



Recibido: 20/febrero/2025 Aceptado: 10/julio/2025

Plataformas de inteligencia artificial como motores de innovación: una sinergia para el desarrollo socioeconómico (Original)

Artificial Intelligence Platforms as Drivers of Innovation: A Synergy for Socioeconomic Development (Original)

Kirenia Maldonado Zuñiga. *Doctorando en Tecnología de la Información y Comunicación, Universidad Nacional de Piura, Perú. Magister en Inteligencia Artificial Aplicada. Magister en Ciencias de la Educación. Licenciada en Educación Informática. Docente de la carrera Tecnologías de la Información de la Facultad Ciencias Técnicas en la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Catedrática de la maestría en TIC del Instituto de Posgrado Unesum. Jipijapa, Manabí, Ecuador.* [kirenia.maldonado@unesum.edu.ec]
[<https://orcid.org/0000-0002-3764-5633>]

Martha Irene Romero Castro. *Doctora en Tecnologías de la Información. Docente de la Carrera de Tecnologías de la Información de la Facultad de Ciencias Técnicas. Catedrática de la Maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Manabí, Ecuador.*
[martha.romero@unesum.edu.ec] [<https://orcid.org/0000-0001-5043-8295>]

Elio Armando Cables Fernández. *Maestrante en Educación, con mención en Docencia e Investigación en Educación Superior, en la Universidad Estatal de Milagros, Ecuador. Doctorando en Tecnología de la Información y Comunicación, en la Universidad Nacional de Piura. Perú. Máster en Matemática Aplicada e Informática para la Administración; e Ingeniero Informático, en la Universidad de Holguín “Oscar Lucero Moya”, Holguín. Cuba. Docente de Matemáticas y Física en el Bachillerato Internacional de la UEP “Leonardo Da Vinci”. Manta. Ecuador.* [ecablesf@unemi.edu.ec] [<https://orcid.org/0000-0002-3193-3968>]

Kimberly Lisseth Alcivar Loor. *Maestrante en Educación, con mención en Docencia e Investigación en Educación Superior, en la Universidad Estatal de Milagros, Ecuador. Ingeniera en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”. Docente de Contabilidad, Emprendimiento y Gestión, y Matemáticas en la U.E “Oswaldo Álvarez Barbas”. Manta. Ecuador.* [kalcivarl6@unemi.edu.ec]
[<https://orcid.org/0009-0002-9073-8246>]

Resumen

La presente investigación analizó el papel de las plataformas de inteligencia artificial como catalizadoras de innovación y transformación digital para el desarrollo socioeconómico, con énfasis en las pequeñas y medianas empresas de los cantones de Jipijapa y Puerto López, en la provincia de Manabí, Ecuador. La importancia del estudio radicó en demostrar cómo la incorporación de estas plataformas, tales como *Salesforce Einstein AI, HubSpot, MailChimp,*



Landbot IA, Google Cloud AI, ChatGPT y Meta Ads, contribuye significativamente al fortalecimiento de la gestión empresarial, la atención al cliente, el marketing digital y la toma de decisiones basada en datos. El objetivo principal fue evaluar el impacto de dichas plataformas en el crecimiento y sostenibilidad de negocios locales, identificando cambios antes y después de su implementación. Se empleó una metodología mixta, de diseño no experimental, aplicando encuestas a 156 negocios y entrevistas a actores clave del ecosistema digital. Los resultados revelan una mejora considerable en la visibilidad comercial, automatización de procesos, captación de clientes y aumento de ingresos, especialmente a través de estrategias personalizadas y plataformas conversacionales accesibles. La investigación concluye que estas tecnologías no solo incrementan la competitividad empresarial, sino que también promueven la inclusión digital, el emprendimiento y la innovación territorial, posicionándose como herramientas estratégicas para el desarrollo socioeconómico sostenible en regiones emergentes.

