



TECNOLÓGICO DE
FORMACIÓN
CONDICIÓN UNIVERSITARIO
CÓDIGO SENESCYT 2258



**1er Simposio avances y perspectivas
de la formación técnica - tecnológica.**

Gerencia y Arte

2023



COMPILADORES:

**Belinda Marta Lema Cachinell
Alejandro Nicolás Lema Cachinell
Emma Zulay Delgado Saeteros**



**1er Simposio avances y perspectivas
de la formación técnica - tecnológica.
*Gerencia y Arte***



ACVENISPROH®
EDICIONES 2023

**1er Simposio avances y perspectivas
de la formación técnica - tecnológica.
*Gerencia y Arte***

COMPILADORES:

**Belinda Marta Lema Cachinell
Alejandro Nicolás Lema Cachinell
Emma Zulay Delgado Saeteros**

1er Simposio avances y perspectivas
de la formación técnica - tecnológica.
Gerencia y Arte

ISBN: 978-9942-45-218-4

Cámara Ecuatoriana del Libro: [Buscar ISBN](#)

ISBN: 978-9942-45-218-4



9 789942 452184



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Ver: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Compiladores:

Belinda Marta Lema Cachinell
Alejandro Nicolás Lema Cachinell
Emma Zulay Delgado Saeteros

Conferencistas:

Evelyn Gabriela Carchipulla Alvarado
María Ana Andrade Gómez
Rosa Amelia Moreira Ortega
Lesly Johanna Benítez Pincay
Célida Sabina Gómez Sánchez
Cesar Andrés Valenzuela Velasco
Dustin Madison Herrera Calderón
Jonatan Portugal Gorozabel
Gianella Lisette Bermeo Quezada

© Tecnológico de Formación (UF) Condición Universitario
Tungurahua 705 entre Velez y Luque; Guayaquil, República del Ecuador
Teléfonos: 04- 3 709910, Ext: 9130 – 9131 – 9132
e-mail: admisiones.uf@formacion.edu.ec
Sitio web: <https://formacion.edu.ec/uf/>

Con apoyo de:



<https://www.acvenisproh.com/site/> - [https://www.admin.redgia.org/grupos de investigacion](https://www.admin.redgia.org/grupos_de_investigacion)



ACVENISPROH® Ediciones; Guayaquil, República del Ecuador
Teléfono: +593 979109814 - email: acvenisproh@gmail.com

Corrección de estilo: Celia Cruz Betancourt Fajardo / Ana L. Riera Morillo
Diseño: Samuel A. Zambrano R.
Impresión digital y puesta en línea: Ana L. Riera Morillo
Guayaquil, República del Ecuador; 2023

El texto original de los reportes consignados para su aparición en esta publicación fue sometido a un proceso de revisión por el Comité organizador del Ciclo Webinar RAFTTEC-UF 2021 y de acuerdo con la normativa que rige el proceso de evaluación para producción de literatura científica en RedGIA-Ecuador, con circunscripción en la República del Ecuador. Esta es una publicación de acceso abierto, según criterios UNESCO, de acuerdo con lo expresado por *Swan (2013) "Que la literatura revisada por pares sea accesible sin suscripción o barreras de precios" (p.36). Todas las opiniones y/o reflexiones contenidas en este libro son de responsabilidad absoluta de los autores y no representan necesariamente el criterio editorial. Documento para consideración de la comunidad científica, abierto a revisiones posteriores a su publicación; argumentadas desde el discurso científico. E-mail: acvenisproh@gmail.com

*Swan, A. (2013) Directrices para políticas de desarrollo y promoción del acceso abierto. [Documento en línea] Serie UNESCO de Directrices Abiertas. UNESCO. p.36. Disponible: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/policy_guidelines_0a_sp_reduced.pdf

Distribución gratuita. Fines educativos y culturales.
Publicación ON LINE de acceso abierto y gratuito: https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros_categoria_Academico

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN.....	1
<i>Conferencias</i>	3
FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA ESTRATÉGICA DE ECUADOR, A TRAVÉS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON COSTA RICA	4
<i>GESTION DE CAMBIO ORGANIZACIONAL</i>	10
<i>LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO ESTRATEGIA DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE EN LAS MICROEMPRESAS ECUATORIANAS</i>	14
<i>INFLUENCIA DE LA ORGANIZACION EMPRESARIAL EN LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN TIEMPOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL</i>	18
<i>SOSTENIBILIDAD EN EL COMERCIO EXTERIOR: RETOS Y RESPONSABILIDADES</i>	23
<i>EDUCACIÓN INMERSIVA EN LA EDUCACIÓN TÉCNICA – TECNOLÓGICA</i>	27
<i>APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ANUNCIOS Y CAMPAÑA PUBLICITARIA</i>	32
<i>DESIGN THINKING PARA GESTIÓN DE PROYECTOS MULTIMEDIA</i>	37
<i>BRAINSTORMING APLICADO AL MARKETING: CÓMO UTILIZAR LA ESTRUCTURA NARRATIVA, PARA CONSTRUIR UNA HISTORIA CONVINCENTE</i>	42
RESOLUCIÓN.....	47

PRESENTACIÓN

Con gran entusiasmo presentamos el libro "1er Simposio Avances y Perspectivas de la Formación Técnica-Tecnológica: Gerencia y Arte", un abordaje riguroso y visionario de las conferencias presentadas en el simposio homónimo, desarrollado en el Instituto Superior Universitario de Formación UF. Esta edición representa un hito en la discusión académica y profesional sobre tendencias y desafíos actuales en la formación técnica y tecnológica, así como un puente hacia el futuro de la educación y la práctica en estos campos vitales.

A través de sus páginas, los lectores encontrarán un espectro amplio de temas que abordan desde el fortalecimiento de la presencia estratégica de Ecuador en el contexto internacional, pasando por las transformaciones organizacionales impulsadas por la inteligencia artificial, hasta las metodologías innovadoras en la educación y el marketing. Cada capítulo, derivado de las conferencias del simposio, es un reflejo del compromiso de académicos, profesionales y pensadores con el avance del conocimiento y la práctica en áreas clave de la gerencia y el arte dentro del contexto técnico-tecnológico.

La diversidad de temas abordados en este libro incluye:

- Fortalecimiento de la Presencia Estratégica de Ecuador a Través del Tratado de Libre Comercio con Costa Rica: Una exploración detallada de cómo los acuerdos comerciales internacionales pueden ser palancas de crecimiento y desarrollo para Ecuador.*
- Gestión de Cambio Organizacional: Un análisis profundo de las estrategias y desafíos en la gestión del cambio dentro de las organizaciones en un entorno cada vez más dinámico y complejo.*
- La Inteligencia Artificial como Estrategia de Servicio para Mejorar la Atención al Cliente en las Microempresas Ecuatorianas: Un estudio sobre la aplicación práctica de la inteligencia artificial para potenciar la competitividad y la satisfacción del cliente en el sector microempresarial.*
- Influencia de la Organización Empresarial en la Productividad Laboral en Tiempos de Inteligencia Artificial: Un debate sobre el impacto de la estructura y cultura organizacional en la eficacia y eficiencia laboral frente a la integración de tecnologías de IA.*

- *Sostenibilidad en el Comercio Exterior: Retos y Responsabilidades: Un llamado a la acción sobre la importancia de incorporar prácticas sostenibles en el comercio internacional para asegurar un futuro viable para todos.*

- *Educación Inmersiva en la Educación Técnica-Tecnológica: Una visión hacia el futuro de la educación, donde la tecnología y la metodología se encuentran para crear experiencias de aprendizaje ricas y envolventes.*

- *Aplicación de la Inteligencia Artificial en Anuncios o Campañas Publicitarias: Un análisis de cómo la IA está redefiniendo las estrategias de marketing y publicidad para una mayor personalización y eficacia.*

- *Design Thinking para Gestión de Proyectos Multimedia: Una guía práctica para implementar el pensamiento de diseño en la creación y gestión de proyectos multimedia, destacando su impacto en la innovación y la resolución creativa de problemas.*

- *Brainstorming Aplicado al Marketing: Cómo Utilizar la Estructura Narrativa para Construir una Historia Convincente: Un enfoque en la importancia de la narrativa y la generación colaborativa de ideas en el desarrollo de estrategias de marketing efectivas y memorables.*

Este libro resulta en un testimonio del dinamismo y la relevancia de la formación técnica y tecnológica en el mundo contemporáneo, constituyéndose en una fuente significativa de conocimiento e inspiración para todos aquellos comprometidos con la excelencia en la gerencia y el arte, en el ámbito organizacionales. Invitamos a estudiantes, académicos, profesionales y a cualquier persona interesada en estos campos a sumergirse en las páginas de esta obra, seguros de encontrar en ella ideas estimulantes, soluciones innovadoras y, sobre todo, una visión hacia el futuro de nuestras disciplinas.

