

## **Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)**

**NOMBRE DEL ALUMNOS :** OLIVIA BARBAN

**PROGRAMA:** E4

**GRUPO :** A

**FECHA :** 13/10/2024

**Director asignado :** Fuertes Pérez, Javier

**Título provisional del TFG:** En qué medida los directivos de las consultorías toman en cuenta la dimensión ética de la IA en su proceso de digitalización?

**ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)**

### **Índice provisional**

#### 1. Introducción

- 1.1. Interés de la cuestión
- 1.2. Objetivo del trabajo
- 1.3. Metodología
- 1.4. Estructura

#### 2. La IA Generativa: Conceptos Generales y Desarrollo en Consultoría

- 2.1. Historia y Evolución de la IA Generativa
- 2.2. Principales Herramientas y Tecnologías de IA en Consultoría
- 2.3. IA Generativa como Herramienta de Optimización en Consultoría

#### 3. El Sector de Consultoría en la Era Digital

- 3.1. Evolución del Sector de Consultoría y el Impacto de la Tecnología
- 3.2. Incorporación de la IA en el Proceso de Consultoría
- 3.3. El Papel de los Directivos y Consultores en la Transformación Digital

#### 4. Impacto de la IA Generativa en el Sector de Consultoría

- 4.1. Transformación del Proceso de Toma de Decisiones y Análisis de Datos

- 4.2. Nuevas Formas de Prestación de Servicios y Modelos de Negocio en Consultoría

- 4.3. Optimización de la Eficiencia y Productividad en Proyectos de Consultoría

- 4.4. Influencia en la Experiencia y Expectativas del Cliente

5. Desafíos Éticos del Impacto de la IA Generativa en Consultoría

- 5.1. Propiedad Intelectual y Confidencialidad de los Datos del Cliente

- 5.2. Transparencia y Toma de Decisiones Automatizadas

- 5.3. Desigualdad en el Acceso a Tecnología Avanzada

- 5.4. Impacto en el Empleo de Consultores Tradicionales

6. Soluciones Constructivas: Enfrentando los Desafíos Éticos en Consultoría

- 6.1. Propuestas para una Integración Ética de la IA en la Consultoría

- 6.2. Estrategias para Fomentar la Colaboración entre IA y Consultores Humanos

- 6.3. Educación y Capacitación en IA para Profesionales de la Consultoría

7. Estudios de Casos y Entrevistas en el Sector de Consultoría

- 7.1. Resultados de Entrevistas a Consultoras sobre el Uso de IA

- 7.2. Estudio de Casos: Ejemplos de Implementación Exitosa de IA en Consultoría

- 7.3. Evaluación del Nivel de Conciencia sobre los Desafíos Éticos

8. Resultados y Conclusiones

- 8.1. Balance entre Innovación y Ética en la IA Generativa en Consultoría

- 8.2. Principales Hallazgos del Estudio

- 8.3. Recomendaciones para el Futuro de la IA en el Sector de Consultoría

9. Fuentes

- 9.1. Bibliografía

- 9.2. Indexes

## Objetivos de investigación :

- 1- Analizar los desafíos éticos que plantea la incorporación de IA generativa en consultoría, tales como la propiedad intelectual, la transparencia en la toma de decisiones automatizadas, el acceso desigual a tecnología y el impacto en el empleo de consultores tradicionales
- 2- Explorar las soluciones propuestas para enfrentar los desafíos éticos relacionados con la IA generativa en consultoría, enfatizando la colaboración humano-IA y las estrategias de educación y capacitación para consultores
- 3- Proponer recomendaciones para el futuro de la IA generativa en el sector de consultoría, mejorando el balance entre la innovación tecnológica y los principios éticos

## Metodología

La investigación adoptará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos (testimonios de consultores) y cuantitativos (análisis de datos) para ofrecer una visión completa.

a. **Recolección de datos:** Se realizará una revisión exhaustiva de la literatura sobre la IA generativa en el sector de consultoría y sus implicaciones éticas. La búsqueda incluirá artículos académicos, informes gubernamentales y estudios de caso pertinentes encontrados en Google Scholar y Web of Science, limitados a aquellos publicados desde 2021, ya que la IA generativa ha surgido a partir de ese año. Solo se seleccionarán fuentes que cuenten con al menos 100 citas para asegurar la calidad del contenido. Para identificar estas fuentes, se utilizarán palabras clave como: "IA generativa en consultoría", "Transformación de la industria de consultoría con IA", "Impacto de la IA en roles de consultoría", "Herramientas de IA generativa en negocios" y "Desafíos éticos de la IA en consultoría".