Palabras clave: desarrollo socioeconómico; inteligencia artificial; innovación; plataformas digitales; transformación digital

Abstract

This article deals with the role of artificial intelligence platforms as catalysts for innovation and digital transformation for socioeconomic development, with an emphasis on small and medium-sized businesses in the cantons of Jipijapa and Puerto López, in the province of Manabí, Ecuador. The study's importance lay in demonstrating how the incorporation of these platforms, such as Salesforce Einstein AI, HubSpot, MailChimp, Landbot AI, Google Cloud AI, ChatGPT, and Meta Ads, significantly contributes to strengthening business management, customer service, digital marketing, and data-driven decision-making. The main objective was to evaluate the impact of these platforms on the growth and sustainability of local businesses, identifying changes before and after their implementation. A mixed-method, non-experimental design was used, conducting surveys with 156 businesses and interviewing key players in the digital ecosystem. The results reveal a considerable improvement in business visibility, process automation, customer acquisition, and revenue growth, particularly through personalized strategies and accessible conversational platforms. The research concludes that these technologies not only increase business competitiveness but also promote digital inclusion, entrepreneurship, and territorial innovation, positioning themselves as strategic tools for sustainable socioeconomic development in emerging regions.



Keywords: socioeconomic development; artificial intelligence; innovation; digital platforms; digital transformation

Introducción

En el contexto de la Cuarta Revolución Industrial, la inteligencia artificial (IA) ha emergido como un catalizador esencial de la innovación, la transformación digital y el crecimiento económico. A escala global, plataformas de IA están impulsando modelos de negocio inteligentes, procesos automatizados y soluciones predictivas en diversos sectores, desde la industria manufacturera hasta la atención médica y la administración pública (Saavedra, 2022). Estas tecnologías no solo optimizan la eficiencia, sino que permiten tomar decisiones basadas en grandes volúmenes de datos, generando ventajas competitivas sostenibles en las economías desarrolladas y emergentes (Serrahima, 2022).

La adopción de la inteligencia artificial en América Latina, avanza con desafíos significativos, pero también con oportunidades crecientes. Según Tejedor (2024) los países latinoamericanos muestran un interés creciente en integrar IA para la mejora de servicios públicos, la inclusión digital y el desarrollo económico, aunque aún enfrentan brechas en infraestructura, talento humano y marcos regulatorios. En Ecuador, iniciativas como el Plan Nacional de Transformación Digital 2021-2025 promueven el uso estratégico de tecnologías emergentes, incluida la inteligencia artificial, para fomentar el desarrollo sostenible y reducir desigualdades regionales (Calderón et al., 2023).

En la provincia de Manabí, caracterizada por una economía basada en sectores primarios y servicios, las plataformas de IA representan una oportunidad crucial para diversificar la matriz productiva, fortalecer el emprendimiento digital y apoyar la toma de decisiones en políticas públicas. El desarrollo de capacidades tecnológicas e institucionales en municipios, universidades y sectores productivos locales es indispensable para articular soluciones inteligentes con impacto social y económico real (Pérez et al., 2023).

El objetivo principal de este estudio fue analizar diferentes plataformas de inteligencia artificial como motores de innovación, y su potencial sinérgico para el desarrollo socioeconómico en la región de Manabí, Ecuador. Por lo que este estudio se enmarca como resultado de la integración del proyecto de vinculación con la sociedad titulados: Herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la transformación digital para el desarrollo socioeconómico de la zona sur de Manabí y Tecnologías aplicadas a la toma de decisiones para la innovación y el



desarrollo integral de la zona sur de Manabí. Así como del grupo de Investigación “AISCIENCIAS” de la carrera de Tecnologías de la Información de la Facultad Ciencias Técnicas en la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

La importancia de este estudio radicó en evidenciar cómo las plataformas de IA no son únicamente herramientas tecnológicas, sino infraestructuras estratégicas que permiten gestionar conocimiento, automatizar procesos y generar nuevas dinámicas de valor en contextos locales. Además, busca aportar a la discusión sobre políticas públicas tecnológicas que impulsen la equidad territorial y la sostenibilidad digital en regiones con potencial de desarrollo, pero históricamente rezagadas en acceso a innovación.

