



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Estrategias de comunicación digital basadas en la IAG para fortalecer la práctica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios 2026.”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Marketing e Innovación

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Dirección Publicitaria

PRESENTADO POR:

Baca Mariño Maria Jose – Marketing e Innovación

Puémape Mendieta, Ana Claudia Miguela - Administración y Dirección de negocios

Taipe Queirolo, Ariz Adrian - Dirección Publicitaria

ASESOR

Espinoza Rua, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Espinoza Rua, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO

Chumpitaz Miranda, Janet

Romero Flores, Lisseth Angela

Saco Vértiz Osterloh, Sandra Elizabeth

INFORME TURNITIN



Página 1 de 93 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::30163:614098419

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL BASADAS EN LA IAG PARA FORTALECER LA PRÁCTICA EN LA INVESTIGACIÓ...

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::30163:614098419

Fecha de entrega
13 ago 2026, 11:29 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
13 ago 2026, 11:46 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL BASADAS EN LA IAG PARA FORTALECER LA PRÁCTICA....docx

Tamaño del archivo
7.6 MB

81 páginas

16.092 palabras

97.069 caracteres



Página 1 de 93 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::30163:614098419



Página 2 de 93 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::30163:614098419

18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 16% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

ÍNDICE TEMÁTICO

INFORMACIÓN GENERAL.....	9
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	10
1. Planteamiento del problema.....	10
1.1. Descripción de la realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	11
1.3. Objetivos de investigación	12
1.4. Justificación de la investigación.....	12
1.5. Viabilidad de la investigación.....	13
1.6. Limitaciones de la investigación	14
2. Marco teórico.....	14
2.1. Antecedentes	14
2.1.1. Antecedentes nacionales	14
2.1.2. Antecedentes internacionales	16
2.1.3. Antecedentes América Latina.....	17
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1. Inteligencia artificial generativa	23
2.2.2. Herramientas de inteligencia artificial generativa	24
2.2.3. Integración de la IAG en las actividades académicas	25
2.2.4. Capacidad de análisis	26
2.2.5. Rendimiento académico	27
2.2.6. Impacto de la IAG	28

2.3. Definición de términos básicos	29
3. Metodología de la investigación.....	31
3.1. Nivel de investigación	32
3.1.1. Tipo de investigación	32
3.1.2. Diseño de investigación	32
3.1.3. Enfoque de la investigación	32
3.2. Hipótesis y variables.....	33
3.2.1. Hipótesis principal.....	33
3.2.2. Hipótesis derivadas.....	33
3.3. Operacionalización de variables	33
3.3.1. Variable 1.....	33
3.3.2.Variable 2.....	34
3.4. Población y muestra	34
3.4.1. Población.....	34
3.4.2. Muestra.....	35
3.5.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4. Resultados	35
5. Diagnósticos y discusión.....	50
5.1. Plan de trabajo	52
5.2. Estimación de costo de proyecto	60
5.2.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación	60
6. Sustento del mercado.....	61

6.1. Alcance esperado del mercado	61
6.2. Descripción del Mercado Objetivo Real o Potencial del Producto o servicio de forma de comercialización innovadora	62
6.3. Propuesta de valor.....	62
6.4. Fuentes de ingreso	63
6.4.1. Canales de distribución	63
6.4.2. Estrategia de penetración en el mercado	63
6.4.3. Actividades productivas propias y externas.....	64
6.5. Alianzas.....	65
6.5.1. Aliados Internos.....	65
6.5.2. Aliados Externos.....	65
6.6. Conclusiones	67
6.7. Recomendaciones	69
7.Referencias bibliográficas.....	70
Matriz de consistencia.....	77
Matriz de operacionalización	78
Cuestionario.....	80

RESUMEN

La investigación presentada se origina de la necesidad de fortalecer la práctica en la investigación académica en alumnos de una escuela de negocios, considerando el avance de la IAG y su incorporación progresiva en los procesos de investigación, desarrollo y elaboración de la información. El objetivo fue proponer estrategias de comunicación digital basadas en la IAG para fortalecer la práctica investigativa en estudiantes de una escuela de negocios, 2025. Su metodología se elaboró desde un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, esto se debe a la recopilación de la información en un instante determinado sin manipular las variables del estudio. Por tanto, se utilizaron instrumentos de recolección de datos llamada la encuesta, orientados a conocer las percepciones, dificultades y necesidades de los alumnos respecto al uso de herramientas digitales e IAG en sus actividades educativas. Los resultados dieron como evidencia que los alumnos admiten el valor de la IAG como apoyo para desarrollar ideas, buscar información, mejorar la redacción y desarrollar trabajos académicos, así como también la correcta difusión de herramientas de IA; sin embargo, se evidenciaron limitaciones relacionadas con el uso adecuado de la información, la validación de fuentes y la aplicación ética de estas herramientas. En ese sentido, la propuesta se orienta a implementar estrategias de comunicación digital mediante contenidos educativos, recursos interactivos y orientaciones prácticas que promuevan un uso responsable de la IAG. Se determina que las estrategias de comunicación digital basadas en la IAG constituyen una alternativa pertinente para fortalecer la práctica en la investigación académica, siempre que se apliquen con criterio ético, formativo y académico.

Palabras clave: Inteligencia artificial generativa, comunicación digital, investigación académica, competencias de investigación, estudiantes universitarios, uso ético de la inteligencia artificial

ABSTRACT

This research stems from the need to strengthen academic research practices among business school students, taking into account the advancement of Generative AI (GenAI) and its progressive integration into research, development, and information processing workflows. The objective was to propose GenAI-based digital communication strategies to enhance research practices for business school students in 2025. The study employed a quantitative approach with a non-experimental design, as data were collected at a specific point in time without manipulating study variables. Surveys were used to gather data on students' perceptions, challenges, and needs regarding the use of digital tools and GenAI in their educational activities. The results showed that students recognize the value of GenAI in developing ideas, searching for information, improving writing, and producing academic work, as well as the importance of properly disseminating AI tools; however, limitations were identified regarding the appropriate use of information, source validation, and the ethical application of these tools. Consequently, the proposal focuses on implementing digital communication strategies—including educational content, interactive resources, and practical guidelines—to foster the responsible use of GenAI. It is concluded that GenAI-based digital communication strategies offer a viable alternative for strengthening academic research practices, provided they are applied with ethical, educational, and academic judgment.

Keywords: Generative artificial intelligence; digital communication; academic research; research skills; college students; ethical use of artificial intelligence

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto

Estrategias de comunicación digital basadas en la IA Generativa para fortalecer la práctica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025.

Área estratégica de desarrollo prioritario

Con la finalidad de realizar este estudio se determinó una línea de investigación en Educación y tecnología, pues el uso de recursos de inteligencia artificial generativa (IAG), están considerados, estas, como recursos clave en el medio de la comunicación digital en los procesos educativos. Estas tecnologías están modificando la forma en que los estudiantes de escuelas de negocios acceden a la información, la procesan y cómo la comunican en el desarrollo de sus investigaciones académicas.

En este contexto, la comunicación digital basada en IAG permite optimizar la interacción, la difusión de contenidos académicos y ampliación del conocimiento, facilitando el desarrollo de competencias investigativas. No obstante, este avance también genera un debate: mientras algunos sostienen que fortalece la capacidad analítica, la estructuración de ideas y la producción académica, otros advierten que su uso inadecuado podría generar dependencia tecnológica y perjudicar la autenticidad y el pensamiento crítico de los estudiantes.

Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

Esta tarea que se realizará en la investigación se clasifica de tipo social, pues el fin es medir su viabilidad de estrategias de comunicación digital en el entorno educativo de los alumnos de nivel superior. Esta investigación pretende también definir los cambios individuales en el proceso de elaboración de investigaciones académicas, así como investigar las conexiones que se establecen en el marco de estas tecnologías con la cantidad de destrezas críticas adquiridas en el entorno educativo. Un 73% de los alumnos universitarios peruanos han tomado a cabo tareas mediante la inteligencia artificial y eso avanza en la investigación que el 26% de los estudiantes afirman tener plena confianza en la exactitud de los impactos de las herramientas de IA. (INFOBAE, 2024).

Alcance de la solución

El ámbito de la respuesta se orienta en el diseño e implementación de estrategias de comunicación digital fundamentadas en base al adecuado uso de la Inteligencia Artificial Generativa, dirigidas a potenciar la práctica de la investigación académica en alumnos de una escuela de negocios. Para ello, se integrarán las estrategias en el entorno educativo con base en recursos digitales, contenidos interactivos y vías de comunicación que complementan el acceso, la explicación y el uso de la investigación.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del problema

Situación problemática en un contexto internacional

A nivel internacional, diferentes entidades educativas de nivel superior están prestando atención a lo que la herramienta IA generativa es capaz de realizar, ya que actualmente los estudiantes universitarios pueden recurrir a esta herramienta mediante el internet para obtener respuestas de tareas y exámenes sin usar realmente el poder del razonamiento. Además, el reto global de incluir IA generativa en la educación superior, sin poner en peligro las competencias significativas, como la capacidad de analizar, aún es existente.

Sin embargo, el 50% de los alumnos temen de que el exceso de IA generativa pueda socavar su experiencia educativa y afectar negativamente su desempeño educativo. (Universidad Baleara) Según la universidad, esta unidad puede asociarse con las deficiencias en el sentido de lectura y una reducción en el espíritu crítico de los estudiantes.

1.1. Descripción de la realidad problemática

Situación problemática en un contexto nacional:

En Perú, la inteligencia artificial en las universidades crece rápidamente, pero trae problemas únicos. Estudios muestran que los estudiantes no son muy conscientes ni desarrollan bien sus habilidades críticas. Esto resulta en más plagios y poco entendimiento de los temas de estudio. Usar herramientas de IA, como ChatGPT, ha aumentado los casos de trampas en las universidades, y muestra que la preparación en ética de alumnos y profesores no es suficiente. Diferenciar entre textos de personas y de IA ahora es más

difícil, lo que hace complicado evaluar a los estudiantes y fomentar su creatividad. A nivel institucional, sigue la falta de reglas claras, métodos de enseñanza que unan la IAG de forma ética y útil, y también es urgente cerrar el hueco digital y asegurar que todos tengan acceso a poder utilizar la IAG.

Situación problemática en un contexto local

En ISIL, se evidencia que más alumnos usan IA para hacer sus investigaciones académicas. Pero, en las primeras charlas, muchos de estos dicen que no revisan bien la información que da esta herramienta ni la miran con ojo crítico. Este modo de actuar puede poner en riesgo la educación de personas que, en el futuro, deberían saber evaluar información por sí mismas y con su propio juicio.

1.2. Formulación del problema

Actualmente, muchos estudiantes de nivel superior usan la inteligencia artificial generativa como ayuda, para desarrollar sus investigaciones académicas. Esto crea un dilema: aunque hace más fácil crear contenido, muchas veces hace que los estudiantes no trabajen tanto en el análisis y en pensar bien sobre la información que la IAG les brinda. Esto puede afectar su capacidad de desarrollar un pensamiento crítico, algo que es muy importante para el desarrollo de su aprendizaje y su futuro profesional. Adicional a ello, tanto en las universidades como institutos superiores, no se reflejan estrategias, ni reglas para que los profesores o alumnos utilicen la IAG de manera responsable y que realmente ayude a mejorar sus habilidades. Por eso es importante investigar cómo podemos utilizar la IAG generativa para que los alumnos desarrollen de forma adecuada su pensamiento crítico.

Problema general

¿De qué manera las estrategias de comunicación digital basadas en inteligencia artificial generativa fortalecen la práctica de la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025?

Problemas específicos

- ¿De qué manera el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa influye en la búsqueda y gestión de información académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025?
- ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación digital basadas en IAG en las habilidades de redacción académica de los estudiantes de una escuela de negocios, 2025?
- ¿De qué manera la interacción digital mediante plataformas, foros y entornos virtuales influye en la participación activa de los estudiantes en procesos de investigación académica en una escuela de negocios, 2025?

1.3. Objetivos de investigación

Objetivo general

Determinar de qué manera las estrategias de comunicación digital basadas en inteligencia artificial generativa fortalecen la práctica de la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025.

Objetivos específicos

- Realizar una investigación acerca del impacto que tiene la IA Generativa para la búsqueda de la información académica, de alumnos en una escuela de negocios, 2025.
- Determinar cómo los contenidos digitales basados en inteligencia artificial generativa influyen en las habilidades de redacción e investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025.
- Comprender de qué forma se expande la participación de la investigación académica a partir de la interacción en el entorno digital por parte de alumnos en una escuela de negocios, 2025.

1.4. Justificación de la investigación

En el estudio de este tema, es de gran trascendencia en el entorno de la educación superior, saturado por la presencia creciente y perturbadora de la Inteligencia Artificial Generativa. Se empleará una metodología mixta para concretar si la Inteligencia Artificial

Generativa ha producido un repercusión positiva o negativa en la práctica de investigación en el alumno de la universidad.

Justificación social

La comunidad educativa sería beneficiaria directamente, específicamente a los estudiantes, que constituyen el foco central de esta investigación. Comprender cómo la IAG influye en las habilidades analíticas y reflexivas, puede ayudar a diseñar estrategias que potencien el uso ético y formativo de estas tecnologías, contribuyendo así a reducir las brechas educativas y digitales. Además de promover un aprendizaje más crítico y autónomo, ayudaría a formar profesionales mejor preparados para afrontar desafíos sociales y laborales, fomentando así una sociedad más informada y responsable en esta era digital.

Justificación metodológica

Es práctica y relevante, porque facilita un análisis integral, así mismo combina datos objetivos como experiencias subjetivas, y permite generar propuestas concretas para mejorar el uso de la IAG en la educación, potenciando las investigaciones académicas de manera responsable.

Justificación práctica

Esta investigación ofrecerá recomendaciones pedagógicas y herramientas concretas a instituciones universitarias y docentes. Podrían diseñarse guías, talleres y actividades que usen la IAG de una manera efectiva, no como un sustituto del pensamiento, sino como una herramienta para estimularlo y fortalecerlo.

1.5. Viabilidad de la investigación

Esta investigación es realizable debido a que existen herramientas de inteligencia artificial generativa accesibles y recursos educativos que permiten integrar su uso en el crecimiento académico de los estudiantes. Además, se dispone con la posibilidad de realizar encuestas y entrevistas con estudiantes universitarios para recolectar datos cualitativos y cuantitativos, lo que garantiza un análisis significativo y representativo del impacto de la IA en las investigaciones académicas. Asimismo, la investigación cuenta con recursos

económicos por parte de los investigadores (autofinanciado), se dispondrá de asesorías constantes durante todo el procedimiento de investigación, así como acceso a bases de datos académicas y orientación especializada en el área de bibliografías.

1.6. Limitaciones de la investigación

En este análisis se obtiene una serie de limitaciones que es conveniente tomar en consideración en los hallazgos y sus interpretaciones. En primer lugar, se encuentra muy posiblemente la dependencia tecnológica del estudiantado, aplicando ciertas herramientas de la inteligencia artificial generativa en vez de utilizar su propio razonamiento. Asimismo, se tiene como limitante la dificultad de medir de forma objetiva la repercusión de la IA en la práctica de investigación académica debido a la influencia de en factores individuales y contextuales de cada uno de los estudiantes. También se reconoce la brecha de acceso tecnológico, ya que algunos centros educativos que no cuentan con las herramientas como IA generativa. Por último, una posible limitante recae en el sesgo que los participantes pueden generar en los resultados efectivos, relegando con ello la descripción que tienen los alumnos sobre la utilidad de la IA en las investigaciones académicas.

2. Marco teórico

Las estrategias de comunicación digital reflexionadas en torno a la IAG influyen notoriamente en la práctica de investigación académica en la toma de decisiones de los estudiantes; a través de las dimensiones propias de las redes sociales, la publicidad pagada o el propio contenido digital se establece en el acceso de la información y la interacción académica. En cuanto a las dimensiones como la identificación del problema, el nivel de conocimiento y la generación de alternativas las cuales permiten conocer cómo estas herramientas impactan en el desarrollo competencias de investigación.

