

REVISTA ERUDITUS

CIENCIAS DE
LA ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA

Vol. 6 Num. 2

2025

JUNIO SEPTIEMBRE



Universidad
Israel

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

latindex
catálogo 2.0

CONTENIDO

5 Página legal

6 EDITORIAL
Mg. William Fernando Ortega Naranjo
Editor de la Revista ERUDITUS

9 Factores influyentes en la toma de decisiones de
comerciantes en centros de acopio de Tungurahua:
Un análisis de eficacia organizacional
Diego Gustavo Toapanta Cunalata

23 La empleabilidad y las ventas de las empresas en el
Ecuador
Jorge Oswaldo Tamayo Viera
Vicente Leonardo Pérez Yauli
Ibeth Aracelly Molina Arcos
Edison Manuel Arroba Freire

43 La innovación social en las organizaciones: un estudio
de análisis bibliométrico
César Alfredo, López-Lara
Itzel Alejandra, Lara Manjarrez
Jesús Humberto, Lara-Félix



59 Manual de procesos como propuesta de mejoramiento institucional en el área de archivo. Sucumbíos Solidario 2023

Jorge Luis López Moreno
María Soledad Neira Loayza
Ana Belén Córdova Jara

79 Modelo TAM como factor para la disminución de la contaminación visual en el entorno universitario

Saquina Alcaciega Anthony Joel
Liliana Elizabeth González Garcés
Edwin Javier Santamaría Freire

95 Agente conversacional en la captación de estudiantes para la educación superior privada

Eleana Judith Ojeda Valencia
Ericka Melany Trujillo Supe
Ricardo Patricio Medina Chicaiza

112 NORMAS DE PUBLICACIÓN
REVISTA ERUDITUS

PÁGINA LEGAL

EDITOR GENERAL

Mg. Paúl Francisco Baldeón Egas

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

EDITOR REVISTA ERUDITUS

Mg. William Fernando Ortega Naranjo

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

COMITÉ EDITORIAL

PhD. Klever Armando Moreno Gavilanes

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

PhD. Marco Antonio Rojo Gutiérrez

Universidad Internacional Iberoamericana (UNINI), México

PhD. Hernan Mauricio Quisimalin Santamaria

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

PhD. Edison Marcelo Coba Molina

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

PhD. Gabriel Arturo Pazmiño Solys

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Mg. Colón Mauricio Sierra Moreno

Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Ecuador

Mba. Galo Fernando Cisneros Viteri

Instituto Tecnológico Superior Cordillera, Ecuador

PhD (c). Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez

Universidad Central del Ecuador

Mg. Mayra Alexandra Chicaiza Herrera

Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador

GESTIÓN DE LA REVISTA ELECTRÓNICA

Mg. Paúl Francisco Baldeón Egas

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

EQUIPO DE ESTILO

Esp. Andrea Campaña

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

Lic. Karla Proaño

Independiente, Ecuador

RESPONSABLE PROGRAMADOR

Ing. Steven Baldeón Ahtty

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

RESPONSABLE DE DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Mg. José Alejandro Vergelín Almeida

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

PERIODICIDAD DE PUBLICACIÓN - CUATRIMESTRAL

ENTIDAD EDITORA

Universidad Tecnológica Israel

Dirección: Marieta de Veintimilla E4-142 y Pizarro, Quito

Código postal EC-170522

editorial@uisrael.edu.ec - Teléfono: (02) 255-5741 ext. 113



EDITORIAL

Estimados lectores y colaboradores, la Revista Científica ERUDITUS se complace en presentar su más reciente edición: v6N2, reflejo del rigor académico y la diversidad investigativa. A continuación, se describe un resumen de cada artículo:

Factores influyentes en la toma de decisiones de comerciantes en centros de acopio de Tungurahua: Un análisis de eficacia organizacional

Este estudio cualitativo analizó los factores que influyen en la toma de decisiones de 90 comerciantes en centros de acopio de Tungurahua. Se encontró que la información (34.8%), el conflicto cognitivo (19.8%) y el racionalismo (13.8%) son los más relevantes. La calidad en la toma de decisiones mejora el cumplimiento de objetivos microempresariales y optimiza la rentabilidad.

La empleabilidad y las ventas de las empresas en el Ecuador

Esta investigación cuali-cuantitativa examinó la relación entre el empleo y las ventas empresariales en Ecuador. Las microempresas constituyen la mayoría de unidades económicas (95.79%), aunque las grandes empresas generan más empleo y ventas. La reactivación económica y la formalización empresarial son cruciales para el aumento del empleo y la recuperación económica del país.

La innovación social en las organizaciones: un estudio de análisis bibliométrico

Este estudio bibliométrico analizó la producción académica sobre innovación social en organizaciones utilizando Web of Science. Se analizaron 20,829 documentos, revelando a Europa y Asia como líderes, con Estados Unidos destacando en producción académica. Los hallazgos muestran la amplitud y pertinencia de la innovación social como diferenciador competitivo y promotor de eficiencia.

Manual de procesos como propuesta de mejoramiento institucional en el área de archivo. Sucumbíos Solidario 2023

Esta investigación buscó desarrollar un manual de procedimientos para optimizar el archivo en Sucumbíos Solidario, dada la desorganización actual. El manual propone políticas para la gestión, control y custodia documental, basándose en la normativa ecuatoriana y la experiencia del personal. Su objetivo es mejorar la eficiencia institucional, desde la recepción hasta el préstamo de documentos.

Modelo TAM como factor para la disminución de la contaminación visual en el entorno universitario

Este estudio cuantitativo aplicó el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) para reducir la contaminación visual en la Universidad Técnica de Ambato. Los resultados de una encuesta a 400 estudiantes indicaron alta percepción de utilidad y facilidad de uso de herramientas tecnológicas. Se encontró una correlación positiva entre el TAM y la reducción de la contaminación visual, mejorando la estética del campus.

Agente conversacional en la captación de estudiantes para la educación superior privada

Este estudio evaluó el uso de agentes conversacionales para mejorar la atención e información a estudiantes universitarios privados. Un prototipo en Voiceflow, evaluado con 150 estudiantes mediante la matriz TAM, mostró que el chatbot ofrece información clara, rápida y personalizada. Los agentes conversacionales optimizan la comunicación institucional y apoyan las decisiones de los estudiantes.

Invitamos a la comunidad científica a compartir sus valiosas contribuciones, enriqueciendo así el diálogo y el avance del conocimiento en el área de las ciencias administrativas. Únase a nosotros para publicar sus investigaciones y ser parte de una plataforma que fomenta la excelencia académica.

Mg. William Fernando Ortega Naranjo
Editor de la Revista ERUDITUS





Factores influyentes en la toma de decisiones de comerciantes en centros de acopio de Tungurahua: Un análisis de eficacia organizacional

Influencing factors in decision-making of traders in Tungurahua collection centers: An analysis of organizational effectiveness

Fecha de recepción: 2024-12-17 • Fecha de aceptación: 2025-03-26 • Fecha de publicación: 2025-06-10

Diego Gustavo Toapanta Cunalata¹

Instituto Tecnológico Superior España, Ecuador

diego.toapanta@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2721-9534>

RESUMEN

El presente estudio tuvo como finalidad analizar los factores que inciden en el proceso de toma de decisiones en los comerciantes de los centros de acopio de la provincia de Tungurahua. La investigación fue de naturaleza cualitativa basada en la hermenéutica. Se entrevistaron a 90 comerciantes de la red de plazas y mercados, examinando los factores de mayor relevancia en la toma de decisiones durante el desarrollo de sus ventas. Los hallazgos mostraron que la utilización de la información (34.8%), el conflicto cognoscitivo (19.8%) y el racionalismo (13.8%) son los indicadores de mayor influencia en los procesos de toma de decisiones de los comerciantes para orientar sus procesos productivos y de rentabilidad. El estudio permitió enfatizar que el proceso de toma de decisiones realizado con calidad en los negociantes de los centros de acopio contribuye al cumplimiento de los objetivos microempresariales y optimiza el rendimiento del capital invertido para

la generación de rentabilidad y utilidades.

PALABRAS CLAVE: Toma de decisiones, conflicto social, racionalismo, influencia social, capital social

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the factors that influence the decision-making process of traders in the collection centers of Tungurahua province. The research was qualitative in nature based on hermeneutics. Ninety merchants from the network of squares and markets were interviewed, examining the most relevant factors in decision-making during the development of their sales. The findings show that the use of information (34.8%), cognitive conflict (19.8%) and rationalism (13.8%) are the indicators with the greatest influence on traders' decision-making processes to guide their production and profitability processes. The study emphasizes that the quality decision-making process carried out by traders in the collection centers contributes to the fulfillment of microenterprise objectives and optimizes the return on invested capital for the generation of profitability and profits.

KEYWORDS: Decision-making, social conflict, rationalism, social influence, social capital

Introducción

El sector comercial representa la principal actividad económica en Ecuador, con una participación aproximada del 36,13% en relación con otras actividades económicas del país (Rodríguez Mendoza y Aviles, 2020). Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020), existen 527 centros de acopio y comercialización por cada 10.000 habitantes, predominando en las provincias de Guayas, Pichincha, El Oro y Tungurahua.

En el ámbito organizacional, los individuos enfrentan diariamente retos de diversa índole que, en su mayoría, no son resueltos de forma oportuna bajo un enfoque estratégico. La toma de decisiones es una herramienta administrativa esencial que orienta el arte estratégico, favoreciendo el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas por el grupo de interés en las actividades comerciales.

El proceso de toma de decisiones analiza la mejor alternativa de solución ante una problemática existente que afecta el ritmo de trabajo dentro de la organización. Este accionar guarda una estrecha relación con las fortalezas y oportunidades comerciales que atribuye la red de plazas y mercados, así como con las amenazas y debilidades de un sector cada vez más exigente y cambiante. Para atenuar la incertidumbre que embarga al grupo de interés dentro del proceso de toma de decisiones en el sector comercial, el líder debe disponer de información confiable y acertada con el propósito de limitar los riesgos que puedan ser la respuesta de la decisión aceptada ante todas las actividades económicas de la organización (Morandín, 2020; Varela et al., 2019).

Los factores de mayor trascendencia inherentes en las fases de la toma de decisiones incluyen la utilización de información, la flexibilidad en la cognición, el conflicto cognoscitivo, la racionalidad en la decisión, la calidad del proceso de toma de decisiones y la eficacia organizacional. Estos elementos son determinantes en la ejecución de resoluciones alineadas a la realidad del sector (Lazzati, 2018; Palacios, 2020).

1.1. Utilización de información

En las estructuras comerciales, la información es un factor esencial para la toma de decisiones. La falta de datos oportunos conlleva un alto nivel de riesgo en el proceso, ya que la decisión puede no alinearse con la realidad y la naturaleza del sector. Este grado de complejidad se asocia a la función de diferentes opciones o criterios como precisión, oportunidad, relevancia y comprensibilidad de los componentes críticos para la toma de decisiones (Rodríguez Cruz y Pinto, 2018).

Remache et al. (2018) expresan que la acción informativa tiene un vínculo positivo con la toma de decisiones. De igual manera, Rodríguez y Pinto (2018) coinciden en que la toma de decisiones guarda correspondencia con la utilización de información, convirtiéndose en un factor estratégico en cualquier estructura organizacional.

1.2. Flexibilidad en la cognición y conflicto cognoscitivo

La flexibilidad en la cognición se relaciona directamente con la generación de nuevas ideas durante el proceso de toma de decisiones por parte del grupo de interés (Pérez, 2019). El desarrollo cognitivo permite a los comerciantes disponer de un precepto global que promueve la generación de opciones innovadoras y potencialmente exitosas previo a la ejecución de resoluciones.

El conflicto cognoscitivo estimula al grupo de interés a crear nuevos conocimientos a través de la experiencia adquirida ante problemas resueltos (Barrios et al., 2019; González et al., 2019). Además, el conflicto cognoscitivo adherido a la calidad de las decisiones nace del compromiso por parte de los delegados en el proceso de toma de decisiones estratégicas.

Racionalismo

El racionalismo se comprende como la deliberación de opciones más cercanas a la realidad del sector que brinden respuesta oportuna a sus necesidades y que secunden al logro de los objetivos trazados en un tiempo establecido. En otras palabras, la exactitud de la decisión se sustenta en un contexto de racionalidad (Berisha et al., 2018; Ganga et al., 2018; Marchisotti et al., 2018).

La racionalidad tiene un efecto positivo y guarda correspondencia con el asertividad de la toma de decisiones vinculadas al logro de los objetivos organizacionales (Poutanen et al., 2022). Un estudio realizado en 233 empresas privadas de China demostró la existencia de una relación directa entre la racionalidad y la calidad del proceso para la toma de decisiones.

Cualidad de las decisiones

Los grandes desafíos que afrontan los líderes de los centros de acopio y comercialización se orientan a los entornos cambiantes de las estructuras organizacionales. Por tal razón, una decisión asertiva se fecunda en la calidad que se aborda en el proceso de toma de decisiones, incluyendo factores como la utilización de información, la flexibilidad en la cognición, el conflicto cognoscitivo y la racionalidad (Nuñez et al., 2023).

Un estudio realizado por Dyer y Smith (2021) confirmó que el 50% de las decisiones tomadas sin aplicación de métodos de información arrastraron a un fracaso en el desempeño organizacional. Por lo tanto, adoptar decisiones de calidad es un proceso inherente dentro de las estructuras empresariales. Bajo este precepto, las decisiones adoptadas por la gerencia cuando carecen de la utilización de acciones estratégicas con mayor frecuencia logran alcanzar un promedio de calificación de nivel regular, orientado a decisiones exiguas en beneficio de la entidad.

1.3 Eficacia de la organización

La toma de decisiones en el ámbito empresarial es apreciada como uno de los componentes de mayor impacto en las sociedades del conocimiento. Esto significa que la asertiva ejecución de este proceso se transforma en resultados favorecedores en el sector del comercio de la red de plazas y mercados (Fernández et al., 2019).

La toma de decisiones orienta al cumplimiento de los objetivos y metas de los negocios, emprendimientos y empresas; por lo tanto, es esencial para alcanzar la eficacia de la organización (Shuroog y Mashitah, 2021). En la misma línea, se cataloga a la eficacia como un elemento multidimensional y de mayor trascendencia, debido a la variación de diversos aspectos o variables que podrían afectar de forma directa en el manejo de recursos en el contexto sectorial.

El presente estudio se orientó al análisis de los factores que contribuyen al proceso de toma de decisiones ejecutado por los líderes de plazas y mercados de la provincia de Tungurahua. Asimismo, se analizó la lectura matemática a través de las razones financieras, siendo determinantes en el proceso de toma de decisiones, y que han presentado una reducida acogida en investigaciones empresariales.

Metodología

El presente trabajo investigativo incorporó un enfoque cualitativo fundamentado en un diseño sistemático. La derivación metodológica incluyó la descripción de los participantes involucrados, el diseño del estudio, la elaboración del instrumento, así como el proceso ejecutado. Se empleó una muestra no probabilística realizada por expertos en investigación cualitativa (Hernández y Carpio, 2019). Utilizando la información de la base de datos de la Cámara de Comercio de Ambato, se determinó el tamaño de la muestra para el presente estudio. Se entrevistaron a 90 comerciantes vinculados a la red de plazas y mercados de la provincia de Tungurahua.

2.1 Diseño del estudio

Se utilizó el diseño sistemático, en el cual se aplicaron juicios de categorización y tres codificaciones:

1. Abierta: permite examinar la información extraída de las entrevistas en un nivel primario, identificando las unidades o segmentos de estudio.
2. Axial: conecta las clases y subclases como la utilización de datos que promueven el proceso de toma de decisiones, flexibilidad en la cognición, conflicto cognoscitivo, racionalidad de las decisiones, calidad del proceso de toma de decisiones y eficacia de la organización.
3. Selectiva: se alcanzó una condición central del fenómeno de indagación, la cual se integró posteriormente a las clases y subclases de la codificación abierta y axial.

La categorización se realizó mediante la elaboración de una red semántica.

2.2 Instrumento

Se empleó una entrevista semiestructurada como instrumento de recolección de información, la cual fue previamente validada a través de un proceso de revisión por expertos en el área de investigación. Esta autorización permitió garantizar que las preguntas fueran claras, relevantes y sobre todo que abarquen los factores clave relacionados con la toma de decisiones de los comerciantes en los centros de acopio.

Las preguntas investigativas se formularon a través de la revisión bibliográfica de la literatura seleccionada de estudios originales publicados en bases de datos indexadas, en idioma inglés y español, iniciando el análisis en el año 2018 hasta la actualidad. Además, se realizó una prueba piloto con un pequeño grupo de comerciantes, lo que permitió ajustar y afinar el instrumento antes de su aplicación definitiva.

2.3 Procedimiento

Se estableció un diálogo con los administradores de la red de plazas y mercados de la provincia de Tungurahua para exponer el objetivo del estudio y solicitar los números telefónicos de los comerciantes. Se socializó el propósito de la indagación y el beneficio de la participación individual en una entrevista relacionada al proceso de toma de decisiones mediante el uso de ratios financieros.

Las entrevistas se realizaron directamente en las oficinas administrativas de los mercados y plazas de la provincia de Tungurahua, recolectando la información dentro de un periodo de 10 días laborables. La duración promedio de cada entrevista fue de 10 minutos. Se enfatizó que la información proporcionada sería sujeto de grabación y de utilización exclusiva para fines investigativos, respetando el derecho de confidencialidad de los participantes.

Se destinaron siete preguntas abiertas de investigación:

¿Cuáles son los principales aspectos que usted analiza en el proceso para la toma de decisiones?

¿Considera usted que una deficiente información financiera influye en la toma de decisiones?

¿De dónde extrae usted la información financiera para el proceso de toma de decisiones?

¿Considera usted experiencias u opiniones de otras personas para el proceso de toma de decisiones?

¿Analiza usted los beneficios de la generación de las alternativas previo al proceso para la toma de decisiones?

¿Realiza usted de manera oportuna una evaluación posterior de las acciones tomadas en su negocio?

¿Cree usted que a través de un análisis financiero puede mejorar su actividad comercial?

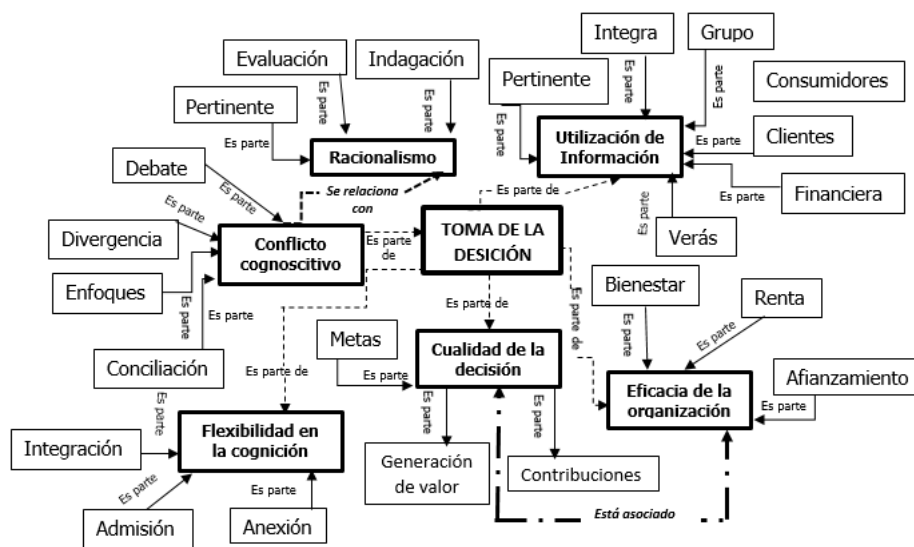
Resultados

El análisis de la información recopilada se realizó siguiendo las seis fases del análisis de datos:

1. Reproducción literal de las respuestas proporcionadas por los comerciantes.
2. Descripción de las unidades

- Como resultado de este proceso, se elaboró un sistema de clasificación o red semántica que refleja las relaciones existentes entre los temas *Figura 1*.

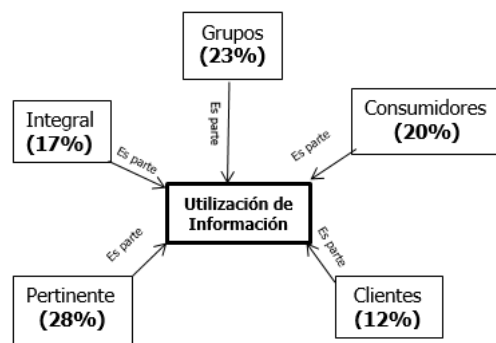
Patrón Semántico de la Correlación entre Variables.



Los resultados se categorizaron y analizaron a través de la estructuración de cuatro esquemas que abordan las variables del estudio:

1. Utilización de la información para el proceso de toma de decisiones
2. Flexibilidad en la cognición y conflicto cognoscitivo
3. Racionalismo
4. Calidad de las decisiones y eficacia de la organización

Los elementos que alinean la variable de utilización de la información son de carácter fiable para el proceso de toma de decisiones *Figura 2*. Las unidades con mayor nivel de influencia relativa comprenden las clases de pertinencia (28%), los grupos (23%) y consumidores (20%), mientras que la categoría integral y clientes refleja una ponderación de 17% y 12% respectivamente.

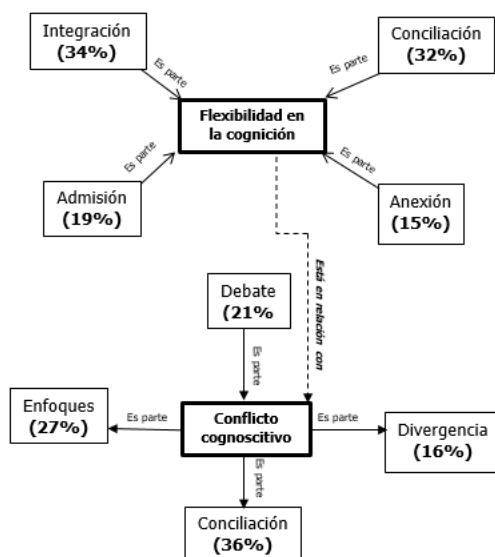
Figura 2*Clasificación de la Información.*

Nota. Elementos que alinean la variable de utilización de la información para el proceso de toma de decisiones.

3.2. Flexibilidad en la cognición y conflicto cognoscitivo

En la constelación de ideas, la categoría de flexibilidad en la cognición se asocia directamente con las acciones de integración (34%), conciliación (32%), admisión (19%) y anexión (15%).

En relación con la disonancia cognitiva, existe un mayor nivel de correspondencia en el proceso de concordancia (36%), seguido por los enfoques (27%), el debate (21%) y la divergencia (16%) *Figura 3*.

Figura 3*Correlación entre la Flexibilidad en la Cognición y Conflicto Cognoscitivo.*

Nota. Constelación de ideas para la categoría de flexibilidad en la cognición en relación con la disonancia cognitiva.

La variable de racionalismo se sustenta de forma directa con la pertinencia de las alternativas (45%), seguida por el proceso de evaluación de las opciones generadas (38%) y la indagación

(17%) en relación con las fuentes de información fiables y disponibles previo al proceso de toma de decisiones *Figura 4*.

Figura 4

Elemento del Racionalismo.



Nota. Variable racionalismo en relación con sus variables previo a la toma de decisiones.

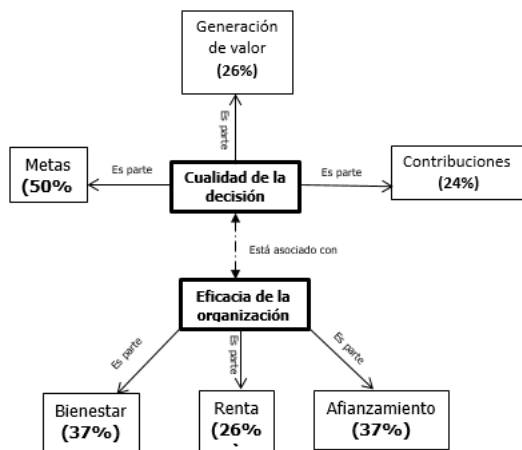
3.3. Calidad de las decisiones y eficacia de la organización

Los comerciantes asignan mayor énfasis para la toma de decisiones a la fijación de metas (50%), seguida por la generación de valor considerando costo-beneficio de las alternativas (26%) y las contribuciones alineadas directamente con los objetivos trazados (24%).

Para alcanzar la eficacia organizacional, los participantes precisan que el proceso de toma de decisiones se sustenta directamente en el bienestar que genera al grupo de interés y el afianzamiento (37% cada uno), mientras que la renta simboliza el 26% *Figura 5*.

Figura 5

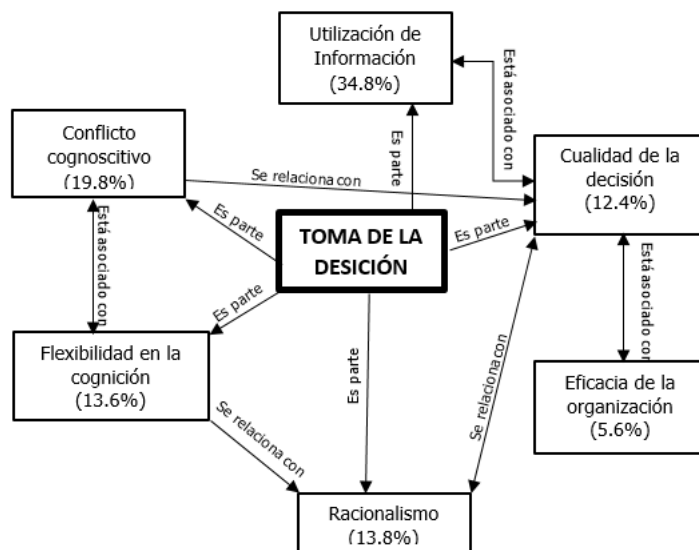
Relación de la Calidad de la Decisión y Eficacia en la Organización.



En síntesis, el proceso de toma de decisiones revela variables con mayor nivel de aceptación en el uso de la información (34.8%), el conflicto cognoscitivo (19.08%), el racionalismo (13.8%) y la flexibilidad cognitiva (13.6%). Las variables con menor ponderación son la calidad de la decisión (12.4%) y la eficacia de la organización (5.6%) *Figura 6*.

Figura 6

Patrón Porcentual Semántico de la Correlación entre Variables para Toma de Decisiones.



Conclusiones

La presente investigación analizó los factores que inciden en el proceso de toma de decisiones que realizan los comerciantes de los centros de acopio de Tungurahua. La información proporcionada por los 90 actores sociales permitió la elaboración de diferentes variables y el establecimiento de su orden jerárquico (Figura 6).

A partir de los hallazgos del estudio, se tipificó que es fundamental la identificación de aquellas condiciones en diversos escenarios donde se toman las decisiones en cada uno de los negociantes de la red de plazas y mercados. Las fuentes informativas disponibles referentes al comportamiento de la demanda deben actualizarse y ser mostradas en un momento oportuno. Estos planteamientos se asemejan a la investigación realizada por Rodríguez Cruz y Pinto (2018), quienes analizaron la utilización de la información de una manera confiable en un tiempo apropiado y real.