Materiales y métodos

Este estudio fue desarrollado por docentes integrantes del proyecto de vinculación con la sociedad titulado: Herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la transformación digital para el desarrollo socioeconómico de la zona sur de Manabí, perteneciente a la carrera Tecnologías de la Información en la Facultad Ciencias Técnicas en la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Como parte del análisis realizado se tomó como población 265 negocios, al aplicar la fórmula estadística, considerando un 95% de confianza y $\pm 5\%$ de margen de error, se obtuvo como muestra la participación de 156 casos de implementación tecnológica en pequeños y medianos negocios de los cantones Jipijapa (51) y Puerto López (105) en Manabí, Ecuador.

La investigación adoptó un enfoque mixto (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) combinando métodos cuantitativos y cualitativos, lo que permitió una comprensión directa sobre la necesidad de utilizar estas herramientas con inteligencia artificial para el crecimiento de los negocios. El enfoque cuantitativo permitió recolectar y analizar datos sobre el uso, impacto y resultados de la implementación de plataformas. Por otro lado, el enfoque cualitativo facilitó la exploración, percepciones, experiencias y desafíos desde la perspectiva de actores clave, como fueron los emprendedores, autoridades locales, académicos y técnicos.

Se consideró una investigación descriptiva, ya que se caracterizó la forma en cómo se están utilizando las plataformas de inteligencia artificial en la innovación regional y qué sectores están siendo impactados. A su vez, es explicativa, ya que se comprendieron las relaciones de causa efecto entre el uso de estas plataformas y los cambios observables en variables socioeconómicas como acceso a servicios digitales y productividad. Según su finalidad se trata de un estudio aplicado, en el que se generó conocimiento útil para la toma de decisiones y el



diseño de estrategias de innovación en territorios como Manabí. El objetivo fue aportar soluciones concretas y contextualizadas que contribuyan al desarrollo socioeconómico mediante el uso efectivo de tecnologías emergentes.

El diseño adoptado fue no experimental, se observaron y analizaron variables en un momento determinado, sin manipulación de las mismas. Se recolectaron datos en un único período para evaluar el estado actual de adopción de IA en la región. El método cuantitativo se utilizó a través de las encuestas realizadas a cada uno de los negocios participantes, con el fin de cuantificar el nivel de uso de plataformas de IA, la finalidad y sectores donde se aplican, percepción sobre su impacto en productividad, eficiencia y empleo, barreras tecnológicas o económicas. Estas encuestas fueron validadas y aplicadas bajo criterios estadísticos para garantizar la confiabilidad de los resultados.

Por otro lado, el método cualitativo permitió conocer criterios de expertos en tecnología, directivos de instituciones educativas, líderes de innovación y autoridades regionales para comprender las motivaciones, visiones y políticas respecto a la IA, las experiencias exitosas o fallidas y las expectativas y riesgos percibidos en la adopción de estas plataformas.

Resultados y discusión

Actualmente la transformación digital, en los negocios, pequeñas y medianas empresas (pymes) enfrentan el desafío de mantenerse competitivas en mercados cada vez más dinámicos y globalizados. En este escenario, las plataformas de inteligencia artificial se han consolidado como herramientas estratégicas que no solo permiten la optimización de procesos, sino también la expansión del negocio, el mejor posicionamiento en entornos digitales y la mejora sustancial en las ventas y la experiencia del cliente (Maldonado et al., 2023).

La incorporación de IA en pymes permite automatizar tareas repetitivas, analizar grandes volúmenes de datos, predecir comportamientos del consumidor y personalizar servicios, lo que se traduce en una toma de decisiones más ágil y precisa (Pinto & Granja, 2023). Herramientas como chatbots inteligentes, plataformas de recomendación, análisis predictivo de ventas o modelos de segmentación de clientes están disponibles hoy a costos accesibles y pueden ser adaptadas incluso por negocios con recursos limitados (Toala et al., 2021).

