

**INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CONTENIDOS INTERACTIVOS EN  
EMPRESARIOS ESTUDIANTES: UN ESTUDIO DE CASO EN EL INSTITUTO  
SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO EUROAMERICANO**  
**ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND INTERACTIVE CONTENT IN STUDENT  
VENTURES: A CASE STUDY AT THE INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
UNIVERSITARIO EUROAMERICANO**

**Autores:** <sup>1</sup>Xavier Antonio Velasco Orellana, <sup>2</sup>Wilson Einstein Pozo Carrera.

<sup>1</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-9613-4434>

<sup>2</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-5136-5687>

<sup>1</sup>E-mail de contacto: [xvelasco@euroamericano.edu.ec](mailto:xvelasco@euroamericano.edu.ec)

<sup>2</sup>E-mail de contacto: [wpozo@euroamericano.edu.ec](mailto:wpozo@euroamericano.edu.ec)

Afiliación: <sup>1</sup><sup>2</sup>Instituto Superior Tecnológico EuroAmericano, (Ecuador).

Artículo recibido: 8 de Septiembre del 2026.

Artículo revisado: 15 de Septiembre del 2026.

Artículo aprobado: 15 de Septiembre del 2026.

<sup>1</sup>Tecnólogo en Diseño Gráfico, mención Audiovisuales, graduado del Instituto Tecnológico Superior Euroamericano, (Ecuador).  
Tecnólogo Superior Universitario en Gestión en Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, graduado del Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui, (Ecuador). Magíster Tecnológico en Herramientas Digitales para la Dirección de Medios, graduado del Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui, (Ecuador).

<sup>2</sup>Ingeniero en Computación, especialización en Sistemas Tecnológicos, graduado de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, (Ecuador). Magíster en Telecomunicaciones, graduado de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, (Ecuador).

### **Resumen**

La inteligencia artificial (IA) ha comenzado a transformar la producción de contenidos digitales en diversos ámbitos, incluido el emprendimiento estudiantil. No obstante, persiste una brecha entre el conocimiento técnico de estas herramientas y su integración estratégica en procesos creativos y comunicacionales. Este estudio analiza las percepciones sobre el uso de IA para generar contenidos interactivos en emprendimientos de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Universitario Euroamericano. Mediante un enfoque mixto, se aplicó una encuesta tipo Likert a 19 estudiantes de la carrera Multimedia y entrevistas semiestructuradas a 3 docentes. Los resultados revelan un alto reconocimiento de herramientas como ChatGPT y Canva (89% de acuerdo), pero un uso efectivo en emprendimientos que alcanza solo el 63%. Los docentes coinciden en los beneficios de optimización temporal y apoyo a la creatividad, aunque advierten sobre riesgos de dependencia tecnológica y falta de criterios éticos. Se concluye que la IA es valorada positivamente, pero su adopción requiere lineamientos pedagógicos claros que equilibren automatización con desarrollo de habilidades humanas. El estudio aporta evidencia

contextual para el diseño de políticas formativas en educación superior tecnológica.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, Contenidos interactivos, Emprendimiento estudiantil, Educación Superior Tecnológica, Producción de contenidos.

### **Abstract**

Artificial intelligence (AI) has begun to reshape digital content production across various fields, including student entrepreneurship. However, a gap persists between technical knowledge of these tools and their strategic integration into creative and communicative processes. This study analyzes perceptions regarding the use of AI to generate interactive content in student ventures at the Instituto Superior Tecnológico Universitario Euroamericano. Using a mixed-methods approach, a Likert-scale survey was applied to 19 Multimedia students and semi-structured interviews were conducted with 3 faculty members. Results show high awareness of tools such as ChatGPT and Canva (89% agreement), yet effective use in ventures reaches only 63%. Faculty agree on benefits such as time optimization and creative support, but warn about risks of technological dependency and lack of ethical criteria. It is

concluded that AI is positively valued, but its adoption requires clear pedagogical guidelines that balance automation with the development of human skills. The study provides contextual evidence for the design of formative policies in technological higher education.

**Keywords:** Artificial intelligence, Interactive content, Student entrepreneurship, Higher technological education, Content production.

