Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025

Índice

Aceptación de la Inteligencia Artificial Generativa en la industria creativa: el rol del modelo UTAUT, reconocimiento y la confianza de marca en su adopción 9

ACCEPTANCE OF GENERATIVE AI IN THE CREATIVE INDUSTRY: THE ROLE OF UTAUT, BRAND RECOGNITION AND TRUST IN ADOPTION

Dominika Weglarz
Cintia Pla-Garcia
Ana Isabel Jiménez-Zarco

Factores que influyen en la adopción del análisis de Big Data por los auditores: un estudio mixto 29

FACTORS AFFECTING AUDITORS' DECISIONS TO ADOPT BIG DATA ANALYTICS: A MIXED METHOD STUDY

Moath Abdelkarim Abu Al Rob
Mohd Nazli Mohd Nor
Zalailah Salleh
Alia Majed Khalaf

Inclusión financiera y Fintech: catalizadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América Latina 47

FINANCIAL INCLUSION AND FINTECH: CATALYSTS FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS IN LATIN AMERICA

Pablo Raffaelli
Jaime Andrés Correa-García
Carmen Stella Verón

El papel de las TIC, intraemprendimiento y redes de gestión colaborativa en la innovación y la competitividad empresarial 65

THE ROLE OF ICT, INTRAPRENEURSHIP AND COLLABORATIVE MANAGEMENT NETWORKS IN INNOVATION AND BUSINESS COMPETITIVENESS

Aura Andrea Díaz-Duarte
Gabriel Purón-Cid
Marco Eliseo Rivera-Martínez

Variables que inciden en la lealtad hacia WeChat en el ámbito empresarial: reducción de tiempo y costes 87

VARIABLES AFFECTING WECHAT LOYALTY IN THE BUSINESS ENVIRONMENT: TIME AND COST REDUCTION

Rocío Mecinas-Cantos
María Pilar Martínez-Ruiz
Inés González-González

Empoderamiento económico de las mujeres: sentido de pertinencia y participación en el turismo 101
Women's economic empowerment: sense of belonging and participation in tourism
Elia Ardyan
Maichal Maichal
Afrizal Firman
Carolina Novi Mustikarini

La productividad en América Latina. Un análisis a través de una función Cobb-Douglas 115
Productivity in Latin America. An analysis using a Cobb-Douglas function
César Lenin Navarro-Chávez
René Augusto Marín-Leyva
Daniela Valenzuela-Carreño

Desarrollo fiscal progresivo en el sistema tributario: un análisis comparativo de la UE y los países de Asia Central 131
Progressive tax development in the taxation system: a comparative analysis of the EU and Central Asian countries
Azamat Baimagambetov
Serik Omirbayev

Vida y trabajo: impacto de las decisiones gerenciales en el bienestar de los empleados en México 149
Life and work: impact of managerial decisions on employee well-being in Mexico
Enrique Kato-Vidal

Relación entre comunicación interna, responsabilidad social corporativa y bienestar laboral en empresas de servicios 165
Life and work: impact of managerial decisions on employee
Relationship between internal communication, corporate social responsibility and workplace well-being in service companies
Alexandra Soler-Sanchis
Irene Gil-Saura
Gloria Berenguer-Contri

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

«Retos» es una publicación científica bilingüe de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, editada desde enero de 2011 de forma ininterrumpida, con periodicidad fija semestral (abril y octubre), especializada en Gestión Empresarial e Internacional, Gestión de Tecnología e Innovación, Marketing, Estrategia y Gestión, Economía y Econometría, y Administración Pública, entre otras. Es una Revista Científica arbitrada, que utiliza el sistema de evaluación externa por expertos (peer-review), bajo metodología de pares ciegos (doble-blind review), conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association (APA). El cumplimiento de este sistema permite garantizar a los autores un proceso de revisión objetivo, imparcial y transparente, lo que facilita a la publicación su inclusión en bases de datos, repositorios e indexaciones internacionales de referencia. «Retos» se encuentra indizada en Scopus, Emerging Sources Citation Index (ESCI) de Web of Science, el catálogo LATINDEX, Sistema Regional de información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, forma parte del Directory of Open Access Journals-DOAJ, pertenece a la Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico, REDIB, Red de Revistas Cientificas de America Latina y el Caribe,España y Portugal, REDALYC, además conforma la Matriz de Información para el Análisis de Revistas, MIAR. La Revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1390-6291) y electrónica (e-ISSN: 1390-8618), en español e inglés, siendo identificado además cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

Domicilio de la publicación: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, casilla postal 2074, Cuenca-Ecuador. Teléfono (+5937) 2050000. Fax: (+5937) 4088958. Correo electrónico: r**evistaretos@ups.edu.ec**

© RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía.
Impreso en Ecuador

Los conceptos expresados en los artículos competen a sus autores. Se permite la reproducción de textos citando la fuente. Los artículos de la presente edición pueden consultarse en la página web de la Universidad.

CONSEJO DE EDITORES

EDITOR JEFE

- Dr. Antonio Sánchez Bayón,Universidad Rey Juan Carlos, España
- MSc. Jorge Cueva Estrada, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

EDITORES ADJUNTOS

- Dra. Priscilla Paredes Floril, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- MSc. Nicolás Sumba Nacipucha, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

COORDINADORES TEMÁTICOS

- Dra. Ana Jiménez-Zarco
- Dr. Asher Rospigliossi
- Dr. Kaiyang Zhong

CONSEJO CIENTÍFICO

- Dr. Michele Bagella, Universidad Tor Vergata, Italia
- Dra. Sofía Vásquez Herrera, UPAEP, México
- Dra. Carmen Marta-Lazo, Universidad de Zaragoza, España
- Dra. Belén Puebla.Martínez, Universidad Rey Juan Carlos, España
- Dra. Judith Cavazos Arroyo, UPAEP, México
- Dr. Ángel Cervera Paz, Universidad de Cádiz, España
- Dra. Cristina Simone, Sapienza Università di Roma, Italia
- Dr. Ebor Fairlie Frisancho, UNMSM, Perú
- Dr. Eduardo Dittmar, EAE Business School, España
- Dr. Geovanny Herrera Enríquez, ESPE, Ecuador
- Dr. Pedro Tito Huamaní, UNMSM, Perú
- Dr. Guillermo Gutiérrez Montoya, Universidad Don Bosco, El Salvador
- Dra. Pilar Marín, Universidad de Huelva, España
- Dra. Gabriela Borges, Universidade Federal Juiz de Fora, Brasil
- Dr. Jairo Lugo-Ocando, Northwestern University, Qatar
- Dr. Tomás López-Gúzman, Universidad de Córdoba, España
- Dra. Patricia Vargas Portillo, CEDEU (URJC), España
- Dr. Alfonso Vargas Sánchez, Universidad de Huelva, España
- Dr. Víctor Manuel Castillo, Universidad de Guadalajara, México
- Dr. Rodrigo Mendieta Muñoz, Universidad de Cuenca, Ecuador
- Dr. Raúl Álvarez Guale, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- Dr. Arul Chib, Nanyang Technological University, Singapur.
- Dr. Qaiser Abbas, Ghazi University, Pakistán
- Dr. Alejandro Valencia-Arias, Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia
- Dra. María Luisa Saavedra García, Universidad Nacional Autónoma de México, Mexico
- Dra. Eva María Andres Esteban, España
- Dra. Luz Alexandra Montoya-Restrepo, Universidad Nacional de Colombia-Medellín
- Dr. Pedro Cuesta-Valiño, Universidad de Alcalá, España
- Dr. Ivan Alonso Montoya-Restrepo, Universidad Nacional de Colombia-Medellín, Colombia
- Dra. Maria Margarita Chiang Vega, Universidad del Bío - Bío, Chile
- Dr. Luis Fernando Garcés-Giraldo, Corporación Universitaria Americana, Colombia

- Dr. Rafael Ravina-Ripol, Universidad de Cádiz, España
- Dra. Anahí Briozzo, Universidad Nacional del Sur (UNS), Argentina
- Dr. Reyner Pérez Campdesuñer, Universidad UTE, Quito, Ecuador
- Dr. Dante Ayaviri Nina, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador
- Dra. Gabith Miriam Quispe Fernandez, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador
- Dr. Roberto Fernández Llera, Universidad de Oviedo, España
- Dr. Jaime Alberto Orozco-Toro, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia
- Dra. Gabriela Ribes-Giner, Universitat Politècnica de València, España
- Dra. Vladislav Spitsin, National Research Tomsk Polytechnic University y Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, Rusia
- Dr. Fernando J. Garrigos-Simón, Universitat Politècnica de València, España
- Dr. Fernando Moreno-Brieva, Universidad Rey Juan Carlos, España

CONSEJO EDITORIAL INSTITUCIONAL UPS

CONSEJO DE PUBLICACIONES

- Dr. Juan Cárdenas Tapia, sdb (Presidente)
- Dr. Ángel Torres-Toukoumidis (Editor General y Editor Universitas)
- MSc. Jorge Cueva Estrada (Editor de Retos)
- Dr. José Juncosa Blasco (Abya-Yala)
- Dr. Jaime Padilla Verdugo (Editor de Alteridad)
- Dra. Floralba Aguilar Gordón (Editora de Sophia)
- Dr. John Calle Sigüencia (Editor de Ingenius)
- Dra. Sheila Serrano Vicenti (Editora de La Granja)
- Dra. Paola Ingavélez Guerra (Editora Revista Cátedra Unesco)
- MSc. David Armendáriz González (Editor Web)
- Dra. Betty Rodas Soto (Editora de Utopía)
- MSc. Mónica Ruiz Vásquez (Editora del Noti-Ups)

CONSEJO TÉCNICO

- María José Cabrera Coronel (Técnica Marcalyc)
- Lcdo. Christian Arpi (Coordinador Community Managers)
- Lcda. Kenya Carbo (Community Manager)

SERVICIO DE PUBLICACIONES

- Hernán Hermosa (Coordinación General)
- Marco Gutiérrez (Soporte OJS)
- Paulina Torres (Edición)
- Raysa Andrade (Maquetación)
- Martha Vinueza (Maquetación)
- Juan Pablo Torres (Maquetación)

TRADUCTORA

- Adriana Curiel

EDITORIAL

Editorial Abya-Yala (Quito-Ecuador)

Avenida 12 de octubre N422 y Wilson, Bloque A, UPS Quito, Ecuador.

Teléfonos: (593-2) 3962800 ext. 2638

Correo electrónico: editorial@abyayala.org.ec

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DEL ECUADOR

Juan Cárdenas, sdb
Rector

© Universidad Politécnica Salesiana

Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja
Cuenca, Ecuador.
Teléfono: (+593 7) 2 050 000
E-mail: srector@ups.edu.ec

Dirigirse a:
Secretaría Técnica de Comunicación y Cultura
Universidad Politécnica Salesiana
Av. Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja
Cuenca, Ecuador.
PBX: (+593 7) 2 050 000 - Ext. 1182
Correo electrónico: revistaretos@ups.edu.ec
www.ups.edu.ec
Cuenca - Ecuador

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

Año XV, Número 29, abril-septiembre 2025
ISSN impreso: 1390-6291 / ISSN electrónico: 1390-8618

La Administración de RETOS se realiza a través de los siguientes parámetros:

La revista utiliza el sistema anti plagio académico Crossref Similarity Check

Los artículos cuentan con código de identificación *(Digital Object Identifier)*

El proceso editorial se gestiona a través del OJS Open Journal Systems *Open Journal System*

Es una publicación de acceso abierto *(Open Access) con licencia Creative Commons*

Las políticas *copyright* y de uso post print, se encuentran publicadas en el Repositorio de Políticas de Autoarchivo *SHERPA/ROMEO*.

Los artículos de la presente edición pueden consultarse en: http://revistas.ups.edu.ec/index.php/retos

ABYA YALA | UPS

ECUADOR SALESIANOS DON BOSCO

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 9-27
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.01

Aceptación de la Inteligencia Artificial Generativa en la industria creativa: el rol del modelo UTAUT, reconocimiento y la confianza de marca en su adopción

Acceptance of Generative AI in the creative industry: the role of UTAUT, brand recognition and trust in adoption

Dominika Weglarz
Candidata a doctora en la Universidad Oberta de Cataluña, España
dweglarz@uoc.edu
https://orcid.org/0009-0000-0248-676X

Cintia Pla-Garcia
Profesora e investigadora de la Universidad Oberta de Cataluña, España
cplag@uoc.edu
https://orcid.org/0000-0001-7276-6257

Ana Isabel Jiménez-Zarco
Profesora e investigadora en la Universidad Oberta de Cataluña, España
ajimenezz@uoc.edu
https://orcid.org/0000-0002-8980-6814

Recibido: 04/01/25 **Revisado:** 27/01/25 **Aprobado:** 17/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: el estudio explora los factores que influyen en la adopción de la inteligencia artificial (IA Gen) en la industria creativa, tomando como referencia la Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT), y la teoría del capital de marca. Numerosos estudios han demostrado la capacidad explicativa del modelo UTAUT en la adopción tecnológica en diferentes sectores; sin embargo, no se había analizado cómo el capital de marca, especialmente el conocimiento y la confianza influye a la adopción de la Inteligencia Artificial Generativa. El capital de la marca es especialmente relevante en la industria creativa, donde el bajo conocimiento tecnológico hace que la marca de IA sea una fuente clave de información e influencia en la toma de decisiones. Una muestra de 208 profesionales creativos de EE. UU. y España validó el modelo propuesto utilizando PLS-SEM. Los resultados indican que la expectativa de rendimiento, las condiciones facilitadoras y la confianza en la marca influyen positivamente en la intención de uso de la IA Generativa, mientras que el reconocimiento de marca tiene un efecto negativo. La influencia social y la expectativa de esfuerzo no presentaron resultados estadísticamente significativos. El modelo explica el 67 % de la varianza en la intención de uso ($R^2 = 0.679$), indicando un alto poder predictivo. Se destaca la importancia del desempeño, soportes accesibles y confianza en la marca, abordando los desafíos de la percepción y reconocimiento de marca.