Las plataformas de IA impulsan la divulgación digital del negocio, ya que permiten mejorar la presencia online mediante estrategias automatizadas de marketing digital, optimización de contenido, análisis de tráfico web y campañas publicitarias basadas en



aprendizaje automático (Martel, 2023). Estas herramientas aumentan significativamente el alcance de los productos o servicios ofrecidos, permitiendo a los emprendedores y empresarios llegar a nuevos mercados regionales, nacionales e internacionales, sin necesidad de estructuras físicas complejas (Landeo et al., 2023).

En el caso de Ecuador y, particularmente, de regiones como Manabí, donde las pymes son uno de los pilares del desarrollo económico local, la adopción de estas plataformas representa una oportunidad decisiva para superar barreras históricas como el acceso limitado a mercados, la informalidad o la escasa innovación tecnológica (Lauriño, 2024). A través de la IA, los negocios pueden profesionalizar sus operaciones, aumentar sus ingresos, mejorar la atención al cliente y tomar decisiones más informadas basadas en análisis de datos en tiempo real.

El uso de plataformas de inteligencia artificial en pymes no solo mejora la eficiencia y la competitividad individual, sino que también contribuye al desarrollo socioeconómico de las comunidades, al generar empleo calificado, impulsar el emprendimiento tecnológico y fortalecer el tejido productivo local (Dávila & Agüero, 2023).

El uso de plataformas de inteligencia artificial para impulsar el comercio y el desarrollo socioeconómico en pequeñas y medianas empresas

En el contexto de la transformación digital, las plataformas basadas en inteligencia artificial se han convertido en herramientas fundamentales para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), ya que permiten automatizar procesos, atraer clientes, mejorar las ventas y facilitar la toma de decisiones estratégicas (Maldonado et al., 2025). Estas plataformas actúan como motores de innovación al integrar capacidades de análisis, personalización y atención al cliente en tiempo real, generando impactos positivos tanto a nivel comercial como en el desarrollo económico local. A continuación, se presenta una tabla comparativa de plataformas de IA orientadas al fortalecimiento del comercio, destacando sus principales características, su importancia en el entorno empresarial y los beneficios que ofrecen al desarrollo socioeconómico.

Tabla 1. Plataformas de IA orientadas a la transformación digital.

Plataforma de IA	Características principales	Importancia en el comercio	Beneficios para el desarrollo socioeconómico
Google Cloud AI	APIs de visión, lenguaje natural, AutoML y analítica predictiva	Automatiza decisiones basadas en datos, mejora operaciones de negocio	Democratiza el acceso a tecnologías de punta y mejora la competitividad local



Plataforma de IA	Características principales	Importancia en el comercio	Beneficios para el desarrollo socioeconómico
ChatGPT / OpenAI	Generación de textos, atención virtual, personalización de contenidos y respuestas automáticas	Atención 24/7, soporte a ventas, generación de contenido para marketing	Reduce costos operativos, mejora servicio al cliente y amplía el mercado
Salesforce Einstein AI	CRM predictivo, inteligencia de clientes, automatización de ventas y analítica avanzada	Personaliza la experiencia de cliente, predice necesidades y optimiza estrategias	Aumenta la fidelización, productividad y eficiencia comercial
Meta Ads + IA	Segmentación inteligente, análisis de comportamiento, publicidad optimizada	Incrementa la visibilidad digital y la conversión de campañas publicitarias	Promueve la presencia online y fortalece el ecosistema de comercio digital local
Shopify con IA	Comercio electrónico con recomendaciones personalizadas y gestión inteligente de inventarios	Aumenta ventas online, facilita la venta multicanal y automatiza procesos logísticos	Mejora la sostenibilidad del negocio y promueve la inclusión en el mercado digital
HubSpot con IA	CRM, marketing automatizado, seguimiento de leads y analítica en tiempo real	Mejora el embudo de ventas, atención al cliente y conversión	Fomenta el crecimiento inteligente de pymes y eleva su nivel de profesionalización
MailChimp (con IA)	Automatización de correos, segmentación de audiencias, predicción de engagement	Potencia el marketing digital y la retención de clientes mediante email personalizado	Mejora la comunicación empresarial y amplía el alcance comercial a bajo costo
Zendesk + Answer Bot	Automatización del soporte técnico y multicanal, respuestas en tiempo real	Reduce tiempos de espera y mejora la satisfacción del cliente	Fortalece la confianza del consumidor y mejora la calidad del servicio postventa
Landbot IA	Creación de chatbots sin código, integración multicanal y automatización de conversaciones	Atrae clientes de forma conversacional y natural a través de WhatsApp y sitios web	Democratiza el acceso a bots inteligentes y mejora la captación de clientes en negocios
TikTok Ads + IA	Algoritmos de recomendación, segmentación creativa y análisis de campañas virales	Amplía el alcance a mercados jóvenes y creativos con alta viralidad	Promueve el emprendimiento cultural, creativo y turístico regional



