 359 productos relevantes para el gasto familiar, lo que resalta la importancia del sector de consumo masivo en la economía. Las variaciones en los precios de estos productos influyen en las decisiones de compra, especialmente en un contexto inflacionario, donde los cambios en los precios de alimentos y bienes esenciales son cruciales para entender el comportamiento del sector (Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2024).

En la provincia del Cañar y su capital, Azogues, el sector de consumo masivo ha revelado diversas características y tendencias según el informe de monitoreo de mercados. Los comerciantes de la región han reportado una percepción general de disminución en sus ventas, con un 51% indicando que han experimentado una caída, lo que refleja un contexto de tensión en el consumo debido al aumento de precios y a eventos socio-políticos. En relación con los precios de los productos alimentarios, se ha observado cierta variabilidad, si bien en marzo se registran precios más bajos en Cañar en comparación con otras provincias, esta situación puede cambiar debido a factores externos como el incremento del IVA y la inseguridad. De igual manera, la creciente inseguridad y violencia en el país ha llevado a los comerciantes a adoptar estrategias para mitigar riesgos, afectando el comportamiento del consumidor, ya que la percepción de inseguridad puede influir en su decisión de salir a comprar, repercutiendo directamente en las ventas. Resulta muy importante mencionar también que, el fenómeno del "Niño" ha impactado las zonas productivas, lo que puede repercutir en la disponibilidad y precios de ciertos productos en el futuro (Grupo de Trabajo de Programas de Transferencias Monetarias, 2024).

Desde la satisfacción hasta la protección: un viaje del usuario.

Un usuario es aquella persona que utiliza o consume bienes y servicios, ya sea de forma individual o como parte de un grupo. Estos usuarios cuentan con derechos amparados por leyes que tienen como objetivo asegurar su bienestar y la calidad de los productos y servicios que adquieren. Asimismo, sus intereses pueden manifestarse de manera individual, colectiva, difusa o general, variando según el contexto y la naturaleza de su relación de consumo (Aguirrezabal, 2024). Se puede manifestar

entonces que un usuario es una persona que interactúa con un sistema, producto o servicio, utilizando sus funcionalidades para satisfacer necesidades o llevar a cabo tareas específicas. Este concepto se aplica en múltiples contextos, incluyendo tecnología, software, servicios en línea y productos físicos (Espinoza et al., 2024).

La función principal de los usuarios es interactuar en los diferentes espacios para satisfacer sus necesidades y deseos. Su comportamiento y opiniones son decisivos para las empresas, ya que impactan en el desarrollo de productos, la mejora de servicios y la implementación de políticas de protección al consumidor. En el ámbito legal, los usuarios disfrutan de derechos diseñados para asegurar su protección y bienestar en el mercado (Garrido, 2023). Los usuarios desempeñan un papel esencial por varias razones. Entre las principales, ofrecen retroalimentación valiosa acerca de sus experiencias y necesidades, lo que contribuye a la mejora de productos y servicios. De manera que, su participación es fundamental para la adopción y el éxito de tecnologías, plataformas y servicios, lo que impulsa la innovación. Así como también, sus interacciones generan datos que pueden ser analizados para comprender tendencias, comportamientos y preferencias, beneficiando así a empresas y desarrolladores (Espinoza et al., 2024).

Se pueden identificar diferentes tipos de usuarios, entre los cuales destacan los consumidores, que son aquellas personas que adquieren bienes para su uso personal sin fines comerciales o profesionales. También se encuentran los usuarios de servicios esenciales, quienes contratan servicios básicos como la energía o el agua, que son vitales para la vida cotidiana. Igualmente, hay usuarios con necesidades especiales, que incluyen a personas con dificultades económicas o de movilidad y que requieren una atención y protección adicional para acceder a los servicios (García, 2024).

El término usuario se aplica en el contexto del consumo para referirse a quienes emplean productos o servicios, resaltando su importancia en la relación comercial. Los usuarios son reconocidos como sujetos de derechos, lo que les permite emprender acciones legales para salvaguardar sus intereses. Al mismo tiempo, los usuarios tienen la capacidad de interactuar con proveedores, presentar quejas y exigir el cumplimiento de normativas que garanticen la calidad y seguridad de los productos y servicios que consumen (Aguirrezabal, 2024).

**Confianza y control:** la nueva era de la protección de datos en el ecosistema digital.

La protección de datos se refiere a las prácticas y medidas diseñadas para resguardar la información personal y

sensible de los individuos frente al acceso no autorizado, el uso indebido, la divulgación o la pérdida. Esto abarca el cumplimiento de regulaciones y leyes, que otorgan derechos a los usuarios sobre su información. La protección de datos es fundamental para garantizar la privacidad, fomentar la confianza del consumidor y asegurar la seguridad en entornos digitales (Espinoza et al., 2024).