Palabras clave: Inteligencia Artificial Generativa, UTAUT, reconocimiento, confianza, industrias creativas, Adobe, capital de marca, adopción de tecnología.

Cómo citar: Weglarz, D., Pla-Garcia, C. y Jiménez-Zarco, A. I. (2025). Aceptación de la Inteligencia Artificial Generativa en la industria creativa: el rol del modelo UTAUT, reconocimiento y la confianza de marca en su adopción. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 9-27. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.01

Abstract: this study explores the factors influencing the adoption of Generative AI in the creative industry, focusing on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) factors: performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, social influence, and consumer-based brand equity factors: brand recognition and brand trust. While previous research has emphasized the importance of UTAUT constructs in technology adoption, the influence of brand equity factors remains underexplored. This study bridges this gap and provides insights to enhance adoption strategies. Standardized questionnaires were used, incorporating UTAUT constructs and brand-related variables such as Brand Recognition and Brand Trust. A sample of 208 creative professionals from the US and Spain validated the proposed model using PLS-SEM. Results reveal that performance expectancy, facilitating conditions, and brand trust positively influence the behavioral intention to use Generative AI tools, while brand recognition negatively influences behavioral intention. Social influence and effort expectancy did not present statistically significant results. The model explains 67 % of the variance in behavioral intention ($R^2 = 0.679$), indicating strong predictive power. These insights contribute to developing effective adoption strategies for Generative AI in the creative industry.

Keywords: Generative artificial intelligence, UTAUT, recognition, trust, creative industries, Adobe, brand equity, technology adoption.

Introducción

En la actualidad, la industria creativa se caracteriza por los rápidos cambios que se han producido a raíz de la revolución digital. La creciente interacción del sector creativo con las tecnologías ha dado lugar a nuevas formas de expresión artística (Abbasi *et al*., 2017). A través de la Inteligencia Artificial Generativa (IA Gen) estamos experimentando avances transformadores, permitiendo niveles sin precedentes de eficiencia y creatividad. Por lo tanto, se necesita comprender los criterios de adopción entre los profesionales para el éxito de esta innovación, especialmente en aquellas industrias que la utilizan en su día a día.

El sector creativo se basa en la originalidad y la producción de ideas imaginativas, que requieren la participación humana. IA Gen se está utilizando en flujos de trabajo creativos, ofreciendo beneficios potenciales en la productividad y la eficiencia de tiempo (Vinchon *et al*., 2023). El creciente rol de la IA Gen ha impulsado una agenda de investigación para explorar su impacto en la fuerza de trabajo creativa. Aunque somos testigos del crecimiento de la generación de la IA Gen en 2024, una de las primeras tomas en el despliegue de esta en el sector creativo tuvo lugar en 2016. Se creó el Next Rembrandt, y se produjo la pintura impresa tridimensional solamente basada en datos de entrenamiento de la cartera de Rembrandt.

Figura 1
El Next Rembrandt

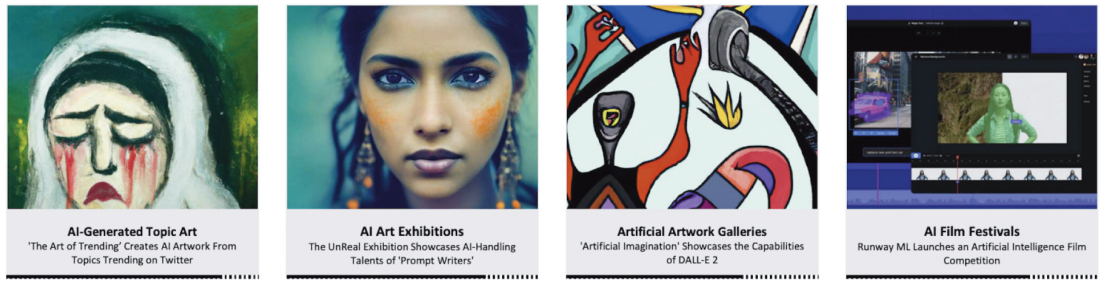
Nota. Wunderman Thompson, 2016.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

La adopción de la IA Gen ha aumentado exponencialmente desde el lanzamiento del Next Rembrandt. Esto se demuestra al usar el arte de la IA Gen como una nueva disciplina. Con el auge de las artes generadas por la IA Gen, las galerías y los curadores se están adaptando rápidamente. Por ejemplo, The UnReal Exhibition, parte de NSDM Fuse en Ámsterdam muestra una amplia variedad de arte realizada en IA Gen y de escritores artistas, explorando los límites de la creatividad y la última tecnología. En diciembre de 2023 se inauguró en Nueva York otra galería de arte de IA Gen. Artechouse- World of AI-Imagination es una exposición de arte que combina la creatividad humana y los gráficos computacionales de IA Gen de vanguardia (Artechouse, 2023). La exposición Artechouse está construida sobre la base del hardware NVIDIA y su herramienta generativa de IA. Estas exposiciones son una forma de mostrar el potencial de la IA Gen en la industria creativa y dominar sus capacidades, porque esta se está convirtiendo en una parte integral del proceso artístico (Smith, 2022). Cumplen los deseos de nuevas formas de arte, a la par que proporcionan una discusión reflexiva sobre la producción de arte y el significado de la creatividad, brindando una nueva percepción de utilizar la generación de inteligencia artificial como una herramienta creativa en la era del arte digital (Smith, 2022). La comunidad creativa adopta la IA Gen de muchas maneras, desde la creación de contenido hasta la racionalización de las tareas.

Figura 2

Ejemplos de exposiciones de arte de IA Gen



Nota. Smith, 2022.

Figura 3

Artechouse-World of AI-Imagination, Nueva York, 2023

A medida que los profesionales de las industrias creativas aprovechan la IA Gen para agilizar las tareas y mejorar su trabajo, su uso va en aumento (Sánchez, 2023). La investigación sugiere que la IA Gen podría automatizar hasta el 26 % de las funciones en los sectores de artes, diseño, entretenimiento, medios y deportes (Hatzius *et al*., 2023). De igual manera, otros hallazgos indican que el 75 % de los profesionales creativos consideran a la IA Gen útil para tareas como la edición de imágenes y la búsqueda, enfatizando su papel como facilitador más que como creador (Anantrasirichai y Bull, 2022). Desde el lanzamiento de ChatGPT, IA Gen ha permitido la creación de contenido original utilizando mensajes de lenguaje natural y ha ganado rápido protagonismo debido a sus interfaces fáciles de usar (Chui, 2023; Anantrasirichai y Bull, 2020).

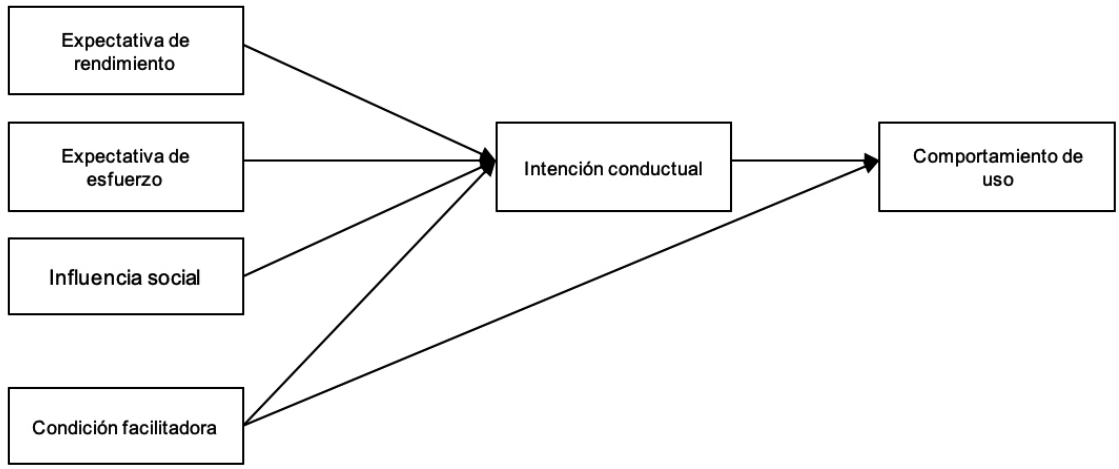
Sin embargo, surgen preocupaciones éticas en medio de la creciente adopción. Estas tienen sus raíces en la originalidad, la autoría y el potencial para el desplazamiento laboral. A medida que los sistemas de IA Gen producen cada vez más trabajos creativos, surgen preguntas con respecto a la propiedad y pueden conducir a dilemas éticos y al rechazo de la tecnología (Chen, 2024; Caporusso, 2023). Por lo que se necesita abordar estas preocupaciones para fomentar la adopción.

El modelo de Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT) se ha convertido en un marco útil para comprender y predecir la adopción de esta tecnología (Yin *et al*., 2023, Menon y Shilpa, 2023, Cabrera-Sánchez, 2021). El modelo UTAUT integra ocho teorías fundacionales, incluyendo el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), la Teoría de Acción Razonada (TRA) y la Teoría de Difusión de Innovación (IDT). UTAUT considera cuatro factores clave; expectativa de desempeño (PE), expectativa de esfuerzo (EE), influencia social (SI) y condiciones facilitadoras (FC) (Venkatesh *et al*., 2003).

Según este modelo, la PE = expectativa de desempeño representa las percepciones de los individuos sobre los beneficios y la utilidad que esperan obtener del uso de la nueva tecnología; expectativa de esfuerzo (EE) se define como el grado de facilidad asociado con el uso de la nueva tecnología; SI= influencia social es el grado en que un individuo percibe que otros importantes creen que debería utilizar la última tecnología; y condiciones facilitadoras (FC) es el grado en que un individuo cree que existe infraestructura tecnológica para apoyar el uso de la nueva tecnología (Venkatesh *et al*., 2003). En la figura 4 se presenta el modelo UTAUT original.

Figura 4

Modelo de la teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología



Nota. Venkatesh *et al*., 2003.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

UTAUT se ha utilizado para examinar la adopción de la IA Gen en varias industrias, como la salud y la seguridad (De Almeida *et al*., 2023), los servicios financieros (Jiang *et al*., 2024) y, por último, las industrias creativas (Yin *et al*., 2023, Menon y Shilpa, 2023). Los resultados resaltan la expectativa de desempeño, la expectativa de esfuerzo y la influencia social como predictores significativos del uso de la IA Gen, sin un impacto importante de condiciones facilitadoras (Yin *et al*., 2023; Menon y Shilpa, 2023; Cabrera-Sánchez, 2021). A pesar de sus beneficios, las limitaciones de esta tecnología, como la falta de autenticidad y de contacto personal, siguen siendo motivo de preocupación para los usuarios de la industria creativa (Wang *et al*., 2023).

Sin embargo, la mayoría de los profesionales creativos ven a la IA Gen como una herramienta para complementar sus habilidades en lugar de reemplazarlas, subrayando la importancia de fomentar el entendimiento y la aceptación (Yin *et al*., 2023). Yin *et al*. (2023) aplicaron el modelo UTAUT2, incorporando motivación hedónica, valor de precio y hábito, mientras que Zhang (2020) se centró en la música, examinando factores como la expectativa de rendimiento, la expectativa de esfuerzo, la influencia social, la innovación individual y el valor percibido. En particular, Zhang encontró que la innovación percibida tuvo el mayor impacto en la adopción de la música por IA Gen, seguida por la expectativa de rendimiento y la expectativa de esfuerzo. Sin embargo, estos hallazgos están limitados geográficamente y no proporcionan ideas universales. La industria creativa en las culturas occidentales puede demostrar patrones distintos influenciados por el individualismo, la autonomía creativa y las actitudes diferentes hacia las tecnologías emergentes (Cabrera-Sánchez, 2021).

Como se indicó en la investigación anterior, la intención conductual, que determina la aceptación del uso de IA Gen, puede atribuirse fuertemente a la expectativa de desempeño (Maican *et al*., 2023, Menon y Shilpa, 2023, Cabrera-Sánchez, 2021), la expectativa de esfuerzo (Zhang, 2020, Menon y Shilpa, 2023), la condición facilitadora (Menon y Shilpa, 2023), y la influencia social (Maican *et al*., 2023, Menon y Shilpa, 2023). La investigación mostró que el impacto de la expectativa de esfuerzo es más notable en casos de baja creatividad (Maican *et al*., 2023). Si bien estos estudios mejoran el marco UTAUT incorporando variables como la confianza de los usuarios y las respuestas emocionales, pasan por alto factores adicionales que podrían apoyar a los usuarios en industrias caracterizadas por una experiencia tecnológica limitada.

Las industrias creativas a menudo carecen de un buen conocimiento de la innovación, diferentes niveles de madurez y falta de habilidades, lo que presenta una barrera para el rápido uso de la tecnología (Abbasi *et al*., 2017). Esta brecha requiere depender de diferentes maneras de asegurar la calidad. En industrias con conocimientos tecnológicos limitados, la equidad de marca basada en el consumidor es un sustituto de la evaluación directa de la calidad. La confianza que proporcionan los factores de marca apoya la toma de decisiones y reduce la incertidumbre (Abbasi *et al*., 2017). El reconocimiento y la confianza de la marca son componentes esenciales de la equidad de la marca basada en el consumidor, que modela el comportamiento del consumidor a lo largo del recorrido del consumidor. El reconocimiento de marca se refiere a la capacidad de los consumidores para recordar o identificar una marca dentro de una categoría de producto y progresa en tres etapas: reconocimiento (conciencia asistida), recuerdo (conciencia no asistida) y parte superior de la mente (opción preferida) (Kathuria *et al*., 2018). El fuerte reconocimiento de la marca es crucial en las primeras etapas del viaje del consumidor, donde garantiza la inclusión de la marca en los conjuntos de consideración durante las fases de reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información y evaluación (García y Yábar, 2023). El alto reconocimiento facilita la toma de decisiones, fomenta la lealtad y aumenta las intenciones de compra (Izza *et al*., 2024; Rubio *et al*., 2014). La confianza en la marca se basa en el reconocimiento, lo que representa la confianza en la capacidad de una marca para cumplir sus promesas y cumplir sus expectativas (García y Yábar, 2023). La confianza modera la percepción del riesgo, promueve el compromiso del cliente y profundiza las conexiones emocionales con una marca (Hess y Story, 2005). La confianza

es necesaria en las industrias basadas en servicios, donde las evaluaciones emocionales y las repetidas interacciones positivas impulsan las relaciones a largo plazo (Bowden, 2014). Tanto el reconocimiento como la confianza impactan en el uso de la marca. El reconocimiento simplifica las decisiones, creando familiaridad y asociaciones positivas (Rios y Riquelme, 2010). La confianza refuerza la lealtad alineando los valores de marca con los valores de los consumidores, fomentando el compromiso y reduciendo los riesgos percibidos (Roets *et al*., 2014).

