



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El uso de *chatbots* impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTORES

Pérez León Isaad Isaías

Tomalá Tomalá Carlos Alfredo

TUTOR

Ab. Arturo Clery, PhD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El uso de *chatbots* impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTORES

Pérez León Isaad Isaías

Tomalá Tomalá Carlos Alfredo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación

SUB-LÍNEA

Medios impresos, y la utilización de las TIC al desarrollo social

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

Declaratoria de responsabilidad	I
Dedicatoria	II
Agradecimientos.....	III
Certificado de aprobación del trabajo de titulación uic Proyecto de investigación.....	IV
Tribunal de Sustentación Unidad de Integración Curricular	V
Resumen.....	1
Introducción	2
1. Planteamiento del problema.....	4
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	4
1.2. Formulación del problema de investigación.....	8
1.3. Preguntas de investigación	8
1.4. Objetivos.	9
1.4.1. Objetivo general	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Justificación de la investigación.	9
1.6. Hipótesis.....	11
1.7. Variables.....	11
2. Marco teórico y conceptual.....	13
2.1. Conocimiento actual.....	13
2.2. Marco legal.....	18
3. Marco metodológico	21
3.1. Enfoque de la investigación.....	21
3.2. Tipo de investigación.	21
3.3. Diseño de investigación.....	22
3.4. Alcance de la investigación	22
3.5. Operacionalización de las variables.....	24
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	26
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	27
4. Análisis de resultados y discusión	29
5. Conclusiones	58
6. Recomendaciones.....	59
Referencias bibliográficas	60
Anexos	63

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de Operacionalización.....	24
Tabla 2. Edad	29
Tabla 3. Género.....	30
Tabla 4. ¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?	31
Tabla 5. ¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?	32
Tabla 6. ¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento?.....	33
Tabla 7. ¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio?	34
Tabla 8. ¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?.....	35
Tabla 9. ¿Considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?	36
Tabla 10. ¿Opina que los mensajes enviados por estos medios electrónicos son claros y fáciles de comprender para sus clientes?	37
Tabla 11. ¿Considera que la calidad de comunicación mediante aplicaciones genera satisfacción en sus clientes?.....	38
Tabla 12. ¿Opina que la comunicación a través de medios digitales logra atender adecuadamente las inquietudes de los clientes?.....	39
Tabla 13. ¿Cree que el uso de sistema automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?	40
Tabla 14. <i>Entrevista 1. Raúl Véliz</i>	41
Tabla 15. <i>Entrevista 2. Héctor Santos</i>	44
Tabla 16. <i>Entrevista 3. MSc. Stalin de la Cruz</i>	46

Índice de figuras

Figura 1 . Edad.....	29
Figura 2. Genero	30
Figura 3. ¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?	31
Figura 4. ¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?	32
Figura 5. ¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento?.....	33
Figura 6. ¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio?.....	34
Figura 7. ¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?.....	35
Figura 8. ¿Considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?	36
Figura 9. ¿Opina que los mensajes enviados por estos medios electrónicos son claros y fáciles de comprender para sus clientes?	37
Figura 10. ¿Considera que la calidad de comunicación mediante aplicaciones genera satisfacción en sus clientes?.....	38
Figura 11. ¿Opina que la comunicación a través de medios digitales logra atender adecuadamente las inquietudes de los clientes?.....	39
Figura 12. ¿Cree que el uso de sistema automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?	40

Declaratoria de responsabilidad

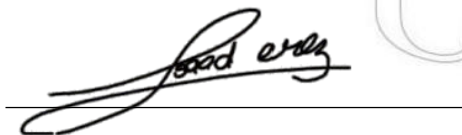
Quien suscribe; **Tomalà Tomalà Carlos Alfredo** con C.I. 2450165291 y **Pérez león Isaad Isaías** con C.I. 2400039745 estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es **El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas**, corresponde exclusiva responsabilidad de los autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, octubre 30 de 2025

Atentamente,



Tomalà Tomalà Carlos Alfredo
C.I. 2450165291



Pérez León Isaad Isaías
C.I. 2400039745

Dedicatoria

A Dios, por su infinita misericordia y por acompañarme en cada paso de este proceso. Su guía y fortaleza fueron el sostén que me permitió avanzar incluso en los momentos de incertidumbre.

A mis padres, por su amor, comprensión y sacrificio. Gracias por creer en mí, por enseñarme a luchar con perseverancia y por ser el ejemplo que me impulsa a superarme cada día.

A mis hijos, por su paciencia, por llenar mis días de alegría y por recordarme que todo esfuerzo tiene un propósito más grande que uno mismo.

A mis docentes y a quienes me brindaron su conocimiento, orientación y palabras de aliento durante esta etapa académica. Su apoyo fue fundamental para culminar con éxito este logro.

Y finalmente, a todas aquellas personas que, de una u otra forma, fueron parte de este camino: quienes me tendieron la mano, quienes me retaron a ser mejor, e incluso quienes dudaron, porque gracias a cada experiencia hoy soy más fuerte y más consciente de lo que puedo alcanzar.

Pérez León Isaad Isaías

A Dios, sobre todas las cosas, por darme la vida, la fortaleza y la sabiduría para enfrentar cada desafío y culminar esta etapa de mi formación. Gracias por acompañarme en cada paso de este camino.

A mis padres, Luis Tómalá y Jacinta Tómalá, y a mis hermanos, por su amor incondicional, su ejemplo de esfuerzo y perseverancia, y por estar siempre conmigo, celebrando mis logros y apoyándome en los momentos difíciles.

A mi esposa, Inés Yadira Malavé, y a mis hijos, quienes llenan mi vida de alegría, motivación y amor. Gracias por su paciencia, comprensión y por ser mi motor para seguir adelante.

A mis compañeros Paola, Isaac y Danny Izza, por compartir risas, experiencias y apoyo incondicional durante todo este proceso. Su amistad hizo más llevadero este camino.

Y a todos mis familiares y amigos, que de alguna manera contribuyeron a la realización de esta tesis, les expreso mi más profundo agradecimiento.

Tomalá Tomalá Carlos Alfredo

Agradecimientos

A Dios, por ser mi guía constante, la fuerza que me sostuvo en los momentos difíciles y la luz que iluminó cada paso de este camino.

A mis padres, por su amor incondicional, su ejemplo y sus enseñanzas que me inspiraron a perseverar hasta alcanzar esta meta.

A mis hijos, motores de mi vida, por recordarme cada día que los sueños sí se cumplen cuando se lucha con el corazón.

A quienes en mi camino fueron solo un tropiezo, gracias, porque incluso las caídas me enseñaron a levantarme con más determinación.

Y, sobre todo, a mí, por no rendirme, por creer en mis capacidades y por convertir cada desafío en una oportunidad de crecimiento. Este logro no solo marca el final de una etapa, sino el comienzo de muchas más.

Pérez León Isaad Isaías

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, por brindarme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para culminar este proyecto. Su guía ha sido mi luz y soporte en cada etapa de esta investigación.

--A mis padres, Luis Tómalá y Jacinta Tómalá, y a mis hermanos, por su amor incondicional, apoyo constante y confianza en mis capacidades. Gracias por acompañarme, motivarme y ser un pilar fundamental en cada logro alcanzado.

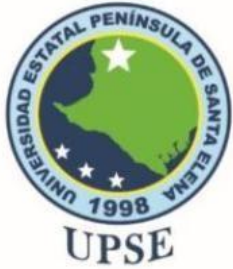
A mi esposa, Inés Yadira Malavé, y a mis hijos, por su cariño, comprensión y motivación diaria, que han sido un pilar esencial durante todo este camino.

A Isaad Pérez, mi compañero de tesis, por su colaboración, compromiso y apoyo constante durante todo el desarrollo de este proyecto. Su trabajo en equipo y dedicación fueron esenciales para alcanzar los objetivos planteados.

A la Licenciada María Posligua, por su orientación, paciencia y valiosos consejos, que guiaron y fortalecieron esta investigación, haciendo posible que se llevara a cabo con éxito.

A todos los que me acompañaron en este proceso, mi más sincero reconocimiento y gratitud por su aporte, apoyo y motivación, sin los cuales este proyecto no habría sido posible.

Tomalá Tomalá Carlos Alfredo



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Certificado de aprobación del trabajo de titulación uic Proyecto de investigación

La Libertad, 30 de octubre del 2025

Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.

Director de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante **Tomalà Tomalà Carlos Alfredo** con cédula de identidad No **2450165291** y **Pérez león Isaad Isaías** con cédula de identidad No **2400039745** ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE* y *Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título “**El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas**”.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:50:09 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader: 2025.001.20844

Ab. Arturo Clery, PhD.
DOCENTE TUTOR

Tribunal de Sustentación Unidad de Integración Curricular



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022
4004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE
INFORMACION, o=SECURITY
DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:50:24 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20844

Ab. Arturo Clery, PhD.

**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lic. Sandra Maldonado López, Mgtr
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Pérez León Isaad Isaías
ESTUDIANTE**



**Tomalá Tomalá Carlos Alfredo
ESTUDIANTE**

El uso de *chatbots* impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.

Pérez León Isaías Isaad
Código Orcid: 0000-0001-9297-5320
Tomalá Tomalá Carlos Alfredo
Código Orcid 0000-0001-7898-8715
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

Resumen

Esta investigación analiza la implementación y el uso de chatbots con inteligencia artificial en la atención al cliente de los emprendimientos del cantón Salinas. El objetivo principal incluye identificar el nivel de adopción tecnológica, evaluar la percepción de los emprendedores sobre los chatbots y determinar los beneficios y limitaciones en la gestión de la atención al cliente. Se empleó una metodología mixta, que comprendió encuestas aplicadas a 30 representantes de emprendimientos y entrevistas a los responsables de cada negocio. Los resultados evidenciaron que la mayoría de los emprendedores jóvenes reconoce la utilidad de los chatbots para agilizar la atención, optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente. No obstante, también se identificaron limitaciones en el manejo tecnológico por parte de emprendedores mayores o con menor experiencia digital. Las entrevistas destacaron que, aunque los chatbots no reemplazan la atención humana, funcionan como un complemento eficiente, asegurando respuestas rápidas, consistentes y disponibles 24/7. Se concluye que la adopción de chatbots contribuye significativamente a la competitividad y eficiencia de los emprendimientos en el cantón Salinas. Se recomienda capacitar al personal en el uso de estas herramientas, evaluar periódicamente su desempeño y fomentar la implementación de chatbots adaptados a las necesidades de cada negocio.

Palabras clave: Chatbots; inteligencia artificial; atención al cliente; emprendimientos; innovación tecnológica.

and use of artificial intelligence *chatbots* for customer service in small businesses in the canton of Salinas

ABSTRACT

This research analyzes the implementation and use of artificial intelligence chatbots for customer service in small businesses in the canton of Salinas. The main objective is to identify the level of technological adoption, evaluate entrepreneurs' perceptions regarding chatbots, and determine their benefits and limitations in customer service management. A mixed-methods approach was used, including surveys applied to 30 business representatives and interviews with business owners. The results showed that most young entrepreneurs recognize the usefulness of chatbots to streamline customer service, optimize processes, and improve customer experience. However, limitations were identified among older entrepreneurs or those with less technological experience. The interviews highlighted that, although chatbots do not replace human interaction, they serve as an efficient complement, providing fast, consistent, and 24/7 responses. It is concluded that adopting chatbots significantly contributes to the competitiveness and operational efficiency of businesses in the canton of Salinas. Recommendations include training staff in chatbot management, periodically evaluating performance, and promoting the implementation of chatbots tailored to each business's needs.

Keywords: Chatbots; Artificial Intelligence; Customer Service; Entrepreneurship; Technological Innovation.

Introducción

La presente investigación, titulada “Uso de *chatbots* con inteligencia artificial en la atención al cliente de los emprendimientos del cantón Salinas”, busca examinar la adopción de tecnologías digitales en los negocios locales y evaluar cómo los *chatbots* pueden optimizar la interacción con los clientes. Este estudio se enmarca en el ámbito de la innovación tecnológica aplicada a la gestión empresarial y la atención al cliente en pequeños y medianos emprendimientos.

En la actualidad, la transformación digital ha modificado significativamente la manera en que los emprendimientos gestionan la comunicación con sus clientes. Herramientas como los *chatbots* permiten automatizar consultas frecuentes, garantizar disponibilidad continua y mejorar la experiencia de los usuarios. No obstante, la adopción de estas tecnologías enfrenta desafíos relacionados con la preparación tecnológica de los emprendedores, la resistencia al cambio y la adaptación de los procesos internos de cada negocio. Analizar la implementación de *chatbots* en los emprendimientos de Salinas ofrece una oportunidad para identificar estas barreras y proponer estrategias que potencien la eficiencia y competitividad local.

La relevancia de este estudio radica en su capacidad para generar conocimiento aplicado sobre el uso de *chatbots* en contextos de emprendimiento, facilitando la toma de decisiones informadas para mejorar la atención al cliente y fortalecer la innovación digital en negocios locales. Además, proporciona un referente para otros emprendedores que buscan integrar soluciones tecnológicas de manera eficiente y rentable.

El objetivo principal de esta investigación es analizar el uso de *chatbots* con inteligencia artificial en la atención al cliente de los emprendimientos del cantón Salinas, identificando tanto las oportunidades como las limitaciones percibidas por los emprendedores.

La metodología adoptada combina técnicas cuantitativas y cualitativas, incluyendo encuestas aplicadas a 30 representantes de emprendimientos y entrevistas a los responsables de los negocios.

Este enfoque mixto permite obtener una comprensión integral del fenómeno, considerando tanto la percepción de los emprendedores como los datos objetivos sobre la adopción tecnológica.

La estructura de la investigación se organiza en los siguientes capítulos:

Capítulo I, donde se contextualiza el problema, incluyendo el planteamiento del problema, la justificación del estudio, los objetivos de investigación y las preguntas de investigación.

Capítulo II, que desarrolla el marco teórico y conceptual sobre chatbots, inteligencia artificial y atención al cliente, revisando estudios previos y fundamentos tecnológicos aplicables.

Capítulo III, que detalla la metodología, incluyendo el tipo de investigación, los instrumentos y técnicas de recolección de datos, así como la selección de la población y muestra.

Capítulo IV, donde se presentan los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas, junto con su análisis y discusión.

En última instancia expone las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, orientadas a la implementación efectiva de *chatbots* en los emprendimientos locales.

En última instancia, este trabajo busca demostrar que la adopción de *chatbots* constituye una estrategia efectiva para mejorar la atención al cliente, optimizar procesos y fortalecer la competitividad de los emprendimientos del cantón Salinas, sirviendo también como referencia para otros negocios interesados en la innovación tecnológica aplicada a la gestión empresarial.

1. Planteamiento del problema

1.1. Antecedentes del problema de investigación

En el contexto actual, los *chatbots* impulsados por la inteligencia artificial (IA) se han consolidado como herramientas estratégicas para mejorar la atención al cliente. Estos asistentes virtuales permiten a los negocios responder consultas, brindar información y gestionar pedidos de manera rápida, incluso fuera de la hora laboral, optimizando el trabajo del personal y mejorando la experiencia comunicacional con los usuarios.

El desarrollo y uso de herramientas basadas en inteligencia artificial (IA) ha transformado la interacción entre los consumidores y proveedores, disminuyendo las barreras comunicacionales y operativas. Según (Chang lin et al, 2023) señalan que, a nivel mundial, los *chatbots* se emplean como alternativa a los agentes humanos en servicios de atención en tiempo real, gracias al procesamiento de lenguaje natural y el aprendizaje automático, lo que permite respuestas inmediatas y personalizadas.

En América Latina, esta tecnología ha mostrado resultados positivos en distintos sectores. Ochoa y Flores (2024, citado por Guamàn Tacuri et al, 2025) destacan que, en restaurantes, los *chatbots* no solo gestionan pedidos, sino que también interactúan con clientes de forma natural, agilizando el servicio y reduciendo errores en la atención. Sin embargo, un diseño deficiente del lenguaje conversacional puede generar experiencias negativas para los usuarios (Adam et al, 2020).

A nivel internacional, Bautista (2023) analizó la evolución de los *chatbots* y su impacto en la atención al cliente, concluyendo que estas herramientas permiten optimizar la comunicación, reducir costos operativos y aumentar percepción de eficiencia de las empresas.

Como resultado, Casadei et al, (2023) en su investigación “*Chatbots for robotic process automation: Investigating perceived trust and user satisfaction*”, demostraron que la personalización del chatbot influye directamente en la satisfacción y confianza del usuario en procesos automatizados, subrayando la necesidad de diseñar flujos de conversación adecuados.

En Ecuador, los *chatbots* comienzan a transformar la interacción con sus clientes. Llugsa y Jordán Vaca (2022) observaron que estas herramientas pueden replicar la comunicación humana, adaptándose al tono y estilo de cada usuario, aunque su aplicación en zonas turísticas como el cantón Salinas, aún es limitado. Este contexto ofrece oportunidades para que los negocios locales mejoren la atención a visitantes mediante tecnología automatizada.

Implementar los *chatbots* no solo acelera las respuestas, sino que también permite a los emprendimientos proyectar una imagen más moderna y cercana. Es necesario planificar su uso con cuidado y capacitar al personal, y personalizar los flujos de conversación para maximizar beneficios y minimizar errores.

En el contexto local, Segura Torres *et al*, (2025) evidenciaron que empresas ecuatorianas que adoptaron *chatbots* lograron gestionar múltiples consultas simultáneamente, agilizando la comunicación, la atención, la experiencia y la eficiencia operativa proyectando una imagen moderna, cercana y confiable de los negocios, consolidándose como un recurso estratégico en la gestión diaria y en la relación con los clientes.

La atención al cliente es un factor estratégico que define la calidad de cualquier organización, fortaleciendo la confianza, la lealtad y la reputación de la marca (Ordoñez Vèlez y Zaldumbide, 2020). Los *chatbots* bien diseñados pueden complementar la atención humana, agilizando pedidos y ofreciendo respuestas personalizadas en tiempo real.

Sin embargo, estudios recientes señalan que un mal diseño o falta de adaptación puede afectar negativamente la experiencia del cliente (Adam, Wessel y Benlian, 2020; Shi *et al*, 2020). En sectores de alta interacción, como comercio y servicios, los *chatbots* pueden igualar la satisfacción proporcionada por agentes humanos, siempre que se combine inteligencia artificial con supervisión humana (Huang *et al*, 2023).

Empresas internacionales como Alibaba han implementado AliMe, un *chatbot* capaz de gestionar el 97% de consultas durante eventos de alta demanda (Dong, 2020; Fu *et al* . , 2020). Domino's Pizza con su asistente virtual "Dom" redujo en 30% los tiempos de procesamiento de pedidos y un aumento del 25% en la satisfacción del cliente, al ofrecer una experiencia de usuario más rápida y personalizada (Sobot, 2025). Esta estrategia digital ha permitido a Domino's mantenerse competitivo en el sector de la comida rápida, mejorando la eficiencia operativa y la fidelidad del cliente.