Plataforma de IA	Características principales	Importancia en el comercio	Beneficios para el desarrollo socioeconómico
Amazon Web Services (AWS AI)	Soluciones escalables de IA para personalización, predicción y automatización	Permite desarrollar plataformas personalizadas de comercio	Impulsa ecosistemas digitales sólidos con innovación basada en datos

Fuente: Elaboración propia.

La expansión y diversificación de plataformas de inteligencia artificial disponibles para pequeñas y medianas empresas ha generado un cambio sustancial en la manera de concebir y operar los negocios. Herramientas como *HubSpot*, *Salesforce Einstein* o *MailChimp* han permitido a negocios con recursos limitados profesionalizar sus estrategias de marketing, segmentar sus audiencias con precisión y mantener relaciones más estrechas con sus clientes. Esta evolución representa un avance decisivo hacia la competitividad, especialmente en contextos rurales o semiurbanos como los de la región de Manabí.

Las plataformas emergentes como *Landbot IA* han democratizado el uso de asistentes conversacionales sin necesidad de conocimientos técnicos, facilitando la interacción inmediata entre negocios y clientes a través de canales populares como WhatsApp o redes sociales. Esta accesibilidad tecnológica ha permitido que muchos negocios locales multipliquen sus oportunidades de conversión, amplíen su presencia digital y generen nuevas líneas de ingresos sin grandes inversiones iniciales.

El uso estratégico de estas plataformas no solo fortalece los ingresos individuales de cada empresa, sino que también contribuye al desarrollo socioeconómico de la región (Barreto et al., 2021). Al promover la inclusión digital, mejorar la eficiencia operativa y abrir mercados más amplios, la inteligencia artificial se convierte en un aliado clave para el emprendimiento, la innovación territorial y el crecimiento económico sostenible en zonas con alto potencial, como Jipijapa, Puerto López y otras localidades del sur de Manabí.

Transformación digital con inteligencia artificial: Impacto de plataformas IA en negocios de Jipijapa y Puerto López

Como parte del análisis sobre el rol de las plataformas de inteligencia artificial en la innovación y el desarrollo socioeconómico regional, se identificaron 156 casos de implementación tecnológica en pequeños y medianos negocios de los cantones Jipijapa (51) y Puerto López (105). Estas empresas adoptaron diversas plataformas de IA para mejorar su



presencia digital, atraer clientes, automatizar procesos y aumentar sus ingresos. La siguiente tabla muestra los efectos concretos de estas tecnologías, comparando la situación de los negocios antes y después de su implementación, evidenciando su impacto directo en la transformación digital y el crecimiento local.