Este estudio busca abordar la brecha de investigación mediante la investigación del papel de los factores relacionados con la marca en la configuración de la aceptación de la IA Gen entre los individuos en las industrias creativas, para mejorar la garantía de calidad en sectores con conocimientos tecnológicos limitados. Esta investigación se basa en el modelo UTAUT porque su validez ha sido comprobada en entornos profesionales y empresariales (Chatterjee *et al*., 2021; Zhang, 2020). Su objetivo es abordar esta brecha explorando cómo los factores de equidad de marca interactúan con los constructos UTAUT establecidos para dar forma al comportamiento del usuario y ayudar a los profesionales creativos a adaptar la IA Gen de forma efectiva.

Materiales y métodos

Modelo teórico e hipótesis

Con base en las preguntas de investigación se establecieron los siguientes modelos teóricos e hipótesis para el estudio:

Expectativa de rendimiento

La expectativa de rendimiento es el grado en el que un individuo que trabaja en la industria creativa cree que las herramientas de texto a imagen de la generación de inteligencia artificial le ayudarán a obtener mejoras en el rendimiento laboral. Las herramientas de la IA Gen pueden afectar significativamente a los flujos de trabajo al automatizar tareas repetitivas y permitir la creación de contenido o ideación. Estudios previos mostraron que la expectativa de desempeño predice significativamente la intención conductual de usar la IA Gen (Maican *et al*., 2023; Menon y Shilpa, 2023; Cabrera-Sánchez, 2021). Las personas esperan que el uso de la tecnología de la IA Gen mejore su rendimiento laboral (Yin *et al*., 2023). Por lo tanto, la hipótesis se estructura de la siguiente manera:

> H1: La expectativa de rendimiento influye positivamente en el aumento de la intención del uso de las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa de imágenes a partir de texto.

Expectativa de esfuerzo

La expectativa de esfuerzo es el grado de facilidad asociado con el uso de herramientas de texto a imagen de IA Gen por parte de individuos que trabajan en la industria creativa. Las herramientas de IA Gen, aunque pueden mejorar la eficacia del trabajo, requieren interfaces fáciles de usar y un uso intuitivo para lograr la adaptación entre los nuevos usuarios. Estudios previos confirman que la expectativa de esfuerzo impacta positivamente en la intención conductual, especialmente en campos donde interfaces complejas o no intuitivas pueden disuadir el uso regular (Chuyen y Vinh, 2023). Creemos que los profesionales de la industria creativa prefieren herramientas con un esfuerzo educativo minimizado (Bravo *et al*., 2020). La facilidad de uso de una nueva herramienta reduce las barreras a la adopción, haciendo de la expectativa de esfuerzo un importante predictor en sectores dinámicos, como la industria creativa (Zhang, 2020; Menon y Shilpa, 2023). Por lo tanto, la hipótesis se estructura de la siguiente manera:

> H2: La expectativa de esfuerzo influye positivamente en el aumento de la intención del uso de las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa de imágenes a partir de texto.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Influencia social

La influencia social es el grado en que un individuo que trabaja en la industria creativa percibe que la gente importante cree que él o ella debe usar las herramientas de texto a imagen de la IA Gen. Los profesionales creativos pueden confiar en las opiniones externas de los clientes, compañeros de trabajo o líderes de la industria. Los estudios sobre la adopción de IA Gen en la industria del diseño demostraron que es probable que los individuos adopten dichas tecnologías si perciben que sus pares o líderes influyentes respaldan su uso (Chuyen y Vinh, 2023). Además, otros estudios encontraron que los profesionales de la industria musical a menudo adoptan herramientas de la IA Gen basadas en tendencias a nivel industrial, reflejando el impacto de la influencia social en la adopción de la IA Gen (Maican *et al*., 2023). Por lo tanto, la hipótesis se estructura de la siguiente manera:

> H3: La influencia social influye positivamente en el incremento la intención del uso de las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa de imágenes a partir de texto.

Condición facilitadora

La condición facilitadora es el grado en que una persona que trabaja en la industria creativa cree que la infraestructura técnica de la organización existe para apoyar el uso de herramientas de texto a imagen de la generación de inteligencia artificial, y comprende el apoyo organizativo, de capacitación y técnico disponible para el usuario. Se ha demostrado que la condición facilitadora mejora las estrategias que promueven la aceptación de IA Gen (Menon y Shilpa, 2023). La disponibilidad de un entrenamiento y aprendizaje robusto impacta positivamente en la confianza del usuario, lo que indica que facilitar la condición es un predictor de uso de la IA Gen (Chuyen y Vinh, 2023). Por lo tanto, la hipótesis se estructura de la siguiente manera:

> H4: Facilitar la condición influye positivamente en el aumento de la intención del uso de las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa de imágenes a partir de texto.

Reconocimiento de marca

El reconocimiento de marca es la capacidad de las personas que trabajan en la industria creativa de recordar la marca en una categoría de servicios de texto a imagen de la generación de IA Gen. El reconocimiento de marca es el primer paso en el camino del consumidor y la decisión de empezar a usar un producto (Sasmita y Suki, 2015). Además, los consumidores prefieren utilizar solo marcas reconocidas con un buen historial de rendimiento (Kathuria *et al*., 2018). Por lo tanto, la hipótesis se estructura de la siguiente manera:

> H5: Cuanto más reconocida la marca de la Inteligencia Artificial Generativa de imágenes a partir de texto, más influencia positiva en la intención de uso tiene.

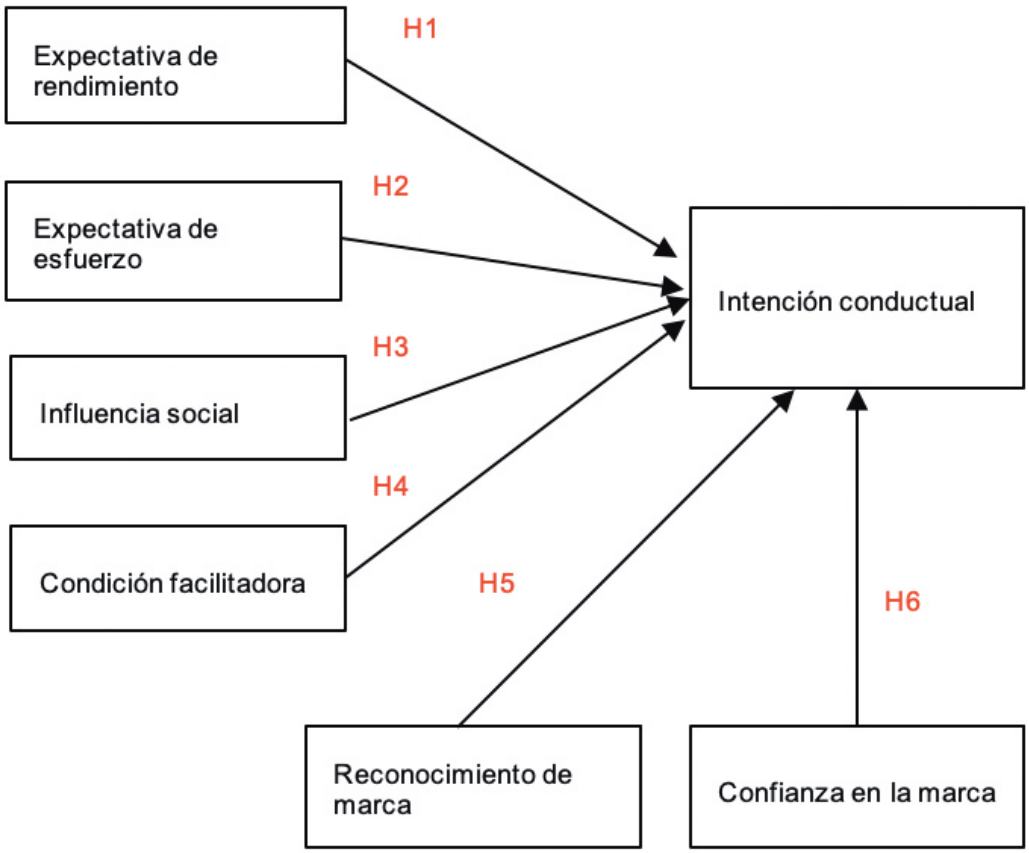
Confianza en la marca

La confianza en la marca es la confianza que las personas que trabajan en la industria creativa tienen en la capacidad de la marca para cumplir sus promesas. En estudios anteriores vimos que la confianza en la capacidad de la herramienta de IA Gen para proporcionar el mejor rendimiento de la tarea y la confianza en el cumplimiento de la promesa de servicio son predictores de la adopción de IA Gen (Cabrera-Sánchez, 2021). Además, la satisfacción y la calidad del servicio impactan positivamente en la adopción del servicio de IA Gen (Chatterjee *et al*., 2021). Por lo tanto, la hipótesis se estructura de la siguiente manera:

> H6: Cuanto más confiable la marca de la Inteligencia Artificial Generativa de imágenes a partir de texto, más influencia positiva en la intención de uso tiene.

Nuestro modelo teórico se presenta en la figura 5:

Figura 5
Modelo teórico e hipótesis



Recopilación de datos

Las hipótesis se validaron utilizando el cuestionario estandarizado Qualtrics, adoptando los ítems sugeridos por Venkatesh *et al*. (2012) en aceptación y uso de la tecnología de la información por parte del consumidor: ampliar la teoría unificada de aceptación y uso de la tecnología. Además, se introdujeron dos variables relacionadas con la marca: reconocimiento de marca y confianza de marca, adoptando elementos sugeridos por Wang *et al*. (2008), en "Global brand equity model: combinar enfoques basados en el cliente con enfoques de resultados del mercado de productos".

La plataforma de texto a imagen de Adobe Firefly se especificó como el tema para las variables de equidad de marca basadas en el consumidor. El cuestionario constaba de dos secciones: Sociodemográficos (género, edad, lugar de residencia, perfil creativo-ocupacional, experiencia con la IA Gen y factores que influyen en la intención de uso; ítems seleccionados para constructos de expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, influencia social, condiciones facilitadoras, reconocimiento de marca, confianza de marca.

Cada constructo constaba de cinco ítems, adaptados de las escalas originales mencionadas anteriormente. No se realizó ninguna prueba previa, ya que estos ítems han sido ampliamente utilizados y adaptados por otros investigadores. Los encuestados evaluaron cada variable utilizando una escala Likert de 7 puntos (1: "Totalmente en desacuerdo" a 7: "Totalmente de acuerdo"). El estudio se centró en una muestra de personas que trabajan en la industria creativa en Estados

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Unidos y España. El cuestionario se distribuyó a través de comunidades creativas en línea utilizando un enlace de encuesta. La muestra fue extraída al azar de un colectivo creativo de profesionales en publicidad, marketing y otras industrias creativas. Esta selección aleatoria tuvo como objetivo minimizar el sesgo y mejorar la generalización de los resultados. Después de las condiciones de Westland (2010) y Soper (2024) para realizar PLS-SEM se recogieron un total de 224 respuestas y 208 fueron respuestas completas y válidas. Este número de respuestas nos proporciona un tamaño de muestra superior al mínimo requerido para la estructura del modelo y el margen de error es inferior al 5 % deseado.

Resultados y discusión

Análisis de datos

En primer lugar, se analizaron las estadísticas descriptivas de la muestra. La muestra total de 224 presenta las siguientes características en la tabla 1. De la muestra total, 208 fueron respuestas válidas que sirven de base para el análisis del modelo de medición.

Tabla 1
Descripción de la muestra

	Muestra	%
Edad		
Menos de 35	103	46
Mayor de 35	121	54
Género		
Femenino	93	41,5
Masculino	130	58
Prefiero no decir	1	0,5
Lugar de residencia		
España	104	46,5
USA	104	46,5
Otros	16	7
Experiencia con IA Gen		
Sí	138	62
No	86	38
Experiencia con IA Gen Texto a imagen		
Sí	88	39
No	136	61

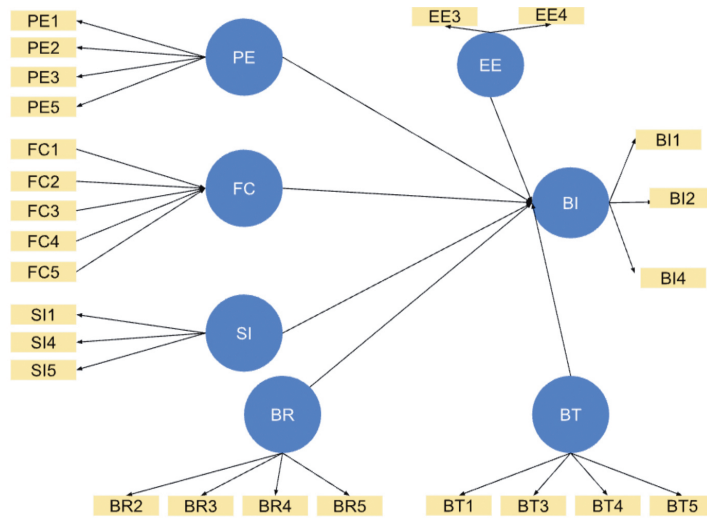
Para validar el modelo propuesto, los datos se sometieron a análisis mediante el método de mínimos cuadrados parciales (PLS), que permite el análisis de relaciones complejas entre variables y las pone en práctica (Hair *et al*., 2017). Los datos se analizaron con el software SmartPLS 4.0. El análisis de los datos se estructuró en dos fases clave: la evaluación del modelo de medición y el análisis del modelo estructural.

