



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: AT1120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

**Año: XII**

**Número: 2**

**Artículo no.:29**

**Período: 1 de enero al 30 de abril del 2025**

**TÍTULO:** Enfoques estratégicos para la implementación de inteligencia artificial en PYMES de la ciudad de Coca, Provincia de Orellana.

**AUTORES:**

1. Máster. Betty Giomara Valle Fiallos.
2. Est. Jenniffer Cecilia Jaya Fajardo.
3. Máster. Jimena Elizabeth Montes de Oca Sánchez.
4. Máster. Mario Marcelo Yancha Villacís.

**RESUMEN:** El estudio explora la evolución de la inteligencia artificial (IA) y su uso en diferentes áreas empresariales. El objetivo central fue analizar las perspectivas de implementación de la IA en las PyMEs de Coca, Ecuador, identificando tanto sus retos como sus oportunidades. Se adoptó una metodología no experimental con enfoques cualitativos y cuantitativos, aplicando encuestas digitales a los gerentes de PyMEs. Los hallazgos revelan que los propietarios reconocen el potencial de la IA para incrementar la eficiencia, mejorar procesos y aumentar las ganancias. Además, muestran disposición para formarse en herramientas tecnológicas y adaptarse a la IA. El estudio subraya la necesidad de integrar la intuición humana con el análisis proporcionado por la IA en la toma de decisiones empresariales.

**PALABRAS CLAVES:** PyMEs, inteligencia artificial, áreas empresariales, herramientas tecnológicas.

**TITLE:** Strategic approaches for the implementation of artificial intelligence in small and medium enterprises in the city of Coca, Province of Orellana.

**AUTHORS:**

1. Master. Betty Giomara Valle Fiallos.
2. Stud. Jenniffer Cecilia Jaya Fajardo.
3. Master. Jimena Elizabeth Montes de Oca Sánchez.
4. Master. Mario Marcelo Yancha Villacís.

**ABSTRACT:** The study explores the evolution of artificial intelligence (AI) and its use in different business areas. The central objective was to analyze the prospects of AI implementation in SMEs in Coca, Ecuador, identifying both its challenges and opportunities. A non-experimental methodology with qualitative and quantitative approaches was adopted, applying digital surveys to SME managers. The findings reveal that owners recognize the potential of AI to increase efficiency, improve processes and increase profits. In addition, they show willingness to train on technological tools and adapt to AI. The study underscores the need to integrate human intuition with the analytics provided by AI in business decision making.

**KEY WORDS:** SMEs, artificial intelligence, business areas, technological tools.

**INTRODUCCIÓN.**

En el año 1842, la matemática pionera Ada Lovelace desarrolló el primer algoritmo diseñado para ser procesado por una máquina, anticipando capacidades que iban más allá de los simples cálculos numéricos, y ya en el año 1956, en una conferencia organizada por John McCarthy, Marvin Minsky, Claude Shannon y Nathaniel Rochester, se formalizó el concepto de inteligencia artificial, marcando el comienzo de esta disciplina. Este evento fue tan significativo que los cuatro participantes fueron galardonados con el Premio Turing por sus contribuciones (Abeiluk & Gutierrez, 2021).

La inteligencia artificial y el aprendizaje automático varían en su nivel de sofisticación, permitiendo replicar procesos humanos. Algunas instancias son más avanzadas y robustas que otras, posibilitando la replicación de procesos propios de la inteligencia humana (Oliver, 2021).

La inteligencia artificial capacita acciones autónomas con propósitos específicos. Empresas ya la emplean, ejemplo de esto son los chatbots que interpretan problemas de clientes. Aunque no es completamente novedosa, su relevancia se ha ampliado, llegando a más usuarios en la actualidad como en el caso de la automatización contable con inteligencia artificial. Esta es relevante en contextos de desarrollo como Ecuador, donde las PyMEs son fundamentales para el empleo y el PIB; sin embargo, aunque promete eficiencia y precisión, enfrenta desafíos como barreras tecnológicas, falta de capacitación y posibles conflictos con regulaciones contables locales (Garcia et al., 2023).

Es de interés la equivalencia formal entre las neuronas lógicas de McCulloch y Pitts, en el contexto de la teoría de autómatas y el diseño lógico; además, se investigó la conexión con el desarrollo del sistema experto R1 (XCON) por Digital Equipment Corporation, el cual mejoró significativamente la configuración de pedidos de sistemas informáticos, resultando en un notable incremento en las inversiones (Proaño et al., 2017). Estas investigaciones subrayan la conexión entre los modelos de autómatas y variables relevantes, como la aplicación de inteligencia artificial y la gestión de procesos internos en las pequeñas y medianas empresas.

La interacción entre la inteligencia artificial y los humanos es inevitable, con capacidad para reconfigurar aspectos humanos. Esto plantea desafíos en la formación del sujeto, la influencia del contexto en la identidad y la dinámica del macro contexto, incluyendo aspectos sociales, culturales y políticos (Barrios Tao et al., 2020).

En un contexto de competencia empresarial intensa, el uso de tecnologías, como redes sociales, es esencial para atraer clientes. La inteligencia artificial (IA) capacita a estos dispositivos para imitar y superar funciones cognitivas humanas, como la percepción, el razonamiento y el análisis de datos (Zúñiga et al., 2023).