Dr. Alejandro Nicolás Lema Cachinell
Vicerrector Administrativo
Tecnológico Universitario de Formación UF

Conferencias



FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA ESTRATÉGICA DE ECUADOR, A TRAVÉS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON COSTA RICA

Conferencista:

MSc. Evelyn Gabriela Carchipulla Alvarado

<https://orcid.org/0000-0002-9396-9536>



Es un honor dirigirme a ustedes en esta segunda jornada del Primer Simposio sobre Avances y Perspectivas de la Formación Técnica y Tecnológica. Hoy, nuestro tema de discusión se centra en el fortalecimiento de la presencia estratégica de Ecuador a través del Tratado de Libre Comercio con Costa Rica. La actividad comercial, sin duda, se ha convertido en un pilar fundamental de interés público, especialmente relevante para estudiantes y profesionales que buscan estar actualizados en asuntos que impactan directamente su realidad laboral y económica.

Importancia de los Acuerdos Comerciales

Los acuerdos comerciales, resultado de minuciosas rondas de negociación, son de vital importancia para el desarrollo económico de los países involucrados. Estos no solo abren puertas a nuevas oportunidades económicas, sino que también facilitan la integración en la economía mundial, generando riquezas y fomentando la cooperación internacional. A lo largo de los años, Ecuador ha experimentado una evolución significativa en su política comercial, adaptándose a los cambios globales y buscando siempre garantizar negociaciones favorables que permitan un intercambio comercial equitativo y beneficioso.

Ecuador en el Comercio Internacional

La economía ecuatoriana, al igual que muchas otras economías latinoamericanas, ha sido históricamente dependiente de la exportación de productos primarios como el petróleo, camarón, flores, cacao, atún y pescado, con el camarón liderando las exportaciones en el año en curso. Este patrón de comercio resalta la importancia de diversificar las exportaciones y buscar nuevos mercados a través de acuerdos comerciales estratégicos.

El Acuerdo Comercial Ecuador-Costa Rica

El tratado de libre comercio entre Ecuador y Costa Rica representa un avance significativo en esta dirección. Este acuerdo de última generación abarca una amplia gama de temas como la facilitación del comercio, regulaciones, género, micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), medio ambiente y asuntos laborales. Está diseñado para beneficiar directamente a las exportaciones ecuatorianas, promoviendo la creación de empleo y el fortalecimiento de las MIPYMES.

Objetivos Estratégicos del Acuerdo

El tratado tiene varios objetivos estratégicos para Ecuador, entre ellos:

- Promover la integración regional y fortalecer la presencia estratégica de Ecuador en Centroamérica.*
- Diversificar las exportaciones hacia productos no tradicionales, especialmente manufacturados, buscando una inserción competitiva en el mercado internacional.*
- Acceder a mercados de alto poder adquisitivo, aprovechando el dinamismo económico de regiones con un PIB per cápita elevado.*
- Precautelar las sensibilidades del aparato productivo nacional, garantizando una oferta adecuada para satisfacer las demandas de los consumidores.*
- Promover la internacionalización de las MIPYMES y la diversificación de sus ofertas exportables.*

Impacto Arancelario y Comercio Bilateral

Este acuerdo garantiza un beneficio arancelario inmediato para el 96% de los productos ecuatorianos, con un 84% de estos productos disfrutando de un arancel 0%, beneficiando principalmente al sector agrícola. Aunque las exportaciones a Costa Rica son relativamente modestas, este tratado tiene el potencial de incrementar significativamente el comercio bilateral, superando los 70 millones de dólares.

Cronología y Proceso de Negociación

La trayectoria hacia la consolidación del acuerdo comenzó en 2015 con estudios preliminares de factibilidad, marcando el camino hacia la negociación formal. En 2017, se concluyeron estos estudios, presentando la viabilidad y las perspectivas positivas a ambos gobiernos. El proceso tomó un giro significativo en 2019 cuando, mediante la resolución 01029, el Comex autorizó el inicio formal de las negociaciones. La novena Cumbre de las Américas en 2022 fue un escenario clave donde los presidentes de Ecuador y Costa Rica oficializaron el comienzo de las negociaciones. Este proceso incluyó 20 mesas de negociación en tan solo seis meses, demostrando el compromiso y la eficiencia de ambos países para alcanzar un acuerdo mutuamente beneficioso. La primera ronda de negociaciones, realizada de manera virtual en agosto de 2022, y la cuarta ronda, en diciembre del mismo año de forma presencial, culminaron con la firma del acuerdo el 1 de marzo de 2023. Este intenso proceso refleja la dedicación para

abordar y conciliar diferentes temas, desde el comercio de servicios y acceso a mercados hasta la propiedad intelectual y solución de controversias.

Amplitud Temática del Acuerdo

El acuerdo de última generación abarca una amplitud de disciplinas clave para el desarrollo económico y la cooperación internacional. Estos incluyen el acceso a mercados, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, buenas prácticas regulatorias, facilitación del comercio, competencia, servicios, contratación pública, pequeñas y medianas empresas, defensa comercial, entrada temporal de personas, inversiones, propiedad intelectual, asuntos institucionales, y la interacción entre comercio y temas de género, medio ambiente y laborales.

Impacto Económico y Sectores Beneficiados

Se estima que este tratado permitirá un incremento del 10% en las exportaciones actuales de Ecuador, impactando positivamente sectores como el metal-mecánico, textiles, línea blanca, construcción, cuidado personal, productos de madera, cerámicas, cosméticos, y conservas de pescado y camarón. Además, el acuerdo abre la puerta a la exportación de nuevos productos con potencial en los mercados agrícolas y agroindustriales, automotriz, construcción, suplementos nutricionales, cosméticos, y otros bienes de consumo y manufactura.

Diversificación de la Oferta Exportable y Beneficios Arancelarios

Un aspecto destacado es que el 96% de la oferta exportable ecuatoriana se beneficiará de condiciones arancelarias preferenciales, con el 84% de estos productos entrando a Costa Rica con un arancel del 0%. Esto incluye sectores emergentes y productos con potencial de crecimiento en exportación, como el queso de pasta azul, té negro, productos de panadería, arroz precocido, y una variedad de otros bienes que representan nuevas oportunidades para los exportadores ecuatorianos.

Beneficios y Proyecciones del Acuerdo

El tratado de libre comercio entre Ecuador y Costa Rica marca un hito significativo en la política comercial externa de Ecuador. Este acuerdo facilitará el acceso al mercado costarricense para el 96% de los productos ecuatorianos, lo

que se traduce en un incremento esperado de las exportaciones en aproximadamente 11 a 12 millones de dólares anuales.

Este incremento diversificará los destinos de las exportaciones ecuatorianas y beneficiará directamente a productores de líneas agroindustriales, así como a sectores de línea blanca, llantas, sombreros de paja toquilla, rosas, camarón, y enlatados de pesca, entre otros.

Aspectos Innovadores y de Inclusión Social

El tratado aborda disciplinas con un fuerte enfoque social, incluyendo temas ambientales, laborales y de género, estableciendo un marco jurídico que promueve el comercio inclusivo y reconoce la interdependencia entre el desarrollo económico, social y la protección ambiental. Se fomentará la inclusión de pequeños productores en los mercados internacionales, reconociendo la importancia de los derechos laborales y promoviendo la no discriminación contra la mujer.

Inclusión de MIPYMES y Comercio Electrónico

Una de las claves del acuerdo es la promoción de la internacionalización y diversificación de la oferta exportable de las MIPYMES, mediante el intercambio de información para identificar oportunidades de negocios y la transferencia de conocimientos que fomenten la innovación.

Además, se busca promover el comercio electrónico seguro y la inclusión de actores con poca visibilidad en procesos comerciales anteriores.

Propiedad Intelectual y Compras Públicas

El tratado establece pilares fundamentales en propiedad intelectual, con especial énfasis en indicaciones geográficas, denominación de origen, y marca país, elevando el nivel de protección y simplificando los procesos de reconocimiento. En compras públicas, se establece un trato preferencial a favor de Ecuador, aplicando solo a entidades, mercancías y servicios enlistados por ambas partes.

Barreras No Arancelarias y Facilitación del Comercio

El acuerdo también aborda las barreras no arancelarias, enfocándose en medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio exterior, y buenas prácticas regulatorias. Se buscará promover la implementación y fortalecimiento de programas de operadores económicos autorizados y la creación de una ventanilla única de comercio exterior.

Desafíos y Recomendaciones

A pesar de los beneficios proyectados, el tratado ha enfrentado desafíos, como las incompatibilidades señaladas por la Corte Constitucional de Ecuador en ciertos artículos relacionados con la inversión. Se recomendó la renegociación de estos contenidos para subsanar la inconstitucionalidad detectada.