De tal manera que, esta práctica de protección de datos es muy importante para generar confianza en las plataformas digitales. Cuando los usuarios perciben que sus datos están protegidos y que tienen control sobre su información personal, es más probable que confíen en la plataforma y la utilicen con mayor frecuencia. Por el contrario, las violaciones de privacidad pueden deteriorar rápidamente esa confianza, lo que puede llevar al abandono de la plataforma. Los usuarios deben tener el control sobre qué datos personales comparten, con quién lo hacen y bajo qué circunstancias. La confidencialidad de esa información es clave, y no debe ser divulgada sin su consentimiento. Igualmente, es esencial que las plataformas sean transparentes en cuanto a cómo recopilan, utilizan y comparten los datos, incluyendo cualquier cambio en sus políticas de privacidad. La seguridad de los datos juega un papel crucial, para la protección de la información personal de accesos no autorizados, robos o filtraciones medidas. También, los usuarios deben tener el derecho de acceder, corregir o eliminar la información personal que una plataforma almacena sobre ellos. La falta de conciencia sobre estos aspectos puede llevar a que los usuarios compartan más datos de los que desean, exponiéndose a riesgos de seguridad y violaciones de su privacidad (Ríos-Paredes & Ríos-Salgado, 2020).

En las plataformas digitales, la protección de datos es esencial, por diversas razones y la más importante es proteger la información personal, como nombres, direcciones, números de teléfono y datos financieros, evitando que sea utilizada de manera indebida o accedida sin autorización. Al mismo tiempo, una política de privacidad clara y transparente fomenta la confianza del consumidor, lo que es fundamental para establecer relaciones comerciales saludables y duraderas. También otorga a los usuarios control sobre quién accede a sus datos y cómo se utilizan, algo concluyente en un entorno donde la recopilación y el análisis masivo de información son comunes. Asimismo, proteger la privacidad previene abusos como el acoso, la discriminación o el fraude, derivados del mal uso de los datos personales. El cumplimiento de las normativas legales sobre privacidad no solo evita sanciones, sino que también mejora la reputación de la empresa. Es así que la privacidad en línea garantiza que los usuarios puedan expresarse libremente sin temor a represalias o

vigilancia, un aspecto clave en la sociedad (De la Maza & Momberg, 2018).

Es por eso, que la protección de datos, se agrupa en diferentes categorías. Entre los más destacados se encuentra el derecho de acceso, que permite a los usuarios conocer y consultar los datos personales que están siendo procesados, así como el derecho de rectificación, que les otorga la capacidad de corregir información inexacta o incompleta. El derecho de supresión, también conocido como derecho al olvido, brinda a los usuarios la opción de solicitar la eliminación de sus datos personales en ciertos casos. De la misma manera, el derecho de oposición permite rechazar el tratamiento de sus datos en situaciones específicas, mientras que el derecho a la portabilidad facilita la transferencia de los datos personales de un responsable a otro en un formato estructurado y utilizado. Es también relevante, el derecho a la limitación del tratamiento ya que ofrece a los usuarios la posibilidad de solicitar que el uso de sus datos sea restringido bajo determinadas circunstancias (Palos et al., 2018).

Resulta asimismo interesante mencionar que, se aplica al tratamiento y manejo de la información personal de los usuarios, garantizando que esta se recoja, almacene y utilice de manera transparente y con el consentimiento informado del titular. Abarcando políticas de privacidad en sitios web, contratos de servicios y regulaciones. Su objetivo es proteger los derechos de los consumidores frente a prácticas abusivas y asegurar que tengan acceso a información clara sobre el uso de sus datos (De la Maza & Momberg, 2018).

Resultado del análisis anterior surge la siguiente interrogante ¿Cómo afecta la protección de datos en el entorno digital a la privacidad de los usuarios y qué implicaciones tiene para la confianza y la seguridad en las plataformas digitales? Por lo que se plantea el objetivo de evaluar cómo las prácticas de protección de datos en el entorno digital impactan la privacidad de los usuarios y sus implicaciones en la confianza y seguridad en el sector de consumo masivo de la ciudad de Azogues.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El paradigma de investigación mixta utilizado en este estudio, combina enfoques cualitativos y cuantitativos, el mismo que ha ganado gran relevancia en los ámbitos social y educativo debido a su capacidad para proporcionar una comprensión más amplia y profunda de los fenómenos. Este enfoque permite integrar la profundidad interpretativa de los datos cualitativos con la capacidad de generalización de los resultados cuantitativos, convirtiéndose así en una herramienta eficaz para abordar

preguntas complejas que no pueden resolverse adecuadamente con un solo método. Al emplear diversas técnicas de recolección de datos, los investigadores pueden triangular la información, lo que refuerza la validez de los hallazgos (Hernández & Mendoza, 2018).

Se utilizó el método analítico-sintético que es una estrategia de investigación que combina de manera complementaria los procesos de análisis y síntesis. Este enfoque resulta especialmente útil para desentrañar fenómenos complejos, ya que permite a los investigadores observar tanto los detalles como el panorama general, lo que facilita la creación de teorías y modelos más ajustados a la realidad, al tener en cuenta las interrelaciones entre los distintos componentes. De igual manera, es eficaz para descubrir patrones y conexiones que no son evidentes a primera vista. Promueve, al mismo tiempo, un enfoque interdisciplinario al integrar conocimientos y metodologías de distintas disciplinas, ampliando así las posibilidades de generar soluciones más completas (Bernal, 2010).