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes nacionales

Altez (2023) realizó un estudio sobre el efecto que tiene la inteligencia artificial en el desarrollo del pensamiento crítico de los alumnos universitarios y concurso con el objetivo de investigar el impacto del uso de herramientas de la IA en las capacidades de análisis en

el entorno de la educación superior peruana. Los hallazgos evidenciaron que el uso de las tecnologías de la IA guarda una relación positiva moderada que ayuda a mejorar el pensamiento crítico cuando existe una integración planificada en las actividades académicas. Además, se evidenció que los universitarios demuestran un incremento en sus procesos de cuestionamiento, análisis e interpretación de datos de manera reflexiva. Esta dinámica responde directamente a la habilidad que posee el investigador para presentar distintas aproximaciones o dar respuestas ante un problema que se ha identificado, vinculándose estrechamente con el pensamiento creativo y la innovación.

Con respecto a esto, Dwivedi et al. (2023) evidencia “la inteligencia artificial generativa puede incrementar la creatividad desde diferentes alternativas y posibilidades de análisis”; En el mundo académico, esto implica que puede permitir a los alumnos experimentar de una manera eficiente diferentes metodologías, hipótesis y alternativas didácticas. No obstante, la toma de decisiones ha de estar sustentada en un componente científico y no solo basarse en las sugerencias automáticas de los algoritmos, garantizando así la validez metodológica del proceso investigativo.

Finalmente, Bernilla (2024) ejecutó una investigación en el Perú dirigida a analizar la inserción de las herramientas de inteligencia artificial en el quehacer diario de la educación superior. Este estudio evaluó cómo la accesibilidad y el uso de plataformas para la creación automatizada de textos, videos e imágenes reconfiguran las tareas cotidianas y los procesos de asimilación informativa. Los resultados determinaron que, ante la velocidad de adopción de estas tecnologías inteligentes, resulta imperativo reformular las estrategias de enseñanza y evaluación dentro de los entornos universitarios. El autor concluye que las instituciones peruanas deben diseñar urgentes metodologías que guíen al estudiantado hacia una mayor reflexión y un pensamiento crítico profundo que vaya más allá de los resultados literales brindadas por los prompts automáticos, garantizando así la integridad de la práctica investigativa nacional.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Puche-Villalobos (2024) realizó la investigación con el propósito de dar a conocer el vínculo que se tiene entre la IA y el desarrollo del pensamiento crítico universitario. La investigación está integrada por 138 jóvenes de educación superior que respondieron un cuestionario estructurado mediante un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo - correlacional. El hallazgo concluyó que hay una relación directa y muy resaltante entre las variables analizadas, dado que los entornos de IA favorecen la comprensión analítica y facilitan la asimilación del conocimiento autónomo. Asimismo, apuntó que la conexión de herramientas inteligentes potencia las habilidades cognitivas superiores en los alumnos, pero advirtió que dicha correlación estadística no implica en ningún caso una causalidad unidireccional.

Por su parte, Ouyang y Zhang (2024) realizó la investigación respecto de la IA como asistente de aprendizaje y de la forma en que influye en el desarrollo de capacidades de pensamiento crítico en el entorno universitario. La determinación de los criterios de cómo el uso sistemático de herramientas generativas de IA afecta el desarrollo de las habilidades metódicas y argumentativas en alumnos de educación superior. Los hallazgos indicaron que los estudiantes que emplean la asistencia algorítmica de forma planificada incrementan sus habilidades de análisis, estructuración de ideas y reflexión crítica de forma significativa. Se concluyó que la IA, siempre que sea acompañada de tutorías y guías humanas explícitas, resulta altamente efectiva en el ámbito educativo.

De igual manera, Zhou et al. (2024) ejecutaron un estudio que tiene como título "The Mediating Role of Generative AI Self-Regulation on Students' Critical Thinking and Problem-Solving", cuyo propósito fue conocer de qué manera variables como la facilidad de uso y la autorregulación (self-regulation) su medición une el efecto de las herramientas de IA generativa sobre las habilidades del pensamiento crítico con un estudio realizado con 223 alumnos universitarios. A partir de un modelado cuantitativo estructurales, los investigadores encontraron que la facilidad de uso de la IA generativa incrementa de forma significativa la autorregulación estudiantil, impactando favorablemente en la resolución de

problemas académicos. A modo de conclusión, sugieren que estas herramientas tecnológicas potencian las habilidades cognitivas solo si los entornos virtuales promueven la autogestión del usuario y no solo su funcionalidad automatizada.

Finalmente, García-Tati et al. (2024) estudio el uso responsable de ChatGPT, considerando un análisis en el que se evalúa hasta qué punto su uso contribuye a potenciar capacidades profesionales del alumnado universitario. Las autoras concluyen que la integración de herramientas de IA generativa no debe ir de la mano con la enseñanza del uso crítico, reflexivo y responsable del aprendizaje. El fin principal de estas estrategias comunicativas es evitar la limitación de la creatividad latente, asegurando la autonomía cognitiva y la toma de decisiones esenciales por parte de los alumnos de escuelas de negocios.

2.1.3. Antecedentes América Latina

Niño-Carrasco et al. (2025), desde el análisis desarrollado en México titulada "Percepciones de estudiantes universitarios sobre los usos de inteligencia artificial en educación", artículos de investigación publicados en la revista Fuentes se utilizaron para investigar de qué forma los alumnos de educación superior perciben el uso didáctico de la inteligencia artificial, utilizando un diseño cuantitativo que tenía una muestra de 515 estudiantes. Los hallazgos de muestran que los alumnos de educación superior buscan la inteligencia artificial como forma válida para ocupar su tiempo y mejorar su comprensión de los temas académicos. No obstante, también han encontrado preocupaciones acerca de la dependencia de la tecnología y del pensamiento crítico. La conclusión que alcanzan los autores es la necesidad de hacer hincapié en el uso ético, crítico y reflexivo de la inteligencia artificial en educación superior. Por su parte, Pizarro Gurrola et al. (2025) hicieron una investigación en México titulada "Herramientas de inteligencia artificial generativa en estudiantes de educación superior", publicada en la Revista NeyArt en cuando hablábamos del uso que hacen los alumnos universitarios de las herramientas de la inteligencia artificial generativa, en este caso se utilizó un enfoque del tipo cuantitativo, descriptivo y calculando acerca de una muestra de 103 alumnos. Los hallazgos basados

en el uso más que el conocimiento de este tipo de tareas indica que las y los estudiantes emplean estas tareas sobre todo en el trabajo de sus investigaciones académicas, pero también vinculados a aspectos positivos como un abordaje más rápido o la facilidad del acceso a la información. No obstante, se evidenció una baja preocupación por aspectos éticos y un uso poco crítico de los contenidos generados por la inteligencia artificial. Como conclusión, los autores destacan la carencia de implementar estrategias educativas que fomenten el pensamiento crítico y el uso responsable de estas tecnologías.

Finalmente, Puche-Villalobos (2024) realizó a cabo una investigación en Venezuela el cual tiene como título "La inteligencia artificial y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios", donde su objetivo fue examinar la correlación entre el uso de la inteligencia artificial y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo con diseño correlacional, contando con una muestra real de 138 alumnos. Los hallazgos evidenciaron una relación resaltante entre el uso de herramientas de inteligencia artificial y el desarrollo de habilidades cognitivas como el análisis, la comprensión y la argumentación. A modo de conclusión, el estudio señala que la inteligencia artificial puede fomentar el pensamiento crítico, siempre que su uso sea guiado y acompañado de procesos reflexivos dentro del contexto educativo.

Variables

Estrategias de comunicación digital

Son el plan de acciones llevadas a cabo de forma planificada en las que se emplean todos o algunos medios y tecnologías digitales para transmitir información, influir en las audiencias y mantener interacción con estas de forma significativa. Desde luego actualmente estas estrategias de comunicación digital que fueron transformadas por la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) que posibilita automatizar tareas complejas tales como la creación de contenidos personalizados, la segmentación de intenciones o la optimización de los flujos comunicativos en tiempo real. Al respecto si tenemos en cuenta la convergencia que se da entre la inteligencia artificial y la educación, estos sistemas

tecnológicos modifican los procesos de enseñanza-aprendizaje que permiten acceder a una educación no sólo equitativa al conocimiento, sino la personalización del aprendizaje o incluso el refuerzo de las competencias digitales de las personas en la educación superior (UNESCO, 2023). Al respecto, Chaffey y Ellis-Chadwick (2022) plantean que una estrategia digital se determina como “el proceso estructurado, la integración de los canales online para cumplir unos objetivos establecidos”. Estos objetivos comúnmente van orientados al posicionamiento de mercado o a la interacción comercial; sin embargo, desde la perspectiva de la educación mediante entornos virtuales, las estrategias digitales también se orientan a fortalecer la práctica investigadora del estudiantado. Esto se logra mediante la difusión sistemática del contenido académico, la necesidad de una práctica activa del pensamiento crítico y el acceso optimizado a la información científica a través de fuentes y repositorios especializados.

Dimensiones

- Las Redes sociales

Se refieren a uno de los fundamentales aspectos vinculados con la comunicación por Internet, caracterizándose primordialmente por su interactividad, su capacidad de difusión masiva y la creación orgánica de comunidades virtuales. Las plataformas socio digitales como Facebook, Instagram y LinkedIn permiten a los usuarios aprender, compartir información técnica y generar contenido propio, el cual pasa a formar parte activa de un espacio colaborativo de co-creación. Al respecto, Greenhow y Chapman (2020) evidencian que “las redes sociales confluyen con el aprendizaje social” debido a su capacidad intrínseca de contribuir al desarrollo del conocimiento colectivo y potenciar la interactividad entre pares. En este caso específico de la educación superior, el uso estratégico de estas plataformas permite que los alumnos asimilen recursos científicos valiosos, participen dinámicamente en debates académicos especializados y colaboren en la difusión directa de los resultados concluidos de sus investigaciones científicas. La introducción actual de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) en las redes sociales refuerza de forma notable

estas capacidades mediante algoritmos avanzados de recomendación personalizada, la producción automatizada de contenidos adaptados y el análisis predictivo del comportamiento del usuario, optimizando notablemente la experiencia del aprendizaje y la curación de información relevante.

- Publicidad Pagada

Consiste en una estrategia de contenidos implementada mediante canales digitales que operan bajo avanzados modelos de segmentación. Plataformas automatizadas como Meta Ads y Google Ads, entre otras, permiten realizar la transferencia de contenidos concretos hacia audiencias específicas, utilizando variables clave como las características demográficas, los intereses particulares o los comportamientos que muestran los usuarios en relación con ciertos productos y marcas. Al respecto, Chaffey y Ellis-Chadwick (2022) evidencian que “la publicidad digital permite aumentar la exposición y el alcance de los contenidos”. Esta premisa adquiere una importancia considerable en la dimensión educativa, sobre todo en el ámbito de la difusión de recursos pedagógicos abiertos, la visibilidad de los eventos científicos y la promoción de programas de formación especializada. La llegada e integración de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) permite la optimización estratégica de estas campañas de publicidad digital, puesto que viabiliza la automatización de los anuncios, la personalización del propio mensaje y la predicción algorítmica de sus resultados. Para los alumnos de las escuelas de negocios, esta dimensión resulta sumamente útil, ya que les sirve para desarrollar competencias analíticas y estratégicas que son esenciales para la toma de decisiones sustentadas en datos dentro de un entorno altamente competitivo.

- Contenido Digital

Corresponde a la información estructurada y registrada en diferentes formatos y soportes electrónicos como textos, videos, infografías o podcasts. Al respecto, Holmes et al. (2022) aseguran que el aumento de la inteligencia artificial ha convertido radicalmente las

metodologías para producir y curar contenido digital. Esto se debe a que la integración de estos sistemas viabiliza un acceso rápido y personalizado a la creación de recursos formativos avanzados. En el entorno de la educación superior, este fenómeno facilita a los alumnos la asimilación de constructos teóricos complejos y optimiza la navegación a través de los diversos contenidos del saber. Por otro lado, la utilización y el despliegue del contenido académico asistido por herramientas de inteligencia artificial debe contestar estrictamente a criterios estandarizados de calidad, veracidad y ética científica. Esta rigurosidad metodológica es indispensable para salvaguardar la integridad de la práctica investigadora, asegurando que el alumnado universitario no incurra en prácticas de plagio académico o en el desarrollo de un aprendizaje superficial y automatizado.

Investigación Académica

Es un proceso que se desarrolla sistemáticamente, a través del cual se articula un saber formal mediante la lógica del método científico, que requiere de unas etapas rigurosas, tales como la problematización del fenómeno, la comprobación sistemática de la literatura, la elaboración de la ruta metodológica, la recolección de la información y el análisis crítico de los resultados. No debe olvidarse, en esta línea, que Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) argumentan que el estudio requiere la realización y la implementación de habilidades cognitivas tanto complejas como esenciales, tales como iniciarse en el razonamiento crítico, explicar el análisis exhaustivo y aplicar la creatividad metodológica para resolver problemas. Bajo este enfoque, las herramientas digitales contemporáneas y los sistemas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG) se consolidan como recursos tecnológicos que empoderan y sostienen las diferentes fases del proceso investigativo, siempre y cuando su uso dentro de las escuelas de negocios se realice de manera prudente, ética y bajo una constante reflexión humana.

Dimensiones

- Nivel de Conocimiento

Hace referencia al dominio cognitivo que muestra el estudiante sobre un tema específico, así como al grado de destreza que influirá de manera directa en sus capacidades de comprensión, análisis, síntesis y aplicación en relación con la información de carácter investigativo. Al respecto, Luckin et al. (2022) evidencian que, “IA puede ser una vía para promover mejoras de aprendizaje a partir de la personalización de los contenidos y de la adaptación a las características del estudiante”. En consecuencia, la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) ofrece un acceso optimizado a información estructurada y utilizable como un mecanismo para potenciar las competencias investigativas del alumnado. Sin embargo, este despliegue tecnológico adquiere un sentido verdaderamente pedagógico siempre que se propicie un adecuado uso crítico de las herramientas que ofrece la IAG, evitando la tecno-dependencia y favoreciendo una construcción autónoma del conocimiento científico dentro de las escuelas de negocios.

- Generación de alternativas

Responde a la habilidad cognitiva que posee el investigador para formular distintas aproximaciones teórico-prácticas o plantear respuestas innovadoras ante un problema que ha sido previamente identificado. Esta dimensión se encuentra estrechamente vinculada con el pensamiento creativo y la innovación metodológica. Con respecto a esto, Dwivedi et al. (2023) afirman, “la inteligencia artificial generativa puede aumentar la creatividad a partir de diferentes alternativas y posibilidades de análisis”. En el ámbito académico, este dinamismo posibilita que los estudiantes exploren de manera eficiente diversas rutas metodológicas, contrastar hipótesis y evaluar alternativas de solución ante casos de estudio complejos. No obstante, la toma de decisiones estratégicas debe estar rigurosamente sustentada en un componente científico y empírico; no debe basarse de forma exclusiva en las sugerencias automáticas de los algoritmos, puesto que la supervisión humana es lo que garantiza la autenticidad y la integridad del proceso investigativo.

2.2. Bases teóricas

Hoy en día la inteligencia artificial generativa está cambiando la educación superior ofreciendo nuevas herramientas en el aprendizaje, la investigación y la innovación; lo cual permite al estudiante optimizar procesos académicos y explorar soluciones creativas a problemas complejos. Por lo que, su uso plantea también desafíos éticos y pedagógicos que necesitan una reflexión crítica y una adecuada regulación en las instituciones educativas.

