



**LA ECONOMÍA MUNDIAL ANTE  
LOS NUEVOS RETOS  
TECNOLOGICOS Y SOCIALES**

The World Economy Facing New  
Technological and Social Challenges

XXIV Reunión de Economía Mundial

Mesa redonda:

**“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS  
SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA  
ECONOMÍA MUNDIAL”**

**ADORACIÓN MOZAS MORAL  
(UNIVERSIDAD DE JAÉN)**



SOCIEDAD DE ECONOMÍA MUNDIAL  
WORLD ECONOMY SOCIETY



Universidad de Jaén

# ***“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA ECONOMÍA MUNDIAL”***

- 1. Diagnóstico de la situación actual y tendencias**
- 2. Oportunidades de internet y la “brecha digital”**
- 3. Estudio de caso: el sector oleícola**
- 4. Conclusiones**

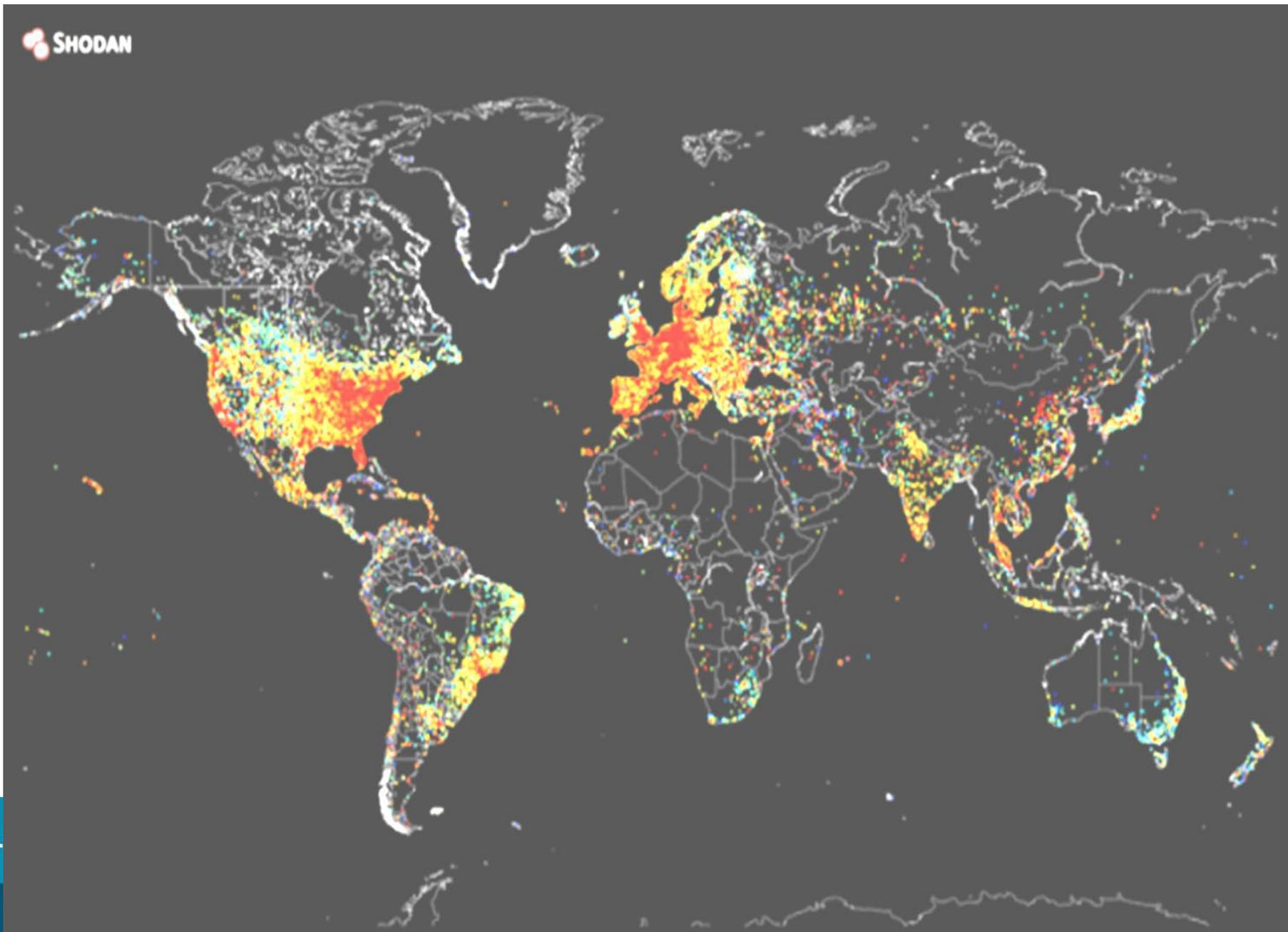
# ***“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA ECONOMÍA MUNDIAL”***

- 1. Diagnóstico de la situación actual y tendencias**
- 2. Oportunidades de internet y la “brecha digital”**
- 3. Estudio de caso: el sector oleícola**
- 4. Conclusiones**

## ¿CÓMO HA EVOLUCIONADO INTERNET?



# DISTRIBUCIÓN MUNDIAL DE DIRECCIONES IP DE INTERNET



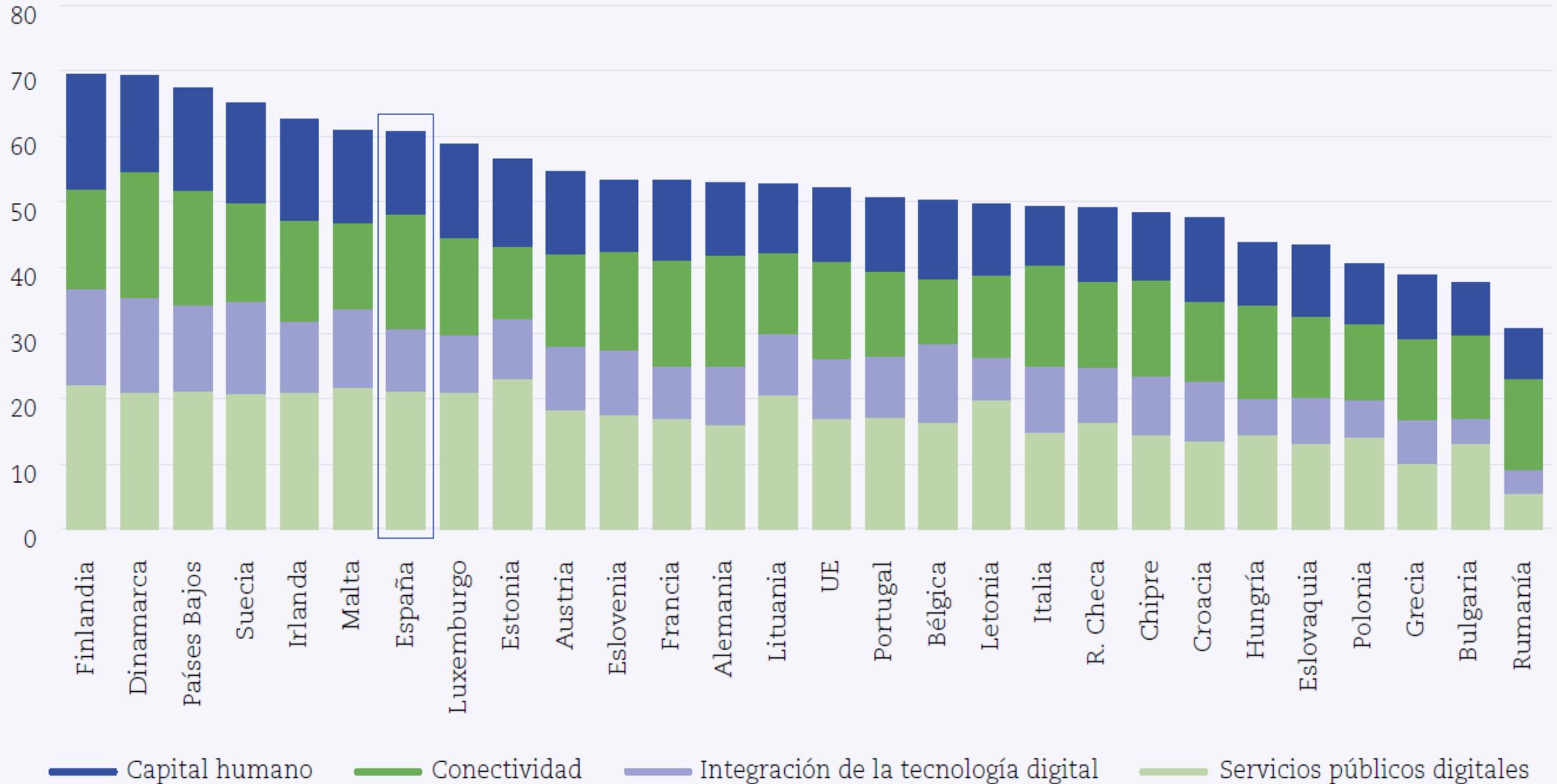
# World Internet Users and 2023 Population Stats

## WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS 2023 Year Estimates

World Regions	Population ( 2022 Est.)	Population % of World	Internet Users 31 Dec 2021	Penetration Rate (% Pop.)	Growth 2000-2023	Internet World %
<a href="#">Africa</a>	1,394,588,547	17.6 %	601,940,784	43.2 %	13,233 %	11.2 %
<a href="#">Asia</a>	4,352,169,960	54.9 %	2,916,890,209	67.0 %	2,452 %	54.2 %
<a href="#">Europe</a>	837,472,045	10.6 %	747,214,734	89.2 %	611 %	13.9 %
<a href="#">Latin America / Carib.</a>	664,099,841	8.4 %	534,526,057	80.5 %	2,858 %	9.9 %
<a href="#">North America</a>	372,555,585	4.7 %	347,916,694	93.4 %	222 %	6.5 %
<a href="#">Middle East</a>	268,302,801	3.4 %	206,760,743	77.1 %	6,194 %	3.8 %
<a href="#">Oceania / Australia</a>	43,602,955	0.5 %	30,549,185	70.1 %	301 %	0.6 %
<b><a href="#">WORLD TOTAL</a></b>	<b>7,932,791,734</b>	<b>100.0 %</b>	<b>5,385,798,406</b>	<b>67.9 %</b>	<b>1,392 %</b>	<b>100.0 %</b>

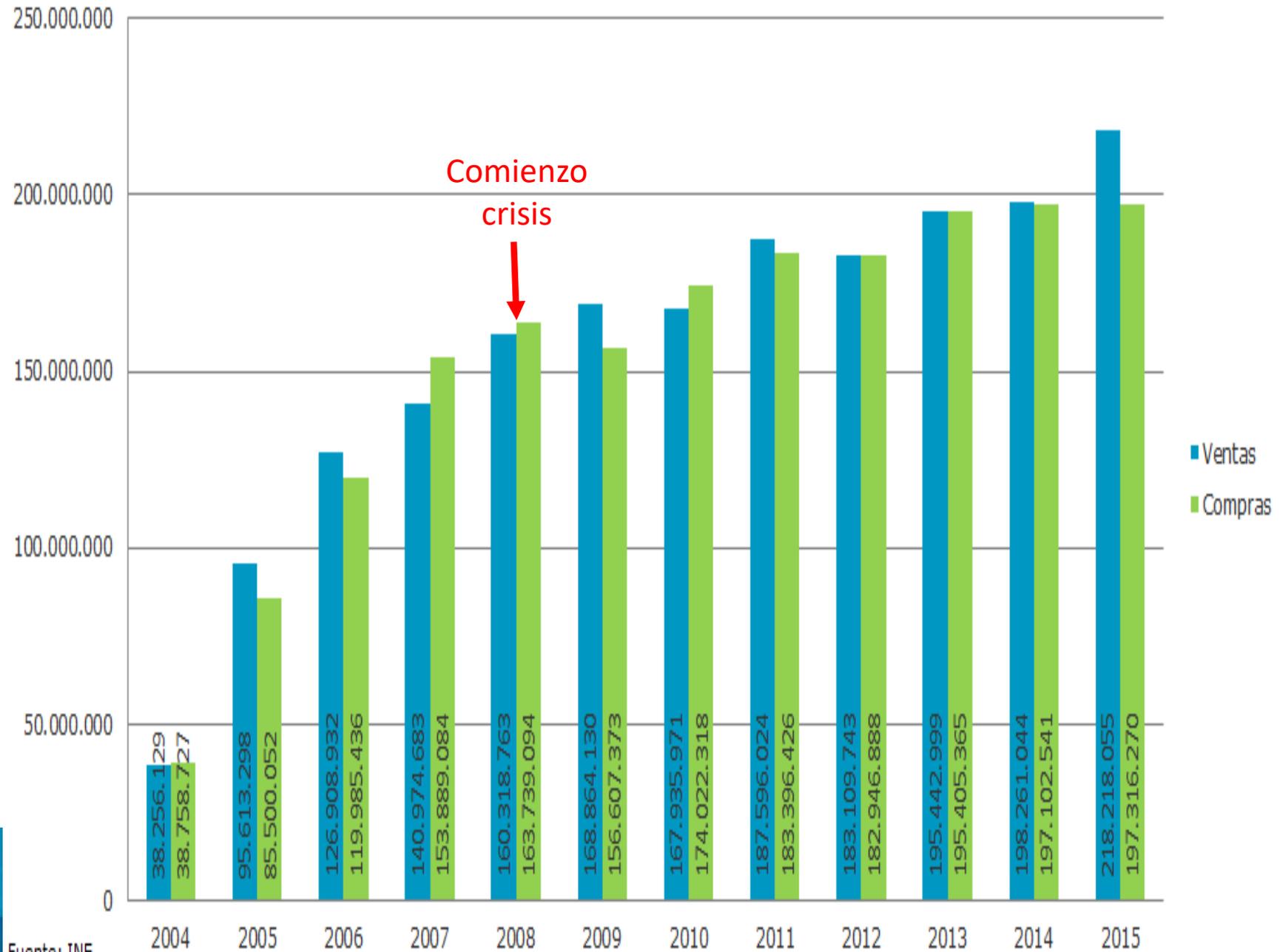
NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics estimates are for June 30, 2022. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the [United Nations Population Division](#). (4) Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), by the [International Telecommunications Union](#), by [GfK](#), by local ICT Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, navigation help and disclaimers, please refer to the [Website Surfing Guide](#). (6) The information from this website may be cited, giving the due credit to [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). Copyright © 2022, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

# ÍNDICE ECONOMÍA Y SOCIEDAD DIGITAL (DESI), UE-28, 2022

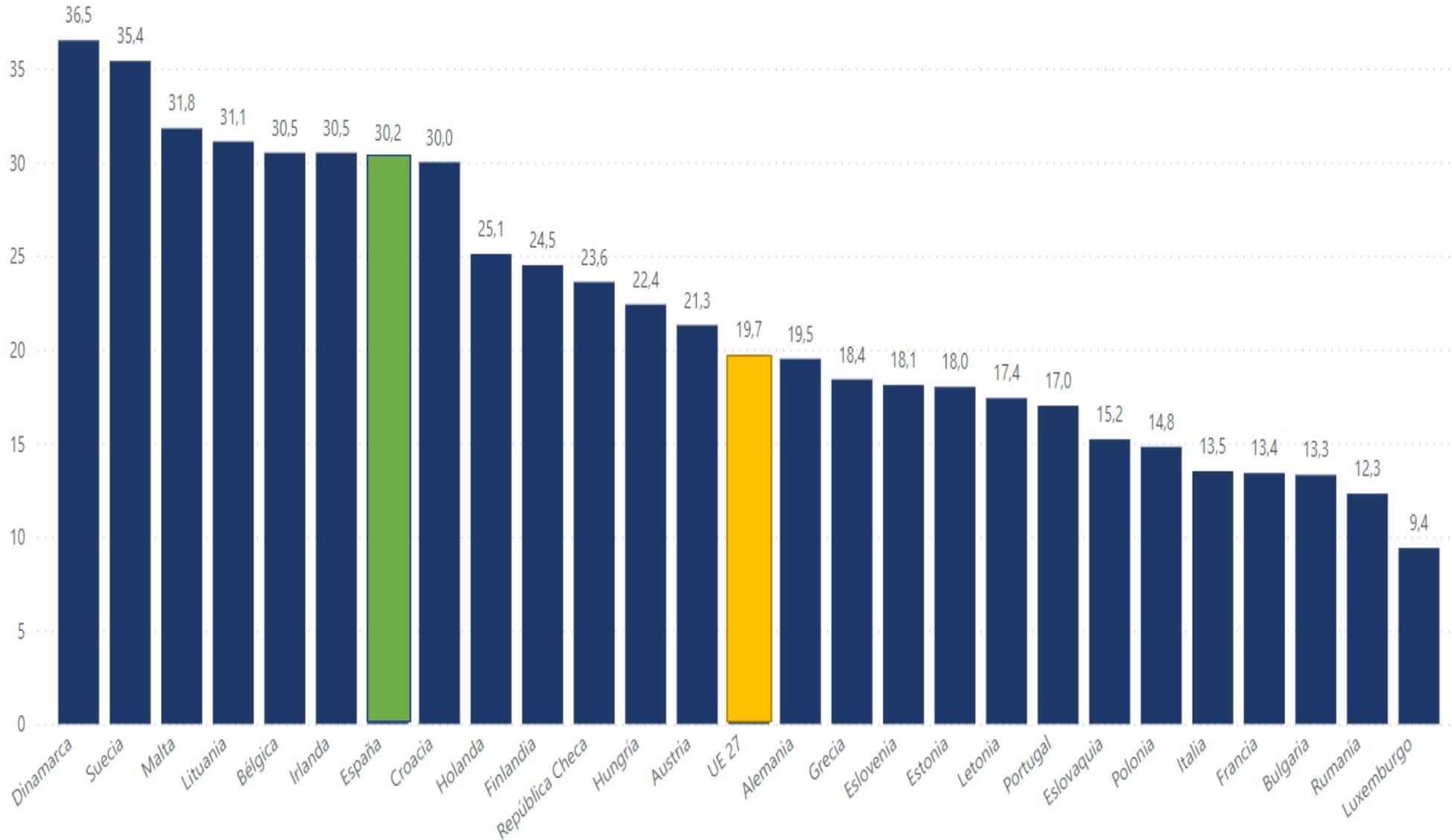


Fuente: Comisión Europea (2022), Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) 2022. Tomado de Sociedad Digital en España, 2023

## Volumen de comercio electrónico



## EMPRESAS QUE HAN RECIBIDO PEDIDOS EN LINEA EN LA UNIÓN EUROPEA, 2023 (%)



Fuente: EUROSTAT (2023), tomado del ONTSI



12

## El Covid-19 dispara el aumento de eCommerce

La pandemia ha tenido como consecuencia una rápida maduración del comercio electrónico. Durante el confinamiento los consumidores se lanzaron a las compras online y las empresas se han visto obligadas a **adaptarse**.