La inteligencia artificial (IA) desempeña un papel crucial en la "cuarta revolución industrial", destacando por su transparencia y complejidad, basada en la referencia humana, su omnipresencia en diversas

aplicaciones y su constante necesidad de renovación y mejora en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (Verdegay et al., 2021).

En áreas como la banca y el marketing, la inteligencia artificial (IA) es relevante. Gestiona operaciones financieras y analiza tendencias de mercado. En finanzas, ayuda a gestionar inversiones y detectar movimientos inusuales; en marketing, simula comportamientos de compradores para entender tendencias. Grandes empresas como Amazon, Microsoft y Google la aprovechan en múltiples aspectos, resaltando su importancia y aplicabilidad en el mundo empresarial actual (Ávila-Tomás et al., 2021).

Según la investigación de Moore (2019) titulada "La inteligencia artificial en el entorno laboral: Desafíos para los trabajadores", las máquinas, tanto analógicas como digitales, siempre han sido herramientas para asistir a los trabajadores en el cálculo del rendimiento laboral y la automatización de tareas.

En la actualidad, el big data se emplea para entrenar algoritmos que pueden prever talentos y habilidades, lo que facilita la supervisión del desempeño humano. Un ejemplo es el análisis predictivo, donde los algoritmos utilizan datos históricos para anticipar eventos futuros, incluyendo el rendimiento laboral basado en el historial del empleado y otros factores relevantes.

Esta transformación impulsará un nuevo enfoque en la toma de decisiones, incrementando beneficios y facilitando el logro de objetivos. Actualmente, la IA se utiliza en el comercio para promover productos y fortalecer la marca (Sánchez et al., 2022).

En el caso de las PyMEs, no se puede dejar de reconocer que las tecnologías emergentes han mejorado significativamente su capacidad para abordar desafíos, interactuar con los clientes y mejorar el desempeño. La inteligencia artificial (IA), que simula la inteligencia humana y aprende de los datos, ofrece diversos beneficios comerciales a través de aplicaciones como automatización de procesos, análisis y fijación de precios dinámicos.

Si bien el 90% de los ejecutivos ven la Inteligencia Artificial como una oportunidad, y su adopción puede aumentar la participación del mercado y los ingresos, la adopción de la IA entre las PyMEs y en los países

en desarrollo ha sido lenta. Los desafíos incluyen cuestiones de aceptabilidad, transparencia y limitaciones financieras, y las PYME enfrentan mayores obstáculos en comparación con las organizaciones más grandes. Los recursos financieros limitados y el acceso al capital exacerbaban aún más estos desafíos (Baabdullah, Alalwan, Slade, Raman, & Khatatneh, 2021).

Es importante conocer las perspectivas de adopción de la inteligencia artificial en las localidades, ya que se prevé falta de capacitación y desconocimiento de si está siendo utilizada. La IA puede mejorar operaciones, la toma de decisiones y fomentar el crecimiento en las PyMEs; por ello, es necesario no solo investigar sobre la automatización de tareas administrativas para un futuro prometedor en los negocios, sino también su conexión con la educación, la simplificación de procesos y reducción de carga laboral.

La mejora de la eficiencia y efectividad en entornos regionales amazónicos es crucial. La deficiencia educativa y la falta de conocimientos administrativos obstaculizan el crecimiento de negocios locales, limitando la optimización de procesos y métodos de gestión.

Este estudio busca examinar las perspectivas de utilización de inteligencia artificial en pequeñas y medianas empresas en Coca, que ofrezca soluciones para mejorar su competitividad y optimizar la gestión interna, es así como se plantea conocer cómo perciben los líderes empresariales de las PyMEs de la ciudad Coca el potencial de la inteligencia artificial para mejorar sus operaciones.

## **DESARROLLO.**

### **Materiales y métodos.**

La investigación se llevó a cabo con un diseño no experimental y se centró en el presente. Se empleó una metodología cuali-cuantitativa con un enfoque exploratorio-descriptivo. Se utilizó un enfoque descriptivo para explicar detalladamente el uso de la inteligencia artificial en las PyMEs de Coca, identificando puntos clave, patrones de comportamiento y tendencias. Este método permitió recopilar datos específicos sobre el impacto en las operaciones y resultados comerciales.

Se emplearon, además, los métodos exploratorio-informativo y la metodología informativa para recopilar información relevante y comprender el contexto desde diversas perspectivas, evitando sesgos. La investigación se enfocó en gerentes-propietarios de pequeñas empresas en la provincia de Orellana, con sede en la ciudad de Coca, sin aplicar criterios específicos fundamentados en productos o estrategias de venta.

En la investigación participaron 25 propietarios de medianas y pequeñas empresas, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Se empleó un formulario digital en Google Forms para la recolección de datos a través de una encuesta distribuida a los participantes, considerando posibles obstáculos en la obtención de respuestas. El cuestionario constó de 31 preguntas diseñadas para abordar las variables de interés como: Alcance y complejidad tecnológica, Inclusión, idioma y comunicación, Infraestructura de conectividad y Disponibilidad, Optimización de procesos y uso eficiente de Recursos, Precisión de la información y rapidez en la toma de decisiones y Aumento de ingresos y Expansión comercial.

Se destaca el empleo de una escala de Likert del 1 al 5 para medir el grado de aceptación o conformidad respecto a los diferentes aspectos de las variables evaluadas. Las calificaciones de 4 y 5 en la escala reflejan un alto nivel de conformidad.