2.2.1. Inteligencia artificial generativa

Granieri (2023) menciona que la inteligencia artificial generativa (IAG) representa una vertiente de la inteligencia artificial enfocada primordialmente en la producción de contenido propio desde datos ya existentes. Esto implica que posee la habilidad innata de procesar y producir textos, imágenes, sonidos, códigos informáticos y otras tipologías de datos complejos basándose en los patrones previamente asimilados durante su entrenamiento. Dicha tecnología se sirve de algoritmos avanzados y redes neuronales sofisticadas para adquirir conocimientos profundos desde volúmenes de información y, posteriormente, generar evidencias inéditas que se alineen con las demandas específicas de los usuarios. Una de las tecnologías basales para la consolidación de estos sistemas inteligentes es el empleo de redes neuronales optimizadas para la creación de contenido, las cuales operan mediante metodologías de aprendizaje profundo (deep learning). El aprendizaje profundo permite que el sistema procesa grandes volúmenes de información de manera automatizada, descubriendo conexiones y estructuras lógicas latentes que, de otra forma, resultan sumamente complejas de identificar por el ser humano. Esto resulta especialmente ventajoso para el análisis multimodal de contenidos textuales o audiovisuales, posibilitando la generación de nuevo material científico, publicitario o de negocios. Dentro de esta gama resaltan las Redes Generativas Adversariales (GANs), las cuales se componen de un modelo generador y un modelo discriminador; el primero se encarga de producir el contenido simulado mientras que el segundo evalúa su autenticidad frente a datos reales, dinamizando un proceso de aprendizaje acelerado y de alta fidelidad algorítmica.

Complementando esta visión técnica, la compañía tecnológica Red Hat (2026) señala que, en los entornos profesionales modernos, la inteligencia artificial generativa se aplica de forma estratégica para visualizar ideas creativas con rapidez y automatizar tareas operativas monótonas que consumen demasiado tiempo académico y laboral. Del mismo modo, en sectores de adopción emergente como el diseño de productos y la investigación especializada, se prevé que actúe como un copiloto de optimización cognitiva para los profesionales. No obstante, la organización advierte que su implementación corporativa e investigativa también introduce riesgos críticos de gobernanza, plagio y seguridad en la gestión de datos que los usuarios académicos deben conocer, regular y mitigar con prudencia metodológica.

2.2.2. Herramientas de inteligencia artificial generativa

Glover y Urwin (2024) afirman que la inteligencia artificial generativa cuenta con instrumentos que facilitan la creación de textos, imágenes, música, vídeos, voces y código, promoviendo la creatividad y el avance. Actualmente, las más reconocidas son: ChatGPT, que produce respuestas, escritos, síntesis, relatos, guiones, códigos, entre otros. Gemini es otra herramienta, otra Inteligencia Artificial que genera textos y resuelve preguntas complejas. Claude es una herramienta similar al Chat GPT, centrada en proporcionar respuestas eficaces y seguras. Finalmente, Jasper AI es un generador especializado en la creación de textos publicitarios y marketing.

Tomando en consideración lo indicado en el Decreto 822/21 que hace referencia a los procesos de aprendizaje, enseñanza y gestión del estudiante para dar respuesta a las demandas de una sociedad en constante cambio, desarrollé la fase uno de este proyecto de innovación docente motivado por la inquietud de brindar respuesta a los nuevos retos que plantea la revolución tecnológica en la educación universitaria, especialmente en relación con el uso inadecuado de herramientas de inteligencia artificial generativa. En este contexto, el objetivo principal fue guiar al estudiantado de los Grados de Historia, Arte y Arqueología en el desarrollo de competencias digitales que les permitieran utilizar la inteligencia artificial con sensatez y rigurosa a partir de la elaboración de trabajos

universitarios, especialmente en Historia Medieval, se dieron a conocer los beneficios como los riesgos de un uso poco ético. La puesta en marcha de una metodología específica y el análisis de sus resultados ético. La puesta en marcha de una metodología específica y el análisis de sus resultados evidenciaron avances significativos en las capacidades digitales del alumnado, incluido aquellos con necesidades específicas Las actividades desarrolladas permitieron que el estudiante reflexionara y adquiriera destrezas para formular preguntas adecuadas a estas herramientas, mejorando el diseño de prompts y promoviendo un trabajo personal y grupal riguroso y, como también, ameno.

Álvaro, A. L et al (2025) Fomento de habilidades para el uso correcto de herramientas de inteligencia artificial generativa para el estudio y la elaboración de trabajos en humanidades. <https://docta.ucm.es/entities/publication/5f886ef7-7fc3-4c2b-acbf-a02aebe71dd5>

2.2.3. Integración de la IAG en las actividades académicas

Abidi (2025) analiza la integración de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) en el estudio de la literatura hispánica dentro del entorno universitario, investigando tanto su aplicación académica como la repercusión directa en la interacción pedagógica entre el docente y el estudiante. La investigación identifica los desafíos inherentes a este proceso de adopción tecnológica y examina las oportunidades didácticas que ofrece en el entorno de la educación superior; bajo esta premisa, se sostiene que la incorporación estratégica de la IAG permite fortalecer de manera significativa la interacción académica y ampliar las fronteras de aprendizaje en las aulas universitarias. En este mismo marco, Juca-Maldonado et al. (2024) evaluaron el impacto del uso de la inteligencia artificial en las actividades académicas de los estudiantes de la Universidad Metropolitana. Sus hallazgos revelan que la gran mayoría de los alumnos utiliza estos sistemas avanzados para la ejecución de tareas operativas y de investigación, tales como responder cuestionarios y resumir documentos extensos, mostrando una actitud marcadamente positiva hacia dicha tecnología como herramienta de soporte educativo y profesional. No obstante, la investigación identificó una crítica ausencia de directrices institucionales que regulen un

uso ético y responsable, por lo que se propuso el desarrollo e implementación urgente de políticas formales, programas de capacitación docente, inclusión de la IA en la malla curricular y la creación de guías institucionales de buenas prácticas. Finalmente, Contreras-Contreras y Olaya-Guerrero (2025) aseguran que la integración de la inteligencia artificial en la educación superior transforma profundamente los entornos de aprendizaje al ofrecer experiencias personalizadas y de alta relevancia. En su estudio cuantitativo transversal realizado con una población de estudiantes universitarios, los investigadores evidenciaron que el 38.67% del estudiantado emplea activamente herramientas de IA, donde un 36.67% percibe un impacto muy positivo en su asimilación cognitiva y un 44% manifiesta una mejora significativa en su rendimiento académico. Sin embargo, los autores advierten la presencia de percepciones duales: mientras un segmento valora la capacidad del algoritmo para optimizar la eficiencia del aprendizaje, otros sectores muestran resistencia debido a marcadas brechas técnicas y formativas, variando los niveles de adopción según la disciplina académica estudiada.

2.2.4. Capacidad de análisis

Granieri (2023) destaca que la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) no se limita únicamente a examinar o reaccionar ante estructuras de información preexistentes, sino que posee la facultad de producir contenido original y propio. Este dinamismo tecnológico exige de manera directa una mayor capacidad de análisis y discernimiento crítico por parte de los estudiantes universitarios, quienes deben desarrollar la destreza necesaria para evaluar con rigurosidad la veracidad, coherencia lógica y relevancia de los datos provistos por los algoritmos, evitando así una aceptación acrítica o automatizada de sus resultados. Dicha habilidad cognitiva adquiere un valor fundamental en los contextos académicos contemporáneos, donde el uso corporativo y educativo de la IA suele ofrecer respuestas inmediatas que carecen de un componente de reflexión humana profunda. Bajo este enfoque, la capacidad analítica se consolida como un mecanismo heurístico indispensable que le permite al alumno discriminar de forma autónoma entre una respuesta técnicamente útil y aquella que, debido a los sesgos algorítmicos o las denominadas alucinaciones de la

máquina, podría inducir a errores metodológicos o malentendidos dentro de los procesos de investigación en las ciencias empresariales.

2.2.5. Rendimiento académico

El desempeño académico se define operacionalmente como el nivel de desempeño integral que un estudiante alcanza en sus actividades educativas, evaluado comúnmente mediante calificaciones cuantitativas, la entrega sistemática de trabajos de investigación y la participación en el aula virtual. Al respecto, Contreras y Olaya (2025) indican que el 44% de los estudiantes universitarios percibe una mejora significativa en su rendimiento académico atribuible al uso de herramientas de inteligencia artificial generativa. Este fenómeno se debe primordialmente a la personalización del aprendizaje, la inmediatez en los procesos de retroalimentación y la optimización en el acceso a recursos digitales avanzados. No obstante, un 36.67% del alumnado manifiesta un impacto muy positivo en la asimilación de saberes, denotando que la IA actúa como un factor facilitador del éxito educativo superior siempre y cuando se encuentre respaldada por una adecuada guía pedagógica e institucional. En este sentido, Orozco-Morales y Osorio-García (2024) sostienen que, si bien la inteligencia artificial posee un enorme potencial predictivo para modelar resultados académicos, facilitar el diseño de programas individualizados y ofrecer soporte en el asesoramiento del estudiantado, su implementación enfrenta desafíos críticos tales como la necesidad de datos de alta calidad, la complejidad de interpretabilidad algorítmica y el riesgo latente de perpetuar sesgos preexistentes. A través de una revisión sistemática fundamentada en las directrices de la declaración PRISMA, se identificó que los modelos predictivos de rendimiento más utilizados en la literatura especializada corresponden a las Redes Neuronales Artificiales, Árboles de Decisión, Máquinas de Soporte Vectorial y Random Forest. Los resultados evidencian beneficios claros en la optimización del rendimiento escolar y en la toma de decisiones educativas, concluyendo que es indispensable abordar las limitaciones éticas para garantizar una aplicación responsable en los entornos de educación superior. Complementando este enfoque, Jardón-Gallegos et al. (2024) analizaron la influencia directa de los asistentes virtuales

basados en inteligencia artificial sobre el rendimiento académico y la satisfacción de estudiantes universitarios utilizando la base de datos Scopus. Mediante un análisis documental detallado de textos científicos en español e inglés, se evaluó la efectividad de estos asistentes interactivos, determinando que ofrecen un amplio potencial para el fortalecimiento del aprendizaje autónomo gracias a los esquemas de asistencia continua y personalizada. Sin embargo, los investigadores enfatizan la necesidad de gestionar adecuadamente los desafíos técnicos y dilemas éticos que se introducen con estas tecnologías, promoviendo el diseño de estrategias comunicativas e institucionales equilibradas que maximicen las ventajas analíticas y mitiguen los riesgos de plagio o dependencia algorítmica en las escuelas de negocios.

2.2.6. Impacto de la IAG

Niño-Carrasco et al. (2025), desde su estudio desarrollado en el norte de México, centran su interés en evaluar las percepciones de 515 alumnos universitarios sobre el uso de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) tanto en el ámbito educativo como social. Los autores evidencian que el estudiantado de nivel superior posee conocimientos e interacción con la IAG dentro de su vida cotidiana; sin embargo, el estudio analiza con mayor rigor la aplicación de estas herramientas en las tareas de carácter académico y profesional. A pesar de que una parte sustancial de la muestra manifiesta no haberla utilizado en gran medida dentro de sus asignaturas, la tecnología es valorada positivamente por el alumnado, reconociéndola como un recurso útil para optimizar el tiempo en la elaboración de trabajos complejos y obtener sugerencias analíticas que incrementan la calidad de los procesos escolares. En el contexto del aprendizaje, los estudiantes consideran que la IAG permite mejorar la comprensión de constructos teóricos y personalizar la experiencia formativa, ofreciendo nuevas perspectivas frente a problemas complejos. No obstante, los autores destacan que el despliegue de estos sistemas introduce consideraciones éticas sustantivas; entre estas, se menciona especialmente que una dependencia desmedida hacia los algoritmos podría deteriorar el desarrollo autónomo del pensamiento crítico en los

estudiantes, concluyendo que las instituciones de educación superior enfrentan el reto regulatorio de diseñar marcos éticos y programas formativos que promuevan la integridad académica. Por su parte, Pizarro Gurrola et al. (2025) estudiaron el impacto de las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en una muestra de 452 alumnos de educación superior en el Instituto Tecnológico de Durango. Metodológicamente, se aplicó una encuesta en escala de Likert validada mediante un análisis factorial de componentes con pruebas de Kaiser-Meyer-Olkin y Bartlett, registrando un coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0.77. Los resultados demuestran que los estudiantes identifican una alta utilidad y un efecto marcadamente positivo en su productividad y rendimiento académico, manifestando una familiaridad moderada con las plataformas inteligentes. Sin embargo, la investigación detectó un fenómeno de marcada indiferencia por parte de los universitarios respecto a las cuestiones relativas a la ética, la privacidad de los datos y las proyecciones futuras de la IAG. A través de la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis, los investigadores determinaron que no existen diferencias significativas en el uso de la IAG entre las distintas carreras profesionales, lo cual subraya la necesidad de implementar estrategias educativas uniformes que fomenten el uso ético, reflexivo y supervisado de estas tecnologías dentro del entorno universitario.

2.3. Definición de términos básicos

Consiste en una sección metodológica que tiene como fin primordial clarificar el significado técnico de los constructos y conceptos esenciales empleados a lo largo de la investigación. En base a Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), este procedimiento se ejecuta con el objetivo de delimitar conceptualmente las variables, reduciendo o evitando ambigüedades, dudas o confusiones terminológicas, lo cual asegura un adecuado entendimiento y rigurosidad interpretativa por parte del lector o evaluador del proyecto académico.

- Contenido generado

Se refiere a toda información producida por sistemas de inteligencia artificial generativa, como textos, imágenes, audios o videos, partiendo del procesamiento

de grandes volúmenes de datos. Este contenido no es copiado directamente, sino creado mediante patrones aprendidos, lo que requiere una evaluación crítica por parte del usuario. OpenAI (2023)

- **Análisis:**

Es una habilidad cognitiva que posibilita descomponer información compleja en partes más simples, identificar relaciones entre ellas y comprender su estructura. En el entorno académico, el análisis es fundamental para interpretar información y generar conocimiento significativo Bloom (1956).

- **Inteligencia artificial**

Es la capacidad de los sistemas informáticos para generar tareas que normalmente necesitan inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento, la resolución de problemas y la toma de decisiones, mediante algoritmos y modelos computacionales Russell & Norving (2021).

- **Integración:**

Se refiere al proceso de incorporación de herramientas tecnológicas, como la inteligencia artificial, dentro de un entorno educativo o sistema, permitiendo su uso de manera articulada para mejorar procesos de aprendizaje y enseñanza. Mishra & Koehler (2006)

- **Comunicación Digital**

Se define como intercambio de la información mediante los llamados medios o plataformas digitales, lo que permite una interacción entre las personas en tiempo real Castells (2009).

- **Inteligencia Artificial Generativa**

Se trata de una clase de inteligencia artificial que es competente de elaborar contenido de forma original como textos, imágenes, videos o códigos, desde los datos previamente aprendidos mediante técnicas de aprendizaje profundo y redes neuronales Goodfellow et al (2016).

- **Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa**

Son aplicaciones o plataformas digitales que utilizan modelos de inteligencia artificial generativa para crear contenido de manera mecanizada, facilitando tareas académicas, creativas y profesionales Unesco (2023).

- **Investigación académica**

se refiere al proceso metódico que tiene el objetivo de crear un nuevo conocimiento o dar por válido a uno que ya existe mediante la recopilación, análisis e interpretación de los datos encontrados Hernandez-Sapieri y Mendoza (2018)

- **Personalización del aprendizaje**

Es la transformación del método educativo a las características, necesidades y ritmo de aprendizaje de cada uno de los alumnos, permitiendo una experiencia más efectiva y centrada en el usuario Pane et al (2017)

- **Sesgo algorítmico**

Es la presencia de errores o distorsiones de los resultados originados por sistemas de inteligencia artificial, debido a datos de entrenamiento o diseños que pueden producir resultados injustos, imprecisos o discriminatorios O'Neil (2016).

3. Metodología de la investigación

Este estudio se orientará en base al enfoque de metodología cuantitativa. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2023), el enfoque busca su máxima objetividad, eludir las creencias o tendencias del investigador influyen en los resultados. Se caracteriza por un proceso estructurado y planificado antes de reunir datos, a fin de describir y predecir fenómenos a través de información numérica, analizada mediante técnicas estadísticas, para generalizar los hallazgos de la muestra a la población bajo criterios de validez y confiabilidad.