Si bien, es cierto que no todos los sectores se han visto beneficiados. Como nos podemos imaginar, **la alimentación, la moda, la electrónica, la belleza y los productos del hogar fueron los más afortunados** mientras que, otros como el turismo o las aerolíneas se han ido a pique.

La crisis y el confinamiento han impulsado la digitalización de los canales de consumo pero, ¿a qué se debe el impulso? Principalmente, **el aumento de eCommerce se debe a la comodidad**. Es decir, las restricciones y el miedo a salir a la calle y contagiarse han dado paso a potenciar el comercio electrónico. Aquellos que se mostraban más reticentes a los pagos por Internet han tenido que traspasar esa barrera.

Según el CIS, **el 23% de los españoles ha aumentado las compras online durante la pandemia**, y el 1% lo ha hecho por primera vez.

Un informe de la consultora Kantar asegura que el gran consumo es el sector que ha salido más beneficiado de esta situación y que, en España, **las compras online han más que duplicado su cuota respecto al año anterior**. Mientras en 2019 suponían solo un 1,5%, la última semana de abril de 2020 llegó al 3,6%. En Madrid y Barcelona todavía más, pasando de un 2,5% el año pasado al 5%.

## España, a la cabeza de las compras online en Europa

### ARTÍCULOS DE ESTA SERIE

1. [Descubre las claves para hacer crecer tu ecommerce con el mínimo gasto](#)
2. [10 claves para aumentar la confianza en tu eCommerce](#)
3. [¿Cómo ha afectado el Covid-19 al aumento de eCommerce?](#)
4. [¿Qué es ecommerce y cómo crear tu propio comercio electrónico?](#)

### SUSCRÍBETE AL BLOG

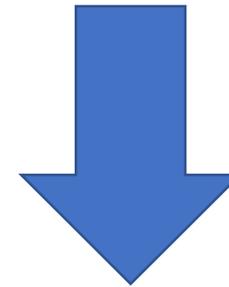
Suscríbete y recibe cada semana nuevos cursos y recursos gratuitos.

SUSCRÍBETE

He leído y acepto los [términos del servicio](#) y la [política de privacidad](#).



“El nuevo Fondo de Recuperación Next Generation EU permitirá a España movilizar un volumen de inversión sin precedentes de hasta **140.000 millones** de euros en transferencias y créditos en los próximos seis años, un 11% del PIB de 2019”.



Apoyar la modernización del tejido empresarial, impulsando la renovación del capital tecnológico y su digitalización.

### Líneas directrices del Plan:

- España verde.
- **España digital.**
- España sin brechas de género.
- España cohesionada e inclusiva.



SOCIEDAD DE ECONOMÍA MUNDIAL  
WORLD ECONOMY SOCIETY



Universidad de Jaén

## ¿CÓMO HA EVOLUCIONADO INTERNET?



# Evolución de Internet

SURGE  
ARPANET

1969



MAP 4 September 1971

Entre 1974 y 1982 se crearon gran cantidad de redes entre las que destacaron: Telenet (1974), Usenet (1979), Bitnet (1981), Eunet (1982)... En aquel momento el mundo de las redes era un poco caótico, a pesar de que ARPANET seguía siendo el “estándar”. EN 1982, ARPANET adoptó el protocolo TCP/IP y en aquel momento se creó Internet (International Net).

# Evolución de Internet

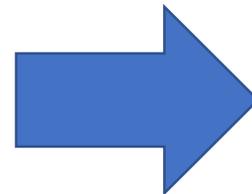


Primer sitio web mundo (1990)

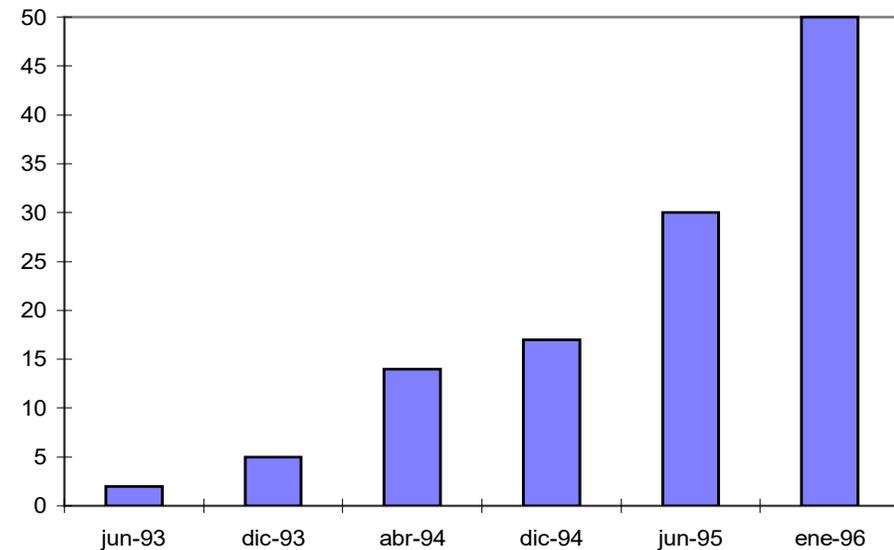
<http://info.cern.ch> - home of the first website

From here you can:

- [Browse the first website](#)
- [Browse the first website using the line-mode browser simulator](#)
- [Learn about the birth of the web](#)
- [Learn about CERN, the physics laboratory where the web was born](#)

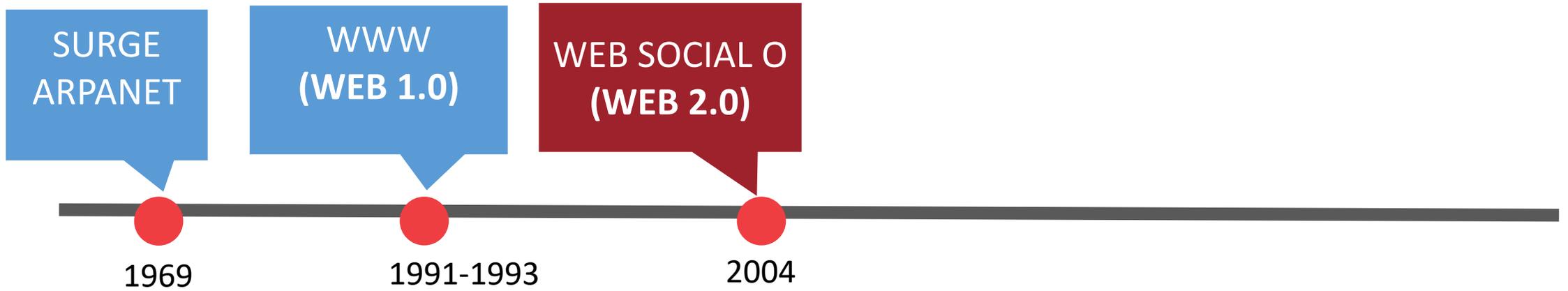


Porcentajes de Webs comerciales en la Red Internet

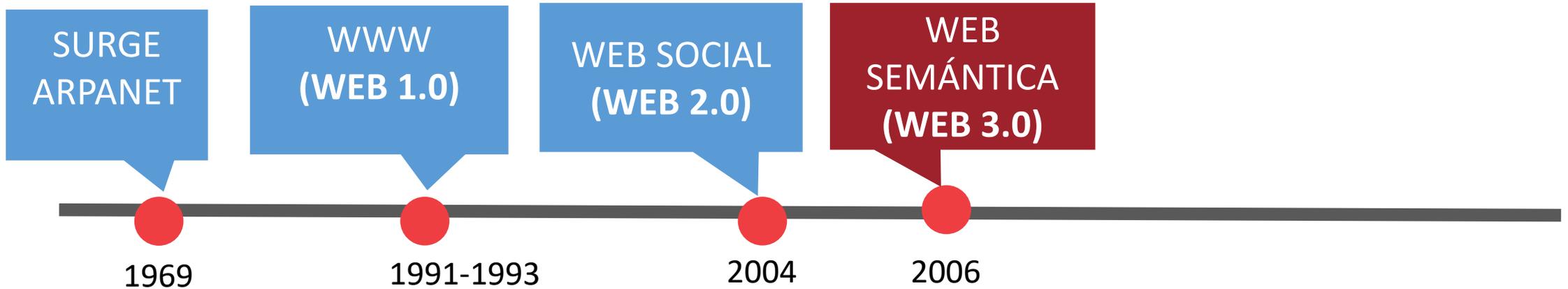


Fuente: Ranz (1997).

# Evolución de Internet



# Evolución de Internet



Buscador Actual

**Resultados de la búsqueda:**

[Toda la magia de Budapest y Praga](#)  
... Suplementos Gran Premio Fórmula 1 en Budapest **para** las salidas del ... con Ferias y/o Congresos en **Praga** del 9 ... Más información de los **vuelos** ...

[LA VANGUARDIA DIGITAL - Praga, testigo de la historia europea](#)  
... Para emergencias el teléfono de la policía es el 150, el de las ambulancias el ... 46) y **Praga** tres días **por** semana. Los **vuelos** salen de Madrid (Tel ...

[Foros sobre Europa República Checa Praga inquietante](#)  
... solo decirte que me llamó la atención tu alias (aunque no me llamo Raula) y que me voy **mañana** mismo **para Praga** ... buscador de **vuelos** ...