En referencia a la flexibilidad de la cognición y el conflicto cognoscitivo, se determinó de forma puntual que estos factores influyeron significativamente en el proceso de toma de decisiones de los negociantes, a través de la elaboración de diversas alternativas que buscan ser funcionales y asertivas en el proceso de vinculación con la exploración de nuevas ideas o hipótesis. Estas actividades centran su finalidad en potencializar la satisfacción individual de los negociantes, así como también de aquellos participantes dentro del proceso referente a la toma de las decisiones. Estos resultados se asemejan a los planteamientos administrativos propuestos por (Nuñez et al., 2023)

La convergencia de los factores relevantes a la toma de decisiones en los comerciantes de la red de plazas y mercados, tales como el uso de la información, el conflicto cognoscitivo, flexibilidad

en la cognición y racionalismo, otorgan una mayor asertividad para el proceso referente a decidir una decisión con calidad e impacto positivo para los negocios. Esto guarda coincidencia con lo postulado por Barrios et al. (2019) y Rodríguez Cruz y Pinto (2018).

El estudio permitió enfatizar que el proceso de toma de decisiones que se realiza con calidad en los negociantes de los centros de acopio de la provincia de Tungurahua contribuye al cumplimiento de los objetivos microempresariales. Asimismo, optimiza el rendimiento del capital invertido para la generación de rentabilidad y utilidades.

Es importante destacar que la calidad en las decisiones constituye una variable que con frecuencia no se considera en investigaciones de orden cualitativo. Dado el grado de su importancia, la presente investigación sugiere el desarrollo de estudios que enfoquen las decisiones de calidad en la eficacia de la organización.

Una limitación del presente estudio es su enfoque exclusivo en la provincia de Tungurahua, lo que podría afectar la generalización de los resultados a otras regiones. Futuras investigaciones podrían ampliar el alcance geográfico para obtener una visión más completa del fenómeno a nivel nacional.

Además, sería valioso realizar estudios longitudinales que permitan evaluar cómo evolucionan los procesos de toma de decisiones en los comerciantes a lo largo del tiempo, especialmente en respuesta a cambios en el entorno económico y tecnológico.

Finalmente, se recomienda implementar capacitaciones para los comerciantes de los centros de acopio, enfocadas en mejorar la calidad de sus decisiones a través del uso adecuado de la información. Además, sería útil incorporar herramientas de análisis económico que permitan evaluar el desempeño financiero de manera objetiva.

Este estudio proporcionó una base sólida para comprender los factores que influyen en la toma de decisiones de los comerciantes en los centros de acopio de Tungurahua y sugiere insights valiosos para fortalecer estas áreas y mejorar la rentabilidad, así como la eficacia organizacional en este sector crucial de la economía local.

Referencias

- Barrios, K., Contreras, J., y Olivero, E. (2019). La Gestión por Procesos en las Pymes de Barranquilla: Factor Diferenciador de la Competitividad Organizacional. *Información tecnológica*, 30(2), 103–114. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642019000200103>
- Berisha, G., Shiroka, J., y Krasniqi, B. (2018). Convergent validity of two decision making style measures. *Journal of Dynamic Decision Making*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.11588/jddm.2018.1.43102>
- Dyer, J. y Smith, J. (2021). Innovations in the science and practice of decision analysis: The role of management science. *Management Science*, 67(9), 5364–5378. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3652>
- Fernández, S., Martínez, L., y Ngono, R. (2019). Barreras que dificultan la planeación estratégica en las organizaciones. *Tendencias*, 20(1), 254–279. <https://doi.org/10.22267/rtend.192001.108>
- Ganga, F., Duran, I., y Rodriguez, E. (2018). Rationality, as a focal point of strategic decisions: A conceptual theoretical approach. *Espacios*, 39(26), 12. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n26/18392605.html>
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R., y Verdugo, D. (2019). gerencia estratégica: Herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 50–76. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99357718032>
- Hernández, C. y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75–79. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/419/4191907012/>
- Lazzati, S. (2018). *Gestión Estratégica: En los distintos niveles de la organización*. Ediciones Granica.
- Marchisotti, G., De Domingos, M., y Almeida, R. (2018). Decision-making at the first management level: The interference of the organizational culture. *Revista de Administracao Mackenzie*, 19(3), 1–26. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMR180106>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). Resumen Ejecutivo de los Diagnósticos Territoriales del Sector Agrario. *World Employment and Social Outlook*, 2020(1), 142. <https://doi.org/10.1002/wow3.164>
- Morandín, F. (2020). El valor de los dilemas morales para la teoría de las decisiones. *Praxis Filosófica*, 1(50), 187–206. <https://doi.org/10.25100/pfilosofica.v0i50.8725>
- Núñez, L., Alfaro, J., Aguado, A., y González, E. (2023). Strategic Decision Making in Business: Innovation and Competitiveness. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 628–641. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>

- Palacios, M. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), e2756. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-49322020000200006
- Pérez, M. (2019). Hermenéutica de la Flexibilidad Cognitiva de las Decisiones Estratégicas Empresariales desde la Transcomplejidad. *Revista Científica*, 4(11), 138–155. <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2019.4.11.7.138-155>
- Poutanen, M., Tomperi, T., Kuusela, H., Kaleva, V., y Tervasmäki, T. (2022). From democracy to managerialism: foundation universities as the embodiment of Finnish university policies. *Journal of Education Policy*, 37(3), 419–442. <https://doi.org/10.1080/02680939.2020.1846080>
- Remache, M., Villacis, S., y Guayta, N. (2018). La responsabilidad social empresarial vista desde un enfoque teórico. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 550–568. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6313247>
- Rodríguez Mendoza, R. y Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 5–1(5), 191–200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Rodríguez Cruz, Y. y Pinto, M. (2018). Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información. *Transinformacao*, 30(1), 51–64. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000100005>
- Shuroog, A. y Mashitah, M. (2021). Strategic Planning and Public Sector Effectiveness in Jordan: A Conceptual Approach. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(10), 5319–5331. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5335>
- Varela, N., Oquendo, H., Romero, P., y Zúñiga, L. (2019). Integrated Risk Management for Decision-Making Due to Droughts in Cuba. *Retos de la Dirección*, 13(1), 48–68. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552019000100048&script=sci_arttext

Copyright (2025) © Diego Gustavo Toapanta Cunalata



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

La empleabilidad y las ventas de las empresas en el Ecuador

Employability and sales of companies in Ecuador

Fecha de recepción: 2024-09-04 • Fecha de aceptación: 2025-01-30 • Fecha de publicación: 2025-06-10

Jorge Oswaldo Tamayo Viera¹

Tecnológico Superior Universitario España, Ecuador

jorge.tamayo@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2554-8684>

Vicente Leonardo Pérez Yauli²

Estudio Jurídico Acosta & Asociados, Ecuador

p.leonardo94@yahoo.es

<https://orcid.org/0000-0003-1937-7820>

Ibeth Aracelly Molina Arcos³

Tecnológico Superior Universitario España, Ecuador

ibetha.molinaa@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9650-1317>

Edison Manuel Arroba Freire⁴

Tecnológico Superior Universitario España, Ecuador

edison.arroba@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-7196-0784>

RESUMEN

Este estudio investigativo analizó la relación entre la generación de empleo y las ventas empresariales en Ecuador, empleando un enfoque cualitativo-cuantitativo, descriptivo y bibliográfico. A partir de una revisión exhaustiva de documentos e informes, los resultados se representaron mediante tablas y gráficos estadísticos. El análisis examinó la participación de diferentes tipos de empresas (micro, pequeñas, medianas y grandes) en la producción, desarrollo económico, generación de oportunidades laborales, y contribución a los ingresos empresariales. También se evaluó el empleo registrado en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) por rangos de edad, identificando el grupo ocupacional más representativo en 2023. La grande empresa es la mayor fuente de empleo, debido a su posición que ocupa en la estructura operativa, capacidades administrativas y económicas, logrando una presencia importante en varios sectores estratégicos, mientras que las microempresas representaron la mayoría de las unidades económicas (95,79%). Sin embargo, estas últimas aportan menos en términos de ventas y empleo registrado. La reactivación empresarial en los sectores productivos como el comercio y los servicios, el aumento en la formalización de empresas, las exportaciones, influyen en el aumento del salario básico unificado y la recuperación de la economía del país.

PALABRAS CLAVE: Ecuador, empleo, microempresa, pequeña empresa, ventas

ABSTRACT

This investigative study analyzes the relationship between employment generation and business sales in Ecuador, using a qualitative-quantitative, descriptive and bibliographic approach. Based on an exhaustive review of documents and reports, the results are represented using statistical tables and graphs. The analysis examines the participation of different types of companies (micro, small, medium and large) in production, economic development, generation of job opportunities, and contribution to business income. Employment registered in the Ecuadorian Institute of Social Security (IESS) is also evaluated by age ranges, identifying the most representative occupational group in 2023. Large companies are the largest source of employment, due to their position in the operational structure, administrative and economic capabilities, achieving an important presence in several strategic sectors, while microenterprises represent the majority of economic units (95.79 %). However, the latter contribute less in terms of sales and registered employment. The business reactivation in productive sectors such as commerce and services, the increase in the formalization of companies, exports, influence the increase in the unified basic salary and the recovery of the country's economy.

KEYWORDS: Ecuador, employment, microenterprise, small business, sales

Introducción

El origen de la empresa se remonta a épocas inmemorables del ser humano, en un primer instante, en la época primitiva los primeros pobladores se agrupaban y organizaban para desarrollar tareas de caza, pesca y recolección. La historia advierte, además, de otro tipo de organizaciones, en las que fue necesaria la participación de todos los integrantes del núcleo familiar, asimismo de quienes conformaban los llamados clanes, tribus y ayllus, agrupaciones propias de los primeros pueblos aborígenes, con mayor trascendencia en el periodo de la colonia.

Los pueblos originarios siempre han conservado su propia lengua, cultura, sistemas de gobierno, administración de justicia y desarrollo económico; han concebido y establecido sus propias formas y estructuras de representación y organización, a fin de lograr su desarrollo económico, social y político (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2021, p. 21).

El advenimiento de la Revolución Industrial entre 1760 – 1840, marcó una antes y un después en la historia de la humanidad y de la empresa, se introdujeron cambios importantes en todos los ámbitos del quehacer de la sociedad, en particular en los sistemas de producción, en las relaciones económicas y sociales. El trabajo que se desarrollaba de forma manual, fue sustituido por la tecnificación o industrialización, lo cual, conllevó la introducción de innovaciones tecnológicas y científicas a nivel mundial.

La Revolución Industrial originó numerosas transformaciones en la sociedad, los avances más notorios se produjeron en los métodos de producción, de trabajo, en el comercio, en los esquemas político, económico y social; primordialmente en los adelantos tecnológicos, caracterizados por su innovación, marcando una nueva dirección para la sociedad (Arboleda et al., 2020, p. 49).

En este orden de ideas, las personas han buscado oportunidades para generar recursos, bienes y servicios para sí y para la sociedad, manifestándose la idea de negocio por consiguiente de empresa, la cual, es instituida para la satisfacción de necesidades de distinta naturaleza dentro de la cotidianidad del ser humano. Además, de productora de fuentes de trabajo, de ingresos, importaciones y exportaciones; en sí, generadora de riqueza.

Conforme a lo anterior, las nuevas empresas deben invertir en innovación e introducir en sus procesos tecnologías y tecnificación; empero, cuando aquello no ocurre es necesario que cuente con un mayor número de empleados, fomentando la contratación laboral con el objeto de mejorar sus procesos de producción (Del Pozo y Fernández, 2021, p. 227).

A propósito de empresas nuevas, la empresa familiar originada en el emprendimiento es concebida como una organización en la que participan los integrantes de una misma o de distintas familias, tanto en la administración como en los procesos de producción, a fin de satisfacer ciertas necesidades de la población, a través de bienes y servicios, como también, de generar empleo e ingresos para sí y sus miembros.

En efecto, las micro, medianas y pequeñas empresas (MIPYMES) constituyen un elemento clave para la generación de empleo, en razón de que la inversión requerida para su establecimiento es

mínima; sin embargo, su contribución para el crecimiento de la economía de un país es importante (Sumba et al., 2022, p. 449).

Establecer una empresa indistintamente sea grande o pequeña, bajo una razón social, y un determinado giro, implica la realización de negocios por tanto la generación de empleo, pero también, la de ingresos económicos para sus propietarios; a través de la oferta y demanda, comúnmente denominada compra - venta; los índices o niveles de ventas dependen en mucho de las estrategias que adopte la institución, pero además, de la calidad de los productos, bienes y servicios que son ofertados.

Los estudiosos de la disciplina administrativa y de la economía señalan que, para que una compañía, marca o persona, cumpla con su objeto y obtenga beneficios, debe implementar correctamente estrategias de venta y tácticas de comercialización, respecto de los productos o servicios que produce u ofrece (Sanguil, 2023, p. 7).

Mucha importancia tiene para una empresa, el nivel de ventas anuales que ésta alcanza, los cuales dependen en buena parte de factores externos e internos. A manera de ejemplo, la obtención de recursos (materia prima, mano de obra) a precios adecuados y cualificados, accesibilidad a créditos con facilidades para obtenerlos y de pago, nivel de preparación (educación) de los propietarios, elementos estos, que influyen positiva o negativamente en su producción y crecimiento.

A pesar de la inflación, considerada como uno de los peores enemigos de la economía ecuatoriana, hay otros factores que impulsan el crecimiento económico de las empresas como las importaciones y exportaciones, que se consideran una fuente importante de ingresos para el país (Ortiz et al., 2024, p. 742).

Desde la perspectiva legal, el fundamento para la creación de unidades económica “empresas” se encuentra previsto en el artículo 283 inciso segundo de la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008), el cual hace énfasis en el sistema económico social y solidario, mismo que está integrado por distintas formas de organización económica, como pública, privada, mixta, popular y solidaria, esta última comprende además los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

- **Empresas públicas.** Constituyen entidades de propiedad del Estado, establecidas como personas jurídicas, con el objeto de proporcionar bienes y servicios, bajo los principios de eficacia y eficiencia administrativa, calidad, transparencia, etc. Entre sus características principales se destacan: patrimonio propio, autonomía presupuestaria, financiera, económica y administrativa, alcance nacional e internacional, gestión de sectores estratégicos (Tristá y Palacios, 2021, p. 231).
- **Empresas privadas.** Son organizaciones de propiedad de particulares, sea estos, accionistas o socios; constituidas para producir y brindar productos, bienes y servicios a cambio de un precio, lo cual, permite su existencia y la continuidad de su objeto social. Estas empresas constituyen un pilar fundamental para la economía de los países, en particular de los en

vías de desarrollo, dada su influencia en el modelo económico adoptado por los Estados (González et al., 2020, p. 50).

- **Empresas mixtas.** Entendidas como sociedades, cuyo capital proviene tanto del sector público cuanto, del privado, su objeto se centra en la prestación de bienes y servicios públicos; independientemente del monto de la inversión, es el Estado quien mantiene su control. Constituyen una forma de cooperación entre administraciones, cuya integración tiene por objeto, por un lado, modernizar la infraestructura y los servicios, por otro, delegar la prestación de servicios a terceros con criterios de índole social (Vañó, 2020, p. 20).
- **Empresa popular y solidaria.** Son organizaciones que, en lugar de emprender una competencia aniquiladora entre ellas, por el contrario, desarrolla una cultura y una comunidad colaborativa (Mendoza et al., 2021, p. 17)

Por otro lado, al hablar de empleabilidad la expresión hace alusión al conjunto de habilidades, destrezas, conocimientos y capacidades, que una persona posee o ha adquirido en su existencia, y que, lo ponen en aptitud para encontrar, desarrollar, mantener un trabajo. Desde la perspectiva propia del trabajo, el término empleabilidad refiere a las competencias o cualificaciones previas o adquiridas para desempeñar una función como trabajador o empleado.

La palabra empleabilidad, así como todo aquello que comprende surgieron en el siglo pasado alrededor de los años ochenta, para dar respuesta a la lentitud del mercado laboral, con el propósito de dar empleo a mucha gente que necesitaba una plaza laboral; sin embargo, no la encontraba (Villa et al., 2021, p. 86).

En Latinoamérica, los índices de empleabilidad han mejorado de acuerdo a los datos de la Organización Internacional de Trabajo (OIT); empero, existen países que no han podido superar las crisis económicas, políticas y sociales, que repercuten en el despegue de sus economías, por tanto, en la generación de oportunidades laborales, apoyo a los emprendimientos, inserción laboral, respeto a los derechos del trabajador.

De ahí que, como lo indica el Banco Mundial (LACER) en 2024, los niveles de empleabilidad en Latinoamérica se recuperaron mayoritariamente del shock que provocó el advenimiento de la pandemia, a pesar que, algunos países debido a la desaceleración mundial y las condiciones externas desfavorables, han restringido la expansión del empleo (Maloney et al., 2024, p. 49).

A nivel de Ecuador, actualmente el mercado laboral tiene que hacer frente a múltiples problemas derivados principalmente de la situación socioeconómica por la que atraviesa. El país profundizó esta problemática la pandemia por COVID 19, que afectó a todos los sectores productivos públicos y privados, con repercusiones en la economía y consecuentemente en la estabilidad laboral de quienes cuentan o lo hacían con una plaza de trabajo.

De acuerdo a los datos proporcionados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la crisis sanitaria influyó negativamente en el ámbito laboral, en Ecuador la tasa de desocupación alcanzó el 8,2% en 2020. Uno de los

sectores más afectados fue la población joven, donde la desocupación llegó al 17,9% entre el primer y tercer trimestre del 2020 (Alcázar et al., 2023, p. 46).

No obstante, la empleabilidad en el Ecuador ha experimentado transformaciones como la incorporación de mujeres en puestos laborales, generalmente ocupados por hombres. Además, la expedición de políticas públicas que hagan efectivas estas transformaciones, en un intento por terminar con la discriminación no solo de género, sino además la relacionada con la edad y habilidades; a través de la incorporación al ámbito laboral de los denominados grupos de atención prioritaria, amparados por la Constitución de la República.

En este orden, es necesario que se formulen políticas macroeconómicas que tiendan a generar mayor crecimiento, la generación de empleo y protección social, a través del incremento de las inversiones, la producción y la demanda agregada. Además, que dichas políticas combatan prácticas discriminatorias que se generen y sean contrarias a la contratación de jóvenes, mujeres, personas con discapacidad y adultos mayores (Ministerio del Trabajo, 2021, p. 8).

Desde una perspectiva legal, el derecho al trabajo en Ecuador se encuentra garantizado dentro del ordenamiento jurídico constitucional e infra constitucional. En su orden Constitución de la República y Código del Trabajo, normativos que en su redacción prevén una serie de principios, derechos y garantías a ser observadas y aplicadas, como el indubio pro trabajador, la irrenunciabilidad de los derechos del trabajador, a igual trabajo corresponde igual remuneración. De ahí, el reconocimiento del derecho al trabajo como derecho fundamental, es decir, es inherente a la persona por el solo hecho de serla.

El derecho al trabajo es un derecho humano fundamental por estar ligado a la dignidad, la libertad y la igualdad de las personas. Según la doctrina el trabajo constituye componente esencial de la vida humana, por el cual las personas tienen derecho a participar en la vida económica y a disfrutar de condiciones laborales justas y equitativas (González, 2023).

Tomando como punto de partida el artículo 35 de la Constitución de la República y la necesidad de subsistencia, la sociedad y sus integrantes como parte de la población económicamente activa (PEA) han desarrollado diversas actividades laborales o empresariales de forma individual, colectiva o asociativa, encaminadas tanto a la satisfacción de necesidades como a la generación de recursos económicos y oportunidades de empleo.

Sin embargo, en los últimos años los niveles de empleo adecuado se han reducido. De ahí que la informalidad y el desempleo han aumentado, este fenómeno explica el incremento de la crisis social, económica, de seguridad y las tasas de emigración que afectan al país (Moscoso, 2023, p. 1).

Metodología

Los enfoques utilizados en el desarrollo de la investigación fueron cualitativo, en cuanto fue posible la recopilación de documentos relacionados al tema de investigación, contenidos en distintas plataformas como Google Académico, SciELO, Dialnet y repositorios de instituciones de

Educación Superior, a fin de comprender conceptos, clasificaciones y experiencias. Por otro lado, se aplicó el método cuantitativo relacionado con los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) y del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), a través de los cuales fue posible abordar el tema de estudio, permitiendo su interpretación y comprensión desde la perspectiva estadística.

Se aplicó además el análisis longitudinal, con el propósito de observar los cambios, avances o regresiones relativos a la investigación, conforme a los datos de los años 2019 al 2023, para establecer indicadores como: número de empresas, ventas generadas y empleo registrado. La investigación consideró el total de 1.246.162 empresas definidos en el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, unidades empresariales por sector económico y actividad económica, registros de afiliaciones, que corresponde al universo de estudio por tamaño: microempresa, pequeña empresa, mediana empresa y la grande empresa. Sin embargo, este enfoque podría llevar a un sesgo de industria, desde la perspectiva de la empleabilidad y ventas, al pasar por alto ciertas unidades empresariales, sectores y actividades económicas, provenientes de los nuevos emprendimientos o ideas de negocios; dejando espacio abierto para futuras investigaciones.

Resultados

La capacidad de generación de empleos, la presencia en sectores estratégicos, formalización del empleo, inversión y expansión, contratación directa e indirecta, capacidad económica y el alcance operativo, son factores determinantes en el Ecuador, convirtiendo a la gran empresa como la mayor fuente de empleo formal. Las grandes empresas lideran la generación de empleo. Su posición en la estructura operativa y capacidades administrativas y económicas generan un predominio dominante en varios sectores estratégicos. La presencia de las pequeñas y medianas empresas, en un futuro podrían equilibrar esta dinámica promoviendo la descentralización y diversificación del empleo como se observa en la *Tabla 1*.

Tabla 1
Número de Empresas y Empleo Registrado por Tamaño de Empresa.

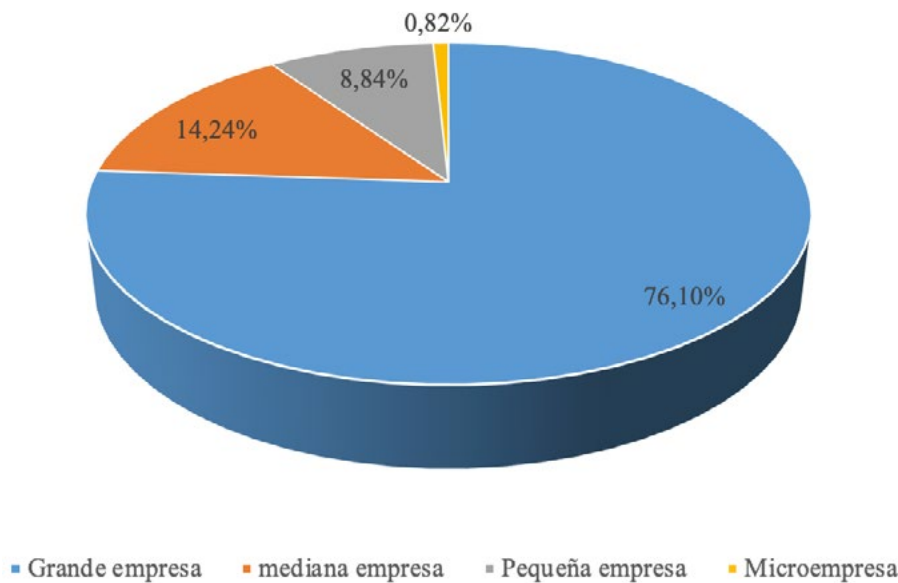
Tamaño de empresa	Volumen de ventas anuales	Personal ocupado	Número de empresas	Empleo registrado
Micro empresa	Menor o igual a 300.000	1 a 9	1.193.731	161.634
Pequeña empresa	De 300.001 a 1´000.000	10 a 49	31.600	186.317
Mediana empresa	De 1´000.001 a 5´000.000	50 a 199	15.667	304.909
Grande empresa	De 5´000.001 en adelante	200 en adelante	5.164	875.658
TOTAL			1.246.162	1.528.518

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)

La recuperación económica del país se debe principalmente a las exportaciones, el consumo interno, la estabilidad monetaria y la actividad de las grandes empresas en sectores clave, mismas que permitieron llegar a ventas totales registradas por las empresas en miles de dólares

de \$211.876.417,56 en el año 2022. La grande empresa tiene un importante aporte del 76,10%, que equivale a 161.2228.670, 96 miles de dólares en ventas nacionales. La mediana empresa representa el segundo volumen de ventas con el 14,24%. La participación de la pequeña empresa es fundamental en la economía del país con el 8,84% de las ventas generadas por el sector empresarial de acuerdo con la *Figura 1*.

Figura 1
Ventas Totales por Tamaño de Empresa en el Ecuador Año 2022.



Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022 (INEC)

Ecuador depende en gran medida de su mercado local. Las ventas totales generadas en las empresas durante el año 2019 se registran en 172.952.249.144 dólares, de los cuales \$150.683.878.352 son ventas nacionales con un consumo interno del 87% y \$22.268.370.792 son exportaciones principalmente de petróleo, camarón, banano y sector florícola fundamentales para el erario nacional del país. Se experimenta una disminución de las ventas de \$146.389.589.371 en el año 2020 como se observa en la *Tabla 2*.

Tabla 2
Ventas Totales en las Empresas por Año Período 2018 – 2022.

Año	Ventas totales	Ventas nacionales	Exportaciones
2018	171.985.529.194	150.591.043.008	21.394.486.186
2019	172.952.249.144	150.683.878.352	22.268.370.792
2020	146.389.589.371	126.269.272.884	20.120.316.487
2021	183.789.532.938	157.127.076.925	26.662.456.013
2022	211.876.417.555	180.127.997.068	31.748.420.487
TOTAL	886.993.318.202	764.799.268.237	122.194.049.965

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)

El desempeño económico del sector empresarial con actividades productivas, registraron ventas totales por 832.580.361.803 dólares. Esta cifra incluye todas las empresas que generan ingresos mediante la venta de bienes y servicios, debido a la participación de los sectores productivos, el aumento en la formalización de empresas, las exportaciones como motor de ingresos, contribución de la grande empresa para operar en gran escala dominando sectores petroleros, comercio y la manufactura, accediendo a mercados internacionales. Se excluye de este segmento las empresas que realizaron actividades de las secciones: Administración pública y defense, enseñanza y actividades de atención a la salud humana de acuerdo a la *Tabla 3*.

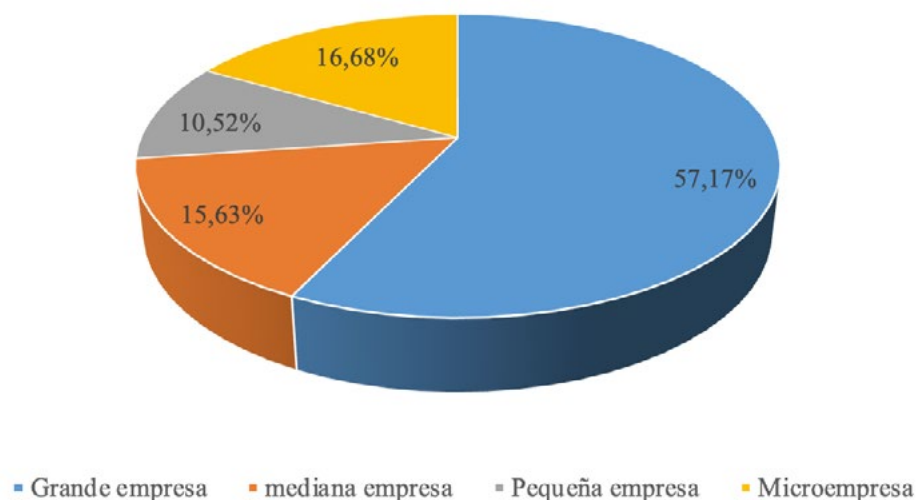
Tabla 3

Ventas Totales en las Empresas con Actividades Productivas .