### **Sumário**

A inteligência artificial (IA) começou a transformar a produção de conteúdos digitais em diversos âmbitos, incluindo o empreendedorismo estudantil. No entanto, persiste uma lacuna entre o conhecimento técnico dessas ferramentas e sua integração estratégica nos processos criativos e comunicacionais. Este estudo analisa as percepções sobre o uso da IA para gerar conteúdos interativos em empreendimentos de estudantes do Instituto Superior Tecnológico Universitario Euroamericano. Por meio de uma abordagem mista, aplicou-se uma pesquisa do tipo Likert a 19 estudantes do curso de Multimídia e entrevistas semiestruturadas a 3 docentes. Os resultados revelam um alto reconhecimento de ferramentas como ChatGPT e Canva (89% de concordância), mas um uso efetivo nos empreendimentos que alcança apenas 63%. Os docentes concordam quanto aos benefícios de otimização de tempo e apoio à criatividade, embora alertem sobre riscos de dependência tecnológica e falta de critérios éticos. Conclui-se que a IA é avaliada positivamente, mas sua adoção requer diretrizes pedagógicas claras que equilibrem a automação com o desenvolvimento de habilidades humanas. O estudo contribui com evidências contextuais para o desenho de políticas formativas na educação superior tecnológica.

**Palavras-chave:** Inteligência artificial, Conteúdos interativos, Empreendedorismo estudantil, Educação Superior Tecnológica, Produção de conteúdo.

### **Introducción**

La inteligencia artificial (IA) se ha consolidado como una tecnología disruptiva que está redefiniendo los procesos de producción, gestión y circulación de contenidos digitales en diversos ámbitos. Castro et al. (2025) señalan que su incorporación progresiva en los entornos formativos y comunicacionales amplía las posibilidades de generar recursos digitales más dinámicos y adaptativos. De manera similar, Samaniego et al. (2025) sostienen que la IA está incidiendo directamente en la creación de contenidos para redes sociales, articulando automatización, creatividad y engagement en estrategias orientadas al posicionamiento de marcas emergentes. Esta transformación no se limita al ámbito técnico, sino que influye en la innovación, la automatización y la competitividad de los emprendimientos en la economía digital contemporánea (Murillo y Vizuite, 2023).

En este contexto, los contenidos interactivos han adquirido una relevancia estratégica dentro de los modelos de negocio actuales. A diferencia de los formatos lineales tradicionales, estos contenidos permiten que el usuario participe activamente en la construcción de su experiencia, generando un vínculo más estrecho con la marca o el proyecto. Rego (2021) afirma que la producción de contenidos interactivos se ha convertido en un elemento diferenciador, donde la experiencia del usuario y la calidad del contenido son factores clave para el posicionamiento de iniciativas emergentes.

Esta característica resulta especialmente pertinente para los emprendimientos estudiantiles, que operan con recursos limitados y requieren estrategias comunicacionales eficaces para visibilizarse en plataformas digitales altamente competitivas (Abad y

Yupangui, 2022). A pesar del potencial reconocido de la inteligencia artificial, persiste una brecha significativa entre el conocimiento técnico de estas herramientas y su integración estratégica en los procesos creativos y comunicacionales de los emprendimientos. En el contexto ecuatoriano, la IA aplicada a la creación de contenido de marketing constituye una alternativa relevante para responder a demandas de eficiencia, segmentación y competitividad, aunque su adopción aún se concentra en funciones operativas aisladas (Brito y Vacacela, 2024).

De manera complementaria, Álvarez et al. (2024) sostienen que la IA actúa como un habilitador para los emprendedores modernos, pero advierten que la transformación digital constituye un proceso continuo que requiere una comprensión más profunda de sus implicaciones en los procesos creativos y productivos. Esta situación evidencia la necesidad de estudiar cómo estas tecnologías pueden convertirse en recursos concretos para fortalecer la formación profesional y la proyección competitiva de los estudiantes en contextos emprendedores. El presente estudio tiene como objetivo, analizar el impacto de las herramientas de inteligencia artificial en la generación de contenidos interactivos aplicados a los emprendimientos de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Universitario Euroamericano.