[ofertas de espectáculos, viajes y hoteles al mejor precio](#)  
... autoridades que tienen tres copas gigantes **para** entregar a ... **mañana** creo que cogeremos el bus **mañana** ... En Atrápalo puedes también reservar **vuelos** ...

Figura 1 - Resultados obtenidos con un buscador normal

Buscador Semántico

**Resultados de la búsqueda:**

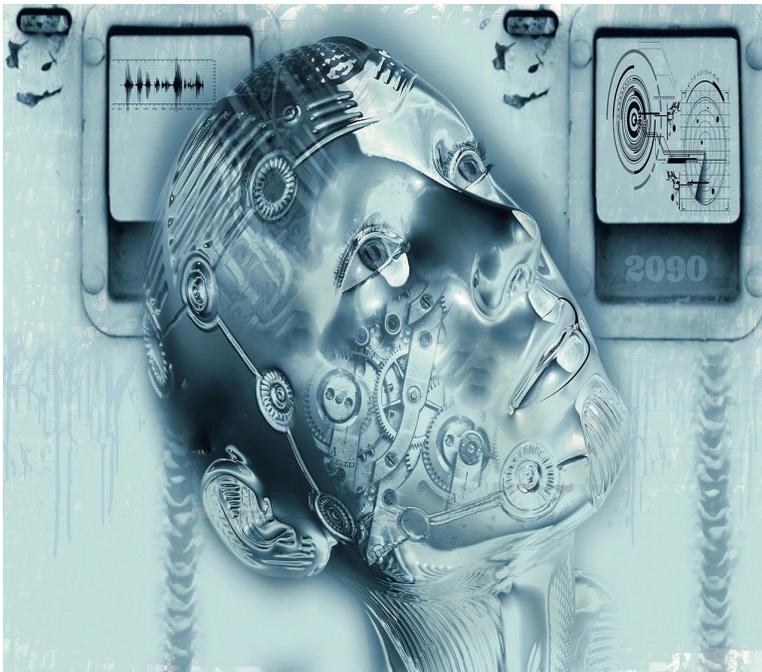
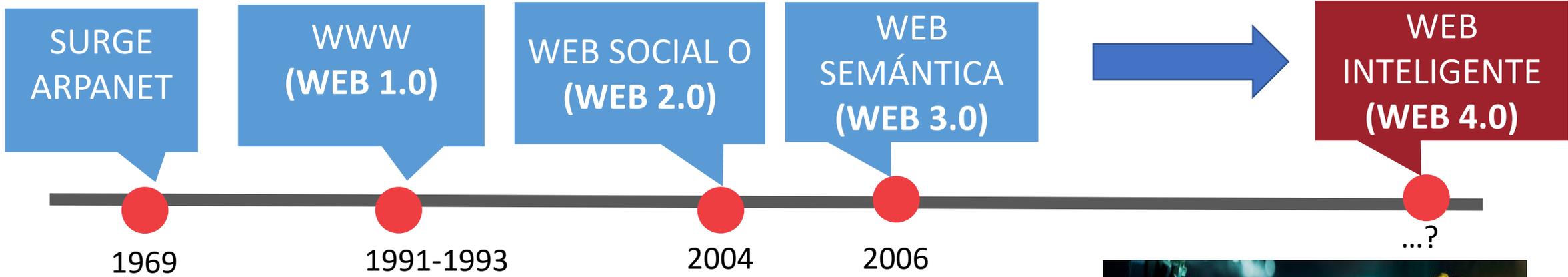
[viajaconnosotros.com - viajes a Praga](#)  
... todos los **vuelos** a **Praga** desde tu ciudad que saldrán **mañana por la mañana**, ordenados según su hora de salida ...

[viajes a Praga - vuelos disponibles](#)  
... lista de **vuelos**. Horarios de salida y llegada ...

[Ofertas especiales - vuelos a Praga](#)  
... ofertas especiales de **vuelos** a **Praga** ...

Figura 2 - Resultados obtenidos con un buscador semántico

# Evolución de Internet



# La Cuarta Revolución Industrial



# ¿CÓMO CAMBIARÁ NUESTRAS VIDAS LA WEB 4.0?





178634897

# **“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA ECONOMÍA MUNDIAL”**

1. Diagnóstico de la situación actual y tendencias del mercado *online*
2. Oportunidades de internet y la “brecha digital”
3. Estudio de caso: el sector oleícola
4. Conclusiones

# ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO HASTA AHORA...?

## 1) LAS TIC CONTRIBUYEN AL DESARROLLO ECONÓMICO

- Mayor conectividad
- Mejora el turismo
- Formación a distancia
- Teletrabajo
- Comercio electrónico
- Salud digital
- ...

## 2) EL CAPITAL HUMANO CONDICIONA LA TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB (Paradoja de la productividad; Teoría Desarrollo Endógeno)

## 3) DESIGUAL RITMO CON EL QUE LAS TIC ESTÁN PENETRANDO ENTRE LOS INDIVIDUOS Y EL TEJIDO PRODUCTIVO DE LAS DISTINTAS ECONOMÍAS

# TIPOS DE BRECHAS DIGITALES

**Brecha de acceso** (cobertura de banda ancha fija y móvil de todo el territorio)

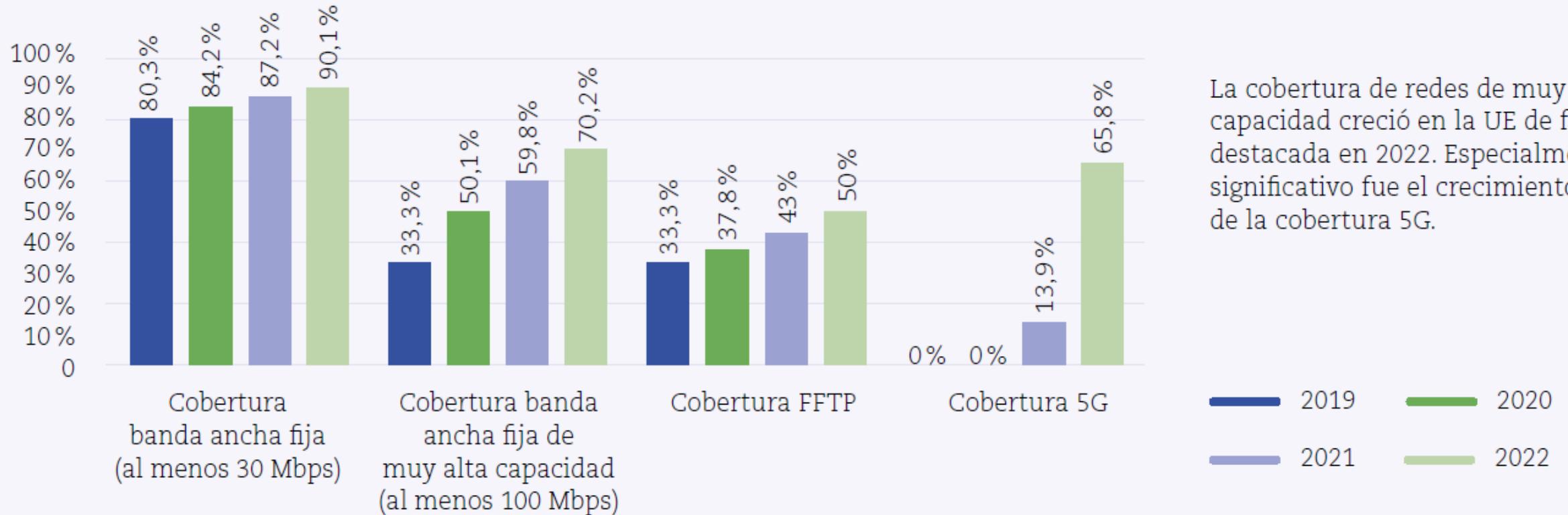
**Brecha asociada al equipamiento TIC** (disponibilidad de dispositivos para acceder a internet)

**Brecha de habilidades digitales** (diferencias en el nivel de conocimientos y habilidades digitales de las personas)

# Brecha de acceso

(cobertura de banda ancha fija y móvil de todo el territorio)