3.1. Nivel de investigación

El diseño de esta investigación es de naturaleza descriptiva. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2023), este tipo de estudios detallan las propiedades y particularidades de un grupo o evento en un momento específico, sin explicar causas ni consecuencias. En esta investigación se describirán variables como el grado de conocimiento, la frecuencia de uso y las sensaciones de los alumnos de la carrera de negocios en relación con el uso de la inteligencia artificial generativa en su mecanismo de toma de decisiones.

3.1.1. Tipo de investigación

Este estudio es de tipo aplicada, ya que busca estudiar cómo las estrategias de comunicación digital y el adecuado uso de la inteligencia artificial generativa influyen en la investigación académica de los estudiantes de una escuela de negocios. Según Roberto Hernández Sampieri y Mendoza (2023), la investigación aplicada se enfoca en resolver problemas concretos mediante la utilización de conocimientos científicos en contextos específicos.

3.1.2. Diseño de investigación

Este diseño de la investigación es no experimental, ya que no se modifican las variables de estudio y sólo se examinarán los fenómenos en su ámbito natural para después de ello analizarlos. Considerando que, presenta un diseño transversal, dado que la recopilación de datos se efectuará en un solo momento determinado. Según Roberto Hernández Sampieri y Mendoza (2023), los diseños no experimentales posibilitan estudiar variables sin modificar su comportamiento dentro del entorno donde ocurren.

3.1.3. Enfoque de la investigación

Este análisis se orientará en base al enfoque de metodología cuantitativa. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2023) este enfoque busca la máxima objetividad, evitando que las creencias o tendencias del investigador influyan en los resultados. Se distingue por un proceso estructurado y planificado antes de la recolección de datos, con la finalidad de describir y predecir fenómenos a través de información numérica, analizada mediante

técnicas estadísticas, para globalizar los descubrimientos de la muestra a la población bajo criterios de validez y confiabilidad.

3.2. Hipótesis y variables

3.2.1. Hipótesis principal: La aplicación de estrategias de comunicación digital basado en la inteligencia artificial generativa junto con recursos educativos adecuados, potencia significativamente la práctica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios.

3.2.2. Hipótesis derivadas

H1: Si los estudiantes universitarios usan IA generativa junto con recursos educativos, mejorarán significativamente sus investigaciones académicas frente a quienes no la usan.

H2: Un uso inadecuado y no orientado de la inteligencia artificial generativa consigue reducir la capacidad de los estudiantes para reflexionar críticamente y dar solución a los problemas complejos de manera autónoma.

H3: La personalización con IA generativa fortalece la reflexión y el análisis crítico en los estudiantes.

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable 1: El uso de herramientas de inteligencia artificial generativa accesibles y recursos educativos en el desarrollo académico de los estudiantes universitarios.

Definición conceptual: Lo que plantea Pérez et al. (2023) es que la inteligencia artificial generativa es una de las partes que constituyen la inteligencia artificial, la cual se centra en la producción o la generación de nuevos contenidos originales (en forma de texto, imágenes, vídeos o código) a través de métodos de aprendizaje profundo y redes neuronales en función de grandes volúmenes de datos, de las cuales se puede obtener información a partir de indicaciones humanas, en función de patrones y relaciones que se han aprendido en el proceso de entrenamiento.

Definición operacional: El porcentaje de estudiantes con acceso a dispositivos inteligentes es un indicador clave, junto con el porcentaje que considera disponible la IA cuando la necesita. En cuanto a la percepción, se busca conocer el nivel de percepción sobre la mejora del pensamiento crítico con IAG y el porcentaje de universitarios que consideran la IAG una gran ayuda. Además, es importante cuantificar el número de estudiantes que usan IAG en actividades académicas, al igual que el número y la frecuencia de actividades realizadas con IAG, para finalmente determinar la frecuencia y tasa de uso general de IAG.

3.3.2. Variable 2

Definición conceptual: La investigación académica desde un proceso sistemático de indagación que conlleva la recopilación, análisis e interpretación de datos con el propósito de comprender fenómenos y generar nuevo conocimiento. John W. Creswell & J. David Creswell (2023).

Definición operacional: Se busca examinar el nivel de medición crítica y capacidad de argumentar ideas en los estudiantes, así como la calidad en la formulación de preguntas y toma de decisiones. Es fundamental determinar el porcentaje de estudiantes que reflexionan autónomamente con o sin IAG, y observar la diferencia en los niveles de pensamiento crítico antes y después del uso de IAG. Finalmente, se analizará la calidad de análisis, comparación y síntesis de ideas, y el porcentaje de mejora percibida en habilidades críticas tras usar IAG.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Según Hernández Sapiere y Mendoza (2023) se debería tener en cuenta sobre el contenido (quién o qué incluye), el lugar (dónde se ubica) y el tiempo (momento de estudio). Hay que definirse lo más claro posible y ajustarse en la medida en que eso puede implicar limitar el alcance de la investigación, Esta delimitación es sesgada, sí, pero se tiene que ser rigurosa. La validez externa y capacidad de generalizar los resultados en función de esta delimitación

cuidadosa a la población. En esta investigación la población estaría integrada por todos los alumnos inscritos en la carrera de negocios de una escuela privada en el distrito de Miraflores, Lima.

3.4.2. Muestra

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2023), Desde la evaluación de cierto grupo de la población que permite obtener resultados aplicables al universo de estudio. Puede seleccionarse mediante técnicas probabilísticas o no probabilísticas, dependiendo de los objetivos del estudio. Se empleará un muestreo no probabilístico por conveniencia, compuesto por aproximadamente 50 estudiantes de la Escuela de Negocios, principalmente jóvenes de entre 25 a 45 años que acepten participar en la encuesta.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El presente trabajo de investigación se efectuará a través de la implementación de la técnica de la encuesta, Según Hernández Sampieri y Mendoza (2023), la recolección de registros en investigaciones cuantitativas se realiza mediante instrumentos sistemáticos que permiten obtener información numérica confiable y válida. En este estudio se aplicará la técnica de encuesta, mediante un cuestionario compuesto por preguntas cerradas y con escalas de tipo Likert, orientado a medir variables como el nivel de conocimiento, uso y percepciones sobre la IAG. Este instrumento reunirá criterios de validez, confiabilidad y objetividad, asegurando la consistencia de los resultados y su pertinencia para el análisis estadístico posterior.

4. Resultados

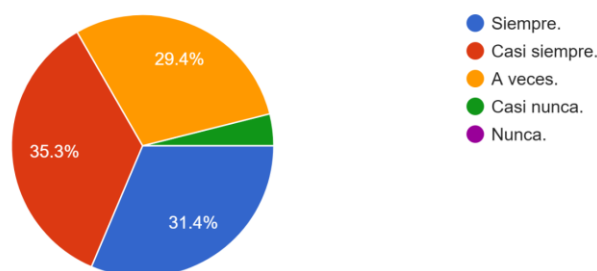
Redes sociales e investigación

Figura 1

Acceso a contenidos útiles mediante redes sociales para mejorar investigaciones académicas.

¿Las redes sociales me permiten acceder a contenidos útiles para mejorar mis investigaciones académicas?

51 respuestas



La red social se ha transformado en una herramienta para el desarrollo académico y la búsqueda de información relevante. En la actualidad, las plataformas digitales como Facebook, Instagram, TikTok y otras permiten a los estudiantes acceder a contenido educativo, metodologías, recomendaciones bibliográficas y recursos vinculados a la investigación académica.

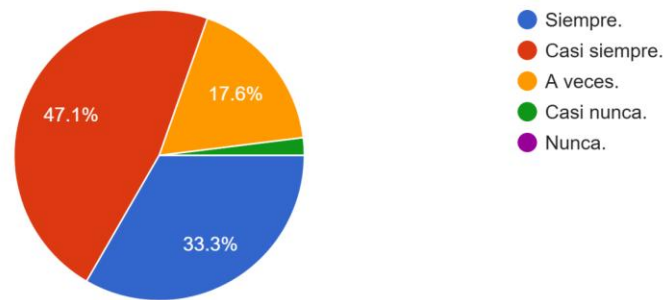
En los hallazgos obtenidos mediante el muestreo realizado, se evidencia que el 35.3% de los entrevistados considera que casi siempre las redes sociales les permiten acceder a contenidos útiles para mejorar sus investigaciones académicas, mientras que un 31.4% señaló que siempre ocurre ello. Asimismo, el 29.4% indicó que solo sucede a veces y únicamente el 3.9% manifestó que casi nunca.

Estos hallazgos reflejan que la mayor parte de los alumnos evidencia que la red social es un medio favorable para fortalecer sus conocimientos académicos y complementar el aprendizaje de investigación académica. De igual modo, evidencia que el contenido digital inciden significativamente en la manera en que los alumnos buscan información y desarrollan sus investigaciones.

Figura 2

Implementación de mayor visibilidad sobre IA en las redes sociales de la escuela de negocios.

¿Consideras que la escuela de negocios debería implementar visibilidad en redes sociales de IA?
51 respuestas



La IAG viene adquiriendo una creciente importancia dentro del ámbito académico y profesional, por lo que resulta importante que las instituciones educativas fortalezcan la difusión de contenido relacionado con estas herramientas.

En ese sentido, el 47.1% de los encuestados considera que casi siempre la escuela de negocios debería implementar mayor visibilidad sobre inteligencia artificial en redes sociales, mientras que el 33.3% considera que siempre debería realizarse. Por otro lado, el 17.6% respondió a veces y solo el 2% señaló casi nunca.

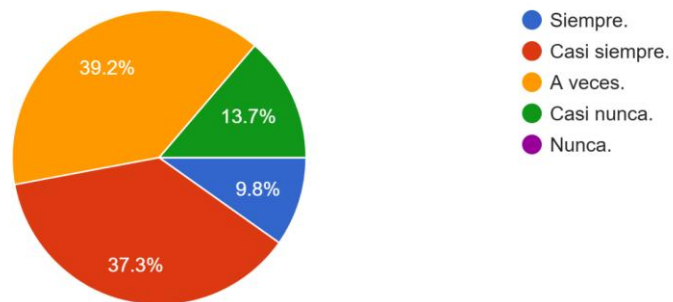
Los resultados del muestreo nos permiten identificar que existe un amplio interés por parte de los estudiantes en recibir más información y difusión sobre IA generativa mediante plataformas digitales. Asimismo, se evidencia la necesidad de incorporar estrategias comunicacionales y contenido académico orientado al uso responsable y eficiente de herramientas tecnológicas.

Figura 3

Difusión del correcto uso de IAG desde las redes sociales de la escuela de negocios.

¿ Desde las redes sociales de la escuela de negocios se difunden el correcto uso de IAG?

51 respuestas



La difusión adecuada sobre el uso de IAG resulta importante debido a que estas herramientas pueden influir directamente en el aprendizaje, la investigación y la toma de decisiones académicas.

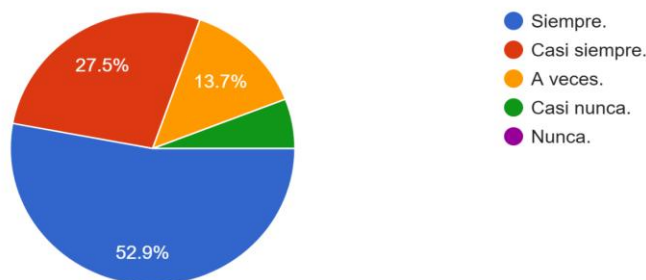
En los hallazgos obtenidos de la encuesta, se aprecia que el 39.2% considera que solo a veces las redes sociales de la escuela de negocios difunden el adecuado uso de la IA generativa. Considerando, un 37.3% manifestó que casi siempre ocurre ello, mientras que el 13.7% indicó casi nunca y solo el 9.8% señaló siempre.

Esto demuestra que todavía existen limitaciones en la difusión de contenido orientado al uso responsable de la IA generativa dentro de las plataformas institucionales. En consecuencia, sería importante fortalecer estrategias digitales que permitan orientar mejor a los estudiantes sobre las ventajas, riesgos y aplicaciones académicas de estas herramientas.

Figura 4

Frecuencia de uso de redes sociales

¿Indica con qué frecuencia utilizas redes sociales (Facebook, Instagram y tiktok)?
51 respuestas



La red social hoy en día forma parte de las actividades cotidianas de los estudiantes universitarios y representan uno de los importantes medios de comunicación e interacción digital.

En el gráfico se observa que el 52.9% utiliza redes sociales siempre, mientras que el 27.5% indicó que casi siempre. Asimismo, el 13.7% manifestó que solo a veces y el 5.9% casi nunca.

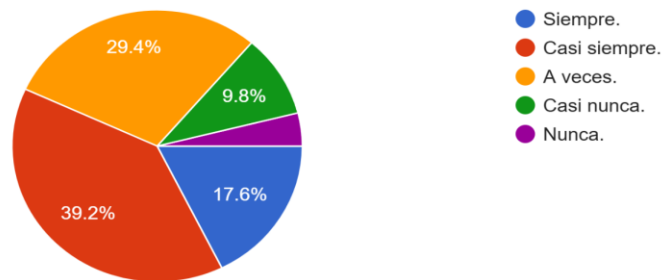
Los resultados desarrollados, evidencian un alto nivel de interacción digital entre los alumnos, donde representa una oportunidad importante de implementar estrategias académicas y difusión mediante plataformas digitales. Además, demuestra que las redes sociales pueden convertirse en canales efectivos para compartir contenido educativo y fortalecer el aprendizaje de los estudiantes.

Figura 5

Publicidad digital y conocimiento de herramientas útiles para la investigación académica

¿La publicidad pagada en plataformas digitales me permite conocer herramientas útiles para la investigación académica?

51 respuestas



La publicidad en medios digitales no solo cumple funciones comerciales, sino que también ayuda en ser un medio digital para difundir herramientas y recursos educativos.

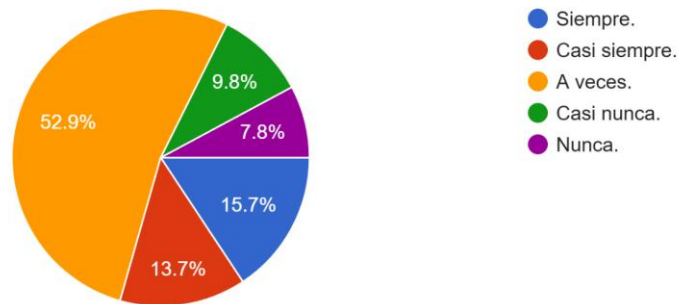
En el muestreo obtenido, el 39.2% de los encuestados considera que casi siempre la publicidad pagada en plataformas digitales les permite conocer herramientas útiles para la investigación académica. Del mismo modo, el 29.4% respondió a veces y el 17.6% señaló siempre. Por otro lado, el 9.8% indicó casi nunca y el 3.9% nunca.

En la encuesta realizada se refleja que la publicidad digital tiene una influencia considerable en el descubrimiento de nuevas plataformas, herramientas tecnológicas y recursos académicos. Asimismo, muestra que los medios digitales pueden ser aprovechados estratégicamente para promover contenidos educativos y de investigación.

Figura 6

Acceso a cursos o talleres académicos mediante publicidad digital.

¿He accedido a cursos o talleres académicos mediante publicidad en medios digitales.
51 respuestas



La difusión de cursos y talleres mediante plataformas digitales viene incrementando considerablemente cada año, facilitando el acceso a capacitaciones académicas y profesionales.

En el muestreo realizado se tiene como resultado que el 52.9% de los estudiantes indicó que a veces ha accedido a cursos o talleres académicos mediante publicidad en medios digitales. Asimismo, el 15.7% señaló siempre y el 13.7% casi siempre. Sin embargo, el 9.8% respondió casi nunca y el 7.8% nunca.

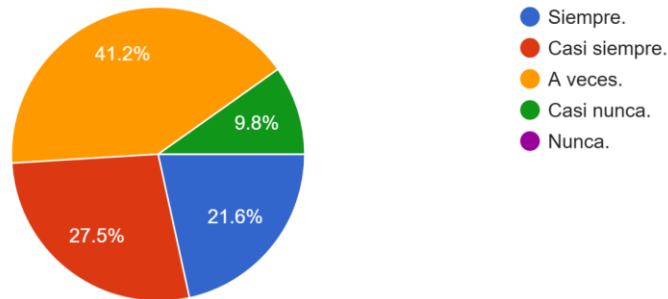
Se evidencia que los medios digitales representan un canal fundamental para la difusión de actividades académicas, aunque todavía existe un conjunto de estudiantes que no interactúa frecuentemente con este tipo de contenido. En consecuencia, sería conveniente fortalecer la segmentación y difusión de publicidad educativa.