En este contexto, la conformidad se interpreta como la disposición de los participantes a adoptar la inteligencia artificial; en otras palabras, una alta calificación sugiere que las PyMEs están más dispuestas y abiertas a integrar la inteligencia artificial en sus operaciones, mientras que una calificación baja indica una menor disposición hacia su adopción. El coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach fue de 0,92, lo que indica una alta consistencia interna en las preguntas del cuestionario.

### **Resultados.**

Se muestran los resultados respecto a las perspectivas sobre la adopción de la inteligencia artificial de las PyMEs de la ciudad de Coca.

## 1. Dimensión: Alcance y complejidad tecnológica.

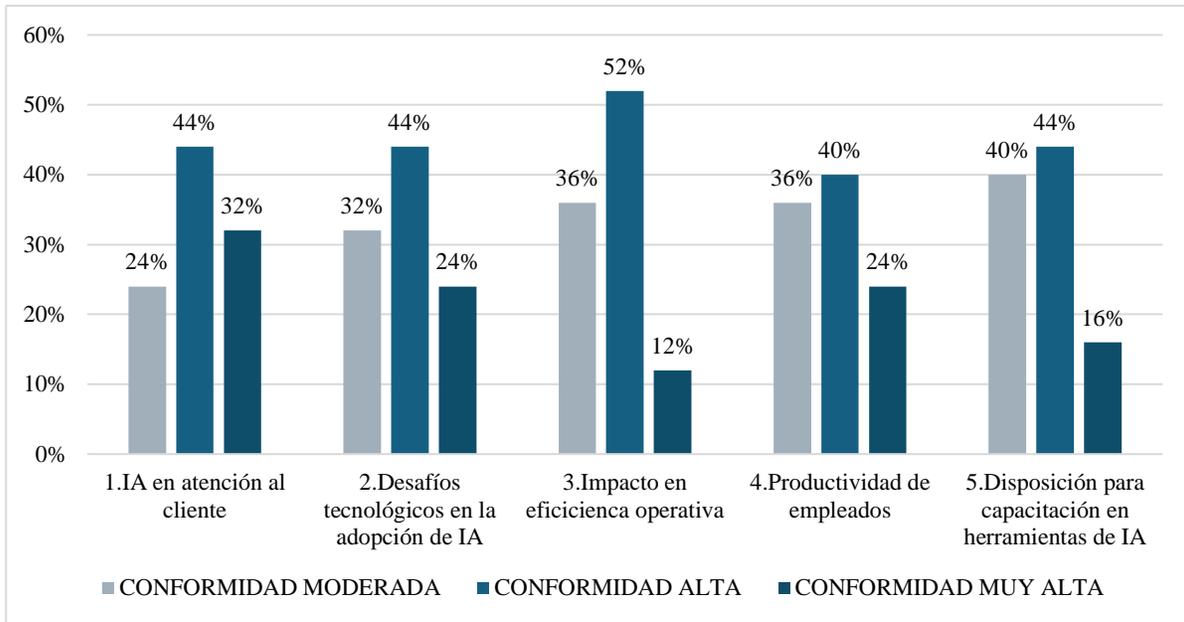


Figura 1. Dimensión: Alcance y complejidad tecnológica.

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios PyMEs ciudad de Coca.

El 32% de los propietarios expresó una conformidad muy alta con la adopción de la IA para mejorar el servicio al cliente; además, el 44% mostró una alta disposición a implementarla en el futuro, mientras que el 24% manifestó una disposición moderada.

En cuanto a la complejidad tecnológica en la adopción de la IA, el 44% de los encuestados la considera un gran desafío para su futura implementación, el 24% la percibe como un desafío muy significativo, y el 32% la ve como un reto moderado.

Respecto al impacto positivo de la inteligencia artificial en la eficiencia operativa, el 52% lo considera alto, el 12% muy alto, y el 36% moderado, y en cuanto al impacto de la IA en la productividad de los empleados, el 40% cree que influirá significativamente en la productividad, mientras que el 24% considera que su influencia será muy alta. Un 36% opina que la productividad se verá afectada de manera moderada.

Finalmente, respecto a la disposición para capacitarse en herramientas de Inteligencia Artificial, el 44% de los encuestados estaría dispuesto, y el 16% muestra una muy alta disposición. Un 40% indica una disposición moderada.