## COBERTURA DE BANDA ANCHA EN LA UE (% DE HOGARES) [1]

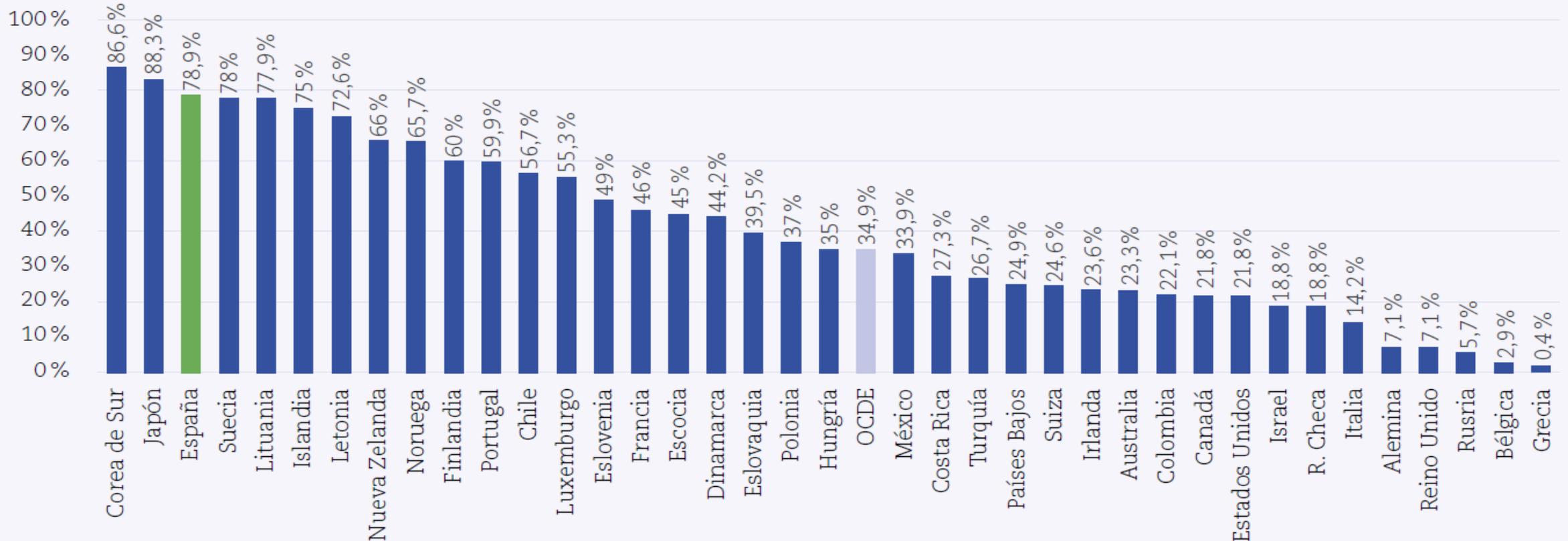


La cobertura de redes de muy alta capacidad creció en la UE de forma destacada en 2022. Especialmente significativo fue el crecimiento de la cobertura 5G.

Fuente: Comisión Europea (2022). Tomado Fundación Telefónica (2023): *Sociedad Digital en España 2023*

# Brecha de acceso

PORCENTAJE DE ACCESOS DE FIBRA ÓPTICA SOBRE EL TOTAL DE ACCESOS DE BANDA ANCHA (MILLONES) [2]



Fuente: Comisión Europea (2022). Tomado Fundación Telefónica (2023): *Sociedad Digital en España 2023*

# TIPOS DE BRECHAS DIGITALES

**Brecha de acceso** (cobertura de banda ancha fija y móvil de todo el territorio)

**Brecha asociada al equipamiento TIC** (disponibilidad de dispositivos para acceder a internet)

**Brecha de habilidades digitales** (diferencias en el nivel de conocimientos y habilidades digitales de las personas)

# Brecha asociada al equipamiento TIC

(disponibilidad de dispositivos para acceder a internet)

## EQUIPACIÓN DE LAS VIVIENDAS EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE INGRESOS, 2022 (EN %)



— Ordenadores de cualquier tipo: incluidos *netbooks*, tabletas, de mano, etc.

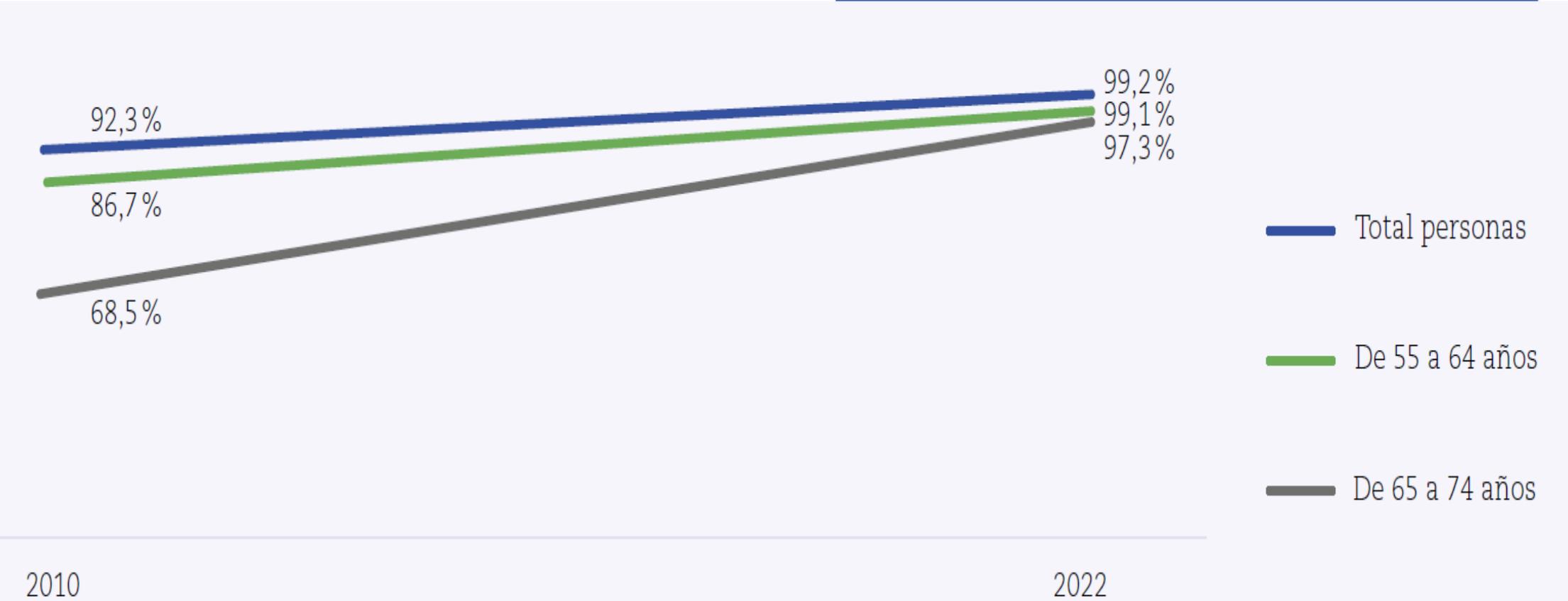
— Ordenadores de sobremesa o portátil (no incluye tabletas)

Fuente: INE (2022). Tomado de Fundación Telefónica (2023): *Sociedad Digital en España 2023*

# Brecha asociada al equipamiento TIC

(disponibilidad de dispositivos para acceder a internet)

## PERSONAS QUE UTILIZAN TELÉFONO MÓVIL (EN %)



# TIPOS DE BRECHAS DIGITALES

**Brecha de acceso** (cobertura de banda ancha fija y móvil de todo el territorio)

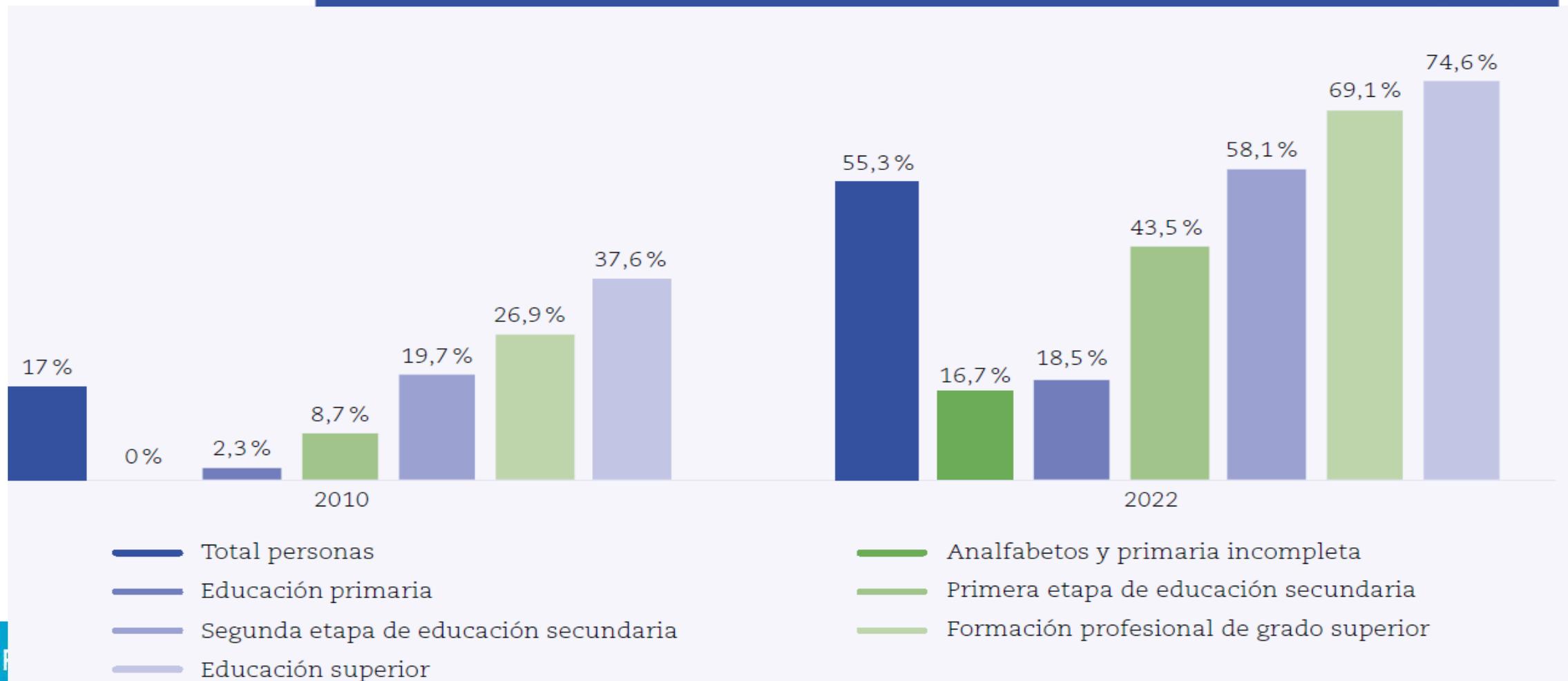
**Brecha asociada al equipamiento TIC** (disponibilidad de dispositivos para acceder a internet)