Figura 7

Uso de videos, blogs, podcasts o infografías digitales en investigaciones académicas.

¿Utilizo videos, blogs, podcasts o infografías digitales para aportar a mis investigaciones académicas?

51 respuestas



Los contenidos multimedia se han convertido en herramientas que ayudan para el aprendizaje y la comprensión de temas académicos, debido a que posibilitan el acceso a información dinámica y actualizada.

En los resultados obtenidos se aprecia que el 41.2% utiliza a veces videos, blogs, podcasts o infografías digitales para poder ayudarse en sus investigaciones académicas. Así como también, el 27.5% indicó casi siempre y el 21.6% señaló siempre. Por otro lado, el 9.8% respondió casi nunca.

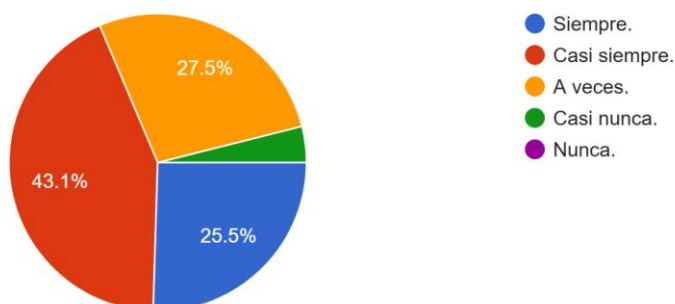
Esto demuestra que los recursos digitales multimedia tienen una presencia significativa en las actividades académicas de los estudiantes. Además, pone a prueba que las plataformas digitales contribuyen al fortalecimiento de los procesos de aprendizaje e investigación.

Figura 8

Los contenidos digitales y la organización de ideas académicas

¿Los contenidos digitales me ayudan a organizar mejor mis ideas académicas?

51 respuestas



Es Importante mantener una buena organización de lluvia de ideas, ya que es primordial que dentro del proceso académico y de investigación, puesto que permite estructurar adecuadamente la información y desarrollar mejores análisis.

En este gráfico se observa que el 43.1% considera que casi siempre los contenidos digitales les ayudan a organizar mejor sus ideas académicas, mientras que el 27.5% respondió a veces y el 25.5% señaló siempre. Solo el 3.9% indicó casi nunca.

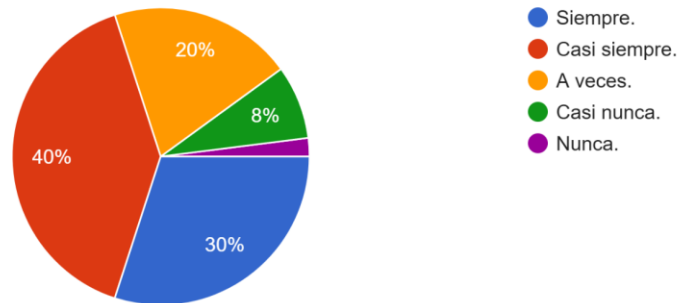
Los resultados evidencian que el contenido digital repercute positivamente en la organización académica de los alumnos, potenciando la comprensión de conceptos y el desarrollo de trabajos universitarios.

Figura 9

Comprensión de temas de metodología de investigación mediante contenido digital.

¿El contenido digital facilita la comprensión de temas relacionados con metodología de investigación?

50 respuestas



El contenido digital permite acceder de manera rápida a información académica y metodológica, simplificando la comprensión de conceptos relacionados con la investigación científica.

Estos resultados alcanzados se aprecian que el 40% considera que casi siempre el contenido digital facilita la comprensión de temas relacionados con metodología de investigación. Asimismo, el 30% indicó siempre y el 20% señaló a veces. Por otro lado, el 8% respondió casi nunca y el 2% nunca.

Esto demuestra que los recursos digitales contribuyen significativamente al fortalecimiento de competencias investigativas y académicas, convirtiéndose en herramientas de apoyo para el aprendizaje universitario.

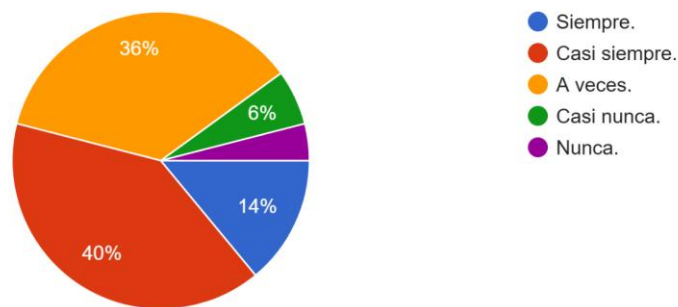
Categoría: Inteligencia artificial generativa y toma de decisiones

Figura 10

Conocimiento sobre el funcionamiento de la IA generativa

¿Consideras que tienes conocimientos suficientes sobre cómo funciona la IA generativa?

50 respuestas



La IAG actualmente cumple un rol fundamental en distintos ámbitos académicos y profesionales, por lo que resulta importante conocer su buen funcionamiento y aplicaciones.

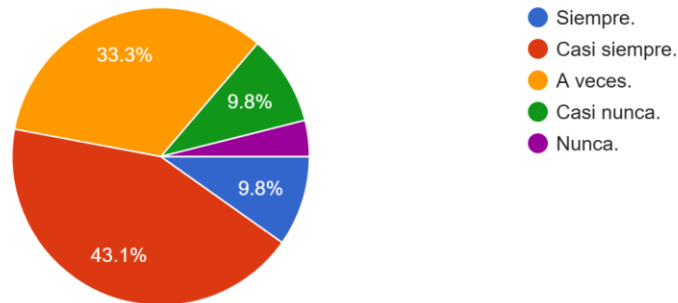
En los hallazgos obtenidos se observa que el 40% considera que casi siempre posee conocimientos suficientes sobre cómo funciona la IA generativa. Asimismo, el 36% indicó a veces y el 14% señaló siempre. Por otro lado, el 6% respondió casi nunca y el 4% nunca. Este muestreo refleja que existe un nivel moderado de conocimiento sobre IA generativa entre los estudiantes; sin embargo, todavía se requiere fortalecer las capacitaciones y orientaciones relacionadas con estas herramientas tecnológicas.

Figura 11

Aplicación de IA generativa para analizar información y apoyar decisiones académicas o profesionales

¿Sabes cómo aplicar la IA generativa para analizar información y apoyar una decisión académica o profesional?

51 respuestas



En la IAG se puede contribuir al estudio de información y a la toma de decisiones, debido a que permite organizar datos, generar alternativas y optimizar procesos académicos y profesionales.

En el gráfico se observa que el 43.1% indicó que casi siempre sabe cómo aplicar la IA generativa para analizar información y apoyar decisiones académicas o profesionales. Asimismo, el 33.3% respondió a veces. Por otro lado, el 9.8% señaló siempre, otro 9.8% casi nunca y el 3.9% nunca.

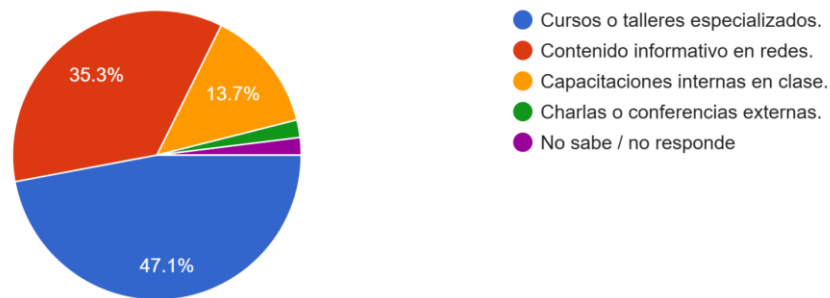
Los resultados de esta encuesta nos evidencian que una importante parte de estudiantes ya utilizan herramientas de IA generativa en el proceso de análisis y toma de decisiones; no obstante, todavía existe un sector que requiere mayor capacitación y orientación práctica.

Figura 12

Acciones para incrementar el conocimiento sobre IA generativa.

¿Qué acciones deberían implementarse para que los estudiantes incrementen su conocimiento sobre el uso de IA generativa?

51 respuestas



La capacitación desarrolla un rol fundamental para fortalecer el conocimiento y uso adecuado de la inteligencia artificial generativa en el entorno académico.

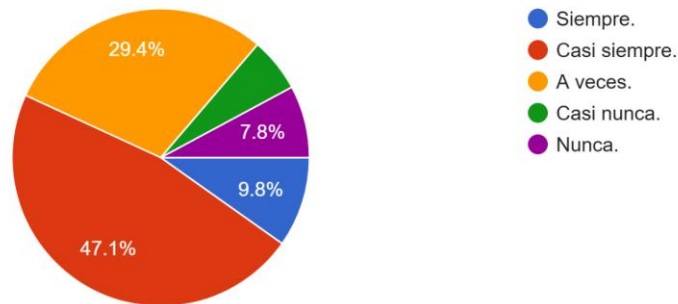
En los resultados obtenidos se aprecia que el 47.1% considera que deberían implementarse cursos o talleres especializados para incrementar el conocimiento sobre IA generativa. Asimismo, el 35.3% señaló contenido informativo en redes sociales y el 13.7% capacitaciones internas en clase. Finalmente, el 2% indicó charlas o conferencias externas y otro 2% no sabe o no responde.

En el muestreo nos indica que los estudiantes consideran necesario desarrollar espacios de formación más especializados y prácticos relacionados con IA generativa, con el fin de fortalecer sus competencias académicas y profesionales.

Figura 13

Uso de IA generativa para comparar distintas soluciones antes de tomar decisiones

¿Usas la IA generativa para comparar distintas soluciones antes de tomar una decisión?
51 respuestas



La IAG puede facilitar el análisis comparativo de alternativas antes de tomar una decisión académica o profesional.

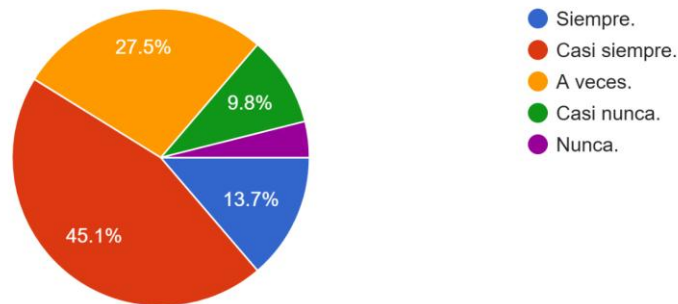
En el gráfico se observa que el 47.1% utiliza casi siempre IA generativa para comparar distintas soluciones antes de tomar una decisión. Asimismo, el 29.4% indicó a veces y el 9.8% señaló siempre. Por otro lado, el 7.8% respondió nunca y el 5.9% casi nunca.

El muestreo refleja que la IA generativa viene siendo utilizada como la herramienta de apoyo en procesos de análisis y toma de decisiones, permitiendo evaluar distintas alternativas de manera más rápida y eficiente.

Figura 14

Influencia de la IA generativa en la confianza para tomar decisiones académicas o profesionales

¿El uso de IA generativa incrementa tu confianza al tomar decisiones académicas o profesionales?
51 respuestas



La confianza en la toma de decisiones puede verse fortalecida desde el uso de herramientas tecnológicas que faciliten analizar información y generar alternativas de solución.

En los resultados obtenidos se aprecia que el 45.1% considera que casi siempre el uso de IA generativa incrementa su confianza al tomar decisiones académicas o profesionales. Asimismo, el 27.5% respondió a veces y el 13.7% señaló siempre. Por otro lado, el 9.8% indicó casi nunca y el 3.9% nunca.

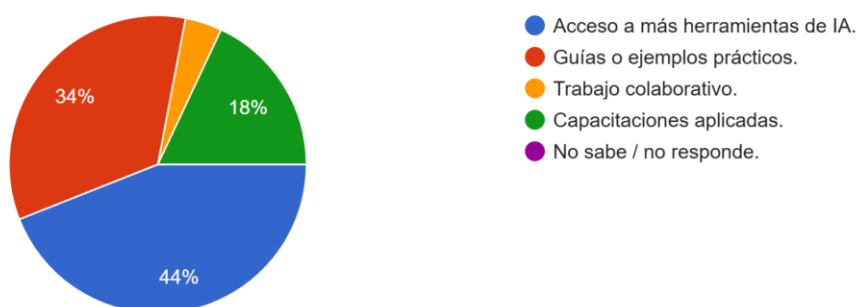
Esto evidencia que la IA generativa cuenta con una influencia positiva en los estudiantes al momento de analizar información y tomar decisiones; no obstante, también emite la necesidad de potenciar las competencias digitales para garantizar una utilización crítica y responsable.

Figura 15

Aspectos necesarios para generar mejores alternativas de decisión usando IA generativa.

¿Qué consideras necesario para que los estudiantes puedan generar mejores alternativas de decisión usando IA generativa?

50 respuestas



El uso adecuado de herramientas de IAG requiere de accesibilidad a recursos tecnológicos y orientación práctica que permita optimizar la toma de decisiones.

En el gráfico se observa que el 44% considera necesario tener acceso a más herramientas de IA para generar mejores alternativas de decisión. Asimismo, el 34% señaló la importancia de contar con guías o ejemplos prácticos y el 18% indicó capacitaciones aplicadas. Finalmente, el 4% manifestó la necesidad de fortalecer el trabajo colaborativo.

En el muestreo se refleja que los estudiantes consideran importante ampliar el acceso a herramientas tecnológicas y desarrollar espacios prácticos de aprendizaje relacionados con IA generativa, con el propósito de ampliar sus habilidades analíticas y toma de decisiones académicas y profesionales.

5. Diagnósticos y discusión

Debido a los resultados obtenidos en las encuestas, quedo identificado que los estudiantes consideran que las redes sociales y las herramientas de IAG contribuyen de forma positiva al desarrollo de actividades académicas e investigaciones. También se observó una opinión positiva sobre la facilidad y rapidez para acceder a información y materiales educativos a través de plataformas digitales.

Respecto a la variable estrategias de comunicación digital, los resultados obtenidos en la pregunta relacionada con **el acceso a contenidos útiles para mejorar las**

investigaciones académicas evidencian que los estudiantes consideran que las redes sociales significan una herramienta importante que fortalece el aprendizaje y acceder a información académica. De igual manera, en la pregunta sobre **la implementación de mayor visibilidad de inteligencia artificial en redes sociales de la escuela de negocios**, los encuestados manifestaron que consideran importante que la institución implemente una mayor difusión de contenido relacionado con herramientas de inteligencia artificial generativa. Estos resultados evidencian el interés de los alumnos por recibir más información y orientación académica mediante plataformas digitales.

En relación con ello, (Abidi, 2025) sustenta que la introducción de la inteligencia artificial generativa en el entorno universitario favorece la interacción académica y amplía las oportunidades de aprendizaje dentro de la educación superior.

Por otro lado, respecto a la variable investigación académica, los resultados adquiridos en las preguntas vinculadas con **la búsqueda de información académica y la verificación de confiabilidad de la información generada por inteligencia artificial** evidenciaron que los alumnos aceptan la utilidad de las herramientas para simplificar el acceso a información y desarrollar actividades académicas. Asimismo, los encuestados consideran importante verificar la confiabilidad de la información obtenida mediante inteligencia artificial antes de emplearla en trabajos académicos.

Estos hallazgos facilitan entender que los estudiantes admiten que tanto los beneficios como la necesidad de gestionar de manera responsable las herramientas de inteligencia artificial dentro de los procesos de investigación académica. En ese sentido, (Juca-Maldonado et. al.,2024) evidencian que la inteligencia artificial logra fortalecer los procesos de aprendizaje y contribuir positivamente al rendimiento académico cuando es utilizada adecuadamente en contextos educativos.

