

Universidad Juárez Autónoma De Tabasco

División Académica De Ciencias Económico Administrativas

Comportamiento Del Consumidor

Tema: ¿Cómo las plataformas digitales moldean preferencias mediante inteligencia artificial?

Presenta:

Nancy Guadalupe Vasconcelos León

Asignatura Impartida por la:

Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Introducción

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta que está cambiando la forma en que vivimos y trabajamos, desde la educación hasta el comercio electrónico. Las plataformas digitales se han beneficiado enormemente de la capacidad de la IA para analizar datos y aprender de ellos, la IA ha permitido que las plataformas digitales ofrezcan experiencias mucho más personalizadas, adaptándose a las necesidades y preferencias de cada usuario. Este resumen basado en varias fuentes, en él sé que abordan desde los beneficios y aplicaciones de la IA en la personalización digital hasta las posibles consecuencias de su influencia algorítmica.

¿Cómo las plataformas digitales moldean preferencias mediante inteligencia artificial?

Las plataformas digitales han transformado radicalmente la forma en que los usuarios consumen información y toman decisiones, gracias al uso intensivo de la inteligencia artificial (IA). Reyes (2023) explica que la IA analiza el comportamiento individual para adaptar contenidos, publicidad y recomendaciones, mejorando la experiencia del usuario y su fidelidad a la plataforma. Esta personalización es evidente en plataformas como Netflix y Spotify, que utilizan algoritmos para predecir gustos y necesidades, generando interacciones más efectivas (Conekta, 2025). Sin embargo, esta adaptación también tiene efectos menos visibles: Patrizzi (2025) señala que los algoritmos no solo reflejan las preferencias, sino que las moldean, provocando una homogeneización cultural al limitar la diversidad de opciones. De manera relacionada, Cwaik (2025) advierte sobre las burbujas de contenido, donde la hiperpersonalización influye silenciosamente en emociones y percepciones, cuestionando la autonomía del usuario en la toma de decisiones.

Además, el uso de la IA implica retos éticos y de privacidad que requieren marcos regulatorios adecuados para proteger los datos de los usuarios y garantizar un uso responsable de esta tecnología (Reyes, 2023). Los algoritmos deben actualizarse continuamente para responder a las preferencias cambiantes, evitando caer en estancamientos o sesgos excesivos (Reyes, 2023). Así, aunque la IA potencia la satisfacción y la fidelidad de los consumidores, también plantea un dilema sobre cuánto control se está cediendo a las máquinas en la formación de nuestra realidad digital.

Conclusión

En conclusión, la inteligencia artificial es una herramienta poderosa que impulsa la personalización en las plataformas digitales, al adaptar los contenidos y servicios según las preferencias de cada usuario. Por ello es fundamental mantener un equilibrio entre innovación tecnológica y responsabilidad ética asegurando que su impacto sea positivo, beneficiosa y respetuosa tanto la diversidad como la autonomía de las personas.

Referencias:

Reyes, N. S. (2023). *Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales*. *Política y Comunidad*, 8(6), 1190–1206. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9152506.pdf>

Patrizzi, G. (2025). *¿Los algoritmos están controlando tus decisiones y gustos?* Gabriel Patrizi. <https://gabrielpatrizzi.com/los-algoritmos-estan-controlando-tus-decisiones-y-gustos-como-detectarlo-y-de-que-manera-evitarlo/>

Cwaik, J. (2025). *El precio oculto de la conveniencia digital: cómo los algoritmos moldean la realidad y las emociones*. *Infobae*. <https://www.infobae.com/tendencias/2025/06/29/el-precio-oculto-de-la-conveniencia-digital-como-los-algoritmos-moldean-la-realidad-y-las-emociones/>

Conekta. (2025). *¿Cómo se utiliza la IA en los medios digitales?* Conekta. <https://conektica.com/como-se-utiliza-la-ia-en-los-medios-digitales>