Año	Ventas totales	Ventas nacionales	Exportaciones
2018	161.935.933.821	140.979.157.521	20.956.776.300
2019	162.455.463.359	140.670.570.114	21.784.893.245
2020	137.416.471.217	117.763.999.882	19.652.471.335
2021	172.329.127.938	145.914.141.879	26.414.986.059
2022	198.443.365.468	166.917.826.234	31.525.539.234
TOTAL	832.580.361.803	712.245.695.630	120.334.666.173

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)

El crecimiento significativo de las plantillas laborales por parte de las empresas ecuatorianas, se debe fundamentalmente por el empleo formal, el aumento del salario básico unificado y la recuperación económica. Las unidades económicas se motivan al cumplimiento y obligatoriedad de afiliar a sus empleados al sistema de seguridad social y reporte de los salarios, generando impactos positivos en la economía del país. La suma total de remuneraciones que las empresas registraron en el IESS es de \$28.378.974.425 en el año 2023 de acuerdo con la *Figura 2*.

Figura 2*Masa Salarial por Tamaño de Empresa en el Ecuador Año 2023.**Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)*

La provincia de Pichincha cuenta con una serie de factores positivos para el desarrollo empresarial en el país, debido a su posición estratégica privilegiada como capital política y económica, su infraestructura altamente desarrollada, la concentración de talento humano disponible y su diversificación económica, lo cual resulta atrayente a las inversiones con la generación de empleos en diferentes sectores. Pichincha concentra 336.760 empresas, siendo la provincia que registra la mayor cantidad de empresas con el 27,02% del total en el Ecuador, clave para el desarrollo económico de la nación como se ve en la *Tabla 4*.

Tabla 4*Número de Empresas y Empleo Registrado por Provincia.*

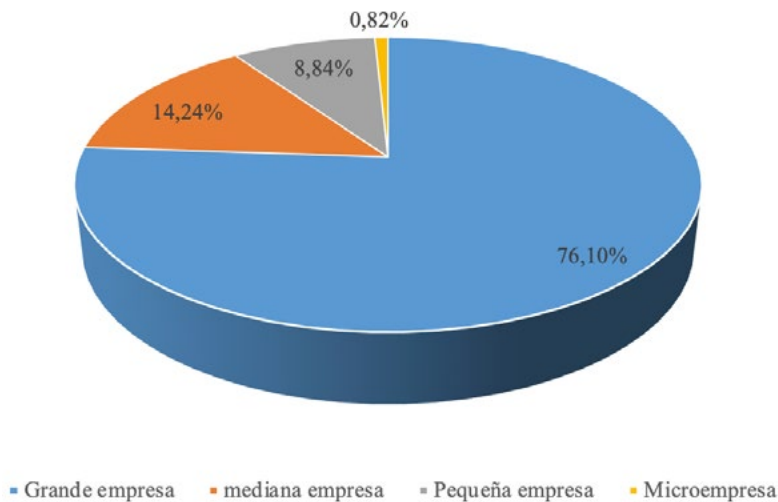
Provincia	Nro. Empresas	Porcentaje empresas	Empleo registrado	Porcentaje empleo registrado
Pichincha	336.760	27,02%	967.395	33,33%
Guayas	265.657	21,32%	838.432	28,89%
Manabí	89.118	7,15%	158.416	5,46%
Azuay	77.071	6,18%	174.282	6,01%
El Oro	55.196	4,43%	111.331	3,84%
Tungurahua	55.270	4,44%	81.986	2,82%
Imbabura	38.503	3,09%	61.236	2,11%
Chimborazo	34.754	2,79%	49.860	1,72%
Loja	38.679	3,10%	59.684	2,06%
Los Ríos	35.533	2,85%	66.301	2,28%
Cotopaxi	29.929	2,40%	52.107	1,80%
Santo Domingo de los Tsáchilas	36.441	2,92%	46.168	1,59%
Esmeraldas	22.835	1,83%	39.133	1,35%
Cañar	16.197	1,30%	27.231	0,94%
Bolívar	11.766	0,94%	14.991	0,52%
Santa Elena	15.587	1,25%	27.663	0,95%
Carchi	11.409	0,92%	16.784	0,58%
Sucumbíos	16.046	1,29%	20.142	0,69%
Orellana	12.102	0,97%	18.663	0,64%
Morona Santiago	12.692	1,02%	16.931	0,58%
Zamora Chinchipe	10.647	0,85%	19.588	0,67%
Napo	9.192	0,74%	13.543	0,47%
Pastaza	8.999	0,72%	11.950	0,41%
Galápagos	5.776	0,46%	8.417	0,29%
Zona No Delimitada	3	0,00%	53	0,00%
TOTAL	1.246.162	100,00%	2.902.286	100,00%

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)

En la economía ecuatoriana el sector servicios es el más dinámico y versátil disponiendo de múltiples actividades productivas que son básicas y fundamentales para los ciudadanos como para el gremio empresarial. Factores tales como la diversidad en las actividades comerciales, la capacidad de adaptarse a las necesidades del mercado y generación de empleos en el comercio, sector turístico, transporte, áreas tecnológicas. Constituye el mayor grupo empresarial con el 49,13% de participación total en el país, generando 1.599.045 empleos. El sector comercial

mantiene una alta representatividad con 447.256 empresas y 530.988 puestos de trabajo de acuerdo con la *Figura 3*.

Figura 3
Empresas y Empleo Registrado por Sector Económico en el Ecuador Año 2023.



Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)

El crecimiento económico, la recuperación en el empleo formal, la responsabilidad del empresario en el cumplimiento de las obligaciones laborales, ha contribuido a que la masa salarial total registrada en las empresas por sector económico: comercio, industria, construcción y servicios lleguen a \$28.378.974.425 en el año 2023 y refleja los pagos satisfactorios de los sueldos a los trabajadores, constituyendo y fomentando indicadores positivos que contribuyen en la dinámica laboral en el aporte al sistema de seguridad social de acuerdo con la *Tabla 5*.

Tabla 5
Masa Salarial por Sector Económico en el Ecuador Año 2023.

Sector económico	Masa salarial	Total
Servicios	\$17.202.109.871	60,62%
Comercio	\$ 4.643.805.114	16,36%
Industrias manufactureras	\$ 3.501.832.347	12,34%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	\$ 1.642.206.556	5,79%
Construcción	\$ 735.140.716	2,59%
Explotación de minas y canteras	\$ 653.879.822	2,30%
TOTAL	\$ 28.378.974.425	100,00%

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC).

El volumen de ventas total de las actividades económicas registradas en el Ecuador fue de 211.876.417.555 dólares en el año 2022. Las ventas de bienes y servicios, el crecimiento

económico postpandemia, las exportaciones e ingresos provenientes del petróleo, la reactivación del comercio al por mayor y al por menor, manufactura, construcción, sector financiero permitieron aumentos en la economía de las empresas y de los negocios formales, aportando favorablemente en las ventas. De igual manera, se destaca la recuperación en el consumo interno y externo, el aumento de las remesas y la inversión extranjera en el fortalecimiento y en la dinámica económica desplegada en todo el país (ver *Tabla 6*).

Tabla 6

Ventas Totales Registradas por Actividad Económica en el Ecuador Año 2022.

Actividad económica	Ventas Totales	Porcentaje Ventas
Comercio al por mayor y al por menor	76.858.917.751	36,28%
Industrias manufactureras	47.022.636.465	22,19%
Enseñanza	2.318.970.158	1,09%
Administración Pública y defensa	9.427.268	0,00%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	14.304.240.026	6,75%
Actividades servicios administrativos, apoyo	3.314.764.137	1,56%
Actividades de atención de la salud humana	3.534.014.976	1,67%
Actividades profesionales	4.439.735.940	2,10%
Transporte y almacenamiento	9.202.196.449	4,35%
Actividades: alojamiento, servicios de comidas	2.564.883.786	1,22%
Construcción	5.260.034.420	2,48%
Actividades financieras y de seguros	13.415.076.391	6,33%
Otras actividades de servicios	1.046.122.610	0,49%
Información y comunicación	5.032.447.285	2,38 %
Explotación de minas y canteras	16.695.244.064	7,88%
Actividades inmobiliarias	1.873.805.448	0,88%
Distribución de agua, alcantarillado	1.103.141.294	0,52%
Suministros de electricidad, gas, vapor	3.395.099.121	1,60%
Artes, entretenimiento y recreación	485.659.966	0,23%
TOTAL	211.876.417.555	100%

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC).

La importancia de establecer la formalización del empleo a través de la simplificación en los procesos de contratación y en los programas de inclusión laboral. El apoyo en los emprendimientos y formación de microempresas, la generación de políticas públicas y programas de empleo en actividades tecnológicas y digitalización de energías renovables, turismo y gastronomía, reflejan la recuperación en la economía ecuatoriana con políticas laborales, estructuras de mercados adecuadas. La industria manufacturera, la agricultura, ganadería y pesca; y, en general el comercio, se han beneficiado en las contrataciones de mano de obra registradas por actividad económica, de acuerdo a la *Tabla 7*.

Tabla 7*Número de Empresas y Empleos Registrados por Actividad Económica.*

Actividad económica	Número empresas	Empleo registrado	Participación empresarial
Comercio al por mayor y al por menor	447.256	541.341	35,89%
Industrias manufactureras	110.304	356.818	8,85%
Enseñanza	36.685	301.255	2,94%
Administración Pública y defensa	1.988	293.341	0,16%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	39.219	233.940	3,15%
Actividades: servicios administrativos, apoyo	32.896	172.983	2,64%
Actividades de atención de la salud humana	32.290	162.597	2,59%
Actividades profesionales	125.625	149.418	10,08%
Transporte y almacenamiento	76.148	146.543	6,11%
Actividades: alojamiento, servicios de comidas	74.549	108.708	5,98%
Construcción	35.157	94.770	2,82%
Actividades financieras y de seguros	3.635	77.400	0,29%
Otras actividades de servicios	160.994	67.054	12,92%
Información y comunicación	18.182	58.344	1,46%
Explotación de minas y canteras	1.984	37.676	0,16%
Actividades inmobiliarias	30.127	37.345	2,42%
Distribución de agua, alcantarillado	2.506	24.045	0,20%
Suministros de electricidad, gas, vapor	1.107	21.362	0,09%
Artes, entretenimiento y recreación	15.510	17.347	1,24%
TOTAL	1.246.162	2.902.286	100%

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC).

La mejor edad productiva en las empresas, está constituida en el rango de edad 3, comprendido entre las edades de 30 a 44 años. En este rango se concentra la energía y experiencia de la persona, la estabilidad y compromiso por parte del sector empresarial, comprometidos en fomentar las políticas y justas condiciones laborales relacionados con la dinámica laboral acorde al perfil profesional de este grupo poblacional, por considerarse el rango más atractivo en la contratación de personal y presenta la mayor cantidad de empleos registrados en las empresas ecuatorianas con el 45,10% equivalente a 689.317 personas (ver *Tabla 8*).

Tabla 8
Empleos Registrados en las Empresas por Rango de Edad.

Rangos de edad	Edades	Empleo registrado	Total
Rango de edad 1	Entre 15 y 17 años	207	0,01%
Rango de edad 2	Entre 18 y 29 años	485.438	31,76%
Rango de edad 3	Entre 30 y 44 años	689.317	45,10%
Rango de edad 4	Entre 45 y 64 años	337.714	22,09%
Rango de edad 5	Entre 65 y más	15.842	1,04%
TOTAL		1.528.518	100,00%

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC).

La participación activa empresarial en sectores emergentes como la tecnología, economía digital y energías renovables, han contribuido en la formación de nuevas plazas de trabajo. La contribución de la mujer es fundamental en las actividades productivas, caracterizado por aumentar los emprendimientos y la generación de nuevas unidades económicas. Las plazas de empleo registradas en el Ecuador, se han incrementado proporcionalmente año tras año durante el período 2019 al 2023 como se observa en la *Tabla 9*.

Tabla 9
Plazas de Empleo Registrado en las Empresas Período 2019 – 2023.

Año	Plazas de empleo total	Plazas de empleo hombres	Plazas de empleo mujeres
2019	2.914.552	1.740.562	1.173.989
2020	2.714.771	1.617.701	1.097.071
2021	2.699.346	1.612.516	1.086.830
2022	2.816.116	1.678.005	1.138.111
2023	2.902.286	1.722.309	1.179.977
TOTAL	14.047.071	8.371.093	5.675.978

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023 (INEC)

Conclusiones

Las empresas en el Ecuador, principalmente las grandes, son las generadoras de empleo y representan el mayor porcentaje de ventas nacionales, y con una alta expectativa de participación en los mercados internacionales, debido a su importante capacidad instalada y recursos disponibles. Las exportaciones, el consumo interno, la estabilidad monetaria y la actividad de las grandes empresas en sectores clave, contribuyen y dinamizan la economía del país. Las ventas de bienes y servicios, el crecimiento económico postpandemia, las remesas e ingresos provenientes del petróleo, la reactivación del comercio al por mayor y al por menor, manufactura, construcción, sector financiero han permitido aumentar la contratación del mano de obra formal en el Ecuador. Las microempresas son las más numerosas, constituyendo el 95.79% del tejido empresarial,

aunque aportan menos en términos de ventas y empleos registrados. Las pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel crucial en la generación de empleo y desarrollo económico, representando el 35.5% de los puestos de trabajo en América Latina, aunque enfrentan desafíos como acceso limitado a crédito y personal calificado.

Las provincias de Pichincha y Guayas lideran en número de empresas y empleos registrados. Los sectores de servicios y comercio son los más dinámicos en generación de empleos y volumen de ventas, representando más del 60% de la masa salarial total en 2023. El grupo de 30 a 44 años es el más empleado, seguido por el de 18 a 29 años, reflejando una mayor concentración de empleabilidad en edades productivas. Hubo un incremento en las plazas laborales y salarios, con un aumento notable en la participación femenina en 2023.

Estas empresas son clave para el dinamismo económico, pero el predominio numérico de microempresas refleja desafíos estructurales que limitan su competitividad y escalabilidad. Los servicios y el comercio impulsan la economía, pero la concentración de empresas en pocas provincias podría generar desigualdades regionales. A pesar del crecimiento, la participación de jóvenes y mujeres aún puede ser mejorada, especialmente en sectores con menor equidad de género.

Es necesario diseñar estrategias para fortalecer las PYMES, facilitando el acceso a financiamiento, capacitación y tecnologías para incrementar su competitividad. Incentivar sectores con menor representatividad, como agricultura y manufactura, para equilibrar la dinámica económica nacional. Fomentar políticas que promuevan la participación de mujeres y jóvenes en el mercado laboral, fortaleciendo su contribución al crecimiento económico del país.

Referencias

- Alcázar, L., Jaramillo, M., y Távara, F. (2023). *Promoviendo el empleo y la empleabilidad durante el COVID-19 Evaluación de cuatro experiencias en América Latina*. Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE). <https://repositorio.grade.org.pe/bitstream/handle/20.500.12820/725/GRADEAI43.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arboleda, C., Ramos, C., Zuleta, A., y Arboleda, J. (2020). La cuarta revolución industrial y las oportunidades para las empresas. *UNACIENCIA Revista de Estudios e Investigaciones*, 13(24), 48-57. <https://doi.org/https://doi.org/10.35997/runacv13n24a6>
- Asamblea Constituyente del Ecuador (2008). *Constitución de la República*. 20 de octubre de 2008. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2021). *Derecho a la libre determinación de los Pueblos indígenas y Tribales*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. <https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/LibreDeterminacionES.pdf>
- González, J., Guzmán, T., y Gaitán, Y. (2020). Seminario de graduación para optar al título de licenciadas en administración de empresa [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/15433/1/15433.pdf>
- Del Pozo, D., y Fernández, J. (2021). Empleo e inversión en actividades de innovación sin introducción de nuevas tecnologías: un estudio sobre Ecuador. *Estudios de Economía*, 48(2), 219-248. <https://www.scielo.cl/pdf/ede/v48n2/0718-5286-edc-48-2-00219.pdf>
- Gonzalez, P. (28 de Noviembre de 2023). ¿Por qué el derecho al trabajo es un Derecho Humano? *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com/pulse/por-qu%C3%A9-el-derecho-al-trabajo-es-un-humano-pamela-gonzalez-montes-wpxcc/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - I.N.E.C. (2023). Registro estadístico de las empresas en el Ecuador. *INEC*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Maloney, W., Zambrano, A., Vuletin, G., Beylis, G., y Garriga, P. (2024). *Impuestos a la riqueza para la equidad y el crecimiento. Informe Económico América Latina y el Caribe (Octubre)*. Banco Mundial. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2184-4>
- Mendoza, J., Abad, M., y García, L. (2021). La economía popular y solidaria: Un medio para reducir la vulnerabilidad socioeconómica. *Revista Multi-Ensayos*, 7(14), 15-27. <https://camjol.info/index.php/multiensayos/article/view/12002/13912>

- Ministerio del Trabajo (2021). *Estudio de empleabilidad juvenil MDT-DIET-0084-2021*. Ministerio del Trabajo. https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2024/09/8.4.-mdt-diet-084-2021-estudio_empleabilidad_juvenil_vf-signed-signed.pdf
- Moscoso, M. (2023). *Empleo en Ecuador*. Faro investigación y acción colectiva. <https://ecuador-decide.org/wp-content/uploads/2023/10/Diagnostico-Economia-Empleo-en-Ecuador.pdf>
- Ortiz, G., Constantine, J., Martillo, O., y Silva, R. (2024). Las PYMES en el Ecuador y su participación en el PIB. 593 *Digital Publisher CEIT*, 9(2), 736-743. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2273>
- Sanguil, A. (2023). Administración eficiente y eficaz de las organizaciones para la competitividad sostenible local y global. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/19004>
- Sumba, R., Pinargotty, J., y Pillasagua, D. (2022). MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica. *RECIMUNDO*, 6(4), 439–455. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1866/2242>
- Tristá, G. y Palacios, Á. (2021). Particularidades y pertinencia de la empresa estatal o pública. *Retos de la Dirección*, 15(2), 223-246. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v15n2/2306-9155-rdir-15-02-223.pdf>
- Vañó, M. (2020). La colaboración público privada a través de entidades de la economía social. *Noticias de la economía pública, social y cooperativa*, (64), 28-49. https://ciriec.es/wp-content/uploads/2021/02/Revis-ta_64_tema.pdf
- Villa, C., Merino, E., y Vargas, E. (2021). Incidencia del sector societario en la empleabilidad del Ecuador. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 20(1), 83-93. <https://enlace.ueb.edu.ec/index.php/enlaceuniversitario/article/view/188/212>

Copyright (2025) © Jorge Oswaldo Tamayo Viera, Vicente Leonardo Pérez Yauli,
Ibeth Aracelly Molina Arcos, Edison Manuel Arroba Freire



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)



La innovación social en las organizaciones: un estudio de análisis bibliométrico

Social innovation in organizations: a bibliometric analysis study

Fecha de recepción: 2024-11-22 • Fecha de aceptación: 2025-05-13 • Fecha de publicación: 2025-06-10

César Alfredo, López-Lara¹

Universidad de Guadalajara

cesar.lopez3290@alumnos.udg.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1606-9657>

Itzel Alejandra, Lara Manjarrez²

Universidad Autónoma de Sinaloa

itzellara@fca.uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0036-2610>

Jesús Humberto, Lara-Félix³

Universidad Autónoma de Sinaloa

humberto.lara@fca.uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5283-5742>

RESUMEN

Este estudio abordó la importancia de la innovación social en las organizaciones, analizando la innovación no solo como un medio de impulso en las organizaciones, como diferenciador competitivo, sino que también aborda las demandas cambiantes del mercado y promueven la eficiencia en la producción y organización empresarial. El estudio se llevó a cabo por el método de análisis bibliométrico a través de la plataforma Web of Science (WoS) para identificar el nivel de producción bibliográfica sobre innovación social que existe en dicha base de datos. Para ello, se aplicó criterio de exclusión para obtener información detallada, posterior se analizaron los resultados por dos programas Microsoft Excel y VOSviewer; se hizo el análisis de 20,829 documentos, identificando autores, países, instituciones relevantes y artículos más representativos. Los hallazgos obtenidos fueron interesantes, ya que la mayor representación se encontró en Europa y Asia, y solo Estados Unidos es uno de los países con gran nivel de producción académica, mientras que en producción por instituciones académicas fueron en Europa, siendo la Universidad de Londres la que ocupó el primer puesto, entre otros datos que brindaron y enriquecieron dicho estudio, que permitieron conocer la amplitud y pertinencia del tema.

PALABRAS CLAVE: bibliometría, innovación social y organizaciones

ABSTRACT

This study addresses the importance of social innovation in organizations, analyzing innovation not only as a mean of driving organizations and as a competitive differentiator but also addressing the changing market demands and promoting efficiency in production and business organization. This study was conducted using the bibliometric analysis method through the Web of Science (WoS) platform to identify the level of bibliographic production on social innovation available in this database. An exclusion criteria was applied to obtain detailed information. Subsequently, the results were analyzed using two programs, Microsoft Excel and VOSviewer, analyzing 20,829 documents and identifying relevant authors, countries, institutions, and the most representative articles. The findings are interesting, showing that the highest representation is in Europe and Asia, with the United States being one of the countries with a high level of academic production. In terms of production by academic institutions, Europe leads, with the University of London ranking first, among other data that enriches this study and provide insight into the breadth and relevance of the topic.

KEYWORDS: bibliometrics, social innovation and organizations

Introducción

Hoy, más que nunca, las organizaciones están involucradas en una evolución empresarial de manera constante, donde el mercado sufre de cambios tan abruptos, día con día y es pertinente, hasta vital, la implementación de la innovación sobre todo en lo relacionado con el uso de la tecnología. La combinación entre innovar y la tecnología es un factor crucial para que las organizaciones puedan alcanzar a ser sostenibles (Hui et al., 2024). Rowley et al. (2011) mencionaron que la importancia que se le brinda a la innovación en las organizaciones como en los mercados es fundamental, ya que el entorno cada vez es más dinámico; sobre todo, buscando dar respuesta a los deseos y necesidades de los clientes actualmente.

A lo largo del tiempo, la sociedad desarrolla nuevas ideas para llevar a cabo diversos procesos de manera más eficiente y óptima en las organizaciones, así como la implementación de ideas que se han unido para crear nuevas soluciones a los problemas o mejoras en los sistemas, procesos, productos o intentos de solución existentes (Taylor, 2017).

Dicho esto, las organizaciones necesitan poner en práctica más directa ante la innovación, pero siempre con un enfoque sostenibilidad, como mencionan Rojo et al. (2019):

La innovación figura como un mecanismo de bienestar tanto para la empresa como para los individuos que la ponen en funcionamiento y que consumen de ella los nuevos productos y servicios que esta genera. Se resalta el papel que se le da a la innovación como resultado de un proceso de aprendizaje y cómo este proceso requiere de una institucionalización para favorecer la sostenibilidad de la actividad empresarial. La generación de nuevas ideas como un proceso cognitivo que requiere de estímulos y que no se da en el vacío, por el contrario, requiere instituciones que manden señales para su realización y para su protección (p. 19).

Por tanto, la innovación en el mundo empresarial es una respuesta en constante evolución a las necesidades del entorno, con el potencial de generar beneficios tanto para la empresa como para la sociedad en general (Wang et al., 2022). Impulsada por la exploración, la experimentación y el trabajo en equipo. Esta capacidad de transformación no solo busca mejorar la eficiencia operativa, sino también encontrar soluciones innovadoras que aborden problemas complejos de manera disruptiva (Proença y Martins, 2023).

Es por esto, que los procesos de innovación social van más allá de simplemente generar cambios en productos o servicios, también desempeñan un papel fundamental en la reestructuración de la gobernanza democrática (Osarenkhoe y Fjellström, 2024). Además, las acciones llevadas a cabo por las organizaciones en el campo de la innovación social tienen el potencial de transformar no solo el ámbito empresarial, sino también el entorno de la gobernanza y la colaboración entre sectores (Hansen et al., 2021).

Por lo tanto, al combinar la eficiencia empresarial con la responsabilidad social y la innovación social en las organizaciones se convierte en un motor de cambio. Su objetivo no es solo lograr rentabilidad económica, sino también mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir al bienestar general (Paiva et al., 2024). Este enfoque tiene un impacto integral, generando resultados

que van más allá de las métricas financieras tradicionales y logrando un equilibrio entre beneficios económicos y propósito. El dinamismo de la innovación social en las organizaciones ha provocado una transformación fundamental, redefiniendo el papel de las empresas en la sociedad. Este movimiento impulsa una reconfiguración de las relaciones entre empresas, comunidades y gobiernos, fomentando una colaboración activa para abordar los desafíos sociales urgentes (Biea et al., 2024). Al integrar valores éticos y orientarse hacia un impacto positivo, las organizaciones encuentran un nuevo sentido de propósito que impulsa la construcción de un mundo más inclusivo, justo y sostenible. Dicho lo anterior, el propósito del estudio es analizar la evolución sobre la innovación social en diferentes aspectos sociales y científicos, así como enfatizar el progreso que se han tenido en diferentes zonas geográficas, institucionales y artículos más relevantes que permiten generar una conjetura sobre la importancia y relevancia del tema en tiempos actuales, así como identificar lagunas dentro de la ciencia que se presentan en la brecha del conocimiento que permitan brindar un sustento sólido sobre la innovación social en las organizaciones.

1.1. Perspectiva sobre la innovación organizacional

Actualmente, la innovación en las organizaciones se considera un elemento esencial para la supervivencia y el crecimiento sostenible de las empresas. Se ha convertido en un proceso continuo y estratégico que impulsa la diferenciación competitiva, ya sea a través de la introducción de nuevos productos y servicios, la optimización de procesos internos o la adopción de tecnologías emergentes. Esta práctica permite a las empresas adaptarse a un entorno empresarial dinámico, satisfacer las demandas cambiantes de los clientes y mantenerse a la vanguardia en un mercado en constante evolución. La innovación juega un papel fundamental en las empresas, ya que les permite destacar en un mercado competitivo mediante la presentación de nuevos o mejores productos y servicios. Asimismo, respalda la eficiencia tanto en la producción como en la organización al introducir o mejorar los procesos de fabricación y distribución (Medellín, 2013). Los cambios que se generan constantemente en el entorno empresarial hacen que la gestión de las empresas sea más compleja al querer mantener un posicionamiento en el mercado. Así pues, la toma de decisiones debe incluir estrategias alternativas que ayuden a adaptarse a las nuevas condiciones y crear ventajas competitivas (Acosta et al., 2020). Los autores también mencionaron que con el fin de preservar la competitividad en entornos empresariales en constante evolución, es crucial no solo mejorar los productos y procesos existentes, sino también adoptar enfoques innovadores para ingresar y sacar provecho de nuevos mercados y clientes. En otras palabras, para aprovechar al máximo las capacidades innovadoras de una empresa, es crucial que esta abra sus modelos de negocio para buscar activamente ideas externas y permitir que las tecnologías internas, que no se están utilizando, puedan ser compartidas con otras empresas, desbloqueando así su potencial económico oculto (André et al., 2023). Para Canizales (2020) la responsabilidad de la innovación no recae únicamente en un departamento de la empresa, sino que es un proceso que implica a toda la organización, ya que lo óptimo es que esté completamente integrado en la visión estratégica de la empresa.