## 2. Dimensión: Inclusión, Idioma y Comunicación.

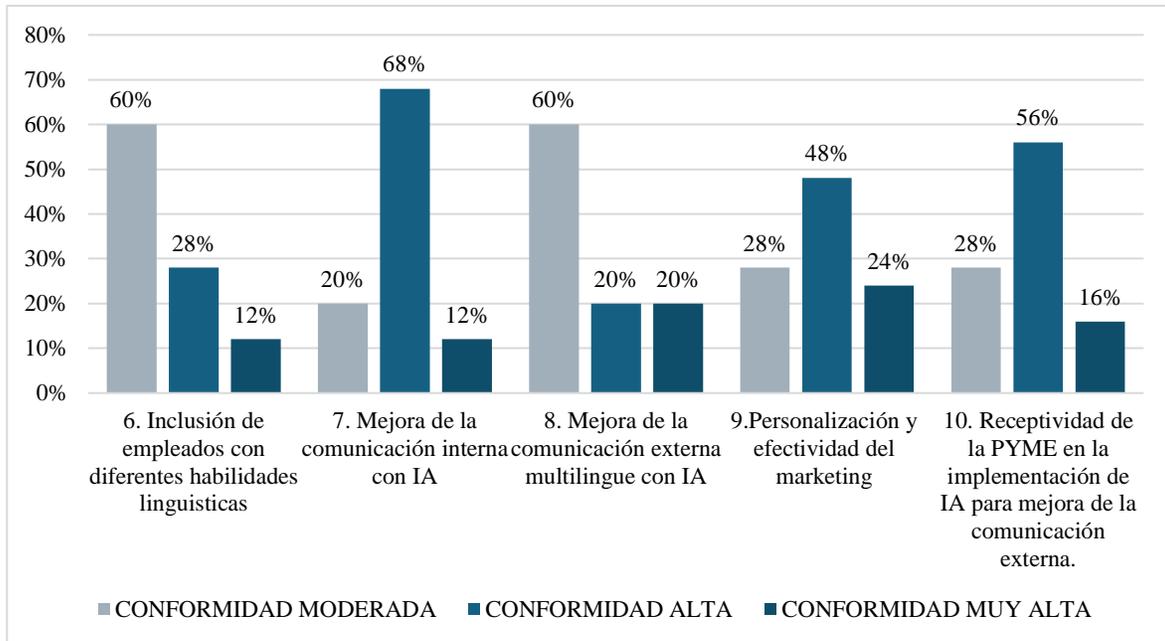


Figura 2. Dimensión: Inclusión, Idioma y Comunicación.

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios PyMEs ciudad de Coca.

Los resultados indican, que el 60% considera moderadamente probable la futura implementación de la IA para facilitar la inclusión de empleados con diferentes habilidades lingüísticas, mientras que el 28% ve esta posibilidad como alta y el 12% como muy alta.

En cuanto a la mejora de la comunicación interna, el 68% anticipa mejoras significativas, el 12% anticipa mejoras muy significativas, y el 20% espera mejoras moderadas, y sobre la comunicación externa con clientes en distintos idiomas, el 60% opina que la inteligencia artificial podría contribuir a su mejora, el 20% cree que la mejoraría de manera notable, y el 20% se siente que definitivamente la mejoraría.

En relación con la contribución esperada de la IA al marketing personalizado, según los encuestados, un 48% espera una contribución alta, un 24% espera una contribución muy alta y un 28% una moderada contribución.

Finalmente, el 56% de las PyMEs muestra una alta receptividad hacia el uso de la IA en el futuro para mejorar la comunicación externa, mientras que el 16% muestra una receptividad muy alta. El 28% se muestra moderadamente receptivo.

### 3. Dimensión: Infraestructura de conectividad y Disponibilidad.

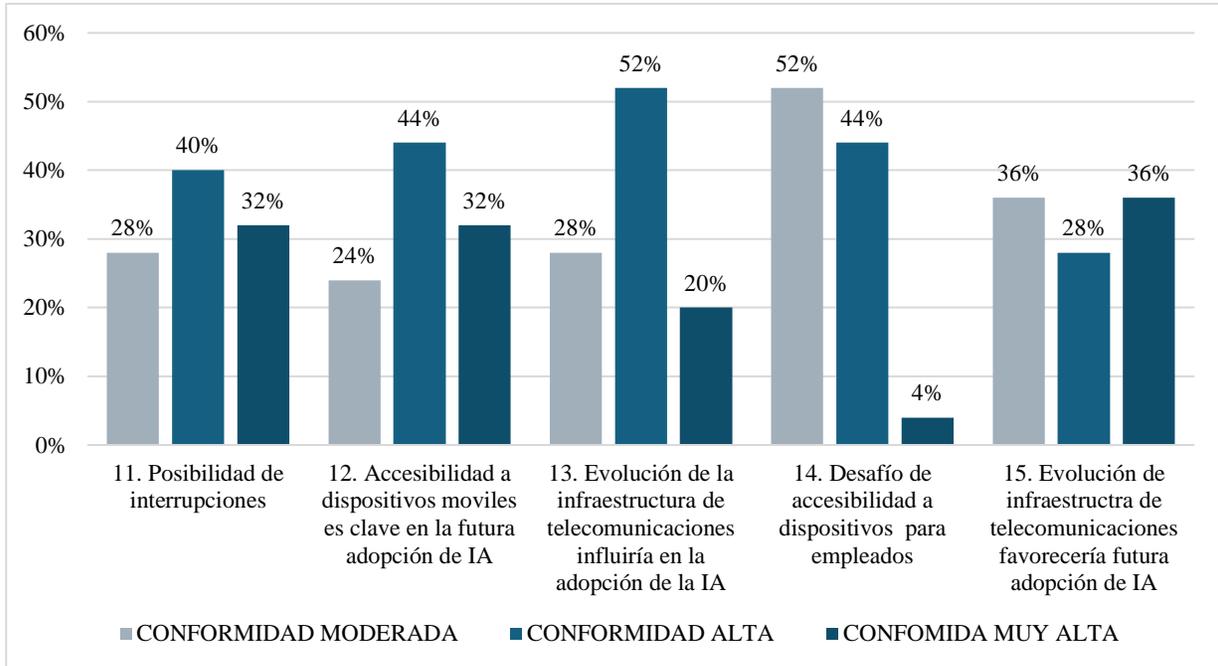


Figura 3. Dimensión: Infraestructura de conectividad y Disponibilidad.

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios PyMEs ciudad de Coca.