Campaña Comunicacional y Participación Ciudadana

La campaña comunicacional del acuerdo ha mostrado una participación limitada en redes sociales, sugiriendo la necesidad de una gestión más activa y amigable que invite a los ciudadanos a informarse y participar. Se propone el uso de recursos como videos testimoniales y mensajes diarios que remitan a otras plataformas de la campaña para incrementar el interés y la interactividad con el público.

GESTIÓN DE CAMBIO ORGANIZACIONAL

Conferencista:

MSc. María Ana Andrade Gómez

<https://orcid.org/0009-0002-8668-3879>



Buenos días a todos. Me siento muy honrada de realizar esta disertación relacionada a la gestión del cambio organizacional, utilizando el modelo de Kurt Lewin como referencia. Antes de adentrarnos en este modelo, es muy importante comprender algunos conceptos fundamentales que enmarcan nuestra discusión sobre la naturaleza y estructura de las organizaciones.

Definición de Organización

Una organización se define como un sistema social compuesto por individuos unidos por un objetivo común. Este objetivo se desenvuelve dentro de marcos temporales, espaciales y culturales específicos. Las organizaciones se caracterizan por establecer normas, metas y directrices que facilitan la consecución de su misión, funcionando como organismos sociales orientados a lograr objetivos específicos mediante una división del trabajo y la utilización de recursos variados.

Características y Tipología de las Organizaciones

Las organizaciones se distinguen por la interacción de sus miembros, la realización coordinada de tareas y la consecución de metas comunes, apoyándose en recursos materiales y siguiendo normas establecidas. Se clasifican según su propósito (lucro, no lucro, administrativas), estructura (formales, informales), propiedad (privadas, públicas) y tamaño (pequeñas, medianas, grandes).

La Cultura Organizacional

La cultura organizacional es un pilar significativo, ya que establece reglas y normativas que reflejan la misión, visión, historia y valores de la organización. Este conjunto de creencias, normas y valores define la identidad de la organización y guía su comportamiento social hacia el logro de sus objetivos.

El Proceso Administrativo

La gestión eficaz de una organización se articula a través de un proceso administrativo que incluye planificación, organización, ejecución y control. Este proceso garantiza la alineación de las acciones con los objetivos empresariales y permite una implementación efectiva y simplificada de cada meta.

El Modelo de Cambio de Kurt Lewin

Abordando el cambio organizacional, nos centramos en el modelo de Lewin, que propone tres fases esenciales: descongelar, cambiar y recongelar. Este modelo enfatiza la importancia de preparar a la organización para el cambio, implementar nuevas estrategias y asegurar la estabilización de estas nuevas prácticas como norma cultural.

– Descongelar: Esta fase implica evaluar la organización para identificar qué necesita cambiar y preparar a los miembros para aceptar esta necesidad. Se debe comunicar claramente la visión del cambio, destacando los beneficios y preparándose para las dificultades.

– Cambiar: Durante esta fase, se implementan las nuevas estrategias y estructuras. Es vital involucrar activamente a todos los miembros de la organización, facilitando su participación y asegurando que los líderes provean la dirección necesaria.

– Recongelar: La última fase busca estabilizar la organización con sus nuevas prácticas, asegurando que estas se integren completamente en la cultura organizacional. Es crucial reconocer y celebrar los éxitos, motivando aún más a los implicados en el cambio.

Estrategias para una Gestión del Cambio Efectiva

Para gestionar el cambio de manera exitosa, es esencial identificar claramente qué necesita cambiar, elaborar un plan detallado para la implementación del cambio y asegurar el compromiso y la participación activa de todos los miembros de la organización. La comunicación transparente, el liderazgo efectivo y la formación continua son pilares que sustentan el proceso de transformación.

Claves para el Éxito en la Gestión del Cambio

En la fase final de esta disertación, es fundamental subrayar algunas claves que pueden determinar el éxito en la gestión del cambio organizacional:

– Liderazgo Comprometido: El cambio debe ser liderado por figuras que no solo posean autoridad formal, sino también la capacidad de inspirar y movilizar a otros hacia la visión compartida del futuro deseado.

- *Comunicación Efectiva: Una comunicación clara y continua es crucial para mantener informados a todos los miembros de la organización sobre el proceso de cambio, disipando miedos y construyendo confianza.*
- *Participación Activa: Involucrar a los empleados en el proceso de cambio no solo facilita su aceptación, sino que también aprovecha su conocimiento y experiencia para mejorar la implementación de nuevas estrategias y prácticas.*
- *Formación y Desarrollo: Proporcionar formación adecuada y oportunidades de desarrollo personal y profesional asegura que los empleados estén bien equipados para adaptarse a nuevos roles y responsabilidades.*
- *Flexibilidad y Adaptabilidad: Mientras que el modelo de Lewin proporciona una estructura para el cambio, es esencial que las organizaciones permanezcan flexibles y abiertas a ajustar su enfoque a medida que surgen nuevos desafíos y oportunidades.*
- *Reconocimiento y Celebración: Reconocer y celebrar los logros, incluso los pequeños, puede motivar enormemente a los empleados y fortalecer su compromiso con la organización y sus objetivos.*
- *Evaluación Continua: Finalmente, es vital establecer mecanismos de retroalimentación y evaluación para medir el impacto del cambio, permitiendo ajustes oportunos y asegurando que los objetivos se cumplan de manera efectiva.*

Hacia un Futuro Sostenible

La gestión del cambio organizacional no es sólo una respuesta a los desafíos inmediatos, sino una estrategia esencial para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización. Al adoptar un enfoque proactivo y estratégico hacia el cambio, las organizaciones pueden no sólo sobrevivir sino prosperar en el cambiante paisaje empresarial.

Agradezco su atención y participación en esta conferencia. Espero que las perspectivas compartidas hoy les inspiren a liderar y gestionar el cambio en sus organizaciones con confianza y eficacia. Muchas gracias.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO ESTRATEGIA DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE EN LAS MICROEMPRESAS ECUATORIANAS

Conferencista:

MSc. Rosa Amelia Moreira Ortega

<https://orcid.org/0000-0002-7174-5611>



Buenos días y muchas gracias por la invitación a este primer simposio de avances y perspectivas en la formación técnica y tecnológica. Hoy tengo el privilegio de discutir cómo la inteligencia artificial (IA) se está convirtiendo en una estrategia revolucionaria para mejorar la atención al cliente, especialmente en el contexto de las microempresas ecuatorianas.

La inteligencia artificial, un concepto que una vez parecía pertenecer únicamente al reino de la ciencia ficción, se ha integrado profundamente en nuestra vida cotidiana. Las películas de antaño nos presentaron visiones futuristas que hoy son una realidad palpable. La IA nos rodea en múltiples formas, desde nuestros smartphones hasta vehículos autónomos, demostrando su capacidad para simplificar y enriquecer nuestras vidas.

Definición y Beneficios de la IA

La inteligencia artificial es la capacidad de computadoras, redes o robots controlados por computadoras para realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana. Este campo abarca desde la simulación de procesos cognitivos hasta la automatización de tareas repetitivas, ofreciendo eficiencia, precisión y personalización en la vida cotidiana.

IA en el Servicio al Cliente

Las microempresas ecuatorianas, al igual que sus contrapartes globales, están adoptando la IA para transformar sus procesos de atención al cliente. Herramientas como asistentes virtuales y chatbots permiten una interacción más personalizada y eficiente, adaptándose a las necesidades y preferencias individuales de los consumidores.

¿Qué es un Cliente?

Un cliente es cualquier persona que busca satisfacer una necesidad, expectativa o deseo a través de un producto o servicio. Las empresas, por tanto, deben centrarse en conocer y entender profundamente a sus clientes para ofrecer soluciones que realmente atiendan a sus necesidades específicas.

Estrategias de Servicio al Cliente

Las estrategias de servicio al cliente eficaces incluyen la atracción de nuevos clientes, la retención de los existentes, la recuperación de los que se han alejado,

y el mantenimiento y la finalización con aquellos que se convierten en defensores leales de la marca. La IA, especialmente a través de chatbots integrados en plataformas como WhatsApp, está redefiniendo cómo las empresas interactúan con sus clientes, ofreciendo respuestas rápidas y personalizadas a cualquier hora del día.

Casos de Éxito: Sofi y Ada

Sofi y Ada son ejemplos destacados de asistentes virtuales en el sector bancario ecuatoriano que utilizan la IA para facilitar transacciones y consultas a través de plataformas de mensajería instantánea, mejorando significativamente la experiencia del cliente.

Impacto de la IA en las Microempresas

La implementación de la IA en las microempresas no solo mejora la eficiencia y efectividad del servicio al cliente sino que también ofrece una oportunidad para analizar grandes volúmenes de datos, lo que permite una toma de decisiones más informada y estrategias de marketing más efectivas. Además, la automatización de tareas repetitivas libera al talento humano para enfocarse en actividades de mayor valor.