También se empleó el método inductivo-deductivo, un enfoque de investigación que integra dos formas de razonamiento la inducción y la deducción. La inducción consiste en partir de observaciones específicas para llegar a conclusiones generales, basadas en la recopilación de datos y la identificación de patrones o regularidades, permitiendo generar hipótesis o teorías a partir de fenómenos particulares. Se indica asimismo que, la deducción se inicia con premisas generales para llegar a conclusiones específicas, aplicando teorías o principios establecidos a casos concretos. Así, el método inductivo-deductivo se convierte en una estrategia integral que permite tanto la generación como la verificación de teorías, resultando eficaz para el estudio (Martínez, 2012).

El método histórico-lógico, utilizado en esta investigación, combina el análisis histórico con el razonamiento lógico para estudiar fenómenos, eventos o procesos a lo largo del tiempo, siendo especialmente útil en las ciencias sociales y humanidades. Este enfoque permite comprender cómo y por qué ocurren ciertos eventos en contextos históricos específicos, analizando la evolución de los fenómenos a través del tiempo y considerando las causas, efectos y relaciones entre eventos pasados y presentes. Su propósito es proporcionar una comprensión más profunda de fenómenos sociales, políticos o culturales al situarlos en su contexto histórico, ayudando a identificar las raíces de los problemas actuales y entender su evolución (Hernández & Mendoza, 2018).

El método descriptivo utilizado, es un enfoque de investigación que permite observar y detallar las características de un fenómeno, grupo o situación sin manipular

variables. Este método se enfoca en la recolección de datos tal como se presentan en la realidad, sin intentar establecer relaciones causales ni influir en el fenómeno observado. Basado en la observación directa o indirecta de los sujetos o fenómenos estudiados, el método descriptivo utiliza diversas técnicas para recopilar información. Es útil para evaluar situaciones actuales, como en estudios de mercado, donde resulta crucial entender las preferencias y comportamientos de los consumidores (Bernal, 2010).

Se utilizó la técnica de la encuesta, clave en la recolección de datos, que se empleó para obtener información de un grupo de personas a través de un cuestionario estructurado. Este cuestionario incluyó diversas preguntas, diseñadas para recopilar datos específicos sobre opiniones, actitudes, comportamientos y otros aspectos relevantes para el estudio en cuestión. Estas se aplicaron mediante plataformas digitales, y los datos recolectados fueron analizados estadísticamente para identificar tendencias, patrones y correlaciones en la información (Martínez, 2012).

La entrevista, utilizada en esta investigación, es una técnica de recolección de datos aplicable tanto en estudios cualitativos como cuantitativos, que consiste en una conversación estructurada entre el entrevistador y el entrevistado. Entre los objetivos de la entrevista está obtener información detallada sobre percepciones, experiencias y opiniones de los entrevistados, explorar temas complejos que requieren una comprensión matizada, y recopilar datos que pueden ser cualitativos o cuantitativos, de acuerdo al enfoque de la investigación (Erazo, 2021).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente estudio sobre la protección de datos en el entorno digital y sus implicaciones en la privacidad de los usuarios, se ha empleado el muestreo por conveniencia, ofreciendo una perspectiva detallada sobre este tema crucial, debido a la creciente digitalización de la sociedad actual. Las encuestas resultan realizadas a 81 personas quienes comparten sus diferentes opiniones permitiendo obtener datos muy valiosos que se presentan a continuación en el análisis de cada una de las preguntas planteadas a los participantes, Es así que se inicia con la tabla 1 donde se muestra la correlación entre las variables de investigación.

Tabla 1. Correlación entre la protección de datos y la percepción de seguridad del usuario.

Privacidad de los usuarios	Protección de datos				Total
	Aumenta algo mi percepción de seguridad	Aumenta significativamente mi percepción de seguridad	No afecta mi percepción de seguridad	Disminuye algo mi percepción de seguridad	
Muy importante	15	48	1	1	65
Importante	10	5	1	0	16
Total	25	53	2	1	81

Fuente: elaboración propia.