### **Materiales y Métodos**

El estudio se sustentó en un enfoque mixto, que combinó estrategias de recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, lo que permitió triangular información de distintas fuentes y obtener una comprensión más completa del fenómeno. El componente cuantitativo posibilitó medir la frecuencia de uso, el nivel de conocimiento y la percepción de

utilidad de las herramientas de IA entre los estudiantes, mientras el componente cualitativo facilitó explorar las experiencias, valoraciones y recomendaciones de los docentes. La investigación fue de tipo aplicado, orientada a generar conocimiento útil para la integración estratégica de herramientas de IA en la generación de contenidos interactivos, y de alcance descriptivo, centrada en caracterizar percepciones, usos y valoraciones sin establecer relaciones causales.

El diseño metodológico fue no experimental de tipo transversal: no experimental porque las variables de estudio no fueron manipuladas ni controladas, sino observadas en su contexto natural, y transversal porque la recolección de datos se realizó en un único momento temporal, obteniendo una fotografía del estado actual del fenómeno. La población estuvo conformada por estudiantes de la carrera de Tecnología Superior en Multimedia del Instituto Superior Tecnológico Universitario Euroamericano, así como por docentes vinculados a las áreas de Multimedia y Redes y Telecomunicaciones. La muestra no probabilística estuvo compuesta por 19 estudiantes (52,6% mujeres, 47,4% hombres), con edades entre 18 y 28 años ( $M = 21,3$ ;  $DE = 2,8$ ), cursando diferentes niveles de la carrera. Se seleccionaron, además, 3 docentes (2 hombres y 1 mujer) con experiencia en tecnología, educación y producción multimedia, cuya participación fue voluntaria y confidencial.

Para la recolección cuantitativa se diseñó un cuestionario estructurado con escala Likert de cinco niveles, compuesto por 10 ítems que exploraron tres dimensiones: conocimiento y uso de herramientas de IA, percepción sobre su utilidad en la producción de contenidos digitales, y valoración de los contenidos interactivos en el fortalecimiento de los

emprendimientos. El cuestionario fue validado mediante juicio de expertos en comunicación digital y producción multimedia, y sometido a una prueba piloto con 5 estudiantes de características similares a la muestra. Para la recolección cualitativa se diseñó una guía de entrevista semiestructurada dirigida a los docentes, con preguntas abiertas organizadas en cuatro categorías: herramientas de IA conocidas y utilizadas, beneficios y limitaciones identificadas, importancia de los contenidos interactivos, y recomendaciones para su integración efectiva.

La investigación se desarrolló en varias etapas: revisión bibliográfica para fundamentar el marco conceptual, diseño y validación de instrumentos, aplicación del cuestionario a los 19 estudiantes en sesiones presenciales (aproximadamente 15 minutos por participante), y entrevistas a los 3 docentes en modalidad presencial (25 minutos promedio cada una), registradas en audio con consentimiento previo para su posterior transcripción y análisis. Los datos cuantitativos se procesaron mediante estadística descriptiva en Microsoft Excel, calculando frecuencias absolutas y relativas para cada ítem. Los datos cualitativos se transcribieron textualmente y se

sometieron a análisis de contenido temático, mediante codificación, identificación de categorías emergentes e interpretación de significados. La integración de ambos tipos de datos permitió triangular la información y obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado. El estudio se rigió por los principios éticos establecidos en la normativa institucional. Todos los participantes fueron informados sobre los objetivos de la investigación, el carácter voluntario de su participación y la confidencialidad de los datos, y otorgaron su consentimiento informado antes de la aplicación de los instrumentos. Los datos recopilados se utilizaron exclusivamente con fines académicos, garantizando el anonimato mediante codificación de las respuestas, sin exponer a los participantes a riesgos físicos o psicológicos.

### **Resultados y Discusión**

El cuestionario, compuesto por 10 ítems con escala Likert de cinco niveles, exploró tres dimensiones: conocimiento y uso de herramientas de IA, percepción sobre su utilidad, y valoración de los contenidos interactivos en los emprendimientos estudiantiles.