Hacia una Integración Efectiva de la IA

Para que las microempresas ecuatorianas integren efectivamente la inteligencia artificial en sus operaciones, es muy importante considerar los siguientes aspectos:

- Capacitación y Desarrollo: Invertir en la formación del personal para manejar y sacar el máximo provecho de las tecnologías de IA. Esto incluye entender cómo interactuar con asistentes virtuales y chatbots, así como interpretar los análisis de datos generados por estos sistemas.*
- Personalización y Experiencia del Cliente: Utilizar la IA para recopilar y analizar datos sobre preferencias y comportamientos de los clientes, lo que permite ofrecer productos y servicios altamente personalizados que satisfagan sus expectativas y necesidades específicas.*
- Automatización de Servicios: Implementar chatbots y asistentes virtuales no solo para responder consultas de manera eficiente sino también para realizar tareas como programación de citas, procesamiento de pedidos y seguimiento de entregas, mejorando así la experiencia del cliente.*

– *Feedback Continuo: Establecer canales de retroalimentación para medir la satisfacción del cliente con las interacciones mediadas por IA, lo que permite ajustes continuos y mejora de los servicios ofrecidos.*

Desafíos y Oportunidades

Mientras abrazamos las oportunidades que la IA ofrece, también debemos estar conscientes de los desafíos, como la resistencia al cambio, la necesidad de garantizar la privacidad y seguridad de los datos del cliente, y la importancia de mantener un equilibrio entre la automatización y el toque humano en el servicio al cliente.

Consideraciones finales

La inteligencia artificial representa una frontera de innovación para las microempresas en Ecuador y en todo el mundo. Su capacidad para transformar la atención al cliente y mejorar la eficiencia operativa es indiscutible. Sin embargo, el éxito de su implementación dependerá de cómo las empresas equilibren la tecnología y la interacción humana, asegurando que la IA sea una herramienta que enriquezca, en lugar de reemplazar, la relación entre empresas y clientes. Al mirar hacia el futuro, las microempresas ecuatorianas tienen una oportunidad única de liderar en la adopción de la IA para mejorar la atención al cliente, impulsando así su competitividad y éxito en la era digital. Muchas gracias por su participación en esta conferencia sobre la inteligencia artificial como estrategia de servicio al cliente. Esperamos que la discusión de hoy inspire a las empresas a explorar nuevas tecnologías y enfoques para mejorar la experiencia de sus clientes. Estoy a su disposición para cualquier pregunta o debate adicional sobre este emocionante tema.

INFLUENCIA DE LA ORGANIZACION EMPRESARIAL EN LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN TIEMPOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Conferencista:

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay

<https://orcid.org/0000-0001-6206-1253>



Buenos días a todos. Agradezco profundamente la invitación a este simposio de vanguardia en formación técnica y tecnológica.

Hoy nos centraremos en cómo la organización empresarial incide directamente en la productividad laboral, especialmente en una era dominada por avances tecnológicos y la implementación de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito corporativo.

La Organización Empresarial y su Relevancia

La organización empresarial es el esqueleto sobre el cual se construye el éxito de cualquier empresa. Es la estructura que permite asignar tareas, definir responsabilidades y coordinar actividades para alcanzar los objetivos organizacionales.

Una empresa bien organizada es capaz de navegar los desafíos de la competencia y la tecnología sin perder de vista sus metas.

Elementos Claves de la Organización Empresarial

La estructuración eficaz de una empresa implica claridad en su organigrama, departamentalización adecuada y la asignación precisa de responsabilidades. Estos elementos son cruciales para evitar la duplicidad de tareas, el desorden y la confusión entre los colaboradores, elementos que minan la productividad y el bienestar laboral.

La IA y los Desafíos Organizacionales

La adopción de tecnologías de IA presenta tanto oportunidades como retos para las empresas. La automatización y optimización de procesos pueden incrementar la eficiencia, pero también requieren una organización interna sólida que soporte la implementación y gestión de estas tecnologías.

Cultura Organizacional y Comunicación

La cultura organizacional, definida por los valores, principios y normas compartidos, es fundamental para alinear a los colaboradores con los objetivos empresariales. La comunicación efectiva, tanto vertical como horizontal, es esencial para mantener informados a los empleados y facilitar la coordinación entre departamentos.

Consecuencias de la Falta de Organización

Una organización deficiente conduce a la ineficiencia operativa, conflictos internos, toma de decisiones complicada, estrés laboral y, en última instancia, a una disminución de la productividad.

Además, la falta de claridad en roles y responsabilidades puede dificultar la adaptación a nuevos sistemas de IA, afectando la competitividad de la empresa.

Implementación de IA en una Empresa Organizada

Para que la integración de la IA sea exitosa, es imprescindible el compromiso de la alta dirección y una planificación meticulosa que considere la capacitación de los colaboradores, la gestión de datos y la seguridad de la información.

La colaboración interdepartamental y la actualización continua de los sistemas son clave para aprovechar al máximo las potencialidades de la IA.

El Valor Insustituible del Factor Humano

A pesar de la eficiencia que la IA puede ofrecer, es crucial recordar que el elemento humano sigue siendo indispensable. La tecnología puede automatizar procesos, pero la creatividad, empatía y capacidad de adaptación de los seres humanos son irremplazables en la resolución de problemas complejos y en la innovación continua.

La estructura organizacional de una empresa es determinante en su capacidad para adaptarse y prosperar en la era de la inteligencia artificial.

Una organización eficaz no sólo mejora la productividad laboral sino que también prepara el terreno para una integración exitosa de la tecnología, manteniendo el equilibrio entre la automatización y el invaluable aporte humano.

A medida que avanzamos en esta era de la inteligencia artificial, es fundamental reconocer que la tecnología, por avanzada que sea, no puede operar en el vacío.

Requiere de un entorno organizacional bien definido y gestionado para desplegar su máximo potencial. La IA puede transformar procesos, mejorar la

eficiencia y personalizar la experiencia del cliente, pero su éxito depende en gran medida de cómo se integra dentro de la estructura organizativa existente.

La Importancia de la Capacitación y el Aprendizaje Continuo

Una estrategia clave para las empresas en la era de la IA es la inversión en capacitación y desarrollo profesional de sus colaboradores. La tecnología evoluciona a un ritmo vertiginoso, y con ella, las habilidades requeridas para manejarla eficazmente. La formación continua no solo prepara a los empleados para utilizar nuevas herramientas y sistemas, sino que también les ayuda a adaptarse a los cambios en sus roles y responsabilidades provocados por la automatización.

Gestión de Cambio y Adaptabilidad Organizacional

La implementación de la IA en los procesos empresariales a menudo conlleva cambios significativos en la forma en que se realizan las tareas y se toman las decisiones. La gestión efectiva del cambio es, por tanto, un componente crucial para asegurar una transición suave.

Esto implica comunicar claramente los beneficios y desafíos de la nueva tecnología, proporcionar el apoyo necesario durante el período de adaptación y fomentar una cultura que valore la flexibilidad y la innovación.

El Papel de la Alta Dirección en la Integración de la IA

El liderazgo juega un papel crucial en la orientación de la empresa hacia el futuro. La alta dirección debe demostrar un compromiso firme con la adopción de la IA, garantizando que se asignen los recursos necesarios y se establezcan políticas claras para su implementación. Este liderazgo visionario no solo facilita la adopción de nuevas tecnologías, sino que también inspira confianza y entusiasmo entre los colaboradores respecto a las oportunidades que estas innovaciones pueden brindar.

Desafíos y Oportunidades en la Era de la IA

Aunque la introducción de la IA en el ámbito empresarial presenta desafíos, como la posible resistencia al cambio o la necesidad de redefinir roles laborales, también ofrece oportunidades sin precedentes para mejorar la productividad, la creatividad y la satisfacción tanto de empleados como de clientes.

Las empresas que logran una integración armónica de la IA en sus operaciones están mejor posicionadas para liderar en su sector, adaptándose con éxito a las demandas de un mercado global cada vez más dinámico y digitalizado.

Finalmente, la influencia de la organización empresarial en la productividad laboral en tiempos de inteligencia artificial es profunda y multifacética. Una estructura organizacional sólida y adaptativa no sólo es esencial para maximizar los beneficios de la IA, sino que también asegura que las empresas mantengan su competitividad en un entorno en constante evolución.

Al centrarse en la capacitación, la gestión del cambio y un liderazgo efectivo, las organizaciones pueden navegar con éxito los desafíos de la era digital, potenciando la innovación y el crecimiento sostenible. Muchas gracias.