Es por esto que la innovación es un proceso continuo, impulsa la diferenciación competitiva y sostiene el crecimiento sostenible de las empresas. Además, subraya cómo la capacidad de adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y mantener la eficiencia en la producción y organización son aspectos clave facilitados por la innovación. Sin embargo, la complejidad actual

de la gestión empresarial debido a los cambios constantes y cómo las estrategias alternativas se vuelven esenciales para mantener una posición competitiva. También enfatizan que la innovación no solo se limita a mejorar productos y procesos existentes, sino que implica la adopción de enfoques novedosos para incursionar en nuevos mercados y aprovechar nuevas oportunidades. Por otro lado, la innovación abarca diversos campos como la economía, la gestión y los cambios en el comportamiento social, lo que la convierte en un proceso interdisciplinario. Este enfoque amplía el concepto de innovación más allá del mero desarrollo y venta de productos o servicios, abarcando también aspectos relacionados con prejuicios humanitarios, sociales e institucionales (Kochetkov, 2023).

Dicho lo anterior, cabe resaltar que la innovación se está integrando a otros extractos donde pretende impulsar de manera significativa a la comunidad, y que las empresas no solo vean por un interés económico, sino algo más allá, enfocándose en las demandas sociales de comunidades vulnerables. La participación de diversas partes interesadas y la necesidad de generar transformación social son aspectos que diferencian la innovación social de otras formas de innovación. Este tipo de innovación se origina a partir de nuevas ideas sobre individuos, productos, servicios y mercados, y conduce al desarrollo de nuevas estructuras organizativas y prácticas empresariales (De Matos, 2023).

1.2. Innovación social en las organizaciones

La innovación social brinda una solución transformadora para los problemas sociales, donde el valor generado beneficia principalmente a la sociedad en su conjunto; ya que esta forma de innovación se enfoca en abordar las necesidades sociales, a diferencia de la innovación empresarial, que se orienta hacia la satisfacción de las demandas del mercado y los consumidores. Además, existe una estrecha relación entre la innovación y el emprendimiento sociales, ambos comprometidos con la identificación de oportunidades para atender las necesidades y desafíos sociales. La descripción detallada de las características clave de una empresa/negocio social ofrece un entendimiento más profundo de su propósito, ingresos y enfoque hacia el beneficio más allá de la mera generación de riqueza privada. La distinción entre empresa social y negocio social añade una capa adicional al análisis, destacando cómo responden de manera diferente a la presión: mientras que una tiende a priorizar objetivos sociales, la otra tiende a inclinarse más hacia metas comerciales en situaciones de presión (Fahrudi, 2020). Aunque, Moulaert y MacCallum (2019) refieren que la innovación social no se limita solo a resolver problemas; su alcance es más amplio, promoviendo enfoques alternativos de desarrollo basados en la solidaridad. En este contexto, el éxito se vincula con la capacidad transformadora de movilizar grupos sociales más extensos, ampliando así su impacto.

Cabe señalar, que la innovación social se refiere a la creación de nuevas ideas, actividades o servicios que están diseñados para atender necesidades sociales específicas. Esto puede implicar soluciones más efectivas que no solo abordan una necesidad social, sino que también generan capacidades y relaciones nuevas o mejoradas, así como un uso más eficiente de recursos. Además, se relaciona con un proceso de aprendizaje colectivo dirigido a resolver necesidades sociales mediante cambios en las prácticas sociales, lo que puede provocar transformaciones en relaciones, sistemas y estructuras sociales para lograr cambios significativos. Asimismo, se

destaca que la innovación social implica la generación de nuevos productos, procesos, servicios o modelos que tienen un impacto medible y más sostenible o equitativo que las soluciones existentes, distribuyendo el valor generado en la sociedad y empoderando a sus miembros.

Metodología

Este estudio realizó una revisión sistémica de información por medio de la técnica de análisis bibliométrico para la obtención de la información más actualizada que se tenga de “*social innovation*”. Ciertos autores como Safta et al. (2021); Shi et al. (2020) refutan que esta técnica es una herramienta esencial en la investigación cuantitativa porque tiene como objetivo examinar la producción bibliográfica de un campo específico, por lo que esta técnica utiliza métodos estadísticos y matemáticos para analizar la literatura académica, como artículos, libros o conferencias. Dicho lo anterior, ayuda a recopilar datos de fuentes académicas (como archivos profesionales) para luego procesar esta información y obtener datos bibliográficos como recuento de citas, autor, revista y palabras clave. Como lo mencionan los autores anteriores, informan que en la recolección de datos realiza un análisis estadístico, lo que permitió identificar patrones, tendencias y relaciones en la literatura académica. Los resultados son interpretados para determinar tendencias emergentes, áreas de investigación activas, colaboraciones destacadas y la evolución de temas a lo largo del tiempo.

La presente investigación realizó una indagación por medio del estudio bibliométrico por medio de la base de datos WoS, la selección estuvo basada por el nivel de importancia y relevancia que tienen en el campo científico a nivel internacional en las diversas disciplinas, así como su gran número de afiliaciones de revistas científicas, instituciones y documentos. Al momento de la aplicación de esta técnica mencionada anteriormente, se llevó a cabo criterios de exclusión, esto con el objetivo de obtener una información más detallada que permitiera cumplir con las características deseadas del estudio. Al principio de la búsqueda en WoS por medio de la palabra clave *social innovation*, siendo el primer criterio, se optó por la búsqueda en el idioma inglés por el nivel de magnitud que tienen el idioma en el campo científico internacionalmente. Se obtuvieron un total de 221, 112 documentos. Posterior al aplicar el segundo criterio, que es el periodo de tiempo de los documentos que se desean analizar (2019-2023), se obtuvo otro resultado que fue 121,145 documentos. El tercer criterio fue aplicado área de investigación de acuerdo WoS, el cual, se seleccionó *business economics* por cuestiones del mismo interés del estudio, obteniendo un resultado de 20,829 documentos; el periodo de la realización de este análisis se fue del 26 de noviembre hasta el 03 de diciembre de 2023, en un lapso de una semana específicamente.

Con base en lo anterior, al momento de obtener el último resultado los datos se analizaron por medio del programa de Microsoft Excel para el desarrollo de tablas y gráficas representativas a la información. De igual manera, la información se analizó por medio de otro programa llamado VOSviewer que permite analizar y diseñar mapas de concurrencias por autores y palabras clave, el cual determina sobre todo la segunda opción cuáles son las palabras claves con mayor relevancia en las investigaciones analizadas.

En resumen, este estudio bibliométrico se basó en conocer el nivel de representación por medio de una revisión bibliográfica que existe en WoS sobre *social innovation* por medio de ciertos criterios de exclusión mencionados anteriormente (palabra clave, periodo de investigación de los documentos y área disciplinar de investigación), obteniendo un resultado determinante que se analizó por dos programas mencionados en el anterior párrafo (véase la *Figura 1*).

Figura 1

Diagrama de Flujo de Búsqueda y Análisis de Datos.



Resultados

Con respecto al método establecido en el apartado anterior, la búsqueda obtenida por medio de los criterios de exclusión dio partida a la adquisición de información valiosa, logrando un resultado de 20,829 documentos, los cuales fueron artículos, documentos de fácil acceso, artículos en revisión, capítulos de libro, material editorial, documentos en proceso, reseña de libros, libros, correcciones, reimpresiones y cartas, esta información puede verse más específica y amplia en la *Tabla 1*.

Tabla 1

Tipos de DocumentosOobtenidos por WoS en el Periodo de 2019-2023 de Innovación Social.

Tipos de documentos	Recuento de registro	Porcentaje
Article	19,899	95.535%
Early Access	2,098	10.072%
Review Article	652	3.130%
Book Chapters	555	2.665%
Editorial Material	205	0.984%
Proceeding Paper	84	0.403%
Book Review	31	0.149%
Book	22	0.106%
Correction	15	0.072%
Reprint	3	0.014%
Letter	2	0.010%

Por otro lado, los autores más representativos que han realizado investigaciones sobre *social innovation* se han destacado por su creación de conocimiento en diversas revistas científicas, así como su nivel de productividad y referencia que tienen en el campo, pero sobre todo en la relevancia por el número de registros que se presentan en WoS (Tabla 2), el cual Wang, Y. presenta 83 documentos, siendo el autor con mayor relevancia por registro, de ahí le sigue Liu con 72 documentos y en tercer lugar Zhang con 63 documentos.

Tabla 2

Principales Autores que Hablan sobre Innovación Social.

Autores	Recuento de registro
Wang Y	83
Liu Y	72
Zhang Y	63
Li Y	61
Wang L	60
Li J	54
Zhang J	51
Li X	46
Kraus S	44
Chen J	43

En cuanto a los países con mayor relevancia en número de publicaciones actuales en cuestión de *social innovation*, se presenta en la base de datos de WoS los continentes de América, Asia y Europa. El primero en el ranking es la República Popular de China con 5,718 documentos,

posterior está Inglaterra con 4,107 documentos, y en tercer lugar está Estados Unidos con 3,066 documentos (véase en la *Tabla 3*).

Tabla 3

Países más Relevantes que Publican sobre Innovación Social.

Países	Recuento de registro
China	5,718
England	4,107
Usa	3,066
Italy	1,442
Spain	1,432
Germany	1,186
Australia	1,107
France	1,099
Canadá	873
Netherlands	871

A continuación, se analizaron las Instituciones de Educación Superior (IES) con mayor relevancia sobre el número de publicaciones que han realizado sobre *social innovation*. La Universidad de Londres obtuvo el primer puesto con 999 documentos publicados del tema, siguiendo la Escuela de Londres de Ciencia Política Económica con 481, y en tercer puesto el Colegio universitario de Londres con 341 (véase en la *Tabla 4*).

Tabla 4

Número de Publicaciones por Institución de Educación Superior.

Instituciones de Educación Superior	Recuento de registro
University of London	999
London School Economics Political Science	481
University College London	341
University Of Oxford	272
Chinese Academy Of Sciences	221
University Of Manchester	214
University Of Warwick	208
University Of Cambridge	200
Xi An Jiaotong University	189
Central University Of Finance Economics	185

Dando seguimiento al estudio bibliométrico, se analizaron los documentos totales en WoS aplicados los criterios de exclusión, así como otro criterio que es el filtro de artículos con mayor relevancia en esta base de datos, en el que se extrajeron los diez artículos más representativos.

El primero de ellos titulado “What is not social innovation?” por Solis-Navarrete, J.A.; Bucio-Mendoza, S. y Paneque-Gálvez, J. de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). En el segundo puesto, está el artículo nombrado “Social innovation: Integrating product and user innovation” por Fursov, K.; Linton, J. de la ITMO University; y en tercer lugar está “Social innovation-as-practice: establishing a social innovation program at a university” por Svennevik, E.M.C.; Saidi, T. de la University of Oslo (véase en la *Tabla 5*).

Tabla 5
Artículos Más Relevantes en WoS.

No.	Título de artículo	Autor (es)	Año	Institución
1	What is not social innovation	Solis-Navarrete, J.A.; Bucio-Mendoza, S.;	2021	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Universidad Michoacana de San Nicolás de
2	Social innovation: Integrating product and user innovation	Paneque-Gálvez, J. Fursov, K.; Linton, J.	2022	Hidalgo (UMSNH). ITMO University
3	Social innovation-as-practice: establishing a social innovation	Svennevik, E.M.C.; Saidi, T.	2022	University of Oslo
4	program at a university Exploring the relationship between social capital, innovation	Yesil, S.; Dogan, I.F.	2019	University of Kahramanmara
5	capability and innovation Responsible innovation and social innovation: toward an integrative	Bolz, K; De Bruin, A	2019	University of Wuppertal and Massey University
6	research framework The relationship between social innovation and innovation	De Matos, G.P.	2023	Universidade Federal de Santa Catarina
7	ecosystems: an international library review The social dimension of frugal	Khan, R.; Melkas, R.	2020	Haaga-Helia University of Applied Sciences and LUT University
8	innovation Social entrepreneurs as change makers: expanding public service	Hansen, A.V.; Fuglsang, L.; Gallouj, F.; Scupola, A.	2022	Roskilde University and University of Lille
9	networks for social innovation Social movements and free	Jeppesen, L.B.	2021	Copenhagen Business School
10	innovation Understanding social innovation as an innovation process: Applying the innovation journey	Oeji, P.R.A; Van Der Torre, W; Vaas, F; Dhondt, S.	2019	model The Netherlands Organization for Applied Scientific Research and KU Leuven (University of Leuven)

Así pues, con base a los datos obtenidos en WoS se realizó un análisis de los 20,829 documentos en el programa VOSviewer, elaborando un mapa de relaciones sobre las palabras clave más representativas, siendo éstas las diez más principales: *performance, social innovation, innovation, impact, management, entrepreneurship, knowledge, research-and-development, corporate social responsibility, sustainability*. En este caso, performance fue la palabra clave de mayor concurrencia con 218, esto se puede observar en la *Figura 2*.

Mapa de Relación por Palabras Clave en WoS.



Seguindo con esto, la información obtenida determinó una serie de términos clave que emergen con frecuencia en diversos trabajos académicos, entre los cuales resaltaron conceptos fundamentales como rendimiento, innovación social, impacto, gestión, emprendimiento, conocimiento, responsabilidad social corporativa y sostenibilidad. Estos términos delinean áreas clave de interés y enfoque en la investigación sobre la innovación social en las organizaciones.

Así mismo, se pudo observar una preponderancia de estudios provenientes del continente europeo, asiático y de americano, de los cuales los países más relevantes son China, Reino Unido y Estados Unidos, así como las instituciones de educación superior de mayor producción académica son la Universidad Londres y la Escuela de Londres de ciencia Política Económica. De igual manera, se

identificaron los diez artículos con más relevancia por parte de la base de datos de WoS resaltando temáticas y enfoques diversos, abordando desde la conceptualización de la innovación social hasta su implementación práctica en universidades y entornos empresariales. Estas contribuciones reflejan una pluralidad de perspectivas y metodologías empleadas en la investigación sobre el tema en cuestión.

En conclusión, dicha investigación ha proporcionado un panorama más amplio y exhaustivo sobre el campo de la innovación social en las organizaciones. Estos hallazgos ofrecen una base sólida sobre el grado de representación a nivel mundial, los artículos con mayor relevancia, el cual, son pertinentes para la construcción de teorías y la aplicación de metodologías aplicativas, brindando una guía sobre futuras investigaciones, identificando áreas clave de interés, instituciones destacadas y tendencias emergentes. La diversidad de enfoques y la amplia representación geográfica en este ámbito subrayan la importancia global y el dinamismo de la innovación social en el contexto empresarial contemporáneo.

De igual forma, se puede hacer notar como la innovación juega un papel preponderante en las organizaciones, constituido como un elemento clave para cualquier actividad que se realice, por lo que el ámbito empresarial ha sido quien más énfasis ha puesto en su introducción. En este sentido, y siguiendo con lo presentado como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la innovación social representa un aspecto fundamental para el crecimiento y la adaptación de las organizaciones a las nuevas realidades del mundo actual.

Siguiendo con esto, las organizaciones se muestran cada vez más interesadas en generar un beneficio hacia la sociedad, por lo que se encuentran en un interés constante por buscar mejores soluciones ante los problemas que afectan a la sociedad y que influyen de cierta forma con las actividades propias de la empresa. Por tal motivo, la innovación social llega a ser un punto clave para las nuevas demandas de la sociedad, así como las nuevas realidades que atañen dentro del mundo empresarial.

En este sentido, este estudio esclareció la creciente importancia que han adoptado la variable de innovación social en el ámbito empresarial y en las organizaciones, lo cual se infiere que viene por los constantes cambios que se están suscitando a nivel mundial en los que se encuentra la sociedad, lo cual abre una nueva brecha que resulta interesante seguir investigando y generar conocimiento de frontera.

Referencias

- Acosta, V., Vega, B., González, M., y Carmenate, L. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 1–21. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1288>
- André, T., Vidor, G., Borges, G., y Birch, R. (2023). Breeding environments for product innovation virtual organizations. *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(5), 6807–6833. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i5.2082>
- Biea, E., Dinu, E., Bunica, A., Y Jerdea, L. (2024). Recruitment in SMEs: The role of managerial practices, technology and innovation. *European Business Review*, 36(3), 361–391. <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2023-0162>
- Canizales, L. (2020). Elementos clave de innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50–69. <https://doi.org/10.54198/innova06.03>
- De Matos, G. (2023). The relationship between social innovation and innovation ecosystems. An international library review.pdf. *Journal on innovation and sustainability*, 14(3), 32–44. <http://dx.doi.org/10.23925/2179-3565.2023v14i3p32-44>
- Fahrudi, A. (2020). Alleviating poverty through social innovation. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1), 71–78. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.7>
- Hansen, A., Fuglsang, L., Gallouj, F., y Scupola, A. (2021). Social entrepreneurs as change makers: Expanding public service networks for social innovation. *Public Management Review*, 1632–1651. <https://doi.org/10.1080/14719037.2021.1916065>
- Hui, L., Luo, Z., Liu, K., y Swathi, A. (2024). Impact of pollution prevention practices and green environmental practices on sustainable performance: Empirical evidence from Chinese SMEs. *Environmental Research*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2024.118991>
- Kochetkov, D. (2023). Innovation: A state-of-the-art review and typology. *International Journal of Innovation Studies*, 7(4), 263–272. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.05.004>
- Medellín, E. (2013). *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa*. (1ª ed.). Siglo veintiuno.
- Moulaert, F. y MacCallum, D. (2019). *Advanced introduction to social innovation*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Osarenkhoe, A. y Fjellström, D. (2024). A cluster's internationalization as a catalyst for its innovation system's access to global markets. *EuroMed Journal of Business*, 19(2), 229–250. <https://doi.org/10.1108/EMJB-11-2020-0127>

- Paiva, I., Sánchez, M., y Carvalho, L.(2024). CSR information, environmental awareness and CSR diffusion in SMEs of Angola. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 14(3), 489–512. <https://doi.org/10.1108/JAEE-10-2022-0280>
- Proença, M. y Martins, T. (2023). The role of absorptive capacity in the use of digital marketing analytics for effective marketing decisions. *J Market Anal*, 12, 687–700. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00224-8>
- Rojo, M., Padilla, A., y Riojas, R.M. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, 6(1), 9–21. <https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>
- Rowley, J., Baregheh, A., y Sambrook, S. (2011). Towards an innovation-type mapping tool. *Management Decision*, 49(1), 73–86. <https://doi.org/10.1108/00251741111094446>
- Safta, I., Saba, A., y Muntean, N. (2021). Bibliometric Analysis of the Literature on Measuring Techniques for Manipulating Financial Statements. *Risks*, 9(7), 1–16. <https://doi.org/10.3390/risks9070123>
- Shi, Y., Blainey, S., Sun, C., y Jing, P. (2020). A literature review on accessibility using bibliometric analysis techniques. *Journal of Transport Geography*, 87. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2020.102810>
- Taylor, S. (2017). What is innovation? A study of the definitions, academic models and applicability of innovation to an example of social housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 5(11), 128–146. <https://doi.org/10.4236/jss.2017.511010>
- Wang, Y., Tian, Q., Li, X., y Xiao, X. (2022). Different roles, different strokes: How to leverage two types of digital platform capabilities to fuel service innovation. *Journal of Business Research*, 144, 1121–1128. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.038>

Copyright (2025) © César Alfredo López Lara; Itzel Alejandra, Lara Manjarrez;
Jesús Humberto Lara Félix



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)



Manual de procesos como propuesta de mejoramiento institucional en el área de archivo. Sucumbíos Solidario 2023

Processes manual as a proposal for institutional improvement in the archives area. Sucumbíos Solidario 2023

Fecha de recepción: 2024-07-15 • Fecha de aceptación: 2025-04-09 • Fecha de publicación: 2025-06-10

Jorge Luis López Moreno¹

Tecnológico Superior Universitario España, Ecuador

jorge.lopez@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8623-127X>

María Soledad Neira Loayza²

Investigadora Independiente

maria.neira519@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0002-7143-9128>

Ana Belén Córdova Jara³

Investigadora Independiente

acordova7875@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-5267-8591>

RESUMEN

La investigación se basó en la necesidad de contar con un manual de procedimientos para lograr un archivo ordenado y eficiente en la Institución Sucumbíos Solidario. El propósito fue garantizar la eficiencia en la conservación técnica de la documentación generada. Actualmente, el proceso de recepción de documentación se realiza de manera desorganizada. La empresa cuenta con un archivo general que contiene información impresa de cada área, almacenada en cartones. Por ello, todos los departamentos sugieren establecer un manual para que los colaboradores puedan conocer el contenido de la documentación. El objetivo fue desarrollar un Manual de Procedimientos enfocado en el área de archivo, que contenga políticas para optimizar, administrar y garantizar la modernización en la gestión, control y custodia de los documentos ingresados a la Institución. Para el desarrollo del manual, se consideró lo dispuesto en la Ley, el Reglamento y los Instructivos del Sistema Nacional de Archivos del Ecuador. Asimismo, se utilizó toda la información disponible en la entidad y se aprovechó la experiencia del personal para recopilar datos mediante encuestas. Finalmente, el manual está compuesto por cuatro capítulos que describen las actividades realizadas, abarcando desde la recepción y clasificación hasta la conservación y el préstamo de la documentación.

PALABRAS CLAVE: archivos, eficiencia, manual, normativa, procesos, mejora

ABSTRACT

The research is based on the need for a procedural manual to achieve an orderly and efficient archive at the Sucumbíos Solidario Institution. The purpose is to ensure efficiency in the technical preservation of generated documentation. Currently, the process of receiving documentation is conducted in a disorganized manner. The company has a general archive containing printed information from each area, stored in boxes. Therefore, all departments suggest establishing a manual so that employees can understand the content of the documentation. The objective is to develop a Procedural Manual focused on the archive area, which includes policies to optimize, manage, and ensure modernization in the management, control, and custody of documents entering the Institution. For the development of the manual, the provisions of the Law, the Regulations, and the Guidelines of the National Archive System of Ecuador were considered. Additionally, all available information within the entity was used, and the staff's experience was leveraged to collect data through surveys. Finally, the manual consists of four chapters that describe the activities carried out, covering everything from the reception and classification to the conservation and lending of the documentation.

KEYWORDS: files, efficiency, manual, regulations, processes, improvement

Introducción

Sucumbíos Solidario es una Institución de desarrollo de políticas sociales que impulsa planes, programas y proyectos orientados a promover y garantizar los derechos de los grupos humanos de atención prioritaria en el marco de la doctrina de protección integral, con la participación de Instituciones del Estado y demás actores sociales en beneficio de toda la comunidad provincial.

En la actualidad Sucumbíos Solidario cuenta con la Resolución Administrativa No. 018-P-GVO-GADPS-2018, con fecha 11 de diciembre de 2018, mediante la cual se expide el “Instructivo guía de organización básica y gestión del manejo, cuidado, custodia y conservación de los archivos del gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Sucumbíos” Falconí, M. L. (2009), y mediante oficio circular 001 GSG GADPS 2019, se hace la entrega de la copia certificada para que se dé fiel cumplimiento al mismo. El instructivo solo describe las funciones del Área del Archivo Central, por lo que es necesario diseñar un Manual de Procedimientos para el Área de Archivo. Esto permitirá simplificar el trabajo, aprovechando los sistemas actuales que facilitan el proceso archivístico.

El problema radica en la ausencia de un manual que detalle de manera clara los procesos a seguir para la organización y conservación documental, lo que dificulta la localización de la información cuando es solicitada por usuarios internos o externos. El objetivo del diseño del Manual de Procedimientos para el Área de Archivo de la Institución Sucumbíos Solidario 2023 Lago Agrio - Sucumbíos, fue establecer los procesos para la administración, organización gestión, control, custodia y conservación de los documentos generados e ingresados a la Institución.

La Regla Técnica Nacional para la Organización y Mantenimiento de los Archivos Públicos (Agosto, 2019), dispone en su artículo 7: en vigencia Las entidades públicas emitirán la política institucional en materia de gestión documental y archivo, la cual será aprobada por la máxima autoridad institucional y deberá estar alineada con las disposiciones de la presente Regla Técnica relacionada con la organización, gestión, conservación y custodia de los documentos de archivo. Todas las direcciones de la estructura Institucional de Sucumbíos Solidario y sus unidades sujetas darán cumplimiento a las disposiciones de acuerdo con la regla técnica expuesta.

Por otra parte, un adecuado manejo documental y archivístico en la unidad, a través de la descripción de procesos y actividades, brindará un servicio público oportuno, eficaz y eficiente al usuario interno y externo.

Para Fuster (2001), la necesidad de clasificar los conceptos es fundamental y no sólo por razones científicas. Los documentos, los archivos e incluso la misma profesión de archivero han convertido a la Archivística en verdadero pilar de la Democracia y del Estado de Derecho. El orden, la clasificación de los documentos se rige bajo Leyes, Reglamentos, Ordenanzas, mismas que permiten un mejor y ordenado control archivístico.

La materia archivística surge a principios del siglo XIX con el nombre de archivología, nace como una habilidad para organización y conservación del archivo. Antes de que se creara esta ciencia los

archivos en toda institución estaba organizados y servían a un objetivo estas estaban depositadas como una prueba de evidencias escrita.

Para Vivanco (2017), la contabilidad es una ciencia que se encarga de registrar transacciones realizadas por la entidad dentro de un periodo de tiempo con la finalidad de generar información para formar registros financieros óptimos para la toma de decisiones dentro de un ente económico. El ser humano ve la necesidad de controlar los recursos que posee para lo cual crea el control interno como una herramienta de supervisión para examinar la operatividad de una organización. Los controles internos son mentores prácticos dentro de una organización, que siempre han existido, estos ayudan con la operatividad dentro de la organización.

De acuerdo con lo mencionado en el Art. 379, numeral 3 de la Constitución de la República del Ecuador (2008), son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros: Documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos con valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico. Para lograr resultados objetivos en la gestión del sistema de gestión de documentos y los procedimientos de gestión del archivo, debemos hacer un manual de procedimiento..

El propósito de los archivos como gestores documentales es asegurar la ubicación, el uso oportuno y eficiente de la información. Archivos bien organizados y administrados reflejan un enfoque en servir al público y lograr la eficiencia necesaria en la administración de las instituciones públicas. Cabe señalar que toda institución pública o privada debe mantener coherencia con los planes o diseños de retención de registros que reflejen la memoria de las actividades realizadas durante los diferentes períodos administrativos (Bonilla, 2016).

Un manual de procedimientos es una herramienta de apoyo que sistematiza los pasos necesarios para el desempeño de las actividades en un puesto o unidad administrativa específica. También se considera un documento dentro de un sistema de control interno, diseñado para lograr un control detallado, organizado y completo (Benítez et al., 2021). Contiene descripciones, responsabilidades y datos sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos para diversas actividades realizadas en la organización (Millo et al., 2017).

La Historia indica que los primeros documentos eran tablillas de arcilla, pieles, madera o marfil y papiro, los cuales eran usados como herramienta de control de la población y riqueza (Gálvez, 2012). El Archivo General es el responsable de integrar, resguardar, custodiar y conservar la documentación institucional, son los documentos que ya no se encuentran activos o en uso en los diferentes procesos.