**Tabla 1.** Percepciones de los estudiantes sobre IA y contenidos interactivos (N=19).

| Ítem                                                                             | TD    | D    | N     | A     | TA    |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-------|-------|-------|
| <b>Conocimiento y uso de IA</b>                                                  |       |      |       |       |       |
| P1. Conozco herramientas de IA para crear contenidos digitales                   | 5,3%  | 0%   | 5,3%  | 52,6% | 36,8% |
| P2. Utilizo IA para generar contenido para mi emprendimiento                     | 10,5% | 5,3% | 21,1% | 42,1% | 21,1% |
| <b>Utilidad de las herramientas de IA</b>                                        |       |      |       |       |       |
| P3. La IA facilita el proceso de creación de contenidos                          | 5,3%  | 0%   | 31,6% | 36,8% | 26,3% |
| P4. El uso de IA reduce el tiempo de producción de contenidos                    | 5,3%  | 5,3% | 31,6% | 42,1% | 15,8% |
| P5. La IA permite generar contenidos más creativos e innovadores                 | 0%    | 5,3% | 42,1% | 26,3% | 26,3% |
| <b>Valoración de los contenidos interactivos</b>                                 |       |      |       |       |       |
| P6. Mi emprendimiento utiliza contenidos interactivos (videos, reels, historias) | 5,3%  | 5,3% | 21,1% | 42,1% | 26,3% |
| P7. Los contenidos interactivos mejoran la comunicación con clientes             | 5,3%  | 0%   | 5,3%  | 63,2% | 26,3% |
| P8. Los contenidos interactivos aumentan la visibilidad del emprendimiento       | 5,3%  | 5,3% | 10,5% | 42,1% | 36,8% |
| P9. La calidad de los contenidos influye en el posicionamiento                   | 0%    | 0%   | 15,8% | 42,1% | 42,1% |
| P10. Los contenidos interactivos contribuyen al crecimiento del emprendimiento   | 0%    | 0%   | 0%    | 63,2% | 36,8% |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la primera dimensión revelan una situación paradójica. El conocimiento declarado es notablemente alto: nueve de cada diez estudiantes afirman conocer herramientas de IA para la creación de contenidos digitales, lo que sugiere que estas tecnologías han permeado el imaginario tecnológico de los estudiantes de multimedia.

Sin embargo, el dato más revelador es la brecha que se abre cuando se indaga sobre el uso efectivo: solo seis de cada diez las utilizan realmente en sus emprendimientos, una diferencia del 26% que sugiere que el conocimiento no se traduce automáticamente en acción. Esta distancia entre el saber y el hacer podría interpretarse como una forma de "conocimiento latente": los estudiantes saben que la IA existe y qué puede hacer, pero aún no han encontrado el momento, la necesidad o la confianza para incorporarla de manera sistemática en sus proyectos.

La percepción sobre la utilidad de la IA presenta matices que enriquecen la comprensión del fenómeno. La mayoría reconoce que la IA facilita la creación de contenidos y reduce el tiempo de producción, aunque en ambos casos un tercio de los participantes se mantiene neutral, lo que indica que, para una proporción significativa, el aporte de la IA no resulta evidente o no ha sido experimentado de manera contundente. El dato más interesante de esta dimensión es la percepción sobre la creatividad: apenas la mitad de los estudiantes considera que la IA permite generar contenidos más creativos, con una neutralidad del 42,1% que sugiere una ambivalencia significativa. Esta ambivalencia podría interpretarse como una tensión no resuelta entre la eficiencia operativa de la IA y su capacidad para potenciar la creatividad genuina. La tercera dimensión presenta los resultados más contundentes de toda la

encuesta. La adopción de contenidos interactivos es generalizada: dos de cada tres estudiantes utilizan formatos como videos, reels o historias en sus emprendimientos. La percepción sobre su impacto es aún más significativa: nueve de cada diez considera que mejoran la comunicación con sus audiencias, y ocho de cada diez reconoce que aumentan la visibilidad y que la calidad de los contenidos influye en el posicionamiento. El dato más revelador de toda la encuesta es la unanimidad absoluta (100%) en la valoración de los contenidos interactivos como factores de crecimiento, sin ningún estudiante neutral o en desacuerdo, lo que sugiere una convicción compartida sobre su carácter esencial para la sostenibilidad de los proyectos estudiantiles.