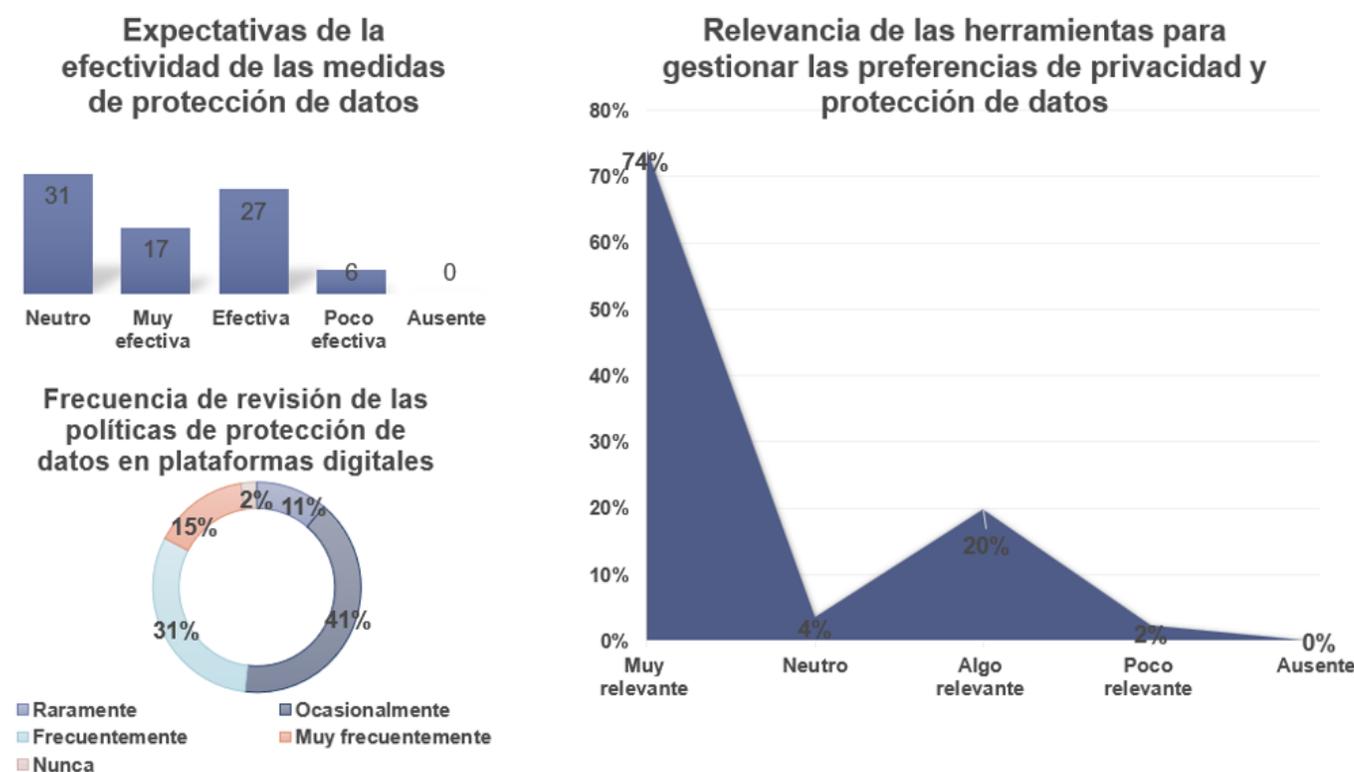
La correlación de las variables revela una clara tendencia que apunta que la percepción de seguridad del usuario lo que evidencia que está fuertemente influenciada por la importancia que otorgan a la protección de datos y la privacidad. La mayoría de los encuestados considera que una mayor protección de datos contribuye significativamente a su sensación de seguridad, lo que indica que las medidas de protección son fundamentales para fortalecer la confianza del usuario en entornos digitales. Si bien es cierto, un pequeño grupo manifiesta que la protección de datos no impacta su percepción, lo que puede reflejar una falta de conciencia sobre la relevancia de estos temas en la actualidad. También se puede manifestar que la percepción de seguridad es un factor importante en la relación entre usuarios y la protección de sus datos, destacando la necesidad de aumentar la educación y sensibilización en este ámbito.

Al analizar la medida en que las prácticas de protección de datos en una plataforma digital afectan la confianza en el uso de sus servicios, se muestra que el 43.21% de los encuestados considera que las prácticas de protección de datos en una plataforma digital afectan su confianza en gran medida, mientras que el 37.04% opina que lo hacen en una medida moderada. Un 12.35% señala que estas prácticas tienen una pequeña influencia y un 7.41% considera que su efecto es mínimo. Notablemente, ningún encuestado afirma que la influencia de estas prácticas es ausente. Estos datos señalan que una mayoría significativa, el 80.25%, percibe una relación positiva entre las prácticas de protección

de datos y su confianza en el uso de servicios digitales, destacando la importancia de la protección de datos para generar confianza en los usuarios.

Se continúa con la figura 1, donde se señala la frecuencia con que los usuarios revisan las políticas de protección de datos y su percepción sobre la efectividad de estas medidas, aquí se pone de manifiesto tanto el interés como la falta de compromiso en la gestión de la privacidad en entornos digitales. A pesar de que una proporción significativa de encuestados indica un nivel de interés en comprender estas políticas, existe un segmento notable que no se involucra activamente en el proceso. También, la percepción de la efectividad de las medidas de protección de datos revela una mezcla de opiniones, con una parte de los usuarios que se muestra positiva, mientras que otros expresan dudas. Lo que señala que el deseo de contar con herramientas que permitan gestionar las preferencias de privacidad es una necesidad de los usuarios, de ahí la importancia de que las plataformas digitales desarrollen recursos adecuados para satisfacer estas expectativas.

Fig 1. Dashboard de las expectativas de efectividad, frecuencia de revisión de políticas y relevancia de herramientas para protección de datos.



Fuente: elaboración propia.

La figura evidencia el análisis de las expectativas de la efectividad de las medidas de protección de datos, frecuencia de revisión de las políticas de protección de datos en las plataformas digitales y la relevancia de las herramientas para gestionar las preferencias de privacidad y protección de datos.