A nivel nacional, (Arrobo.ec, 2022) realizó un estudio de caso en Ecuador, sobre el uso del chatbot "Sophi" en la atención al cliente bancario. Utilizó un enfoque mixto que incluyó encuestas y métricas de uso, observando una reducción en el número de quejas y una mejora en el acceso a información durante horarios extendidos. Se menciona que el *chatbot* es eficaz para mejorar la atención al cliente y descongestionar los canales tradicionales.

Así mismo, (Arrobo.ec, s.f.) en su artículo "Así funciona Otto, el *chatbot* de Senescyt" orientado a la atención de estudiantes en Ecuador. El estudio cuantitativo analizó más de 50,000 consultas respondidas automáticamente, evidenciando un incremento en la eficiencia de respuestas y una reducción en la carga operativa. Se determinó que el *chatbot* facilita una atención efectiva al usuario, aportando a la mejora en la calidad y rapidez del servicio.

No obstante, en Ecuador, el uso de *chatbots* en distintas organizaciones ha manifestado tener un efecto evidente en la optimización de la asistencia al cliente y el contacto con las personas. (Molina Flores, 2019) propuso e implementó un *chatbot* para la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario, utilizando un enfoque mixto que permitió analizar la percepción de socios, clientes y colaboradores sobre la herramienta.

Los resultados indicaron que la automatización de respuestas y la atención digital contribuyen a agilizar los procesos, reducir tiempos de respuesta y mejorar la satisfacción de los usuarios, evidenciando la importancia de estas tecnologías en el sector financiero.

Como complemento, (Cisneros Matías, 2021) creó un *chatbot* multilingüe que se incorporó en una aplicación web progresiva y Facebook Messenger para el GAD municipal de Salinas, con la finalidad de mejorar la presentación y el rastreo de denuncias ciudadanas. Asimismo, su investigación reveló que la herramienta posibilita una comunicación más rápida y efectiva reforzando el vínculo entre la municipalidad y los ciudadanos. Ambas situaciones evidencian como los *chatbot* se han vuelto instrumentos estratégicos para actualizar los servicios, optimizar la interacción digital y cubrir las necesidades de los usuarios en diversas áreas del Ecuador.

De acuerdo con las investigaciones descritas, se ha evidenciado que el uso de *chatbots* con IA ha permitido agilizar y brindar respuestas de forma inmediata, mejorar la experiencia del cliente, optimizar recursos humanos y operativos y aumentar la disponibilidad del servicio, no obstante, la efectividad de estos sistemas depende en gran medida del diseño conversacional, la personalización y el conocimiento del contexto en el que se implementan.

En Ecuador, los *chatbots* tienen un amplio potencial para mejorar la atención al cliente en los emprendimientos, aunque este aún no se aprovecha del todo. En el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, la mayoría de los negocios depende del turismo y del trato directo con clientes, lo que exige canales de atención modernos, dinámicos y accesibles.

Sin embargo, muchos solo utilizan redes sociales o mensajería sin automatización, lo que genera tiempos de espera prolongados, pérdida de oportunidades de venta y baja fidelización.

Los emprendimientos enfrentan dificultades para ofrecer un servicio eficaz debido a la limitación de recursos humanos, tecnológicos y financieros. Esta situación crea una brecha entre las oportunidades que ofrece la tecnología y su implementación real en la atención al cliente. Por ello, resulta relevante estudiar cómo los *chatbots* con inteligencia artificial pueden mejorar la calidad del servicio y si representan una herramienta efectiva o una barrera comunicacional.

El presente estudio busca analizar el impacto de los *chatbots* en la comunicación y atención al cliente en los emprendimientos de Salinas. Según el GAD Municipal, existen 60 emprendimientos, de los cuales solo 30 están legalmente constituidos.

La investigación proporcionará información concreta y contextualizada para que los negocios locales puedan decidir sobre la adopción de *chatbots*, optimizar la atención al cliente, mejorar su competitividad y diseñar estrategias que maximicen beneficios minimizando costos y riesgos.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Cuál es el impacto de uso de los *chatbots* con inteligencia artificial en la calidad de la comunicación y la atención al cliente en los emprendimientos del cantón Salinas?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Qué beneficios concretos y dificultades enfrentan los emprendimientos del cantón Salinas al implementar *chatbots* con IA?
- ¿Cuál es la percepción de los emprendedores sobre la efectividad de los *chatbots* con IA para la atención al cliente en el cantón Salinas?

- ¿Qué impacto tiene la implementación de *chatbots* con IA en la calidad del servicio y la rapidez de respuesta en los emprendimientos del cantón Salinas?

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

- Analizar el impacto de los *chatbots* con inteligencia artificial en la comunicación y la atención al cliente en los emprendimientos del cantón Salinas.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar beneficios y dificultades en la implementación de *chatbots* con IA que enfrentan los emprendimientos en el cantón Salinas
- Evaluar la percepción de emprendedores sobre la efectividad de los chatbots con IA para la atención al cliente en el cantón Salinas
- Determinar el impacto de los chatbots con IA en la calidad del servicio y la rapidez de respuesta en los emprendimientos del cantón Salinas.

1.5. Justificación de la investigación.

En el ámbito turístico comercial de salinas, ofrecen un buen servicio al cliente se ha transformado en un elemento clave para distinguirse y mantener la lealtad de los consumidores.

La digitalización ha modificado notablemente la forma en que las empresas se comunican con su clientela, lo que hace indispensable el uso de estas herramientas que posibiliten una interacción rápida, eficiente y adaptada a las necesidades de cada usuario.

Entre estas herramientas, los *chatbots* basados en inteligencia artificial se destacan como opciones tecnológicas que garantizan una atención constante, rápida y personalizada. No obstante, muchos negocios locales no están al tanto de su funcionamiento o enfrentan dificultades económicas y técnicas que les impide adaptarlos, lo que restringe el uso de las ventajas que pueden contribuir en su operación.

Además de ser relevante permite analizar cómo la incorporación de *chatbots* puede mejorar la atención al cliente en las empresas del cantón Salinas en un mercado competitivo, donde los clientes valoran la rapidez, la disponibilidad la efectividad, contar con un sistema automatizado puede ser decisivo para retener a un cliente o perderlo la imposibilidad de responder a tiempo la necesidad de atención manual afectan el crecimiento de las empresas locales.

La investigación ofrece una solución de comunicación tecnológica que es práctica y accesible, enfocándose en optimizar los canales de atención en los negocios de la zona el tema de la inteligencia artificial ha sido ampliamente debatido a nivel mundial, su aplicación concreta en pequeñas empresas en Ecuador, especialmente en cantones como Salinas, requiere un análisis específico y apoyo técnico.

El estudio se sitúa en un contexto de alta actividad turística y comercial, donde ofrecer atención eficiente y continua se convierte en una necesidad estratégica para competir y expandirse.

Actualmente, muchos negocios dependen únicamente de redes sociales, atención manual limitando su capacidad de respuesta y reduciendo oportunidades de fidelización para el análisis, se seleccionaron dos emprendimientos representativos

La Perrada de Raúl dedicado a la venta de comidas rápidas donde la atención constante ágil y crucial, Macro Ideas que ofrece servicios de publicidad y proyectos digitales, caracterizados por interacción frecuente con los clientes. Ambas situaciones harán posible analizar como los *chatbots* pueden hacer más eficiente los pedidos, las preguntas y el seguimiento de proyectos, incrementado la satisfacción del cliente y la eficacia de las operaciones comerciales.

Los dueños de negocios y emprendedores en Salinas serán los principales favorecidos por este estudio. Comprenderán mejor por qué los *chatbots* son valiosos y obtendrán orientación útil sobre cómo empezar a usarlos los usuarios también se beneficiarán, pues tendrán servicios más ágiles, ajustados a lo que necesitan, disponibles cuando quieran.

Finalmente, este estudio busca impulsar la economía de la zona, usando tecnología para elevar la satisfacción de los clientes analizando el impacto real de los *chatbots* en la atención a usuario, se pretende promover una transformación digital inclusiva que permita a los emprendimientos del cantón Salinas ser más competitivos, eficientes y sostenibles a largo plazo.

1.6. Hipótesis

El uso de *chatbots* impulsados por inteligencia artificial influye positivamente en la calidad de la comunicación y en la eficiencia de la atención al cliente en los emprendimientos del cantón Salinas.

1.7. Variables

Chatbots

Russell Norvig (2021) define a los *chatbots* como sistemas informáticos diseñados para simular conversaciones humanas a través de texto o voz. Cuando están impulsados por inteligencia artificial (IA), estos sistemas son capaces de aprender, adaptarse y comprender mejor el lenguaje natural, lo que permite una interacción más fluida y personalizada.

Atención al cliente

De acuerdo con (Mendoza y Ramírez, 2022) “la atención al cliente se ha convertido en un elemento diferenciador en la competitividad de los emprendimientos, ya que impacta directamente en la percepción del servicio, la reputación de la marca y la lealtad del consumidor”. Además, (Herrera, 2019) sostiene que una atención eficaz combina la empatía humana con la rapidez en la respuesta, elementos que pueden ser mejorados mediante herramientas digitales como los *chatbots*.

2. Marco teórico y conceptual

En esta sección se presenta el marco teórico y conceptual que sustenta la presente investigación, centrada en analizar el uso de *chatbots* impulsados por inteligencia artificial (IA) en la atención al cliente de los emprendimientos La Perrada de Raúl y Macro Ideas del cantón Salinas. Se sintetizan antecedentes relevantes, se definen conceptos claves, se exponen teorías de soporte y se operacionalizan las variables que guiaran el análisis empírico. El objetivo es construir una base teórica clara y aplicable al contexto local.

2.1. Conocimiento actual

En el contexto de Ecuador, varias investigaciones realizadas en entidades financiera y administraciones locales muestran resultados favorables, especialmente en lo que respecta a la automatización de los procedimientos y la disminución de los tiempos de respuesta.

Sin embargo, también resaltan ciertos desafíos relacionados con la adaptación de las interacciones con la adaptación de las interacciones y la compatibilidad de los *chatbots* con los sistemas ya existentes en dichas organizaciones. Por ejemplo, Paredes Caina (2019) analizó la adopción de los *chatbots* en cooperativas de ahorro y crédito, destacando la eficiencia operativa, pero señalando la necesidad de ajustes para la personalización.

Asimismo, Cisneros Matías (2021) documentó la implementación de un *chatbot* multilinguaje en el GAD Municipal de Salinas, Resaltando las mejoras en la atención, aunque con limitaciones en integración y capacitación del personal. Ruiz Sánchez (2023) evaluó un prototipo de *chatbot* en un municipio ecuatoriano, destacando la importancia de interfaces claras para el usuario.

Según Valdiviezo Abad, Yaguana Condoy (2021) en sus investigaciones observaron que, en las cooperativas se usan *chatbots* únicamente para realizar transacciones, lo que limita la capacidad para entablar una comunicación auténtica y fluida con los usuarios. Esta investigación busca analizar cómo los *chatbots* impulsados por inteligencia artificial pueden mejorar el servicio al cliente en los negocios de Salinas, considerando las limitaciones de la infraestructura y la capacitación del personal.

Fundamentación teórica y conceptual

En este apartado se abordan los fundamentos teóricos y conceptuales que sustentan la presente investigación sobre el uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial (IA) en la atención al cliente, específicamente en el contexto de los emprendimientos del cantón Salinas.

Para ello, se consideran teorías relevantes que explican la adopción y eficacia de estas tecnologías, así como conceptos clave que permiten comprender las dimensiones evaluadas, como disponibilidad, interacción automatizada, integración tecnológica, facilidad de uso, y actualización de la información.

Esta base teórica orienta la construcción del marco de análisis y justifica las variables e indicadores utilizados en el estudio. En el desarrollo del marco teórico de esta investigación, es fundamental analizar el uso de los *chatbots* impulsados por inteligencia artificial como herramienta tecnológica en el ámbito del servicio al cliente, especialmente en el contexto de los emprendimientos del cantón Salinas. Para ello, se consideran dos teorías clave que sustentan esta investigación:

En primer lugar, la Teoría de la Aceptación Tecnológica (TAM), propuesta por Davis (1989), sostiene que la adopción de una tecnología está influenciada por dos factores principales: la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida.

En el caso de los *chatbots*, estas dimensiones resultan esenciales, ya que tanto los clientes como los emprendedores deben considerar que estas herramientas mejoran su experiencia o eficiencia, y que no requieren gran esfuerzo para ser utilizadas. Si los usuarios perciben que los *chatbots* ofrecen respuestas rápidas, están disponibles 24/7 y son fáciles de usar, es más probable que los acepten como canal de interacción. Por tanto, esta teoría es útil para comprender el nivel de disposición tecnológica tanto del consumidor como del proveedor del servicio.

Por otro lado, la Teoría de la Calidad del Servicio (SERVQUAL), desarrollada por Parasuraman et al. (1988), se enfoca en evaluar la calidad del servicio a partir de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles. Aplicada a los *chatbots*, esta teoría permite analizar cómo la atención automatizada cumple (o no) con las expectativas del cliente. Por ejemplo, si un *chatbot* responde con precisión, rapidez y con un lenguaje adecuado, se considera que ofrece un servicio de calidad. Esta teoría permite evaluar el impacto real que tiene el uso de inteligencia artificial sobre la satisfacción y fidelización del cliente, variable central en esta investigación.

Definición conceptual

Esta sección recoge definiciones, interpretaciones e inferencias apoyadas en literatura científica actual, con el fin de sustentar teóricamente las variables y dimensiones que estructuran el presente trabajo.

Disponibilidad 24/7

La disponibilidad 24/7 se refiere a que el *chatbot* está operativo y accesible en cualquier momento, permitiendo a los usuarios obtener atención inmediata sin restricciones horarias. En este sentido, la disponibilidad permanente de servicios digitales son una ventaja clave de la automatización en la atención al cliente. Según Nguyen et al. (2020) “la capacidad de ofrecer soporte 24/7 a través de *chatbots* permite a las empresas responder rápidamente a consultas y problemas, mejorando la satisfacción y fidelización del cliente” (p.45).

Además, esta disponibilidad reduce la carga de trabajo humano y agiliza procesos, lo cual es vital para emprendimientos que buscan eficiencia y competitividad en mercados dinámicos. Esto coincide con la idea de que un servicio automatizado debe estar siempre disponible para satisfacer consultas urgentes o inesperadas, fortaleciendo la confianza en el servicio y la probabilidad de resolver dudas en tiempo real.

Interacción automatizada

La interacción automatizada es la capacidad del *chatbot* para comprender y responder a las preguntas de los usuarios mediante procesos automáticos, sin intervención humana directa, mejorando la experiencia y la eficiencia operativa (Huang et al., 2021, p. 112). De este modo la eficacia en la interacción automatizada determina el nivel de satisfacción del cliente, ya que respuestas rápidas y relevantes mejoran la percepción de calidad del servicio y reducen los tiempos de espera.

Integración tecnológica

La integración tecnológica se refiere a la capacidad del *chatbot* para operar de manera coherente dentro de diferentes plataformas digitales y sistemas empresariales, garantizando un servicio uniforme y contextualizado. Esto es esencial para emprendimientos que interactúan con clientes a través de múltiples canales. Chatterjee et al. (2020) afirman que “la interoperabilidad de los *chatbots* con diversos canales digitales permite proporcionar respuestas coherentes y mejorar la experiencia omnicanal del usuario” (p. 7).

Facilidad de uso

La facilidad de uso se refiere a la percepción del usuario sobre la simplicidad del *chatbot* y la facilidad para interactuar con él, lo cual influye directamente en la intención de uso de la tecnología (Davis, 1989, p. 320; Venkatesh et al., 2012). Un *chatbot* fácil de usar incrementa la probabilidad de que los clientes lo empleen de manera recurrente, mejorando la experiencia de atención y reduciendo la frustración causada por dificultades en la navegación o comprensión.

Actualización de información

Se entiende por actualización de información que el contenido que el *chatbot* proporciona esté vigente, libre de errores y acorde con la realidad del servicio o producto ofrecido, de forma que no haya datos obsoletos.

La actualización de información indica que el contenido proporcionado por el *chatbot* es preciso, vigente y relevante para el usuario. Mantener información actualizada refuerza la confiabilidad del sistema y reduce errores o malentendidos. Orden Mejía et al. (2024) destacan que “los usuarios valoran que los *chatbots* den información coincidente con horarios, disponibilidad de servicios y precios actuales, lo cual mejora la satisfacción del cliente” (p. 14).

Por tanto, la actualización de información puede definirse como la capacidad del *chatbot* para proporcionar respuestas precisas, recientes y relevantes al contexto del usuario.

Rapidez de respuesta

Cuanto menor sea el tiempo de espera, mayor será la percepción de eficiencia y satisfacción del cliente, ya que se minimizan incomodidades o frustraciones debidas a demoras. Según Ramos De Santis (2024), uno de los atributos que más influencia tiene en la satisfacción del cliente es la “velocidad de respuesta” del *chatbot*, entendida como la prontitud con que las preguntas del usuario son atendidas.

De manera complementaria, Orden Mejía et al. (2024) sostienen que parte de la utilidad percibida del *chatbot* proviene de su capacidad para responder rápidamente ante situaciones de consulta crítica. Así, la rapidez de respuesta se conceptualiza como la característica del servicio automatizado que permite ofrecer respuestas en tiempos breves, mejorando la experiencia de interacción.

Claridad en comunicación

Además, la claridad en comunicación implica que los mensajes emitidos por el *chatbot* sean comprensibles, sin tecnicismos innecesarios, con estructura lógica, gramática correcta lenguaje adaptado al usuario, de modo que no haya confusión. Cheng et al. (2024) observaron que los usuarios tienden a mostrar mayores niveles de confianza, satisfacción cuando los mensajes emitidos por un *chatbot* son breves, están correctamente redactados no dejan espacio para interpretaciones ambiguas de forma adicional, Orden Mejía et al. (2024) indican que la calidad de la información, en la cual la claridad juega un papel fundamental, es uno de los elementos más relevantes que afectan la satisfacción del usuario.

De acuerdo con este sentido, la claridad en la interacción se puede definir como la habilidad del *chatbot* para enviar mensajes que sean entendibles, precisos y apropiados para el contexto las características individuales de cada usuario, lo cual asegura una interacción fluida, efectiva cuando la comunicación es clara, los usuarios se sienten más atendidos, comprenden las soluciones ofrecidas sin necesidad de revisarlas o repetirlas, lo que reduce errores mejora la satisfacción.

No obstante, la satisfacción del usuario es la evaluación global que realiza el cliente respecto a su experiencia con el *chatbot*, considerando todos los factores de servicio la rapidez, claridad, utilidad, trato personalizado. Orden Mejía et al. (2024) sostienen que, en el caso de los *chatbots* diseñados para destinos turísticos, la satisfacción del usuario depende de varios atributos interrelacionados, entre los que destacan la utilidad percibida, la calidad de la información, la claridad en la comunicación, la personalización y el grado de disfrute durante la interacción.