La Tabla 2 sintetiza las respuestas de los tres docentes entrevistados, organizadas en las categorías temáticas emergentes del análisis. Los docentes coincidieron en que herramientas como ChatGPT, Canva, DeepSeek AI y Design.com permiten optimizar procesos y reducir tiempos de trabajo en la producción de contenidos digitales, siendo el ahorro de tiempo, la automatización de tareas y el apoyo a la creatividad los beneficios más mencionados. Señalaron, sin embargo, limitaciones importantes: la dependencia excesiva de la tecnología, el riesgo de plagio, el acceso desigual a las herramientas y la necesidad de capacitación adecuada.

En relación con los contenidos interactivos, los tres coincidieron en que formatos como videos, reels e historias fortalecen la creatividad, incrementan el interés del público y favorecen la innovación, recomendando que la IA se emplee como apoyo para desarrollar ideas originales, manteniendo interacción constante con las audiencias y un público objetivo bien definido.

**Tabla 2. Síntesis de las respuestas de los docentes entrevistados.**

| <b>Categoría</b>                           | <b>Docente 1</b>                                                               | <b>Docente 2</b>                                                                                     | <b>Docente 3</b>                                                                 |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Herramientas de IA mencionadas             | DeepSeek AI                                                                    | ChatGPT y Canva                                                                                      | Design.com                                                                       |
| Beneficios identificados                   | Ahorro de tiempo y acceso a información actualizada.                           | Optimización del tiempo, automatización de tareas y apoyo a la creatividad.                          | Generación de ideas e innovación.                                                |
| Limitaciones señaladas                     | Dependencia tecnológica y reducción de habilidades propias.                    | Dependencia excesiva, riesgo de plagio, acceso desigual a la tecnología y necesidad de capacitación. | Uso inadecuado de las herramientas.                                              |
| Importancia de los contenidos interactivos | Fortalecen la creatividad y preparan para el entorno laboral.                  | Incrementan el interés y la participación del público.                                               | Favorecen el diseño y la innovación.                                             |
| Recomendaciones                            | Mantener interacción constante con los seguidores mediante contenido dinámico. | Utilizar herramientas digitales estratégicamente y definir el público objetivo.                      | Emplear la inteligencia artificial como apoyo para desarrollar ideas originales. |

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 3 sintetiza la relación entre los hallazgos cuantitativos y cualitativos en las principales dimensiones analizadas. Ambas fuentes convergen en reconocer el uso extendido de herramientas de IA y sus beneficios para la producción de contenidos, así como en el valor casi unánime de los formatos interactivos para el crecimiento de los emprendimientos. La principal matización

surge en torno al aporte creativo de la IA: mientras los estudiantes muestran ambivalencia estadística, los docentes reconocen ese apoyo, pero advierten, desde su experiencia formativa, sobre el riesgo de que la dependencia tecnológica erosione las habilidades propias de los estudiantes, una preocupación que la encuesta cerrada no estaba en condiciones de capturar.

**Tabla 3. Triangulación de hallazgos.**

| <b>Dimensión</b>           | <b>Estudiantes (encuesta)</b>                                               | <b>Docentes (entrevistas)</b>                                                          | <b>Relación</b>              |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Conocimiento vs. uso de IA | 89% conoce herramientas de IA, pero solo 63% las usa en su emprendimiento   | Confirman el uso de ChatGPT, Canva, DeepSeek AI y Design.com en su práctica docente    | Convergencia                 |
| Beneficios de la IA        | Reconocimiento de ahorro de tiempo y facilidad en la creación de contenidos | Ahorro de tiempo, automatización de tareas y apoyo a la creatividad                    | Convergencia                 |
| Aporte creativo de la IA   | Ambivalencia: solo 52,6% cree que la IA genera contenidos más creativos     | Reconocen apoyo a la creatividad, pero advierten riesgo de reducir habilidades propias | Matización                   |
| Riesgos y limitaciones     | No indagado directamente en la encuesta                                     | Dependencia tecnológica, riesgo de plagio, acceso desigual, falta de capacitación      | Aporte exclusivo cualitativo |
| Valor de lo interactivo    | 100% considera que los contenidos interactivos impulsan el crecimiento      | Fortalecen creatividad, participación e innovación en los emprendimientos              | Convergencia total           |

Fuente: Elaboración propia.