Finalmente, los hallazgos conseguidos demuestran que las estrategias de comunicación digital y la inteligencia artificial generativa representan herramientas relevantes para

fortalecer la investigación académica y simplificar el acceso a recursos educativos en estudiantes de una escuela de negocios.

5.1. Plan de trabajo

Para llevar a cabo la siguiente propuesta, se utilizará metodología enfocada en la adaptación a las necesidades de los alumnos. La presente propuesta se realizará en las siguientes fases: Analizar, planear, diseñar y evaluar.

ANALIZAR		
OBJETIVO	ESTRATÉGIAS	TÁCTICA
Evaluar el estado actual de los estudiantes de la escuela de negocios en relación con la investigación académica y la IA.	Realizar un diagnóstico sobre la situación actual de los estudiantes en cuanto al uso de herramientas e información obtenida por la IAG.	- Analizar los resultados obtenidos en las encuestas. - Identificar dificultades en la búsqueda de información y análisis crítico. - Clasificar el nivel de conocimiento sobre inteligencia artificial. - Identificar las herramientas IA más utilizadas por los estudiantes.
PLANTEAR		
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	TÁCTICA
Planificar las acciones de comunicación digital que se llevarán a cabo para la	Elaborar un plan de comunicación orientado en fortalecer el correcto uso de	- Definir objetivos académicos de la propuesta. - Establecer cronograma de

implementación de estrategias de comunicación basadas en la IA(grilla de contenido)	la IA para las investigaciones académicas.	actividades. - Definir canales de difusión - Diseñar una grilla de contenido académico digital.
DISEÑAR		
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	TÁCTICA
Diseñar estrategias de comunicación digital para plataformas como Tik tok, Facebook, Instagram basados en la IA para mejorar la práctica en la investigación académica	Elaborar piezas gráficas, reels interactivos que tengan un enfoque académico con ayuda de herramientas de IA.	-Diseño de contenidos digitales y redacción de copias académicos - Elaborar guías para búsqueda de información científica. - Diseñar actividades de apoyo en redacción académica y análisis de información. - Proponer el uso de asistentes virtuales y plataformas IA en trabajos de investigación académica.
EVALUAR		
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	TÁCTICA
Medir el impacto de las estrategias de comunicación	Evaluar el nivel de aceptación del contenido	- Aplicar encuestas

digital basadas en la IA para mejorar la práctica en la investigación académica implementadas en los estudiantes de una escuela de negocios.	expuesto sobre el correcto uso de IA en la investigación académica.	mediante historias en redes sociales. - Medir alcance, engagement y participación. - Analizar la aceptación del contenido académico publicado.
--	---	--

Piezas gráficas

Pieza 1



OBJETIVO: Esta pieza contribuye a la realización del objetivo de la investigación, debido a que promueve un uso adecuado de la inteligencia artificial generativa y fortalece la práctica investigativa mediante el desarrollo del pensamiento crítico y la libertad del estudiante. **PÚBLICO:** Alumnos de escuela de negocios

FORMATO: Carrusel

CTA: “Guarda esta publicación para tu próxima investigación”

Pieza 2

Investigación inteligente

7 PROMPTS que todo ESTUDIANTE debería conocer

Úsalos con IA para investigar mejor, escribir mejor y pensar críticamente.

Desliza para descubrirlos

1/9

1

EXPLICAR UN CONCEPTO DE FORMA SIMPLE

"Explicame [concepto] de forma simple, como si se lo explicara a alguien que está empezando en el tema."

Ideal para comprender teorías, modelos o metodologías.

2/9

2

RESUMIR INFORMACIÓN ACADÉMICA

"Resume el siguiente texto en los puntos más importantes: [pega aquí el texto o referencia]."

Úsalo para artículos, libros o investigaciones extensas.

3/9

3

ENCONTRAR IDEAS DE INVESTIGACIÓN

"Dame 10 ideas de temas de investigación sobre [área de estudio] que sean relevantes y actuales."

Útil cuando no sabes por dónde empezar.

4/9

4

MEJORAR LA REDACCIÓN ACADÉMICA

"Mejora la redacción del siguiente párrafo para que tenga un tono académico y sea más claro: [pega tu texto]."

Perfecciona la claridad, coherencia y tono de tus escritos.

5/9

5

FORMULAR PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

"Ayúdame a formular preguntas de investigación sobre [tema] con enfoque cuantitativo/cualitativo."

Te ayuda a definir el problema de estudio con claridad.

6/9

6

ANALIZAR Y COMPARAR AUTORES O TEORÍAS

"Comparar las teorías de [autor 1] y [autor 2] en relación con [concepto o tema]."

Te ayuda a comprender enfoques diferentes y contrastar ideas.

7/9

7

GENERAR REFERENCIAS Y CITAS (APA)

"Genera la referencia en formato APA 7ª edición de este artículo: [pega los datos del artículo]."

Ahorra tiempo y evita errores en tus referencias.

8/9

RECUERDA:

La IA es una herramienta poderosa, pero tu pensamiento crítico es lo que convierte la información en conocimiento.

Pregunta, analiza, verifica y siempre aporta tu propia perspectiva.

INVESTIGA MEJOR. ESCRIBE MEJOR. APRENDE MEJOR.

9/9

Guarda este carrusel para usar estos prompts en tu próxima investigación

OBJETIVO: Esta pieza evidencia el aporte práctico de la investigación, ya que transforma los resultados obtenidos en un recurso educativo accesible para los estudiantes.

PÚBLICO: Alumnos de escuela de negocios

FORMATO: Carrusel

CTA: "Guarda estos prompts y ponlos en práctica en tu próxima investigación"

Pieza 3

Investigación inteligente

Antes de **COPIAR** una **RESPUESTA** de IA, revisa esto

No todo lo que dice la IA es correcto, completo o confiable.

Piensa crítico. Verifica. Luego usa.

1/9

1 ¿Es información **VERDADERA** y actual?

La IA puede cometer errores o dar datos desactualizados.

Revisa siempre:

- ✓ Fechas
- ✓ Datos y cifras
- ✓ Nombres y conceptos

Verifica en fuentes confiables y académicas.

2/9

2 ¿Tiene **FUENTES** confiables?

Una buena respuesta debe estar respaldada por fuentes reales.

Revisa siempre:

- ✓ ¿Cita autores?
- ✓ ¿Incluye enlaces?
- ✓ ¿Son fuentes académicas?

Si no muestra fuentes, búscalas por tu cuenta.

3/9

3 ¿Tiene **SENTIDO** para tu investigación?

La IA puede desviarse del tema o dar información genérica.

Revisa siempre:

- ✓ ¿Responde exactamente a tu pregunta?
- ✓ ¿Se ajusta a tu contexto y variables?

Asegúrate de que aporte valor real a tu trabajo.

4/9

4 ¿Es **COMPLETA** o le faltan partes?

La IA puede dar respuestas incompletas o simplificadas.

Revisa siempre:

- ✓ ¿Cubre todos los puntos importantes?
- ✓ ¿Necesitas más profundidad o ejemplos?

Profundiza, complementa y analiza más allá de la respuesta.

5/9

5 ¿Está **LIBRE** de plagio?

Copiar sin citar es plagio, incluso si lo escribe la IA.

Revisa siempre:

- ✓ Parafrasea con tus propias palabras.
- ✓ Cita las fuentes que consultes.

Usa la IA como apoyo, no como autor.

6/9

6 ¿Puedes **EXPLICARLO** con tus propias palabras?

Si no lo entiendes, tampoco podrás defenderlo.

Revisa siempre:

- ✓ ¿Entiendes lo que dice?
- ✓ ¿Puedes explicarlo con tus propias palabras?

Comprender es más importante que copiar.

7/9

7 ¿Lo usarías si tu **profesor** te lo preguntara?

Si no puedes justificarlo, no lo incluyas.

Revisa siempre:

- ✓ ¿Podrías defender esta información?
- ✓ ¿Estás seguro de que es correcta y relevante?

Tu criterio es tu mejor filtro.

8/9

En resumen

- ✓ Verifica la información.
- ✓ Revisa las fuentes.
- ✓ Asegura que tenga sentido.
- ✓ Profundiza si es necesario.
- ✓ Evita el plagio.
- ✓ Comprende y explica.
- ✓ Usa tu criterio siempre.

La IA es una gran aliada, pero el investigador eres tú. Piensa crítico, investiga mejor.

9/9

Guarda este carrusel para consultarlo siempre que lo necesites

Comparte con tus compañeros y ayuda a más investigadores

OBJETIVO: Esta pieza transforma una recomendación teórica en una acción concreta: de educar a los alumnos a indagar analíticamente la información generada por la IA antes de utilizarla, reduciendo así el riesgo de errores, desinformación y malas prácticas académicas.

PÚBLICO: Alumnos de escuela de negocios

FORMATO: Carrusel

CTA: "Antes de utilizar una respuesta de IA, verifica, analiza y decide con criterio"

Pieza 4

Investigación inteligente

Cómo mejorar tu PÁRRAFO ACADÉMICO en menos de 1 MINUTO

Usa la IA como aliada para escribir con claridad, coherencia y tono académico.

Menos tiempo, mejor redacción.

1/9

Paso 1

Escribe tu párrafo inicial

Redacta tus ideas sin preocuparte por perfección.

Tip: lo importante es empezar con tus ideas principales.

2/9

Paso 2

Pídele a la IA que mejore tu redacción

Usa un buen prompt para obtener una versión más clara y académica.

PROMPT SUGERIDO: "Mejora la redacción del siguiente párrafo para que tenga un tono académico, sea más claro, coherente y conciso: [pega tu párrafo aquí]"

3/9

Paso 3

Revisa la versión mejorada

La IA reestructura tus ideas para que sean más claras, coherentes y con tono académico.

VERSIÓN MEJORADA: La inteligencia artificial está transformando la educación, ya que facilita el acceso a información rápida y brinda apoyo en diversas tareas académicas, optimizando el aprendizaje y la productividad.

No copies tal cual. Úsala como referencia.

4/9

Paso 4

Ajusta con tu propio análisis

Agrega tu opinión, ejemplos o datos para que el párrafo sea 100% tuyo.

Tu voz y tu análisis hacen la diferencia.

VERSIÓN AJUSTADA: La inteligencia artificial está transformando la educación al facilitar el acceso a información rápida y brindar apoyo en diversas tareas académicas. Sin embargo, es importante usarla de manera crítica y ética para potenciar el aprendizaje.

5/9

Paso 5

Verifica coherencia y fluidez

Asegúrate de que el párrafo se conecte con el resto del texto y tenga un buen flujo de ideas.

CHECKLIST RÁPIDO:

- ¿Las ideas están bien conectadas?
- ¿El párrafo tiene una estructura clara?
- ¿El tono es académico?
- ¿Se entiende sin confusiones?

6/9

Paso 6

Corrige detalles finales

Revisa ortografía, puntuación y estilo antes de incorporarlo a tu trabajo.

REVISIÓN FINAL:

- Ortografía
- Puntuación
- Tono académico
- Claridad

Pequeños ajustes, grandes resultados.

7/9

Ejemplo rápido

ANTES: La IA ayuda mucho a los estudiantes porque les da información y les facilita las cosas en sus trabajos.

DESPUÉS: La inteligencia artificial apoya significativamente a los estudiantes al facilitarles el acceso a información relevante y optimizar el desarrollo de sus trabajos académicos.

Más claridad, mejor estructura, mayor impacto.

8/9

Escribe mejor. Investiga mejor. Aprende mejor.

La IA es tu aliada, pero el pensamiento crítico siempre debe ser tuyo.

Usa la IA con inteligencia y lleva tu investigación al siguiente nivel.

9/9

Guarda este carrusel para consultarlo siempre que lo necesites

OBJETIVO: Esta pieza contribuye al objetivo de la investigación porque fortalece una competencia clave para el desarrollo de los trabajos académicos: la redacción clara, coherente y con lenguaje formal, incentivando al mismo tiempo a un uso responsable de la inteligencia artificial generativa.

PÚBLICO: Estudiantes de escuela de negocios

FORMATO: Carrusel

58

CTA: "Prueba estas recomendaciones y mejora la claridad de tu redacción sin perder la autoría de tus ideas"

PIEZA 5

Investigación inteligente

IA + PENSAMIENTO CRÍTICO = INVESTIGACIÓN DE CALIDAD

La IA es una herramienta poderosa, pero tu mente crítica es lo que marca la diferencia.

Piensa. Cuestiona. Verifica. Mejora.

1/9

1

La IA te da respuestas, tú haces las preguntas correctas.

No aceptes la primera respuesta. Desafía, profundiza y busca más allá.

Ejemplo:

¿Cuál es la causa del desempleo juvenil?

La causa principal es... (...respuesta genérica...)

Pensamiento crítico:
¿Es completa? ¿Qué fuentes la respaldan? ¿Qué factores faltan considerar?

2/9

2

Cuestiona la información, no la aceptes sin pensar.

La IA puede equivocarse o inventar datos.

¿Será confiable?

Pregúntate siempre:

- ¿De dónde viene esta información?
- ¿Es actual y relevante?
- ¿Hay otras perspectivas?

No todo lo que dice la IA es verdad. Verifica siempre.

3/9

3

Analiza, compara y contrasta.

Consulta diferentes fuentes y puntos de vista.

Compara:

- Autores
- Estudios
- Datos
- Contextos

El conocimiento se construye con análisis, no con copias.

4/9

4

Usa la IA para potenciar, no para reemplazar.

La IA apoya tu investigación, pero no hace tu trabajo por ti.

IA + TÚ = INVESTIGACIÓN DE CALIDAD

Herramienta + Pensamiento crítico

Tú aportas la lógica, el criterio y la interpretación.

5/9

5

Detecta sesgos y limitaciones.

La IA aprende de datos creados por humanos, y los humanos tenemos sesgos.

Revisa si la respuesta:

- Es imparcial
- Considera diferentes contextos
- Incluye diversidad de fuentes

Tu mirada crítica hace tu investigación más justa y sólida.

6/9

6

Profundiza y conecta ideas.

La IA te da información; tú le das sentido y contexto.

Idea principal

Relaciona conceptos, encuentra patrones y construye tu propio argumento.

7/9

7

Evalúa para mejorar tu investigación.

Revisar críticamente te permite mejorar cada parte de tu trabajo.

- ¿Mi problema está bien planteado?
- ¿Mis fuentes son confiables y actuales?
- ¿Mis argumentos tienen evidencia?
- ¿Mis conclusiones responden al objetivo?

La revisión crítica convierte un buen trabajo en un gran trabajo.

8/9

En resumen

IA + PENSAMIENTO CRÍTICO = INVESTIGACIÓN DE CALIDAD

Usa la IA como aliada, pero tu criterio es tu mayor superpoder como investigador.

Piensa críticamente hoy, transforma el conocimiento mañana.

9/9

Guarda este carrusel para consultarlo siempre que lo necesites.

Comparte con tus compañeros y sigamos aprendiendo juntos.

OBJETIVO: Esta pieza integra los dos elementos fundamentales de la propuesta: el uso estratégico de la inteligencia artificial generativa y el fortalecimiento del pensamiento crítico como base para mejorar la práctica en la investigación académica.

PÚBLICO: Alumnos de escuela de negocios

FORMATO: Carrusel

CTA: “Combina el potencial de la IA con tu pensamiento crítico y construye investigaciones de mayor calidad”

5.2. Estimación de costo de proyecto

5.2.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

ÁREA	ACCIÓN	DETALLES DE COSTO	COSTO ESTIMADO
Gestión y creación de plataformas digitales (Fase 3: Implementación de la estrategia)	Diseño, configuración y administración de páginas en redes sociales para difusión académica	Creación y configuración de perfiles institucionales (Facebook, Instagram y TikTok)	S/ 50.00
Desarrollo de contenidos digital académico/ producción (Fase 2: Planificación de acciones de comunicación)	- Redacción de guiones llamativos - Diseño gráfico - Creación de videos educativos	Elaboración de guiones, infografías académicas, cápsulas educativas y videos sobre uso de IA en investigación académica.	S/ 230.00
Redes sociales (Fase 3: Implementación de la estrategia)	- Herramientas de diseño - Herramientas para grabación - Internet y conectividad	Programación, publicación y monitoreo de contenidos educativos en plataformas digitales.	S/ 60.00
Publicidad pagada (Fase 3: Implementación de)	Difusión mediante redes sociales	Campañas promocionadas en Facebook e Instagram	S/ 100.00

la estrategia)		para ampliar el alcance de la propuesta.	
Gestión de comunidad estudiantil (Fase 3: Implementación y seguimiento)	• Respuesta a consultas estudiantiles • Seguimiento de participación en redes	Atención de consultas, monitoreo de interacciones y análisis de métricas de participación.	S/ 65.00
		TOTAL	S/505.00

6. Sustento del mercado

6.1. Alcance esperado del mercado

El desarrollo de la vigente investigación está direccionado a preparar una planeación de estrategias de marketing digital orientado a la mejoría de la práctica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios.