Por su parte, Ramos De Santis (2024) complementa esta idea al señalar que los *chatbots* capaces de responder a las necesidades del usuario desde distintas dimensiones como la resolución efectiva de consultas, el uso de un lenguaje apropiado y la disponibilidad continua tienden a generar niveles más altos de satisfacción y una percepción más positiva del servicio. Por tanto, satisfacción del usuario se conceptualiza como la valoración subjetiva sobre cómo las interacciones con el *chatbot* cumplieron o superaron sus expectativas de servicio.

Cuando los usuarios están satisfechos con su experiencia vía *chatbot*, esto incrementa su lealtad, posibilidad de recomendar el servicio, intención de uso futuro y refuerza la percepción positiva de la marca o emprendimiento.

Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario es la evaluación global que realiza el cliente respecto a su experiencia con el *chatbot*, considerando todos los factores de servicio: rapidez, claridad, utilidad, trato personalizado. Según Orden Mejía et al. (2024), en los *chatbots* de destinos turísticos, la satisfacción del usuario está determinada por atributos como la utilidad percibida, calidad de información, claridad, personalización y disfrute.

De manera complementaria, Ramos De Santis (2024) observa que aquellos *chatbots* que satisfacen necesidades del usuario en múltiples dimensiones (resolución efectiva, lenguaje adecuado, disponibilidad, etc.) generan grandes niveles de satisfacción. Por tanto, satisfacción del usuario se conceptualiza como la valoración subjetiva sobre cómo las interacciones con el *chatbot* cumplieron o superaron sus expectativas de servicio.

Cuando los usuarios están satisfechos con su experiencia vía *chatbot*, esto incrementa su lealtad, posibilidad de recomendar el servicio, intención de uso futuro y refuerza la percepción positiva de la marca o emprendimiento.

Resolución de problemas

Resolución de problemas significa que el *chatbot* no solo conteste preguntas genéricas, sino que solucione efectivamente la inquietud, requerimiento o consulta concreta del usuario. Ramos De Santis (2024), en *Chatbots in the Logistics Industry*, reporta que los usuarios valoran más aquellos *chatbots* capaces de entregar soluciones específicas y completas frente a sus consultas.

Asimismo, Orden Mejía et al. (2024) muestran que la capacidad del *chatbot* para resolver problemas sin escalar al soporte humano, la resolución de problemas se define como la capacidad del *chatbot* para atender y solventar la necesidad concreta del usuario mediante respuestas y acciones adecuadas que resuelvan la consulta original.

Si los usuarios sienten que su problema fue resuelto completamente por el *chatbot*, se incrementa la confianza en la herramienta y la percepción de que el canal es útil, lo que puede favorecer su uso continuo y recomendación.

Trato personalizado

El trato personalizado implica que los *chatbots* sean capaces de adaptar sus respuestas y comunicación a las necesidades, preferencias y contexto particular de cada usuario, lo que genera una experiencia más humana y satisfactoria en la interacción.

Según Lee y Choi (2025), los *chatbots* personalizados incrementan la lealtad del cliente al adaptar las interacciones a las expectativas individuales del usuario.

Esto indica que la personalización no solo se limita a responder preguntas, sino que implica ajustar la comunicación según el comportamiento, preferencias y contexto de cada cliente, mejorando la relevancia y efectividad de las respuestas. Por lo tanto, se puede inferir que ofrecer un trato personalizado en *chatbots* contribuye a aumentar la satisfacción, la confianza y la fidelización del usuario, fortaleciendo la calidad percibida del servicio digital.

2.2. Marco legal

En esta sección se presentan las normas y regulaciones vigentes en Ecuador que guardan relación directa con el uso de *chatbots* con inteligencia artificial en la atención al cliente, especialmente en lo referente al tratamiento de datos personales, transparencia, derechos de los consumidores y obligaciones legales de los emprendimientos.

Constitución de la República del Ecuador

Artículo 66, numeral 19.- Se reconoce y garantizará a las personas: 19) El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021)

Artículo 1: El objeto y finalidad de la presente ley es garantizar el ejercicio del derecho a la protección de datos personales, que incluye el acceso y decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección.

Proyecto de Ley Orgánica de Regulación y Promoción de la Inteligencia Artificial en Ecuador (2024)

Artículo 1: La presente Ley tiene por objeto garantizar que el desarrollo y el buen uso de la Inteligencia Artificial en la República del Ecuador respete plenamente los derechos humanos, la democracia y el estado de derecho, al tiempo que se fomenta la innovación, competitividad y bienestar social derivados de estas tecnologías.

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2019)

Artículo 1: La presente Ley tiene por objeto fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país, mediante la creación de un entorno favorable para el desarrollo de nuevas empresas y la transformación productiva.

3. Marco metodológico

3.1. Enfoque de la investigación

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque misto, integrando elementos cuantitativos y cualitativos que permitieron analizar con profundidad la influencia comunicacional del uso de los *chatbots* impulsados por la inteligencia artificial en la atención al cliente en los emprendimientos en el cantón Salinas. Este enfoque posibilitó una comprensión más amplia y enriquecida del fenómeno estudiado desde una perspectiva empírica y contextual.

De acuerdo con Molina Benavides *et al.* (2017), El enfoque cualitativo se centra en la singularidad de los resultados, considerando que la cantidad forma parte de la calidad, mientras que el enfoque cuantitativo prioriza la generalización a partir de datos numéricos y objetivos (p.45),

Este enfoque aportó significativamente al estudio al permitir contrastar la eficiencia y aceptación de los *chatbots* en la atención mediante datos objetivos, con las experiencias subjetivas que contribuyeron a entender la barreras, beneficios y oportunidades de mejora en la implementación de esta tecnología en el contexto local del cantón Salinas.

3.2. Tipo de investigación.

La presente investigación se caracterizó por ser tipo descriptiva y explicativa. La naturaleza descriptiva permitió identificar las características, beneficios y dificultades en el uso de los *chatbots* impulsados por inteligencia artificial en los emprendimientos del cantón Salinas, así como la naturaleza explicativa permitió analizar cómo y por qué el uso de *chatbots* influye en la calidad de la atención al cliente y en la competitividad de dichos emprendimientos.

Según Sampieri *et al.* (2014), “la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (30). En tanto, la investigación explicativa pretende determinar las causas y efectos de un fenómeno, estableciendo relaciones de causalidad entre variables.

Estos tipos de investigación aportaron significativamente al estudio al permitir, por un lado, describir el uso y la percepción de los *chatbots* en el contexto local, y por otro, explicar la influencia de esta tecnología en la mejora de la atención al cliente y en la competitividad de los emprendimientos del cantón Salinas.

3.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación empleado fue de tipo no experimental y transversal, decisión que responde a la necesidad de estudiar los fenómenos en su contexto natural, sin manipular las variables, Según Sampieri *et al.* (2014), el diseño no experimental se caracteriza porque no se manipulan intencionalmente las variables independientes, sino que se observa el fenómeno tal como ocurre en su entorno real.

Por su parte, el diseño transversal implica la recolección de datos en un único momento en el tiempo y en el lugar donde se presenta el fenómeno, lo que permite obtener información directa y contextualizada.

Este enfoque resulto adecuado para el presente estudio, ya que permitió observar y analizar de manera objetiva el uso de los *chatbots* impulsados por IA y su impacto en la atención al cliente dentro de los emprendimientos del cantón Salinas, preservando las condiciones naturales del entorno y garantizando así una mayor validez ecológica en los resultados obtenidos y su aplicabilidad en contextos reales.

3.4. Alcance de la investigación

La presente investigación tiene un alcance descriptivo y exploratorio, orientado a detallar y analizar las características del uso de los chatbots impulsados por inteligencia artificial en los emprendimientos del cantón Salinas. El objetivo primordial consiste en desentrañar de qué manera dichos instrumentos inciden en los procedimientos de atención al usuario y en el nivel del servicio proporcionado por los comercios de la zona.

Dicha perspectiva hizo posible constatar tanto las ventajas como los inconvenientes que encaran los empresarios al integrar esta tecnología, además de examinar la idea que los usuarios tienen sobre la eficiencia y el estándar del servicio obtenido. Con ello, se aspira a lograr una perspectiva más extensa de cómo la puesta en marcha de *chatbots* ayuda a perfeccionar la comunicación entre las empresas y su clientela.

Además, la investigación pretende lograr una comprensión exhaustiva de los beneficios que brinda la incorporación de *chatbots*, sobre todo en puntos vinculados con la celeridad de la contestación, la adaptación del trato la operatividad eficaz dicho examen aporta componentes para valorar el impacto palpable de estos instrumentos en la experiencia del consumidor en la aptitud competitiva de los proyectos locales.

No obstante, la indagación se centra en los proyectos situados en el cantón Salinas, en especial en los sectores turístico y comercial, teniendo en cuenta las peculiaridades inherentes al contexto local la recopilación de datos se realizó por medio de encuestas dirigidas a usuarios, entrevistas a empresarios durante el año 2025, con el fin de obtener información vigente contextualizada.

De acuerdo el alcance hace posible desarrollar un dictamen pormenorizado sobre el estado actual del uso de impulsados por inteligencia artificial, además de crear aportaciones importantes para proponer recomendaciones orientadas a la mejora continua de la atención al usuario el fortalecimiento del desarrollo sostenible de los proyectos en el cantón Salinas.

Este alcance permite generar un diagnóstico detallado sobre el estado actual de uso de los *chatbots* impulsados por la IA. Además, proporciona insumos relevantes para proponer recomendaciones orientada a promover la mejora continua en la atención al cliente y el desarrollo sostenible de los emprendimientos en el cantón Salinas.

3.5. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Matriz de Operacionalización

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información	Instrumentos
<i>Chatbots</i>	Russell y Norvig (2021) definen a los <i>chatbots</i> como sistemas informáticos diseñados para simular conversaciones humanas a través de texto a voz. Cuando están impulsados por IA, estos sistemas son capaces de aprender, adaptarse y comprender mejor el lenguaje natural, lo que permite una interacción más fluida y personalizada.	D1. Disponibilidad 24/7 D2. Interacción automatizada D3. Interacción tecnológica D4. Facilidad de uso D5. Actualización de información	Acceso Permanente Capacidad de entender y responder Uso de plataformas digitales Accesibilidad y navegación Pertinencia de respuestas	¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento? ¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio? ¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento? ¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio? ¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?	Encuesta	Cuestionario (Escala Likert)

Atención al Cliente	De acuerdo con Mendoza y Ramírez (2022), “la atención al cliente se ha convertido en un elemento diferenciador en la competitividad de los emprendimientos, ya que impacta directamente en la percepción del servicio, la reputación de la marca y la lealtad del consumidor”.	D1. Rapidez de respuesta	Tiempo de atención del <i>Chatbot</i>	¿considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?	Encuesta	Cuestionario (Escala Likert)
		D2. Claridad en la comunicación		Compresión de los mensajes		
		D3. Satisfacción del usuario	Nivel de conformidad con la atención	¿considera que la calidad de comunicación mediante aplicaciones genera satisfacción en sus clientes?		
		D4. Resolución de problemas		Efectividad de las respuestas		
		D5. Trato personalizado	Sensación de atención individual	¿Cree que el uso de sistema automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?		

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por dos grupos claramente definidos, por un lado, los clientes de los emprendimientos ubicados en el cantón Salinas que han interactuado con sistemas de atención automatizado mediante *chatbots*, y por otro, los propietarios o responsables de dichos emprendimientos, quienes han implementado o tienen interés de implementar esta tecnología como parte de su estrategia.

De acuerdo con Sampieri *et al.* (2014), la población se define como “el conjunto total de elementos que cumplen con determinadas características y sobre los cuales se pretende investigar y obtener conclusiones” (p. 147). En este caso, se trata de los actores directamente involucrados en el uso y gestión de los *chatbots* en la atención al cliente, tanto desde el rol del usuario como desde la perspectiva empresarial.

Muestra

Según Molina Benavides (2017), la selección de la muestra en investigaciones aplicadas debe responder a la accesibilidad y pertinencia de los participantes respecto al problema de estudio, especialmente en contextos locales con recursos limitados. En el cantón Salinas, la población objetivo estuvo constituida por aproximadamente 60 emprendimientos legalmente registrados en sectores como turismo, gastronomía, comercio minorista y servicios. De estos, 30 participan en la logística con el GAD Municipal de Salinas, reflejando distintos niveles de integración tecnológica y operativa.

Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando sujetos disponibles y que cumplieran con los criterios de inclusión, técnica recomendada en investigaciones exploratorias o descriptivas para obtener información pertinente sin necesidad de seleccionar al azar grandes poblaciones (Molina Benavides, 2017; Sampieri *et al.*, 2014).

No obstante, la muestra final estuvo conformada por tres grupos de treinta emprendedores encuestados aun y experto entrevistado con experiencia en la implementación gestión de *chatbots* y dos responsables de emprendimientos que han utilizado estas herramientas como canal de atención al cliente.

Además, los criterios de inclusión establecidos fueron: ser mayor de 18 años, contar con un negocio activo en el cantón Salinas y haber implementado o evaluado el uso de chatbots en sus procesos de atención se excluyó a quienes operan exclusivamente de forma presencial sin interacción digital, con el fin de garantizar la pertinencia, calidad de la información obtenida.

Periodo de estudio

La recolección de datos se realizó entre los meses de septiembre y octubre de 2025. Aunque este periodo no corresponde a la temporada alta del cantón Salinas, permitió observar el funcionamiento de los *chatbots* en un contexto de actividad comercial estable y continua.

Este marco temporal resultó adecuado para analizar la eficacia de dichas herramientas tecnológicas en condiciones operativas normales, proporcionando una visión realista sobre su impacto en la atención al cliente de los emprendimientos locales.

Además, según Molina Benavides (2017), la elección del marco temporal en una investigación debe considerar la representatividad, estabilidad del fenómeno, de modo que los datos obtenidos sean válidos y reflejen con precisión la realidad analizada.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Para el levantamiento de información se emplearán dos técnicas: la encuesta y la entrevista. Estas técnicas fueron escogidas por su pertinencia en el enfoque mixto de la investigación, permitiendo abordar de manera complementaria los aspectos cualitativos y cuantitativos del estudio, favoreciendo un análisis integral de las dimensiones que conforman las variables de la investigación.

Técnica de encuesta

La encuesta se utilizó como instrumento principal para recolectar información estructurada de una cantidad significativa de participantes, facilitando la generalización de los resultados sobre percepciones, actitudes y experiencias de los emprendimientos respecto al uso de *chatbots*. S

según Molina Benavides (2017) y Sampieri *et al.* (2024), la encuesta es una técnica de recolección de datos que se basa en un cuestionario estructurado, el cual puede contener preguntas cerradas y abiertas, diseñadas para obtener información sobre actitudes, opiniones y comportamientos de un grupo específico. Esta técnica permite obtener datos cuantificables y comparables, facilitando el análisis estadístico y la interpretación objetiva de los resultados.

Técnica de entrevista

La entrevista será utilizada como técnica complementaria a la encuesta, para profundizar en la comprensión de las percepciones de los emprendedores respecto al uso de los *chatbots* y su experiencia con la atención al cliente a través de estas plataformas. A diferencia de la encuesta, la entrevista permite establecer una comunicación directa y personalizada con los participantes, facilitando no solo la aclaración de dudas, sino también la posibilidad de profundizar en aspectos emergentes no previstos inicialmente, que pueden enriquecer el análisis de los datos.

Según lo indicado por Molina Benavides en (2017), la conversación permite entender los significados, principios y posturas de las personas, lo que enriquece el estudio al aportar una visión cualitativa y enmarcada en el contexto de los fenómenos examinados.

En este estudio, su uso favorece una comprensión más amplia acerca de la manera en que los usuarios perciben y valoran su relación con los *chatbots*, así como el efecto de esa relación en su apreciación del servicio proporcionado.

4. Análisis de resultados y discusión

Procesamiento de la información

La recolección de los datos mediante la encuesta fue destinada a 60 representantes de los emprendimientos del cantón salinas, la cual fue contestada por 30 representantes, siendo el 50% de la población total establecida. Para la recolección de datos se empleó la plataforma Google de manera virtual desde el 06 de septiembre hasta el 15 de octubre del presente año. En el análisis

Tabla 2. Edad

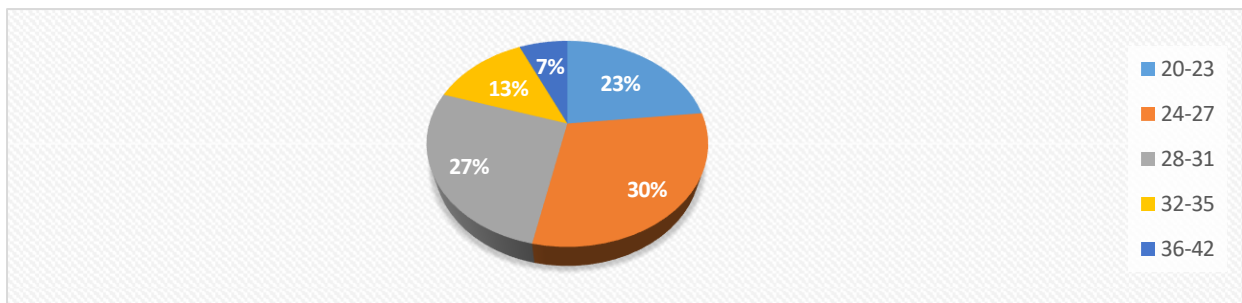
Escala	Frecuencia	Porcentaje
20-23	7	23,3%
24-27	9	30,0%
28-31	8	26,7%
32-35	4	13,3%
36-42	2	6,7%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 1 . Edad



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

Respecto a la edad de los emprendedores encuestados en el cantón Salinas se observa que la mayoría se encuentra entre los 24 y 31 años, evidenciando una presencia dominante de jóvenes con afinidad hacia la tecnología. Este grupo suele adaptarse con facilidad a nuevas herramientas tecnológicas, lo que explica una mayor apertura al uso de los *chatbots* con (IA) en la atención al cliente. En cambio, los participantes de 32-42 se muestran menos involucrados con estas innovaciones.