SOSTENIBILIDAD EN EL COMERCIO EXTERIOR: RETOS Y RESPONSABILIDADES

Conferencista:

MSc. Célida Sabina Gómez Sánchez

<https://orcid.org/0000-0002-1319-4532>



Al hablar sobre la sostenibilidad en el comercio exterior debemos enfocarnos en el análisis integral de cómo las prácticas comerciales globales pueden adaptarse para abordar los crecientes desafíos ambientales y sociales, manteniendo al mismo tiempo la viabilidad económica.

En este contexto, la sostenibilidad se presenta no solo como una obligación ética sino como una oportunidad estratégica para las empresas que operan en el ámbito internacional.

El comercio exterior juega un papel crucial en la economía mundial, facilitando el intercambio de bienes y servicios entre diferentes países. Sin embargo, este intercambio viene acompañado de importantes retos en términos de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social.

La expansión de las cadenas de suministro globales, por ejemplo, ha incrementado la preocupación por su impacto en el medio ambiente, desde la emisión de gases de efecto invernadero hasta la explotación laboral en países en desarrollo.

La sostenibilidad en el comercio exterior abarca tres dimensiones principales: económica, social y ambiental. Económicamente, busca garantizar que las prácticas comerciales contribuyan al crecimiento y desarrollo a largo plazo sin comprometer los recursos para futuras generaciones.

Socialmente, se enfoca en mejorar las condiciones laborales y asegurar prácticas comerciales justas. Ambientalmente, implica la adopción de medidas que minimicen la huella ecológica de las actividades comerciales, desde la producción hasta la logística y distribución.

En este contexto, la tecnología y, en particular, la Inteligencia Artificial (IA), juegan un papel transformador. La IA puede optimizar las cadenas de suministro, mejorar la eficiencia energética y gestionar de manera más efectiva los recursos.

Por ejemplo, a través del análisis predictivo, las empresas pueden anticipar la demanda y ajustar su producción, reduciendo así el desperdicio y las emisiones. La logística sostenible, que incluye el uso de vehículos eléctricos y la optimización de rutas, contribuye significativamente a disminuir la huella de carbono del transporte de mercancías.

La adopción de prácticas sostenibles en el comercio exterior no está exenta de desafíos. Estos incluyen la necesidad de inversiones iniciales significativas, la integración de nuevas tecnologías con infraestructuras existentes, y la capacitación del personal.

Sin embargo, las oportunidades superan a los retos. Las empresas que se comprometen con la sostenibilidad no solo mejoran su imagen y cumplen con las expectativas de consumidores cada vez más conscientes, sino que también se benefician de una mayor eficiencia y competitividad en el mercado global.

Casos de éxito, como los de empresas líderes en la adopción de prácticas sostenibles, demuestran que es posible combinar crecimiento económico con responsabilidad ambiental y social.

Estas experiencias sirven de modelo para otras empresas que buscan integrar la sostenibilidad en sus operaciones de comercio exterior.

A medida que avanzamos hacia ese futuro más sostenible y justo, es imperativo que las estrategias de comercio exterior incorporen medidas sostenibles no solo como una respuesta a las presiones regulatorias o de mercado, sino como un pilar central de su modelo de negocio. La transición hacia prácticas más sostenibles en el comercio exterior presenta un campo vasto para la innovación y la colaboración entre diferentes sectores y actores globales.

La colaboración internacional juega un papel crucial en este proceso. A través de acuerdos comerciales multilaterales, los países pueden establecer normas comunes que promuevan prácticas sostenibles, desde estándares ambientales hasta garantías de condiciones laborales justas.

Estos acuerdos pueden también facilitar el intercambio de tecnologías limpias y promover inversiones en sectores clave para la sostenibilidad.

Otro aspecto importante es el desarrollo e implementación de indicadores y métricas de sostenibilidad que permitan medir de manera efectiva el impacto de las actividades de comercio exterior.

Esto no solo ayuda a las empresas a monitorear y mejorar su desempeño ambiental y social, sino que también proporciona transparencia y fomenta la confianza entre consumidores, inversores y socios comerciales.

La educación y la sensibilización son igualmente esenciales para promover una cultura de sostenibilidad en el comercio exterior. Esto implica no solo formar a los profesionales del sector en prácticas sostenibles, sino también educar a los consumidores sobre el impacto de sus decisiones de compra.

A medida que los consumidores se vuelvan más conscientes de los impactos ambientales y sociales de los productos que compran, aumentará la demanda de bienes y servicios producidos de manera sostenible.

Finalmente, la innovación tecnológica seguirá siendo un motor clave para la sostenibilidad en el comercio exterior. Desde la mejora de la eficiencia energética hasta la creación de nuevos materiales y procesos de producción más limpios, la tecnología ofrece soluciones para algunos de los desafíos más apremiantes en términos de sostenibilidad. La Inteligencia Artificial, el blockchain, y otras tecnologías emergentes tienen el potencial de transformar las cadenas de suministro, haciéndolas más transparentes, eficientes y, sobre todo, sostenibles.

Por tanto, la sostenibilidad en el comercio exterior es un entramado complejo que requiere la colaboración, innovación y el compromiso de todos los actores involucrados. Al enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que presenta la sostenibilidad, las empresas no sólo pueden minimizar su impacto ambiental y mejorar su responsabilidad social, sino también asegurar su viabilidad y éxito a largo plazo en una economía global cada vez más interconectada y consciente de la sostenibilidad. Muchas gracias.

EDUCACIÓN INMERSIVA EN LA EDUCACIÓN TÉCNICA – TECNOLÓGICA

Conferencista:

MSc. Cesar Andrés Valenzuela Velasco

<https://orcid.org/0000-0001-8568-4090>



Hoy, me complace compartir con ustedes algunas consideraciones sobre la Educación Inmersiva en la Educación Técnica y Tecnológica; un enfoque pedagógico revolucionario que capitaliza las tecnologías avanzadas para enriquecer el aprendizaje.

Objetivo de la Educación Inmersiva

El propósito de la educación inmersiva es desarrollar habilidades prácticas ofreciendo a los estudiantes oportunidades únicas para aplicar conocimientos teóricos en contextos realistas.

Este enfoque se fundamenta en la creación de entornos virtuales que simulan situaciones reales, como escenarios de riesgo en seguridad industrial, permitiendo el aprendizaje seguro y eficaz.

Por ejemplo, los simuladores de extinción de incendios proporcionan una experiencia educativa valiosa, reduciendo costos y preparando a los estudiantes para situaciones de emergencia con conocimiento previo y competencias prácticas.

Tecnologías Clave en la Educación Inmersiva

La realidad virtual y la realidad aumentada son pilares de la educación inmersiva, transformando el entorno de aprendizaje en uno interactivo y envolvente.

Estas tecnologías permiten simular escenarios complejos en diversas disciplinas, desde la administración hasta la seguridad industrial, ofreciendo experiencias educativas que activan múltiples sentidos y facilitan un aprendizaje práctico y significativo.

Nuestro instituto, por ejemplo, ha incorporado la realidad virtual en el ámbito de la seguridad industrial, y exploramos su expansión a otras áreas académicas.

Ventajas de la Educación Inmersiva

La principal ventaja de la educación inmersiva es su capacidad para proporcionar aprendizaje experiencial. Los estudiantes no solo adquieren conocimientos; los experimentan de manera activa en entornos simulados, lo que mejora la retención de información y la comprensión de conceptos

complejos. Además, esta metodología promueve la motivación estudiantil, adaptándose a diversos estilos de aprendizaje y facilitando el desarrollo de habilidades prácticas esenciales para el mundo laboral.

Desafíos y Consideraciones

A pesar de sus beneficios, la educación inmersiva enfrenta desafíos como los altos costos iniciales de implementación, la brecha tecnológica entre estudiantes, y posibles efectos adversos en la salud derivados del uso prolongado de tecnologías inmersivas.

Además, la falta de interacción humana directa y la posibilidad de distracciones son factores a considerar en el diseño de experiencias educativas inmersivas efectivas.

Efectivamente, la educación inmersiva representa un cambio paradigmático en la enseñanza técnica y tecnológica, ofreciendo un marco pedagógico que prepara a los estudiantes para enfrentar los retos del mundo real de manera competente y segura.

Aunque existen desafíos inherentes a su implementación y uso, las ventajas que ofrece en términos de aprendizaje experiencial, motivación estudiantil y desarrollo de habilidades prácticas justifican su integración en el currículo educativo.

A medida que avanzamos, es imperativo abordar estas barreras para democratizar el acceso a la educación inmersiva y maximizar su potencial transformador.

Estrategias para Superar los Desafíos de la Educación Inmersiva

Para capitalizar plenamente el potencial de la educación inmersiva en la educación técnica y tecnológica, es fundamental abordar y superar sus desafíos. A continuación, presento algunas estrategias orientadas a este fin:

– *Reducción de Costos y Aumento de la Accesibilidad:* El alto costo inicial de las tecnologías inmersivas es una barrera significativa. Para superarla, las instituciones pueden buscar subvenciones, asociaciones con la industria y programas de financiamiento gubernamental. Además, el modelo de economías

de escala puede aplicarse a medida que más instituciones adopten estas tecnologías, reduciendo así los costos unitarios.