De acuerdo con el Instructivo vigente desde el once de diciembre de 2018, Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Sucumbíos (2020), se determina que:

- Archivo Central, es único y podrá contener el archivo, recepción y registro, es el responsable del control del tratamiento documental que se produce en cada unidad administrativa y de recibir la documentación considerada pasiva que le transfieren los archivos de oficina.

- Archivo pasivo, administrador de los documentos transferidos por los Archivos Activos de las diferentes Unidades de la Corporación Provincial, permanente en éste hasta que prescriban sus valores administrativos.
- Archivo Histórico/permanente, administrador de la documentación con valores históricos y culturales, custodio el Patrimonio Documental.

La Categoría de archivos comprende el archivo físico de las Direcciones. Los responsables de estas actividades son responsables de la organización, administración y custodia de los documentos en trámite y de aquellos calificados como activos.

- Archivos de Oficina (Activo), son los documentos generados por las actividades de cada uno de los Procesos y/o subprocesos. La organización y la conservación de la documentación es la función principal, mientras su utilización es constante su permanencia será de un año calendario al que recurre, luego de lo cual se eliminarán en el propio Proceso y/o subproceso, previa evaluación por parte del director del Área en función de la Tabla de Plazos de Conservación Documental. Se exceptúa la documentación con valoración temporal la cual se transferirá al Archivo General, para su custodia y conservación.
- Archivo General (Central), son los documentos que ya no se encuentran activos o en uso en los diversos procesos y que, por la información contenida, son objeto de consulta ocasional.
- Archivo Pasivo, constituye los documentos seleccionados por cada Proceso y/o subproceso, luego de haberse realizado las clasificaciones y evaluaciones. Se volverán a seleccionar los que constituyen documentación permanente o histórica.
- Archivo Histórico (Permanente), administrador de la documentación con valores históricos y culturales, custodio del Patrimonio Documental.

Se retendrá toda la documentación original y seleccionada en las anteriores evaluaciones y constará de los documentos trascendentales por tener valor histórico o institucional para que puedan ser conservados indefinidamente, como ejemplo: publicaciones institucionales, manuales, metodologías, lineamientos, etc.

Archivo Digital se organiza incorporando tecnologías de la información y comunicación de última generación para proteger, administrar y conservar la información generada en la Institución. Para ello, se emplean diversos medios electrónicos, informáticos y ópticos, como la digitalización en diferentes medios magnéticos: discos duros, cintas, etc. (Posligna, 2018).

Metodología

En la investigación se establecieron los procedimientos técnicos y operativos para crear los diferentes expedientes. Se determinó la cantidad de documentos, condiciones físicas, estructura documental, orden y tipo de archivo (alfabético, numérico, cronológico, secuencial). Se involucró a los funcionarios y empleados en la mejora y observancia de sus funciones relacionadas con el manejo de documentos. Además, se realizó la digitalización de la información y se dará de baja la documentación administrativa según la normativa legal vigente.

A partir de la situación actual en el manejo, conservación y organización del archivo, se identificaron las necesidades básicas para implementar un Manual de Procedimientos para el Área de Archivo. De la misma forma, se establecieron los procedimientos técnicos y operativos para crear los diferentes expedientes con el fin de garantizar el control y la gestión eficiente de la documentación. Esto permitió mejorar el acceso a la información, optimizar el tiempo de búsqueda y asegurar la integridad y confidencialidad de los documentos.

Además, se definieron criterios de clasificación y almacenamiento que facilitaron la recuperación de la información, minimizando el riesgo de pérdida o deterioro. La implementación de este manual contribuirá a la estandarización de procesos, asegurando que todos los funcionarios y empleados sigan directrices claras en el manejo documental siendo una base de datos para el registro de la documentación recibida, para que facilite la ubicación y localización de la documentación en custodia y determinar la cantidad de documentos, condiciones físicas, la estructura documental, orden, tipo de archivo (alfabético, numérico, cronológico, secuencial, etc.).

Por otro lado, se efectuó la investigación mediante la observación y exploración del área de archivo y de la documentación existente que se toma como base para efectuar el Manual. De forma paralela, se realizó una encuesta al personal de las secretarías de las diferentes jefaturas y personal del área de archivo con el fin de identificar la realidad actual, la misma que se tabula y se analiza para determinar las principales falencias, la cuales se deben solventar con el manual propuesto.

Para comenzar, toda la información se revisó, clasificó y seleccionó, considerando únicamente lo que sea relevante para la elaboración del Manual. Esto se lleva a cabo mediante una preparación previa con todos los involucrados, con el objetivo de identificar el problema existente y determinar los procesos necesarios para mejorar la situación actual. En este sentido, se tomó en cuenta lo dispuesto en el Instructivo guía de organización básica y gestión del manejo, cuidado, custodia y conservación de los archivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Sucumbíos (2009).

Asimismo, es importante destacar que toda la documentación generada por Sucumbíos Solidario es de carácter técnico y administrativo. En consecuencia, el archivo pasivo, compuesto por documentos jurídicos, administrativos, financieros y de atención social, representa la memoria de las actividades ejecutadas y cumplidas por los funcionarios, funcionarias, servidores y servidoras.

Resultados

Es necesario salvaguardar toda la documentación que se genera por Sucumbíos Solidario ya que constituyen la historia y el patrimonio de la institución. De la misma forma, se debe estandarizar la aplicación de procesos archivísticos desde el ingreso del documento hasta la conservación y resguardo. Es muy importante la organización, conservación y custodia de la documentación como testimonio de la gestión cumplida. La norma de control interno para el sector público, 405-04 (Contraloría General del Estado, 2009), establece que la máxima autoridad de implantar y aplicar políticas y procedimientos de archivo para la conservación y mantenimiento de archivos físicos y magnéticos con base a las disposiciones técnicas y jurídicas vigentes. La Administración Pública

constituye un servicio a la colectividad que se rigen en los principios de legalidad, eficacia, calidad, jerarquía y coordinación, de acuerdo a los artículos 227 de la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008) y artículo 4 del Estado del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva.

En los artículos 1 y 5 de la Ley Orgánica y Transparencia y Acceso a la Información Pública (Congreso Nacional, 2004), establece el derecho de las personas a conocer el contenido de los documentos que reposan en los archivos de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho Público y Privado y en el Artículo 10 dispone que: se debe crear y mantener registros públicos de manera profesional, para que el derecho a la información se pueda ejercer a plenitud, por lo que no se justificará la ausencia de las normas técnicas en el manejo y archivo de la información y documentación para impedir u obstaculizar el ejercicio de acceso a la información pública, pero aún su destrucción, además, advierte que: quienes administre, manejen, archiven o conserven, información pública serán personalmente responsables, solidariamente con la autoridad de la dependencia a la que pertenece dicha información, por las consecuencias administrativas, civiles o penales a que hubiere lugar, por sus acciones u omisiones, en la ocultación, alteración, pérdida y/o desmembración de documentación e información pública.

Con el fin de estandarizar, regular y controlar el archivo y lograr una administración eficiente al servicio de los usuarios de Sucumbíos Solidario, se diseñó el presente manual. Se determinó que el manual de procedimientos es un documento que sirve de apoyo para el personal de una institución para conocer y ejecutar todas las actividades establecidas en el mismo.

Según la Constitución del Ecuador (2008) detalla:

Art. 18 numeral 12 Constitución de la República del Ecuador, Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008).

Según la Disposición general del Reglamento de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública emitida por la Asamblea Constituyente del Ecuador (Congreso Nacional, 2004), el Sistema Nacional de Archivos debe preparar y expedir una herramienta para que las instituciones sometidas a dicha ley cumplan con sus obligaciones relativas a archivos, custodia e información, garantizando su disponibilidad para quienes la necesiten. En este contexto, y con base en la información recopilada durante el proceso de investigación, se presenta el Manual de Procedimientos para el Uso Exclusivo del Área de Archivo de Sucumbíos Solidario, el cual facilita el acceso libre a la información y proporciona directrices claras sobre el uso y manejo adecuado del archivo.

De la misma manera, en el Artículo 10 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Congreso Nacional, 2004), expone que es responsabilidad de las instituciones públicas, personas jurídicas de derecho público, crear y mantener registros públicos de manera profesional, para que el derecho a la información se pueda ejercer a plenitud, por lo que, en ningún

caso se justificará la ausencia de normas técnicas en el manejo, archivo de la información y documentación para impedir u obstaculizar el ejercicio de acceso a la información pública, peor aún su destrucción. Se debe establecer un cronograma de capacitación intensiva para el personal designado al área de archivo.

El área de archivo debe ser atendida en sus necesidades de funcionamiento de forma inmediata, dotando de materiales, útiles y muebles de oficina, suficientes para que no exista retraso o acumulación desordenada de la documentación.

En 2015, la Dirección General de Registro Civil publicó normas para administrar eficientemente la documentación actual y futura en todas las instituciones del sector público y privado con participación estatal. El objetivo de estas normas es asegurar la correcta gestión, organización, y preservación de los documentos, facilitando el acceso y la transparencia en los procesos administrativos. Además, buscan mejorar la interoperabilidad entre diferentes organismos, optimizando así la eficiencia en el manejo de la información y garantizando el cumplimiento de las regulaciones legales y administrativas.

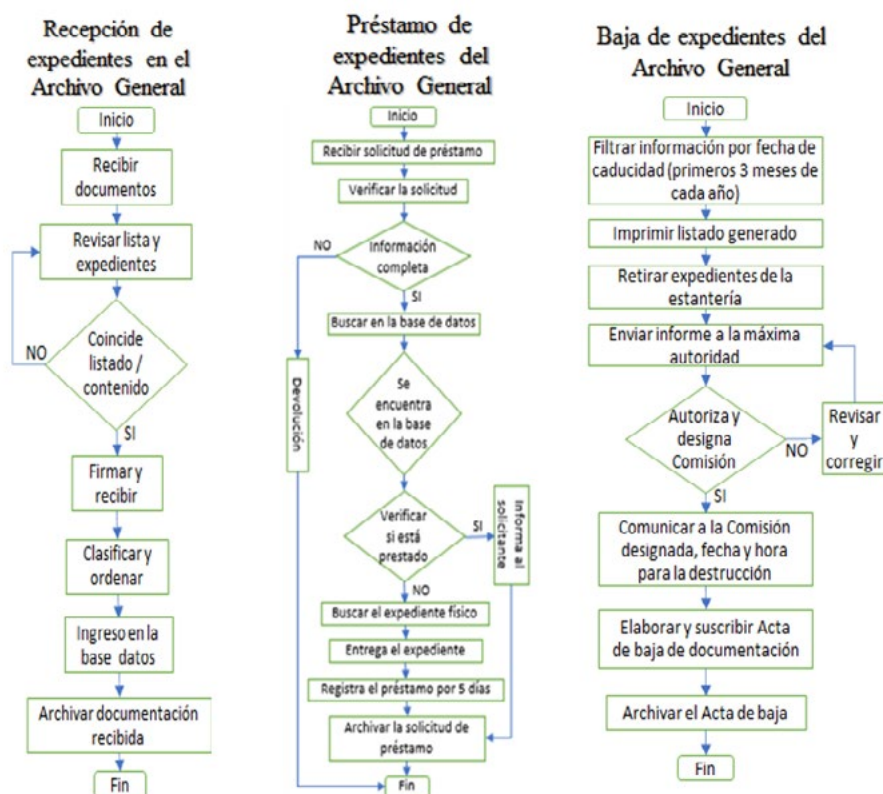
La Contraloría General del Estado (2009) mencionó que:

En lo que respecta a la documentación de respaldo y su archivo, se establece que la máxima autoridad deberá implantar y aplicar políticas y procedimientos de archivo para la conservación y mantenimiento de archivos físicos y magnéticos, siguiendo las disposiciones técnicas y jurídicas vigentes. En este sentido, la digitalización y el registro electrónico de la información resultan indispensables para garantizar su adecuada gestión y acceso.

Asimismo, de acuerdo con la Resolución Administrativa No. 018-P-GVO-GADPS-2018, con fecha 11 de diciembre de 2018, Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Sucumbíos. (2009), se recomienda el cumplimiento de la disposición transitoria primera, la cual establece la necesidad de “realizar las reformas al Estatuto Orgánico Funcional por Procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Sucumbíos”, asegurando así la actualización y mejora continua en la gestión documental.

Figura 1

Esquema de la Propuesta.



3.1. Desarrollo del Esquema Gráfico de la Propuesta

Como se observa en la *Figura 1*, la propuesta está dividida en:

- Recepción de expedientes
- Revisión y verificación de expedientes
- Registro de expedientes
- Clasificación de expedientes
- Ubicación de expedientes en el área física de Archivo
- Elaborar la Tabla de Plazos de Conservación Documental (TPCD)
- Participar de forma activa en las mejoras
- Digitalización de la información física.
- Atender las solicitudes de información (préstamo)
- Capacitar y capacitarse en lo que corresponde al archivo.

Control y despacho de los documentos: el Archivo Central es el responsable del despacho de los documentos de la Institución con la máxima agilidad, siendo el único autorizado para distribuir a nivel nacional o internacional la correspondencia de salida de las diferentes unidades administrativas, que le será entregada directamente por la secretaria de la Unidad de Trámite. Todo documento que se envíe a través de algún medio electrónico, que no garantice la durabilidad de la información, será remitido el original inmediatamente a su destinatario.

La Unidad de Archivo Central, establecerá un registro de salida de correspondencia, debiendo utilizar un formato. En el caso de entrega de correspondencia a través de empresas intermediarias de encomiendas nacionales e internacionales, se utilizará el mismo registro, indicando los datos de: transporte utilizado y nombre de la empresa, fecha y número de guía de envío.

De la Retroalimentación de la información: El Archivo Central ejerce la función de información al usuario siendo responsable de actualizar la salida de la gestión documental con la entrada a través del retorno del formato en el archivo respectivo.

Archivo Central: Este archivo es único y podrá contener el archivo, recepción y registro, es el responsable del control del tratamiento documental que se produce en cada Unidad Administrativa y de recibir la documentación considerada pasiva que le transfieren los archivos de oficina.

Archivo Pasivo: Administrador de los documentos transferidos por los Archivos Activos de las diferentes unidades de Sucumbíos Solidario, permanente en éste hasta que prescriban sus valores administrativos.

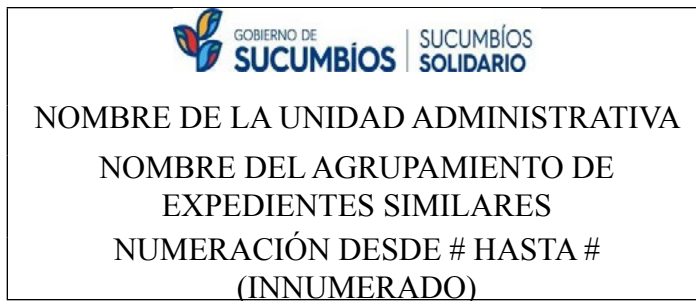
Archivo histórico/permanente: Administrador de la documentación con valores históricos y culturales, custodio del Patrimonio Documental.

Codificación y etiquetación de carpetas: Cada carpeta o bibliorato se codifica y etiqueta tomando de base la procedencia del archivo, en el siguiente orden:

- a. Nombre de la Institución
- b. Nombre de la Unidad Administrativa
- c. Nombre del agrupamiento de expedientes similares
- d. Nombre del expediente
- e. Si son numerado indicará desde que número inicia hasta cual termina
- f. Si no están numeradas deberá decir la palabra "innumerado"

Figura 2

Esquema del Etiquetado de los Archivos.



3.2. Recepción de expedientes en el archivo general

- a. Recepción de folder y expedientes para ser resguardados en el archivo general
- b. Verificar la lista que debe ir adjunta al folder, que coincida con el contenido.
- c. Los folders deben estar debidamente identificados
- d. En caso de no encontrarse en la lista, se informará a la persona responsable de la entrega y se solicita la modificación respectiva para que se incluya en la lista.
- e. Se archiva la lista en el folder de recepción.
- f. La información que contiene la lista se debe ingresar en una base de datos.
- g. La base de datos debe contener toda la información relevante.

Figura 3
Formulario de Recepción y Archivo de Documentos del Gobierno de Sucumbíos.

RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS		
CASILLERO:	ACTIVIDAD	
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	Nombre de la unidad que custodia los archivos	
RESPONSABLE DEL ARCHIVO:	Nombre de la persona responsable del inventario institucional	
CORREO:	correo institucional	
FECHA:	Día, mes y año del registro	
RESPONSABLE DE LA RECEPCIÓN EN EL ARCHIVO	Nombre y cargo del responsable del área de archivo central que recibe los archivos	
DATOS A CONSIGNAR POR LA UNIDAD:		
Nº DE CAJAS:	Número consecutivo	
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO:		
NÚMERO DE REGISTRO:	Nro. De orden asignado a la carpeta que se encuentra en la caja	
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO:	Resumen del contenido de las carpetas	
CANTIDAD DE PIEZAS DOCUMENTALES	Nro. de piezas documentales contenidas en cada caja	
Nº. FOJAS:	Fojas que se encuentran en los folders dentro de la caja	
AÑO DE TRANSFERENCIA:	Identificar a que años corresponde la documentación	
TIEMPO DE CONSERVACIÓN ESTIPULADA:	Año que se conservó el documento	
AÑO PREVISTO PARA VALORACIÓN:	Valoración documental (Año)	
ZONA:	Áreas correspondientes a la que pertenece la documentación	
ESTANTERÍA	Localización del documento	
BANDEJA:	Localización del documento	
OBSERVACIONES: Datos adicionales sobre la devolución del material.		

Figura 4
Formulario de Registro de Documentos Administrativos - Gobierno de Sucumbíos

RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS											
UNIDAD ADMINISTRATIVA:											
RESPONSABLE DEL ARCHIVO:											
CORREO ELECTRÓNICO:											
FECHA:											
RESPONSABLE DE LA RECEPCIÓN EN EL ARCHIVO											
DATOS A CONSIGNAR POR LA UNIDAD:											
Nº DE CAJAS	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO:		CANT. PIEZAS DOCUMENTALES	Nº. FOJAS	AÑO DE TRANSFERENCIA	TIEMPO DE CONSERVACIÓN ESTIPULADA	AÑO PREVISTO PARA VALORACIÓN	ZONA	ESTANTERÍA	BANDEJA	Observación
	Nº. REGISTRO	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO									

3.3. Préstamo de documentos

- El interesado solicita el préstamo de documentos mediante el formulario “Préstamo de documentos”.
- Se verifica que la solicitud esté completa, por parte del encargado del archivo, en caso de no estar completa se devuelve.
- Se busca la documentación solicitada y en caso de no encontrarla se le informa al solicitante y se culmina el proceso de solicitud de préstamo. En caso de encontrarla en la base de datos, se revisa si se ha realizado préstamo de este en anteriores días y se informa al solicitante en caso contrario se localiza la documentación y se entrega a quien solicita.
- Se registra el préstamo correspondiente en la base de datos, se archiva el formulario en la carpeta correspondiente y se entrega la documentación respectiva.
- El tiempo máximo para que la documentación se encuentre fuera del Archivo General son cinco días laborables, en caso no contar con la devolución se solicitar la devolución respectiva.

Figura 5

Formulario de Préstamo y Devolución de Documentos del Gobierno de Sucumbíos.

FORMULARIO: PRÉSTAMO DE DOCUMENTOS	
CASILLERO:	ACTIVIDAD
NOMBRE DEL SOLICITANTE:	Nombres y Apellidos completos
FECHA DE SOLICITUD:	Día, mes y año de la solicitud
UNIDAD ADMINISTRATIVA QUE ELABORA:	Nombre del área que elabora
PLAZO DE PRESTAMO:	Plazo máximo que se concede el préstamo del documento (días laborables)
DATOS DEL MATERIAL DOCUMENTAL PRESTADO	
DESCRIPCION DEL DOCUMENTO:	Expediente solicitado (DATOS)
Nº DE FOJAS:	El número de documentos a prestarse
UBICACIÓN FÍSICA:	Fotos de la ubicación del archivo a prestarse (caja, estante, bandeja)
AUTORIZADO POR:	Nombre, cargo y firma de la unidad que solicita el préstamo.
RECIBI CONFORME:	Nombre cargo y firma del funcionario que recibe el material documental
CONTROL DE DEVOLUCION	
FECHA DE DEVOLUCION:	Fecha de devolución
ENTREGADO POR:	Nombre, cargo de la persona que realiza la devolución del material documental prestado
VISTO BUENO:	Sumilla de la persona que recibe y verifica la devolución
OBSERVACIONES: Datos adicionales sobre la devolución del material.	

Figura 6*Formato de Préstamo y Devolución de Documentos Institución Sucumbíos-Solidario.***PRÉSTAMO DE DOCUMENTOS**

Nombre del Solicitante:

Fecha: de solicitud

Unidad Administrativa que ELabora:

Plazo del Préstamo:

DATOS DEL MATERIAL DOCUMENTAL PRESTADO				
Descripción del Documento	N.º de Hojas	Ubicación Física		
		cajas	Estante	Bandeja

f. _____

AUTORIZADO POR

f. _____

RECIBE CONFORME

CONTROL DE DEVOLUCION

CONTROL DE DEVOLUCIÓN			
Fecha de devolución	Entregado por		Visto Bueno
Observaciones:			

3.4. Baja de documentación

- Durante los primeros tres meses de cada año se debe filtrar en la base de datos por la fecha de caducidad de los documentos, con el propósito de detectar la documentación que ha finalizado el tiempo de vida útil.
- Imprimir el listado que se generó.
- Retirar de la estantería todos los expedientes que constan en el listado.
- Enviar informe a la máxima autoridad con la documentación a dar de baja para que disponga la comisión respectiva, la cual estará conformada por: un delegado de la máxima autoridad, un delegado de Auditoría Interna un delegado del área al que pertenece la documentación y el jefe del Archivo General.
- Una vez que se recibe la autorización se procede a fijar fecha y hora para la destrucción y se comunicará a los miembros de la comisión.
- Llegada la fecha y hora fijada se reúnen los miembros de la comisión y se levanta un acta para registrar el proceso, la cual se suscribe y se procede a la destrucción respectiva.
- Se archiva el acta

Figura 7

Formato de Acta de Baja Documental-Gobierno de Sucumbíos.



No. de Acta: _____

En la ciudad de _____ provincia de Sucumbíos, siendo las _____ horas, del día _____ de 2023, se reunieron en la oficina que ocupa _____ con domicilio en _____ los C.C. _____ con el propósito de elaborar la presente ACTA DE BAJA DOCUMENTAL, a través de la cual se da constancia de la eliminación de _____ documentos resultantes del proceso de selección preliminar aplicados a los expedientes de trámite concluido del periodo _____ generados por la Unidad Administrativa, supra citada, en términos de lo establecido en el art.5, 7,11,14 de la Norma de Gestión Documental, selección y baja de los documentos, expedientes y series de trámite concluido en los archivos expedidos, la cual ha sido aprobada por la Secretaria General, o la Dirección de Gestión Documental y Archivo.

Los tipos documentales seleccionados para su baja son los siguientes:

N.º	NOMBRE DEL TIPO DOCUMENTAL	ART. DE LOS LINEAMIENTOS	PERIODO	CANTIDAD
			TOTAL, DE DOCUMENTOS	

El proceso de selección preliminar aplicado por la Unidad Administrativa referida se efectuó con estricto apego a lo establecido en la Norma de Gestión Documental para la valoración, selección y baja de los documentos, expedientes y trámite concluidos en los archivos de la Institución.

f. _____

Por el Archivo Institucional

f. _____

Por el Órgano Interno de Control

f. _____

Máxima Autoridad o su delegado

Figura 8.

Registro Fotográfico del Archivo Actual de Sucumbíos Solidario.



Conclusiones

Se concluye que la implementación de procedimientos estandarizados en el área de archivos de Sucumbíos Solidario fortalece la organización, administración y conservación de la documentación. Esta iniciativa responde a la necesidad de establecer políticas claras y directrices específicas que permitan una gestión eficiente y moderna de los documentos.

El modelo propuesto abarca desde la recepción y clasificación de la documentación hasta su conservación y préstamo, con el objetivo de optimizar los procesos archivísticos y garantizar la adecuada preservación técnica. Asimismo, se resaltó la importancia de la digitalización y el uso de tecnologías de la información como herramientas fundamentales para la protección y administración de los registros.

Su correcta aplicación permitirá a la institución cumplir con la normativa legal vigente, mejorar la accesibilidad a la información y ofrecer un servicio eficiente tanto a usuarios internos como externos. De esta manera, se asegura la conservación del patrimonio documental, facilitando su consulta y utilización para futuras generaciones.



Referencias

- Agosto, J. (2019). *Regla Técnica Nacional para la Organización y Mantenimiento de los Archivos Públicos*. Acuerdo N°. SGPR-2019-0107. https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/a3_SGPR_2019_0107_Archivos.pdf
- Asamblea Constituyente de Ecuador (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. 20 de octubre de 2008. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Constituyente del Ecuador (2004). *Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública*. 18 de mayo de 2004. <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOTAIP.pdf>
- Benítez, L., Bonín, E., Vacacela, L., y Guaman, G. (2021). Manual de procedimientos para la administración del bar "La bodeguita" cantón Durán. *Prohominum*, 3(2), 147–171. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0070>
- Bonilla, V. (2016). *Manual de procedimientos para la gestión documental de la subsecretaría nacional de gestión pública de la secretaría de la administración del Ecuador y el manejo de la información* [Tesis de grado, Universidad Regional Autónoma de Los Andes]. Repositorio Institucional. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5227>
- Congreso Nacional (2004). *Ley Orgánica y Transparencia y Acceso a la Información Pública*. Registro Oficial Suplemento 337. 18 de mayo de 2004.
- Contraloría General del Estado (2009). *Normas de control interno para las entidades, organismos del sector público y de las personas jurídicas*. 14 de diciembre de 2009. <https://www.tce.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/Normas-de-Control-Interno-para-las-Entidades-Organismos-del-Sector-Publico-.pdf>
- Dirección General de Registro Civil, I. y C. (2015). *Instructivo Interno de gestión documental y archivos de la dirección general de registro civil, identificación y cedulação*. 13 de marzo de 2015. <https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/INSTRUCTIVO%20INTERNO%20DE%20GESTION%20DOCUMENTAL.pdf>
- Falconí, M. L. (2009). Instructivo de organización básica y gestión de archivos administrativos. Consejo Nacional de Archivos del Ecuador, Dirección del Sistema Nacional de Archivos. <https://documentacion.cidap.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=6233>
- Fuster, F. (2001). Archivística, archivo, documento de archivo... Necesidad de clarificar los conceptos. *Biblios*, 2(7), 1–22. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16107506>
- Gálvez, J. (2012). *Historia*. Editorial JG.