En la primera fase, se evaluó la fiabilidad y validez del modelo de medición, calculando el alfa de Cronbach (α), la fiabilidad compuesta (CR) y la varianza media extraída (AVE). Se examinaron las cargas factoriales (λ) para determinar la fiabilidad individual del ítem, y se evaluó la validez discriminante utilizando el criterio de Fornell-Larcker, asegurando que la raíz cuadrada del AVE de un constructo supera sus correlaciones con otros constructos (Hair *et al*., 2017). Adicionalmente, se analizó la validez individual de la condición formativa facilitadora de constructos. Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura para asegurar la validez de la condición facilitadora como un constructo formativo. Los estudios que aplican UTAUT en áreas como la educación, la banca móvil y las bibliotecas digitales destacan sistemáticamente que la condición facilitadora refleja factores habilitantes distintos (por ejemplo, apoyo técnico y organizativo), lo que justifica una especificación formativa (Sanmukhiya, 2020, Handayani, 2023). El valor de la validez convergente en el estudio de Sanmukhiya confirma que las condiciones facilitadoras se miden efectivamente como un constructo formativo (Sanmukhiya, 2020). Se evaluó la multicolinealidad utilizando el Factor de Inflación de Varianza (VIF), con valores por debajo del umbral recomendado de 3 (Hair *et al*., 2019). Luego se evaluaron los pesos exteriores y las cargas para medir la contribución de cada indicador al constructo latente. Finalmente, la validez discriminante se verificó utilizando la ratio HTMT. En la segunda fase, se analizó el modelo estructural utilizando la técnica de *bootstrapping* para probar las hipótesis propuestas. Esto incluyó estimar la significancia de las relaciones variables a través de las estadísticas t, los valores p y los coeficientes de ruta (β), lo que llevó a las conclusiones del estudio.

Evaluación del modelo de medición

En primer lugar, se evaluó la validez de todos los elementos individuales del modelo original. Las cargas externas deberían ser idealmente de 0,708 o más (Bagozzi y Yi, 1988; Hair *et al*., 2019). Esto indica que el indicador explica al menos el 50 % de la varianza en el constructo (desde $0{,}708^2 \approx 0{,}50$). Utilizamos el modelo teórico para validar el modelo de medición a través de PLS-SEM, centrándonos en evaluar todas las variables latentes para su fiabilidad y validez. Una vez validado, ajustamos nuestro modelo de medición mostrado en la figura 6.

Figura 6
Modelo de medición



© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Como se muestra en la tabla 2, se determinó la validez de los distintos elementos. Todas las cargas externas para constructos reflectantes PE, EE, SI, BR, BT y BI están muy por encima de 0,708, lo que sugiere niveles suficientes de confiabilidad del indicador. Solo las cargas externas para FC no cumplen los criterios, porque es un constructo formativo. La fiabilidad del compuesto, que indica la consistencia interna, se consideró aceptable con todas las cargas de construcción que superan el umbral de 0,7. La validez convergente, que asegura que los indicadores miden el mismo concepto, se evaluó usando el método AVE. Siguiendo los criterios de Fornell y Larcker de un valor mínimo de AVE de 0,5, todos los constructos superan este umbral, lo que indica que cada constructo explica al menos el 50 % de la varianza en sus indicadores, demostrada en la tabla 2.

Tabla 2

Información general sobre la fiabilidad y validez de constructos

		Carga externa	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta (rho_a)	Fiabilidad compuesta (rho_c)	AVE
PE	PE1	0,908	0,905	0,917	0,906	0,709
	PE2	0,842				
	PE3	0,900				
	PE5	0,877				
EE	EE3	0,899	0,775	0,776	0,775	0,633
	EE4	0,908				
SI	SI1	0,820	0,768	0,786	0,760	0,520
	SI4	0,827				
	SI5	0,824				
BR	BR2	0,863	0,919	0,933	0,917	0,738
	BR3	0,909				
	BR4	0,892				
	BR5	0,920				
BT	BT1	0,880	0,906	0,914	0,902	0,700
	BT3	0,874				
	BT4	0,873				
	BT5	0,902				
BI	BI1	0,909	0,872	0,876	0,874	0,698
	BI2	0,914				
	BI4	0,854				

Se realizó una prueba de validez discriminante utilizando el criterio de Fornell-Larcker y la relación heterotrait-Monotrait. La tabla 3 muestra los resultados, en particular, las correlaciones entre los constructos son inferiores a la raíz cuadrada del EAV, lo que indica que cada constructo comparte más varianza con sus indicadores que con cualquier otro constructo del modelo. En consecuencia, los seis constructos reflectivos presentan una fuerte consistencia interna y validez convergente.

Tabla 3
Validez discriminante- Criterio Fornell-Larcker y ratio Heterotrait-Monotrait (HTMT)

	Criterio de Fornell-Larcker					Ratio heterotrait-monotrait (HTMT)					
	PE	**EE**	**SI**	**BR**	**BT**	**PE**	**EE**	**SI**	**BR**	**BT**	**BI**
PE	0,842										
EE	0,637	0,795				0,639					
SI	0,711	0,517	0,721			0,713	0,515				
BR	0,324	0,340	0,474	0,859		0,332	0,332	0,494			
BT	0,337	0,287	0,512	0,809	0,837	0,347	0,285	0,532	0,827		
BI	0,892	0,613	0,679	0,290	0,384	0,890	0,612	0,669	0,288	0,382	

La evaluación del constructo formativo comenzó evaluando la multicolinealidad para la variable FC utilizando la FIV, con valores por debajo del umbral recomendado de 3 (Hair *et al.*, 2019), confirmando que no existen problemas críticos de multicolinealidad como se demuestra en la tabla 4. Luego se evaluaron los pesos y las cargas externas para medir la contribución de cada indicador al constructo latente. Mientras que 4 de 5 indicadores mostraron fuertes contribuciones (cargas > 0.5), la FC1 mostró baja contribución, pero se mantuvo por importancia conceptual. El *bootstrapping* confirmó que cuatro indicadores fueron estadísticamente significativos ($p < 0,05$).

Tabla 4
Evaluación de la multipolinealidad VIF

	VIF
FC1	1,022
FC2	1,314
FC3	1,280
FC4	1,223
FC5	1,127

Por último, se verificó la validez discriminante utilizando el ratio HTMT que se situó dentro de los umbrales aceptables, validando el constructo como se muestra en la tabla 5.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 5
Ratio Heterotrait-Monotrait

	01.PE	02.EE	03.SI	04.FC	05.BR	06.BT	08.BI
01.PE							
02.EE	0,639						
03.SI	0,713	0,515					
04.FC	0,577	0,620	0,509				
05.BR	0,332	0,332	0,494	0,333			
06.BT	0,347	0,285	0,532	0,377	0,827		
08.BI	0,890	0,612	0,669	0,608	0,288	0,382	

Evaluación del modelo estructural

El modelo se evaluó mediante la obtención de los coeficientes de trayectoria, valores de p, valores de T, coeficiente de determinación (R2) y relevancia predictiva (Q2). Los coeficientes de ruta de la expectativa de rendimiento y la intención del uso de las herramientas de la inteligencia artificial generativa (H1), la condición de facilitación y la intención del uso de las herramientas de la inteligencia artificial generativa(H4), el reconocimiento de marca y la intención del uso de las herramientas de la inteligencia artificial generativa (H5), y la confianza de marca y la intención del uso de las herramienta de la inteligencia artificial generativa (H6) fueron 0,638, 0,137, -0,134, 0,147 con valores de p 0,01; 0,019 y 0,017, respectivamente. En la tabla 6 se presentan los coeficientes de trayectoria junto con sus correspondientes valores de p. Cuatro coeficientes de ruta son estadísticamente significativos de las seis relaciones hipotéticas, lo que respalda cuatro de las seis hipótesis propuestas.

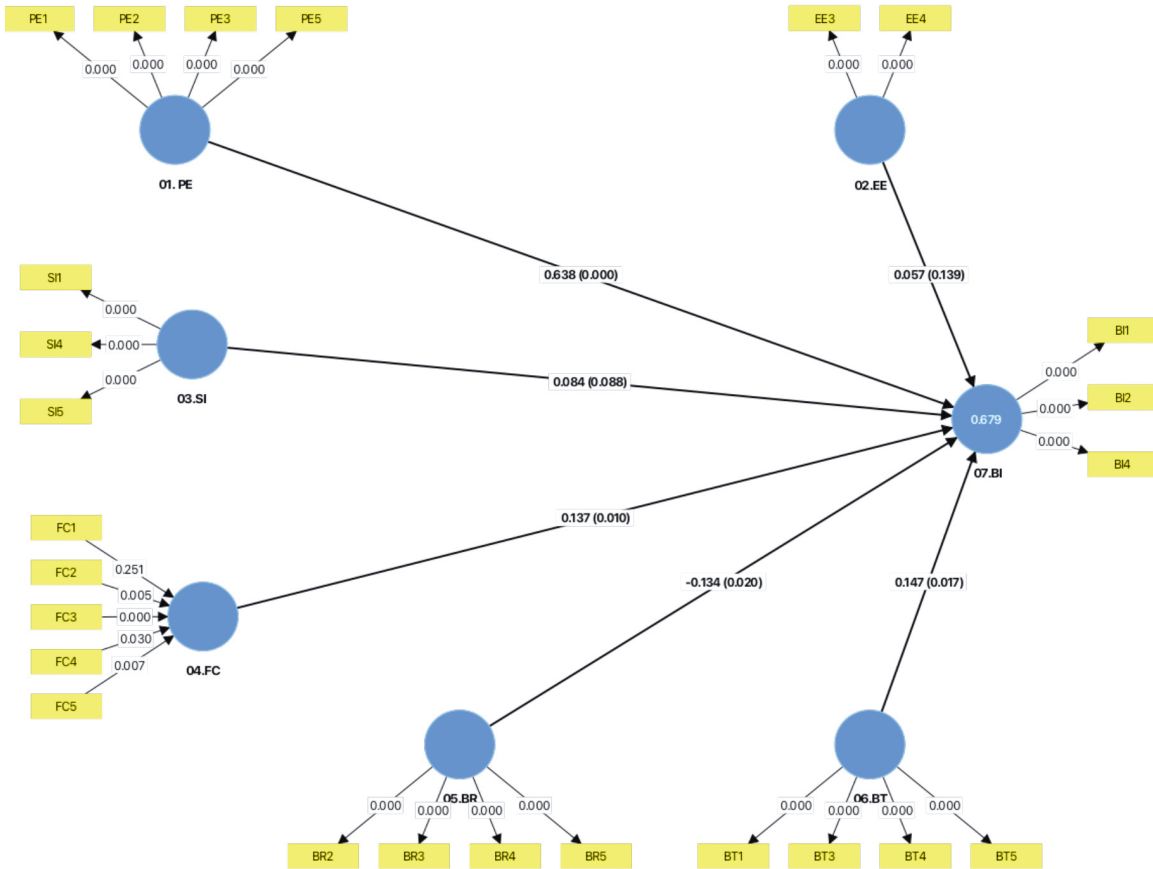
Tabla 6
Coeficientes de trayectoria

	Modelo R^2=0,679 (67%) Modelo Q^2 = 0,649 (64%)		
	Coeficiente de ruta	**Valores P**	**Soporte**
H1: PE ->BI	0,638	0,000	H1 aceptado
H2.EE -> BI	0,057	0,139	H2 rechazado
H3 SI ->BI	0,084	0,088	H3 rechazado
H4 FC ->BI	0,137	0,010	H4 aceptado
H5. BR ->BI	-0,134	0,020	H5 parcialmente aceptado
H6.BT ->BI	0,147	0,017	H6 aceptado

Como se indica en la tabla 6 (R^2), el modelo representa el 67 % de la varianza en la intención de comportamiento de usar servicios de texto a imagen de la IA Gen en industrias creativas, impulsado por los factores de esperanza de rendimiento, condición de facilitación, reconocimiento de marca y confianza de marca. La expectativa de rendimiento se identifica como el predictor más fuerte (= 0,638, $p < 0,001$). De acuerdo con los umbrales establecidos para la varianza explicada, este efecto puede clasificarse como moderado, lo que sugiere que el modelo proporciona una explicación de la variación en las intenciones de los usuarios de adoptar la tecnología.

Figura 7

Modelo estructural final con coeficientes de trayectoria, valores p y cuadrado R



El valor Q^2 de 0,649 presentado en la tabla 6, indica que el modelo tiene una importancia predictiva sustancial para la Intención Conductual. Los valores de Q^2 mayor que cero sugieren que el modelo tiene poder predictivo, y un valor de 0,649 implica una fuerte capacidad del modelo para predecir la BI en base a los predictores utilizados.

Discusión

El objetivo de este estudio fue identificar los principales factores que influyen en la adopción de las herramientas de texto a imagen de IA Gen en la industria creativa, ampliando el modelo UTAUT e incorporando el reconocimiento de marca y la confianza de la marca. Los hallazgos resaltan la expectativa de rendimiento como el predictor más fuerte de la intención del uso, en

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

donde también se observa una influencia positiva en condiciones facilitadoras y confianza de la marca. Sin embargo, el reconocimiento de la marca tiene una influencia negativa en la intención del uso, debido a la identidad de marca establecida de Adobe en los servicios creativos tradicionales en conflicto con sus nuevas ofertas de IA Gen. La expectativa de esfuerzo y la influencia social no muestran ninguna influencia significativa, lo que resulta en cuatro de las seis hipótesis establecidas.