**Brecha de habilidades digitales** (diferencias en el nivel de conocimientos y habilidades digitales de las personas)

# Brecha de habilidades digitales

(diferencias en conocimientos y habilidades digitales de las personas)

PERSONAS QUE HAN COMPRADO A TRAVÉS DE INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES (EN %)

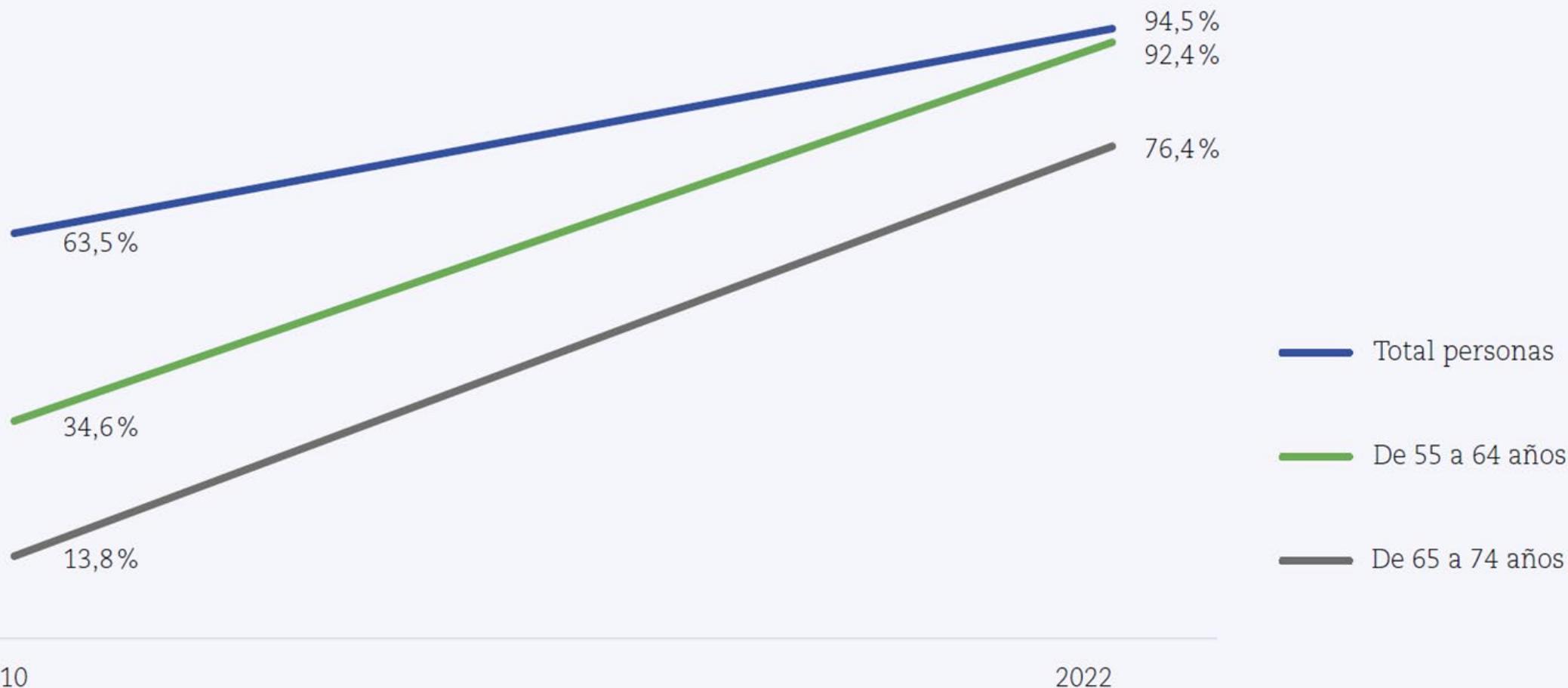


Fuente: INE (2022). Tomado de Fundación Telefónica (2023): *Sociedad Digital en España 2023*

# Brecha de habilidades digitales

(diferencias en conocimientos y habilidades digitales de las personas)

PERSONAS QUE HAN UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES (EN %)



## LO QUE LOS DATOS NOS DICEN...

la conectividad, como elemento de divisoria social, está disminuyendo rapidísimamente un segundo elemento de división social mucho más importante que la conectividad técnica, y es la **capacidad educativa y cultural** de utilizar Internet

**¡YA TENEMOS LAS HERRAMIENTAS, AHORA DEBEMOS APRENDER A APROVECHARLAS!**

# ***“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA ECONOMÍA MUNDIAL”***

- 1. Diagnóstico de la situación actual y tendencias**
- 2. Oportunidades de internet y la “brecha digital”**
- 3. Estudio de caso: el sector oleícola**
- 4. Conclusiones**

## PROBLEMAS *VERSUS* RESPUESTAS DE LAS TIC EN EL SECTOR OLEÍCOLA

### PROBLEMAS DEL SECTOR OLEÍCOLA

- ❑ Falta de orientación al mercado



**!EL 80% DE LAS VENTAS SON A GRANEL!!!**



## PROBLEMAS *VERSUS* RESPUESTAS DE LAS TIC EN EL SECTOR OLEÍCOLA

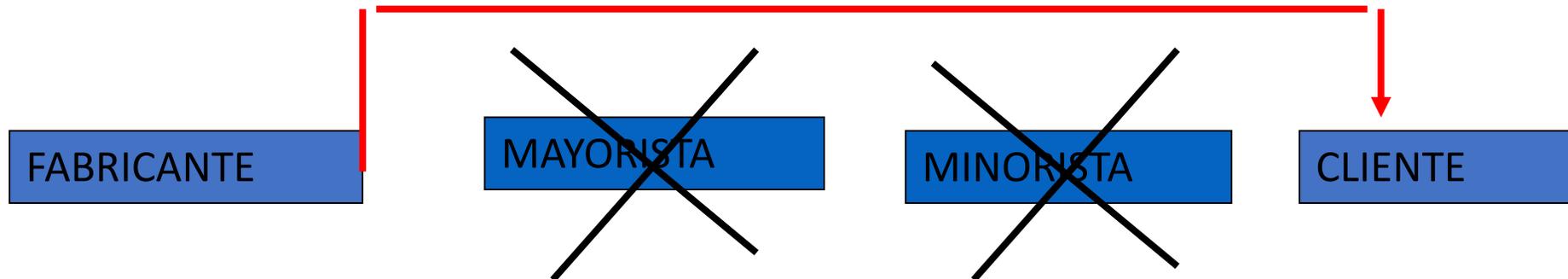
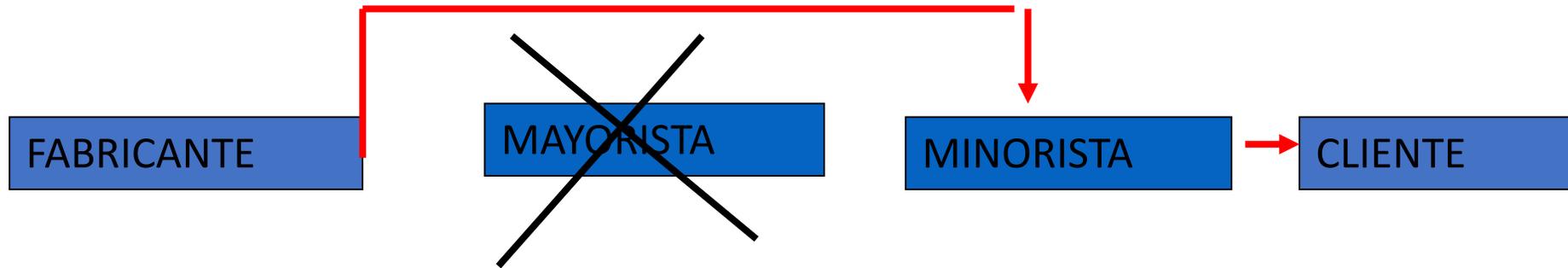
### PROBLEMAS DEL SECTOR OLEÍCOLA

❑ Falta de orientación al mercado



- ✓ Canal de venta directo
- ✓ Permite saltarse intermediarios
- ✓ Llega a clientes más sofisticados

# POSIBLES VARIANTES DE LA CADENA DE VALOR TRADICIONAL PRODUCIDA POR EL COMERCIO ELECTRÓNICO





# naranjaslola

DEL ÁRBOL A SU MESA EN 24 HORAS

Su compra

961 720 067

Contacto

DEUTSCH

FRANÇAIS

ENGLISH

INICIO

PRODUCTOS

COMPRAR

NOSOTROS

BLOG



YouTube

Ya disponibles  
nuestras  
**MANDARINAS.**

Y no olvide añadir a su pedido  
nuestras **COCAS** y  
**MERMELADAS.**

[PINCHE AQUÍ PARA COMPRAR](#)



## NARANJAS LOLA: VENTA DE NARANJAS DE VALENCIA A DOMICILIO

Del árbol a su mesa en 24 horas

En **Naranjas Lola** nos dedicamos a la **venta de naranjas de valencia a domicilio en internet**. Todos nuestros **cítricos** son cultivados de manera tradicional, consiguiendo así **naranjas de gran calidad, naranjas naturales** y respetuosas con el medio ambiente.

Para **Naranjas Lola** es fundamental ofrecer **naranjas de calidad**, por eso las cuidamos para que nuestras **naranjas** lleguen a su domicilio con todo el **sabor** que usted y su familia merecen.