Tabla 3. Género

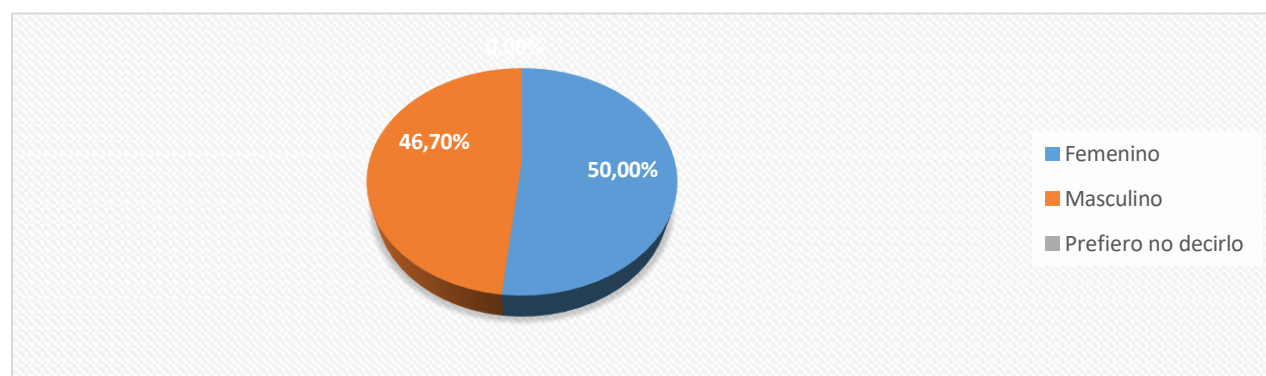
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	15	50%
Masculino	14	46,7%
Prefiero no decirlo	1	3,3%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 2. Genero



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

Respecto a la distribución por género muestra una ligera mayoría femenina 50% frente al 46,7% masculino, evidenciando una participación equilibrada en los emprendimientos del cantón Salinas. Frente a un 3,3% que prefirió no especificar su género. Este equilibrio refleja que tanto hombres como mujeres desempeñan un papel activo en la gestión comunicacional de sus emprendimientos. Además, evidencio que la adopción de nuevas tecnologías no depende del sexo, sino del interés y la apertura hacia la innovación digital.

Tabla 4. ¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?

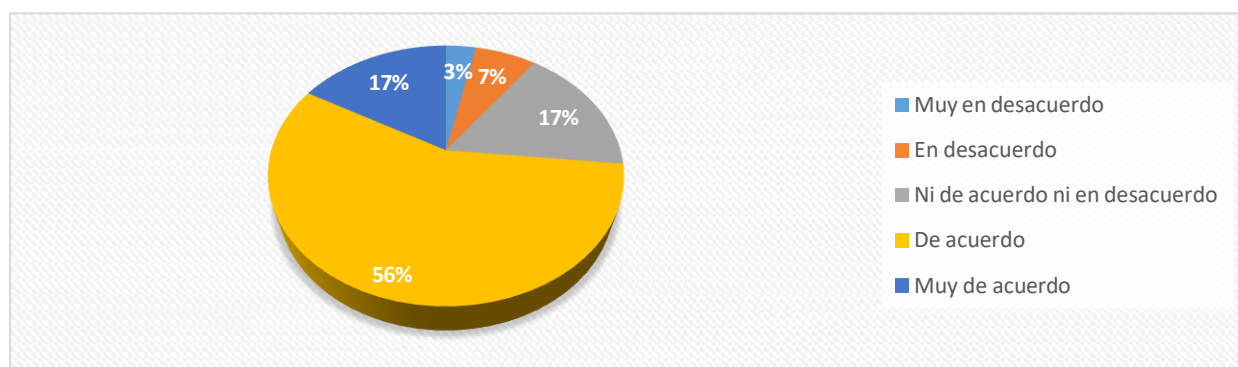
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	2	6,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,7%
De acuerdo	17	56,7%
Muy de acuerdo	5	16,7%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 3. ¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

El 73,4% (22 emprendimientos) encuestados manifiestan estar de acuerdo o muy de acuerdo, en que los *chatbots* impulsados por IA están disponibles en todo momento para gestionar la atención a sus clientes. Un 16,7% (5 emprendimientos) se mantienen neutral, mientras que tan solo un 10% (3 emprendimientos) expresa desacuerdo. Estos datos indican que la mayoría de emprendimientos del cantón Salinas confían en la disponibilidad continua de estas herramientas tecnológicas, lo que favorece una comunicación más eficiente y una atención más oportuna.

Tabla 5. ¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?

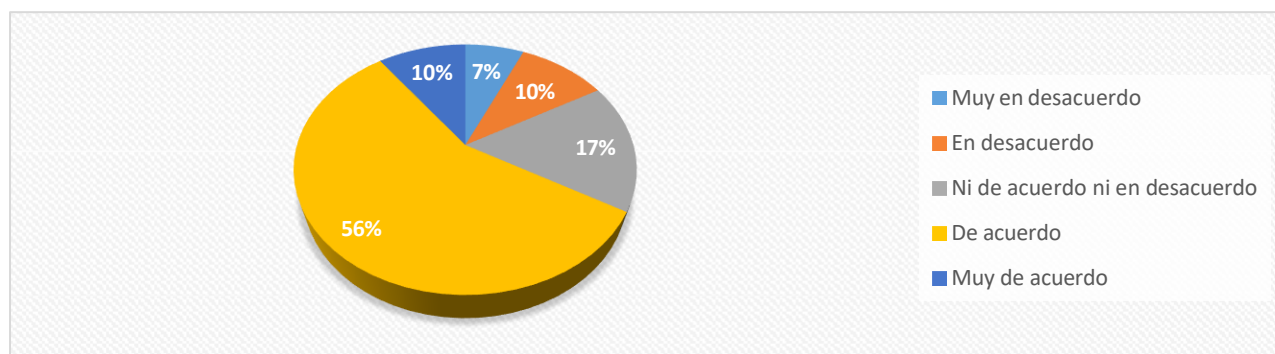
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	6,70%
En desacuerdo	3	10,00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,70%
De acuerdo	17	56,70%
Muy de acuerdo	3	10,00%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 4. ¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

De acuerdo con los datos la mayoría de los emprendedores 66,7% considera que los *chatbots* impulsados por IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes, mostrando confianza en la capacidad comunicacional de estas herramientas tecnológicas. Un 16,7% se mantiene neutral, mientras que un 16,7% expresa desacuerdo o muy en desacuerdo. Los resultados indican que los *chatbots* apoyan eficazmente la interacción con los clientes, con una atención precisa y satisfactoria.

Tabla 6. ¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento?

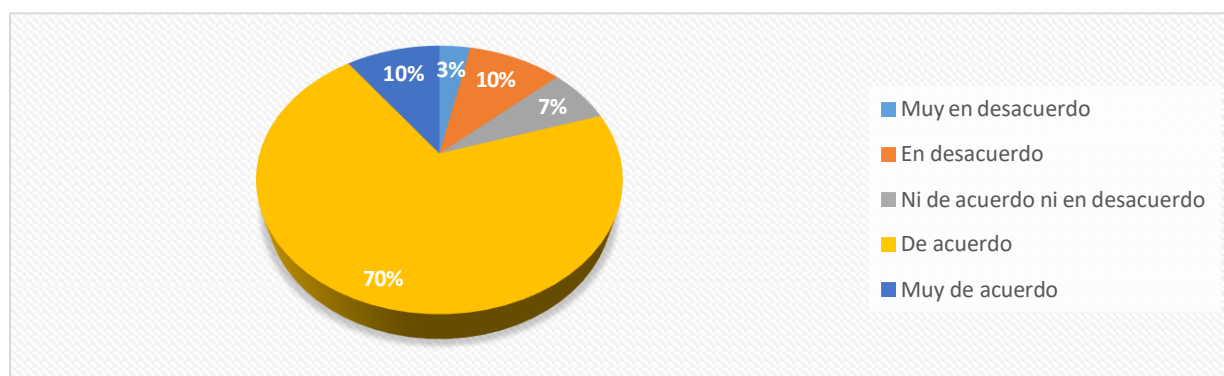
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	3	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,7%
De acuerdo	21	70%
Muy de acuerdo	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 5. ¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos el 80% de los emprendedores encuestados considera que los *chatbots* impulsados por IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en sus negocios, evidenciando la efectividad de estas herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes. Un 7% se mantiene neutral, mientras que un 13% se mantiene en desacuerdo o muy en desacuerdo. Los resultados indican que la mayoría percibe a los *chatbots* como un recurso valioso para optimizar la interacción digital en los emprendimientos del cantón Salinas.

Tabla 7. ¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio?

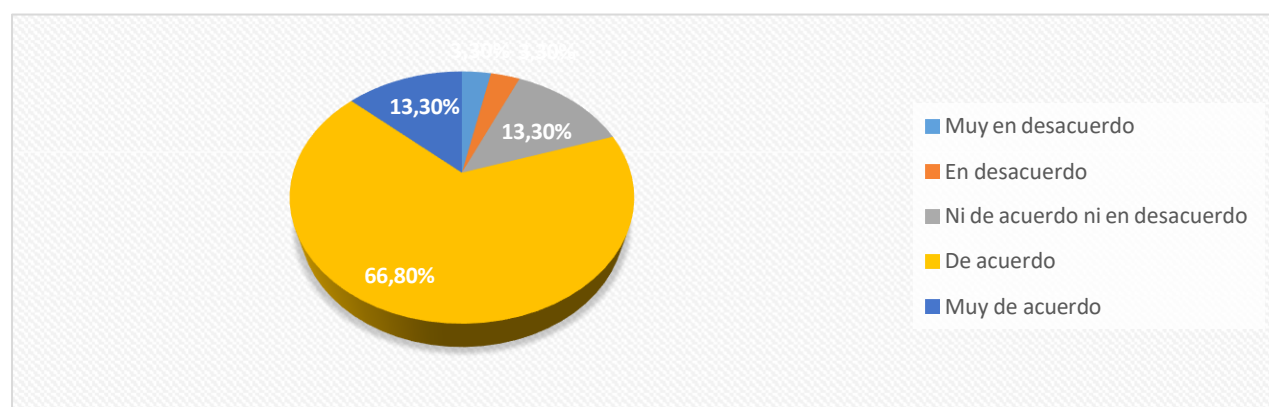
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	1	3,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13,3%
De acuerdo	20	66,8%
Muy de acuerdo	4	13,3%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 6. ¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

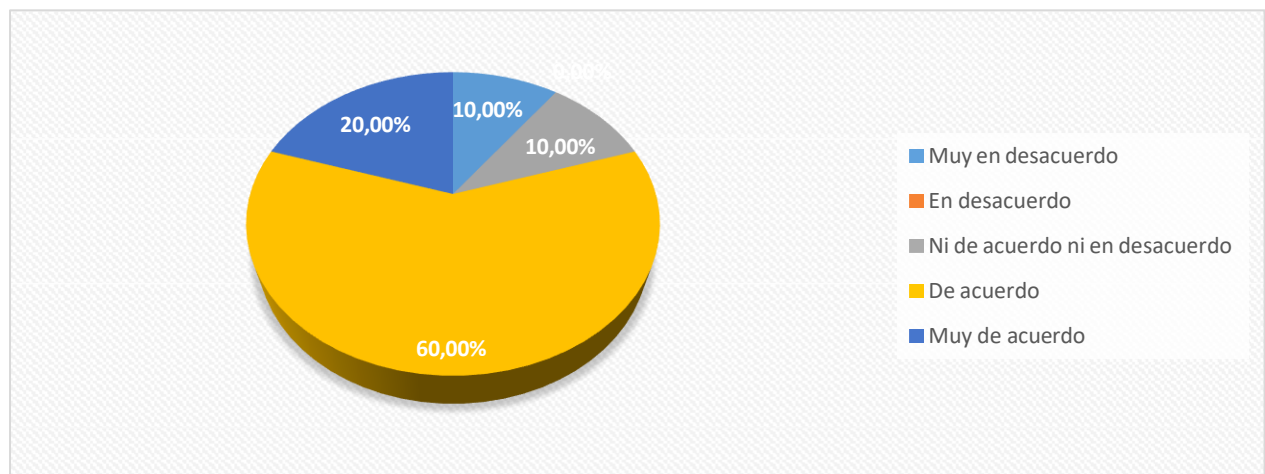
Una amplia mayoría de los encuestados 80,1% considera que los *chatbots* impulsados por IA son fáciles de usar y navegar para sus clientes. un 13,3% se mantiene neutral, mientras que solo un 6,6% manifiesta desacuerdo. Estos datos reflejan que la implementación de los *chatbots* facilita la interacción del cliente mejorando la experiencia comunicacional y la eficiencia en la atención.

Tabla 8. ¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
De acuerdo	18	60%
Muy de acuerdo	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas
Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos
Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 7. ¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas
Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos
Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

Una amplia mayoría de los encuestados 80% considera que los *chatbots* impulsados por IA proporcionan información actualizada y repuestas pertinentes a los clientes de sus negocios, evidenciando confianza en su capacidad informativa y comunicacional. Un 10% mantiene una posición neutral y otro 10% manifiesta desacuerdo, en general los resultados reflejan que los *chatbos* son percibidos como herramientas efectivas para ofrecer atención precisa y actualizada en los emprendimientos del cantón Salinas.

Tabla 9. ¿Considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?

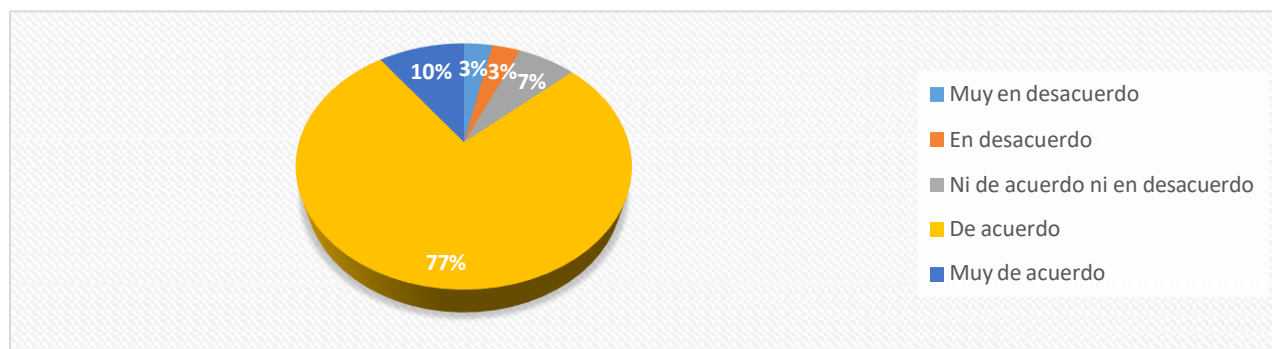
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	1	3,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,7%
De acuerdo	23	76,7%
Muy de acuerdo	3	10%
Total	30	100,0%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 8. ¿Considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

La mayoría de los emprendedores encuestados 86,7% está de acuerdo o muy de acuerdo en que la atención mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna. Solo un 6,6% muestra desacuerdo y un 6,7% se mantiene neutral. Estos datos reflejan una percepción positiva sobre la eficacia comunicacional y operativa de las herramientas digitales, destacando su papel en la agilización de los procesos de atención al cliente dentro de los emprendimientos del cantón.

Tabla 10. ¿Opina que los mensajes enviados por estos medios electrónicos son claros y fáciles de comprender para sus clientes?

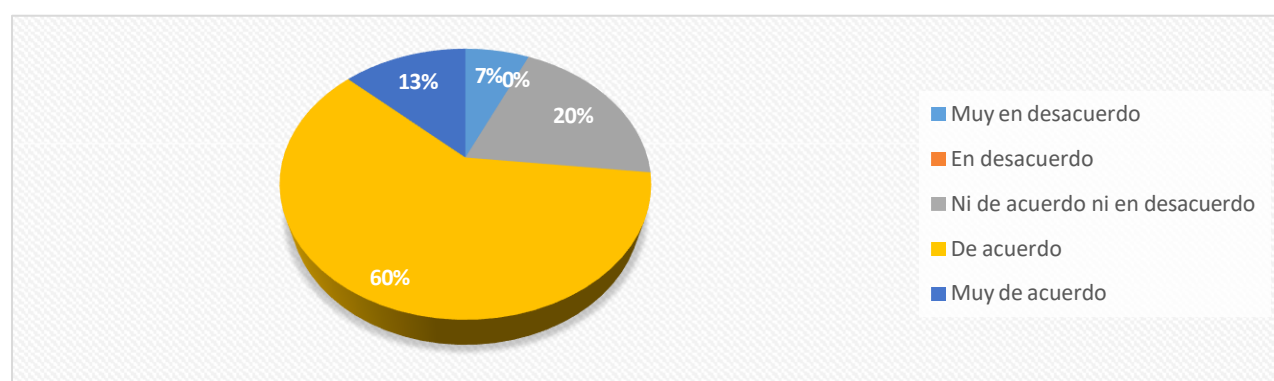
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	6,7%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20%
De acuerdo	18	60%
Muy de acuerdo	4	13,3%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 9. ¿Opina que los mensajes enviados por estos medios electrónicos son claros y fáciles de comprender para sus clientes?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

La mayoría de los emprendedores encuestados 73,3% está de acuerdo o muy de acuerdo en que los mensajes emitidos por los *chatbots* son claros y fáciles de comprender para su clientela. Un 20% mantiene una postura neutral, mientras que solo un 6,7% expresa desacuerdo. Estos resultados reflejan que los *chatbots* impulsados por IA logran una comunicación efectiva y comprensible, fortaleciendo la interacción entre el emprendimiento y el cliente.

Tabla 11. ¿Considera que la calidad de comunicación mediante aplicaciones genera satisfacción en sus clientes?

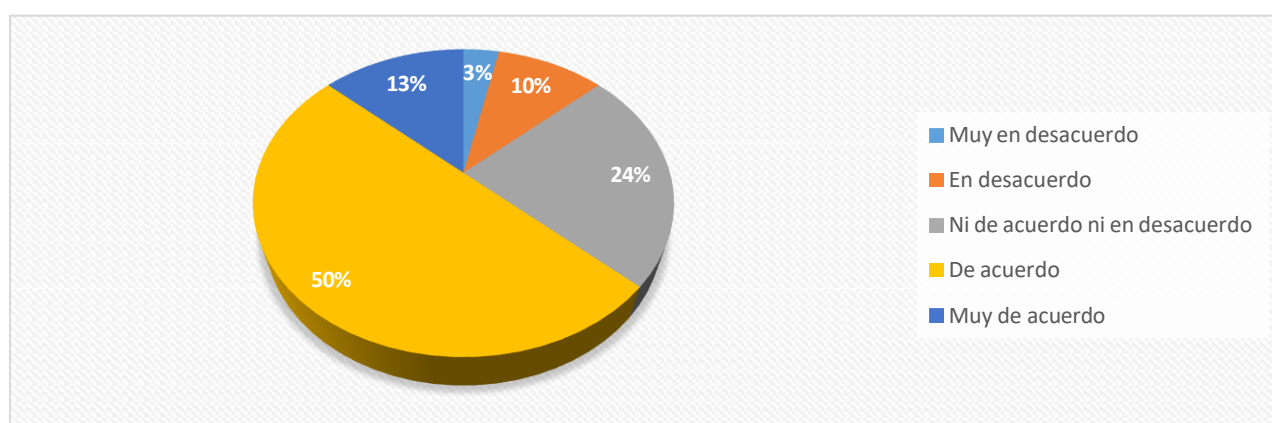
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	3	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	23,4%
De acuerdo	15	50%
Muy de acuerdo	4	13,3%
Total	30	100,%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 10. ¿Considera que la calidad de comunicación mediante aplicaciones genera satisfacción en sus clientes?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

Los resultados evidencian que el 63,3% de los emprendedores percibe que la comunicación a través de aplicaciones contribuye a la satisfacción de sus clientes, lo que demuestra confianza en estos canales digitales. Un 23,4% mantiene una posición neutral y solo un 13,3% manifiesta desacuerdo. Los datos demuestran que estas herramientas digitales fortalecen la experiencia comunicacional, mejorando la relación entre emprendimientos y sus clientes.