El 40% de los encuestados expresa una alta preocupación por posibles interrupciones en la conectividad futura entre la IA y las PyMEs, mientras que el 32% muestra una preocupación muy alta; por otro lado, el 28% manifiesta una preocupación moderada.

A pesar de las dificultades anticipadas, el 44% de los encuestados considera que la conectividad con dispositivos móviles es un factor importante para la adopción de la IA en el sector, el 32% la califica como muy importante, y el 24% la considera moderadamente importante. El 52% considera que la evolución de la infraestructura de telecomunicaciones es crucial para la adopción de la IA, mientras que el 20% la ve como indispensable; además, el 28% la considera algo importante. El 44% de los propietarios de PyMEs prevé que la accesibilidad a dispositivos tecnológicos será un desafío importante para sus empleados en el futuro, y el 4% lo considera un desafío muy importante; por otro lado, el 52% lo ve como un reto a considerar.

Respecto a la evolución de la infraestructura de telecomunicaciones en la ciudad de Coca tras la adopción de IA en las PyMEs, el 28% anticipa una evolución importante, el 36% espera una evolución fundamental, y el 36% anticipa algunos avances en esta área.

#### 4. Dimensión: Optimización de procesos y uso eficiente de Recursos.

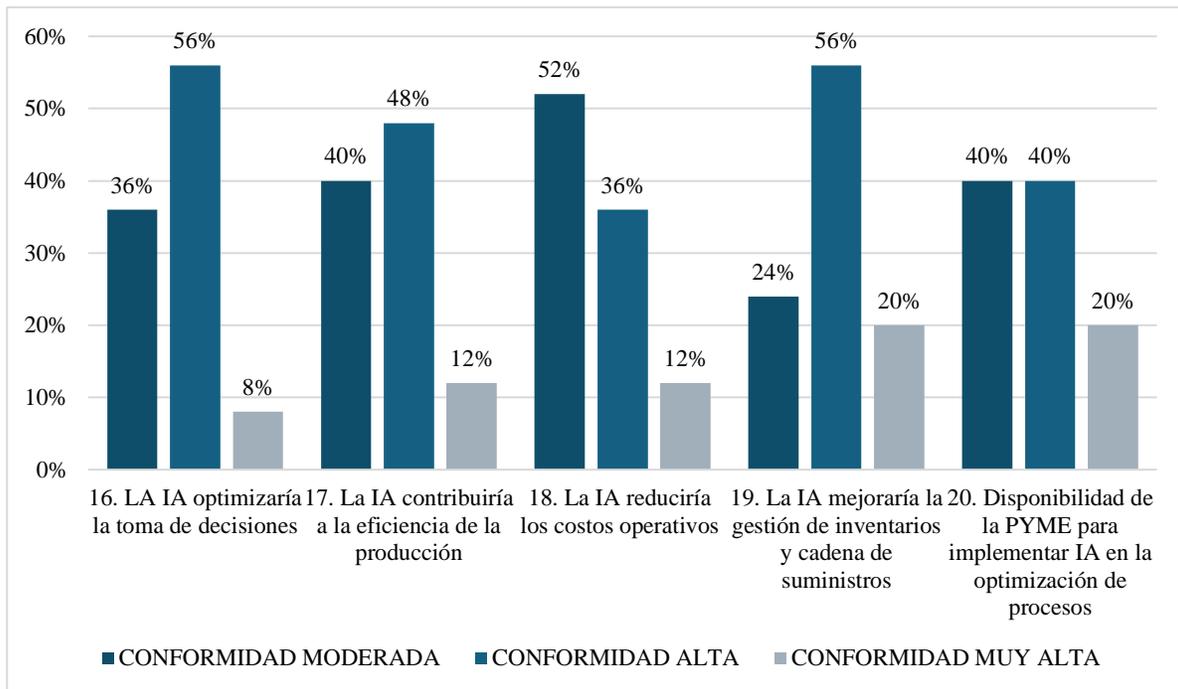


Figura 4. Dimensión: Optimización de procesos y uso eficiente de Recursos.

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios PyMEs ciudad de Coca.

El 56% de propietarios de PyMEs considera que el proceso de toma de decisiones podría optimizarse significativamente, mientras que el 8% opina que la optimización sería radical. El 36% considera que la optimización sería moderada.

En cuanto a la contribución futura de la inteligencia artificial a la eficiencia en la producción y la reducción de tiempos en las PyMEs, el 48% de los encuestados considera que esta será alta, el 12% opina que será muy alta, mientras que el 40% cree que será moderada. El 52% de los encuestados cree que la inteligencia artificial reducirá los costos operativos de manera moderada, mientras que el 36% opina que la reducción podría ser alta, y el 12% estima que será muy alta. El 56% de los propietarios de PyMEs cree que la

inteligencia artificial mejoraría significativamente la gestión de inventarios y cadena de suministros, mientras que el 20% opina que definitivamente la mejoraría. Asimismo, el 24% considera que la mejora sería moderada.

En cuanto a la disposición de las PyMEs para implementar la inteligencia artificial en la optimización de procesos específicos, el 40% está dispuesto, el 20% muy dispuesto, y el otro 40% moderadamente dispuesto.