La discusión se organiza en torno a cuatro ejes: la brecha entre conocimiento y uso de la inteligencia artificial, la percepción diferenciada sobre su utilidad, la valoración de los contenidos interactivos y las preocupaciones éticas señaladas por los docentes. Uno de los hallazgos más significativos es la diferencia del 26% entre el conocimiento declarado de herramientas de IA (89%) y su uso efectivo en emprendimientos (63%). Luján et al. (2025)

documentan que, aunque los estudiantes universitarios muestran altos niveles de familiaridad con la IA, persisten desafíos en su apropiación para fines académicos y emprendedores. Esta distancia entre el saber y el hacer sugiere que la mera exposición a estas tecnologías no garantiza su integración estratégica. La percepción sobre la utilidad de la IA presenta matices importantes: mientras la eficiencia operativa es ampliamente reconocida,

el aporte a la creatividad genera ambivalencia, con apenas la mitad de los estudiantes considerando que la IA permite generar contenidos más creativos y un 42% que se mantiene neutral.

Caldera (2025) sostiene que la IA en pequeños emprendimientos es percibida como útil para tareas técnicas, pero su capacidad para generar innovación genuina aún no es plenamente reconocida. Franco (2024) matiza esta lectura al señalar que la relación entre automatización e IA y el desarrollo de la creatividad en estudiantes de educación superior no es lineal: la tecnología puede facilitar procesos técnicos sin necesariamente estimular el pensamiento divergente que sustenta la creatividad genuina, lo que ayuda a explicar por qué los estudiantes de este estudio distinguen entre la utilidad operativa de la IA y su aporte creativo real.

La tercera dimensión presenta los hallazgos más contundentes: la adopción generalizada de contenidos interactivos (68%) y la unanimidad en su valoración como factores de crecimiento (100%) indican que la interactividad se ha convertido en una práctica habitual. Moreira et al. (2026) destacan que los negocios digitales han adquirido un carácter estructural en la economía contemporánea, y que la capacidad de generar experiencias participativas se ha convertido en un factor diferenciador para iniciativas emergentes, lo que confirma que los estudiantes han interiorizado una lógica competitiva propia de los entornos digitales saturados.

Las entrevistas a los docentes complementan estos hallazgos al coincidir en los beneficios de la IA, pero advertir sobre riesgos como la dependencia tecnológica, la reducción de habilidades propias, el riesgo de plagio y el acceso desigual a la tecnología. Vega et al.

(2025) señalan que la incorporación de IA generativa en la formación universitaria plantea tensiones entre innovación tecnológica y responsabilidad académica, coincidencia que refuerza la necesidad de abordar el uso de la IA desde una perspectiva ética y pedagógica, y no solo instrumental. La Tabla 4 sintetiza la relación entre los hallazgos propios y los antecedentes citados a lo largo de esta discusión.

**Tabla 4.** Vinculación de los hallazgos con la literatura.

| Hallazgo propio                                                  | Literatura                    | Relación |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------|
| Brecha entre familiaridad declarada y uso efectivo               | Luján et al. (2025)           | Converge |
| Ambivalencia sobre el aporte creativo de la IA                   | Caldera (2025); Franco (2024) | Converge |
| Los contenidos interactivos son clave para diferenciarse         | Moreira et al. (2026)         | Converge |
| Tensión entre innovación tecnológica y responsabilidad académica | Vega et al. (2025)            | Converge |
| La IA como habilitador que exige comprensión profunda            | Álvarez et al. (2024)         | Converge |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados permiten dar respuesta a los tres objetivos específicos: se caracterizaron las necesidades comunicacionales de los emprendimientos, identificando una demanda por contenidos visuales, audiovisuales y narrativos; se describieron los tipos de contenidos interactivos generables mediante IA y las herramientas disponibles; y se examinó el nivel de aceptación, evidenciando una valoración positiva pero matizada por advertencias sobre el uso responsable de la tecnología.

El estudio presenta limitaciones que conviene reconocer: el tamaño de la muestra (19 estudiantes y 3 docentes) es reducido, lo que limita la generalización de los resultados; el carácter transversal impide analizar la evolución de las percepciones en el tiempo; la investigación se centró en una sola carrera, por lo que los hallazgos podrían no ser

extrapolables a otras disciplinas; y, al tratarse de percepciones autoinformadas, los datos pueden estar sujetos a sesgos de deseabilidad. A partir de estos hallazgos se sugieren líneas de investigación futura: ampliar la muestra a otras carreras e instituciones para comparar percepciones en diferentes contextos, realizar estudios longitudinales que analicen cómo evoluciona la integración de la IA, profundizar en las razones que explican la brecha entre conocimiento y uso, y diseñar intervenciones formativas que fortalezcan el uso estratégico y ético de la IA en la producción de contenidos interactivos.