Los hallazgos se alinean con la literatura existente sobre el uso de tecnología, particularmente el poder predictivo de la expectativa de rendimiento (Maican *et al*., 2023; Upadhyay *et al*., 2022) lo que facilita la condición en la intención conductual (Anantrasirichai y Bull, 2020), y refuerza la expectativa de rendimiento como el predictor más fuerte de la intención de comportamiento para adoptar las herramientas de la IA Gen. Los profesionales creativos ven cada vez más valor en las herramientas de la IA Gen que mejoran la productividad y los flujos de trabajo, alineándose con investigaciones anteriores (Maican *et al*., 2023; Menon y Shilpa, 2023). Para los profesionales de la industria creativa expectativa de rendimiento es el motor de adopción más significativo. Se necesita hacer énfasis en cómo las herramientas de IA Gen agilizan los flujos de trabajo, mejoran la eficiencia y mejoran la calidad de salida, en especial en entornos de alta presión. De igual forma, facilitar las condiciones, como la disponibilidad de recursos, el apoyo externo y la compatibilidad de hardware (Anantrasirichai y Bull, 2020), también tiene un impacto positivo en la adopción. Los sistemas y recursos de apoyo integral permiten a los creativos navegar la curva de aprendizaje, desarrollar nuevas habilidades y seguir siendo competitivos en una industria en rápida evolución. Las herramientas que ofrecen un soporte sólido y se alinean con los objetivos profesionales tienen más probabilidades de tener éxito.

Sin embargo, la expectativa de esfuerzo y la influencia social no mostraron un efecto significativo en la intención conductual, lo que contradice con las investigaciones anteriores donde se encontró que estos factores influyen positivamente en la intención conductual (Alhaití, 2023; Maican *et al*., 2023; Menon y Shilpa, 2023; Upadhyay *et al*., 2022). Estudios anteriores confirman que la expectativa de esfuerzo tiene un impacto positivo en la intención conductual, especialmente en campos donde las interfaces complejas o no intuitivas pueden disuadir el uso regular (Chuyen y Vinh, 2023). Del mismo modo que con la influencia social, los estudios sobre la adopción de IA Gen en la industria del diseño demostraron que los individuos son más propensos a adoptar estas tecnologías si perciben que sus pares o líderes influyentes respaldan su uso (Chuyen y Vinh, 2023). Además, otros estudios encontraron que los profesionales de la industria musical a menudo adoptan herramientas de IA Gen basadas en las tendencias de toda la industria, reflejando el impacto de la influencia social en la adopción de IA Gen (Maican *et al*., 2023).

Cuando se trata de la equidad de marca basada en el consumidor, la IA Gen ofrece garantía de calidad en industrias con conocimientos especializados limitados. La confianza que proporcionan los factores de marca apoya la toma de decisiones y reduce la incertidumbre (Abbasi *et al*., 2017). La familiaridad con la marca aumenta la oportunidad de interactuar con sus ofertas de IA Gen, especialmente cuando se habla de tecnologías nuevas y no renovadas (Cabrera-Sánchez *et al*., 2021). Sin embargo, nuestros hallazgos sugieren una relación contraria dentro del contexto de las herramientas de texto a imagen de Adobe IA Gen.. Los individuos familiarizados con Adobe como marca eran menos propensos a adoptar estas herramientas. Este hallazgo contradice investigaciones anteriores que generalmente apoyan una asociación positiva entre el reconocimiento de la marca y la intención de comportamiento para utilizar un nuevo producto (García y Yábar, 2023, Izza *et al*., 2024). Esto sugiere que las asociaciones de marca con herramientas creativas tradicionales pueden crear resistencia hacia la adopción de soluciones de IA Gen. Los futuros estudios deberían explorar este fenómeno más a fondo, incorporando potencialmente la investigación cualitativa para entender los sesgos cognitivos y las percepciones de marca que afectan la adopción. Nuestra investigación, centrada en Adobe Firefly, sugiere que esta influencia negativa podría derivar de desajustes entre la identidad

establecida de la marca matriz y la nueva oferta de productos (Hem *et al*., 2003).

Para Adobe, la influencia negativa del reconocimiento de marca en la intención de comportamiento para utilizar herramientas de IA Gen podría derivarse de la falta de autenticidad en el campo de IA generativa. IA Gen es un campo emergente y naciente, por lo tanto, cuando la nueva tecnología se une a una marca bien establecida en otro campo, estas nuevas herramientas podrían aparecer como una desviación no segura del núcleo de la marca. La familiaridad con una marca de buena reputación como Adobe paradójicamente puede aumentar el escrutinio y aumentar las expectativas de nuevos productos. Si bien el reconocimiento de marca influye negativamente en la adopción, probablemente debido a la desalineación entre la identidad de marca establecida y las nuevas ofertas de productos, la confianza de marca reduce esta barrera. Las marcas de confianza alivian las preocupaciones sobre la seguridad de los datos, la fiabilidad y la calidad de salida, fomentando el uso sostenido y la lealtad. Los profesionales prefieren herramientas de marcas en las que confían, lo que reduce los riesgos percibidos y fomenta la adopción a largo plazo. Nuestros hallazgos corroboran estas ideas, demostrando que la confianza de la marca tiene una relación positiva y significativa con la intención de comportamiento de usar el texto de la IA Gen para crear imágenes. Los usuarios que confiaban en Adobe como proveedor de servicios de generación de inteligencia artificial de texto a imagen probablemente adoptaron este servicio y se comprometieron con él. Las investigaciones previas también demuestran que la confianza en una marca tiene una influencia positiva en la intención de comportamiento cuando los usuarios confían en la marca detrás de la tecnología para cumplir sus promesas y ofrecer una experiencia de usuario positiva (Ameen *et al*., 2021).

Además, existe el riesgo de que la tecnología de IA Gen pueda percibirse como un eclipse de la creatividad humana, lo que conduce a una disminución en el uso (Caporusso, 2023). Sin embargo, las marcas de confianza podrían ayudar a mitigar estas percepciones negativas y fomentar una visión más positiva de la contribución de la IA Gen a los campos creativos.

Desde la perspectiva de la gestión de la marca, las estrategias de marketing deben enfatizar los beneficios de rendimiento y alinear las comunicaciones de la marca con las expectativas del usuario. La subimagen de marca puede resolver la desalineación, diferenciando los servicios de IA Gen de las ofertas tradicionales, como se ve en el caso de Adobe. La construcción de la confianza de marca a través de prácticas éticas, asociaciones con influenciadores del sector y mensajería transparente puede mejorar aún más la adopción, asegurando que IA Gen se integre a la perfección en los flujos de trabajo creativos.

La metodología empleada en esta investigación ofrece varias fortalezas y limitaciones que deben ser consideradas. El uso de PLS-SEM proporcionó una validación robusta del modelo de investigación, garantizando la fiabilidad y validez de los hallazgos. Sin embargo, el proceso de selección de muestras, que se basó en encuestas en línea dirigidas a profesionales creativos en España y EE. UU., puede haber introducido sesgo de selección. El tamaño de la muestra solo superó ligeramente el mínimo requerido para aplicar la técnica estadística PLS-SEM. Además, una representación más amplia en los diferentes sectores creativos y regiones geográficas fortalecería la generalización.

La investigación de cómo diferentes disciplinas creativas (por ejemplo, diseño, publicidad, cine) se relacionan con la IA Gen de la generación podría producir ideas más matizadas. En segundo lugar, no se realizó ningún análisis multigrupo, lo que dejó un vacío de investigación en la comprensión de las diferencias entre los grupos en función de la edad, el género, el lugar de residencia o la experiencia previa con la IA Gen, lo que sugiere una dirección para futuras investigaciones. Otra limitante es la representatividad de la muestra dentro de la industria creativa más amplia. Aunque se utilizó el muestreo aleatorio, la muestra se inclina hacia la dirección creativa y la creación de contenido, con una diversidad limitada en los perfiles creativos de la música o la escritura, lo que podría afectar a la generalización de las conclusiones. Los estudios en el futuro también

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

deberían examinar cómo el encaje de la marca y la ética percibida de la IA Gen influyen en la adopción, dado el creciente discurso en torno a las prácticas éticas de IA Gen. Metodológicamente, el empleo de diseños experimentales para probar la causalidad o la realización de estudios longitudinales para evaluar la evolución de las percepciones a lo largo del tiempo podría enriquecer aún más la comprensión de las tendencias de la adopción de la IA Gen. Otra limitación se relaciona con el ajuste de marca: Adobe fue elegido como el tema principal para los factores de marca, sin embargo, los resultados indicaron una influencia negativa del reconocimiento de marca en la intención conductual. Esto sugiere que la selección de diferentes marcas para futuros estudios puede ayudar a generalizar los hallazgos.

Además, una investigación más a fondo podría ampliar el modelo de medición incorporando otras variables de equidad de marca basadas en el consumidor, como la lealtad a la marca y la calidad percibida, y podría beneficiarse de la comprensión de las expectativas de los usuarios específicos y de los aspectos de marca que no están alineados con su percepción. A pesar de estas limitaciones, este estudio proporciona una base para avanzar en conocimientos teóricos y prácticos sobre la adopción de la IA Gen en las industrias creativas. Si bien este enfoque proporciona información valiosa sobre cómo se adoptan las herramientas de IA Gen en campos creativos, esto puede no capturar plenamente las opiniones de los profesionales en otros sectores con menos familiaridad con la IA Gen.

Conclusiones

En conclusión, el estudio contribuye al creciente conocimiento sobre la adopción de la IA en las industrias creativas, al ofrecer una comprensión matizada de las influencias de los factores de equidad de marca basados en el consumidor. Los resultados destacan que la expectativa de rendimiento y las condiciones de facilitación impulsan significativamente al uso, mientras que la confianza de la marca también juega un papel crucial. El reconocimiento de la marca impactó negativamente en la adopción, lo que sugiere que las asociaciones fuertes con herramientas creativas tradicionales pueden crear resistencia a la IA Gen.

Mientras que las marcas basadas en servicios de IA Gen están ganando terreno en el mercado, el panorama académico todavía está desarrollando un marco robusto para ayudar a entender el proceso de adopción y mitigar las barreras. Esta investigación contribuye al creciente cuerpo de evidencia sobre la adopción de la IA Gen, particularmente en la industria creativa. El estudio también proporciona implicaciones prácticas tanto para los profesionales de la industria creativa como para los gerentes de marca de las marcas basadas en servicios de IA Gen. Desde una perspectiva práctica, estas ideas ayudan a los profesionales creativos, los desarrolladores de IA Gen y los responsables de las políticas a entender los factores y barreras clave para la adopción. Para el campo empírico, esta investigación contribuye a ampliar el marco UTAUT con constructos relacionados con la marca, ofreciendo una perspectiva novedosa sobre la aceptación de la tecnología en las industrias creativas. La investigación futura puede basarse en estos hallazgos explorando las variaciones específicas de la industria, las diferencias interculturales y el papel cambiante de la ética de la IA Gen en las decisiones de adopción. Esta investigación sienta las bases para futuros estudios sobre la adopción de la IA Gen y ofrece ideas que podrían guiar tanto los avances teóricos como las estrategias prácticas para promover las herramientas de IA Gen en las industrias creativas.

Referencias bibliográficas

Abbasi, M., Vassilopoulou, P. y Stergioulas, L. (2017). Technology roadmap for the Creative Industries. *Creative Industries Journal, 10*, 40-58. https://doi.org/10.1080/17510694.2016.1247627

Alhwaiti, M. (2023). Acceptance of Artificial Intelligence application in the post-covid era and its impact on faculty members' occupational well-being and teaching self-efficacy: a path analysis using the UTAUT 2 Model. *Applied Artificial Intelligence, 37*(1). https://doi.org/10.1080/08839514.2023.2175110

Anantrasirichai, N. y Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: A review.

Artificial Intelligence Review, 55, 589-656. https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7

Ameen, N., Tarhini, A., Reppel, A. y Anand, A. (2021). Customer experiences in the age of artificial intelligence. *Computers in Human Behavior, 114*, 106548. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106548

Artechouse. (2023). World of AI Imagination. Artechouse. https://bit.ly/4aK2Hi3

Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 16*(1), 74-94. https://doi.org/10.1007/BF02723327

Bowden, J. L. H. (2014). The process of customer engagement: A conceptual framework. *Journal of Marketing Theory and Practice, 17*(1), 63-74. https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679170105

Cabrera-Sánchez, J. P., Villarejo-Ramos, Á. F., Liébana-Cabanillas, F. y Shaikh, A. A. (2021). Identifying relevant segments of AI applications adopters: Expanding the UTAUT2's variables. *Telematics and Informatics, 58*, 101529. https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101529

Caporusso, N. (2023). Generative artificial intelligence and the emergence of creative displacement anxiety. *Research Directs in Psychology and Behavior, 3*(1). https://doi.org/10.53520/rdpb2023.10795

Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., Thrassou, A. y Ghosh, S. K. (2021). Adoption of artificial intelligence-integrated CRM systems in agile organizations in India. *Technological Forecasting and Social Change, 168*, 120783. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120783

Chen, J. (2024). The Role of AI: speculative design in redefining artistic collaboration. *Journal of Ecohumanism, 3*(8), 2261-2272. https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4899

Chui, M., Hall, B., Mayhew, H. y Singla, A. (2022, December 6). *The state of AI in 2022 and a half decade in review*. McKinsey & Company. http://bit.ly/4hYSYrj

Chuyen, N. y Vinh, N. (2023). An empirical analysis of predictors of AI-powered design tool adoption. *TEM Journal, 12*(3), 1012-1021.https://doi.org/10.18421/tem123-28

De Almeida Pedro, E., Panizzon, M. y Weber, C. (2023). OHS Professionals AI adoption: A UTAUT Research in Brazilian Industry. *2023 15th IEEE International Conference on Industry Applications (INDUSCON)*, 850-857. https://doi.org/10.1109/INDUSCON58041.2023.10374850.