– Minimización de la Brecha Tecnológica: Para asegurar un acceso equitativo a la educación inmersiva, las instituciones pueden implementar programas de préstamo de equipos y garantizar infraestructuras de internet robustas. Es vital desarrollar contenidos adaptativos que sean accesibles en dispositivos de gama baja o a través de plataformas web menos exigentes en términos de hardware.

– Atención a la Salud y Bienestar: Es muy importante establecer límites en el tiempo de uso de las tecnologías inmersivas para prevenir problemas de salud. La educación y capacitación sobre el uso adecuado y las pausas activas pueden mitigar efectos como la fatiga visual y el mareo.

– Fomento de la Interacción Humana: Aunque esta concepción puede realizarse a distancia, es importante diseñar actividades que promuevan la interacción humana y el trabajo en equipo, tanto en el entorno virtual como en encuentros presenciales regulares. Esto puede incluir proyectos de grupo, discusiones en línea facilitadas y eventos de networking.

– Desarrollo de Contenidos Efectivos: La calidad educativa depende del diseño instruccional. Por ello, se deben crear contenidos inmersivos que no solo sean técnicamente impresionantes, sino pedagógicamente sólidos. La colaboración entre expertos en la materia, pedagogos y diseñadores instruccionales es clave para desarrollar experiencias de aprendizaje ricas y significativas.

– Actualización y Mantenimiento Tecnológico: Mantener la tecnología actualizada y en buen estado es esencial para garantizar una experiencia de aprendizaje óptima. Implementar programas de mantenimiento regular y actualizar el software y hardware según sea necesario asegurará la longevidad y efectividad de las inversiones tecnológicas.

– Estándares y Evaluación: Desarrollar estándares para la educación inmersiva y mecanismos de evaluación adecuados es fundamental para medir su efectividad. Esto incluye la estandarización de plataformas y herramientas para facilitar la interoperabilidad y la evaluación comparativa.

Hacia un Futuro Inmersivo en la Educación

Mirando hacia el futuro, la integración efectiva de la educación inmersiva en la educación técnica y tecnológica promete no sólo transformar cómo los estudiantes aprenden, sino también cómo se preparan para las demandas del mercado laboral.

Al superar los retos presentes y aprovechar las oportunidades que estas tecnologías ofrecen, podemos abrir las puertas a una era educativa donde el aprendizaje experiencial, personalizado y altamente interactivo sea la norma, no la excepción.

Finalmente, se infiere que mientras navegamos por esta transición hacia metodologías de enseñanza más inmersivas, es imperativo mantener un diálogo continuo entre educadores, tecnólogos, estudiantes y otros actores para asegurar que la educación técnica y tecnológica evolucione de manera inclusiva, efectiva y sostenible. Gracias nuevamente por su atención.

APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ANUNCIOS Y CAMPAÑA PUBLICITARIA

Conferencista:

Lcdo. Dustin Madison Herrera Calderón

<https://orcid.org/0000-0002-5059-3460>



Hoy, tengo el privilegio de compartir con ustedes en este simposio, una temática de vanguardia y relevancia creciente: la aplicación de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito de la publicidad.

Este campo, es muy emocionante, sí. No obstante, aún suscita cierta reticencia, especialmente entre los profesionales creativos que temen la obsolescencia de sus habilidades frente a la automatización.

Sin embargo, mi enfoque se centra en una visión optimista, donde la sinergia entre la IA y el ingenio humano potencia la creación de contenidos publicitarios innovadores y efectivos.

Conceptualización de la Inteligencia Artificial

Para adentrarnos en este tema, resulta significativo comprender qué es exactamente la inteligencia artificial. En esencia, las IA son sistemas capaces de realizar tareas de manera autónoma, aprendiendo y mejorando a partir de los datos que reciben, muy similar a cómo lo haría un ser humano.

Este aprendizaje continuo permite que las IA se conviertan en herramientas poderosas en manos de los creativos, ampliando sus capacidades sin sustituir la esencia humana que impregna cada pieza publicitaria.

La IA en el Mundo Publicitario

En el ámbito de la publicidad, las aplicaciones de la IA son diversas y se extienden desde la generación de texto hasta la creación de imágenes y la optimización de campañas. Herramientas como ChatGPT, DALL-E, y otras plataformas de IA ofrecen una gama amplia de posibilidades para innovar en la forma en que se diseñan y ejecutan las estrategias publicitarias.

La clave del éxito radica en cómo estos instrumentos se utilizan para complementar y no para reemplazar el toque humano indispensable en la creatividad publicitaria.

Estrategias de Implementación de la IA en Publicidad

El proceso de integración de la IA en la creación de contenido publicitario implica varios pasos, comenzando por una comprensión clara del mensaje que se desea transmitir y el público objetivo. A partir de ahí, la IA puede ser utilizada para

generar ideas preliminares, optimizar el mensaje, y crear variaciones de contenido que puedan ser más tarde refinadas y personalizadas por el creativo. Esta colaboración entre la capacidad analítica de la IA y la sensibilidad humana resulta en campañas publicitarias más resonantes y eficaces.

Desafíos y Oportunidades

A pesar del potencial transformador de la IA, existen desafíos inherentes a su implementación, como la necesidad de mantener una supervisión humana para asegurar la relevancia y la autenticidad del contenido generado. Además, es fundamental abordar las preocupaciones éticas y laborales que surgen a medida que la IA se vuelve más prevalente en la industria creativa.

No obstante, las oportunidades para innovar y alcanzar nuevas alturas en la publicidad son inmensas, siempre que se mantenga un equilibrio entre la tecnología y la humanidad.

Ciertamente, la aplicación de la inteligencia artificial en anuncios y campañas publicitarias representa un horizonte lleno de posibilidades para los profesionales del marketing y la publicidad.

Al integrar la IA como una herramienta que complementa y amplía nuestras capacidades creativas, podemos abrir la puerta a un nuevo paradigma en la creación de contenido publicitario, uno que equilibra la eficiencia y la innovación con el indispensable toque humano que conecta con el público a un nivel emocional.

La IA no es una amenaza para la creatividad, sino un aliado que nos desafía a reinventar nuestras metodologías y a explorar nuevas fronteras en la comunicación de marca.

Explorando Nuevas Fronteras con la IA en Publicidad

A medida que avanzamos, es evidente que la interacción entre la inteligencia artificial y los procesos creativos en publicidad está apenas en sus etapas iniciales.

La continua evolución de la IA promete no solo facilitar la generación de contenido, sino también revolucionar la forma en que entendemos y medimos el impacto de nuestras campañas.

Las capacidades de análisis de datos en tiempo real y la personalización a gran escala son solo la punta del iceberg en cuanto a lo que la IA puede aportar al mundo publicitario.

Personalización y Optimización de Campañas

Una de las aplicaciones más prometedoras de la IA en la publicidad es la capacidad de personalizar el contenido a una escala y precisión sin precedentes.

La IA puede analizar enormes volúmenes de datos para identificar patrones y preferencias individuales, permitiendo que las campañas se ajusten casi en tiempo real para resonar con segmentos específicos del público.

Esta personalización no solo mejora la eficacia de las campañas, sino que también incrementa la relevancia del contenido para el consumidor, mejorando la percepción de la marca y la fidelización del cliente.

Creatividad Amplificada

Lejos de reemplazar la creatividad humana, la IA actúa como un catalizador para amplificar nuestras capacidades creativas. Herramientas basadas en IA como generadores de texto e imagen pueden proporcionar inspiración inicial, sugerir variaciones creativas y permitir a los profesionales explorar direcciones que quizás no hubieran considerado.

Esta colaboración entre humano y máquina en el proceso creativo no solo aumenta la eficiencia, sino que también enriquece el producto final con una diversidad de perspectivas y estilos.

Ética y Transparencia en la Publicidad Asistida por IA

A medida que la IA se integra más profundamente en la publicidad, surgen importantes consideraciones éticas. La transparencia sobre el uso de la IA en la creación de contenido es significativa para mantener la confianza del consumidor.

Además, es fundamental abordar las preocupaciones sobre la privacidad de datos y asegurar que el uso de la IA en publicidad no solo cumpla con las regulaciones existentes, sino que también respete los límites éticos, evitando

manipulaciones indebidas y manteniendo un compromiso genuino con el bienestar del consumidor.

Futuro de la Publicidad con IA

Desde la creación de contenidos hiperpersonalizados hasta la optimización en tiempo real de las campañas y la medición de su impacto, la IA se está posicionando como una herramienta indispensable en el arsenal de los publicistas.