El cual será importante para dichos estudiantes, ya que permitirá que los estudiantes fortalezcan sus competencias en la investigación académica a través de la puesta en marcha de las herramientas de inteligencia artificial, facilitando procesos que la mayoría de las veces resultan complicados o difíciles durante su formación profesional.

También es importante porque promueve el adecuado uso responsable y estratégico de la inteligencia artificial, contribuyendo con el alumnado a aprovechar la tecnología de una herramienta de apoyo para mejorar la calidad de sus trabajos académicos y su desempeño universitario.

6.2. Descripción del Mercado Objetivo Real o Potencial del Producto o servicio de forma de comercialización innovadora

La escuela de negocios dispone de un público conformado por hombres y mujeres entre las edades de 18 a 45 años que residen en Lima Metropolitana de nivel socioeconómico A y B.

Géneros: Hombres y Mujeres

Rango etario: 18 a 45 años

NSE: A y B

6.3. Propuesta de valor

La presente propuesta de valor busca fortalecer las competencias investigativas de los alumnos de una escuela de negocios mediante la implementación de estrategias digitales orientadas a integrar y potenciar la práctica de la investigación académica, la indagación eficiente de información, el análisis crítico, la redacción científica y el uso responsable de herramientas de inteligencia artificial.

Mediante acciones de comunicación digital enfocadas en el desarrollo de habilidades de la localización, selección y evaluación de fuentes confiables, la elaboración de documentos académicos, el análisis e interpretación de información y la aplicación de metodologías de investigación, los estudiantes podrán optimizar sus procesos de aprendizaje y mejorar la calidad de sus trabajos académicos.

La inteligencia artificial se incorpora como una herramienta complementaria que simplifica la organización de información, la generación de ideas, la mejora de la redacción y el apoyo en diversas etapas del proceso investigativo, promoviendo siempre un uso ético, crítico y responsable de la tecnología.

Asimismo, la propuesta genera valor para la institución educativa al fomentar una cultura de investigación con enfoque de innovación, modernización digital y el fortalecimiento de competencias académicas alineadas con las exigencias del entorno profesional actual, colaborando a la formación de estudiantes más analíticos, críticos y preparados para la toma de decisiones.

6.4. Fuentes de ingreso

La presente investigación no cuenta con financiamiento externo; la investigación será autofinanciada por los tesistas, quienes asumirán los gastos relacionados con la creación y gestión de perfiles en redes sociales, elaboración de contenido digital, utilización de herramientas de inteligencia artificial generativa, acceso a internet y demás recursos importantes para la ejecución del estudio.

6.4.1. Canales de distribución

Este plan de estrategias de comunicación digital basados en la IA cuenta con un canal de distribución digital enfocados en su objetivo principal fortalecimiento de la práctica en la investigación académica mediante las plataformas digitales institucionales y privadas para la difusión de contenido orientados en el correcto uso de la IAG y su aporte en los trabajos de investigación académica.

6.4.2. Estrategia de penetración en el mercado

La estrategia de participación comercial estará orientada a lograr la adopción progresiva de las estrategias de comunicación digital basadas en inteligencia artificial generativa por parte de los estudiantes de una escuela de negocios. Para ello, se emplearán contenidos digitales académicos, publicaciones en redes sociales institucionales y actividades de interacción que permitan incrementar el interés y la participación estudiantil.

- Corto plazo

Difundir contenido académico relacionado con el uso responsable de la inteligencia artificial generativa mediante publicaciones, infografías, reels y piezas gráficas en redes sociales institucionales. Asimismo, se impulsará la participación de los estudiantes mediante las encuestas, historias interactivas y contenido educativo enfocado en investigación académica.

- **Mediano plazo**

Implementar campañas digitales orientadas al fortalecimiento de competencias investigativas, incorporando guías de búsqueda de información científica, recomendaciones de redacción académica y talleres virtuales sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial en procesos de investigación.

- **Largo plazo**

Consolidar una comunidad digital de aprendizaje que permita la difusión permanente de contenidos académicos relacionados con inteligencia artificial e investigación. Además, se buscará incorporar estas estrategias como parte de las actividades regulares de comunicación de la escuela de negocios, fortaleciendo la cultura de investigación y el adecuado uso responsable de tecnologías emergentes.

6.4.3. Actividades productivas propias y externas

Actividades Productivas Internas

- Elaboración de piezas gráficas educativas diseñadas al uso ético de la inteligencia artificial generativa en la investigación académica.
- Diseño y programación de publicaciones digitales sobre búsqueda de información científica, redacción académica y verificación de fuentes.
- Gestión y administración de las redes sociales institucionales destinadas a la difusión de contenidos académicos.

- Elaboración de guías digitales para el uso de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la investigación.
- Seguimiento y monitoreo de la interacción de los estudiantes con los contenidos publicados.
- Empleo de herramientas de inteligencia artificial generativa como ChatGPT y Gemini para apoyar la elaboración de contenidos académicos.

Actividades Productivas Externas

- Uso de plataformas digitales como Instagram, Facebook y TikTok para la difusión de contenido académico.
- Utilización de herramientas tecnológicas de diseño y edición digital como Canva y CapCut.
- Participación de docentes o especialistas invitados para brindar recomendaciones sobre la producción de material educativo.
- Investigación académica y adecuado uso correcto de la inteligencia artificial.
- Difusión de contenidos mediante servicios de publicidad digital para incrementar el alcance de las publicaciones dirigidas a estudiantes.

6.5. Alianzas

6.5.1. Aliados Internos

- Coordinación Académica de la Escuela de Negocios.
- Docentes de cursos de investigación.
- Área de Comunicación Institucional.
- Estudiantes participantes del proyecto.

6.5.2. Aliados Externos

- Plataformas académicas como Google Scholar, Scielo y Redalyc.
- Especialistas en investigación académica.

- Plataformas de inteligencia artificial generativa (ChatGPT, Gemini).
- Redes sociales utilizadas para la difusión de contenidos educativos: Instagram, TikTok, Facebook

6.6. Conclusiones

Con este estudio se llegó a la conclusión de que las estrategias de comunicación digital sustentado en ia generativa favorecen la investigación académica en los alumnos de una escuela de negocios. Los resultados demuestran que los medios digitales, las redes sociales, los contenidos multimedia y también los instrumentos de IA ayudan a los alumnos a acceder a la información académica, aprender los contenidos metodológicos y desarrollar habilidades conectadas a la capacidad de análisis y organizar ideas. También los alumnos consideran que IA es óptima para mejorar los métodos de investigación y tomar decisiones académicas.

- En cuanto a la finalidad de examinar la influencia de la inteligencia artificial generativa en la indagación de información académica, se deduce que esta categoría de herramientas supone un acceso fácil a recursos y herramientas útiles para los estudiantes para que puedan realizar sus ficheros de investigación. Los resultados indican que las plataformas digitales y las aplicaciones de inteligencia artificial permiten la búsqueda de información en menos tiempo y la posibilidad de comparar diferentes opciones para la ejecución de los trabajos. No obstante, se desarrolló también la dificultad de seleccionar la formación del uso de la herramienta, de forma que la información a utilizar cumpla con unos patrones de calidad y fiabilidad.
- Con relación al propósito de averiguar de qué forma los contenidos digitales basados en IA, inciden en las capacidades de redacción e indagación académica, se llegó a la conclusión que esos recursos favorecen más a los alumnos, al sistematizar mejor sus ideas, al entender mejor los conceptos y al elaborar sus trabajos académicos. Los resultados indican que el contenido digital favorece la lógica del orden de los temas relacionados con el objeto de la investigación, aunque debe ser complementado con el análisis y el juicio de los alumnos/as. Por lo tanto, no se debe depender de la información que proporciona la ia.

- Al final entendemos que la relación en el ámbito digital favorece la participación en la investigación y llegamos a la conclusión que las social media y las plataformas digitales han pasado a ser un buen modo para la difusión de los conocimientos, el flujo de la información y el acceso a los contenidos académicos. El uso común de redes por parte de los estudiantes simboliza una buena oportunidad para reforzar las estrategias de comunicación digital orientadas a la investigación. No obstante, los resultados evidencian una escasa difusión institucional en el uso de las ia, por lo que sería necesario hacer un impulso en cuanto a las acciones de orientación y formación en ellos.

6.7. Recomendaciones

- Poner en marcha programas de formación en inteligencia artificial generativa para alumnos, y para profesorado, con el propósito de profundizar en el conocimiento sobre el funcionamiento, el uso académico, las limitaciones y los criterios del uso ético de la inteligencia artificial generativa. De este modo se crearán competencias digitales para hacer un correcto uso adecuado de estas herramientas en los procesos de investigación.
- Diseñar y difundir contenidos educativos digitales sobre metodología de la investigación y usar responsablemente la IA en las redes sociales institucionales. Con esta estrategia se podrá aprovechar los canales digitales más utilizados por el estudiantado, y así potenciar sus competencias de investigación.
- Añadir talleres prácticos enfocados en el desarrollo de habilidades de búsqueda, análisis, evaluación y validación de información académica generada mediante herramientas de inteligencia artificial generativa. De este modo, se fomentará el pensamiento crítico y se disminuirá la vulnerabilidad de la dependencia tecnológica en la realización de trabajos académicos.
- Determinar normas institucionales para la utilización adecuado de la inteligencia artificial generativa en actividades académicas e investigaciones, promoviendo la integridad académica, la innovación de los trabajos y la correcta “adecuada” verificación de las fuentes “usadas”. Igualmente, estos lineamientos deben fomentar el uso de la IA siendo una herramienta de apoyo y no sustituir el análisis y razonamiento propio del alumno.

7. Referencias bibliográficas

Altez, M. K. (2023). *La inteligencia artificial y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes de una universidad pública*. Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de Tarma

<https://es.scribd.com/document/959157912/Altez-Mkm-Sd>

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Ribeiro-Navarrete, S., Boylan, A. K., Firth, J., ... & Yan, M. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.

<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>

Bernilla, E. (2024). Docentes ante la inteligencia artificial en una universidad pública del norte del Perú. *Educación*, 33(64), 8-28.

<https://doi.org/10.18800/educacion.202401.M001>

García-Tati, M. A., Solis-Castro, J., & Mendoza-Véliz, M. (2024). Uso responsable de ChatGPT y dilemas éticos en la formación del estudiante universitario. *Revista Innova Educación*, 6(2), 45-61.

<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/download/9560/17784/18412>

<https://historia1imagen.cl/2025/09/28/inteligencia-artificial-en-la-educacion-universitaria-dilemas-eticos-evaluacion-y-uso-responsable/>

Ouyang, F., & Zhang, L. (2024). Artificial intelligence in education: A systematic literature review. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6, 100222.

<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3857878>

Puche-Villalobos, D. J. (2024). La inteligencia artificial y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios. *Delectus*, 7(2), 59-67.

<https://doi.org/10.36996/delectus.v7i2.242>

Zhou, X., Feng, X., & Wang, L. (2024). The Mediating Role of Generative AI Self-Regulation on Students' Critical Thinking and Problem-Solving. *Education Sciences*, 14(12), 1302. doi.org

<https://www.mdpi.com/2227-7102/14/12/1302>

<https://library.kab.ac.ug/Record/doaj-art-116e4964108d438bb50d2cb49e86c030>

Niño-Carrasco, S. A., Castellanos-Ramírez, J. C., Perezchica Vega, J. E., & Sepúlveda Rodríguez, J. A. (2025). Percepciones de estudiantes universitarios sobre los usos de la inteligencia artificial en la educación. *Revista Fuentes*, 27(1), 94–106. <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/26356>

Pizarro Gurrola, R., Moorillón Soto, A. L., Domínguez Flores, A. S., Calzada Terrones, J., & Rodríguez Rivas, J. G. (2025). Herramientas de inteligencia artificial generativa en estudiantes de educación superior. *Revista NeyArt*, 3(1), 65–88. revistaneyart.com [1]

Puche-Villalobos, D. J. (2024). La inteligencia artificial y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios. *Delectus*, 7(2), 59-67. https://www.researchgate.net/publication/387345841_La_inteligencia_artificial_y_el_desarrollo_del_pensamiento_critico_en_estudiantes_universitarios

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8.^a ed.). Pearson Education. [pearson.com](https://idus.us.es/bitstreams/e3da001a-3fdf-4428-b4ef-74edb613f13f/download) <https://idus.us.es/bitstreams/e3da001a-3fdf-4428-b4ef-74edb613f13f/download>

UNESCO. (2023). *Orientaciones para la IA generativa en la educación y la investigación*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. unesco.org

Greenhow, C., & Chapman, A. (2020). Social distancing to social connections: Academic tweeting and research networks during COVID-19. *British Journal of Educational Technology*, 51(5), 1493-1506. <https://bera-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/bjet.13012>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (8.^a ed.). Pearson Education. [pearson.com](https://www.pearson.com)

<https://www.researchgate.net/publication/369810679> Marketing digital una perspectiva en los negocios de hoy

Holmes, W., Persson, J., Chounta, I. A., Wasson, B., & Dimitrova, V. (2022). *Artificial intelligence and education: A critical view through the lens of human rights, democracy and the rule of law*. Council of Europe Publishing.

<https://www.coe.int/en/web/education/-/artificial-intelligence-and-education->

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. mhmedical.com

<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>

Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M., & Forcier, L. B. (2022). *Intelligence unleashed: An argument for AI in education*. Pearson Education. [pearson.com](https://www.pearson.com)

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Ribeiro-Navarrete, S., Boylan, A. K., Firth, J., ... & Yan, M. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, Article 102642.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>

Granieri, M. (2023, 5 de marzo). ¿Qué es la Inteligencia Artificial Generativa? OBS Business School.

<https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-la-inteligencia-artificial-generativa>

Red Hat. (2026, 16 de julio). ¿Qué es la IA generativa? Temas de Red Hat.