Tabla 2. Uso de plataformas de IA en negocios de Jipijapa y Puerto López

Plataforma de IA	Cantón	Negocios que la implementaron	Situación antes de IA	Situación después de IA
ChatGPT / OpenAI	Jipijapa	18	Atención a la cliente limitada, sin automatización	Atención automatizada 24/7, mayor fidelización y respuesta inmediata
Meta Ads + IA	Puerto López	35	Poca visibilidad online, campañas genéricas	Aumento del alcance en 65%, mayor interacción y conversiones
Shopify con IA	Jipijapa	10	Solo ventas físicas, sin comercio electrónico	Tienda virtual implementada, incremento del 40% en ventas mensuales
Google Cloud AI	Puerto López	20	Sin datos de clientes ni análisis predictivo	Análisis de comportamiento, mejora en toma de decisiones comerciales
HubSpot con IA	Jipijapa	8	Manejo manual de ventas, sin seguimiento de leads	Automatización de embudos de venta y mejor conversión de clientes
TikTok Ads + IA	Puerto López	25	Publicidad tradicional, sin enfoque en audiencias específicas	Mayor atracción del público joven, viralización de productos locales
Zendesk + Answer Bot	Jipijapa	5	Soporte técnico lento y sin canales integrados	Respuestas automáticas y soporte multicanal mejorado
Salesforce Einstein AI	Puerto López	10	Sin herramientas de predicción, decisiones basadas en intuición	Predicción de ventas y comportamientos del cliente con base en datos
Landbot IA	Jipijapa	6	Sin interacción digital fluida, dependiente de canales presenciales	Captación de clientes a través de WhatsApp y chatbots conversacionales inteligentes
MailChimp (con IA)	Puerto López	8	Campañas de correo sin personalización ni análisis	Automatización de emails con segmentación y mayor tasa de respuesta (↑45%)

Fuente: Elaboración propia.



Los resultados demostraron una transformación significativa en los negocios que implementaron plataformas de inteligencia artificial. Por ejemplo, herramientas como *HubSpot*, *Salesforce Einstein* y *Google Cloud AI* permitieron a los negocios analizar mejor su base de clientes, automatizar procesos internos y tomar decisiones basadas en datos concretos. Este cambio representa un salto cualitativo en la profesionalización de empresas que antes operaban sin estructura digital definida.

La integración de *MailChimp* y *Landbot IA* ha facilitado una comunicación más efectiva y personalizada con los clientes, mejorando la fidelización y aumentando las tasas de respuesta a campañas digitales. Estas herramientas fueron clave para pequeños negocios que buscaban mejorar su visibilidad y atraer nuevos mercados, especialmente en sectores como turismo, gastronomía y comercio minorista.

La evidencia empírica según Baque et al. (2023) muestra que estas plataformas de IA no solo generan beneficios económicos a nivel individual, sino que también contribuyen al dinamismo de la economía local, creando empleos digitales, promoviendo la cultura emprendedora e impulsando una transformación digital sostenible en zonas con gran potencial de desarrollo, como Jipijapa y Puerto López. Su adopción progresiva fortalece el ecosistema de innovación territorial y reduce la brecha tecnológica entre lo urbano y lo rural.

Discusión

El papel de la inteligencia artificial como agente transformador del tejido económico y social ha sido abordado por diversos autores desde perspectivas complementarias. En particular, las plataformas de IA orientadas al comercio, el marketing digital y la atención al cliente se han convertido en herramientas clave para fomentar la innovación y el desarrollo socioeconómico, especialmente en contextos emergentes o con limitaciones estructurales (Ramos, 2024).

Según Ruiz et al. (2024), el poder de la IA radica en su capacidad de mejorar la productividad, optimizar procesos de negocio y ampliar la inteligencia colectiva de las organizaciones. Plataformas como *Salesforce Einstein AI* y *HubSpot*, basadas en datos y aprendizaje automático, representan una manifestación concreta de esta teoría al permitir una gestión inteligente de relaciones con los clientes, una automatización avanzada del marketing y una toma de decisiones basada en análisis predictivos. Esto se traduce en mayor fidelización, eficiencia comercial y escalabilidad para pequeñas y medianas empresas (pymes).



Por otro lado, Tenés (2023) menciona que los productos inteligentes y conectados se ven reflejado en plataformas como *Landbot IA*, que permite construir asistentes virtuales conversacionales sin programación, facilitando la interacción inmediata con clientes por canales digitales como WhatsApp. Este tipo de plataformas convierte los servicios tradicionales en experiencias interactivas, mejorando la experiencia del usuario y reduciendo las barreras de acceso tecnológico para negocios con bajo capital técnico.