Sin embargo, el éxito de esta integración dependerá de nuestra capacidad para mantener un equilibrio entre la eficiencia tecnológica y la esencia humana que da vida a las marcas y conecta con los consumidores a un nivel emocional.

De esta manera, la aplicación de la inteligencia artificial en anuncios y campañas publicitarias es aventura hacia un futuro donde la tecnología y la creatividad humana se fusionan para crear experiencias publicitarias más ricas, efectivas y personalizadas.

A medida que exploramos este territorio, debemos proceder con una mente abierta, un compromiso ético y una voluntad de experimentar, recordando siempre que la herramienta más poderosa a nuestra disposición no es la IA en sí, sino la creatividad humana que guía su aplicación.

DESIGN THINKING PARA GESTIÓN DE PROYECTOS MULTIMEDIA

Conferencista:

MSc. Jonatan Portugal Gorozabel

<https://orcid.org/0000-0002-1427-9634>



Bienvenidos a esta conferencia sobre Design Thinking, para Gestión de Proyectos Multimedia; un espacio dedicado a explorar cómo esta metodología puede revolucionar la forma en que abordamos proyectos en el ámbito digital y multimedia.

Agradecemos a todos los presentes por su interés y participación activa en este intercambio de conocimientos y experiencias que enriquecen nuestra práctica profesional.

El Design Thinking en el Contexto Multimedia

El Design Thinking es una metodología que trasciende las barreras disciplinarias, aplicable en una diversidad de contextos para resolver problemas complejos de manera creativa y centrada en el usuario.

Esta conferencia se enfoca en su aplicación dentro de la gestión de proyectos multimedia, un campo donde la innovación, la interactividad y la experiencia del usuario son claves para el éxito.

¿Qué es el Design Thinking?

El Design Thinking es una aproximación sistemática a la solución de problemas que pone al usuario en el centro del proceso de diseño. A través de cinco etapas fundamentales —Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear—, esta metodología promueve una cultura de innovación que facilita la creación de soluciones eficaces y pertinentes para las necesidades reales de los usuarios.

Aplicación en Proyectos Multimedia

Los proyectos multimedia, caracterizados por integrar diversos medios como texto, audio, video y gráficos en plataformas interactivas, presentan desafíos únicos en términos de diseño y usabilidad.

La aplicación del Design Thinking en este contexto nos permite abordar estos desafíos de manera estructurada, garantizando que los productos finales sean no sólo técnicamente avanzados, sino también profundamente resonantes con las experiencias y expectativas de los usuarios. Para ello, se debe considerar:

– Empatizar: La base de cualquier proyecto exitoso es una comprensión profunda de las necesidades, deseos y comportamientos de los usuarios finales.

Esta etapa implica investigaciones cualitativas y cuantitativas para sumergirse en el mundo del usuario, identificando sus problemas y motivaciones.

– Definir: Con las insights recabadas, definimos claramente el problema a resolver. Esta claridad conceptual es crucial para enmarcar correctamente el desafío de diseño y establecer los objetivos del proyecto.

– Idear: Liberados de las restricciones convencionales, generamos una amplia gama de ideas que respondan al desafío definido. Este proceso creativo es esencial para innovar y encontrar soluciones originales y efectivas.

– Prototipar: Las ideas seleccionadas se transforman en prototipos tangibles. Esta materialización de conceptos permite iterar y refinar las soluciones, ajustándolas a partir de la retroalimentación práctica y técnica.

– Testear: Finalmente, los prototipos son sometidos a pruebas con usuarios reales. Esta etapa es fundamental para validar las soluciones propuestas, ajustar según el feedback recibido y asegurar que el producto final cumpla con las expectativas.

Herramientas y Técnicas

Dentro de este proceso, empleamos diversas herramientas y técnicas para facilitar la comprensión y la creación de soluciones. Desde mapas de empatía y customer journey maps, hasta lienzos de modelo de negocio y prototipos de alta fidelidad, cada herramienta tiene su lugar en el arsenal del design thinker.

Efectivamente, el Design Thinking ofrece un marco robusto y flexible para la gestión de proyectos multimedia, permitiendo equipos multidisciplinarios trabajar de manera cohesiva hacia soluciones innovadoras.

Al centrarnos en el usuario, sus necesidades y cómo interactúa con los medios digitales, podemos crear experiencias multimedia que no sólo cumplen, sino que superan las expectativas.

Invitamos a todos los profesionales del área a adoptar y adaptar esta metodología en sus proyectos, explorando nuevas formas de crear, innovar y conectar en el mundo digital.

Desafíos y Oportunidades en la Gestión de Proyectos Multimedia

Al integrar el Design Thinking en la gestión de proyectos multimedia, nos enfrentamos a varios desafíos que, a su vez, presentan oportunidades únicas para el crecimiento y la innovación.

La complejidad inherente a la creación de contenidos que combinan múltiples medios requiere una atención especial a la cohesión y la interactividad, asegurando que todas las piezas trabajen conjuntamente para proporcionar una experiencia de usuario fluida y atractiva. Para ello, cabe considerar lo siguiente:

- Integración de Disciplinas: Los proyectos multimedia a menudo requieren la colaboración de profesionales de diversas áreas, como diseñadores, programadores, especialistas en marketing y creadores de contenido. Fomentar una comunicación efectiva y un entendimiento mutuo entre estos roles puede ser un desafío.*
- Tecnología en Constante Evolución: Mantenerse al día con las rápidas innovaciones tecnológicas es vital, pero también desafiante. Los equipos deben ser ágiles y estar dispuestos a aprender y adaptarse continuamente a nuevas herramientas y plataformas.*
- Comprensión Profunda del Usuario: La empatía con el usuario es fundamental en el Design Thinking. Sin embargo, lograr una comprensión profunda y precisa de las necesidades y comportamientos del usuario puede ser complicado, especialmente en mercados o segmentos poblacionales muy variados.*

Oportunidades generadas por estos desafíos

Innovación a través de la Colaboración: La necesidad de integrar múltiples disciplinas puede fomentar un entorno de trabajo colaborativo que genere ideas y soluciones innovadoras, que no habrían surgido en equipos más homogéneos.

- Adaptabilidad y Liderazgo en Tecnología: La constante actualización tecnológica brinda la oportunidad de liderar en el uso de nuevas plataformas y herramientas, diferenciándose en un mercado competitivo mediante la adopción temprana de innovaciones.*
- Conexión Genuina con el Usuario: Aunque comprender al usuario es un desafío, también es una gran oportunidad para crear conexiones genuinas y*

duraderas. Los productos que logran resonar profundamente con sus usuarios pueden fomentar la lealtad a la marca y la recomendación boca a boca.

Hacia una Gestión Efectiva de Proyectos Multimedia

Para superar estos desafíos y aprovechar las oportunidades, es esencial adoptar un enfoque iterativo y basado en pruebas, propio del Design Thinking. Esto implica:

- Fomentar un Entorno de Trabajo Colaborativo: Promover la integración y el respeto mutuo entre las disciplinas involucradas en el proyecto, facilitando la comunicación y el intercambio de ideas.*

- Capacitación Continua: Invertir en la formación continua del equipo en nuevas tecnologías y metodologías, asegurando que todos los miembros estén equipados para contribuir efectivamente al proyecto.*

- Inmersión en el Mundo del Usuario: Utilizar herramientas como entrevistas, encuestas, y pruebas de usabilidad para obtener insights directos de los usuarios. Estos conocimientos deben informar todas las etapas del proyecto, desde la concepción hasta la implementación y más allá.*

De esta manera, al abordar la gestión de proyectos multimedia con un enfoque de Design Thinking, podemos navegar los desafíos inherentes a este campo dinámico y aprovechar las oportunidades para crear experiencias multimedia ricas e inmersivas.

Al concentrarnos en las necesidades y deseos del usuario, promover la colaboración interdisciplinaria y mantenernos a la vanguardia de la tecnología, los equipos pueden desarrollar proyectos que no sólo cumplen, sino que exceden las expectativas, estableciendo nuevos estándares de excelencia en el diseño multimedia.

Gracias nuevamente por su participación. Esperamos que esta conferencia les haya proporcionado valiosas perspectivas sobre cómo el Design Thinking puede transformar la gestión de proyectos multimedia y les invitamos a aplicar estos principios en sus propias iniciativas creativas.

***BRAINSTORMING APLICADO AL MARKETING:
CÓMO UTILIZAR LA ESTRUCTURA
NARRATIVA, PARA CONSTRUIR UNA
HISTORIA CONVINCENTE***

Conferencista:

MSc. Gianella Lisette Bermeo Quezada

<https://orcid.org/0000-0002-8757-8045>



El brainstorming, o lluvia de ideas, es un proceso colaborativo esencial en la concepción y el desarrollo de proyectos creativos en marketing.