García, M. L. M. y Yábar, D. P. (2023). Impact of brand awareness on consumer loyalty. *Scientific Journal of Applied Social and Clinical Science, 3*(12), 2-9. https://doi.org/10.22533/at.ed.2163122307068

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. y Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review, 31*(1), 2-24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Handayani, W. P. P. (2023). The UTAUT implementation model in defining the behavioral intention of mobile banking users. *Jurnal Manajemen Bisnis, 14*(2), 25-39. https://doi.org/10.18196/mb.v14i2.18649

Hatzius, J., Briggs, J., Kodnani, D., Pierdomenico, G. y Goldman Sachs & Co. LLC. (2023). *The potentially large effects of artificial intelligence on economic growth* (By Goldman Sachs & Co. LLC). https://bit.ly/3ElOOKX

Hem, L. E., De Chernatony, L. e Iversen, N. M. (2003). Factors influencing successful brand extensions. *Journal of Marketing Management, 19*(7-8), 781-806. https://doi.org/10.1362/026725703322498109

Hess, J. y Story, J. (2005). Trust-based commitment: Multidimensional consumer-brand relationships. *Journal of Consumer Marketing, 22*(6), 313-322. https://doi.org/10.1108/07363760510623902

Izza, A. M., Ardiansyah, M. N., Barkah, F. y Romdonny, J. (2024). Synergistic effects of content marketing and influencers marketing on the formation of brand awareness and purchase interest of TikTok Shop users (Cirebon City case study). *International Journal of Social Service and Research, 4*(5), 1339-1347. https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i05.781

Jiang, J., Ma, J., Huang, X., Zhou, J. y Chen, T. (2024). Extend UTAUT2 model to analyze user behavior of China Construction Bank Mobile App. *SAGE Open, 14*(4). https://doi.org/10.1177/21582440241287070

Kathuria, S., Bansal, H. y Balhara, S. (2018). Impact of Brand Recognition on Consumer Attraction: A Study of Telecom Sector. *Researchers World, Journal of Arts Science & Commerce, 9*(1), 57-63. https://doi.org/10.18843/rwjasc/v9i1/07

Maican, C., Sumedrea, S., Tecău, A., Nichifor, E., Chițu, I., Lixăndroiu, R. y Brătucu, G. (2023). Factors influencing the behavioural intention to use AI-generated images in business. *Journal*

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

of Organizational and End User Computing. https://doi.org/10.4018/joeuc.330019

Menon, D. y Shilpa, K. (2023). Chatting with ChatGPT: Analyzing the factors influencing users' intention to use OpenAI's ChatGPT using the UTAUT model. *Heliyon, 9*(11). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20962

Rios, R. E. y Riquelme, H. (2010). Sources of brand equity for online companies. *Journal of Research in Interactive Marketing, 4*(3), 214-240. https://doi.org/10.1108/17505931011070587

Roets, C. R. Q., Bevan-Dye, A. L. y Viljoen, W. P. (2014). Influence of social image and brand trust on mobile phone brand equity amongst African Generation Y students. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 5*(21), 75-84. https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n21p75

Rubio, N., Oubiña, J. y Villaseñor, N. (2014). Brand awareness–Brand quality inference and consumers' risk perception in store brands of food products. *Food Quality and Preference, 32*, 289-298. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.09.006

Sanchez, T. (2023). Examining the text-to-image community of practice: Why and how do people prompt generative AIs? *Creativity and Cognition*. https://doi.org/10.1145/3591196.359305

Sanmukhiya, C. (2020). A PLS –SEM approach to the UTAUT model: the case of Mauritius. *Annals of Social Sciences & Management Studies, 6*(1). https://doi.org/10.19080/asm.2020.06.555677

Sasmita, J. y Mohd Suki, N. (2015). Young consumers' insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image. *International Journal of Retail & Distribution Management, 43*(3), 276-292. https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2014-0024

Smith, C. (2022, December 22). *The unreal exhibition showcases AI-handling talents of 'prompt writers'. trend hunter*. http://bit.ly/3EgCX0S

Soper, D. S. (2024). A-priori sample size calculator for structural equation models [Software]. https://bit.ly/4hPigrm

Upadhyay, N., Upadhyay, S. y Dwivedi, Y. K. (2022). Theorizing artificial intelligence acceptance and digital entrepreneurship model. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 28*(5), 1138-1166. http://dx.doi.org/10.1108/IJEBR-01-2021-0052

Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G. B. y Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425-478. https://doi.org/10.2307/30036540

Venkatesh, V., Thong, J. Y. y Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly, 36*(1), 157-178. https://doi.org/10.2307/41410412

Vinchon, F., Lubart, T., Bartolotta, S., Gironnay, V., Botella, M., Bourgeois-Bougrine, S., Burkhardt, J., Bonnardel, N., Corazza, G. E., Glăveanu, V., Hanson, M. H., Ivcevic, Z., Karwowski, M., Kaufman, J. C., Okada, T., Reiter-Palmon, R. y Gaggioli, A. (2023). Artificial intelligence and creativity: A manifesto for collaboration. *The Journal of Creative Behavior, 57*(4), 472-484. https://doi.org/10.1002/jocb.597

Wang, H., Fu, T., Du, Y., Gao, W., Huang, K., Liu, Z., Chandak, P., Liu, S., Van Katwyk, P., Deac, A., Anandkumar, A., Bergen, K., Gomes, C. P., Ho, S., Kohli, P., Lasenby, J., Leskovec, J., Liu, T., Manrai, A. y Zitnik, M. (2023). Scientific discovery in the age of artificial intelligence. *Nature, 620*(7972), 47-60. https://doi.org/10.1038/s41586-023-06221-2

Wang, H., Wei, J. y Yu, C. (2008). Global brand equity model: Combining customer-based with product-market outcome approaches. *Journal of Product & Brand Management, 17*(5), 305-316. https://doi.org/10.1108/10610420810896068

Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications, 9*(6), 476-487. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.07.003

Yin, M., Han, B., Ryu, S. y Min, H. (2023). Acceptance of generative AI in the creative industry: Examining the role of AI anxiety in the UTAUT2 model. In *Lecture Notes in Computer Science, 14059*, 288-310. https://doi.org/10.1007/978-3-031-48057-7_18

Zhang, W. (2020). A study on the user acceptance model of artificial intelligence music based on UTAUT. *Journal of the Korea Society of Computer and Information, 25*(1), 25-33.https://doi.org/10.9708/jksci.2020.25.06.025

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 29-46
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.02

Factores que influyen en la adopción del análisis de Big Data por los auditores: un estudio mixto

Factors affecting auditors' decisions to adopt Big Data analytics: a mixed method study

Moath Abdelkarim Abu Al Rob
Candidato a doctor en Contabilidad, Universiti Malaysia Terengganu, Malasia
p4649@pps.umt.edu.my
https://orcid.org/0009-0005-7764-1126

Mohd Nazli Mohd Nor
Profesor Asociado, Universiti Malaysia Terengganu, Malasia
nazli@umt.edu.my
https://orcid.org/0000-0002-7946-3475

Zalailah Salleh
Profesor Universiti Malaysia Terengganu, Malasia
zalailah@umt.edu.my
https://orcid.org/0000-0001-7246-4160

Alia Majed Khalaf
Candidata a doctora en Contabilidad, Universiti Malaysia Terengganu, Malasia
p4104@pps.umt.edu.my
https://orcid.org/0000-0002-5415-0472

Recibido: 27/11/24 **Revisado:** 24/01/25 **Aprobado:** 17/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: el objetivo de este estudio es analizar: ¿En qué medida la percepción de facilidad de uso (PEOU) y la percepción de utilidad (PU) explican las intenciones conductuales (BI) de los auditores para adoptar el análisis de grandes datos (BDA) en firmas de auditoría en Palestina?. Se utilizó un enfoque mixto, combinando datos cuantitativos de una encuesta censal a 94 auditores de las cuatro grandes firmas en Palestina (tasa de respuesta del 86 %) con datos cualitativos de entrevistas semiestructuradas a nueve auditores en niveles gerenciales o superiores. Esta integración metodológica fortaleció la validez y confiabilidad de los resultados. Los hallazgos mostraron que la PU influye significativamente en las intenciones de adopción de BDA, mientras que la PEOU tiene un impacto menor pero relevante. El estudio confirmó la aplicabilidad del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) en la profesión de auditoría y aborda la brecha de investigación sobre la adopción de BDA en economías en desarrollo. Los hallazgos destacan que la percepción de utilidad es el principal impulsor y sugieren que mejorar la facilidad de uso podría aumentar aún más la adopción. Las implicaciones prácticas incluyen capacitación para las firmas de auditoría, políticas de apoyo por parte de los reguladores y soluciones de BDA accesibles y fáciles de usar para los proveedores de tecnología. Al ofrecer *insights* adaptados a entornos con recursos limitados, este estudio orienta la adopción de BDA en auditoría, beneficiando tanto a la academia como a la industria.

Palabras clave: transformación de la auditoría, intenciones de comportamiento, Big Data Analytics, percepción de facilidad de uso, percepción de utilidad, modelo de aceptación tecnológica, Palestina, los Cuatro Grandes.

Cómo citar: Abu Al Rob, M. A., Mohd Nor, M. N., Salleh, Z. y Khalaf, A. M. (2025). Factores que influyen en la adopción del análisis de Big Data por los auditores: un estudio mixto. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 29-46. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.02

Abstract: the purpose of this study is to investigate the primary research question: To what extent do perceived ease of use (PEOU) and perceived usefulness (PU) explain auditors' behavioral intentions (BI) to adopt big data analytics (BDA) in auditing firms in Palestine? A mixed-method approach was employed, combining quantitative data from a census survey of 94 auditors at the Big Four accounting firms in Palestine (achieving an 86 % response rate) with qualitative data from semi-structured interviews conducted with 9 auditors at the managerial level or higher. This methodological integration enhanced the validity and reliability of the research findings. The results demonstrated that PU significantly and directly impacts auditors' intentions to adopt BDA, while PEOU also influences BI, though to a lesser extent. The study validated the applicability of the Technology Acceptance Model (TAM) in the auditing profession and addresses the research gap on BDA adoption in developing economies. Findings highlight perceived usefulness as the key driver and suggest that improving ease of use could further boost adoption. Practical implications include training for firms, supportive policies from regulators, and user-friendly solutions from technology providers. By offering insights for resource-constrained environments, this study guides BDA adoption in auditing for both academia and industry

Keywords: audit transformation, behavioral intentions, big data analytics, perceived ease of use, perceived usefulness, technology acceptance model, Palestine, Big Four.

Introducción

En el mundo actual impulsado por los datos, el crecimiento exponencial de la producción de datos presenta tanto desafíos como oportunidades para las organizaciones de todo el mundo. Uno de los enfoques para aprovechar este gran volumen de información es la adopción de tecnologías de análisis de datos masivos (BDA), que permiten a las organizaciones procesar grandes grupos de datos, identificar patrones significativos y mejorar la eficiencia general (Bumblauskas *et al*., 2017). Si bien la BDA se utiliza en grandes organizaciones en todas las economías desarrolladas, las empresas en los países en desarrollo, como Palestina, a menudo tienen problemas para implementar y utilizar estas herramientas de análisis avanzado de manera efectiva. La escasez de recursos, las limitaciones de infraestructura y la escasez de personal calificado suponen importantes obstáculos para la adopción en estas regiones (Dagilienė y Klovienė, 2019; Abu Al Rob *et al*., 2024b). Por lo tanto, se necesita comprender estos desafíos para explorar cómo podría aprovecharse el BDA de forma más eficaz en contextos en desarrollo, donde es fundamental conocer su impacto potencial en el desempeño organizacional y en la toma de decisiones.

Las organizaciones a menudo tienen dificultades para aprovechar los datos de manera efectiva para alcanzar sus objetivos debido a la escasez de personal con las habilidades analíticas necesarias. Incluso las grandes empresas, incluidas las cuatro grandes empresas de auditoría, afrontan dificultades para presentar la BDA a sus auditores e implementarlas en su trabajo. (Dagilienė y Klovienė, 2019; Abu Al Rob *et al*., 2024a). En regiones como Palestina, la transformación del enfoque tradicional de auditoría a una técnica de BDA representa un desafío significativo para las cuatro grandes empresas que buscan implementar el BDA con éxito (Abu Al Rob *et al*., 2024a). Aunque la literatura existente ha examinado a fondo el modelo de aceptación de la tecnología (TAM) y el BDA, todavía falta investigar cómo impactan la facilidad de uso percibida (PEOU) y la utilidad percibida (PU) en las intenciones de los auditores de adoptar el BDA dentro de las cuatro grandes firmas de auditoría que operan en contextos en desarrollo como Palestina.

Este estudio se basa en el TAM como marco teórico. Olufemi (2018) señaló que el TAM es muy utilizado por los investigadores con el fin de entender los factores que influyen en las decisiones de los individuos para adoptar nuevas tecnologías. Los estudios empíricos han demostrado una relación positiva entre los constructos TAM, lo que ayuda a explicar la aceptación y el uso de tecnologías innovadoras por parte de los usuarios (Brock y Khan, 2017; Verma *et al*., 2018). Según Olufemi (2018), el TAM se centra principalmente en la intención del usuario de utilizar la tecnología, en lugar de enfocarse en los procesos organizativos más amplios que implican el uso. Esto hace que el TAM sea tan importante para explorar las decisiones de los auditores de usar la BDA en las cuatro grandes firmas en Palestina, donde los desafíos económicos y de infraestructura pueden influir aún más en su comportamiento de uso.

Aunque las investigaciones anteriores han explorado la adopción de la BDA y la TAM en diversos contextos, la mayoría de los estudios

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

se han centrado en economías desarrolladas y otros campos además de la auditoría (Brock y Khan, 2017; Shahbaz *et al*., 2019; Verma *et al*., 2018). Además, la investigación indica que las organizaciones en entornos con recursos limitados, como los de los países en desarrollo, se enfrentan a importantes obstáculos para adoptar la BDA, como las limitaciones de infraestructura, la escasez de conocimientos especializados y la resistencia organizativa (Abu Al Rob *et al*., 2024a; Olufemi, 2018). Sin embargo, la investigación es limitada en cuanto a cómo estos factores influyen en el BI de los auditores para adoptar la BDA dentro de las cuatro grandes empresas en las regiones en desarrollo.