Tabla 12. ¿Opina que la comunicación a través de medios digitales logra atender adecuadamente las inquietudes de los clientes?

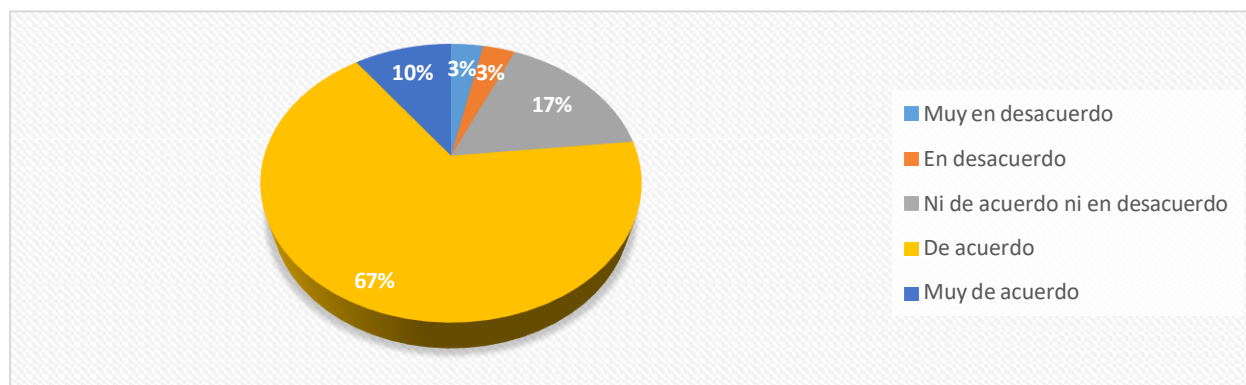
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	1	3,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,7%
De acuerdo	20	66,7%
Muy de acuerdo	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 11. ¿Opina que la comunicación a través de medios digitales logra atender adecuadamente las inquietudes de los clientes?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

Los resultados muestran que en su gran mayoría los emprendedores 76% considera que la comunicación a través de medios digitales permite atender adecuadamente las inquietudes de los clientes. un 16% se mantiene neutral y solo un 6,6% expresa desacuerdo. esto evidencia que los medios digitales incluidos los *chatbots* facilitan una interacción efectiva mejorando la satisfacción y la atención comunicacional en los emprendimientos del cantón Salinas.

Tabla 13. ¿Cree que el uso de sistema automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?

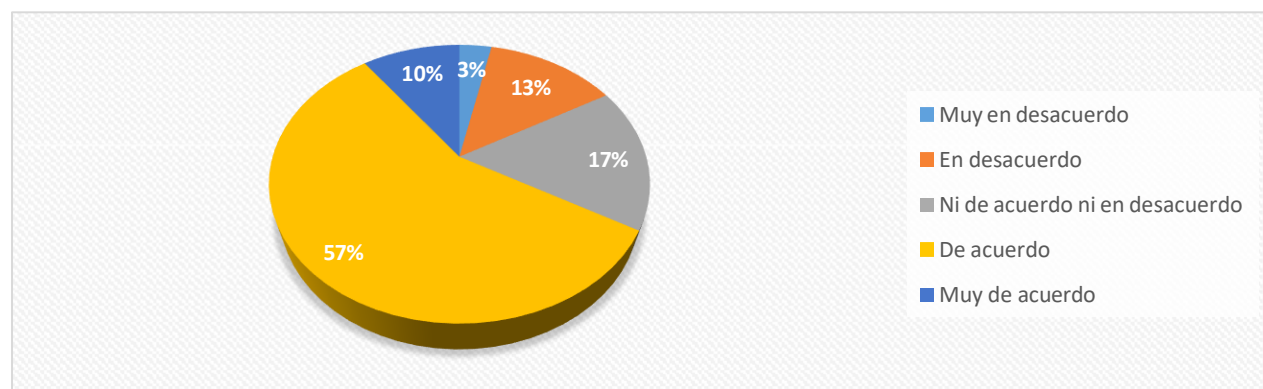
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3%
En desacuerdo	4	13,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,7%
De acuerdo	17	56,7%
Muy de acuerdo	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Figura 12. ¿Cree que el uso de sistema automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?



Fuente: Emprendedores del cantón Salinas

Elaborado por: Pérez Isaad Tomalá Carlos

Fecha: 15 de septiembre 2025

Análisis de interpretación

La mayoría de los emprendedores encuestados 66,7% considera que los sistemas automatizados complementan eficazmente la comunicación personalizada con su cliente. Un 16,7% se mantiene neutral, mientras que solo un 16,6% expresa desacuerdo o muy desacuerdo. Esto indica que los emprendimientos del cantón Salinas perciben los *chatbots* como herramientas que refuerzan la comunicación y la interacción personalizada mejorando la atención y satisfacción del cliente.

Análisis cualitativo La entrevista

Como segundo instrumento de investigación, se realizó una entrevista a los emprendedores **Raúl Véliz** y **Héctor Santos**, junto con un **especialista en inteligencia artificial**, con el propósito de conocer cómo el uso de *chatbots* está transformando los emprendimientos del cantón **Salinas**. A partir de sus experiencias, se identificó que esta herramienta mejora la atención al cliente y facilita la gestión del negocio, aunque aún supone el desafío de mantener una comunicación más humana y personalizada.

Tabla 14. Entrevista 1. Raúl Véliz

Entrevistado: Raúl Véliz			
Cargo: Propietario Perrada de Raúl			
Entrevistador: Carlos Tomalá -Pérez Isaad			
Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
<i>Chatbots</i>	¿Qué nivel de conocimiento y disposición observa en los emprendedores de Salinas respecto al uso de chatbots en sus negocios?	Véliz menciona que, en Salinas, el nivel aun es muy limitado, porque su implementación aún no se ha generalizado. Los emprendedores reconocen la necesidad de incorporar estas herramientas digitales para mantenerse competitivos enfrentando barreras relacionadas con la brecha generacional y el acceso a la tecnología, especialmente a los emprendedores mayores 50 años por la falta de dominio tecnológico frente a esta nueva generación familiarizada con las innovaciones tecnológicas	Señala que los emprendedores tienen un conocimiento limitado sobre chatbots y que las barreras generacionales dificultan su implementación.
	¿Qué factores lo motivaron a implementar un chatbots en su emprendimiento y como ha sido su proceso de adaptación?	Véliz señala que su principal motivación para incorporar un chatbot es mantenerse a la vanguardia y ser competitivo en el mercado. No obstante, menciona que el proceso de adaptación ha sido	Explica que su motivación principal es mantenerse competitivo y actualizado, pero que depende de terceros para implementar la tecnología.

		lento debido a la necesidad de recurrir a terceros para implementar nuevas tecnologías.	
	¿Desde su experiencia, ¿qué dificultades técnicas, económicas o culturales suelen limitar la implementación de chatbots en pequeños negocios?	Según Vélez en los pequeños negocios la falta de conocimiento técnico y las restricciones económicas que impiden asumir los costos limitan su implementación. Además, factores culturales como la resistencia al cambio y la desconfianza hacia la automatización.	Señala que las principales limitaciones son la falta de conocimientos técnicos, los costos de las plataformas y la desconfianza hacia la automatización.
Atención al cliente	¿Qué estrategias recomendaría para que los emprendedores aprovechen al máximo las capacidades de un chatbot en la gestión de clientes?	Una de las estrategias más efectivas es la coordinación con agentes de entrega y otros servicios digitales. Esto permite responder consultas frecuentes de manera inmediata, agilizar pedidos y optimizar la experiencia comunicacional con el cliente aumentando la eficiencia operativa del negocio.	Recomienda integrar los chatbots con otros servicios digitales para agilizar procesos y mejorar la experiencia del cliente.
	¿De qué manera los chatbots pueden mejorar la calidad y rapidez de la atención al cliente en emprendimientos?	Con la disponibilidad 24/7, al ofrecer una asistencia en todo momento optimizando recursos aumentando la satisfacción del cliente ya que hoy en día ya no es necesario asistir al establecimiento para adquirir un producto o un servicio,	Destaca que los chatbots permiten atención 24/7 y reducen la necesidad de que los clientes acudan al local, optimizando recursos.
	¿Qué aspectos de la atención humana son difíciles de reemplazar por un chatbot y cómo se pueden complementar ambos canales?	La atención humana es muy difícil de reemplazar debido a la empatía, la comprensión emocional y la adaptación a contextos complejos. Los chatbots pueden encargarse de tareas rutinarias, mientras <u>que los agentes humanos</u>	Afirma que los humanos siguen siendo necesarios para gestionar casos complejos y personalizados donde se requiere juicio y criterio.

	manejan situaciones que requieren juicio y personalización logrando una complementariedad efectiva entre ambos canales.	
¿Qué indicadores considera más relevantes para medir si un chatbot realmente contribuye a mejorar la experiencia de atención al cliente?	Uno de los indicadores es el tiempo de respuesta y la resolución de consultas. Sin embargo, pese a su eficiencia los chatbots no pueden sustituir la empatía y la calidez humana, elementos claves para fortalecer la relación con el cliente.	Señala que los indicadores más relevantes son el tiempo de respuesta y la resolución de consultas, pero que la empatía y el trato humano siguen siendo fundamentales.

Tabla 15. Entrevista 2. Héctor Santos

Entrevistado: Héctor Santos		
Cargo: Propietario Macro Ideas		
Entrevistador: Carlos Tomalá -Pérez		
Isaad		
Preguntas	Respuesta	Observación
¿Qué nivel de conocimiento y disposición observa en los emprendedores de Salinas respecto al uso de chatbots en sus negocios?	Santos menciona que los emprendedores suelen tener un conocimiento limitado sobre los chatbots, aunque muestran interés en aprender. Estas herramientas pueden mejorar la atención al cliente y optimizar el tiempo, pero todavía hace falta capacitación para implementarlas correctamente. En general, hay buena disposición, solo falta apoyo técnico y orientación.	Laudon y Laudon (2020) sostiene que la adopción de tecnologías digitales depende del nivel de alfabetización tecnológica y la disposición al cambio de los usuarios. Además, las brechas generacionales y el acceso desigual a la tecnología limitan la implementación de herramientas de inteligencia artificial, especialmente en los pequeños negocios.
¿Qué factores lo motivaron a implementar un chatbots en su emprendimiento y como ha sido su proceso de adaptación?	Santos señala que la motivación principal para implementar un chatbot suele ser mejorar la atención al cliente y optimizar el tiempo en la gestión de consultas. El proceso de adaptación puede ser desafiante al inicio, ya que requiere aprender a usar la herramienta y ajustar los mensajes a las necesidades de los clientes, pero con práctica se vuelve más natural y útil para el negocio.	Ta y Lin (2023) explican que la adopción de tecnologías digitales en la PYMEs depende de la actitud del emprendedor hacia la innovación, la disposición al cambio y la infraestructura tecnológica disponible. Cuando estas condiciones son limitadas, la implementación de chatbots impulsados por IA se realizará de manera lenta y con dependencia de apoyo externo
¿Desde su experiencia, ¿qué dificultades técnicas, económicas o culturales suelen limitar la implementación de chatbots en pequeños negocios?	Según Santos las principales dificultades para implementar chatbots en pequeños negocios suelen ser técnicas, como no saber configurar correctamente las herramientas; económicas, debido al costo de algunas plataformas; y culturales, ya que algunos emprendedores prefieren la atención personalizada y desconfían de la tecnología. Con orientación y capacitación, estas barreras pueden superarse, permitiendo una adopción más efectiva de estas herramientas	según Hussain y Rizwan (2024), las pequeñas empresas enfrentan desafíos significativos en la adopción de tecnologías de inteligencia artificial debido a limitaciones técnicas, económicas y culturales
¿Qué estrategias recomendaría para que los emprendedores aprovechen al máximo las capacidades de un chatbot en la gestión de clientes?	Para aprovechar al máximo un chatbot, los emprendedores deberían capacitarse en su uso, configurar respuestas automáticas claras y personalizadas y dar seguimiento constante a las consultas de los clientes. Además, es recomendable combinar la	Chatterjee et al, (2021) destacan que la adopción de sistemas CRM con IA, como los chatbots, permite a las pequeñas y medianas empresas automatizar tareas repetitivas y mejorar la satisfacción del cliente mediante respuestas rápidas y consistentes

	atención automatizada con la interacción humana cuando sea necesario, lo que permite mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión del negocio.	
¿De qué manera los chatbots pueden mejorar la calidad y rapidez de la atención al cliente en emprendimientos?	Los chatbots pueden mejorar la atención al cliente al ofrecer respuestas inmediatas a consultas frecuentes, resolver dudas fuera del horario laboral y mantener un seguimiento constante de los pedidos. Esto permite que los emprendedores optimicen su tiempo, reduzcan la carga de trabajo y brinden un servicio más rápido y consistente, aumentando la satisfacción de los clientes	La capacidad de ofrecer soporte 24/7 a través de chatbots permite a las empresas responder rápidamente a consultas y problemas mejorando la satisfacción y fidelización del cliente reduciendo la carga de trabajo humano y agiliza procesos lo cual es vital para emprendimientos que buscan eficiencia y competitividad en mercados dinámicos (Nguyen y otros, 2020)
¿Qué aspectos de la atención humana son difíciles de reemplazar por un chatbot y cómo se pueden complementar ambos canales?	Algunos aspectos de la atención humana, como la empatía, la comprensión de situaciones complejas y la resolución de problemas personalizados, son difíciles de reemplazar por un chatbot. Por eso, ambos canales se pueden complementar permitiendo que el chatbot gestione consultas rutinarias y frecuentes, mientras que el personal humano atiende casos más complejos o requiere un trato más cercano, lo que garantiza un servicio más completo y eficiente	Smith y Ortega (2023) los chatbots pueden automatizar procesos repetitivos, pero la interacción humana sigue siendo esencial para tareas que requieren empatía y juicio contextual. Esto evidencia que la combinación de ambos canales mejora la eficiencia comunicacional sin sacrificar la calidad del servicio.
¿Qué indicadores considera más relevantes para medir si un chatbot realmente contribuye a mejorar la experiencia de atención al cliente?	Los indicadores más relevantes para medir la efectividad de un chatbot incluyen la rapidez de respuesta, el porcentaje de consultas resueltas automáticamente, la satisfacción del cliente mediante encuestas y el nivel de interacción continua. Además, es importante evaluar si el chatbot contribuye a reducir la carga de trabajo del personal y a mantener un servicio más consistente y eficiente.	De acuerdo con (Rodríguez & Ortiz, 2022) la efectividad de los chatbots se mide mediante métricas como la satisfacción del cliente (CSAT), el tiempo promedio de respuesta (ART) y la tasa de resolución en el primer contacto (FCR). Sin embargo, destacan que “la interacción humana continúa siendo determinante para transmitir empatía y resolver situaciones complejas que la automatización no logra cubrir completamente”

Tabla 16. Entrevista 3. MSc. Stalin de la Cruz

Entrevistado: MSc. Stalin de la Cruz Cargo: Experto en inteligencia artificial Entrevistador: Carlos Tomalá -Pérez Isaad		
Preguntas	Respuesta	Observación
<p><i>Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son los principales beneficios comunicacionales de implementar chatbots con inteligencia artificial en emprendimientos locales?</i></p>	<p>Los principales beneficios comunicacionales de implementar chatbots con inteligencia artificial en emprendimientos locales incluyen la capacidad de ofrecer respuestas rápidas y consistentes a los clientes, mantener atención personalizada incluso fuera del horario laboral y gestionar múltiples consultas simultáneamente. Además, facilitan la recopilación de información sobre las necesidades y preferencias de los clientes, lo que permite mejorar la comunicación y diseñar estrategias más efectivas para fidelizar y atraer nuevos clientes</p>	<p>Según Misischia <i>et al.</i> (2022), la implementación de chatbots con inteligencia artificial en el servicio al cliente permite una atención más rápida y eficiente, incluso fuera del horario laboral, lo que es especialmente beneficioso para los emprendimientos locales que buscan optimizar sus recursos y mejorar la experiencia del cliente</p>
<p><i>¿Qué limitaciones o dificultades comunicacionales suelen enfrentar los negocios al integrar chatbots en sus procesos de atención al cliente (ejemplo: lenguaje poco claro, falta de empatía, ¿mensajes automáticos demasiado rígidos)?</i></p>	<p>Al integrar chatbots en los procesos de atención al cliente, los negocios suelen enfrentar algunas limitaciones comunicacionales. Entre ellas, se encuentra el uso de un lenguaje poco claro o demasiado genérico, la falta de empatía frente a situaciones complejas y la rigidez de los mensajes automáticos, que puede generar frustración en los clientes. Para superar estas dificultades, es importante diseñar respuestas más naturales, personalizar los mensajes según el contexto y combinar la atención automatizada con la intervención humana cuando sea necesario.</p>	<p>De acuerdo con Adamopoulou (2020), aunque los chatbots pueden automatizar tareas rutinarias, su capacidad para comprender emociones humanas y manejar conversaciones complejas sigue siendo limitada, lo que puede afectar la calidad de la interacción con los clientes si no se gestionan adecuadamente.</p>
<p><i>¿Qué tan importante es la disponibilidad 24/7 de los chatbots como canal de comunicación continua con el cliente?</i></p>	<p>La disponibilidad 24/7 de los chatbots es muy importante, ya que permite a los clientes recibir respuestas inmediatas en cualquier momento, incluso fuera del horario laboral. Esto no solo mejora la percepción de atención y cercanía del negocio, sino que</p>	<p>Tal como explica Li (2023), la disponibilidad continua de chatbots permite a las empresas ofrecer soporte al cliente en cualquier momento, mejorando la accesibilidad y satisfacción del cliente, lo cual es crucial para los emprendimientos que buscan</p>

	también ayuda a gestionar múltiples consultas de manera eficiente, optimizando el tiempo del personal humano y asegurando que ninguna solicitud quede sin atender. Además, fortalece la confianza del cliente y contribuye a mantener una comunicación constante y fluida	mantener una comunicación constante y eficiente.
<i>¿Qué estrategias recomendaría para garantizar que las respuestas de un chatbot sean claras, pertinentes y transmitan credibilidad en la comunicación con el cliente?</i>	Para garantizar que las respuestas de un chatbot sean claras, pertinentes y creíbles, es fundamental diseñar mensajes simples y directos, evitando tecnicismos innecesarios. También es recomendable programar respuestas personalizadas según el contexto de la consulta y actualizar constantemente el contenido para que refleje información precisa y confiable. Además, combinar la atención automatizada con la intervención humana en casos complejos contribuye a transmitir confianza y mantener una comunicación efectiva con los clientes.	Según Azaga (2024), es fundamental que los chatbots proporcionen respuestas claras y precisas, adaptadas al contexto del cliente, para garantizar la credibilidad y efectividad de la comunicación, evitando malentendidos y mejorando la experiencia del usuario.
<i>En su opinión, ¿qué aspectos de la comunicación con los clientes pueden ser mejorados significativamente mediante la implementación de chatbots?</i>	La implementación de chatbots puede mejorar significativamente varios aspectos de la comunicación con los clientes. Entre ellos, la rapidez en las respuestas, la consistencia en la información proporcionada y la disponibilidad continua son los más relevantes. Además, permiten gestionar múltiples consultas simultáneamente y recopilar datos sobre las preferencias y necesidades de los clientes, lo que facilita una comunicación más personalizada y efectiva. Por último, al automatizar las consultas rutinarias, el personal humano puede enfocarse en atender casos complejos, mejorando así la calidad general del servicio.	De acuerdo con Rossmann et al. (2020), los chatbots pueden mejorar la rapidez y consistencia de las respuestas, además de ofrecer soporte personalizado, lo que permite a los negocios atender varias consultas a la vez y recopilar información sobre las necesidades y preferencias de los clientes, facilitando una comunicación más efectiva.
<i>¿Qué recomendaciones daría para que los chatbots no solo resuelvan problemas, sino que también mantengan una comunicación que</i>	Para que los chatbots no solo resuelvan problemas, sino que también generen confianza y fidelización, es importante que las	Brown et al. (2024), para fomentar la confianza y fidelización, los chatbots deben usar un lenguaje cordial y cercano, combinando la