Este enfoque nos permite explorar libremente un espectro amplio de ideas, fomentando la creatividad y la solución de problemas a través de la diversidad de perspectivas.

En el ámbito del marketing, el brainstorming se convierte en una herramienta poderosa para catalizar la innovación y construir narrativas que conecten genuinamente con nuestra audiencia.

La Importancia de la Estructura Narrativa en Marketing

Una estructura narrativa sólida es crucial para desarrollar historias de marca que cautiven y dejen una huella duradera en el consumidor. La introducción debe captar la atención de manera efectiva, presentando un dilema o contexto intrigante.

El desarrollo explora los conflictos y construye una conexión emocional, mientras que la conclusión ofrece una resolución que invita a la reflexión o a la acción. Este esquema narrativo sirve como esqueleto sobre el cual podemos articular mensajes de marketing impactantes y memorables.

Aplicando Brainstorming a la Creación de Campañas Innovadoras

El brainstorming en el contexto del marketing impulsa la generación de ideas para campañas publicitarias que desafían las convenciones.

La exploración de enfoques inesperados, como el uso del humor o la inteligencia emocional, puede resultar en contenidos que resuenen profundamente con nuestra audiencia.

La clave está en aprovechar la sinergia del equipo para identificar y desarrollar esas ideas únicas que pueden transformar una campaña en una experiencia compartida y memorable para los consumidores.

Técnicas y Estrategias Efectivas de Brainstorming

Para maximizar el potencial del brainstorming en marketing, es esencial definir claramente los roles dentro del equipo, utilizar técnicas de visualización como

mapas conceptuales y diagramas, y probar ideas con audiencias pequeñas para realizar ajustes basados en feedback real. Además, enfocarse en crear una conexión emocional y personalizar el contenido puede aumentar significativamente el impacto y la relevancia de nuestras narrativas de marketing.

Así pues, la fusión creativa del brainstorming y la estructura narrativa nos permite diseñar historias de marketing que no solo capturan la atención, sino que también fomentan una relación duradera con nuestra audiencia.

Al integrar estos elementos en nuestra estrategia de marketing, podemos construir campañas que no solo alcanzan sus objetivos comerciales, sino que también enriquecen la experiencia del consumidor con nuestra marca.

La colaboración, la creatividad y la conexión emocional son los pilares sobre los cuales podemos edificar historias convincentes que destaquen en el saturado panorama del marketing actual.

Explorando Nuevas Fronteras en Marketing Narrativo

La evolución del marketing hacia narrativas más complejas y emocionalmente resonantes representa una oportunidad única para las marcas de conectar con su audiencia en niveles más profundos y significativos.

Al aplicar técnicas de brainstorming y estructuras narrativas cuidadosamente elaboradas, podemos transformar la manera en que las historias de las marcas son percibidas, pasando de mensajes promocionales a experiencias inmersivas que capturan la esencia de lo que significa ser humano.

Innovación a través de la Narrativa

El desafío de innovar en un mercado saturado de contenido puede ser abrumador.

Sin embargo, el uso estratégico del brainstorming nos permite desbloquear potenciales creativos que pueden haber permanecido ocultos bajo la superficie de las estrategias convencionales.

Al combinar esta técnica con una estructura narrativa sólida, las marcas pueden revelar nuevas formas de contar historias que no solo informen y entretengan, sino que también inspiren y movilicen.

Personalización y Experiencias Interactivas

La personalización y la interactividad emergen como elementos cruciales en la creación de campañas de marketing convincentes.

En este contexto, el brainstorming se convierte en una herramienta invaluable para idear maneras de personalizar el contenido de acuerdo con las preferencias y comportamientos específicos de los consumidores.

Asimismo, las experiencias interactivas, desde concursos en redes sociales hasta aplicaciones y eventos en línea, pueden ser diseñadas para fomentar una participación activa, creando un sentido de comunidad y pertenencia entre la marca y su audiencia.

Estrategias para una Narrativa Efectiva

Para asegurar el éxito de una campaña narrativa, es esencial seguir una serie de estrategias clave:

- Sesiones de Brainstorming Abiertas y Diversas: Invitar a personas de diferentes áreas y con distintas perspectivas puede enriquecer enormemente el proceso creativo.*
- Definición Clara de Roles: Asegurar que cada miembro del equipo conozca su responsabilidad y cómo su trabajo contribuye al objetivo común.*
- Uso de Técnicas Visuales: Herramientas como mapas conceptuales y storyboards pueden ayudar a visualizar la narrativa y asegurar que todos los elementos de la historia estén alineados.*
- Pruebas con Audiencias Pequeñas: Antes de lanzar una campaña a gran escala, es crucial recoger feedback de grupos más pequeños para realizar ajustes necesarios.*
- Incorporación de Elementos Emocionales: Identificar y destacar los aspectos de la historia que puedan generar una conexión emocional con la audiencia.*

Hacia un Futuro Narrativo en Marketing

Al integrar el brainstorming y la estructura narrativa en nuestras estrategias de marketing, abrimos la puerta a una era donde las marcas no solo se comunican con sus audiencias, sino que también crean vínculos emocionales profundos y duraderos.

Estas narrativas, ricas en contexto y significado, tienen el poder no solo de diferenciar a las marcas en un mercado competitivo, sino también de transformar la percepción del público hacia ellas, creando historias que no solo se escuchan o se ven, sino que se sienten y se viven.

A medida que avanzamos, el desafío será continuar explorando y expandiendo los límites de lo que el marketing narrativo puede lograr, siempre buscando nuevas y emocionantes maneras de contar nuestras historias.

Les agradecemos su participación en esta conferencia y esperamos que las ideas compartidas aquí inspiren sus futuras campañas, llevando sus narrativas de marketing a nuevos y emocionantes horizontes.

RESOLUCIÓN



**RED INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN GALILEO ECUADOR
RESOLUCIÓN N° REDDIGEC 2023-011
ASAMBLEA EXTRAORDINARIA N° 003**

La Red Internacional de Investigación Galileo Ecuador, registrada bajo el Nro. SENESCYT- REG-RED-22-0167; en uso de las atribuciones que les confiere los artículos 3 y 5 de su estatuto:

CONSIDERANDO

Que en plan anual de funcionamiento de REDIIGEC, se contempla las funciones propias de las actividades de investigación como estrategia para el cumplimiento de su objeto social.

CONSIDERANDO

Que se ha solicitado el proceso de arbitraje por pares de expertos, mediante la técnica doble ciego; de acuerdos a los estándares internacionales que rige la materia al siguiente: proyecto de investigación / Producto(s) educativo(s)-investigativo(s) / Prototipo(s) / Proyectos de investigación o de naturaleza editorial; titulado: 1ER. SIMPOSIO AVANCES Y PERSPECTIVAS DE LA FORMACIÓN TÉCNICA-TECNOLÓGICA. GERENCIA Y ARTE.

CONSIDERANDO

Que el Grupo de Investigación "PDCAL", "Educación" y "Administración y Gerencia"; con competencias en el caso, presentaron ante la instancia de la Coordinación Académica el informe técnico pertinente y el mismo recomendó la aprobación para publicación con aval de arbitraje, fomentando así la producción, promoción y difusión investigativa, desde la rigurosidad científica.

CONSIDERANDO

Que es atribución de esta instancia avalar las recomendaciones de las unidades operativas que conforman REDIIGEC y en todos sus capítulos internacionales, en relación a los procesos de arbitraje por pares de expertos, mediante la técnica doble ciego; en correspondencia a los estándares internacionales que rigen la materia a: proyectos de investigación / Producto(s) educativo(s)-investigativo(s) / Prototipo(s) / Proyectos de investigación o de naturaleza editorial; de instancias académicas o científicas que así lo solicitan y de acuerdo a la disponibilidad de grupos de investigación asociados a esta red que posean las credenciales académicas pertinentes entre sus miembros asociados.

CONSIDERANDO

Que la Red Internacional de Investigación Galileo Ecuador, ha sido creada para la cooperación científica y tecnológica en el cumplimiento de su objeto social.

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Auspiciar y acompañar la aprobación académica por pares de los Grupos de Investigación con competencia; en favor del desarrollo, investigación y publicación del prototipo: 1ER. SIMPOSIO AVANCES Y PERSPECTIVAS DE LA FORMACIÓN TÉCNICA-TECNOLÓGICA. GERENCIA Y ARTE. Así mismo, la publicación ON LINE en el sitio web institucional.

ARTÍCULO 2. Comuníquese a la Institución solicitante. De su conocimiento y fines pertinentes.

Dado y firmado en Guayaquil, Ecuador; a los diecinueve días del mes de noviembre de dos mil veintitrés;



Código de verificación Institucional



Firmado electrónicamente por:
FRANKLIN GERARDO DE
GREGORIO SALAS AULAR

Coordinador General