La frecuencia con que los usuarios revisan las políticas de protección de datos revela que el 41% de los encuestados lo hace ocasionalmente, mientras que un 31% lo hace frecuentemente, lo que indica que más del 72% de los usuarios tiene algún nivel de interés en estas políticas. Debe señalarse que, un 11% las revisa raramente y un 2% nunca lo hace, demostrando que hay un segmento significativo de usuarios que no se involucra activamente en la gestión de su privacidad. Esta tendencia plantea preocupaciones sobre el grado de conciencia de los usuarios en relación con la protección de sus datos y destaca la necesidad que las plataformas digitales adopten medidas más efectivas para educar a sus usuarios sobre la importancia de revisar y comprender estas políticas, especialmente considerando

que el 15% las revisa muy frecuentemente, relevando un interés potencial por parte de algunos usuarios en profundizar su comprensión sobre el tema.

En cuanto a la percepción sobre la efectividad de las medidas de protección de datos indica que 31 de los encuestados considera estas medidas como neutrales, lo que significa una falta de opinión clara o una desconexión entre las expectativas y la realidad. Mientras que 17 las califica como muy efectivas y 27 las considera efectivas, sumando 75 usuarios que tienen una percepción positiva sobre la eficacia de estas medidas. De los participantes 6 opinan que son poco efectivas, señalando un pequeño grupo de usuarios insatisfechos. Estos resultados demuestran que, aunque hay una apreciación positiva general, existe una considerable incertidumbre que puede ser abordada mediante una mejor comunicación y educación sobre las medidas de protección de datos, conllevando a mejorar la confianza de los usuarios en las plataformas digitales.

En cuanto a la relevancia de que las plataformas digitales ofrezcan herramientas para gestionar las preferencias de privacidad y protección de datos indica que una gran mayoría de los encuestados considera esta necesidad como muy relevante, ello señala a la aspiración por parte de los usuarios de tener control sobre su información personal. Este alto interés refleja una creciente preocupación por la privacidad en un entorno digital donde la confianza es fundamental. Solo un pequeño porcentaje se muestra neutral o considera esta cuestión poco relevante, lo que indica que la mayoría de los usuarios está claramente alineada en la importancia de contar con opciones para personalizar su privacidad. Todo esto apunta a que las plataformas digitales deben priorizar el desarrollo de herramientas de gestión de datos para fortalecer la confianza de los usuarios en sus servicios.

A continuación, se presentan los resultados de la entrevista realizada a Doménica Ayala López, Abogada y Magíster en Derecho, quién se desempeña como Jefa Legal de la empresa Abad Mendieta Cía. Ltda. Así también como docente de la Universidad Católica de Cuenca, quién manifiesta que la protección de datos personales en Ecuador enfrenta varios desafíos significativos que obstaculizan su implementación efectiva. Aunque las empresas son conscientes de la existencia de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPD), muchas no la consideran prioritaria, lo que refleja una falta de compromiso hacia la adopción de prácticas de protección adecuadas. Lo anterior se agrava por la falta de recursos financieros, ya que la implementación de estas medidas suele requerir inversiones considerables y un enfoque colaborativo entre distintos profesionales, algo que muchas empresas no

pueden afrontar. Plantea también que, la gestión de datos de terceros presenta otro reto, ya que muchas organizaciones dependen de proveedores externos y necesitan establecer contratos que aseguren la protección de datos, aunque esto no elimina su responsabilidad frente a posibles infracciones por parte de dichos terceros.

Revela que, a pesar de estos desafíos, las prácticas de protección de datos son cruciales para generar confianza entre los usuarios. Cuando las empresas comunican de manera clara y sencilla el uso que dan a los datos personales, los usuarios se sienten más informados y valoran la transparencia, esto puede fortalecer la relación entre ambas partes. De aquí que, este aspecto subraya la importancia de cumplir con las normativas y también de cultivar una cultura de confianza.

Comenta que las tecnologías emergentes ofrecen un potencial considerable para mejorar la protección de datos. La inteligencia artificial, por ejemplo, indica tiene la capacidad de identificar patrones anómalos en el uso de datos de manera más eficiente que los humanos, esto puede mitigar riesgos y responder a amenazas de seguridad con mayor rapidez. Asimismo, el uso de *blockchain* puede aportar un marco más transparente para el manejo de datos, porque su diseño dificulta la manipulación de la información una vez que ha sido registrada. De esta manera, aunque existen barreras significativas en la implementación de prácticas de protección de datos en Ecuador, la adopción de tecnologías emergentes y la priorización de la transparencia pueden contribuir a superar estos obstáculos, mejorando así la confianza del usuario y fortaleciendo la cultura de protección de datos en el país.

La Abogada Maricruz Izquierdo Abad, del departamento de Talento Humano de la Empresa Abad Mendieta Cía Ltda, al consultarle sobre la temática, manifiesta que las empresas enfrentan varios desafíos significativos al intentar implementar prácticas efectivas de protección de datos para garantizar la privacidad de los usuarios en el entorno digital. Uno de los principales obstáculos es de carácter económico, mencionado anteriormente, porque muchas organizaciones carecen de los recursos necesarios para establecer sistemas robustos de protección de datos. Igualmente, existe una resistencia por parte de los consumidores a utilizar las herramientas que las empresas ofrecen para la actualización de sus datos y el consentimiento, en parte debido al desconocimiento de la importancia de estos procesos. Indica que, esta situación es especialmente evidente en sectores como el *retail* y el consumo masivo, donde la aceptación de estas herramientas es limitada.