<p>genere confianza y fidelización en los clientes?</p>	<p>respuestas sean claras, amigables y adaptadas al contexto del cliente. Además, deben incluir opciones para derivar consultas más complejas al personal humano y mostrar cercanía mediante un lenguaje cordial. Mantener actualizada la información y ofrecer soluciones precisas también refuerza la credibilidad, mientras que la recopilación de datos sobre preferencias permite personalizar la comunicación y fortalecer la relación con los clientes.</p>	<p>atención automatizada con la intervención humana en casos complejos, lo que aumenta la credibilidad y fortalece la relación con los clientes.</p>
<p><i>¿Cuáles considera que son las tendencias con el uso de chatbots con IA como herramienta de comunicación y atención al cliente de los emprendimientos?</i></p>	<p>Entre las tendencias actuales en el uso de chatbots con inteligencia artificial, se observa un enfoque hacia la personalización de la comunicación, donde los chatbots aprenden de las interacciones previas para ofrecer respuestas más precisas y adaptadas a cada cliente. También se destaca la integración con múltiples canales de comunicación, como redes sociales y aplicaciones de mensajería, para brindar atención continua. Además, la incorporación de análisis de datos permite anticipar necesidades, mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión interna de los emprendimientos.</p>	<p>Según Cai (2024), las tendencias actuales incluyen la personalización de la comunicación y la integración de los chatbots con múltiples canales, lo que permite anticipar necesidades del cliente, optimizar la gestión del negocio y ofrecer un servicio más eficiente, impulsando la adopción de la inteligencia artificial en los emprendimientos.</p>

Análisis de discusión

Variable	Pregunta	Respuesta única representativa	Observaciones/ triangulación	Análisis Teórico
Chatbots	¿Qué nivel de conocimiento y disposición observa en los emprendedores de Salinas respecto al uso de chatbots en sus negocios?	Los emprendedores de Salinas reconocen la importancia de los chatbots para mejorar la atención al cliente, su conocimiento sobre estas herramientas aún es limitado. Sin embargo, muestran apertura al aprendizaje y disposición para incorporarlas progresivamente en sus negocios.	Vélez menciona que el nivel de conocimiento es bajo y que existen barreras generacionales que dificultan la implementación; Santos señala que, aunque falta capacitación, los emprendedores demuestran interés y actitud positiva hacia la tecnología.	Laudon y Laudon (2020) sostienen que la adopción de tecnologías digitales depende del nivel de alfabetización tecnológica y la disposición al cambio de los usuarios. Además, las brechas generacionales y el acceso desigual a la tecnología limitan la implementación de herramientas de inteligencia artificial, especialmente en los pequeños negocios.
	¿Qué factores lo motivaron a implementar un chatbots en su emprendimiento y como ha sido su	Se deduce que la motivación principal de los emprendedores para implementar chatbots es mantenerse competitivos y optimizar la gestión del cliente. No obstante, el proceso de adaptación ha sido lento debido a la falta de conocimientos técnicos y la dependencia de terceros para su configuración.	Vélez indica que busca mantenerse a la vanguardia y competir en el mercado, pero su adaptación ha sido difícil por depender de apoyo externo; Santos comenta que su motivación es mejorar la atención y ahorrar tiempo, y que con la práctica el uso del chatbot se vuelve más eficiente	Ta y Lin (2023) explican que la adopción de tecnologías digitales en la PYMEs depende de la actitud del emprendedor hacia la innovación, la disposición al cambio y la infraestructura tecnológica disponible. Cuando estas condiciones son limitadas, la implementación de chatbots impulsados por IA se realizará de manera lenta y con dependencia de apoyo externo
	¿Desde su experiencia, ¿qué dificultades técnicas, económicas o culturales suelen limitar la implementación de chatbots en pequeños negocios?	De ambas entrevistas se infiere que los principales obstáculos para implementar chatbots son las limitaciones técnicas, los costos de las plataformas y la resistencia cultural frente a la automatización, especialmente en emprendedores acostumbrados a la atención tradicional.	Vélez señala que la falta de conocimiento técnico y los costos impiden la adopción de chatbots; Santos coincide, añadiendo que algunos emprendedores desconfían de la tecnología y prefieren mantener la atención personalizada.	según Hussain y Rizwan (2024), las pequeñas empresas enfrentan desafíos significativos en la adopción de tecnologías de inteligencia artificial debido a limitaciones técnicas, económicas y culturales
	¿Qué estrategias recomendaría para que los emprendedores	Se concluye que el uso eficaz de chatbots requiere capacitación constante, personalización de respuestas	Vélez recomienda integrar los chatbots con otros servicios digitales para optimizar la	Chatterjee et al, (2021) destacan que la adopción de sistemas CRM con IA, como los chatbots, permite a las pequeñas y medianas empresas

	aprovechen al máximo las capacidades de un chatbot en la gestión de clientes?	automáticas y una adecuada combinación entre atención digital y humana para ofrecer un servicio eficiente y cercano al cliente	comunicación; Santos sugiere capacitarse en su manejo, crear respuestas claras y dar seguimiento continuo a las consultas de los clientes.	automatizar tareas repetitivas y mejorar la satisfacción del cliente mediante respuestas rápidas y consistentes
	¿De qué manera los chatbots pueden mejorar la calidad y rapidez de la atención al cliente en emprendimientos?	Se infiere que los chatbots contribuyen significativamente a mejorar la calidad y rapidez de la atención al cliente al brindar disponibilidad continua, respuestas inmediatas y reducción de la carga laboral, lo que incrementa la satisfacción y fidelización de los clientes.	Vélez menciona que los chatbots permiten atención 24/7, evitando la necesidad de acudir al local; Santos indica que estas herramientas ayudan a responder fuera del horario laboral y facilitan el seguimiento de pedidos.	La capacidad de ofrecer soporte 24/7 a través de chatbots permite a las empresas responder rápidamente a consultas y problemas mejorando la satisfacción y fidelización del cliente reduciendo la carga de trabajo humano y agiliza procesos lo cual es vital para emprendimientos que buscan eficiencia y competitividad en mercados dinámicos (Nguyen y otros, 2020)
Atención al cliente	¿Qué aspectos de la atención humana son difíciles de reemplazar por un chatbot y cómo se pueden complementar ambos canales?	De las respuestas se concluye que los chatbots no pueden sustituir la empatía, la comprensión emocional ni la capacidad de adaptarse a contextos complejos, por lo que deben funcionar como complemento del trabajo humano.	Vélez afirma que los chatbots deben encargarse de tareas rutinarias, mientras los humanos atienden casos complejos; Santos resalta que la empatía y el juicio personal siguen siendo aspectos exclusivos de la atención humana.	Smith y Ortega (2023) los chatbots pueden automatizar procesos repetitivos, pero la interacción humana sigue siendo esencial para tareas que requieren empatía y juicio contextual. Esto evidencia que la combinación de ambos canales mejora la eficiencia comunicacional sin sacrificar la calidad del servicio.
	¿Qué indicadores considera más relevantes para medir si un chatbot realmente contribuye a mejorar la experiencia de atención al cliente?	Los indicadores más relevantes para evaluar la efectividad de un chatbot son el tiempo de respuesta, la tasa de resolución de consultas y la satisfacción del cliente, aunque la atención humana continúa siendo esencial para mantener la calidad del servicio.	Vélez menciona que el tiempo de respuesta y la resolución de consultas son los principales indicadores, pero destaca la importancia de la empatía; Santos agrega que deben medirse la interacción continua y la reducción de la carga de trabajo del personal.	De acuerdo con (Rodríguez & Ortiz, 2022) la efectividad de los chatbots se mide mediante métricas como la satisfacción del cliente (CSAT), el tiempo promedio de respuesta (ART) y la tasa de resolución en el primer contacto (FCR). Sin embargo, destacan que “la interacción humana continúa siendo determinante para transmitir empatía y resolver situaciones complejas que la automatización no logra cubrir completamente”

Variable	Pregunta	Respuesta única representativa	Observaciones	Análisis Teórico
Chatbots	Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son los principales beneficios comunicacionales de implementar chatbots con inteligencia artificial en emprendimientos locales?	Los principales beneficios comunicacionales de implementar chatbots con inteligencia artificial en emprendimientos locales incluyen la capacidad de ofrecer respuestas rápidas y consistentes a los clientes, mantener atención personalizada incluso fuera del horario laboral y gestionar múltiples consultas simultáneamente. Además, facilitan la recopilación de información sobre las necesidades y preferencias de los clientes, lo que permite mejorar la comunicación y diseñar estrategias más efectivas para fidelizar y atraer nuevos clientes	La respuesta evidencia una comprensión clara de los aportes comunicacionales de los chatbots, destacando su papel en la eficiencia y personalización del servicio. Refleja una visión positiva hacia la tecnología como apoyo para la fidelización del cliente, coherente con los planteamientos teóricos sobre optimización comunicacional.	Según Misischia <i>et al.</i> (2022), la implementación de chatbots con inteligencia artificial en el servicio al cliente permite una atención más rápida y eficiente, incluso fuera del horario laboral, lo que es especialmente beneficioso para los emprendimientos locales que buscan optimizar sus recursos y mejorar la experiencia del cliente
	¿Qué limitaciones o dificultades comunicacionales suelen enfrentar los negocios al integrar chatbots en sus procesos de atención al cliente (ejemplo: lenguaje poco claro, falta de empatía, ¿mensajes automáticos demasiado rígidos)?	Al integrar chatbots en los procesos de atención al cliente, los negocios suelen enfrentar algunas limitaciones comunicacionales. Entre ellas, se encuentra el uso de un lenguaje poco claro o demasiado genérico, la falta de empatía frente a situaciones complejas y la rigidez de los mensajes automáticos, que puede generar frustración en los clientes. Para superar estas dificultades, es importante diseñar respuestas más naturales, personalizar los mensajes según el contexto y combinar la atención automatizada con la intervención humana cuando sea necesario.	El entrevistado reconoce de forma crítica las principales debilidades en la comunicación automatizada, especialmente la falta de empatía y flexibilidad. Su análisis coincide con la literatura reciente que enfatiza la necesidad de combinar inteligencia artificial con atención humana para evitar una experiencia impersonal.	De acuerdo con Adamopoulou (2020), aunque los chatbots pueden automatizar tareas rutinarias, su capacidad para comprender emociones humanas y manejar conversaciones complejas sigue siendo limitada, lo que puede afectar la calidad de la interacción con los clientes si no se gestionan adecuadamente.

<p>¿Qué tan importante es la disponibilidad 24/7 de los chatbots como canal de comunicación continua con el cliente?</p>	<p>La disponibilidad 24/7 de los chatbots es muy importante, ya que permite a los clientes recibir respuestas inmediatas en cualquier momento, incluso fuera del horario laboral. Esto no solo mejora la percepción de atención y cercanía del negocio, sino que también ayuda a gestionar múltiples consultas de manera eficiente, optimizando el tiempo del personal humano y asegurando que ninguna solicitud quede sin atender. Además, fortalece la confianza del cliente y contribuye a mantener una comunicación constante y fluida</p>	<p>La respuesta resalta la relevancia de la atención continua como estrategia de cercanía con el cliente. Se evidencia una valoración positiva hacia la inmediatez y accesibilidad, elementos clave en la construcción de confianza y satisfacción del consumidor.</p>	<p>Tal como explica Li (2023), la disponibilidad continua de chatbots permite a las empresas ofrecer soporte al cliente en cualquier momento, mejorando la accesibilidad y satisfacción del cliente, lo cual es crucial para los emprendimientos que buscan mantener una comunicación constante y eficiente.</p>
<p>¿Qué estrategias recomendaría para garantizar que las respuestas de un chatbot sean claras, pertinentes y transmitan credibilidad en la comunicación con el cliente?</p>	<p>Para garantizar que las respuestas de un chatbot sean claras, pertinentes y creíbles, es fundamental diseñar mensajes simples y directos, evitando tecnicismos innecesarios. También es recomendable programar respuestas personalizadas según el contexto de la consulta y actualizar constantemente el contenido para que refleje información precisa y confiable. Además, combinar la atención automatizada con la intervención humana en casos complejos contribuye a transmitir confianza y mantener una comunicación efectiva con los clientes.</p>	<p>El entrevistado propone acciones concretas y realistas, demostrando conocimiento sobre la importancia de la claridad y actualización de la información. Además, reconoce la necesidad de integrar la intervención humana para fortalecer la credibilidad del chatbot.</p>	<p>Según Azaga (2024), es fundamental que los chatbots proporcionen respuestas claras y precisas, adaptadas al contexto del cliente, para garantizar la credibilidad y efectividad de la comunicación, evitando malentendidos y mejorando la experiencia del usuario.</p>
<p>En su opinión, ¿qué aspectos de la comunicación con los clientes pueden ser mejorados mediante la implementación de chatbots?</p>	<p>La implementación de chatbots puede mejorar significativamente varios aspectos de la comunicación con los clientes. Entre ellos, la rapidez en las respuestas, la consistencia en la información proporcionada y la disponibilidad continua son los más relevantes. Además, permiten gestionar múltiples consultas simultáneamente y recopilar datos sobre las preferencias y necesidades de los clientes, lo que facilita una comunicación más personalizada y efectiva. Por último, al automatizar las</p>	<p>La respuesta muestra un enfoque integral al identificar tanto beneficios operativos como comunicacionales. Destaca el equilibrio entre automatización y atención humana, lo que refleja comprensión sobre cómo los chatbots contribuyen a mejorar</p>	<p>De acuerdo con Rossmann et al. (2020), los chatbots pueden mejorar la rapidez y consistencia de las respuestas, además de ofrecer soporte personalizado, lo que permite a los negocios atender varias consultas a la vez y recopilar información sobre las</p>

		consultas rutinarias, el personal humano puede enfocarse en atender casos complejos, mejorando así la calidad general del servicio.	la eficiencia y personalización del servicio.	necesidades y preferencias de los clientes, facilitando una comunicación más efectiva.
	¿Qué recomendaciones daría para que los chatbots no solo resuelvan problemas, sino que también mantengan una comunicación que genere confianza y fidelización en los clientes?	Para que los chatbots no solo resuelvan problemas, sino que también generen confianza y fidelización, es importante que las respuestas sean claras, amigables y adaptadas al contexto del cliente. Además, deben incluir opciones para derivar consultas más complejas al personal humano y mostrar cercanía mediante un lenguaje cordial. Mantener actualizada la información y ofrecer soluciones precisas también refuerza la credibilidad, mientras que la recopilación de datos sobre preferencias permite personalizar la comunicación y fortalecer la relación con los clientes.	La intervención evidencia sensibilidad hacia la dimensión humana de la comunicación digital, destacando la importancia del lenguaje cordial y la actualización constante. La respuesta denota conciencia de que la confianza del cliente depende no solo de la resolución técnica, sino también del tono y la empatía del mensaje.	Brown et al. (2024), para fomentar la confianza y fidelización, los chatbots deben usar un lenguaje cordial y cercano, combinando la atención automatizada con la intervención humana en casos complejos, lo que aumenta la credibilidad y fortalece la relación con los clientes.
Atención al cliente	¿Cuáles considera que son las tendencias con el uso de chatbots con IA como herramienta de comunicación y atención al cliente de los emprendimientos?	Entre las tendencias actuales en el uso de chatbots con inteligencia artificial, se observa un enfoque hacia la personalización de la comunicación, donde los chatbots aprenden de las interacciones previas para ofrecer respuestas más precisas y adaptadas a cada cliente. También se destaca la integración con múltiples canales de comunicación, como redes sociales y aplicaciones de mensajería, para brindar atención continua. Además, la incorporación de análisis de datos permite anticipar necesidades, mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión interna de los emprendimientos.	La respuesta identifica adecuadamente las tendencias más actuales, como la personalización y la integración multicanal. Se observa una comprensión clara del papel estratégico de la inteligencia artificial en la evolución de la comunicación empresarial y la atención al cliente.	Según Cai (2024), las tendencias actuales incluyen la personalización de la comunicación y la integración de los chatbots con múltiples canales, lo que permite anticipar necesidades del cliente, optimizar la gestión del negocio y ofrecer un servicio más eficiente, impulsando la adopción de la inteligencia artificial en los emprendimientos.

Discusión

Discusión de resultado de la encuesta

En la actualidad, los chatbots impulsados por inteligencia artificial se han consolidado como herramientas estratégicas para potenciar la comunicación y mejorar la atención al cliente en los emprendimientos del cantón Salinas.

Para examinar este fenómeno, se aplicaron encuestas a emprendedores, se realizaron entrevistas a los dos propietarios del local objeto de estudio y a un experto en inteligencia artificial, y se analizó la interacción comunicacional entre los sistemas automatizados y los consumidores.

Este enfoque permitió identificar cómo la automatización impacta la experiencia del usuario y contribuye a optimizar la eficacia comunicacional de los negocios locales. Los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los emprendedores del cantón Salinas reflejan una aceptación del uso de los *chatbots* impulsados por IA como herramienta de apoyo comunicacional en la atención al cliente.

En primer lugar, ante la pregunta ¿Considera que los *chatbots* con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?, el 73,4% de los encuestados afirmó estar de acuerdo o muy de acuerdo. Este resultado sugiere que la mayoría percibe a estas herramientas como un recurso tecnológico comunicacional eficiente, capaz de mantener la interacción con los clientes de forma continua, lo que fortalece la disponibilidad y el servicio al consumidor.

Por otro lado, en relación con la pregunta ¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?, el 66,7% manifestó estar de acuerdo o muy de acuerdo, evidenciando confianza en la capacidad de estos sistemas para gestionar consultas de manera satisfactoria.

Sin embargo, un 16,75% se mostró neutral y un 16,7% en desacuerdo o muy en desacuerdo, lo que refleja que todavía existen percepciones divididas respecto a la efectividad comunicacional de los chatbots en la comprensión contextual, para interpretar correctamente las necesidades del usuario.