No sólo ofrecemos **la mejor naranja** del mercado, sino que además disponemos de una gran **selección de cítricos** para que nuestros clientes puedan disfrutar, además de todas nuestras variedades de **naranjas de zumo y de mesa (naranjas navelinas, naranjas navel lane late, naranjas sanguinas)**, del sabor de nuestras **mandarinas, limones y pomelos**.

TELÉFONO  
Y CORREO  
DE  
CONTACTO



PIONEROS EN LA  
VENTA DE FRUTA  
POR INTERNET



PARA ESTAR AL CORRIENTE DE  
NUESTRAS NOVEDADES,  
VISITE





Marisco y pescado gallego artesanal

Buscar en toda la pescadería...



INICIO PRODUCTOS COMO COMPRAR NOSOTROS B2B CALIDAD FAQ CONTACTA BLOG

INICIO / MARISCO GALLEGO

## MARISCO GALLEGO



Protección al Comprador



4,62

Excelente



# MARISCO

# PROBLEMAS *VERSUS* RESPUESTAS DE LAS TIC EN EL SECTOR OLEÍCOLA

## PROBLEMAS DEL SECTOR OLEÍCOLA

❑ Falta de orientación al mercado

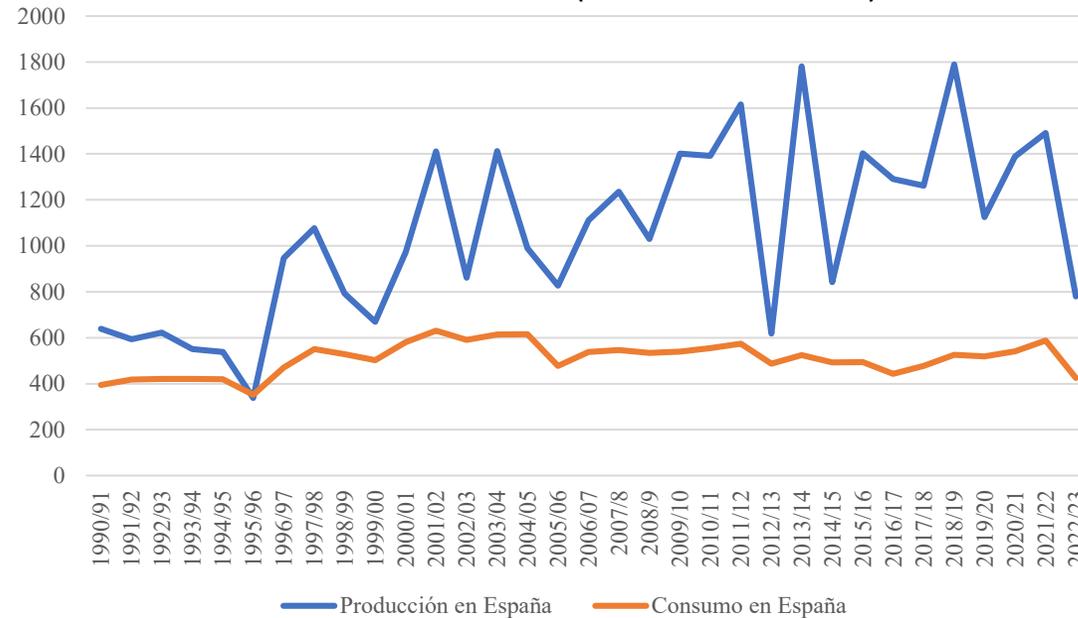


## ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET?

- ✓ Canal de venta directo
- ✓ Permite saltarse intermediarios
- ✓ Llega a clientes más sofisticados

❑ Necesidad de Exportar

DESACOPLAMIENTO ENTRE LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DE ACEITES DE OLIVA EN ESPAÑA (miles de toneladas)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por el Consejo Oleícola Internacional (COI, 2023).

## PROBLEMAS *VERSUS* RESPUESTAS DE LAS TIC EN EL SECTOR OLEÍCOLA

### PROBLEMAS DEL SECTOR OLEÍCOLA

❑ Falta de orientación al mercado



### ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET?

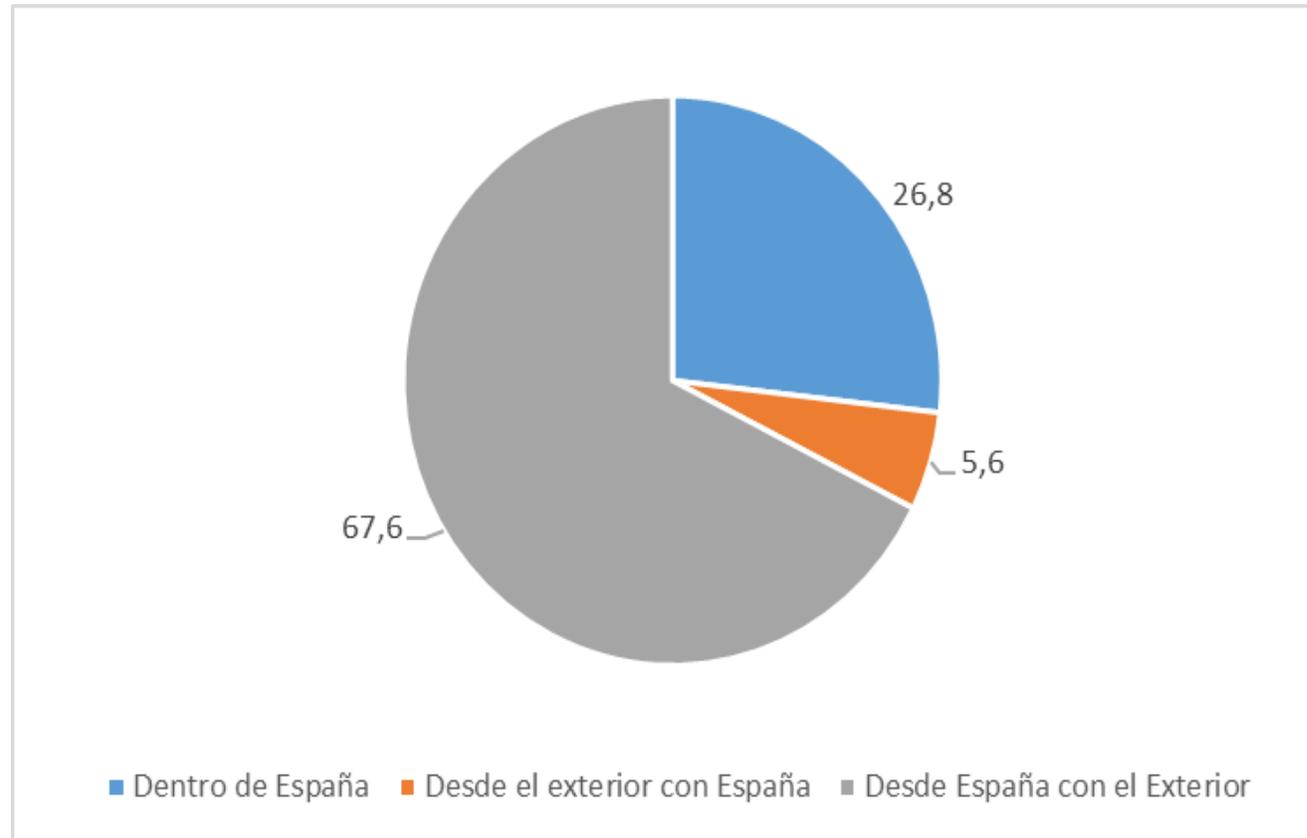
- ✓ Canal de venta directo
- ✓ Permite saltarse intermediarios
- ✓ Llega a clientes más sofisticados

❑ Necesidad de Exportar



- ✓ Reduce los costes de transacción
- ✓ Facilita los contactos (*website* o mercados electrónicos)

## NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE, % (II-2020)



Fuente: CNMC (2021)

Agrelma,

- mercado electrónico especializado en el sector agroalimentario y del vino a nivel mundial.
- aprobado por la Comisión Europea DGXIII- TEN TELECOM.
- cuenta con aproximadamente 850.000 visitas mensuales y 11.500 usuarios de todo el mundo.

## Trade Trends

¡Trade Trends de Agrelma le informa de los sectores, las solicitudes y las ofertas más seleccionadas!