### 5. Dimensión: Precisión de la información y rapidez en la toma de decisiones.

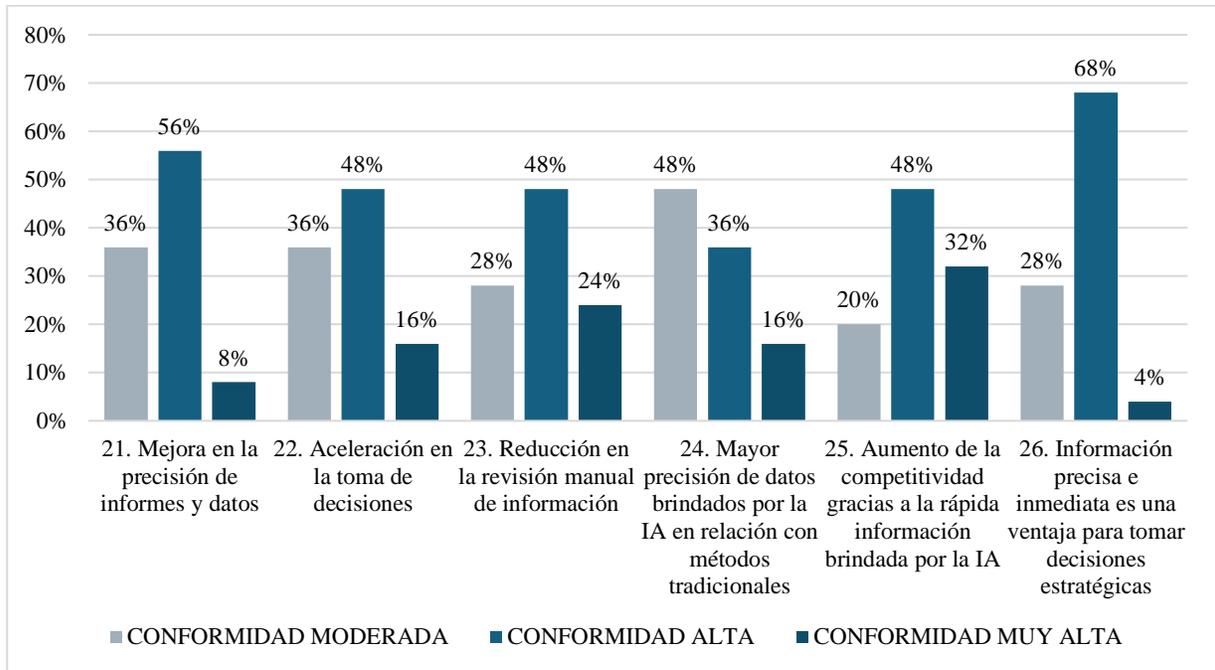


Figura 5. Dimensión: Precisión de la información y rapidez en la toma de decisiones.

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios PyMEs ciudad de Coca.

El 56% de los encuestados considera que la implementación futura de la inteligencia artificial podría mejorar sustancialmente la precisión de los informes y datos utilizados por las PyMEs; además, el 8% cree que definitivamente mejoraría esta precisión, mientras que el 36% opina que la mejora podría ser moderada.

En cuanto a si la inteligencia artificial podría acelerar la velocidad en la toma de decisiones, el 48% de los encuestados menciona que la mejora sería alta, el 16% considera que sería muy alta, y el 36% sostiene

que sería moderada. El 48% de los propietarios cree que la reducción en la revisión manual de la información podría ser alta, el 24% considera que sería muy alta, y el 28% piensa que sería moderada.

En cuanto a la precisión de los datos proporcionados por la inteligencia artificial en comparación con otros métodos tradicionales, el 36% considera que sería precisa, el 16% cree que sería muy precisa, y el 48% opina que la precisión podría ser moderada.

Un factor clave es la competitividad. En este sentido, el 48% de los encuestados afirma que la inteligencia artificial aumentaría considerablemente la competitividad, el 32% está convencido de que definitivamente la aumentaría, y el 20% considera que el incremento sería moderado. En cuanto a la precisión y prontitud de la información, el 68% de los encuestados está convencido de que sería una ventaja significativa, mientras que el 4% cree que sería una gran ventaja; por otro lado, el 28% opina que la ventaja sería moderada.