### **Conclusiones**

Los emprendimientos estudiantiles del Instituto Superior Tecnológico Universitario Euroamericano requieren fortalecer su presencia digital mediante la producción de contenidos visuales, audiovisuales y narrativos que les permitan comunicar su propuesta de valor, conectar con sus audiencias y diferenciarse en entornos digitales altamente competitivos. Los estudiantes reconocen la importancia de la calidad de los contenidos para el posicionamiento de sus proyectos, así como el valor estratégico de los formatos dinámicos para mejorar la comunicación y aumentar la visibilidad en plataformas digitales.

Las herramientas de inteligencia artificial permiten generar una amplia variedad de contenidos interactivos pertinentes para los emprendimientos estudiantiles: recursos visuales como ilustraciones, infografías y gráficos digitales; recursos audiovisuales como videos, reels y animaciones; y recursos narrativos como textos, guiones y storytelling digital. Plataformas como Canva AI, ChatGPT, DeepSeek AI, Design.com y CapCut AI facilitan la creación automatizada con calidad y adaptabilidad, permitiendo construir identidad

visual y mejorar la competitividad con recursos accesibles y sin requerir conocimientos técnicos avanzados. Existe una valoración positiva hacia el uso de herramientas de inteligencia artificial en la generación de contenidos interactivos, aunque persiste una brecha entre el conocimiento declarado y el uso efectivo que sugiere que el saber no se traduce automáticamente en acción.

La percepción sobre el aporte creativo de la IA es, además, ambivalente, lo que indica que los estudiantes se encuentran en una etapa de evaluación donde el valor creativo de estas herramientas está pendiente de confirmación a través de la experiencia y la formación. Los docentes complementan estos hallazgos al coincidir en los beneficios de la IA, pero advertir sobre riesgos como la dependencia tecnológica, la reducción de habilidades propias y la necesidad de criterios éticos.

Esta perspectiva refuerza la importancia de abordar el uso de la IA desde una mirada pedagógica que asegure que su implementación complemente y potencie las capacidades humanas sin sustituir el desarrollo del pensamiento crítico, la creatividad original y las habilidades analíticas y técnicas propias de la formación profesional en multimedia. El estudio aporta evidencia contextual valiosa para el diseño de políticas formativas en educación superior tecnológica y sienta bases para futuras investigaciones orientadas a profundizar en las barreras que explican la brecha entre conocimiento y uso de la IA en contextos educativos y emprendedores.

### **Referencias Bibliográficas**

Abad, D., & Yupangui, Y. (2022). Impacto de las competencias de emprendimiento digital en el grado de competitividad profesional de los estudiantes universitarios de la provincia