Desde la perspectiva de Zapata (2020) la digitalización y la IA pueden reducir brechas sociales y territoriales si se integran con políticas de inclusión digital e innovación contextualizada. Herramientas como *MailChimp* con inteligencia artificial demuestran este enfoque, al ofrecer automatización de correos electrónicos personalizados, segmentación de audiencias y análisis de compromiso a bajo costo, lo que permite a microempresas fortalecer su comunicación con los clientes, incluso en entornos rurales o de conectividad limitada.

Asimismo, Tobar y Vásquez (2025) sostienen que la IA no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también permite crear ecosistemas digitales resilientes, donde las pymes compiten en condiciones más equitativas a través del acceso a plataformas escalables, muchas de ellas accesibles bajo modelos freemium o software. Este es el caso de plataformas como *HubSpot* o *MailChimp*, que ofrecen versiones gratuitas o de bajo costo para iniciar la transformación digital con herramientas profesionales.

Esta investigación se alinea con una visión integradora en la que las plataformas de inteligencia artificial no son simplemente herramientas tecnológicas, sino infraestructuras estratégicas para la innovación y la gestión del conocimiento. Desde esta postura, se concibe a la IA como un mediador entre el saber local y las oportunidades globales, permitiendo a las empresas y emprendimientos regionales como los ubicados en Jipijapa y Puerto López digitalizar procesos, atraer nuevos mercados, automatizar tareas y personalizar experiencias de cliente con base en datos y patrones de comportamiento.

Además, se plantea que el verdadero valor de estas plataformas radica en su accesibilidad, adaptabilidad y capacidad de democratizar el uso de la tecnología, especialmente cuando están enfocadas en resolver problemáticas locales como la informalidad, la baja productividad o la limitada visibilidad comercial. En este sentido, la integración progresiva de herramientas como *Salesforce Einstein*, *Landbot*, *HubSpot* y *MailChimp*, junto con las plataformas ya utilizadas (*Google Cloud AI*, *ChatGPT*, *Meta Ads*, etcétera), potencia un



ecosistema de innovación territorial que promueve no solo el crecimiento económico, sino también la inclusión digital, la equidad comercial y el fortalecimiento institucional.

Conclusiones

Las plataformas de inteligencia artificial han demostrado ser motores efectivos de innovación y transformación digital en el entorno comercial de pequeñas y medianas empresas, especialmente en los cantones de Jipijapa y Puerto López. Su implementación ha permitido automatizar procesos críticos, profesionalizar la gestión empresarial y mejorar el alcance y la fidelización de clientes.

La incorporación de plataformas como *Salesforce Einstein AI* y *HubSpot* ha permitido a las empresas optimizar sus estrategias comerciales mediante análisis predictivos, automatización de ventas y seguimiento inteligente de clientes. Por otro lado, *Landbot IA* han facilitado la atención al cliente por medios digitales de forma accesible y sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. Al integrarse en canales como WhatsApp y redes sociales. En cambio, *MailChimp*, ha permitido el marketing brindando soluciones de publicidad inteligente como *Meta Ads* y *TikTok Ads*, potenciado la visibilidad y posicionamiento de los negocios locales, permitiéndoles segmentar audiencias, personalizar contenido y aumentar significativamente sus tasas de conversión digital.

La inteligencia artificial integrada a las plataformas, no solo cumplen una función técnica o comercial, sino que representan una oportunidad estratégica para el desarrollo socioeconómico regional, al facilitar la digitalización del ecosistema empresarial, reducir brechas tecnológicas y generar nuevas capacidades digitales en territorios con alto potencial productivo como Manabí.