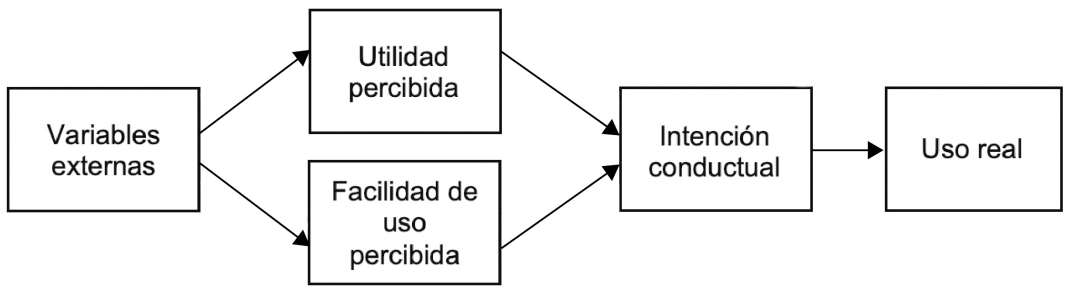
A pesar de los beneficios de la BDA en la auditoría, su adopción en las economías en desarrollo sigue siendo poco estudiada, particularmente entre los cuatro grandes auditores en Palestina. La investigación sobre el impacto del PU y PEOU en la BI en entornos con recursos limitados también es escasa. Este estudio aborda estas brechas, ofreciendo ideas que contribuyen a la literatura de aceptación de la tecnología y la implementación práctica de la BDA en las firmas de auditoría.

Las conclusiones de este estudio favorecen a los investigadores, auditores y empresas de auditoría que buscan comprender los factores que influyen en la adopción de la BDA en la auditoría. Para los auditores de Big 4, el aprovechamiento de la BDA puede transformar los datos en ideas viables (Müller y Jensen, 2017). Sin embargo, muchos auditores siguen dudando debido a problemas como la escasez de recursos y de aptitudes (Abu Al Rob *et al*., 2024a; Dagilienė y Klovienė, 2019; Verma *et al*., 2018), lo que plantea riesgos para las empresas, ya que el uso tardío de tecnologías innovadoras podría afectar la competitividad en una industria cada vez más impulsada por los datos.

Revisión de literatura

Como se muestra en la figura 1, el marco TAM plantea que las variables externas influyen en la PU y PEOU, lo que a su vez afecta a la BI y, en última instancia, al uso real (Davis y Venkatesh, 1996). Este modelo teórico proporciona una base para comprender la aceptación de la tecnología por parte de los usuarios, por lo que resulta ser fácilmente aplicable al estudio de la adopción de tecnología en diversos contextos.

Figura 1
Modelo de aceptación de la tecnología (TAM)



Nota. Davis y Venkatesh (1996, p. 20).

TAM y el uso de la tecnología

Si bien existen múltiples modelos para examinar la aceptación de la tecnología, el TAM ha adquirido gran importancia por su robustez y fiabilidad al explicar las actitudes y comportamientos de los usuarios en diversos campos (Davis *et al*., 1989; Verma *et al*., 2018; Demoulin y Coussement, 2020;

Grimaldo y Uy, 2020). Por ejemplo, Chopdar *et al*. (2018) exploraron los factores que afectan el uso de aplicaciones de compras móviles, enfatizando la influencia de la percepción de privacidad y los riesgos de seguridad en las decisiones de adopción en contextos culturales, particularmente en India y Estados Unidos. Sus hallazgos resaltan que si bien los constructos centrales de la Teoría unificada de aceptación y uso de tecnología (UTAUT), como la expectativa de desempeño y la expectativa de esfuerzo, son predictores significativos de BI, las diferencias culturales alteran el impacto de los riesgos percibidos.

Muchos estudios han expandido el TAM al integrar otros factores para obtener una visión más profunda de la BI. Por ejemplo, Ofori y Appiah-Nimo (2019) incluyeron el costo y el riesgo percibidos en su estudio sobre el comportamiento de compra en línea, y encontraron que el ahorro de costos y las preocupaciones de seguridad impactan significativamente en la intención del usuario. Del mismo modo, Ajibade (2018) señaló que la simplicidad de TAM contribuye a su amplia aplicación en entornos organizativos, observando que las intenciones de los empleados de utilizar la tecnología están determinadas por la PU y PEOU, así como por motivaciones personales y profesionales para el éxito.

En general, gran parte de la investigación ha validado a la BI como un factor central de TAM en la predicción del uso de la tecnología, en donde el alfa de Cronbach ha confirmado la confiabilidad de las variables de TAM en diversos estudios (Mei y Aun, 2019; Tarabasz y Poddar, 2019; Hossain *et al*., 2020). Davis y Venkatesh (1996) propusieron que las variables externas tienen un impacto significativo en la PU y la PEOU, lo que a su vez afecta a las decisiones de adopción de los usuarios, un hallazgo respaldado en otra investigación posterior (Tarabasz y Poddar, 2019; Davis *et al*., 1989).

Big Data Analytics y el modelo de aceptación de tecnología

El interés por la adopción de la BDA ha crecido significativamente, y existen muchos estudios que abordan los beneficios y desafíos asociados con la implementación de la BDA (Olufemi, 2018; Brock y Khan, 2017; Verma *et al*., 2018). La investigación sobre el uso de BDA normalmente se enfoca en la importancia de seleccionar un marco teórico adecuado para evaluar el comportamiento de la adopción (Ajibade, 2018; Demoulin y Coussement, 2020). A pesar de las diversas barreras a la adopción de la BDA, los estudios destacan el valor de la BDA para las organizaciones en todas las industrias y economías (Lutfi, 2022).

Bumblauskas *et al*. (2017) argumentaron que la BDA mejora la capacidad de una organización para reducir los riesgos al aprovechar grandes volúmenes de datos procedentes de diversas fuentes e hicieron hincapié en la importancia de adoptar tecnologías capaces de almacenar, gestionar, visualizar y analizar datos para transformarlos en conocimientos viables. Del mismo modo, Brock y Khan (2017) señalaron que la TAM proporciona información sobre las motivaciones de los usuarios para adoptar la BDA, aunque no toma en cuenta las consideraciones prácticas en la adopción del sistema.

Olufemi (2018) criticó a la TAM por sus limitaciones a la hora de abordar factores contextuales como el costo, el apoyo a la gestión y la cultura organizacional, pues impactan en las intenciones de la adopción de la tecnología. La experiencia y la familiaridad con la BDA también se han descrito como factores significativos; por ejemplo, Muller y Jensen (2017) encontraron que las organizaciones con experiencia previa en BDA reportan una mayor confianza en el uso de estas tecnologías. Alyoussef y Al-Rahmi (2022) estudiaron la adopción de la BDA en la educación, recomendando pautas para los educadores para fomentar la BI de los estudiantes hacia el BDA en programas multisectoriales, avanzando así a la evolución digital en entornos académicos.

Gangwar (2020) desarrolló un marco de investigación que combina la TAM con el modelo Task-Technology Fit (TTF) para examinar el impacto de la BDA en el desempeño organizacional. Este modelo integrado, probado en una muestra de 523 organizaciones en la India, reveló que factores como el ajuste tecnológico, el ajuste organizacional y la compatibilidad de tareas influyen significativamente en la adopción de la BDA.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Gangwar concluyó que las intenciones de adopción están fuertemente vinculadas a la alineación de tareas y tecnología, destacando la necesidad de que las organizaciones administren a la PU y PEOU a través de estrategias de datos específicas e iniciativas de satisfacción de los empleados.

Si bien se ha estudiado la adopción de la BDA en todos los sectores, la investigación es muy limitada en cuanto a su uso en las cuatro grandes firmas de auditoría en las economías en desarrollo. Además, a pesar de la amplia aplicación de la TAM, el impacto de la PU y PEOU en la BI de los auditores en entornos con recursos limitados sigue aún sin demostrarse. Este estudio llena esta brecha al proporcionar evidencia empírica de Palestina, ofreciendo ideas tanto para el mundo académico como para la industria.

Análisis de big data en la auditoría

La aplicación de la BDA en la auditoría es un área de investigación cada vez mayor, impulsada por el potencial de la BDA para mejorar las perspectivas de negocio y mejorar los procesos de toma de decisiones (Adrianto, 2018). La BDA se utiliza cada vez más en la información financiera y la contabilidad, y los profesionales la usan para mejorar las capacidades analíticas y ajustarse a normas contables complejas (İdil y Akbulut, 2018). Esta tendencia refleja un cambio hacia el procesamiento de datos en tiempo real, que permite a las empresas capturar y analizar mejor las actividades financieras.

Dagilienė y Klovienė (2019) examinaron el papel de la BDA en la auditoría externa, destacando su importancia para el análisis de datos no financieros y el apoyo al cumplimiento de la normativa. De igual forma, señalaron que los factores como la competencia y los requisitos reglamentarios impulsan la adopción de la BDA en la auditoría, aunque los altos costos y las competencias limitadas restringen su uso a las empresas de auditoría más grandes. La aplicación efectiva de la BDA requiere formas fáciles de usar y capacidades de informes en tiempo real, que desafían los métodos tradicionales de auditoría. Eilifsen *et al*. (2020) realizaron un estudio exploratorio sobre la adopción de análisis de datos entre las grandes empresas de contabilidad pública, hallando que la implementación de análisis de datos en la auditoría aún se encuentra en sus primeras etapas. Sus conclusiones revelan que, aunque el análisis de datos en la auditoría mejora la calidad de la auditoría, su uso se ve limitado por las restricciones reglamentarias y la ausencia de un mandato para las herramientas avanzadas de análisis de datos. Para que el análisis de datos en la auditoría sea ampliamente usado éste debe estar integrado en los procesos de las empresas de auditoría, respaldado por la capacitación y por los reguladores. No *et al*. (2019) estudiaron la solicitud de la BDA para la detección de fraudes y las pruebas importantes de auditoría. Su estudio sugiere que la BDA puede mejorar la precisión de la auditoría mediante el análisis del 100 % de las entradas, mejorando así la calidad de la auditoría. Sin embargo, la aplicación de la Dirección de Auditoría Interna también exige que los auditores se adapten a las nuevas tecnologías y realicen evaluaciones exhaustivas para garantizar que se cumplan los objetivos de auditoría.

Desarrollo de las hipótesis

A partir de la literatura sobre el impacto de la PU y PEOU en la adopción de la BDA en la auditoría, así como otros hallazgos presentados en la revisión de la literatura, proponemos las hipótesis H1 y H2 en respuesta a las preguntas de investigación establecidas.

Pregunta principal de la investigación: ¿Influyen la UEP y la UPP en el BI de los auditores para adoptar las herramientas de la BDA en el proceso de auditoría?

La pregunta de investigación anterior se divide a continuación en dos subpreguntas: ¿En qué medida explica la PU el BI de los auditores para adoptar a la BDA en la auditoría? y ¿hasta qué punto la PEOU explica la BI de los auditores para adoptar a la BDA en las 4 grandes empresas de auditoría?

La literatura apoya la noción de que la PU y PEOU impactan significativamente las intenciones de los usuarios de aceptar y utilizar una tecnología específica (Davis y Venkatesh, 1996). Esta intención, a su vez, impulsa la adopción y

uso real de la tecnología (Diop *et al*., 2019). Dentro del TAM, la PU y el PEOU se consideran como las variables más influyentes en la formación de la intención de los usuarios de adoptar la tecnología en la práctica (Davis y Venkatesh, 1996). Varios estudios subrayan la importancia de comprender cómo la PU y la PEOU afectan los comportamientos de adopción de la tecnología (Al Amin *et al*., 2020; Cabrera-Sánchez y Villarejo-Ramos, 2020; Olufemi, 2018). Por ejemplo, Grimaldo y Uy (2020) concluyeron que las percepciones de los usuarios sobre la utilidad y la facilidad de uso de una tecnología están directamente relacionadas con su intención de uso. La BI, entendida como la intención de un usuario de participar en ciertos comportamientos en el futuro, es un fuerte predictor de la adopción real de tecnología, lo que indica que una intención positiva de usar una tecnología a menudo conduce a su uso real (Shahbaz *et al*., 2019).

A partir de estos hallazgos, así como de las reflexiones de la revisión de la literatura sobre los efectos de la PU y la PEOU en la BI, se proponen las siguientes hipótesis:

H1: La PU tiene un efecto positivo en la BI para adoptar herramientas de BDA en el proceso de auditoría.

H2: La PEOU tiene un efecto positivo en la BI para adoptar herramientas de BDA en el proceso de auditoría.

La literatura destaca a la PU y a la PEOU como los principales impulsores de la adopción de la tecnología dentro de la TAM. Sin embargo, pocos estudios examinan estos factores entre los auditores de Big 4 en economías en desarrollo como Palestina. Este estudio utiliza un enfoque de métodos mixtos, integrando datos cuantitativos y cualitativos para realizar un análisis exhaustivo de las intenciones de adopción de la BDA de los auditores. En la siguiente sección se detalla la metodología, incluidos el análisis estadístico y las entrevistas en profundidad.

Materiales y métodos

Este estudio emplea un enfoque de métodos mixtos, combinando métodos de investigación cuantitativos y cualitativos en consonancia con el marco de Creswell (2009) para proporcionar una comprensión global de las perspectivas de los auditores. La investigación comienza con una fase cuantitativa, utilizando cuestionarios para analizar estadísticamente las relaciones entre las variables relacionadas con el TAM y la BDA (Khaldi, 2017). Los datos serán recogidos de los auditores empleados por las cuatro grandes firmas de auditoría en Palestina, con el objetivo de abordar las preguntas de investigación del estudio. Este enfoque cuantitativo permite el análisis de correlación, examinando las relaciones variables sin alterar el comportamiento del encuestado, aunque la causalidad no puede ser implícita (Glasofer y Townsend, 2020).

Después de la fase cuantitativa, el estudio incorpora un componente cualitativo a través de entrevistas semiestructuradas con nueve auditores que también participaron en la fase del cuestionario. Esta fase cualitativa proporciona una visión y contexto más profundos para los hallazgos cuantitativos, utilizando análisis temáticos para interpretar los datos (DiCicco-Bloom y Crabtree, 2006; Braun y Clarke, 2006).