Finalmente, ante la pregunta ¿Cree que el uso de sistemas automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?, un 66,7% de los encuestados expreso estar de acuerdo o muy de acuerdo, lo que indica que la mayoría considera que la automatización no reemplaza la atención humana. Sino que refuerza la relación comunicacional.

En conjunto estos resultados reflejan que los emprendimientos locales reconocen el valor de la IA como apoyo en procesos comunicativos, aunque la adopción plena aun requiere mayor capacitación y adaptación cultural.

5.2. Discusión de entrevistas

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a los emprendedores de Salinas y al experto en tecnología aplicada a negocios evidencian diversas perspectivas sobre la adopción de *chatbots*, su impacto en la atención al cliente y las estrategias para optimizar su uso.

Pregunta 1: ¿Qué nivel de conocimiento y disposición observan en los emprendedores respecto al uso de chatbots en sus negocios?

Vélez menciona que el nivel de conocimiento es bajo y que existen barreras generacionales que dificultan la implementación; Santos señala que, aunque falta capacitación, los emprendedores muestran interés y actitud positiva hacia la tecnología; el experto agrega que, además de la disposición, la comprensión de conceptos básicos de IA es crucial para una implementación exitosa.

Estos hallazgos se relacionan con Laudon y Laudon (2020), quienes sostienen que la adopción de tecnologías depende de la alfabetización tecnológica y la disposición al cambio, y que las brechas generacionales pueden limitar la implementación en pequeñas empresas.

Pregunta 2: ¿Qué factores motivan a implementar un *chatbot* y cómo ha sido su adaptación?

Vélez indica que busca mantenerse a la vanguardia y competir en el mercado, aunque la dependencia de apoyo externo dificulta la adaptación; Santos comenta que la motivación principal es mejorar la atención y ahorrar tiempo, y que con la práctica el uso se vuelve más eficiente; el experto resalta que la motivación también está ligada a optimizar recursos y mejorar la experiencia del cliente, y que la capacitación es clave para superar barreras técnicas. Según Ta y Lin (2023), la actitud hacia la innovación, la infraestructura tecnológica y el apoyo externo influyen directamente en la adopción de chatbots en PYMEs.

Pregunta 3: ¿Qué dificultades técnicas, económicas o culturales limitan la implementación de chatbots en pequeños negocios?

Vélez menciona la falta de conocimiento técnico y los costos de las plataformas; Santos añade que algunos emprendedores desconfían de la tecnología y prefieren mantener la atención personalizada; el experto enfatiza que la resistencia cultural y la falta de confianza en la automatización son barreras comunes, junto con la necesidad de inversión en formación. Hussain y Rizwan (2024) sostienen que estas limitaciones son significativas en pequeñas empresas al adoptar tecnologías de IA.

Pregunta 4 ¿Cuál es la percepción de los emprendedores sobre el uso de chatbots en sus negocios?

Vélez percibe que los chatbots son herramientas útiles para mejorar la atención al cliente, pero considera que su implementación se ve limitada por la falta de conocimientos técnicos y la dependencia de apoyo externo; Santos percibe que los chatbots representan una oportunidad para optimizar el tiempo y mantener un servicio constante, aunque reconoce que la capacitación es necesaria para usarlos eficientemente; el experto observa que, además de las ventajas operativas, los chatbots generan un cambio en la forma en que los clientes interactúan con el negocio, aportando datos valiosos para personalizar la comunicación y mejorar la experiencia general.

Estos puntos coinciden con Laudon y Laudon (2020), quienes indican que la percepción de los usuarios sobre las tecnologías digitales influye directamente en su adopción, y que factores como la alfabetización tecnológica y la apertura al cambio determinan el éxito en la implementación de herramientas de inteligencia artificial en pequeñas empresas.

Pregunta 5: ¿Qué dificultades técnicas, económicas o culturales limitan la implementación de chatbots en pequeños negocios?

Vélez menciona la falta de conocimiento técnico y los costos de las plataformas; Santos añade que algunos emprendedores desconfían de la tecnología y prefieren mantener la atención personalizada; el experto enfatiza que la resistencia cultural y la falta de confianza en la automatización son barreras comunes, junto con la necesidad de inversión en formación. Hussain y Rizwan (2024) sostienen que estas limitaciones son significativas en pequeñas empresas al adoptar tecnologías de IA

5. Conclusiones

El presente estudio analizó el impacto del uso de *chatbots* impulsados por (IA) en la comunicación y atención al cliente en los emprendimientos del cantón Salinas, con el propósito de comprender cómo estas herramientas tecnológicas contribuyen a mejorar la eficiencia, la interacción y la calidad del servicio ofrecido por los negocios locales.

Los resultados obtenidos evidencian que los *chatbots* con (IA) se han convertido en un recurso valioso para optimizar la comunicación entre empresas y consumidores, permitiendo una atención disponible las 24 horas del día, respuestas automáticas inmediatas y una mejor organización del flujo de consultas. No obstante, también se identificaron desafíos relacionados con la falta de conocimientos técnicos, la resistencia cultural frente a la automatización y los costos asociados a su implementación. Estas limitaciones revelan la necesidad de fortalecer la capacitación tecnológica de los emprendedores y de promover una cultura empresarial abierta a la innovación digital.

Asimismo, se constató que la mayoría de los emprendedores del cantón Salinas perciben a los *chatbots* como herramientas efectivas para mejorar la atención al cliente. Más del 70% de los encuestados manifestó que estos sistemas facilitan la comunicación y reducen los tiempos de espera, aunque algunos señalaron limitaciones en la comprensión contextual y la personalización de las respuestas. Esta percepción positiva refleja un creciente reconocimiento del valor de la inteligencia artificial como aliada en los procesos de atención, siempre que su uso se acompañe de estrategias adecuadas de configuración y supervisión humana.

Finalmente, se determinó que la implementación de *chatbots* con IA tiene un impacto directo en la calidad del servicio y la rapidez de respuesta, al complementar la atención humana y mantener una comunicación constante con los clientes. Lejos de sustituir al personal, los *chatbots* refuerzan la relación con los consumidores al brindar eficiencia, continuidad y soporte básico, mientras los colaboradores pueden concentrarse en gestiones que requieren mayor empatía o análisis.

En conjunto, los hallazgos confirman que la integración de la inteligencia artificial contribuye a la modernización, competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos locales.

6. Recomendaciones

En base al estudio sobre el uso de *chatbots* impulsados por inteligencia artificial en los emprendimientos del cantón Salinas, se plantean las siguientes recomendaciones con el fin de optimizar su implementación y mejorar la calidad de la atención al cliente.

En recomienda implementar programas permanentes de formación sobre el uso, configuración y mantenimiento de *chatbots* con inteligencia artificial, enfocados en las necesidades de los emprendimientos del cantón Salinas. Esta acción permitirá reducir la brecha tecnológica identificada, mejorar la comprensión del funcionamiento de los sistemas automatizados y promover una adopción más efectiva de las herramientas digitales en los procesos de atención al cliente.

Con base en la resistencia cultural observada, es necesario impulsar campañas de sensibilización y talleres orientados a demostrar los beneficios reales de la automatización, destacando que los *chatbots* no sustituyen al personal humano, sino que complementan su labor. Promover una mentalidad innovadora fortalecerá la confianza en el uso de tecnologías de IA y favorecerá la competitividad de los negocios locales.

Dado que algunos usuarios perciben limitaciones en la capacidad de los *chatbots* para comprender adecuadamente las consultas, se sugiere desarrollar configuraciones más avanzadas que integren lenguaje natural contextualizado al entorno local. Asimismo, se recomienda que los negocios mantengan una supervisión humana constante para ajustar las respuestas y garantizar una comunicación empática, coherente y alineada con la identidad del emprendimiento.

Los resultados demuestran que los *chatbots* son eficaces para la gestión básica de consultas, pero no reemplazan el valor del trato personalizado. Por ello, se aconseja a los emprendimientos establecer protocolos híbridos donde la IA atienda las interacciones iniciales y los colaboradores humanos intervengan en los casos que requieran análisis, negociación o empatía, optimizando así la experiencia del cliente.

Referencias bibliográficas

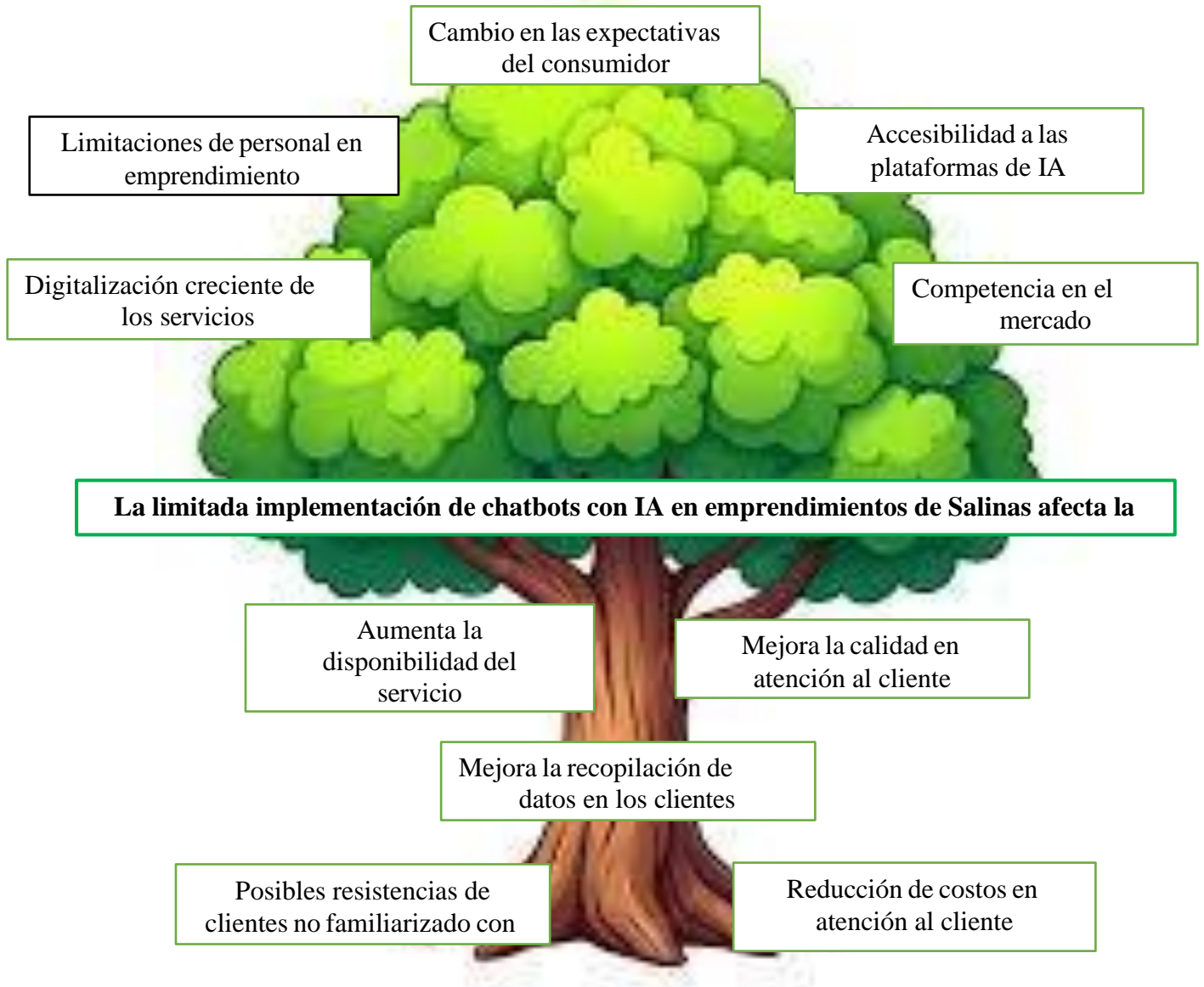
- Adam, M., Wessel, M., & Benlian, A. (2020). AI-based chatbots in customer service and their effects on user compliance. *Electronic Markets*, 31(2), 427-445. <https://doi.org/DOI: 10.1007/s12525-020-00414-7>
- Arrobo.ec. (2022). *Arrobo.ec*. Obtenido de <https://www.arrobo.ec/sophi-chatbot-atencion-cliente-bancario>
- Arrobo.ec. (s.f.). *Arrobo.ec*. Obtenido de <https://www.arrobo.ec/otto-chatbot-senescyt>
- Bautista, O. (2023). Chatbots: la evolución de la atención al cliente en la era digital. *Con-Ciencia Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 3*, 10(20), 24-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/prepa3.v10i20.10690>
- Casadei, A., Schlögl, S., & Bergmann, M. (2023). Chatbots for Robotic Process Automation: Investigating Perceived Trust and User Satisfaction. 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.00397>
- Chang lin, C., Y Q Huang, A., & J H Yang, S. (15 de 5 de 2023). A review of AI-driven conversational chatbots: Implementation methodologies and challenges (1999–2022). *Revista: Sustainability*, pág. 4012. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15054012>
- Chatterjee, s., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Kumar , R. S. (2021). AI and digitalization in relationship management: Impact of adopting AI-embedded CRM system. *Journal of Business Research*(150), 437–450. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.052>
- Chatterjee, S., Rana, N., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2020). The transformative role of chatbots in enhancing omnichannel customer experience. *International Journal of Information Management*, 52. <https://doi.org/102076>. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102076>
- Cheng, x., Bao, Y., Zarifis, A., Gong, W., & MOU, J. (2024). Exploring consumers' response to text-based chatbots in e-commerce: The moderating role of task complexity and chatbot disclosure. *Journal of Retailing & Consumer Services*, 80(103056). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103056>
- Cisneros Matías, E. (2021). Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6582/1/UPSE-TIN-2021-0004.pdf>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Dong, A. (2020). AI chatbot behind Alibaba's \$38 billion Single's Day sales miracle. *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://d3.harvard.edu/platform-digit/submission/ai-chatbot-behind-alibabas-38-billion-singles-day-sales-miracle>
- fernandez, A. (2017). El origen y evolución de los chatbots. págs. 45-60.
- Fu, M., Guan, J., Zheng, X., Zhou, J., Lu, J., Zhang, T.,..... Yang. (2020). Fu, M.; Guan, J.; Zheng, X.; Zhou, J.; Lu, J.; Zhang, T.; Zhuo, S.; Zhan, L.; Yang, J. *sitio: arXiv*. Obtenido de <https://arxiv.org/abs/2008.13534>
- Guamàn Tacuri, J., Salís Barrionuevo, A., & Labre Tixe, W. (2025). El uso de chatbots cognitivos en la satisfacción del consumidor de cadenas de restaurantes. *Ciencia y Reflexión - Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(2), 253-260. <https://doi.org/https://doi.org/10.70747/cr.v4i2.327>

- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera, A. (2019). Atención al cliente digital: retos y oportunidades. *Revista de Comunicación*, 12(2), 34-45.
- Huang, D., Markovitch, D., & Stough, R. (2023). Can chatbot customer service match human service agents on customer satisfaction? An investigation in the role of trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103600. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103600>
- Huang, M., Rust, R., & Maksimovic, V. (2021). The impact of AI-driven chatbots on customer experience. *Journal of Retailing*, 97(1), 110-123. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.11.003>
- Hussain, A. &. (2024). Challenges of AI adoption in small businesses: Technical, economic, and cultural barriers. *Journal of Small Business Technology*, 15(2), 45-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jsbt.2024.01502>
- Lin, C.-C. H. (15 de 5 de 1999-2022). A review of AI-driven conversational chatbots: Implementation methodologies and challenges. pág. 4012. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15054012>
- Lluga, D., & Jordán Vaca, J. (2022). Chatbot una herramienta de atención al cliente en tiempos de COVID-19: un acercamiento teórico. *Episteme*, 9(3), 327-350. <https://doi.org/10.23854/episteme.v9i3.2481>
- Mendoza, L., & Ramírez, C. (2022). La atención al cliente como ventaja competitiva en emprendimientos ecuatorianos. *Ciencia y Negocio*, 7(1), 22-30.
- Molina Benavides, L. S., Vera Campuzano, N., Parrales Loor, G., Láinez Quinde, A., & Clery Aguirre, A. (2017). Investigación aplicada en ciencias sociales. En L. S. Molina Benavides, N. Vera Campuzano, G. Parrales Loor, A. Láinez Quinde, & A. Clery Aguirre, *Investigación aplicada en ciencias sociales* (pág. p. 44). La Libertad, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://doi.org/http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3935>
- Molina Flores, F. (2019). *Propuesta de un chatbot para el mejoramiento de la atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario*. Trabajo de titulación (Ingeniería en Tecnología de la Información y Comunicación), Universidad Regional Autónoma de los Andes (UNIANDES), Ecuador. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10319/1/ACTFMFG001-2019.pdf>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Nguyen, T., Le, H., & Pham, k. (2020). AI chatbots in customer service: Enhancing response efficiency and customer satisfaction. *Journal of Business and Technology*, 15(2), 45-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jbt.v15i2.5678>
- Nguyen, T., Nguyen, Q., & Cao, T. (2020). The role of chatbots in customer service for e-commerce businesses. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(6), 204-210. <https://doi.org/https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0110627>

- Orden Mejía, P., Fernández, R., & López, D. (2024). AI-based destination chatbots and user satisfaction: Evidence from Quito, Ecuador. *Ecuador. Tourism Management Perspectives*, 46(101231). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101231>
- Ordoñez Vèlez, K., & Zaldumbide, D. (2020). La calidad del servicio al cliente como ventaja competitiva en las microempresas de servicio del Cantón Chone. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(1), 4-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.310>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Ramos De Santis, p. (2024). Satisfacción del cliente en la logística.... *Revista Retos*, 14(27).
- Rodríguez, A., & Ortiz, B. (2022). *Revista Iberoamericana de Tecnología y Sociedad*, 45-59.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Inteligencia artificial: Un enfoque moderno* (4.ª ed. ed.). Pearson Educación.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Inteligencia artificial: Un enfoque moderno* (4.ª ed.). Pearson Educación.
- Segura Torres, M., Navas Espin, W., & Zurita , H. (2025). Uso de chatbots inteligentes como herramienta estratégica para la mejora de la atención al cliente en empresas de telecomunicaciones en Ecuador. *Arandu UTIC*, 12(2), 3910–3919. <https://doi.org/https://doi.org/10.69639/arandu.v12i2.1198>
- Shi, W., Wang, X., Oh, Y., Zhang, J., & Yu, Z. (2020). Effects of persuasive dialogues: Testing bot identities and inquiry strategies. *2020 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*. Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/2020.emnlp-main.670>
- Smith, J., & Ortega, R. (2023). Chatbots don't do empathy: Why AI falls short in mental health. *Journal of Technology in Behavioral Science*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jtbs.2023.08.012>
- Sobot. (2025). *From orders to loyalty: The customer service secret behind Domino's success*. Obtenido de Sobot Blog: <https://www.sobot.io/blog/insight-on-dominos-customer-service>
- Ta, A. &. (2023). Exploring the Determinants of Digital Transformation Adoption for SMEs in an Emerging Economy. *Sustainability*, 15(9), 7093. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15097093>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/41410412>

Anexos

Tabla 16. Árbol del problema



ANEXO II
VALIDACION DE INSTRUMENTO

Técnica: encuesta

Instrumento: cuestionario – Escala de Likert

Tema: El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas

Objetivo General Analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.