Referencias bibliográficas

- Baque, O. S., Maldonado, K., Cables, E. A., & Osejos, A. (2023). La convergencia de la matemática, las tecnologías y su impacto en la toma de decisiones empresariales. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 16(11), 240-249.
<https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1533>
- Barreto, J., Villacreses, C. A., Chóez, J., Figueroa, V., & Maldonado, K. (2021). El impacto de la plataforma shopify en el comercio electrónico. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 14(5), 85-98.
<https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/866>



- Calderón, T. P., Gutiérrez, S. F., Vera, R., & Maldonado, K. (2023). La economía digital en el Ecuador. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 16(5), 147-155. <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1368>
- Dávila, R., & Agüero, E. (2023). Desafíos éticos de la inteligencia artificial: implicaciones para la sociedad y la economía. *Conrado*, 19(94), 137-144. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442023000500137&lng=es&tlng=es
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Landeo, V., Morales, P., Vilca, R., López, M., & Cerrón, W. (2023), Inteligencia artificial generativa y su impacto en el marketing y las ventas. *Visionarios en ciencia y tecnología*, 8(2), 114-122. <http://dx.doi.org/10.47186/visct.v8i2.136>
- Lauriño, L. (2024). Transformación laboral en la era digital: Impacto de la IA en las relaciones laborales. *Revista sobre Relaciones Industriales y Laborales*, 56, 34-55. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/rrii2/article/view/7163>
- Maldonado, K., Lucas, H., Vera, R., & Cables, E. (2023). La inteligencia artificial y su impacto en la educación superior. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 16(7), 204-215. <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1378>
- Maldonado, K., Vera, R., Cables, E. A., & Alcívar, K. (2025). Inteligencia artificial aplicada en la optimización de procesos para toma de decisiones empresariales. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 18(1), 205-222. <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1815>
- Martel, C. (2023). Inteligencia artificial vs. crecimiento económico. *Innovación Empresarial*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.37711/rcie.2023.3.2.28>
- Pérez, A., Villegas, C., Cabascango, M., & Soria, E. (2023). Inteligencia artificial como estrategia de innovación en empresas de servicios: Una revisión bibliográfica. *Revista Publicando*, 10(38), 74-82. <https://doi.org/10.51528/rp.vol10.id2359>
- Pinto, S., & Granja, K. (2023). El impacto económico de la inteligencia artificial y la automatización en el mercado laboral. *Revista Científica Kosmos*, 2(1), 51–63. <https://doi.org/10.62943/rck.v2n1.2023.44>



- Ramos, G. (2024). *Ética de la inteligencia artificial*. UNESCO.
<https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics>
- Ruiz, J., Jara, R., Bastidas, W., & Bastidas, W. (2024). El impacto de la inteligencia artificial en tiempos modernos. *Sapiens in Artificial Intelligence*, 1(2), 1-14.
https://revistasapiensec.com/index.php/Sapiens_in_Artificial_Intelligen/article/view/37
- Saavedra, K. (2022). *Una revisión de la revolución industrial 4.0 y sus métodos de implementación en las nuevas industrias*. Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería ACOFI. <https://acofipapers.org/index.php/eiei/article/view/2210/1847>
- Serrahima, A. (2022). Avances y desafíos de la Inteligencia Artificial [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Comillas.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/57178>
- Tejedor, J. (2024). Inteligencia artificial para la investigación económica. *Revista Finanzas y Política Económica*, 16(1), 9-12. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9290152.pdf>
- Tenés, E. (2023). *Impacto de la Inteligencia Artificial en las Empresas* [Tesis de Grado, Universidad Politécnica de Madrid].
https://oa.upm.es/75532/1/TFG_EDUARDO_TENES_TRILLO_2.pdf
- Toala, F., Maldonado, K., Toala, M., & Álava, J. (2021). Impacto del intranet y extranet en el desarrollo empresarial. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 14(9), 28-41. <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/936>
- Tobar, L. B., & Vasquez, C. E. (2025). *Inteligencia Artificial en los Negocios y la Economía (Coordinación)*. Editorial Tirant Lo Blanch.
<https://pure.ups.edu.ec/es/publications/inteligencia-artificial-en-los-negocios-y-la-econom%C3%ADa-coordinaci%C3%B3>
- Zapata, J. A. (2020). Editorial. Inteligencia artificial para la toma de decisiones. *Revista Perspectiva Empresarial*, 7(2-1), 3-5.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672271538001>