b. **Encuestas cualitativas:** Se llevarán a cabo entrevistas cualitativas en profundidad con consultores de nivel junior y senior para evaluar cómo perciben el impacto de la IA generativa en sus tareas diarias. Se utilizará la plataforma "My Job Glasses", que permite contactar y dialogar con profesionales del sector. Los resultados de estas entrevistas permitirán realizar un análisis comparativo entre los distintos niveles de experiencia, identificando las diferencias en la forma en que la IA generativa influye en sus actividades y responsabilidades.

## **Bibliografia**

- Abdulhadi, A. W. (2023). Generative AI and Innovation Management.
- Alexandre, C., & Blanckaert, L. (2020). The influence of artificial intelligence on the consulting industry [Unpublished master's thesis, Louvain School of Management, Université Catholique de Louvain]. [http://hdl.handle.net/2078.1/thesis, 24659](http://hdl.handle.net/2078.1/thesis_24659).
- Baker-Brunnbauer, J. (2021). Management perspective of ethics in artificial intelligence. *AI and Ethics*, 1(2), 173-181.
- Balcells Phillips, A. (2024). The impact of AI in a consulting firm [Bachelor's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya].
- Beringer, C., & Stolz, S. (2023). Generative AI and digital leadership: The ethics of AI in organizations. *Business & Information Systems Engineering*, 65, 293–312.
- Bélisle-Pipon, J. C., Monteferrante, E., Roy, M. C., & Couture, V. (2023). Artificial intelligence ethics has a black box problem. *AI & SOCIETY*, 1-16.
- Boddington, P. (2017). Towards a code of ethics for artificial intelligence. In Cham: Springer (pp. 27-37).
- Brent, M., & Blackman, R. (2022). Ethics consulting in industry. In *A Companion to Public Philosophy* (pp. 381-387).
- Brendel, A. B., Mirbabaie, M., Lembcke, T. B., & Hofeditz, L. (2021). Ethical management of artificial intelligence. *Sustainability*, 13(4), 1974.
- Bughin, J. (2023). How productive is generative AI really? (No. 2023-064). ULB—Université Libre de Bruxelles.
- Carvalho, D. (2024). AI impact: The future competences of consultants in the consulting sector [Doctoral dissertation].
- Chatzopoulos, C., & Belleflamme, P. (2023). Bridging the gap: Preparing consultants for AI integration. Prytula.
- Chen, Y., & Su, L. (2020). AI-based customer service in e-commerce: Ethical dilemmas. *Journal of Business Research*, 113, 147-158.

- Cohan, P. (2024). Generative AI consulting. In *Brain Rush: How to Invest and Compete in the Real World of Generative AI* (pp. 67-109). Berkeley, CA: Apress.
- Cohan, P. (2024). Generative AI's implications for consumers, employees, companies, product providers, and investors. In *Brain Rush: How to Invest and Compete in the Real World of Generative AI* (pp. 283-342). Berkeley, CA: Apress.
- Cook, M. (2021). *Artificial intelligence ethics in the music industry*. Google Books.
- Dignum, V. (2018). Ethics in artificial intelligence: Introduction to the special issue. *Ethics and Information Technology*, 20(1), 1-3.
- Dubois, C. (2023). Navigating AI ethics in the creative industries. In *Ethics and AI in media and arts* (pp. 29-42). Springer.
- Dubois, C., & Moubarak, J. (2021). The evolving meaning of digital transformation. *Society*, 58, 165–177.
- Fischer, I. (2024). Covalent: The balancing act of GenAI adoption in consulting. *Journal of Information Technology Teaching Cases*, 20438869241280977.
- Fischer, K., & Martin, R. (2019). AI-driven innovations in digital transformation: A global perspective. *Journal of Business Economics*, 89, 223-245.
- Floridi, L. (2023). *The ethics of artificial intelligence: Principles, challenges, and opportunities*.
- Fridgeirsson, T. V., Ingason, H. T., Jonasson, H. I., & Jonsdottir, H. (2021). An authoritative study on the near future effect of artificial intelligence on project management knowledge areas. *Sustainability*, 13(4), 2345.
- Gînguță, A., Munteanu, V. P., Ștefea, P., & Noja, G. G. (2023, June). Artificial intelligence and consultancy services: Perspectives of organizational and ethical concerns. In *International Conference on Disruptive Technologies, Tech Ethics and Artificial Intelligence* (pp. 219-232). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Giraud, L., Zaher, A., Hernandez, S., & Akram, A. A. (2023). The impacts of artificial intelligence on managerial skills. *Journal of Decision Systems*, 32(3), 566-599.
- Greasley, A. E. (2022). *Music in a pandemic: Understanding ethical challenges in digital transformation*. Google Books.