- Millo, V., González, V., y Fuentes, D. (2017). Manual de procedimiento para el control interno en la Universidad Metropolitana. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 60–65. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Posligua, R. (2018). El archivo digital como herramienta para la gestión documental del Gobierno Parroquial de Santa Marianita del cantón Manta, 2017 [Tesis de grado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio Institucional, <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1864/1/ULEAM-SE-0038.pdf>
- Vivanco, M. E. (2017). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Universidad y Sociedad*, 9(3), 247–252. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/637/755>

Copyright (2025) © Jorge Luis López Moreno, María Soledad Neira Loayza, Ana Belén Córdova Jara



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Modelo TAM como factor para la disminución de la contaminación visual en el entorno universitario

TAM model as a factor for the reduction of visual pollution in the university environment

Fecha de recepción: 2025-04-24 • Fecha de aceptación: 2025-05-27 • Fecha de publicación: 2025-06-10

Saquina Alcaciega Anthony Joel¹

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

asaquina7795@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-7903-792X>

Liliana Elizabeth González Garcés²

Grupo de investigación: "Desarrollo Financiero Empresarial",

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

le.gonzalez@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9390-1267>

Edwin Javier Santamaría Freire³

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

edwinsantamaria@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2636-9685>

Proyecto de Investigación "Indicadores de la Contaminación Visual 2.0 y el Desarrollo Académico de los Estudiantes de Educación Superior"^{1,2,3}

Entidad: Universidad Técnica de Ambato

País: Ecuador

Ciudad: Ambato

Código del proyecto: UTA-CONIN-2023-0044-R/ PFCA26

RESUMEN

El Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) permite analizar la adopción de herramientas digitales para reducir la contaminación visual en entornos universitarios. Esta investigación evaluó su impacto en los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato de la carrera de Administración de Empresas, donde el exceso de elementos gráficos afecta la percepción del campus. Para el desarrollo de la investigación se utilizó una metodología cuantitativa con un diseño no experimental y un alcance correlacional. Como técnica, se aplicó una encuesta de 18 preguntas, combinando ítems categóricos y de escala de Likert, dirigida a una muestra de 400 estudiantes, adicionalmente se empleó el coeficiente de correlación de Spearman para analizar la relación entre las variables estudiadas. Los resultados mostraron que la “percepción de utilidad” con un promedio de 1.66, y la “facilidad de uso” con un promedio de 1.77, reflejaron el nivel de aceptación y utilización de instrumentos tecnológicos que ayudan a gestionar el espacio visual del campus. Se determinó una correlación positiva entre la implementación del TAM y la reducción de la contaminación visual, evidenciando su potencial para mejorar la armonía del entorno universitario. Se concluyó que la aplicación del modelo TAM facilita la adopción de tecnologías, al promover la optimización de la gestión visual en el campus de una forma ordenada y estéticamente equilibrada.

PALABRAS CLAVE: modelo, tecnología, contaminación visual, entornos, percepción, utilidad, facilidad, uso

ABSTRACT

The Technological Acceptance Model (TAM) allows analyzing the adoption of digital tools to reduce visual pollution in university environments. This research evaluates its impact on students of the Technical University of Ambato of the Business Administration career, where the excess of graphic elements affects the perception of the campus. For the development of the research, a quantitative methodology with a non-experimental design and a correlational scope was used. As a technique, a survey of 18 questions was applied, combining categorical and Likert scale items, directed to a sample of 400 students, additionally the Spearman correlation coefficient was used to analyze the relationship between the variables studied. The results show that “perceived usefulness” with an average of 1.66, and “ease of use” with an average of 1.77, reflect the level of acceptance and use of technological instruments that help manage the visual space of the campus. A positive correlation was found between the implementation of the TAM and the reduction of visual pollution, evidencing its potential to improve the harmony of the university environment. It is concluded that the application of the TAM model facilitates the adoption of technologies to optimize visual management by promoting a more orderly and aesthetically balanced campus space.

KEYWORDS: model, technology, visual pollution, environments, perception, utility, ease, use

Introducción

En la actualidad, el avance tecnológico evoluciona en diversos aspectos dentro de la sociedad, al generar un impacto significativo en la gestión de la información y la comunicación en los ambientes universitarios. La digitalización permite un mayor alcance de contenido con el fin de optimizar los procesos educativos y administrativos. Sin embargo, aquel desarrollo también provoca resultados desfavorables, como la saturación de elementos visuales originado por el exceso de afiches, publicidad, pantallas digitales y otros canales informativos, lo que ha afectado la percepción y el bienestar de los estudiantes (Jocope y otros, 2023).

Ante esta problemática, la adopción de tecnologías digitales basadas en la investigación sobre el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) propuesto por Davis en 1989 que explica los factores que influyen en la aceptación y el uso de la tecnología por parte de los usuarios. El modelo TAM cree que dos variables básicas determinan la intención de utilizar una tecnología que son: la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida. Estos factores influyen en las actitudes de las personas hacia el uso de la tecnología, lo que a su vez determina las intenciones de adopción de tecnología y el comportamiento real (Carrasco et al., 2023).

El modelo TAM es una herramienta teórica versátil que ha sido ampliamente utilizada en campos tan diversos como la educación, la salud y la industria debido a su capacidad para predecir la aceptación de tecnologías emergentes. Esta versatilidad lo convierte en un modelo particularmente valioso para evaluar intervenciones tecnológicas. En un contexto universitario, este modelo se puede aplicar no sólo para comprender la aceptación de nuevas herramientas tecnológicas en el aula, sino también para implementar soluciones para mitigar problemas ambientales como la contaminación visual (Wakil et al., 2019).

Por esta razón, la presente investigación buscó establecer la relación entre las estrategias del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y la contaminación visual en el entorno estudiantil de la carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para lo cual se planteó como problema de investigación: ¿Cómo influye la aplicación del modelo TAM en la reducción de la contaminación visual en el entorno universitario?

Inicialmente, se debe entender el marco teórico de las variables de estudio, el cual se presenta a continuación.

1.1. Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM)

El modelo (TAM) fue propuesto por Davis (1989) el cual busca analizar el comportamiento junto con la teoría de la acción razonada, la cual busca adaptarse al campo de la tecnología donde busca comprender los factores psicológicos los cuales determinan la decisión de un individuo al momento de usar o rechazar una innovación tecnológica (Ocampo, J. y Ullauri, 2021).

1.2. Elementos del modelo TAM

El modelo (TAM) presentado por Davis (1989) establece dos elementos importantes la percepción que un individuo visualiza y el uso del mismo, aspectos que afectan si alguien está dispuesto a usar una herramienta tecnológica. La utilidad radica al considerar como una persona piensa que los recursos digitales ayudarán en su desempeño, mientras que lo fácil que se usa está relacionado con cuánto esfuerzo el usuario percibe al interactuar con dicha tecnología. En conjunto, estos parámetros ayudan a conocer cómo actúa el usuario e identificar si una solución tecnológica tendrá éxito o será rechazada (Ocampo, J. y Ullauri, 2021).

1.2.1. Percepción de utilidad y facilidad de uso

El modelo TAM se considera como la decisión de una persona al adoptar instrumentos tecnológicos orientados a potenciar el aprendizaje y optimizar el desempeño, dependiendo de dos factores claves que son: la percepción de utilidad y la facilidad de uso, aspectos relevantes que juegan un papel muy importante dentro de este modelo. El primer factor destaca la importancia que tiene la persona en función de los beneficios y la relación con la herramienta tecnológica. El segundo elemento hace hincapié en la facilidad que el usuario tiene con la interacción de esta misma herramienta siendo práctico su uso (López, N. y Valdés, 2020).

1.2.2. Aplicaciones del TAM en el entorno educativo

El espacio de aprendizaje dentro del ambiente universitario ha cambiado radicalmente por el avance de las tecnologías de información y comunicación. Estas herramientas, que al principio se originaron como ayuda extra, ahora son parámetros clave en los procesos de formación, administración y en cómo interactúan los estudiantes y profesores. Frente a esta nueva realidad, entender cómo el alumnado y los maestros usan estas tecnologías es relevante y es ahí donde el Modelo (TAM) toma importancia significativa. Aplicando en el sector de la enseñanza tomando en consideración las opiniones que los estudiantes y profesores tienen sobre el uso de herramientas tecnológicas (Manotoa et al., 2025).

1.3. Contaminación Visual

La contaminación visual es una forma de polución poco perceptible a primera vista, pero con un impacto significativo en la calidad de vida y la percepción estética de los espacios. Este fenómeno se refiere a la saturación de elementos visuales no funcionales, repetitivos o desordenados que interrumpen la armonía del entorno. Entre estos elementos se encuentran carteles publicitarios, anuncios improvisados, cables expuestos, señalización excesiva o mal ubicada, colores estridentes y todo tipo de información gráfica que satura el campo visual de quienes transitan o habitan un espacio determinado. En los entornos urbanos, la contaminación visual se ha convertido en una consecuencia directa del crecimiento desorganizado y la falta de planificación en la comunicación gráfica. Aunque suele asociarse con calles, avenidas o espacios comerciales, también está presente en ambientes institucionales como las universidades, donde la libre colocación de afiches, pancartas, publicidad y señalización puede alterar la estética, generar desorden e incluso afectar la funcionalidad (Pérez, 2020).

1.3.1. Elementos de la contaminación visual

Según los autores Valencia et al. (2022) los modelos de comportamiento ambiental buscan describir como es la interacción y la adaptación de las personas en ciertos entornos. Estos comportamientos se componen de ciertos elementos que son indispensables en respuesta al ambiente en el que se genere. El “comportamiento social” refleja la manera de la persona al relacionarse con otros en un espacio compartido. El “comportamiento de evitación” es la tendencia del individuo a alejarse de manera física o emocionalmente de ciertas situaciones ambientales que genera incomodidad. Mientras que el “comportamiento de evaluación crítica” manifiesta un comportamiento más analítico y reflexivo de manera racional. El “comportamiento de conformidad visual” trata del como las personas adaptan su conducta a lo que miran en su entorno. Y por último el “comportamiento psicológico” el cual analiza ciertas respuestas emocionales, cognitivas y conductuales en su alrededor. Aquellos elementos son importantes a la percepción del ser humano en diferentes casos del día a día.

1.3.2. Efectos de la contaminación visual en el entorno universitario

En el ámbito de la educación, especialmente la universitaria, la contaminación visual puede afectar directamente a la salud, la concentración y el rendimiento de estudiantes y profesores. Cuando los espacios académicos están saturados de elementos gráficos innecesarios o mal organizados, la comunicación se torna confusa, se altera la percepción del entorno y se dificulta la concentración de quienes transitan y trabajan en esos espacios. Múltiples estudios han demostrado que los entornos desordenados pueden afectar negativamente la concentración, provocar distracciones constantes y producir incomodidad visual. En aulas, pasillos, bibliotecas o áreas comunes, un exceso de carteles, cables, señales temporales y anuncios puede crear una sensación de desorden, dificultar la navegación en el espacio y restar valor a la experiencia de aprendizaje para los estuantes siendo la población con más riesgo a la sobresaturación de información con la contaminación visual (Moretti y Valiente, 2023).

Para analizar la relación entre el modelo (TAM) y la contaminación visual en este estudio, se seleccionaron como sujetos de investigación a los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Tecnológica de Ambato, y se indagaron como antecedentes los siguientes estudios.

La investigación desarrollada por Santamaría et al. (2023) abordó cómo el uso de tecnologías digitales, valoradas a través del Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), puede ser una alternativa eficaz frente a la publicidad tradicional dentro del entorno universitario. El objetivo principal fue examinar si herramientas tecnológicas como plataformas informativas en línea pueden reemplazar carteles físicos y otros elementos visuales que generan saturación en el campus. La investigación, de tipo cuantitativo, fue aplicada a una muestra de estudiantes, quienes evaluaron aspectos como la utilidad y la facilidad de uso de estos recursos. Los resultados mostraron que, cuando los estudiantes perciben una tecnología como accesible y útil, están más dispuestos a adoptarla, lo que respalda la idea de que el TAM puede utilizarse no solo para introducir innovación tecnológica, sino también para resolver desafíos ambientales como la contaminación visual.

Por otro lado, Moreno et al. (2023) plantearon una visión complementaria desde el enfoque del marketing digital, orientado a la gestión institucional. Su estudio puso énfasis en cómo los canales digitales como el correo institucional, las redes sociales o las aplicaciones móviles pueden reemplazar los medios físicos que suelen utilizarse para difundir información dentro del campus. Esta estrategia, además de reducir el uso de materiales impresos, ayuda a mantener el orden visual del entorno educativo. El análisis permitió concluir que estas herramientas no solo optimizan la comunicación, sino que también aportan a una estética más limpia y a un entorno más funcional. En conjunto, ambas investigaciones evidenciaron que la aplicación del Modelo TAM puede ir más allá del análisis de aceptación tecnológica. Su implementación en la gestión visual del entorno académico contribuye a ordenar los espacios, minimizar el desorden gráfico y fomentar una cultura universitaria más consciente y sostenible.

La investigación del autor Pérez (2022) titulada “La contaminación visual como afectación del paisaje urbano” tuvo como objetivo el estudio del entorno el cual se manifiesta mediante la saturación y el desorden que existe en el entorno como afiches, carteles, anuncios y otros objetivos que alteran la armonía del paisaje. Adicionalmente la contaminación visual no genera efectos tóxicos como otras formas de contaminación. Este estudio proporcionó información de cómo la contaminación visual puede generar una sobrecarga visual la cual puede reducir la legibilidad de los mensajes importantes afectando negativamente a la identidad del paisaje urbano, de igual forma el mismo estudio ayuda como base metodológica para el presente análisis el cual ayuda a comprender de mejor manera como el modelo TAM puede proporcionar soluciones viables contra la contaminación visual.

1.4. Justificación

La propuesta el modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) para reducir la contaminación visual en el ambiente universitario se justifica porque promueve un uso efectivo y ordenado de la tecnología en los campus. La contaminación visual es un problema común en muchas universidades, donde la publicidad y las notificaciones excesivas crean perturbaciones, desorden y un impacto estético que afecta la calidad del espacio y la experiencia académica de los estudiantes.

Según Moreno et al. (2023) hablan sobre la implementación de tecnología para gestionar y enfocar la información visual en plataformas digitales no sólo reducirá el uso de medios físicos contaminantes, sino que también permitirá a la comunidad universitaria acceder a la información de una manera más organizada y eficiente. TAM proporciona un marco teórico útil para evaluar la viabilidad de estas soluciones, teniendo en cuenta las percepciones de los usuarios sobre su utilidad y facilidad de uso (Moreno et al., 2023).

El modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) tiene una gran relevancia teórica para mitigar la contaminación visual en entornos universitarios, ya que establece un marco sólido para comprender cómo la adopción de soluciones tecnológicas puede impactar de manera beneficiosa en la gestión de estos entornos. Al tomar en cuenta las percepciones de los usuarios sobre la utilidad y facilidad de uso de las herramientas digitales, el TAM facilita la predicción de la aceptación de soluciones que consolidan la información y reducen la dependencia de componentes físicos intrusivos.

En cuanto a la justificación, es claro que la implementación de este enfoque no solo mitigaría el problema de la contaminación visual, sino que también permitiría a la comunidad universitaria disfrutar de un acceso mejorado y sistemático a la información. En consecuencia, esto conduce a un entorno académico más propicio que fomenta el aprendizaje.

Este enfoque es consistente con los esfuerzos globales para promover un entorno sostenible y eficiente en el uso de recursos y contribuye a una gestión más responsable de los espacios públicos dentro de las universidades. Además, reducir la contaminación visual puede mejorar el bienestar de los estudiantes, ya que un ambiente más limpio y ordenado ayuda a la concentración y el aprendizaje (Moreno et al., 2023).

De esta manera, el estudio identifica como beneficiarios a los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, al fomentar el pensamiento crítico sobre los efectos negativos de la contaminación visual y como la aplicación de competencias digitales pueden ser la solución con proyectos innovadores. El elemento diferenciador en la presente investigación radica en el uso del Modelo (TAM) como herramienta de ayuda en el control de contaminación visual dentro del entorno universitario, esta propuesta se diferencia al proporcionar un enfoque diferenciador en como los estudiantes perciben la utilidad y la facilidad de uso de las herramientas tecnológicas, de esta forma la investigación puede ser replicado en otras instituciones educativas.

En definitiva, la aplicación del modelo TAM en la gestión de la contaminación visual en el entorno universitario no sólo contribuirá a la mejora del entorno académico, también promoverá la innovación y aceptación de la tecnología y aportará soluciones prácticas y sostenibles para la gestión de la contaminación visual en el entorno universitario.

Metodología

La presente investigación se respaldó el paradigma positivista, el cual busca relacionar la realidad como una serie de datos concretos los cuales se pueden observar, medir y estudiar mediante un enfoque cuantitativo, generando una perspectiva el cual se basa en una evidencia empírica que permite identificar patrones y establecer relaciones entre variables que nos ayudan a explicar casos correlacionados (Miranda y Ortiz, 2020). Se optó por este paradigma centrándose en un enfoque descriptivo, el cual estableció una observación directa al estudio realizado. Esto quiere decir que fue una investigación de carácter aplicativo siendo un objetivo funcional.

Para el siguiente estudio se eligió el enfoque cuantitativo dado que este se incluyó en un criterio para la cuantificación y la medición de las variables empleadas. Aquel proceso nació a partir de una idea inicial que fue delimitándose progresivamente. Se establecieron diversas preguntas y se planteó un objetivo de investigación. A partir de ello, se efectuó la medición de las variables junto a ello la pregunta de investigación.

Se aplicó un diseño no experimental, el cual no modificó intencionalmente las variables, y dejó que ocurra en un entorno natural, si ninguna manipulación directa. Dentro de este enfoque metodológico, los acontecimientos se analizaron de forma original, con el propósito de examinar

relaciones y características que se van presentando previamente. En este trabajo de investigación se procedió al análisis de los indicadores para su análisis respectivo.

El nivel de profundidad de esta investigación fue de tipo descriptivo y correlacional, siendo la combinación de dos niveles de análisis que facilita una comprensión más amplia del fenómeno estudiado. En primera etapa, se desarrolló un enfoque descriptivo, según Ramos (2020) dicta que el principal objetivo de la investigación descriptiva es identificar y detallar las características asociadas a las variables estudiadas dentro de un grupo selectivo, mientras que la correlacional analiza las relaciones entre dos variables las cuales son: 1) Modelo de aceptación tecnológica 2) Contaminación visual.

Para este proyecto de investigación, se tomó en cuenta la modalidad bibliográfica, enfocándose en la recopilación de información mediante fuentes primarias por medio de encuestas. De igual forma se tomaron de fuentes secundarias como libros, revistas, artículos entre otros, lo cual nos permitió tener una mejor visualización de la información preliminar donde se reunió la información más completa disponible para la interpretación de cada variable establecido por Sandoval (2022) con el fin de obtener los datos dentro del ambiente estudiado.

La población hace referencia al grupo total de individuos u objetos que comparten una o más características de interés relevante con el cual permitió obtener información relevante para analizar un hecho observado en un marco definido (Medina et al., 2023). Para el desarrollo de la investigación, se tomó como población finita a 400 estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato.

Con el propósito de llevar a cabo la investigación se empleó como técnica la encuesta, a través de un instrumento se recopiló la información, donde se obtuvieron los datos cuantitativos mediante un cuestionario estructurado en base al modelo de aceptación tecnológica y contaminación visual. Se estructuró mediante 18 preguntas sobre las dos variables de estudio: 1) Modelo de aceptación tecnológica en base a los elementos de percepción de utilidad y facilidad de uso; y la segunda variable: 2) Contaminación visual con los comportamientos: comportamiento social, comportamiento de evitación, comportamiento de evaluación crítica, comportamiento de conformidad visual y el comportamiento psicológico.

La herramienta de recolección de datos tiene como finalidad generar las condiciones adecuadas para llevar a cabo la medición de datos. Los cuales son representaciones conceptuales de la realidad, siendo abstracciones de los tangible o perceptible, siendo de forma directa o indirecta, permitiendo que todo fenómeno empírico sea cuantificado y analizado (Hernández y Duana, 2020). Adicionalmente es importante mencionar que antes de la aplicación del instrumento se ejecutó el proceso de validación a través del criterio de 5 jueces con amplia experiencia en la línea de investigación y en aspectos metodológicos. El instrumento fue puesto a prueba mediante una encuesta piloto a 40 estudiantes de la carrera. Por otro lado, el proceso establecido para la organización y presentación de los datos se efectuó mediante el programa llamado *Software de statistical Package for the Social Sciences* o por sus siglas (SPSS), el cual permitió generar la tabulación de las encuestas siendo un programa con una plataforma intuitiva y confiable donde se

obtuvo un Alfa de Cronbach del 0.85, lo que representa un nivel elevando de confiabilidad como se muestra en la *Tabla 1*.

Tabla 1
Estadística de Fiabilidad.

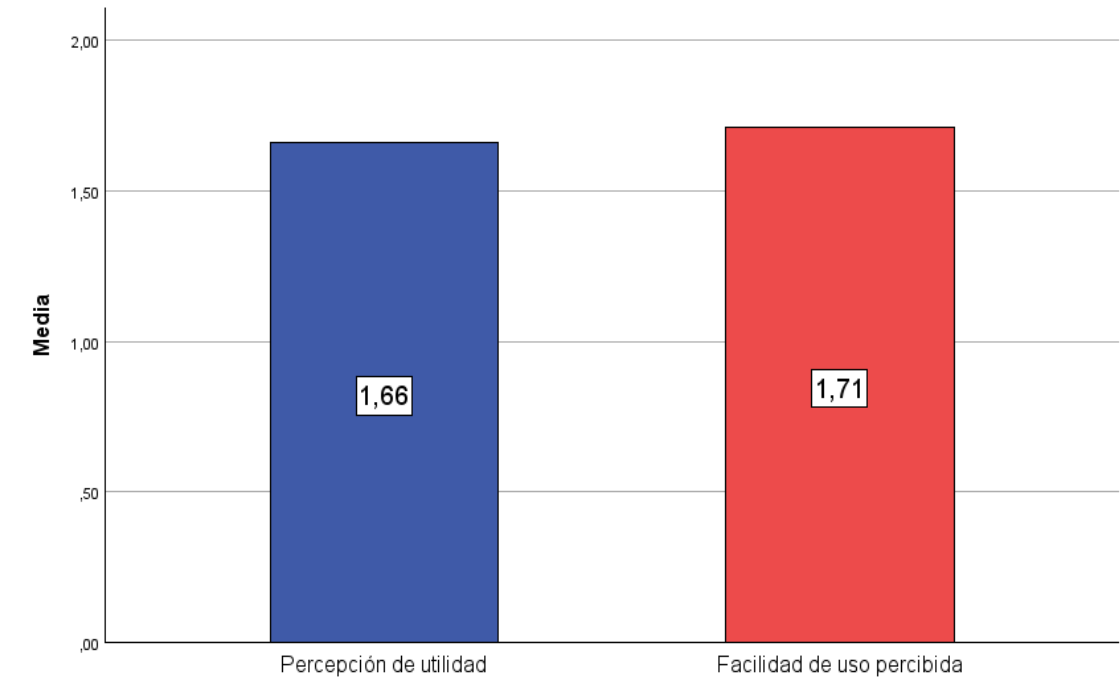
Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.850	18

Nota: Fiabilidad de Alfa de Cronbach en el Software SPSS.

Resultados

A continuación, se realizó una interpretación mediante una estadística descriptiva de los resultados obtenidos.

Figura 1
Dimensiones de la Variable Independiente: Modelo de Aceptación Tecnológica.

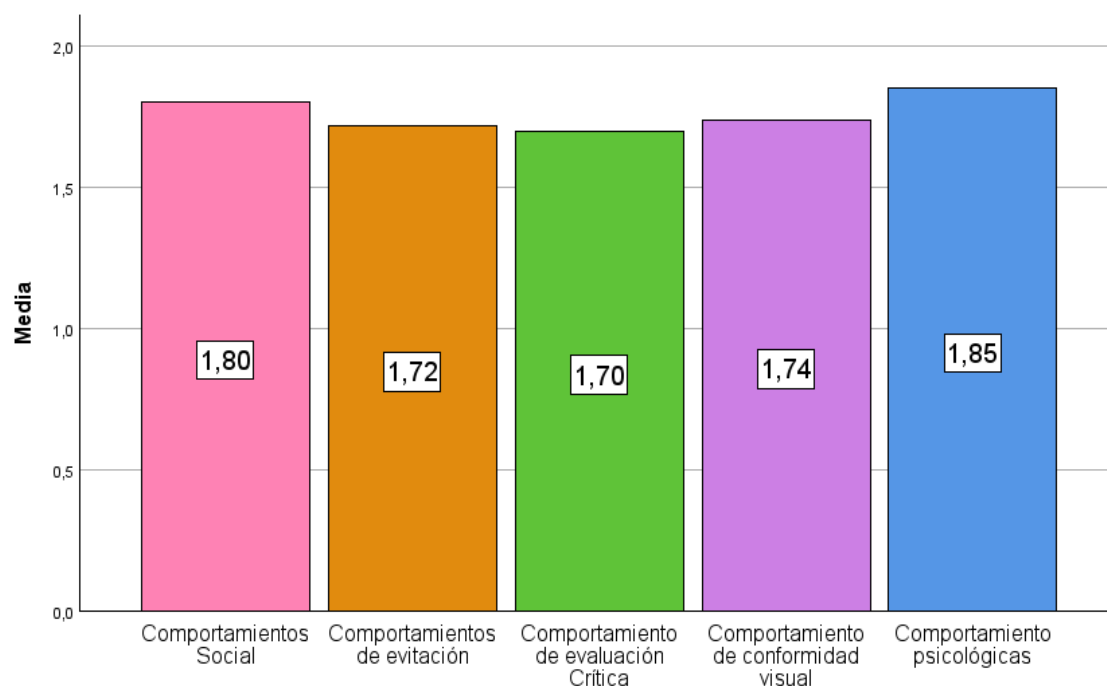


Los datos obtenidos de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, son relacionados en la variable del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) dentro de la Universidad Técnica de Ambato, en donde el elemento de “percepción de utilidad” se interpreta como un nivel de confianza que tiene el estudiante en que el uso de una herramienta tecnológica ayude a mejorar su rendimiento sin que genere un sobre carga de información visual. En el mismo estudio, se puede observar cómo alcanza un promedio superior a 1.66 que genera un impacto positivo el cual

contribuye a una mejor gestión visual. Con relación al elemento de “facilidad de uso”, se obtuvo como resultado por encima del 1.71 lo que indica que es un valor predominante en los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato. Esto sugiere que a los estudiantes les resulta beneficioso como una buena idea la interacción de soluciones tecnológicas, lo cual facilita su adaptación al uso de modelos TAM en un tiempo relativamente corto, el modelo no representa una herramienta compleja ni inaccesible, sino al contrario es una oportunidad de mejora visual en el entorno educativo.

Figura 2

Dimensiones de la variable dependiente: Contaminación visual



Dentro de las dimensiones de la variable dependiente de la “contaminación visual” se desarrolló mediante un estudio detallado de los distintos tipos de comportamientos dentro del entorno universitario. A partir del estudio realizado, se identificó que el comportamiento psicológico representa el mayor porcentaje del 1.85 en las personas encuestadas, reflejando una sensibilidad emocional y cognitiva frente a la contaminación visual.

Entre tanto, los otros comportamientos: social, evitación, evaluación crítica y conformidad visual, se presenta en menor porcentaje con relación a la percepción de los estudiantes, debido a que se inclinan a situaciones puntuales que pueden verse afectadas por factores como la falta de conciencia o el desinterés. Pero siguen siendo elementos importantes que juegan un rol importante en el desarrollo académico de los estudiantes y el cómo afecta a tu entorno visual.

Es importante reconocer que los datos obtenidos de la *Figura 1* y *2* se encuentran representadas en escala de Likert, fueran expresadas mediante las siguientes opciones de respuesta: 1. Totalmente de acuerdo, 2. De acuerdo, 3. Indeciso, 4. Desacuerdo, 5. Totalmente en desacuerdo. Además,

como resultado de la investigación es importante indicar que no se revela puntuaciones que excedan el valor de 2 en adelante.