Escala: Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5

Variable independiente: chatbots IA						
		1	2	3	4	5
1	¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?					
2	¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?					
3	¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento?					
4	¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio?					
5	¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?					
Variable dependiente: atención al cliente						
6	¿Considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?					
7	¿Opina que los mensajes enviados por estos medios electrónicos son claros y fáciles de comprender para sus clientes?					
8	¿Considera que la calidad de comunicación mediante aplicaciones genera satisfacción en sus clientes?					
9	¿Opina que la comunicación a través de medios digitales logra atender adecuadamente las inquietudes de los clientes?					
10	¿Cree que el uso de sistema automatizados complementa la comunicación personalizada con los clientes?					

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I:

Firma:

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910799851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S. A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:50:58 -0500
Versión de Adobe Acrobat Reader: 2025.001.20844

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		<i>El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas</i>																
AUTOR:		<i>Carlos Alfredo Tomalá Tomalá y Pérez León Isaad Isaías</i>																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN RESPUESTA					DECRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
chatbots IA	Disponibilidad 24/7	Acceso Permanente	¿Considera que los chatbots con IA están disponibles para atender a los clientes de su emprendimiento en cualquier momento?							x		x			x			
	Interacción automatizada	Capacidad de entender y responder	¿Cree que los chatbots con IA comprenden y responden adecuadamente a las consultas de los clientes de su negocio?							x		x			x			
	Interacción tecnológica	Uso de plataformas digitales.	¿Opina que los chatbots con IA facilitan la interacción a través de plataformas digitales en su emprendimiento?							x		x			x			
	Facilidad de uso	Accesibilidad y navegación	¿Considera que los chatbots con IA son fáciles de usar y navegar para los clientes de su negocio?							x		x			x			
	Actualización de información	Pertinencia de respuestas	¿Cree que los chatbots con IA proporcionan información actualizada y respuestas pertinentes a los clientes de su emprendimiento?							x		x			x			
Atención al Cliente	Rapidez de respuesta	Tiempo de atención del Chatbot	¿Considera que la atención a sus clientes mediante herramientas digitales se brinda de manera rápida y oportuna?							x		x			x			
	Claridad en la comunicación	Compresión de los mensajes	¿Opina que los mensajes enviados por estos medios electrónicos son claros y fáciles de comprender para sus clientes?							x		x			x			

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: <i>Carlos Alfredo Tomalá Tomalá - Pérez León Isaad Isaías</i>		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
<i>El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas</i>		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	<i>Cuestionario</i>	
Objetivo:	<i>Analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.</i>	
Dirigido a:	<i>Emprendedores</i>	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	<i>Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.</i>	
Documento de identidad:	<i>0910759851</i>	
Grado académico:	<i>Doctor/PhD. información</i>	
Especialidad:	<i>Derecho comunicacional</i>	
<i>Experiencia profesional (años): 25</i>		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 14 octubre del 2025

**ARTURO
GUILLERMO CLERY
AGUIRRE**

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I: 0910759851

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:52:01 -0500
Versión de Adobe Acrobat Reader: 2025.001.20844

INSTRUMENTO

Técnica: entrevista

Instrumento: guía de preguntas

Tema: El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas

Objetivo: Analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.

Entrevistado: Raúl Vélez

Entrevistado: Héctor Santos

Cargo: Propietario Perrada de Raúl

Cargo: Propietario Macro ideas

Entrevistador: Carlos Tomalá -Pérez Isaad

Entrevistador: Carlos Tomalá -Pérez Isaad

<i>Variables</i>	<i>Preguntas</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Observación</i>
<i>chatbots</i>	<i>¿Qué nivel de conocimiento y disposición observa en los emprendedores de Salinas respecto al uso de chatbots en sus negocios?</i>		
	<i>¿Qué factores lo motivaron a implementar un chatbots en su emprendimiento y como ha sido su proceso de adaptación?</i>		
	<i>Desde su experiencia, ¿qué dificultades técnicas, económicas o culturales suelen limitar la implementación de chatbots en pequeños negocios?</i>		
	<i>¿Qué estrategias recomendaría para que los emprendedores aprovechen al máximo las capacidades de un chatbot en la gestión de clientes?</i>		
<i>Atencion al cliente</i>	<i>¿De qué manera los chatbots pueden mejorar la calidad y rapidez de la atención al cliente en emprendimientos?</i>		
	<i>¿Qué aspectos de la atención humana son difíciles de reemplazar por un chatbot y cómo se pueden complementar ambos canales?</i>		
	<i>¿Qué indicadores considera más relevantes para medir si un chatbot realmente contribuye a mejorar la experiencia de atención al cliente?</i>		

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022400
4204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION
DE INFORMACION, o=SECURITY DATA
S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:52:18 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20844

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I: 0910759851

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas															
AUTOR:		Carlos Alfredo Tomalá Tomalá -Pérez León Isaad Isaías															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o En desacuerdo	Muy en	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
chatbots	Disponibilidad 24/7	Acceso Permanente.	¿Qué nivel de conocimiento y disposición observa en los emprendedores de Salinas respecto al uso de chatbots en sus negocios?						x		x		x		x		
	Interacción automatizada	Capacidad de entender y responder.	¿Qué factores lo motivaron a implementar un chatbot en su emprendimiento y como ha sido su proceso de adaptación?						x		x		x		x		
	Interacción tecnológica	Uso de plataformas digitales.	Desde su experiencia, ¿qué dificultades técnicas, económicas o culturales suelen limitar la implementación de chatbots en pequeños negocios?						x		x		x		x		
	Facilidad de uso	Accesibilidad y navegación.	¿Qué estrategias recomendaría para que los emprendedores aprovechen al máximo las capacidades de un chatbot en la gestión de clientes?						x		x		x		x		

<i>Atención al cliente</i>	Rapidez de respuesta	<i>Tiempo de atención del Chatbot</i>	<i>¿De qué manera los chatbots pueden mejorar la calidad y rapidez de la atención al cliente en emprendimientos?</i>							x		x			x				
	Claridad en la comunicación	<i>Compresión de los mensajes</i>	<i>¿Qué aspectos de la atención humana son difíciles de reemplazar por un chatbot y cómo se pueden complementar ambos canales?</i>							x		x			x				
	Satisfacción del usuario	<i>Nivel de conformidad con la atención</i>	<i>¿Qué indicadores considera más relevantes para medir si un chatbot realmente contribuye a mejorar la experiencia de atención al cliente?</i>							x		x			x				

La Libertad 14 octubre del 2025

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022400
4204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION,
o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:52:33 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20844

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I: 0910759851

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre: Instrumentos guía de preguntas semiestructurada

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
10. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X
11. Objetividad	Expresa conductas observables																					X
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					x
13. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					x
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					x
15. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					x
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					x
17. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					x
18. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					x

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**



Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION
DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A., 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:52:50 -0500
Versión de Adobe Acrobat Reader: 2025.001.20844

La Libertad 14 octubre del 2025

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I: 0910759851

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
<i>Apellidos y nombres: Carlos Alfredo Tomalá Tomalá -Pérez León Isaad Isaías</i>		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
<i>El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas</i>		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	<i>Cuestionario</i>	
Objetivo:	<i>Analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.</i>	
Dirigido a:	EXPERTO	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	<i>Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.</i>	
Documento de identidad:	0910759851	
Grado académico:	Doctor/PhD. información	
Especialidad:	Derecho comunicacional	
<i>Experiencia profesional (años): 25</i>		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 14 octubre del 2025

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022
4004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION,
o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:53:06 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20844

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I: 0910759851

INSTRUMENTO

Técnica: entrevista

Instrumento: guía de preguntas

Tema: El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas

Objetivo: Analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.

Entrevistado: Dayron Rumbaut Rangel

Cargo: Docente investigador de la Universidad Bolivariana del Ecuador

Especialidad: Ciencias de la Computación/ Inteligencia Artificial/
Tecnología Educativa

Entrevistador: Carlos Tomalá -Pérez Isaad

Variables	Preguntas	Respu esta	Observación
chatbots	<i>Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son los principales beneficios comunicacionales de implementar chatbots con inteligencia artificial en emprendimientos locales?</i>		
	<i>¿Qué limitaciones o dificultades comunicacionales suelen enfrentar los negocios al integrar chatbots en sus procesos de atención al cliente (ejemplo: lenguaje poco claro, falta de empatía, ¿mensajes automáticos demasiado rígidos)?</i>		
	<i>¿Qué tan importante es la disponibilidad 24/7 de los chatbots como canal de comunicación continua con el cliente?</i>		
	<i>¿Qué estrategias recomendaría para garantizar que las respuestas de un chatbot sean claras, pertinentes y transmitan credibilidad en la comunicación con el cliente?</i>		
Atencion al cliente	<i>En su opinión, ¿qué aspectos de la comunicación con los clientes pueden ser mejorados significativamente mediante la implementación de chatbots?</i>		
	<i>¿Qué recomendaciones daría para que los chatbots no solo resuelvan problemas, sino que también mantengan una comunicación que genere confianza y fidelización en los clientes?</i>		
	<i>¿Cuáles considera que son las tendencias con el uso de chatbots con IA como herramienta de comunicación y atención al cliente de los emprendimientos?</i>		

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez experto

C.I: 0910759851

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020224004
204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION
DE INFORMACION, o=SECURITY DATA
S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:53:25 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20844

Atención al cliente	Claridad en la comunicación	Compresión de los mensajes	En su opinión, ¿qué aspectos de la comunicación con los clientes pueden ser mejorados significativamente mediante la implementación de chatbots?							x		x		x		
	Satisfacción del usuario	Nivel de conformidad con la atención	¿Qué recomendaciones daría para que los chatbots no solo resuelvan problemas, sino que también mantengan una comunicación que genere confianza y fidelización en los clientes?							x		x		x		
	Trato personalizado	Sensación de atención individual	¿Cuáles considera que son las tendencias con el uso de chatbots con IA como herramienta de comunicación y atención al cliente de los emprendimientos?							x		x		x		

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Ab. Arturo Clery, P.A.D.

Juez experto

C.I: 0910759851

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:53:43 -05'00'

La Libertad 14 octubre del 2025

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre: Instrumentos guía de preguntas semiestructurada

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
19. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					x
20. Objetividad	Expresa conductas observables																					x
21. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					x
22. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					x
23. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					x
24. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					x
25. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					x
26. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					x
27. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					x

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Nombre de reconocimiento
(DN): cn=ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-0
20224004204, ou=ENTIDAD
DE CERTIFICACION DE
INFORMACION, o=SECURITY
DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:54:02
-05'00'
Versión de Adobe Acrobat
Reader: 2025.001.20844

Calificación: 100

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez Experto

C.I: 0910759851

La Libertad 14 octubre del 2025

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
<i>Apellidos y nombres: Carlos Alfredo Tomalá Tomalá -Pérez León Isaad Isaías</i>		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
<i>El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas</i>		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
<i>Nombre Del Instrumento:</i>	<i>Guía de preguntas</i>	
<i>Objetivo:</i>	<i>Analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por inteligencia artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas.</i>	
<i>Dirigido a:</i>	<i>Profesionales</i>	
JUEZ EXPERTO		
<i>Apellidos y nombres:</i>	<i>Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.</i>	
<i>Documento de identidad:</i>	<i>0910759851</i>	
<i>Grado académico:</i>	<i>Doctor/PhD. en información</i>	
<i>Especialidad:</i>	<i>Derecho comunicacional</i>	
<i>Experiencia profesional (años):25</i>		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
<i>Aplicable</i>	<i>Aplicable después de corregir</i>	<i>No aplicable</i>
<i>Sugerencia:</i>		

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Nombre de reconocimiento
(DN): cn=ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020
224004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE
INFORMACION, o=SECURITY
DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2025.11.11 18:54:18
-05'00'
Versión de Adobe Acrobat
Reader: 2025.001.20844

La Libertad 14 octubre del 2025

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez experto

C.I: 0910759851

Archivo fotográfico de encuesta 18

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 00 Configuración

Este formulario no acepta respuestas. Administrar

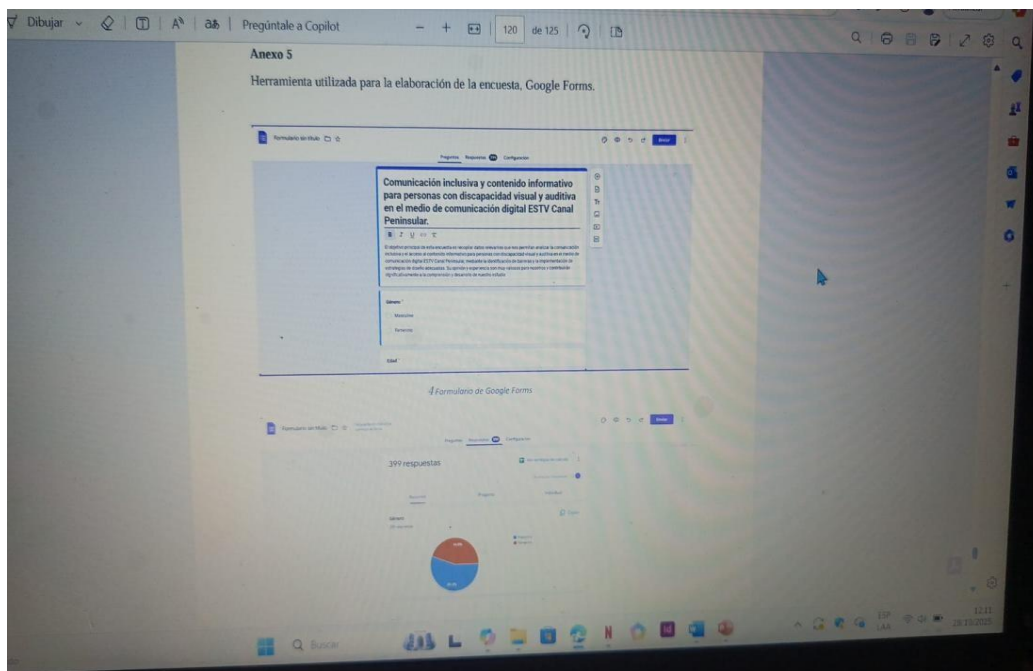
El uso de chatbots impulsados por la Inteligencia Artificial en la atención al cliente de emprendimientos en el cantón Salinas

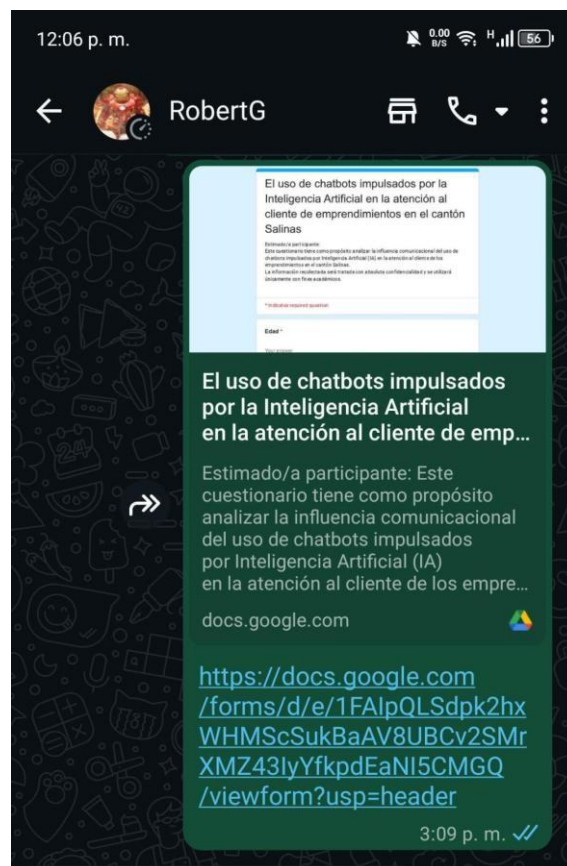
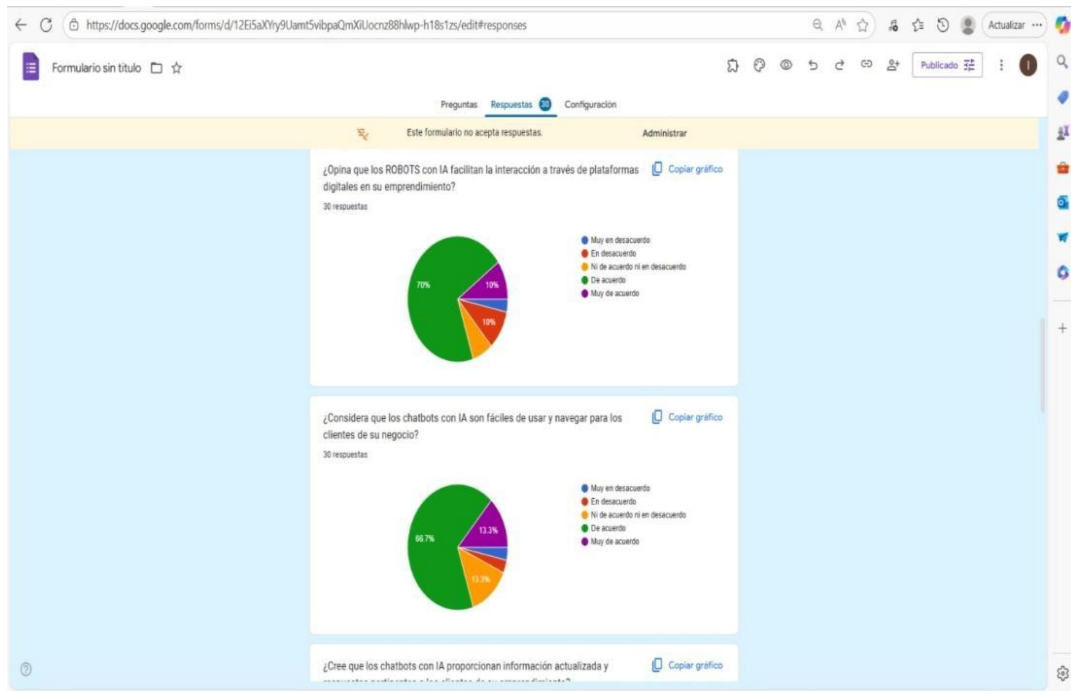
Estimado/a participante:
Este cuestionario tiene como propósito analizar la influencia comunicacional del uso de chatbots impulsados por Inteligencia Artificial (IA) en la atención al cliente de los emprendimientos en el cantón Salinas. La información recolectada será tratada con absoluta confidencialidad y se utilizará únicamente con fines académicos.

Edad *
Texto de respuesta breve

Sexo *

24°C Nublado





Archivo fotográfico de entrevista