Explica además que, las prácticas de protección de datos son esenciales para generar confianza y lealtad entre los usuarios hacia una marca o plataforma digital. Aunque algunos consumidores valoran ser informados sobre el tratamiento de sus datos, muchos pueden no comprender plenamente el alcance de este tratamiento, no otorgando la importancia necesaria. No obstante, a medida que los usuarios se vuelven más racionales e informados, es crucial que las empresas implementen prácticas que garanticen la seguridad de sus datos. Esta transparencia es una obligación y también es cada vez más valorada por los consumidores al elegir dónde adquirir bienes o servicios. Para fortalecer esta relación, las empresas deben proporcionar información clara y precisa sobre sus políticas de tratamiento de datos en sus sitios web y plataformas digitales, así como permitir que los usuarios establezcan sus preferencias de privacidad. Esto les confiere una imagen de ética y responsabilidad y también puede influir positivamente en la lealtad del consumidor.

Señala también que, desde su perspectiva, las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el *block-chain*, ofrecen oportunidades para mejorar las prácticas de protección de datos. La inteligencia artificial puede facilitar la automatización en la gestión del consentimiento, haciendo que este proceso sea más eficiente. Por ello se hace necesario la implementación de las herramientas antes mencionadas ya que garantizan transparencia y trazabilidad en el manejo de datos, lo que permite a los usuarios tener un mayor control sobre cómo se gestionan y comparten sus datos personales. También menciona que, a pesar de los desafíos existentes, la ejecución de prácticas efectivas de protección de datos, junto con el uso de tecnologías emergentes y la promoción de la transparencia, puede contribuir significativamente a construir la confianza y lealtad de los usuarios hacia las empresas en el entorno digital.

La protección de datos se ha convertido en un tema relevante, especialmente en el sector de consumo masivo. La recolección y el análisis de información personal de los consumidores permiten a las empresas mejorar sus productos y servicios, personalizar la experiencia del cliente y optimizar sus estrategias de marketing. De igual manera este acceso a datos sensibles plantea importantes retos éticos y legales. La investigación actual sobre la protección de datos en el entorno digital utiliza métodos cuantitativos, mediante encuestas. De los 81 participantes, el 80.25% indica que una mayor protección de datos incrementa su confianza en los servicios digitales, y el 72% expresa interés en conocer las políticas de protección, mientras que, un 11% las revisa rara vez, lo que apunta una falta de compromiso con su privacidad. Aucatoma

(2023), en su análisis de regulaciones, destaca que Perú cuenta con un marco legal sólido que garantiza el derecho a la protección de datos y establece principios como la legalidad y el consentimiento, siendo esencial cumplir con estas leyes para generar confianza en los usuarios. También señala que, a pesar de este marco normativo, las cifras de supervisión indican que las sanciones por incumplimientos son comunes; relevando, por tanto, que aún hay mucho trabajo por hacer en la protección de datos personales. La evolución de las leyes y la creación de organismos reguladores muestran un compromiso hacia la mejora continua, aunque persisten retos en su aplicación. Siendo así, fundamental aumentar la educación sobre privacidad y que las plataformas digitales proporcionen herramientas para gestionar las preferencias de datos, mientras que la legislación debe adaptarse a los avances tecnológicos para asegurar los derechos de los usuarios.

En base a lo mencionado, también surgen dudas sobre la efectividad de dicha comunicación. Aunque más del 72% de los usuarios muestra interés en las políticas de protección, muchos no las revisan activamente.

Esto se ve reflejado en la investigación realizada en Chile, por De la Maza & Momberg (2018), que critican la complejidad de las políticas de privacidad porque, dado la manera que se presentan pueden dificultar la comprensión del usuario, ello contradice el requisito de transparencia. Se resalta la desconexión entre las intenciones de las plataformas de proteger los datos y la capacidad de los usuarios para entender y participar en el manejo de su información. Aunque los usuarios valoran la protección de datos, su acción para revisar políticas es limitada. A su vez, las empresas intentan obtener consentimiento, pero la forma de presentarlo impide que los usuarios se sientan realmente informados. A pesar de los esfuerzos hacia la protección de datos y la transparencia, tanto los usuarios como las plataformas enfrentan retos importantes. Es fundamental mejorar la accesibilidad y claridad de las políticas de privacidad para que los usuarios puedan ejercer un control efectivo sobre su información personal y establecer confianza en el entorno digital.

El análisis realizado en el estudio de Malaver et al. (2020), subrayan la necesidad de una comunicación clara sobre las políticas de protección de datos. Señalan que muchos usuarios no revisan activamente estas políticas, lo que muestra un déficit de conocimiento, la bibliografía consultada enfatiza que la transparencia y el manejo responsable de la información son esenciales para fomentar la confianza. Esto apunta a que las plataformas digitales deben implementar medidas educativas y comunicativas

más efectivas para aumentar la conciencia sobre la protección de datos.