## 6. Dimensión: Dimensión: Aumento de ingresos y Expansión comercial.

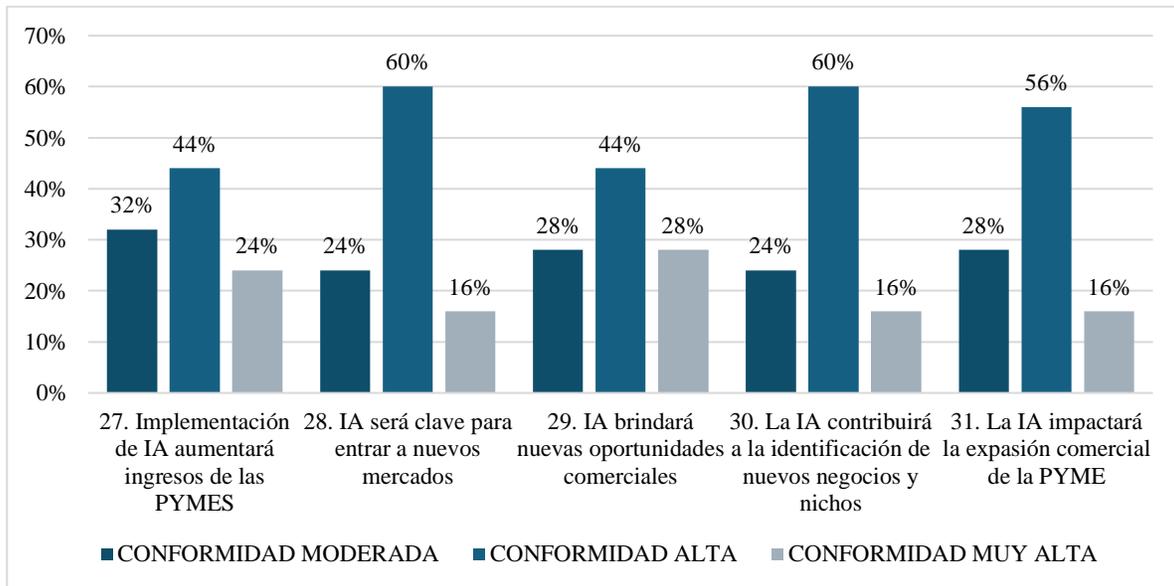


Figura 6. Dimensión: Aumento de ingresos y Expansión comercial.

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios PyMEs ciudad de Coca.

Los resultados indican, que el 44% de los propietarios de PyMEs están convencidos de que la implementación de la inteligencia artificial provocaría un incremento significativo en sus ingresos,

mientras que el 24% cree que el aumento sería muy alto; por otro lado, el 32% considera que el incremento sería moderado. El 60% de los encuestados considera que la inteligencia artificial (IA) sería un factor clave para ingresar a nuevos mercados, el 16% sostiene que sería indispensable, y el 24% opina que sería útil.

Lo mencionado anteriormente se vincula con las opiniones sobre la inteligencia artificial y las oportunidades comerciales y colaborativas que podría ofrecer; así, el 44% de los encuestados cree que proporcionaría buenas oportunidades, el 28% considera que serían excelentes, y otro 28% opina que ofrecería algunas oportunidades. El 60% de los encuestados opina que la inteligencia artificial contribuiría significativamente a la identificación de nuevos negocios y nichos de mercado. Por otro lado, el 16% cree que esta contribución sería alta, mientras que el 24% considera que sería moderada.

Finalmente, el 56% de los encuestados cree que la futura implementación de la inteligencia artificial impactará positivamente la expansión comercial de las PyMEs. El 16% considera que el impacto será muy alto, mientras que el 28% opina que será moderado.

### **Discusión.**

La automatización, especialmente a través de la inteligencia artificial, es un tema polémico. Armas (2021) destaca, que la Inteligencia Artificial está emergiendo como una fuente de energía esencial para el siglo XXI; sin embargo, este avance presenta tanto oportunidades como desafíos, ya que aún no se han implementado estrategias nacionales robustas en IA.

Las estrategias deberían incluir iniciativas para promover la educación y la capacitación en tecnologías de IA. Los resultados del estudio indican, que aunque la adopción de IA enfrenta desafíos relacionados con la complejidad tecnológica, los propietarios muestran una actitud positiva hacia su implementación y están dispuestos a capacitarse en estas áreas.

Cervantes et al., (2024) identificaron que las PyMEs no están predispuestas a adoptar herramientas de inteligencia artificial, predominando un enfoque tradicional en sus operaciones. En contraste, los

hallazgos de este estudio muestran una actitud positiva y una considerable disposición hacia la implementación de estas tecnologías en las PyMEs de la ciudad de Coca. Estas empresas creen que los datos proporcionados por la inteligencia artificial serían más precisos en comparación con los métodos tradicionales.

Según Diestra, Córdova, Caruajulca, & Esquivel (2021), en los últimos años ha habido un enfoque creciente en la automatización de procesos, asignando y confiando a las máquinas tareas cada vez más complejas. La inteligencia artificial se ha vuelto omnipresente en los contextos de gestión, desempeñando un papel crucial.

Los resultados de la presente investigación muestran que la automatización es vista como una ventaja competitiva, sugiriendo que con el apoyo adecuado, la integración de la IA en los procesos empresariales podría mejorar significativamente el servicio al cliente, la eficiencia operativa, y la productividad.

El estudio realizado por Govori & Sejdija (2023) sostiene, que las perspectivas de la inteligencia artificial son favorables para las PyMEs y recomienda que las organizaciones adopten esta tecnología avanzada para mejorar sus operaciones y rendimiento.

La presente investigación demuestra que existe un reconocimiento significativo entre las PyMEs de la ciudad de Coca sobre los beneficios potenciales de la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia operativa y aumentar los ingresos, con una mayoría de propietarios percibiendo un alto o muy alto impacto positivo de la IA en la eficiencia, y una disposición considerable para implementarla en la optimización de procesos. Esto sugiere que la IA es vista como una herramienta valiosa para mejorar el desempeño financiero y operativo de las empresas.

## **CONCLUSIONES.**

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta crucial para modernizar y mejorar la eficiencia de las empresas; no obstante, su adopción en las PyMEs de regiones en desarrollo, como la

ciudad de Coca, enfrenta obstáculos significativos, tales como la falta de recursos, la escasa capacitación y barreras tecnológicas.

A pesar de estos desafíos, la IA ofrece un gran potencial para optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y aumentar la competitividad. Las PyMEs en Coca demuestran una notable disposición para implementar la IA, reconociendo sus beneficios en la eficiencia operativa, la productividad y la comunicación, lo que eventualmente podría traducirse en mayores ingresos y expansión comercial.