<https://www.redhat.com/es/topics/ai/what-is-generative-ai>

X el Sabio. (2026). Guía de Inteligencia Artificial Generativa: Herramientas. Biblioguías

UAX. <https://uax.libguides.com/c.php?g=723280&p=5256103>

- Abidi, Y. (2025). Inteligencia artificial generativa y educación lingüística: retos y oportunidades en la educación superior. *Revista de Estudios Filológicos*, 48, 115-129. <https://fuenteshumanisticas.azc.uam.mx/index.php/rfh/article/view/1179>
- Contreras Contreras, F., & Olaya Guerrero, J. C. (2025). La integración de la IA en la educación superior: Una experiencia en el aprendizaje estudiantil. *Revista Tribunal*, 5(11), 30-44. <https://doi.org/10.59659/revistatribunal.v5i11.140>
- Juca-Maldonado, F., Luciani-Toro, L. R., & García-Vera, Y. (2024). Inteligencia Artificial en el Campus: adopción, percepciones y la búsqueda de buenas prácticas en la Universidad Metropolitana. *Revista Mexicana De Investigación E Intervención Educativa*, 3(2), 35–43. <https://doi.org/10.62697/rmiiie.v3i2.82>
- Granieri, M. (2023, 5 de marzo). ¿Qué es la Inteligencia Artificial Generativa? *OBS Business School*. obsbusiness.school
- Contreras Contreras, F., & Olaya Guerrero, J. C. (2025). La integración de la IA en la educación superior: Una experiencia en el aprendizaje estudiantil. *Revista Tribunal*, 5(11), 30-44. [doi.org](https://doi.org/10.59659/revistatribunal.v5i11.140)
- Jardón Gallegos, M. C., Malusin, J. H. G., Auz, W. F. Y., & Telenchana, M. G. C. (2024). Impacto de los asistentes virtuales de inteligencia artificial en el rendimiento académico de estudiantes universitarios. *Revista Social Fronteriza*, 4(4), Article e44338. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(4\)338](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(4)338)
- Orozco Morales, N., & Osorio García, P. A. (2024). Aplicación de Modelos de Inteligencia Artificial en Pruebas Estandarizadas para la Optimización del Rendimiento Académico en Educación Superior. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1605>
- Niño-Carrasco, S. A., Castellanos-Ramírez, J. C., Perezchica Vega, J. E., & Sepúlveda Rodríguez, J. A. (2025). Percepciones de estudiantes universitarios sobre los usos de la inteligencia artificial en la educación. *Revista Fuentes*, 27(1), 94–106. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2025.26356>

- Pizarro Gurrola, R., Moorillón Soto, A. L., Domínguez Flores, A. S., Calzada Terrones, J., & Rodríguez Rivas, J. G. (2025). Herramientas de inteligencia artificial generativa en estudiantes de educación superior. *Revista NeyArt*, 3(1), 65–88.
<https://doi.org/10.61273/neyart.v3i1.90>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. mhmedical.com
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*. Longmans, Green.
https://archive.org/details/taxonomyofeducat0000bloo_o9o7
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
<https://archive.org/details/communicationpow0000cast>
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.
deeplearningbook.org
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. mhmedical.com
- Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for teacher knowledge. *Teachers College Record*, 108(6), 1017-1054.
doi.org
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown Publishing. weaponsofmathdestructionbook.com
- OpenAI. (2023). *GPT-4 technical report*. arXiv preprint arXiv:2303.08774. doi.org
- Pane, J. F., Steiner, E. D., Baird, M. D., Hamilton, L. S., & Twyman, J. A. (2017). *How does personalized learning affect student achievement?* RAND Corporation. rand.org
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4.^a ed.). Pearson. berkeley.edu
- UNESCO. (2023). *Orientaciones para la IA generativa en la educación y la investigación*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
unesco.org

ANEXOS

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Estrategias de comunicación digital basadas en la IA Generativa para fortalecer la práctica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2026

Integrantes:

1. Baca Mariño María José
2. Puémape Mendieta, Anaclaudia Miguela
3. Taípe Queirolo, Ariz Adrián

Asesor: Espinoza Rua, Celes Alonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Este estudio origina un impacto en el entorno educativo puesto que mediante la estrategia de comunicación digital busca reforzar las competencias investigativas de los estudiantes. A través de piezas gráficas compuestas por recursos prácticos que promueven la utilización de los recursos de la inteligencia artificial generativa de manera responsable durante los procesos de investigación académica. Asimismo, esta propuesta genera un impacto académico debido a que contribuye a mejorar las investigaciones académicas de los alumnos de una escuela de negocios, teniendo como objetivo orientar a los universitarios sobre el uso correcto de la IAG. Finalmente, se genera un impacto social ya que estas estrategias de comunicación digital basadas en IAG para fortalecer la práctica en la investigación académica fomentan una cultura del uso ético de las herramientas de la IAG, impulsando el pensamiento crítico en la producción del conocimiento.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Los hallazgos en esta investigación evidenciaron que las estrategias de comunicación digital basadas en IAG constituyen de forma importante para fortalecer la práctica en la investigación académica en alumnos de una escuela de negocios. La mayoría de los participantes manifestó utilizar con frecuencia las redes sociales, plataformas digitales y herramientas de IA para acceder a información, así mismo mejorar la redacción de trabajos académicos, generar ideas y ampliar sus conocimientos durante el desarrollo de sus investigaciones.

Se concluye, aunque la inteligencia artificial significa la posibilidad para mejorar el aprendizaje y el desempeño académico, es necesario acompañar su uso con estrategias de comunicación digital que guíen a los alumnos hacia un adecuado uso responsable, crítico y ético. Por ende, los resultados permitieron reconocer la importancia de implementar contenidos educativos, recursos digitales y acciones de capacitación que fortalezcan las competencias investigativas y promuevan una mejor calidad en los trabajos académicos.

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVO	HIPOSTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA	PLAN DE TRABAJO
GENERAL	GENERAL	GENERAL	Estrategias de comunicación digital	Redes sociales	Alcance de publicaciones en dispositivos móviles	Enfoque: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Población: todos los alumnos inscritos en la carrera de negocios de una escuela privada en el distrito de Miraflores, Lima. Muestra: 50 estudiantes de la Escuela de Negocios, principalmente jóvenes de entre 18 y 25 años que acepten participar en la encuesta Enfoque: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Población: todos los alumnos inscritos en la carrera de negocios de una escuela privada en el distrito de Miraflores, Lima. Muestra: 50 estudiantes de la Escuela de Negocios, principalmente jóvenes de entre 18 y 25 años que acepten participar en la encuesta Técnica: La encuesta	FASE 1: ANALIZAR Evaluar el estado actual de los estudiantes de la escuela de negocios en relación con la investigación académica y la IA. FASE 2 : PLANTEAR Planificar las acciones de comunicación digital que se llevarán a cabo para la implementación de estrategias de comunicación basadas en la IA(grilla de contenido) FASE 3 : DISEÑAR Diseñar estrategias de comunicación digital para plataformas como Tik tok, facebook, instagram basados en la IA para mejorar la práctica en la investigación académica FASE 4 : EVALUAR Medir el impacto de las estrategias de comunicación digital basadas en la IA para mejorar la práctica en la investigación académica implementadas en los estudiantes de una escuela de negocios.
ESPECIFICO	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS		Publicidad pagada	Interacciones		
¿De qué manera el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa influye en la búsqueda y gestión de información académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025?	Realizar una investigación acerca del impacto que tiene la IA Generativa para la búsqueda de la información académica, de alumnos en una escuela de negocios, 2025.	Si los estudiantes universitarios usan IA generativa junto con recursos educativos, mejorarán significativamente sus investigaciones académicas frente a quienes no la usan.		Contenido digital	Tasa de retención		
¿Cómo influyen las estrategias de comunicación digital basadas en IAG en las habilidades de redacción académica de los estudiantes de una escuela de negocios, 2025?	Determinar cómo los contenidos digitales basados en inteligencia artificial generativa influyen en las habilidades de redacción e investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025.	Un uso excesivo y no guiado de la inteligencia artificial generativa puede limitar la capacidad de los estudiantes para reflexionar críticamente y resolver problemas complejos de manera autónoma.	Investigación académica	Nivel de conocimiento	Comprensión de la información para tomar decisiones adecuadas		
¿De qué manera la interacción digital mediante plataformas, foros y entornos virtuales influye en la participación activa de los estudiantes en procesos de investigación académica en una escuela de negocios, 2025?	Comprender de qué forma se expande la participación de la investigación académica a partir de la interacción en el entorno digital por parte de alumnos en una escuela de negocios, 2025.	La personalización con IA generativa fortalece la reflexión y el análisis crítico en los estudiantes.		Generación de alternativas	Capacidad de evaluar y elegir opciones adecuadas		

Matriz de operacionalización

Problemas	Objetivos	Variables	Dimensiones	Metodología	Variables	Definición conceptual
Problema general: ¿De qué manera las estrategias de comunicación digital basadas en inteligencia artificial generativa fortalecen la práctica de la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025?	Objetivo general: Determinar de qué forma un plan de comunicación digital basado en la inteligencia artificial generativa favorece la práctica de la investigación académica en los alumnos de una escuela de negocios, 2025.	Variable 1 Estrategias de comunicación digital	Redes sociales	Enfoque: Cuantitativa Nivel Descriptivo Diseño: No experimental transversal Población todos los alumnos inscritos en la carrera de negocios de una escuela privada en el distrito de Miraflores, Lima Muestra: 50 estudiantes de la Escuela de Negocios, 2025. Muestreo no probabilístico por conveniencia Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario	Variable 1 Estrategias de comunicación digital	Según Philip Kotler y Keller (2016), las estrategias de comunicación digital son un conjunto de acciones planificadas que utilizan medios y plataformas digitales para transmitir mensajes, interactuar con audiencias y generar valor mediante el uso de tecnologías y herramientas digitales.
Problemas específicos: ¿De qué manera el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa influye en la búsqueda y gestión de información académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025?	Objetivos específicos Realizar una investigación acerca del impacto que tiene la IA Generativa para la búsqueda de la información académica, de alumnos en una escuela de negocios, 2025.		Publicidad pagada			
¿Cómo influyen las estrategias de comunicación digital basadas en IAG en las habilidades de redacción académica de los estudiantes de una escuela de negocios, 2025?	Determinar cómo los contenidos digitales basados en inteligencia artificial generativa influyen en las habilidades de redacción e investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios, 2025.		Contenido digital			
¿De qué manera la interacción digital mediante plataformas, foros y entornos virtuales influye en la participación activa de los estudiantes en procesos de investigación académica en una escuela de negocios, 2025?	Comprender de qué forma se expande la participación de la investigación académica a partir de la interacción en el entorno digital por parte de alumnos en una escuela de negocios, 2025.	Variable 2 Investigación académica	Nivel de conocimiento		Variable 2 Investigación académica	La investigación académica es un proceso sistemático de indagación que implica la recolección, análisis e interpretación de datos con el propósito de comprender fenómenos y generar nuevo conocimiento. (John W. Creswell & J. David Creswell,2023).
			Generación de alternativas			

Estrategias de comunicación digital basadas en la IAG para fortalecer la práctica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios 2026.



Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala
La variable será medida mediante indicadores relacionados con el uso de plataformas digitales, interacción en entornos virtuales, difusión de contenidos y acceso a información académica mediante herramientas digitales.	Redes sociales	Alcance de publicaciones en dispositivos móviles	¿Las redes sociales me permiten acceder a contenidos útiles para mejorar mis investigaciones académicas? ¿Consideras que la escuela de negocios debería implementar visibilidad en redes sociales de IA? ¿Desde las redes sociales de la escuela de negocios se difunden el correcto uso de IAG?	● Siempre ● Casi siempre ● A veces ● Casi nunca ● Nunca
	Publicidad pagada	Interacciones	¿Indica con qué frecuencia utilizas redes sociales (facebook, instagram y tiktok)? ¿La publicidad pagada en plataformas digitales me permite conocer herramientas útiles para la investigación académica? ¿He accedido a cursos, o talleres académicos mediante publicidad en medios digitales.?	● Siempre ● Casi siempre ● A veces ● Casi nunca ● Nunca
	Contenido digital	Tasa de retención	¿Utilizo videos, blogs, podcasts o infografías digitales para aportar a mis investigaciones académicas? ¿Los contenidos digitales me ayudan a organizar mejor mis ideas académicas? ¿El contenido digital facilita la comprensión de temas relacionados con metodología de investigación?	● Siempre ● Casi siempre ● A veces ● Casi nunca ● Nunca
Se busca evaluar el nivel de reflexión crítica y capacidad de argumentar ideas en los estudiantes, así como la calidad en la formulación de preguntas y toma de decisiones. Es fundamental determinar el porcentaje de estudiantes que reflexionan autónomamente con o sin IAG, y observar la diferencia en los niveles de pensamiento crítico antes y después del uso de IAG. Finalmente, se analizará la calidad de análisis, comparación y síntesis de ideas, y el porcentaje de mejora percibida en habilidades críticas tras usar IAG.	Nivel de conocimiento	Comprensión de la información para tomar decisiones adecuadas	¿Consideras que tienes conocimientos suficientes sobre cómo funciona la IA generativa? ¿Sabes cómo aplicar la IA generativa para analizar información y apoyar una decisión académica o profesional? ¿Qué acciones deberían implementarse para que los estudiantes incrementen su conocimiento sobre el uso de IA generativa?	● Siempre ● Casi siempre ● A veces ● Casi nunca ● Nunca 3ra. Cursos o talleres especializados Contenido informativo en redes Capacitaciones internas en clase Charlas o conferencias externas No sabe / no responde
	Generación de alternativas	Capacidad de evaluar y elegir opciones adecuadas	¿Usas la IA generativa para comparar distintas soluciones antes de tomar una decisión? ¿El uso de IA generativa incrementa tu confianza al tomar decisiones académicas o profesionales? ¿Qué consideras necesario para que los estudiantes puedan generar mejores alternativas de decisión usando IA generativa?	● Siempre ● Casi siempre ● A veces ● Casi nunca ● Nunca Acceso a más herramientas de IA Guías o ejemplos prácticos Trabajo colaborativo Capacitaciones aplicadas No sabe / no responde

Cuestionario

1. Género

- Femenino
- Masculino
- Otros

2. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 a 55 años

3. ¿Las redes sociales me permiten acceder a contenidos útiles para mejorar mis investigaciones académicas?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

4. ¿Consideras que la escuela de negocios debería implementar visibilidad en redes sociales de IAG?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

5. ¿Desde las redes sociales de la escuela de negocios se difunden el correcto uso de IAG?

- Siempre
- Casi siempre

- A veces
 - Casi nunca
 - Nunca
6. ¿Indica con que frecuencia utilizas redes sociales(Facebook, Instagram y TikTok)?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Casi nunca
 - Nunca
7. ¿La publicidad pagada en plataformas digitales me permite conocer herramientas útiles para la investigación académica?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Casi nunca
 - Nunca
8. ¿He accedido a cursos o talleres académicos mediante publicidad en medios digitales?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Casi nunca
 - Nunca
9. ¿Utilizo videos, blog, podcasts o infografías digitales para aportar a mis investigaciones académicas?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces

- Casi nunca
- Nunca

10. ¿Los contenidos digitales me ayudan a organizar mejor mis ideas académicas?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

11. ¿Los contenidos digitales facilitan la compleción de temas relacionados con metodología de investigación?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

12. ¿Consideras que tienes conocimientos suficientes sobre cómo funciona la IAG?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

13. ¿Sabes cómo aplicar la IAG para analizar información y apoyar una decisión académica o profesional?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

14. ¿Qué acciones deberían implementar para que los estudiantes incrementen su conocimiento sobre el uso de la IAG?
- Cursos o talleres especializados
 - Contenido informativo en redes sociales
 - Capacitaciones internas en clase
 - Charlas o conferencia externas
 - No sabe/ No responde
15. ¿Usas la IAG para comparar distintas soluciones antes de tomar una decisión?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A vece
 - Casi nunca
 - Nunca
16. ¿El uso de IAG incrementa tu confianza al tomar decisiones académicas o profesionales?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Casi nunca
 - Nunca
17. ¿Qué consideras necesario para que los estudiantes puedan generar mejores alternativas de decisión usando la IAG?
- Acceso a más herramientas de IA
 - Guías o ejemplos prácticos
 - Trabajo colaborativo
 - Capacitaciones aplicadas
 - No sabe/ No responde

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Celes Alonso Espinoza Rúa
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente del curso Taller de investigación aplicada e innovación
3. Nombre del instrumento:	Cuestionario
1.4. Autor del instrumento:	Baca Mariño, Maria Jose Puémape Mendieta, Ana Claudia Miguela Taipe Queirolo, Ariz Adrian
1.5. Especialidad	Bachiller en Marketing e Innovación Bachiller en Administración y Dirección de negocios Bachiller en Dirección Publicitaria
1.6. Título de la investigación	Estrategias de comunicación digital basadas en la IAG para fortalecer la practica en la investigación académica en estudiantes de una escuela de negocios 2026.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 82-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				75	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				80	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				80	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				80	

9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	
10.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				80	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					78.5	

PREGUNTAS O ÍTEMS OBSERVADOS – VARIABLE O INDEPENDIENTE

Pregunta observada	Observación

La evaluación se realiza de todos los ítems de la variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 78.5 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (*) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Fecha: 30 de julio del 2026
 experto informante.

DNI. N° 42750231

Rúa

Firma del

Celes Espinoza