El enfoque de gestión de riesgos mencionado se correlaciona con la percepción de seguridad expresada por los encuestados, quienes muestran interés en la eficacia de las medidas de protección. Aun así, existe una notable incertidumbre sobre su efectividad, lo que resalta la necesidad de una mejor comunicación y educación en torno a las prácticas de protección de datos. El estudio subraya la relevancia de actualizar y supervisar el tratamiento de datos en un entorno tecnológico en constante cambio. La falta de conocimiento y el escaso compromiso con la gestión de la privacidad indican que las entidades deben adaptarse continuamente a las demandas emergentes y las nuevas realidades que plantea la digitalización, enfatizando la necesidad de usuarios tengan con un papel activo en la protección de su información personal.

El análisis de empresas en México según Mendoza (2017), enfrentan desafíos importantes en la comprensión y cumplimiento de la legislación. En el estudio principal, se resalta que una gran mayoría de los usuarios cree que una mejor protección de datos aumenta su percepción de seguridad y confianza en los servicios digitales. Llama la atención que, en las empresas, un 44% carece del conocimiento necesario sobre la Ley federal de protección de datos personales, lo que indica una notable brecha en su capacidad para implementar adecuadas medidas de protección.

Asimismo, aunque el 80.25% de los usuarios percibe una relación positiva entre la protección de datos y su confianza, el 50% de las empresas no está claro sobre los derechos de los usuarios, esto puede conllevar sanciones. Lo mencionado indica una desconexión entre cómo los usuarios ven la seguridad y cómo las empresas pueden ofrecerla efectivamente. También se observa una escasa cultura de protección de datos en las empresas. Aunque el 69% considera que informar sobre el tratamiento de datos es una ventaja comercial, el 74% opina que el impacto de la ley no se ha difundido adecuadamente, lo que resalta la insuficiencia en educación y sensibilización en este ámbito. Esta necesidad de educación también se refleja en la percepción de los usuarios.

A pesar que el cumplimiento de la ley puede implicar costos adicionales, muchas empresas no ven la protección de datos como un elemento que genere confianza o inversión, lo cual contrasta con la visión de los usuarios, que consideran crucial la protección de datos para aumentar su confianza en las plataformas digitales. Así, se evidencia un desajuste entre las expectativas de los usuarios y la disposición de las empresas para cumplirlas.

Respecto a este análisis se puede mencionar que los usuarios buscan mayor transparencia y confianza, mientras que las empresas enfrentan falta de conocimiento y recursos. Esta discrepancia subraya la necesidad de un enfoque más sólido en educación y capacitación para usuarios y empresas, con el fin de crear un entorno digital más seguro y confiable.

Según Abaunza (2018), muchas empresas en Colombia aún no utilizan adecuadamente los datos, lo que presenta un riesgo en un mercado competitivo como el de consumo masivo. Menciona igualmente que se requiere educación para mejorar la percepción de seguridad en el caso de la protección de datos, se deben considerar los costos y la complejidad de implementar soluciones efectivas. Estos desafíos indican que, a pesar del potencial en ambos casos, es vital atender la infraestructura, la educación y la regulación. Subraya también la necesidad de construir confianza a través de la seguridad y la privacidad, enfrentando retos similares en la implementación de prácticas efectivas. La clave está en equilibrar la explotación de datos con la protección de la privacidad del usuario.

Viscarra (2024), revela que el 87.9% de los consumidores se siente inseguro al compartir información personal en plataformas de comercio electrónico. Indicando que, a pesar de la percepción general sobre la importancia de la protección de datos, persiste una desconfianza hacia la efectividad de las medidas de seguridad. El perfil demográfico del estudio, donde el 60.6% de los participantes tiene entre 21 y 30 años, sugiere una mayor familiaridad con las plataformas digitales. Las motivaciones para usar el comercio electrónico se centran en la comodidad 48.8%, superando otros factores como el precio. En cuanto a la satisfacción del consumidor, el 59.1% de los encuestados se siente satisfecho con su experiencia en tiendas digitales. A pesar de aquello, la demanda de más información sobre seguridad indica que aún buscan transparencia en sus transacciones.

## CONCLUSIONES

Los resultados del estudio indican que la mayoría de los usuarios perciben que una mayor protección de sus datos incrementa significativamente su sensación de seguridad. Esto demuestra que las medidas de protección de datos son fundamentales para generar confianza en los usuarios dentro del entorno digital.

Aunque el 72% de los usuarios muestra interés en las políticas de protección de datos, un porcentaje significativo no revisa regularmente dichas políticas. Esto evidencia una desconexión entre el interés por la protección de la privacidad y la falta de acciones concretas para

gestionarla, lo que sugiere la necesidad de aumentar la educación sobre la importancia de estas políticas.

Los resultados revelan que, aunque la mayoría de los encuestados considera las medidas de protección de datos como efectivas, existe un notable nivel de incertidumbre, con un segmento que las califica como neutrales o poco efectivas. Esto resalta la importancia de mejorar la comunicación sobre la efectividad real de las medidas implementadas por las plataformas digitales.

Los usuarios consideran esencial contar con herramientas para gestionar sus preferencias de privacidad y protección de datos. La creciente preocupación por la privacidad digital subraya la necesidad de que las plataformas proporcionen opciones claras y accesibles para que los usuarios personalicen el manejo de su información personal.