Para que la adopción de Inteligencia Artificial sea más generalizada, es esencial superar las barreras tecnológicas y de capacitación. La infraestructura de conectividad y el acceso a dispositivos tecnológicos se perciben como factores determinantes para la integración exitosa de IA en estas empresas; además, la IA se asocia con la reducción de costos operativos y la mejora en la precisión de la información, lo que podría fortalecer la competitividad de las PyMEs en el mercado local y más allá.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

1. Abeiluk, A., & Gutiérrez, C. (2021). Historia y evolución de la inteligencia artificial. *Revista Bits de Ciencia*, 21, 14-21. <https://revistasdex.uchile.cl/index.php/bits/article/view/2767>
2. Armas, C. (2021). La Inteligencia Artificial en empresas peruanas e impactos laborales en los trabajadores. *Iberoamerican Business Journal*, 5(1), 83-105. <http://dx.doi.org/10.22451/5817.ibj2021>
3. Ávila-Tomás, J. F., Mayer-Pujadas, M. A., & Quesada-Varela, V. J. (2021). La inteligencia artificial y sus aplicaciones en medicina II: importancia actual y aplicaciones prácticas. *Atención primaria*, 53(1), 81-88. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656720301463>
4. Baabdullah, A., Alalwan, A., Slade, E., Raman, R., & Khatatneh, K. (2021). SMEs and artificial intelligence (AI): Antecedents and consequences of AI-based B2B practices. *Industrial Marketing Management*, 98, 255-270. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.09.003>

5. Barrios Tao, H., Díaz Pérez, V., & Guerra, Y. (2020). Subjetividades e inteligencia artificial: desafíos para 'lo humano'. *Veritas*, (47), 81-107. <https://www.scielo.cl/pdf/veritas/n47/0718-9273-veritas-47-81.pdf>
6. Cervantes, F., Guzmán, A., & Castañeda, A. (2024). La inteligencia artificial como herramienta para las Pequeñas y Medianas Empresas. *Universidad & Ciencia*, 13(Especial), 44-54. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11553514>
7. Diestra, N., Córdova, A., Caruajulca, C., & Esquivel, D. (2021). La inteligencia artificial y la toma de decisiones gerenciales. *Revista de investigación Valor Agregado*, 8(1), 52-69.
8. Garcia, Y., Juca, F., & Torres, V. (2023). Automatización de procesos contables mediante inteligencia artificial: Oportunidades y desafíos para pequeños empresarios ecuatorianos. *Revista Transdisciplinaria de Estudios Sociales y Tecnológicos*, 3(3), 68-74. <https://doi.org/10.58594/rtest.v3i3.93>
9. Govori, A., & Sejdija, Q. (2023). Future prospects and challenges of integrating artificial intelligence withing the business practices of small and medium enterprises. *Journal of Governance and Regulation* (12), 176-183. <https://doi.org/10.22495/jgrv12i2art16>
10. Moore, P. (2019). Inteligencia Artificial en el Entorno Laboral: Desafíos para los trabajadores. *OpenMind BBVA*. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/inteligencia-artificial-en-entorno-laboral-desafios-para-trabajadores/>
11. Oliver, N. (2021). Inteligencia artificial, naturalmente: un manual de convivencia entre humanos y máquinas para que la tecnología nos beneficie a todos. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.
12. Proaño, R., Saguay, C., Jácome, S., & Sandoval, F. (24 de Feb de 2017). Sistemas basados en conocimiento como herramienta de ayuda en la auditoria de sistemas de información. *Redalyc*, 8(1). <https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v8n1.122>

13. Sánchez, P., Arcila, C., & Blanco, D. (2022). Conocimiento y percepción de la ciudadanía española sobre el big data y la inteligencia artificial. *Icono14*, 20(1), 15. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8729064.pdf>
14. Verdegay, J. L., Lamata, M., Pelta, D., & Cruz, C. (2021). Inteligencia artificial y problemas de decisión: la necesidad de un contexto ético. *Suma de Negocios*, 12(27), 104-114. <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v12n27/2027-5692-sdn-12-27-104.pdf>
15. Zúñiga, F., Poveda, D., & Mora, D. (2023). La importancia de la inteligencia artificial en las comunicaciones en los procesos marketing. *Vivat Academia*, 19-39.

#### **DATOS DE LOS AUTORES.**

1. **Betty Giomara Valle Fiallos.** Magister en Dirección de Empresas con énfasis en Gerencia estratégica, Docente de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Matriz Ambato, Ecuador. E-mail: [ua.bettyvalle@uniandes.edu.ec](mailto:ua.bettyvalle@uniandes.edu.ec)
2. **Jenniffer Cecilia Jaya Fajardo.** Estudiante de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Matriz Ambato, Ecuador. E-mail: [as.jenniffercjf81@uniandes.edu.ec](mailto:as.jenniffercjf81@uniandes.edu.ec)
3. **Jimena Elizabeth Montes De Oca Sánchez.** Magíster en Dirección de Empresas con énfasis en Gerencia Estratégica, de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Matriz Ambato, Ecuador. E-mail: [ua.jimenamontesdeoca@uniandes.edu.ec](mailto:ua.jimenamontesdeoca@uniandes.edu.ec)
4. **Mario Marcelo Yancha Villacís.** Magíster en Dirección de Empresas con énfasis en Gerencia estratégica, de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Matriz Ambato, Ecuador. E-mail: [ua.marceloyancha@uniandes.edu.ec](mailto:ua.marceloyancha@uniandes.edu.ec)

**RECIBIDO:** 5 de septiembre del 2024.

**APROBADO:** 11 de octubre del 2024.