### Lista de los sectores más visitados

... en las ofertas		... en las solicitudes	
Vinos de Calidad	678.932	Vinos de Calidad	741.940
Aceite	475.383	Aceite	258.169
Pasta	247.043	Pasta	119.997
Delicatessen	222.059	Conserva	107.451
Charcutería	220.589	Delicatessen	95.990
Licores	174.471	Dulces y panadería	91.208
Dulces y panadería	165.349	Aceitunas	89.783
Conserva	147.016	Quesos	73.211
Quesos	128.772	Vinos de Mesa	72.890
Fruta	124.535	Fruta	72.178
Aceitunas	121.748	Café	68.477
Café	118.483	Verdura	68.394
Cereales	108.106	Charcutería	67.099
Drinks	91.329	Drinks	65.221
Congelado	88.202	Fruta y Verdura Confeccionada	64.571
Fruta y Verdura Confeccionada	86.072	Cereales	60.809
Verdura	70.882	Vinagre	51.191
Vinagre	65.886	Licores	47.710
Comida preparada	65.649	Pescados	44.740
Pescados Confeccionados	57.079	Congelado	37.456
Vinos de Mesa	56.167	Carnes	20.228
Citricos	45.671	Semioleosos	18.273
Pescados	38.610	Pescados Confeccionados	17.340
Moluscos y Crustaceos	23.449	Comida preparada	16.893
Semioleosos	18.133	Moluscos y Crustaceos	7.074
Carnes	11.007	Citricos	6.325

### Lista de las ofertas/solicitudes más seleccionadas

Todos los países ▾

Todos los sectores ▾

Las 20 ofertas más seleccionadas

Las 20 solicitudes más seleccionadas

prosciutto crudo affettato sottovuoto	32.787
Jamón Serrano - Salamanca	9.313

Looking for best price offers of Extra Virgin and Virgin Olive Oil in 5L / can	10.028
--	--------

## PROBLEMAS *VERSUS* RESPUESTAS DE LAS TIC EN EL SECTOR OLEÍCOLA

### PROBLEMAS DEL SECTOR OLEÍCOLA

❑ Falta de orientación al mercado



❑ Necesidad de Exportar



❑ Información escasa y confusa  
en el mercado



### ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET?

- ✓ Canal de venta directo
- ✓ Permite saltarse intermediarios
- ✓ Llega a clientes más sofisticados
  
- ✓ Reduce los costes de transacción
- ✓ Facilita los contactos (*website* o mercados electrónicos)
  
- ✓ Canales de comunicación de reducido coste, que generan confianza, con visualizaciones internacionales y con posibilidades de conocer los mercados



#NOSABEMOS  
LO QUE TENEMOS

# Ninguna cocina sin los Aceites de Oliva

Descubre más sobre nuestra nueva campaña

[Leer más →](#)





### Aceites de Oliva de España

@AceitesdeolivadeEspana · Organización

Ver vídeo

Inicio Información Fotos Ver más

Me gusta

Enviar mensaje



#### GENERAL

2 303 752 personas le gusta esto

2 302 885 personas siguen esto

Organización

#### INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL

http://aceitesdeolivadeespana.com/

info@aceitesdeolivadeespana.com



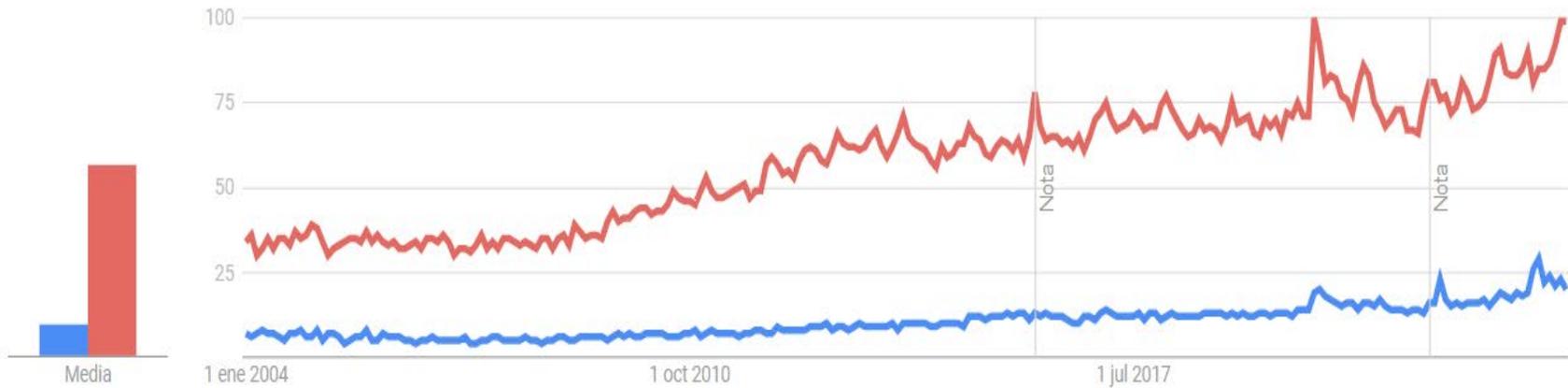
**● aceite de oliva**  
Término de búsqueda

**● olive oil**  
Término de búsqueda

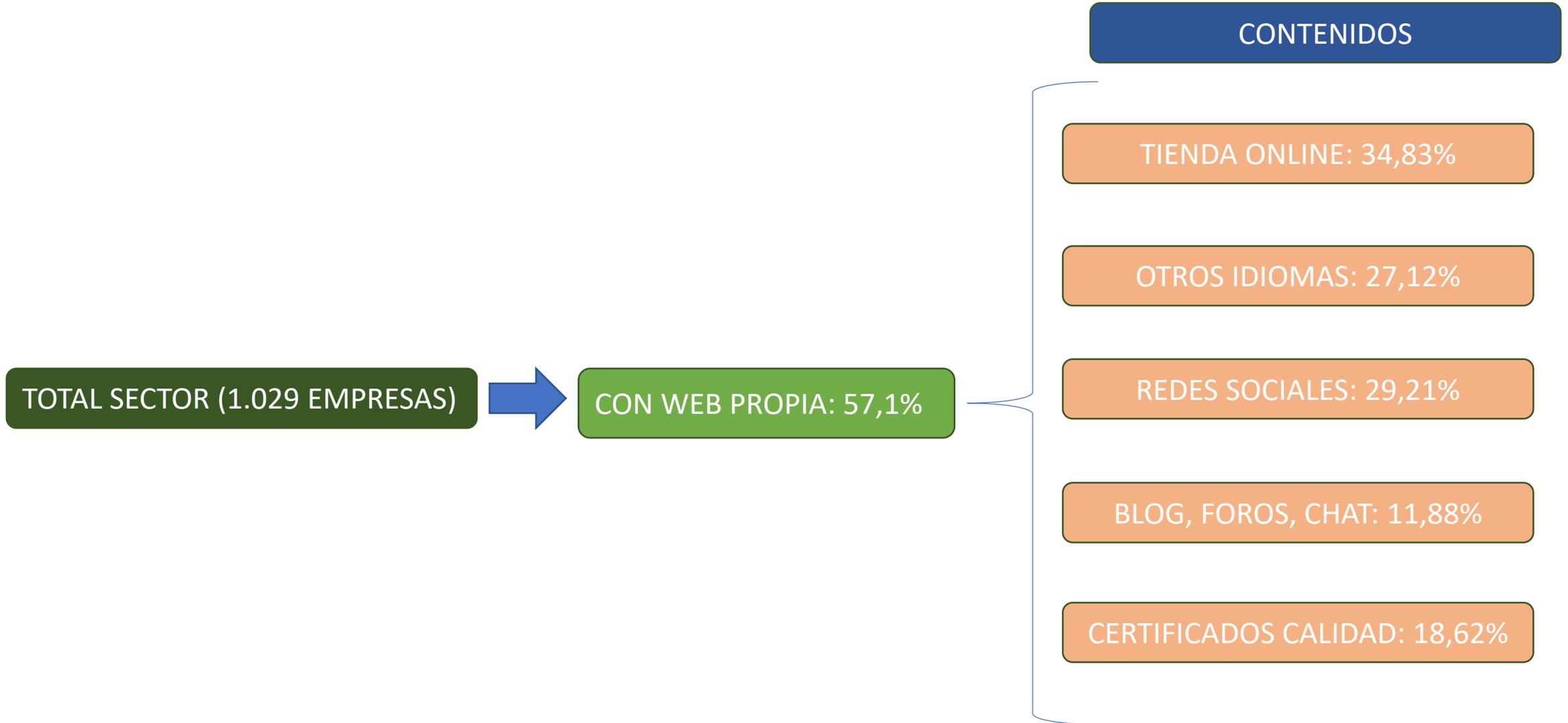
+ Añadir comparación

Todo el mundo ▼ 2004 - hoy ▼ Todas las categorías ▼ Búsqueda web ▼

Interés a lo largo del tiempo ?



# SITUACIÓN DE LAS TIC EN EL SECTOR OLEÍCOLA ANDALUZ (2022)



# Problemas estructurales y organizativos del sector del olivar

**la falta de formación y de personal cualificado** (Salinas, 1987; Romero, 1989; Mozas, 1999) (**54% estudios universitarios**)

**falta de profesionalización:** (Sanchís, 1995, Guillén 1978, Vargas, 1993) (**30,4% Presidente principal responsable administración**)

**reducido tamaño:** especialmente de las almazaras cooperativas (**58% con 1 o 2 personas en oficina**)

# ***“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA ECONOMÍA MUNDIAL”***

- 1. Diagnóstico de la situación actual y tendencias**
- 2. Oportunidades de internet y la “brecha digital”**
- 3. Estudio de caso: el sector oleícola**
- 4. Conclusiones**

# Conclusiones

La incorporación de las TIC es condición necesaria, **pero no suficiente** para conseguir una transformación digital

Se requieren **cambios estructurales y organizativos** e inversión en **capital humano formado** para poder aprovechar plenamente los **beneficios** que se derivan de las TIC.



**LA ECONOMÍA MUNDIAL ANTE  
LOS NUEVOS RETOS  
TECNOLOGICOS Y SOCIALES**

**The World Economy Facing New  
Technological and Social Challenges**

**XXIV Reunión de Economía Mundial**

**Mesa redonda:**

***“CAMBIO TECNOLÓGICO: IMPACTOS  
SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LA ECONOMÍA  
MUNDIAL”***

**ADORACIÓN MOZAS MORAL  
(UNIVERSIDAD DE JAÉN)**

**Gracias**



**SOCIEDAD DE ECONOMÍA MUNDIAL  
WORLD ECONOMY SOCIETY**



Universidad de Jaén