Para la comprobación de hipótesis se utilizó el modelo de Spearman, una vez que las preguntas se encuentran en escala de Likert, como se muestra a continuación.

Tabla 2

Correlación de Spearman de las variables del Modelo TAM y Contaminación visual.

	Percepción de utilidad	Facilidad de uso percibida
Comportamientos Social	0,026	,536**
Comportamientos de evitación	,145**	,110*
Comportamiento de evaluación Crítica	,110*	,147**
Comportamiento de conformidad visual	,111*	,120*
Comportamiento psicológicas	,307**	,160**

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

En base en los resultados obtenidos por medio del análisis estadístico en la app de SPSS, se interpretó la relación que existe entre el modelo TAM y la contaminación visual dentro del ambiente educativo. Al comprobar la relación que existe entre la dimensión de la facilidad de uso percibida y el comportamiento social. De igual forma la percepción de utilizada y el comportamiento psicológico, donde se identificó una relación entre las diversas variables.

Se comprobó el estudio previo el cual analizó como los estudiantes se adaptan a diversas soluciones tecnológicas, confirmando que las dimensiones establecidas en ambas variables juegan un papel relevante dentro de la aplicación del Modelo TAM. Los resultados obtenidos en la encuesta comprueban que las dos variables son indispensables para los estudiantes que adoptan la idea de soluciones tecnológicas contra la problemática de la contaminación visual en el entorno universitario. Adicionalmente, se evidenció que el comportamiento de evitación con un coeficiente de 0,145 y el comportamiento psicológicas con un coeficiente de 0,307 son las dimensiones con mayor influencia dentro de la percepción de utilidad. Por otro lado, la facilidad de uso percibida fue el comportamiento social con un coeficiente de 0,536 y el comportamiento psicológicas con un coeficiente de 0,160. Esto demostró que las dimensiones resultan determinantes para los estudiantes idealicen diversas herramientas o soluciones funciones y de sencilla interacción enfocada en la contaminación visual de su entorno.

Conclusiones

El Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM en sus siglas en inglés) genera una gran importancia al proporcionar e idealizar estrategias tecnológicas para la comunidad universitaria, siendo un dato curioso el cómo los estudiantes al ver una tecnología fácil de utilizar y a la cual se puedan adatar sin ningún problema y difundir sus contenidos con fines académicos. Este modelo TAM tiene como

objetivo principal la adaptación y comprensión de diferentes plataformas tecnológicas las cuales ayudan a los estudiantes a un autoaprendizaje de una forma más interactiva y dinámica.

La relación que se ha establecido entre el Modelo de Aceptación Tecnológica y la Contaminación visual en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas demuestra como la percepción de utilidad y la facilidad de uso juegan un papel importante al conocer como la saturación visual afecta a los estudiantes. El TAM fomenta soluciones prácticas para controlar el problema y que los estudiantes puedan compartir sus experiencias y aprendizajes. Se afirma que la aceptación de tecnologías abrirá un nuevo mundo de posibilidades que no solo ayudan a controlar la contaminación visual en el ambiente académico si no podría fomentar diversas formas de aprendizaje y la divulgación de conocimientos entre estudiantes y docentes.

La correlación de Spearman permitió determinar el grado de influencia del Modelo TAM al estudiar como la percepción de utilidad y a la facilidad de uso percibida ayudan a comprender de mejor manera los comportamientos que optan los estudiantes cuando su entorno académico se ve opacado por la contaminación visual como señalizaciones, letreros publicitarios o en estas aulas virtuales llena de diversos avisos informativos que pueden generar la sobresaturación visual. Los tipos de comportamientos como el social, evitación, evolución crítica, conformidad visual y el psicológico reflejan una mayor correlación con la percepción de utilidad y la facilidad de uso percibida siendo un objetivo clave el cual demuestra como los estudiantes aprueban y utilizan la tecnología como un medio de solución a la problemática de la contaminación visual. En tal razón, se acepta la hipótesis alternativa, mientras que se rechaza la hipótesis nula. Esto se sustenta en la solidez de los resultados estadísticos obtenidos, lo que permite afirmar la relación que existe entre la variable del Modelo TAM junto con la variable de la contaminación visual dentro del entorno universitario.

Se ha comprobado que el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) es una herramienta indispensable contra la contaminación visual el cual fomenta el uso de herramientas tecnológicas y proporciona soluciones viables para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, destacando la relevancia de las dimensiones de la percepción de utilidad y la facilidad de uso percibida. Para la comunidad universitaria el adoptar y utilizar instrumentos basados en tecnología siendo un beneficio que controle la saturación visual en su entorno y fomenta el autoaprendizaje de una forma sencilla de emplear. Ante la eventualidad de la Universidad Técnica de Ambato, el Modelo TAM implementa estrategias efectivas para la adaptación del uso de tecnologías las cuales permiten tener un mejor control ante la situación conflictiva de la contaminación visual. Esta herramienta lo que busca es que los estudiantes puedan reducir el exceso de información sea relevante o no, fomentando un mejor aprendizaje en el entorno del campus el cual optimiza el rendimiento académico.

Referencias

- Carrasco, R., Vigil, S., Valiente, Y., y González, D. (2023). Contaminación urbano ambiental y espacio público del centro de Piura, Perú: Revisión sistemática. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(16), 3-13. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i16.2542>
- Hernández, S. y Duana, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51–53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- López, N. y Valdés, J. (2020). Utilidad y facilidad de uso percibida: desafíos tecnológicos en una modalidad b-learning. *IE Revista De Investigación Educativa De La REDIECH*, 11. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v11i0.938
- Manotoa, H., Pimbo, A., Tibán, S., y Pinos, M. (2025). Tecnología educativa y aprendizaje significativo: impacto de los recursos infopedagógicos en la capacitación docente. *Revista Científica UISRAEL*, 12(1), 73-100. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2631-27862025000100073&script=sci_arttext
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Miranda, S. y Ortiz, J. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21), 2-18. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Moreno, V., Palacios, J., Nuñez, F., y Valdez, J. (2023). Conciencia ambiental en la responsabilidad social universitaria. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 7(31), 2411 - 2421. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v7i31.673>
- Moretti, L. y Valiente, Y. (2023). Contaminación Ambiental y sus Efectos en la Salud Pública. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(1), 257–268. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i1.2784>
- Ocampo, J. y Ullauri, M. (2021). Factores para la aceptación y uso de un sistema de gestión del aprendizaje en estudiantes de una universidad ecuatoriana. *Revista Electrónica Educare*, 25(3) 1-21. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.25-3.10>
- Pérez, J. (2020). Impactos ambientales en el campus Colón: Universidad Autónoma del Estado de México. *Producción + Limpia*, 15(2) 109-124. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1909-04552020000200109&script=sci_arttext

- Pérez Manrique, M. (2022). La contaminación visual como afectación del paisaje urbano. *Revista Jurídica de Investigación e Innovación Educativa*, (27), 61-100. <https://www.revistas.uma.es/index.php/rejienuuevaepo-ca/article/view/15276/15458>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Sandoval, E. (2022). El trabajo de campo en la investigación social en tiempos de pandemia. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 31(3), http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-00062022000300010&lng=es&tlng=es
- Valencia, D., Rivas, L., y Cárdenas, M. (2021). Modelos de comportamiento ambiental en estudiantes universitarios. *Revista Universidad Y Empresa*, 23(41). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.10543>
- Wakil, K., Naeem, M., Anjum, G., Waheed, A., Thaheem, M., Hussnain, M., y Nawaz, R. (2019). Una herramienta híbrida para la evaluación visual de la contaminación en entornos urbanos. *Sustainability*, 11(8), 2-16. <https://doi.org/10.3390/su11082211>

Copyright (2025) © Saquinga Alcaciega Anthony Joel; Liliana Elizabeth González Garcés;
Edwin Javier Santamaría Freire



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)



Agente conversacional en la captación de estudiantes para la educación superior privada

Conversational agent in student recruitment for private higher education

Fecha de recepción: 2025-04-24 • Fecha de aceptación: 2025-05-27 • Fecha de publicación: 2025-06-10

Eleana Judith Ojeda Valencia¹

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

eojeda4906@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-9459-9649>

Ericka Melany Trujillo Supe²

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

etrujillo6190@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-2666-1657>

Ricardo Patricio Medina Chicaiza³

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

ricardopmedina@uta.edu.ec

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

pmedina@pucesa.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2736-8214>

RESUMEN

Los agentes conversacionales son programas diseñados para comunicarse con los usuarios por medio de mensajes de texto o voz, que busca dar como resultado una conversación natural. El estudio tuvo como objetivo mejorar el proceso de atención e información a estudiantes de educación superior privada, ofrecer respuestas rápidas, personalizadas y disponibles en todo momento. Para ello se hizo una revisión bibliográfica y se creó un prototipo en la plataforma *voiceflow*, basado en un diseño netamente enfocado en las necesidades de los principales usuarios. Se realizaron pruebas donde se aplicó la matriz TAM para evaluar la utilidad percibida y la facilidad de uso con 150 estudiantes universitarios. Los resultados mostraron que el chatbot entrega información clara, rápida y personalizada sobre la oferta académica, requisitos de admisión y procesos institucionales, lo que mejora significativamente la experiencia de los usuarios. Además, ayudan con la automatización de tareas y reducir la carga de trabajo en actividades repetitivas. La opinión positiva que brindaron los estudiantes demostró que la tecnología es bien recibida en el ámbito educativo. Se concluyó que los agentes conversacionales pueden mejorar la comunicación institucional, asistir en las decisiones de cursos y convertirse en una herramienta importante para la educación superior digital.

PALABRAS CLAVE: inteligencia Artificial, agente conversacional, educación superior, marketing educativo, captación estudiantil

ABSTRACT

Conversational agents are programs designed to communicate with users through text or voice messages, which seek to result in a natural conversation. The study aims to improve the process of attention and information to private higher education students, offer quick, personalized and available answers at all times. For this, a bibliographic review was made, and a prototype was created on the *voiceflow* platform, based on a design clearly focused on the needs of our main users. Tests were carried out where the TAM matrix was applied to evaluate the perceived usefulness and ease of use with 150 university students. The results showed that the chatbot delivers clear, fast and personalized information about the academic offer, admission requirements and institutional processes, which significantly improves the user experience. In addition, they help with task automation and reduce the workload in repetitive activities. The positive opinion provided by the student's shows that technology is well received in the educational field. It is concluded that conversational agents can improve institutional communication, assist in course decisions and become an important tool for digital higher education.

KEYWORDS: artificial intelligence, conversational agent, higher education, educational marketing, student recruitment

Introducción

La comunicación digital se ha consolidado como un elemento central en la sociedad actual, lo que ha generado un cambio fundamental en la forma en que las personas comparten información y se conectan. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han evolucionado la manera en la que las personas y organizaciones se comunican, dando paso a las redes sociales conectadas a nivel global. Gracias a ello, hoy en día es posible establecer una comunicación rápida y espontánea, sin depender de un lugar o centro específico. Las plataformas digitales, las redes sociales, el correo electrónico y diversas herramientas tecnológicas se han convertido en elementos de gran importancia para compartir mensajes, tanto en contextos personales como profesionales, de acuerdo con Van Dijk (2020). Además, López et al. (2021) señalaron que la comunicación digital no solo facilita la interacción y el acceso instantáneo a la información, sino que también transforma la participación y toma de decisiones en múltiples áreas. Además, esta forma de comunicación ha generado una profunda transformación, tanto en el ámbito tecnológico como en la vida cotidiana, que influye en diversos factores del día a día de los usuarios. Aunque su impacto ha sido positivo trae consigo retos que deben ser atendidos desde diferentes perspectivas y áreas de conocimiento.

Por otro lado, la Inteligencia Artificial (IA) desempeña un papel importante en el desarrollo de nuevas tecnologías que se usan en las distintas áreas como la automatización de tareas y el apoyo en la toma de decisiones. Estas tecnologías utilizan programas y métodos especializados para analizar datos, identificar patrones y realizar predicciones de forma más precisa Arbeláez et al. (2021). En el ámbito industrial, la IA se emplea para optimizar procesos de producción, reducir costos y ahorrar el tiempo. Además, contribuye en la prevención de fallas en los sistemas, lo que permite a las empresas operar de manera más eficiente, y así genere sostenibilidad al negocio (Biagini et al., 2020). Del mismo modo, su implementación en áreas como educación y salud han permitido crear herramientas nuevas e inteligentes, tales como plataformas de aprendizaje personalizadas y sistemas de diagnósticos médicos que mejoran la atención y el acceso a servicios. (Renz y Hilbig, 2020).

Los agentes conversacionales, también conocidos como *chatbots*, son sistemas basados en Inteligencia Artificial diseñados para interactuar con los usuarios mediante lenguaje natural, ya sea a través de texto o voz. Estos sistemas usan métodos avanzados para comprender el lenguaje y aprender de la información que reciben, con el fin de responder de manera correcta las preguntas que tienen los usuarios (Artiles et al., 2021). Para las empresas, los *chatbots* representan una herramienta altamente útil, ya que permiten atender a varias personas al mismo tiempo, reducir gastos y mejorar la atención a los usuarios, especialmente en tareas repetitivas como responder preguntas que se realizan frecuentemente, según Fondevila et al. (2024). Además, estos agentes son utilizados con la finalidad de ofrecer apoyo personalizado a los usuarios en el aprendizaje autónomo y en la mejora de la interacción virtual, de acuerdo con Artiles et al. (2021). Aunque su implementación presenta retos relacionados con la interpretación adecuada de contextos complejos, los estudios destacan un impacto positivo en la satisfacción y fidelidad de los usuarios, especialmente cuando se enfocan en la eficiencia y eficacia (Fondevila et al., 2024).

En cuanto al marketing educativo se ha establecido como una estrategia fundamental para las instituciones de educación superior, ya que, además de atraer nuevos estudiantes, también busca lograr su retención donde se cumpla así con sus expectativas tanto académicas como personales. El marketing educativo se entiende como un proceso que analiza las necesidades sociales al momento de crear los servicios de la oferta educativa, con el propósito de ajustarse a estas demandas y contribuir al bienestar de las personas y organizaciones educativas. De acuerdo con Larios Gómez (2014) esta herramienta es útil para las instituciones ya que ayudan al crecimiento académico de los estudiantes, conocer programas educativos de alta calidad. Diversos autores coinciden que el marketing educativo no solo son las carreras que ofrecen si no también su infraestructura, el apoyo que brindan las instituciones y acompañamiento durante todo su periodo.

Este estudio surgió debido a la gran competencia entre las universidades privadas y su necesidad de implementar estrategias digitales que permitan tener una comunicación más clara y directa con los futuros estudiantes. En la actualidad, donde la comunicación ha cambiado gracias a las tecnologías con IA, los agentes conversacionales son la manera nueva, fácil y útil para mejorar la forma en la que se atrae clientes potenciales. Estos agentes brindan una atención más rápida, personalizada y logran que los usuarios tengan una mejor experiencia. La importancia de este estudio se centró en la ayuda a crear mejores estrategias educativas para generaciones futuras y sirve también para brindar información a las instituciones y que sepan que pueden enfrentar cambios constantes dentro del mundo digital. El objetivo de este estudio fue analizar cómo usar un agente conversacional para atraer y captar estudiantes para la educación superior privada y de esta manera lograr ver si la herramienta es útil e innovadora en el proceso de enseñanza.

Metodología

Para realizar esta investigación, se decidió usar un método que mezcla un estudio teórico y una investigación práctica, con el fin de conocer y comprender como los agentes conversacionales se aplican dentro del marketing. Se vio necesario utilizar una revisión teórica para así conocer como los distintos autores explican estos temas con el fin de definir conceptos principales y centrales que nos ayuden a su comprensión, también con la construcción del agente conversacional para que el mismo sirva como ejemplo práctico que ayuda a mejorar la comunicación entre instituciones y estudiantes. Por consiguiente, se definieron las fases donde dentro de la primera se recogieron datos que se aplicaron al personal administrativo, al área de marketing y a los estudiantes universitarios. También se analizó información de fuentes confiables como artículos científicos, tesis y varios documentos importantes para la investigación. El criterio principal para la selección fue la relación con el uso de tecnologías que se basen en inteligencia artificial, dándole un principal enfoque a aquellas que se utilizan dentro del entorno universitario y enfocado en los programas de posgrados.

En la segunda fase, se utilizaron instrumentos metodológicos óptimos para la recolección de la información lo que facilitó el análisis de la situación. Es por esto que se decidió usar *Voiceflow* porque tiene una interfaz fácil de usar, se conecta bien con tecnologías que entienden el lenguaje natural y permite usarla en diferentes canales de comunicación. La combinación de estas estrategias no solo permitió adaptar el objeto de estudio dentro de un marco teórico, sino que

también poder comprender las dinámicas, oportunidades y desafíos mediante el uso de un agente conversacional y otras herramientas de inteligencia artificial en las instituciones de educación superior, con la finalidad de crear y comprobar el funcionamiento de una herramienta digital dedicada a facilitar el proceso de atracción de nuevos estudiantes en el sector universitario superior privado.

La metodología utilizada dentro de la fase tres siguió una estructura dividida en etapas y desarrollada por Yuquilema et al. (2024), que va desde la idea inicial hasta la evaluación del sistema implementado. Esta fase propone una idea desarrollada en la que se toma en cuenta las necesidades de los usuarios y que busca herramientas fáciles de utilizar, útiles y cercanas en la manera de interactuar con las personas.

El propósito de la fase 4 fue lograr que el *chatbot* sea mucho más rápido y eficiente al momento de brindar el servicio de información a los futuros estudiantes, ofreciéndoles de esta manera programas y requisitos para ingresar a un posgrado (McTear, 2020; Doneby, 2024). Por lo que se estructuraron flujos conversacionales según los posibles temas a tratar, se establecieron preguntas en temas específicos y también algunos condicionantes que nos permite adaptar respuestas de acuerdo con el perfil de nuestro consumidor potencial y las necesidades que llegue a tener cada usuario. (Yuquilema et al., 2024)

Posteriormente en la fase 5, se aplicó la matriz TAM, donde se consideró los factores de utilidad percibida y facilidad de uso percibida, con un instrumento compuesto por 10 ítems (cinco para cada factor). La evaluación se llevó a cabo con 150 estudiantes universitarios de niveles superiores, cuyos datos permitieron medir la intención de uso y aceptación tecnológica del sistema en el contexto de captación de estudiantes para programas de posgrado en una institución de educación superior privada (Yuquilema et al., 2024).

Resultados

Los agentes conversacionales, también conocidos como *chatbots*, son herramientas basadas en Inteligencia Artificial que permiten interactuar con los usuarios mediante lenguaje natural, en el que simula un diálogo humano. Estos sistemas funcionan mediante esquemas de preguntas y respuestas que les permiten identificar las necesidades del usuario e implementar soluciones adecuadas, donde se aprende de manera continua a través de tecnologías de aprendizaje automático (Maigua et al., 2021; Wahde y Virgolin, 2022). Se emplean con éxito en diversos campos, ya que optimizan el proceso de interacción del usuario, brinda respuestas únicas y efectivas. Varios autores coinciden en que un agente conversacional es un software diseñado para comunicarse, ya sea por texto o voz, con fines que pueden ser informativos, educativos o de asistencia, en la cual depende del ámbito en el que se encuentren (Arias et al., 2024).

Se puede señalar que el marketing educativo ha tomado gran importancia en la educación superior privada, especialmente en un entorno activo y competitivo donde la atracción de estudiantes se ha convertido en una necesidad. Este agente conversacional no solo está enfocado en cumplir expectativas al público objetivo, sino que además busca ofrecer un gran valor mediante ofertas académicas que ayuden a responder a las necesidades del usuario (Parra et al., 2022). Por

consiguiente, se entiende como un grupo de estrategias orientadas al diseño, comercialización y servicios educativos, y así poder fomentar el autodesarrollo desde una perspectiva ética (Núñez, 2017).

En cuanto a la actualización de tecnologías dentro de la educación, el uso de ha sido de gran importancia para varios propósitos. El entorno visual permite el desarrollo de conversaciones complejas sin tener el conocimiento de programación avanzada, lo que ayuda en varios campos como es diseño, programación y educación (Doneby, 2024). La capacidad de conectarse con botones de Inteligencia Artificial como lo es GPT o *Dialogflow*, convierte agente conversacional en una opción viable para fomentar el aprendizaje y ser apoyo personalizado en usuarios.

3.1. Acercamiento teórico a la definición de agentes conversacionales y marketing educativo.

Los agentes conversacionales o más conocidos como *chatbots* son sistemas de Inteligencia Artificial hechos para dialogar con usuarios de la mano del procesamiento del lenguaje. Estos programas se desarrollan mediante un sistema de preguntas y respuestas que representa una comunicación natural. Debido a tecnologías como el aprendizaje automático, sus tasas de respuesta pueden mejorar siempre. Estos agentes se aplican en diversos campos como el servicio al cliente, la educación e incluso la salud, de tal manera que mejore la experiencia del usuario y ofrezca soluciones personalizadas. Así, proporciona a los clientes una interacción más fluida y eficiente a medida que estos agentes se acercan cada vez más a una conversación humana real (Maigua et al., 2021).

Inicialmente, en la *Tabla 1* se exponen la conceptualización de los agentes conversacionales, basada en los planteamientos teóricos de varios autores. A partir de estos enfoques, se desarrolla una definición propia.

Tabla 1
Definiciones de Agente Conversacional.

Referencias bibliográficas	Definición
Maigua et al. (2021)	Los agentes conversacionales son programas que utilizan procesamiento de lenguaje natural con un sistema de preguntas y respuestas.
Wahde & Virgolin (2022)	Los agentes conversacionales (CAs) son sistemas diseñados para mantener una conversación con un usuario, ya sea para fines causales o con objetivos específicos dentro de un dominio particular.
Arias et al. (2024)	Un agente conversacional es un sistema de software que puede interactuar o ‘charlar’ con un usuario humano en un lenguaje natural de una manera fluida.
Mena Guacas et al. (2024)	Un agente conversacional es un sistema de <i>software</i> que permite emular la comunicación son un ser humano a través de mensajes de texto o voz.

En este sentido, a partir de los aportes antes mencionados, se define que un agente conversacional es un software diseñado para interactuar con los usuarios a través de mensajes de texto o voz, busca simular una conversación natural y su finalidad puede ser educativa, de asistencia o enfocada en un área específica.

En cuanto a marketing educativo se ha establecido como una herramienta estratégica fundamental para la educación superior privada, especialmente en un entorno dinámico y competitivo donde la captación y retención de estudiantes son prioridades clave. De acuerdo con Parra et al. (2022), el marketing educativo, no solo satisface las necesidades del público objetivo, sino que genera valor mediante ofertas académicas. Esta perspectiva involucra que se agregue estrategias específicas, como lo son el análisis de necesidades, promoción de servicios educativos y creación de experiencias con la finalidad de fidelizar a los usuarios.

A continuación, en la *Tabla 2* se presenta la conceptualización del marketing educativo, desarrollada a partir de los enfoques teóricos de autores distintos sobre el tema. Con base en estos planteamientos, se formula un concepto propio dentro de este mismo contexto.

Tabla 2
Definiciones de Marketing Educativo.

Referencias bibliográficas	Definición
Núñez (2017)	Conjunto de métodos y estrategias que las instituciones de educación emplean para satisfacer las necesidades educativas de las comunidades, familias y los estudiantes de una manera más rentable.
Llorente (2019)	Sucesión de análisis que permite la exploración de las necesidades sociales e implementa proyectos educativos que ayuden a la satisfacción, a través del desarrollo de valores percibidos, espacio y servicios de educación éticos.
Pulido & Olivera (2019)	Realiza actividades comerciales y gestiona el proceso de servicios educativos de las instituciones (escuelas) que brindan a los usuarios (estudiantes/tutores) los servicios solicitados.
Gómez (2021)	Herramienta de gestión estratégica, implementada por instituciones educativas y capaces de responder a las necesidades de desarrollo personal para adquirir nuevos conocimientos, a través de la comercialización de servicios educativos, directa o indirectamente.

Nota: Elaboración propia a partir de Parra et al. (2022).

De esta manera, con base en los aportes previamente expuestos, se determina que el marketing educativo es una herramienta estratégica que las instituciones utilizan para comercializar servicios educativos, la cual responde a las necesidades de desarrollo personal y social a través de la oferta de valores y espacios éticos.

3.2. Construcción de un agente conversacional

De acuerdo con Yuquilema et al. (2024), para crear un chatbot es fundamental seguir un proceso estructurado compuesto por cinco fases. En primer lugar, la definición del objetivo, donde se establece la finalidad del chatbot en función de las necesidades de los usuarios. Luego, la selección de la plataforma, en la que se elige la tecnología más adecuada para su implementación. Posteriormente, el diseño del chatbot, que abarca la planificación de la estructura conversacional y la interfaz de usuario. La siguiente fase es el desarrollo del chatbot, en la que se lleva a cabo la programación y las pruebas iniciales. Finalmente, se realiza la etapa de pruebas y

evaluación, donde se analiza la funcionalidad, la usabilidad y el impacto del chatbot antes de su implementación definitiva.

Fase 1: Definición del objetivo

La primera fase consiste en la definición clara y precisa del objetivo que se desea alcanzar y como objetivo principal en este escenario es automatizar y optimizar el proceso de atención e información a aspirantes, en la cual brinda respuestas inmediatas, personalizadas y disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Tabla 3
Definición del objetivo.

Aspecto	Descripción
Análisis previo	Se realizaron entrevistas a personal administrativo y de <i>marketing</i> con el objetivo de conocer las necesidades más frecuentes de los usuarios que necesitan información sobre programas en posgrados.
Determinación de características principales	Se definieron las funciones esenciales del <i>chatbot</i> , entre ellas brindar soporte en consultas de posgrados.

Nota: Elaboración propia a partir de Yuquilema et al. (2024)

De esta manera el agente conversacional constituye una solución tecnológica orientada a la mejora del proceso de atención e información a candidatos a estudios de posgrado con capacidad para ofrecer respuestas inmediatas, personalizadas y disponibles permanentemente. Su desarrollo se fundamenta en el análisis de necesidades recurrentes de los usuarios y en la identificación de funciones esenciales para el soporte académico.

Fase 2: Selección de la plataforma

Una parte muy importante al crear el agente conversacional fue elegir la plataforma en la que se va a desarrollar, ya que esto será un papel importante al momento de implementarlo, que tanto podría crecer en el futuro y que tan favorable seria la experiencia para el usuario. Después de comparar varias opciones, se optó por la plataforma voiceflow, una plataforma que permite crear chatbots conversacionales que no se utilice una programación avanzada y se implementó una interfaz visual basada en bloques (Doneby, 2024). La decisión se tomó en cuenta en varios aspectos tales como buscar que la plataforma sea fácil de usar para distintas áreas, que esta pueda aliarse con tecnologías de IA, que conectara con diferentes canales como páginas web y asistente de voz que permiten crear conversaciones de manera más organizada. Al elegir herramientas que involucran una interacción con personas, debemos saber las capacidades técnicas como adaptarse a contextos culturales y a la forma de comunicarse.

La *Tabla 4* a continuación resume las características de voiceflow frente a otras alternativas consideradas durante el proceso de selección:

Tabla 4

Análisis Comparativo de Plataformas para el Desarrollo de Agentes Conversacionales.