Para futuras investigaciones, se puede explorar la efectividad de iniciativas educativas y comunicativas que promuevan una mayor comprensión y compromiso por parte de los usuarios respecto a la revisión y gestión de sus datos personales. Esto permite evaluar cómo diferentes estrategias pueden impactar en la confianza y participación de los usuarios en la protección de sus datos.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abaunza, L. (2018). *Uso comercial del big data como herramienta de tecnología de la información en las empresas reatellers de consumo masivo y su utilidad para el desarrollo y potencialización de mercados*. (Tesis de Especialización). Universidad Militar Nueva Granada.
- Aguirrezabal, M. (2024). Algunas precisiones en torno a la defensa de los intereses generales y difusos de los consumidores y usuarios. *Revista chilena de derecho privado*, 42, 271-290. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0718-80722024000200271&lng=en&nrm=iso&tlng=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0718-80722024000200271&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Auccatoma, E. (2023). *Análisis del impacto de la ley de protección de datos personales del consumidor peruano en empresas comerciales*. (Trabajo de titulación). Universidad Peruana de Ciencias e Informática.
- Barrio, M. (2024). Los principios estructurales del reglamento general de protección de datos. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, 20, 1322-1341. [https://revista-aji.com/wp-content/uploads/2024/02/AJ120\\_Art\\_42.pdf](https://revista-aji.com/wp-content/uploads/2024/02/AJ120_Art_42.pdf)
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades*. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- De la Maza, Í., & Momberg, R. (2018). La transparencia como mecanismo de tutela de la privacidad de los consumidores y usuarios en contratos electrónicos. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 7(2), 81-111. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2018.48812>
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2024). Boletín técnico No 01-2024-IPC. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Enero/Boletin\\_tecnico\\_01-2024-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Enero/Boletin_tecnico_01-2024-IPC.pdf)
- Erazo, J. (2021). Capital intelectual y gestión de innovación: Pequeñas y medianas empresas de cuero y calzado en Tungurahua-Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(4), 230-245. <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/37004>
- Espinoza Solís, E., Medina-Hinojosa, D. J., Solís-Granda, L. E., & Ochoa González, C. R. (2024). Adopción de medios de pago digitales: Comportamiento y características sociodemográficas de usuarios en la Zona 5, Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 30(3), 303-316. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i3.42666>
- García, M. (2024). Servicios económicos de interés general y ciudadanía garantías de los ciudadanos como usuarios de servicios esenciales. *Revista de Estudios Regionales*, 1, 329-377. <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf-articulo-2673.pdf>
- Garrido, M. (2023). Existe un estatuto del consumidor vulnerable tras la reforma del texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios? *Revista de Derecho Civil*, 10(4), 199-223. <https://www.nreg.es/ojs/index.php/RDC/article/view/879/682>
- Grupo de Trabajo de Programas de Transferencias Monetarias. (2024). Segundo informe de monitoreo de precios de productos alimentarios, higiene y limpieza de mayor consumo de la población refugiada y migrante en Ecuador. *GTRM ECUADOR*. [https://www.r4v.info/sites/g/files/tmzbdl2426/files/2024-08/Monitoreo%20mercados%20GT%20PT%20Ecuador-%20Versio%CC%81n%20Final%5B91%5D\\_0.pdf](https://www.r4v.info/sites/g/files/tmzbdl2426/files/2024-08/Monitoreo%20mercados%20GT%20PT%20Ecuador-%20Versio%CC%81n%20Final%5B91%5D_0.pdf)
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V.
- Malaver, M., Ayala, J., & González, L. (2020). *La protección de datos en la era digital Colombia-España*. (Trabajo de grado). Politécnico Gran Colombiano
- Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

- Mendoza, O. (2017). Marco jurídico de la protección de datos personales en las empresas de servicios establecidas en México desafíos y cumplimiento. *Revista del instituto de ciencias jurídicas de Puebla*, 12(41), 268-291. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v12n41/1870-2147-rius-12-41-267.pdf>
- Palos, P., Ramírez, R., & Suárez, L. (2018). Ética de la reputación online, marca personal y privacidad en el cloud computing: Protección de los usuarios frente al derecho al olvido. *Biblios*, 71, 17-31. <https://biblios.pitt.edu/ojs/biblios/article/view/428>
- Rios-Paredes, R., & Rios-Salgado, D. (2020). A process to estimate the actual level of awareness of Facebook users regarding privacy and security within the social network. *New Trends in Qualitative Research*, 4, 112–126. <https://doi.org/10.36367/ntqr.4.2020.112-126>
- Sánchez Díaz, M. F. (2024). Inteligencia artificial generativa y los retos en la protección de los datos personales. *Estudios En Derecho a La Información*, 9(18), 179–205. <https://doi.org/10.22201/ij.25940082e.2024.18.18852>
- Viscarra, A. (2024). *Comportamiento del consumidor en las plataformas de e-commerce después de la legalización del comercio electrónico de la ciudad de La Paz Bolivia*. (Trabajo de fin de grado). Universidad Mayor de San Andrés.