- del Guayas basado en el modelo EmDigital (Tesis de pregrado). Escuela Politécnica Nacional.  
<https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/22904>
- Álvarez, D., Pénnanen, C., Barrientos, N., & Vega, X. (2024). Inteligencia artificial y emprendimiento: una revisión sistemática desde un enfoque contextual. *Journal of the Academy*, (11), 33-52.  
<https://journalacademy.net/index.php/revista/article/view/227/239>
- Brito, M., & Vacacela, F. (2024). La inteligencia artificial en la creación de contenido de marketing en comercializadoras de cosméticos de la ciudad de Cuenca (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana.  
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/28827>
- Caldera, G. (2025). La inteligencia artificial en campañas de marketing de pequeños emprendimientos: Una aproximación fenomenológica. *Multiverso Journal*, 5(9), 97-103. <https://doi.org/10.46502/issn.2792-3681/2025.9.10>
- Castro, A., Cervero, A., & Álvarez, L. (2025). Análisis sobre el uso de las herramientas de inteligencia artificial interactiva en el entorno universitario. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, (30), 37-66.  
<https://doi.org/10.51302/tce.2025.22219>
- Franco, E. (2024). Inteligencia artificial: automatización y desarrollo de la creatividad en estudiantes en la educación superior. *Revista Docentes 2.0*, 17(2).  
<https://doi.org/10.37843/rted.v17i2.574>
- Luján, J., Tapay, G., Ulloa, J., & Portales, M. (2025). Entre la productividad y la ética: Adopción de la inteligencia artificial por parte de estudiantes universitarios en los procesos educativos y emprendedores.  
<https://laccei.org/LEIRD2025-Cartagena/meta/FP541.html>
- Moreira, N., Zambrano, E., Carreño, M., & Bravo, D. (2026). Análisis sistemático del impacto de los negocios digitales y el emprendimiento en la economía contemporánea. *Sinergia Académica*, 9(1), 319-347. <https://doi.org/10.51736/sa908>
- Murillo, A., & Vizuete, J. (2023). El impacto de la IA en el marketing de contenidos dentro del contexto del marketing 5.0. *Revista de Investigación Sigma*, 11(1).  
<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/es/article/view/3311>
- Rego, M. (2021). Modelo de negocios de la producción de contenidos interactivos en Mendoza (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona.  
<http://hdl.handle.net/10803/674342>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright © Xavier Antonio Velasco Orellana; Wilson Einstein Pozo Carrera.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Declaraciones éticas y editoriales del artículo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Contribución de los autores (Taxonomía CRediT)</b><br>Xavier Antonio Velasco Orellana: conceptualización de la investigación, formulación del problema y objetivos, revisión bibliográfica, diseño metodológico, elaboración y aplicación de los instrumentos, coordinación de la recolección de información, análisis e interpretación de los resultados relacionados con multimedia, contenidos interactivos y emprendimientos estudiantiles, redacción del borrador original y supervisión general del estudio.<br>Wilson Einstein Pozo Carrera: apoyo en el diseño metodológico y tecnológico de la investigación, organización y depuración de la información, análisis de los componentes vinculados con inteligencia artificial y tecnologías digitales, participación en la triangulación e interpretación de los resultados, revisión crítica del contenido científico y edición final del manuscrito. |
| <b>Declaración de conflicto de intereses</b><br>Los autores declaran que no existen conflictos de intereses relacionados con la investigación, la autoría ni la publicación del presente artículo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Declaración de financiamiento</b><br>Los autores declaran que la presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias públicas, comerciales ni de organizaciones sin fines de lucro.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Declaración del editor</b><br>El editor responsable certifica que el proceso editorial del presente artículo se desarrolló conforme a los principios de integridad científica, transparencia y buenas prácticas editoriales. El manuscrito fue sometido a un proceso de evaluación mediante revisión por pares doble ciego, garantizando la confidencialidad de la identidad de los autores y revisores durante todo el proceso de dictamen académico. Asimismo, el editor declara que el artículo cumple con los criterios científicos, metodológicos y éticos establecidos por la revista.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Declaración de los revisores</b><br>Los revisores externos que participaron en la evaluación del presente manuscrito declaran haber realizado el proceso de revisión de manera objetiva, independiente y confidencial. Asimismo, manifiestan que no mantienen conflictos de interés con los autores ni con la investigación evaluada, y que sus observaciones y recomendaciones se fundamentan exclusivamente en criterios científicos, metodológicos y académicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Declaración ética de la investigación</b><br>Los autores declaran que la investigación se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación científica, garantizando la confidencialidad de los datos y el respeto a los participantes del estudio. En los casos en que la investigación involucre seres humanos, los procedimientos deben ajustarse a los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki y a las normativas institucionales correspondientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Declaración sobre el uso de inteligencia artificial</b><br>Los autores declaran que el uso de herramientas de inteligencia artificial, en caso de haberse utilizado durante el proceso de investigación o redacción del manuscrito, se realizó únicamente como apoyo técnico para mejorar la claridad del lenguaje o el análisis de información, manteniendo siempre la responsabilidad intelectual sobre el contenido del artículo. Las herramientas de inteligencia artificial no fueron utilizadas como autoras del manuscrito ni sustituyen la responsabilidad académica de los investigadores.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Disponibilidad de datos</b><br>Los datos que respaldan los resultados de esta investigación estarán disponibles previa solicitud razonable al autor de correspondencia, respetando las normas éticas y de confidencialidad establecidas por la investigación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