Plataforma	Interfaz visual	Integración con IA	Capacidad multicanal	Requiere programación
Voiceflow	Intuitiva y dinámica	Compatible con GPT, <i>dialogflow</i> , entre otras	Sí	No
Dialogflow	Funcional, limitada en diseño	Alta (motor propio de Google)	Sí	Parcial
Botpress	Compleja, técnica	Alta	Limitada	Sí
Rasa	No disponible (basado en código)	Alta (modelo propio)	Parcial	Sí
ManyChat	Visual orientada a <i>marketing</i>	Limitada	Sí (en redes sociales)	No

Voiceflow destacó frente a otras opciones debido a su diseño visual fácil de usar, que facilita el trabajo entre diseñadores, desarrolladores y expertos en educación, además de permitir prototipos funcionales en menor tiempo (McTear, 2020). También se puede conectar con NLP (Procesamiento del Lenguaje Natural) como *dialogflow* o GPT, lo cual resulta ideal para entornos académicos donde se requiere una comprensión precisa de las necesidades del usuario.

Fase 3: Diseño del chatbot

Una vez elegida la plataforma, se diseñó el chatbot se dió uso a voiceflow, ya que su interfaz visual permite crear conversaciones bien organizadas sin necesidad de saber cómo se programa. Se usó una metodología enfocada en el usuario, con el objetivo de lograr una experiencia clara, intuitiva y fácil de utilizar. El flujo conversacional se dividió en temas, como información sobre los posgrados, requisitos para ingresar y como lograr contactarse con el área de admisiones. Esta segmentación mejora la experiencia de navegación de acuerdo con McTear (2020), quien sugiere que los sistemas conversacionales deben presentar una arquitectura para que el usuario pueda navegar fácilmente y sin problemas.

Se añadieron funciones especiales del procesamiento de lenguaje natural, que permiten al chatbot entender mejor las preguntas que hace el usuario. Además, se utilizaron boques que condicionan ("if/else") y que permite al chatbot brindar respuestas personalizadas según lo que el usuario solicite. El lenguaje utilizado por el chatbot fue creado con la idea de generar una conexión emocional, claro y motivador, con el propósito de fortalecer la conexión experiencial con los posibles postulantes.

Fase 4: Desarrollo del Chatbot

Durante esta fase, se construyó el agente conversacional y se tomó como referencia los esquemas y secuencias de diálogo definidos con anterioridad. Se incorporaron las funciones esenciales y se realizaron pruebas rigurosas con el fin de asegurar su correcto desempeño y eficiencia operativa.

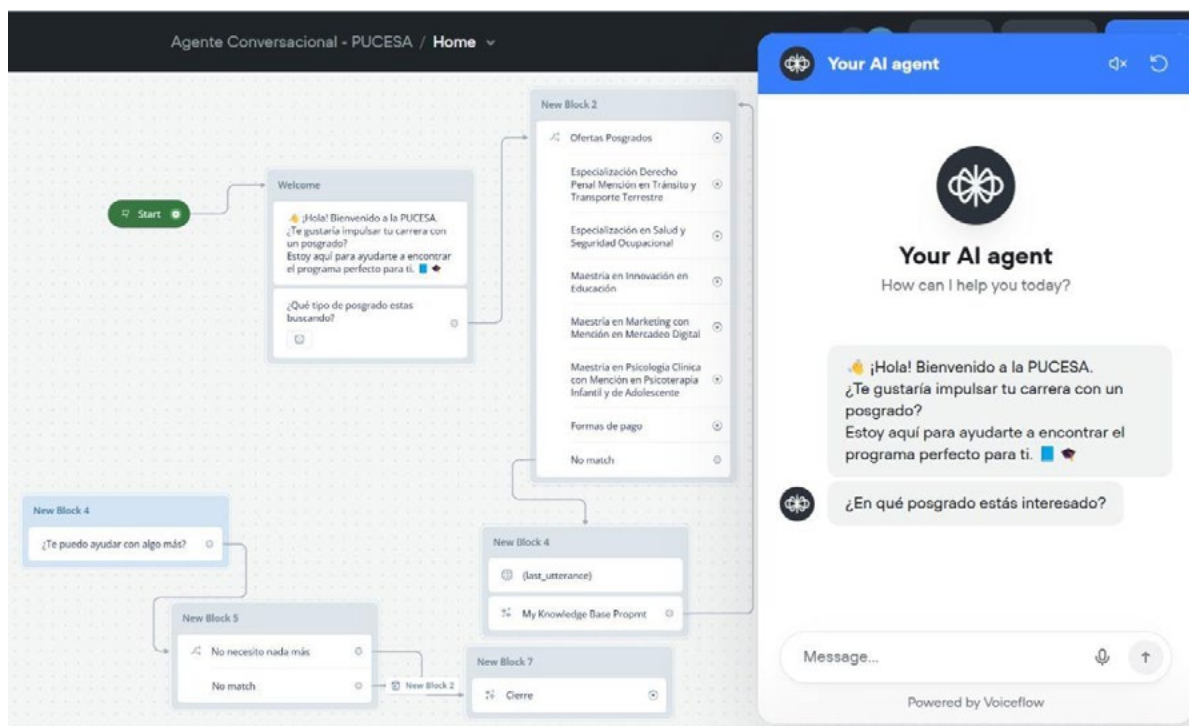
En el proceso de creación del chatbot se llevaron a cabo varias etapas esenciales que ayudaron a asegurar el óptimo desempeño. Según Yuquilema et al. (2024) se inicia con la implementación de funciones fundamentales que comprenden la programación de respuestas ágiles y automáticas donde se incorpora datos a través de documentación brindada por las instituciones y configurada de características específicas dentro de Voiceflow.

Posteriormente, se elaboró un diagrama de flujo que abarca todas las posibles interacciones con los usuarios, con el fin de garantizar una navegación clara y estructurada. Posteriormente, se llevaron a cabo pruebas de usabilidad con un grupo específico de participantes, con el propósito de analizar la operatividad del sistema, la calidad de las respuestas generadas y la facilidad de uso. A partir de los resultados obtenidos, se implementaron mejoras enfocadas en aumentar la eficiencia y la experiencia del usuario. Finalmente, tras realizar los ajustes necesarios, el sistema conversacional quedó listo para su implementación.

El resultado del desarrollo del chatbot se presenta en la Figura 1, donde se puede observar la interfaz de voiceflow que muestra el diseño finalizado del agente conversacional.

Figura 1

Interfaz de Voiceflow con el Flujo del Chatbot.



Nota: <https://creator.voiceflow.com/prototype/67fd8884402fbd3ba7632681>

Fase 5: Pruebas y evaluación

En esta etapa, se efectuaron varias pruebas orientadas a evaluar distintos aspectos del chatbot. Entre ellas, se aplicaron pruebas de usabilidad con el objetivo de analizar la experiencia del usuario.

Tabla 5
Pruebas y evaluación.

Aspecto	Descripción Parafraseada
Evaluación de usabilidad	Analizar la interacción del usuario con el <i>chatbot</i> en cuanto a facilidad de uso, accesibilidad y nivel de satisfacción.
Verificación de funciones	Comprobar que todas las funciones del <i>chatbot</i> , como las respuestas automáticas, conexiones con otras plataformas y comandos específicos, operen adecuadamente en distintos contextos.
Análisis del impacto	Determinar el efecto del <i>chatbot</i> en la experiencia del usuario y en la optimización de los procesos administrativos.
Registro de resultados	Recopilar y presentar los resultados obtenidos de todas las evaluaciones realizadas.

Nota: Elaboración propia en base al autor Yuquilema et al. (2024).

Seguidamente, se emplea la matriz TAM para evaluar la adopción y aceptación del chatbot por parte de los usuarios, en el que se considera que la utilidad percibida y la facilidad de uso que son factores determinantes para comprender su intención de utilizarlo. En la *Tabla 6* se observa diez ítems de los cuales cinco es para la Utilidad percibida y 5 para la facilidad de Uso percibida.

Tabla 6
Validación de la Matriz TAM.

INSTRUMENTO	
Factor: Utilidad Percibida UP	
UP1	El uso del agente conversacional me permite obtener información sobre programas de posgrado de forma rápida.
UP2	Considero que este agente conversacional mejora mi experiencia al buscar opciones de posgrado en instituciones privadas.
UP3	Encuentro que el agente conversacional es una alternativa útil frente a otros medios para informarme sobre posgrados (como páginas web o redes sociales).
UP4	El agente conversacional facilita la comprensión de los requisitos de admisión a programas de posgrado.
UP5	Me siento satisfecho/a con la información que el agente conversacional me brinda sobre la oferta de posgrados en instituciones privadas.
Factor: Facilidad de Uso Percibida (FUP)	
FUP1	Aprender a usar el agente conversacional fue fácil para mí.
FUP2	Hacer consultas sobre programas de posgrado mediante el agente conversacional es sencillo.
FUP3	La interacción con el agente conversacional es clara y comprensible.
FUP4	En general, considero que el agente conversacional es fácil de usar para obtener información sobre posgrados.
FUP5	Me gustaría seguir con el uso del agente conversacional para futuras consultas sobre estudios de posgrado.

Nota: Adaptado del autor Yuquilema et al. (2024).

Finalmente, se realiza una evaluación con 150 estudiantes universitarios de la institución superior privada de niveles superiores que busquen y se interesen en ser parte de una maestría; cuyos resultados se encuentran detallados en la *Tabla 6*.

Tabla 7
Resultado de Utilidad percibida y Facilidad de Uso Percibida

Utilidad Percibida (UP)							Facilidad de Uso Percibida (FUP)				
	Items N°	UP1	UP2	UP3	UP4	UP5	FUP1	FUP2	FUP3	FUP4	FUP5
Frecuencia	1	5	4	6	3	7	6	5	5	4	7
	2	5	4	3	4	2	0	4	2	5	1
	3	9	10	10	14	7	12	12	10	13	11
	4	72	82	89	90	98	93	91	98	92	92
	5	59	50	42	39	36	39	38	35	36	39
	Total	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

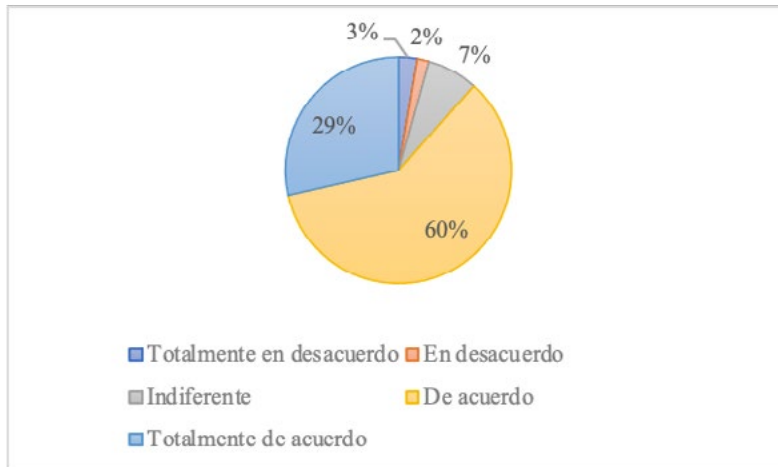
Nota: Adaptado del autor Yuquilema et al. (2024).

Tabla 8
Resultados Porcentuales, de los Ítems de Utilidad Percibida y Facilidad de Uso Percibida.

Utilidad Percibida (UP)							Facilidad de Uso Percibida (FUP)				
	Items N°	UP1	UP2	UP3	UP4	UP5	FUP1	FUP2	FUP3	FUP4	FUP5
Porcentaje	1	3%	3%	4%	2%	5%	4%	3%	3%	3%	5%
	2	3%	3%	2%	3%	1%	0%	3%	1%	3%	1%
	3	6%	7%	7%	9%	5%	8%	8%	7%	9%	7%
	4	48%	55%	59%	60%	65%	62%	61%	65%	61%	61%
	5	39%	33%	28%	26%	24%	26%	25%	23%	24%	26%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 2
Resultados sobre la Intención de uso y adopción del chatbot.



A partir de la *Figura 2*, se puede observar que la utilidad percibida y la facilidad de uso son fundamental para la mejora del acceso a la información académica sobre los programas de posgrados. Como resultados, se señala que un 60% de los estudiantes tiene una percepción positiva del agente conversacional, en la cual se destaca su eficiencia y facilidad de comunicación, que son factores importantes para su aceptación.

Esta investigación ha demostrado que al implementar un chatbot para la captación de estudiantes en la educación superior privada es efectiva ya que responde de manera correcta y puntual a las principales inquietudes de los estudiantes. Especialmente, en áreas de gran impacto que son para obtener información sobre procesos de inscripción, planes de estudios, costos de inversión y detalles sobre el perfil del estudiante. Los resultados indicaron que la demanda más frecuente por parte de estudiantes es el acceso rápido y confiable a la hora de brindar información actualizada sobre los programas de posgrados.

Conclusiones

Este estudio dio como finalidad que, el uso de un agente conversacional basado en Inteligencia Artificial es viable como instrumento para la captación de estudiantes de la educación superior privada. La implementación del chatbot permitió el acceso a información importante sobre los programas de posgrados, procesos de inscripción, planes de estudios, costos de inversión y detalles sobre el perfil del estudiante con preguntas y respuestas personalizadas y fácil acceso.

Aplicar un enfoque práctico ayudo a entender mejor el problema y buscar una solución que realmente funcionara y se logró gracias al uso de voiceflow. Esta herramienta permitió crear el agente conversacional de manera sencilla. Se usó una metodología que ayudo a crear un prototipo de acuerdo con los objetivos. Los estudiantes valoraron positivamente su utilidad y facilidad de uso. Esto demostró que los agentes conversacionales pueden mejorar la experiencia del usuario y ayuda a la toma de decisiones académicas.

Las pruebas del chatbot se mostraron que gran porcentaje de los estudiantes quedaron satisfechos con su facilidad de uso, rapidez de respuestas y la capacidad de resolver dudas antes

los programas de posgrados. Esto indica que el estudio tuvo un impacto positivo en el proceso de atención y orientación a potenciales estudiantes. En cuanto en administración, este sistema ayudo a la automatización de tareas y reducir actividad operacional en el personal. Además, al usar herramientas tecnológicas que son fáciles de usar y entender, como lo es voiceflow, permitió crear un chatbot sin necesidad de conocer sobre programación avanzada.

El uso de chatbots o agentes conversacionales en instituciones de educación superior ayuda a responder mejor las necesidades de los estudiantes, de igual manera mejora la funcionalidad de operaciones internas, gracias a esto, la Inteligencia Artificial se puede usar como herramienta de apoyo para el proceso de transformación digital en la educación. En el futuro, se podría seguir en el desarrollo de esta propuesta con funciones más avanzadas, como la capacidad de predecir lo que el usuario necesita o adaptarse a diferentes situaciones. Esto permitirá que la interacción con los estudiantes sea más útil y personalizada, de igual manera ayudaría a entender mejor como estos sistemas influyen a largo plazo.

Agradecimiento

Este artículo se deriva del proyecto de investigación denominado “Innovación en la Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato”, aprobado mediante resolución No. UTA-CONIN-2023-0374-R por la DIDE y del grupo de investigación DeTei de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Referencias

- Arbeláez, D., Villasmil, J., y Rojas, M. (2021). Inteligencia artificial y condición humana: ¿Entidades contrapuestas o fuerzas complementarias? *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28066593034>
- Arias, D., Ramos, T., y Cangalaya, L. (2024). Análisis y tendencias en el uso de chatbots y agentes conversacionales en el campo de la educación: una revisión bibliométrica. *Innovaciones Educativas*, 26(41), 242-260. <https://doi.org/10.22458/ie.v26i41.5135>
- Artiles, J., Guerra, M., Aguiar, V., y Rodríguez, J. (2021). Agente conversacional virtual: la inteligencia artificial para el aprendizaje autónomo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (62), 107-144. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.86171>
- Biagini, V., Subasic, M., Oudalov, A., y Kreusel, J. (2020). The autonomous grid: Automation, intelligence and the future of power systems. *Energy Research & Social Science*, 65, 122-139. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101460>
- Doneby, L. (2024). Cómo crear Chatbots con IA. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=mn6mOkiYjlg&t=1859s>
- Fondevila, J., Huamanchumo, A., Martín, R., y Gutiérrez, Ó. (2024). El chatbot como factor de éxito comunicativo, de marketing y empresarial: análisis empírico. *Correspondencias & Análisis*, 19, 47-70. <https://doi.org/10.24265/cian.2024.n19.02>
- Larios Gómez, E. (2021). La gestión de la convivencia escolar en la educación básica en México: desde la perspectiva del marketing educativo. *Apuntes Universitarios*, 11(2), 20-47. <https://www.proquest.com/doc-view/2488153553?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Larios Gómez, E. (2014). Mercadotecnia de las instituciones de educación superior. *Cuaderno Profesional de Marketing*, 2(1), 15-29. <https://doaj.org/article/c9292f9175f647b4b7699b6708099b73>
- Llorente, C. (2019). *Marketing educativo: Captación y fidelización de alumnos*. Madrid, España: ESIC.
- López, X., Túñez López, M., & Campos-Domínguez, E. (2021). Redes sociales y participación ciudadana. *Revista de Estudios Sociales*, 34(4), 12-25.
- Maigua, J., Medina, P., y Beltrán, C. (2021). Agente conversacional para consultas sobre servicio médico en una clínica privada. *3C Tecnología. Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 10(2), 47-71. <https://doi.org/10.17993/3ctecno/2021.v10n2e38.47-71>

- McTear, M. F. (2020). *Conversational AI: Dialogue systems, conversational agents, and chatbots*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-39540-7>
- Mena, A., Vázquez, E., Fernández, E., y López, E. (2024). La inteligencia artificial y su producción científica en el campo de la educación. *Formación Universitaria*, 17(1), 155-164. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062024000100155&script=sci_arttext
- Núñez, F. (2017). *Marketing educativo: Cómo comunicar la propuesta de valor de nuestro centro* (Vol. 19). SM España.
- Parra, C., Ulloa, S., y Medina, P. (2022). Revisión sistemática de literatura sobre marketing educativo. *Religación*, 7(33). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9016529>
- Pulido, V. y Olivera, E. (2019). Gerencia educativa: Una visión empresarial de la educación básica. *Revista Científica de la UCSA*, 6(3), 52-62. 10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006.03.052-062
- Renz, A. y Hilbig, R. (2020). Prerequisites for artificial intelligence in further education: Identification of drivers, barriers, and business models of educational technology companies. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00193-3>
- Van Dijk, J. (2020). *The network society* (4ª edición). London: Sage Publications.
- Wahde, M. y Virgolin, M. (2022). *Conversational Agents: Theory and Applications* (Vol. 1). Handbook of Computer Learning and Intelligence.
- Yuquilema, K., Morales, D., Medina, P., y Almeida, J. (2024). Agente conversacional para la comunicación efectiva en instituciones de educación superior. *Investigación y desarrollo*, 20(1). <https://doi.org/10.31243/id.v20.2024.2603>

Copyright (2025) © Eleana Judith Ojeda Valencia; Ericka Melany Trujillo Supe;
Ricardo Patricio Medina Chicaiza



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

NORMAS DE PUBLICACIÓN REVISTA ERUDITUS

La **REVISTA ERUDITUS** es una publicación científica de la Universidad Tecnológica Israel, cuya difusión es trianual: febrero, junio y octubre. Está especializada en Ciencias Administrativas, Económicas y disciplinas afines, con énfasis en la Administración Empresarial y Pública, la Gestión Contable y Financiera y el Turismo Sostenible.

Está orientada a la publicación de artículos de carácter científico, de reflexión y de revisión relacionados con estudios e investigaciones sobre teorías, metodologías y aplicaciones en estas áreas.

La revista acepta trabajos tanto en español como en inglés a fin de facilitar su proyección internacional. Es de acceso abierto y gratuito, e incluye artículos originales de investigación, ensayos y reseñas.

Es importante acotar que las evaluaciones se hacen con pares a doble ciego para garantizar la objetividad y la calidad de las publicaciones.

1. ALCANCE Y POLÍTICA

Las aportaciones tienen que ser originales y no haber sido publicados previamente o estar en proceso de revisión de otro medio.

Estas pueden ser mediante:

- **Artículos:** trabajos de naturaleza teórica y empírica con una extensión de entre 12 y 16 páginas, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), institución, correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos), keywords, introducción, metodología, resultados, conclusiones y referencias bibliográficas.

- **Ensayos:** son revisiones exhaustivas del estado de la cuestión de un tema de investigación reciente y actual justificado mediante la búsqueda sistemática de autores que traten sobre esa problemática. Para esta sección se aceptan trabajos con un máximo de entre 12 y 16 páginas, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), institución, correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se

aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos), keywords, introducción, desarrollo, debate/discusión/conclusiones y referencias bibliográficas.

- **Reseñas:** consiste en la valoración crítica de un autor, un libro u obra artística en la que se realice una evaluación o crítica constructiva. Tiene una extensión de máximo 12 páginas incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos debido a su baja calidad), keywords, introducción, desarrollo, debate/discusión/conclusiones y referencias bibliográficas.

2. PROCESO EDITORIAL

Se informa a los autores que los trabajos que se publicaran deben respetar el formato de la plantilla establecida y ser enviados exclusivamente por el OJS (Open Journal System): <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re>, por esa vía se manejará el proceso de estimación/deseestimación y de aceptación/rechazo, así como en caso de aceptación, el proceso de revisión.

En el período máximo de 30 días, a partir de la recepción de cada trabajo, los autores recibirán una notificación. En caso de que el manuscrito presente deficiencias formales o no se incluya en el focus temático de la publicación, el Editor principal o Director Científico desestimarán formal o temáticamente el trabajo sin opción de reclamo por parte del autor. Por el contrario, si presenta carencias formales superficiales, se devolverá al autor para su corrección antes del inicio del proceso de evaluación. Para ello se establecen las siguientes categorías: **aceptado, aceptado con cambios menores, aceptado con cambios mayores, rechazado.**

Se solicita a los autores que una vez recibida la resolución por parte del Editor de la Revista o del Director Científico envíen el documento corregido en no más de 30 días para una segunda revisión, salvo a aquellos autores a quienes se ha notificado su documento como rechazado.

Los manuscritos serán evaluados científicamente, de forma anónima por pares expertos en la temática, con el fin de garantizar la objetividad e independencia de la Revista.

Los criterios de valoración para la aceptación/rechazo de los trabajos por parte del Consejo Editor son los siguientes:

- Actualidad y novedad.
- Relevancia y significación: avance del conocimiento científico.
- Originalidad.
- Fiabilidad y validez científica: calidad metodológica contrastada.
- Organización (coherencia lógica y presentación formal).
- Coautorías y grado de internacionalización de la propuesta y del equipo.

g. Presentación: buena redacción.

3. PRESENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE ORIGINALES

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Times New Roman 12, interlineado simple, con alineación a la izquierda y sin tabuladores ni retornos de carros entre párrafos. Solo se separan con un retorno los grandes bloques (autor, título, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes. Los trabajos se presentan en Word para PC. Las normas de citas y bibliografía se basan en APA 7ma edición.

A continuación, se detalla en profundidad como debe desarrollarse el texto académico:

- Nombres y apellidos completos de cada uno de los autores (máximo 4) por orden de prelación, el número de escritores deberá estar justificado por el tema, su complejidad y extensión. Junto a los nombres ha de seguir la institución, correo electrónico de cada autor y código ORCID.
- Resumen en español con un máximo de 200 palabras, donde se describirá de forma concisa el motivo y el objetivo de la investigación, la metodología empleada, los resultados más destacados y principales conclusiones, con la siguiente estructura: justificación del tema, objetivos, metodología del estudio, resultados y conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal en tercera persona: "El presente trabajo se analizó..."
- Abstract en inglés con un máximo de 200 palabras. Para su elaboración, al igual que para el título y los keywords, no se admite el empleo de traductores automáticos. Los revisores analizan también este factor al valorar el trabajo
- De 4-6 palabras clave en español/ 4-6 keywords en inglés.
- Introducción: debe incluir los fundamentos y el propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la revisión de la literatura más significativa proveniente de fuentes válidas y de calidad académica.
- Metodología: Será presentado con la precisión que sea conveniente para que el lector comprenda y confirme el desarrollo de la investigación. Se describirá el enfoque metodológico adoptado, la población y muestra, así como las técnicas seleccionadas.
- Resultados: se realizará una exposición de la información recabada durante el proceso de investigación. En caso de ser necesario los resultados se expondrán en figuras o/y tablas (**Ver plantilla de estilo**)
- Conclusiones: resumirá los hallazgos, relacionando las propias observaciones con otros estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones sin reiterar datos ya comentados en otros apartados.
- Referencias bibliográficas: Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. No debe incluirse bibliografía no citada en el texto. El número de referencias bibliográficas deben ser como mínimo 12 y máximo 20, cantidad necesaria para contextualizar el marco teórico, la metodología usada y los resultados de investigación. Se

presentarán alfabéticamente por el apellido primero del autor (agregando el segundo solo en caso de que el primero sea de uso muy común, y unido con guion). Debe usarse la norma APA 7ma edición.

- Apoyo financiero (opcional): El Council Science Editors recomienda a los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados posteriormente en el manuscrito final.

4. DERECHOS DE AUTOR

Los autores que participen de los procesos de evaluación y publicación de sus ediciones conservan sus derechos de autor, cediendo a la revista el derecho a la primera publicación, tal como establecen las condiciones de reconocimiento en la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional \(CC BY\)](#), donde los autores autorizan el libre acceso a sus obras, permitiendo que los lectores copien, distribuyan y transmitan por diversos medios, garantizando una amplia difusión del conocimiento científico publicado.

5. LISTA DE COMPROBACIÓN PARA ENVÍOS

Los investigadores deberán llenar en el OJS la lista de comprobación para envíos. En caso de que no cumpla uno de los requisitos, el autor no podrá subir el archivo. Por ello es necesario que se revisen los siguientes parámetros antes de enviar el documento.

- El envío no ha sido publicado previamente ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista (o se ha proporcionado una explicación al respecto en los comentarios al editor/a).
- El archivo de envío está en formato Microsoft Word.
- Siempre que sea posible, se proporcionan direcciones URL para las referencias.
- El texto alineado a la izquierda con tiene interlineado sencillo; letra Times New Roman, 12 puntos de tamaño de fuente.
- Si se envía a una sección evaluada por pares de la revista, deben seguirse las instrucciones en asegurar una evaluación anónima.

6. PRÁCTICAS DESHONESTAS: PLAGIO Y FRAUDE CIENTÍFICO

En el caso de que haya algún tipo de infracción contra los derechos de la propiedad intelectual, las acciones y procedimientos que se deriven de esa situación serán responsabilidad de los autores/as. En tal sentido, cabe mencionar las siguientes infracciones graves:

- Plagio: consiste en copiar ideas u obras de otros y presentarlas como propias, como por ejemplo el adoptar palabras o ideas de otros autores sin el debido reconocimiento, no

emplear las comillas en una cita literal, dar información errónea sobre la verdadera fuente de la cita, el parafraseo de una fuente sin mencionarla, el parafraseo abusivo, incluso si se menciona la fuente.

- Fraude científico: consiste en la elaboración, falsificación u omisión de información, datos, así como la publicación duplicada de una misma obra y los conflictos de autoría. CITACIÓN Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS el sistema de citación y referencias bibliográficas se ajustarán a las American Psychological Association (Normas APA, 7ª. edición).
- Se respetará de forma tácita el orden de los autores que figure en el documento original enviado.





UISRAEL - 2025

Francisco Pizarro E4-142 y Marieta de Veintimilla

Teléfono: (593) 2 255-5741

reruditus@uisrael.edu.ec

Quito - Ecuador