- Hagendorff, T. (2020). The ethics of AI ethics: An evaluation of guidelines. *Minds and Machines*, 30(1), 99-120.
- Harvard Business Review. (2024). How to capitalize on generative AI: Key insights. *Strateka*.
- Holzmann, V., Zitter, D., & Peshkess, S. (2022). The expectations of project managers from artificial intelligence: A Delphi study. *Project Management Journal*, 53(5), 438-455.
- Hovsepyan, A., & Johansson, K. (2023). Study of AI service providers in IT consulting, marketing, and law.
- Huang, C., Zhang, Z., Mao, B., & Yao, X. (2022). An overview of artificial intelligence ethics. *IEEE Transactions on Artificial Intelligence*, 4(4), 799-819.
- Isomäki, V. (2023). AI and digital music transformation: Ethical considerations. *Turku University Repository*.
- Jan, Z., Ahamed, F., Mayer, W., Patel, N., Grossmann, G., Stumptner, M., & Kuusk, A. (2023). Artificial intelligence for industry 4.0: Systematic review of applications, challenges, and opportunities. *Expert Systems with Applications*, 216, 119456.
- Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9), 389-399.
- Kamila, M. K., & Jasrotia, S. S. (2023). Ethical issues in the development of artificial intelligence: Recognizing the risks. *International Journal of Ethics and Systems*, (ahead-of-print).
- Kamaruddin, R. I. (2023). ChatGPT and the future of management consulting: Opportunities and challenges ahead [Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology].
- Kanbur, M., Prakash, O., & Kulkarni, P. (2023, November). Creative AI in software project management. In *2023 2nd International Conference on Futuristic Technologies (INCOFT)* (pp. 1-9). IEEE.
- Lee, S., & Chang, H. (2023). AI in music: Navigating ethical considerations. In *Handbook of AI in the creative industries*(pp. 57–70). World Scientific.

- Lee, V., Lehmann, J., Chae, H., Shin, D., Auh, S., & Han, S. P. (2024). Threats or opportunities? Enhancing business performance in the era of generative AI. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2024, No. 1, p. 20821). Valhalla, NY: Academy of Management.
- Liao, S. M. (Ed.). (2020). *Ethics of artificial intelligence*. Oxford University Press.
- Morar, D. (2021). AI in the media industry: Ethical challenges and governance frameworks. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 19(3), 251–270.
- Nagendran, M., Festor, P., Komorowski, M., Gordon, A., & Faisal, A. (2023). Quantifying the impact of AI recommendations with explanations on prescription decision making: An interactive vignette study.
- Nissen, V. (Ed.). (2017). *Digital transformation of the consulting industry: Extending the traditional delivery model*. Springer.
- Patil, S. (2023). *Evaluating the changing horizons of consulting and business because of the advent of AI* [Doctoral dissertation, Indian Institute of Management Ahmedabad].
- Peterson, C., & Lee, A. (2023). AI ethics in emerging markets: Digital platform challenges. *Global Media and Communication*, 19(2), 123–142.
- Prytula, I. (2024). The impact of artificial intelligence on the consulting services market. *Ekonomichnyy analiz*, 34(2), 291-300.
- Saxena, A., Verma, M., Gupta, S., & Singh, S. (2023). The impact of artificial intelligence on the consultancy services industry: A comprehensive analysis of the role of AI in enhancing service delivery.