Técnicas de muestreo

La población objetivo del estudio está compuesta por auditores de las cuatro grandes empresas de auditoría que operan en Palestina. La decisión de centrarse exclusivamente en las cuatro grandes empresas se basa en su uso avanzado de la transformación de datos y la aplicación estratégica de la BDA en la auditoría, a diferencia de las empresas de auditoría más pequeñas que aún no han adoptado las nuevas prácticas de la BDA (Li y Lai, 2011; Dagiliene y Kloviene, 2019).

Se adoptó un enfoque censal, seleccionando a toda la población como muestra para mejorar la precisión de los datos y eliminar los errores de muestreo, que son de gran valor en estudios con poblaciones más pequeñas (Levy y Lemeshow, 2013). Inicialmente, se incluyeron en la muestra 105 auditores de las cuatro grandes empresas; sin embargo, se excluyeron aquellos con menos de un año de experiencia para asegurar que los participantes tuvieran una trayectoria profesional adecuada, lo que resultó en una muestra final de

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

94 auditores. El cuestionario arrojó una tasa de respuesta del 86 % de los auditores seleccionados.

Para la fase cualitativa, se seleccionaron los participantes en la entrevista entre los que habían completado el cuestionario y ocupaban puestos directivos o superiores. Esta selección tenía por objeto recabar información sobre la adopción de la BDA de auditores con importantes funciones de adopción de decisiones. De los 26 gerentes y socios elegibles, nueve aceptaron participar en las entrevistas semiestructuradas, enriqueciendo la profundidad del análisis cualitativo.

Desarrollo de la medición

El cuestionario se divide en tres secciones, que comprenden un total de 14 ítems, además de información demográfica. La primera sección contiene seis ítems que miden la PU de la BDA. La segunda sección contiene 6 ítems que evalúan el PEOU de la BDA Los dos últimos ítems se relacionan con la variable independiente de intención conductual. En esta sección se utilizan las escalas de medición de Davis (1989), asignando ítems específicos a la PU (C.1.1 a C.1.6) y PEOU (C.2.1 a C.2.6). Aunque la TAM original de Davis no incluía la intención conductual como constructo, este estudio incorpora la intención conductual basada en la TAM extendida de Davis y Venkatesh (1996), usando dos ítems (C.3.1 y C.3.2) para medir las intenciones de los auditores de adoptar la BDA. Para comprender mejor cómo se miden las variables de estudio, en tabla 1 se presenta la operacionalización de cada constructo teórico del modelo estructural. En esta tabla se describen los elementos utilizados para cada constructo, y se ofrece una visión detallada de los instrumentos de medición empleados en el estudio.

Tabla 1

Operacionalización de las variables de estudio y de los elementos de medición correspondientes

Constructos reflectantes	Elemento del instrumento	N.º de ítems	Fuente
PU	• El uso de herramientas de análisis de big data en mi trabajo me permitiría realizar tareas en menor tiempo. • El uso de herramientas de análisis de big data mejoraría mi rendimiento laboral. • El uso de herramientas de análisis de big data en mi trabajo aumentaría mi productividad. • El uso de herramientas de análisis de big data mejoraría mi efectividad en el trabajo. • El uso de herramientas de análisis de big data facilitaría mi trabajo. • Las herramientas de análisis de big data serían útiles en mi trabajo.	6	(Davis, 1989)
PEU	• Aprender a operar herramientas de análisis de big data sería fácil para mí. • Me resultaría fácil obtener herramientas de análisis de big data para hacer lo que quiero que hagan. • Mi interacción con las herramientas de análisis de big data sería clara y comprensible. • Las herramientas de análisis de big data son flexibles para interactuar. • Sería fácil para mí volverme hábil en el uso de herramientas de análisis de big data. • Las herramientas de análisis de big data son fáciles de usar.	6	(Davis, 1989)
BI	• Asumiendo que tengo acceso a herramientas de análisis de big data, intentaría usarlas. • De tener acceso a herramientas de análisis de big data, asumo que las usaría.	2	(Davis y Venkatesh, 1996)

Para complementar los hallazgos cuantitativos, el estudio emplea un enfoque de entrevista semiestructurada en la fase cualitativa. Este método permite una comprensión más profunda de problemas complejos, permitiendo a los auditores proporcionar una visión más detallada de los temas centrales de investigación relacionados con la adopción de la BDA y el escepticismo profesional (DiCicco-Bloom y Crabtree, 2006). Los datos cualitativos de las entrevistas semiestructuradas se analizaron mediante análisis temáticos (Braun y Clarke, 2006). Después de la transcripción, la codificación inicial identificó conceptos clave que se agruparon en temas más amplios alineados con los objetivos de la investigación. Un proceso iterativo aseguró la exactitud al reflejar las percepciones de los auditores sobre la adopción de la BDA.

Para reducir los sesgos, se incluyeron auditores con distintos niveles de experiencia y se aclararon los temas de seguimiento sobre si las percepciones se derivaban de la experiencia o de las opiniones de la industria, lo que garantiza una representación equilibrada.

Control de sesgos

Varias medidas aseguraron la validez y la fiabilidad al minimizar el sesgo. El sesgo de selección se redujo mediante el muestreo censal de todos los auditores elegibles. El sesgo de respuesta se controló con encuestas anónimas autoadministradas. El sesgo de deseabilidad social se redujo utilizando una redacción neutra y garantías de confidencialidad. El sesgo de medición se minimizó con escalas validadas (Davis, 1989; Davis y Venkatesh, 1996) y una prueba piloto para la claridad. Estos pasos mejoran la precisión y fiabilidad del estudio.

Resultados y discusión

Análisis de los cuestionarios

Para alcanzar los objetivos de la investigación y probar las hipótesis propuestas, este estudio utilizó el software SMARTPLS 4. El método estadístico primario fue el análisis de senderos, componente de la modelización de ecuaciones estructurales (EEM). Este estudio utiliza la modelización de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para el análisis de los datos. Aunque el CB-SEM es adecuado para pruebas teóricas con muestras grandes, el PLS-SEM es el más empleado para la investigación exploratoria, muestras más pequeñas y modelado predictivo (Hair *et al*., 2019). Debido a que la adopción de BDA ha sido poco estudiada entre los auditores en las economías en desarrollo, la flexibilidad y la idoneidad de la PLS-SEM para modelos complejos la convierten en la opción adecuada.

Evaluación del modelo de medición

Se necesita evaluar el modelo de medición para estimar las relaciones entre las variables latentes y sus indicadores observados, con un enfoque principal en la evaluación de la fiabilidad, la consistencia interna y la validez. Esto es especialmente relevante para constructos reflexivos como las dimensiones del TAM; a saber, PU, PEOU e intención conductual. En la tabla 2 se presentan los resultados del modelo de medición, evaluados a través de tres métricas clave: carga del ítem, validez convergente (evaluada mediante la varianza media extraída, AVE) y coherencia interna (medida por la fiabilidad compuesta, CR).

Según Hair *et al*. (2019), los valores de CR superiores a 0,708 indican una fiabilidad suficiente. Las cargas de elementos también deben superar el umbral de 0,708 para confirmar la validez del constructo. Adicionalmente, se requiere un valor de AVE mayor a 0,50 para validar la aplicabilidad de cada constructo (Fornell y Larcker, 1981). Los resultados del modelo de medición, como se muestra en la tabla 2, indican que las cargas de los elementos para los constructos oscilaron entre 0,839 y 0,977. Además, cada constructo demostró un valor de CR superior a 0,951, lo que refleja una alta consistencia interna. El AVE para todos los constructos también superó el umbral de 0,5, confirmando su validez convergente. Se evaluó la validez discriminante para garantizar que cada constructo sea distinto de los demás, lo que es crucial para la característica particular de los instrumentos de medición en los diferentes

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

factores. Esto se confirmó al comprobar que la raíz cuadrada del AVE para cada constructo era mayor que las correlaciones entre los constructos (Fornell y Larcker, 1981).

La tabla 3 presenta los resultados basados en el criterio Fornell-Larcker, confirmando el cumplimiento de este requisito de validez discriminante. Adicionalmente, se evaluó la validez discriminante usando la relación heterotrait-monotrait (HTMT) de correlaciones, como lo recomendó Ab Hamid *et al*. (2017). Un valor HTMT por debajo de 0,90 se considera generalmente aceptable, lo que indica una adecuada validez discriminante, mientras que los valores por encima de este umbral sugieren lo contrario. Los resultados de la prueba HTMT se muestran en la tabla 4, con todos los valores por debajo del umbral de 0,90, confirmando así la validez discriminante del modelo.

Tabla 2
Construcciones reflectantes y propiedades de medición

Constructos reflectantes	Construcción de los ítems	Valor de los ítems	CR	AVE	Referencia
PU	C.1.1	0,930	0,971	0,874	Davis (1989)
	C.1.2	0,964			Davis (1989)
	C.1.3	0,949			Davis (1989)
	C.1.4	0,947			Davis (1989)
	C.1.5	0,900			Davis (1989)
	C.1.6	0,920			Davis (1989)
PEOU	C.2.1	0,868	0,951	0,804	Davis (1989)
	C.2.2	0,904			Davis (1989)
	C.2.3	0,943			Davis (1989)
	C.2.4	0,923			Davis (1989)
	C.2.5	0,899			Davis (1989)
	C.2.6	0,839			Davis (1989)
BI	C.3.1	0,976	0,976	0,954	Davis y Venkatesh (1996)
	C.3.2	0,977			Davis y Venkatesh (1996)

Tabla 3
Validez discriminante del modelo de medición- criterio de Fornell-Larcker

Construcciones	BI	PEOU	PU
BI	0,977		
PEOU	0,633	0,897	
PU	0,713	0,712	0,935

Tabla 4
Relación heterotrait-monotrait (HTMT)

Construcciones	BI	PEOU	PU
BI	-		
PEOU	0,661	-	
PU	0,739	0,738	-

Estadísticas descriptivas

El análisis descriptivo proporciona una visión general de los datos numéricos recogidos, sentando las bases para una interpretación posterior. Este análisis examina principalmente la media y la desviación estándar de cada constructo objeto de estudio. La presentación de estas medidas estadísticas permite identificar a los constructos con los valores medios más altos y más bajos, resaltando las variaciones en las percepciones de los encuestados. Los objetivos principales de este análisis son: en primer lugar, determinar la tendencia central de las respuestas, según lo indiquen los valores medios; y en segundo, evaluar la variabilidad dentro del conjunto de datos, representada por la desviación estándar. Una desviación estándar más baja refleja un alto nivel de consenso entre los encuestados, lo que indica estar totalmente de acuerdo con un tema en particular. Por el contrario, una desviación estándar más alta sugiere una gama más amplia de opiniones que reflejan puntos de vista diferentes del mismo tema (Hair *et al*., 2019).

Para este estudio, se utilizó una escala Likert de 7 puntos, donde una puntuación de 7 indica totalmente de acuerdo y una puntuación de 1 representa totalmente en desacuerdo. La tabla 5 proporciona la media calculada y la desviación estándar para cada constructo, ofreciendo información sobre las tendencias generales de los encuestados y la coherencia de sus respuestas.

Tabla 5
Estadísticas descriptivas de cada escala constructiva

Componente	Media	Desviación estándar	Nivel
PU	5,42	1,02	Alto
PEOU	5,16	0,94	Alto
BI	5,44	1,07	Alto

La tabla 5 revela que, en promedio, los tres constructos evaluados entre los auditores empleados en las cuatro grandes empresas de auditoría de Palestina recibieron altas calificaciones, con una puntuación media general de 5,34. Cada constructo obtuvo una puntuación dentro del alto rango, con valores medios que oscilaban entre 5,16 para el constructo PEOU y 5,44 para el constructo PU.

Evaluación del modelo estructural

Henseler *et al*. (2009) clasifican los valores aceptables para el coeficiente de determinación (R^2) de la siguiente manera: Los valores R^2 de 0,67 o más se consideran significativos, los valores entre 0,33 y 0,67 se clasifican como moderados, y los valores comprendidos entre 0,19 y menos de 0,33 se consideran débiles.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 6
Resultados del análisis del coeficiente de determinación R²

Componente	R cuadrado	R ajustado al cuadrado
BI	0,539	0,527
PEU	0,622	0,591
PU	0,706	0,678

Como se muestra en la tabla 6, los valores ajustados de R² proporcionan información sobre la capacidad explicativa del modelo en relación con diversos constructos. Para el BI, el valor R² ajustado es 0,527, lo que indica que el 52,7 % de la varianza en BI se explica por las variables predictoras. El PEOU tiene un valor R² ajustado de 0,591, lo que sugiere que el 59,1 % de su varianza se cuenta por los predictores. Finalmente, la PU muestra un valor R² ajustado de 0,678, lo que significa que el 67,8 % de la varianza en PU se explica por las variables predictoras. Estos valores R² ajustados reflejan la robustez del modelo, al explicar las variaciones en los respectivos constructos a pesar de los ajustes para el número de predictores.

Pruebas de las hipótesis

Se utilizaron coeficientes de ruta para evaluar las relaciones hipotéticas. El análisis siguió el enfoque recomendado por Hair *et al*. (2019), empleando la técnica de bootstrapping para generar estimaciones confiables.

Los resultados, presentados en la tabla 7 y las figuras 2 y 3, incluyen datos numéricos para los coeficientes beta, desviaciones estándar y valores p basados en una prueba de dos colas. Como se muestra en la tabla 7 y en las figuras 2 y 3, los resultados de las pruebas de hipótesis revelan información significativa sobre las relaciones entre las variables. La hipótesis H1, que plantea una relación entre el PU y BI, está fuertemente justificado con un coeficiente beta de 0,715, un valor t de 9,650 y un valor p de 0,000, lo que indica una asociación positiva y estadísticamente significativa entre el PU y el BI. Del mismo modo, también se admite la H2, que propone un vínculo entre el PEOU y el BI, con un coeficiente beta de 0,640, un valor t de 6,157 y un valor p de 0,000. Estos hallazgos confirman la relación hipotética entre el PEOU y BI, aunque con un efecto menor en comparación con la H1.

Tabla 7
Resultado de la prueba de hipótesis

	Hipótesis	Coeficiente de ruta	Estadísticas de T	Valores P	Aceptado/ rechazado
H1	Utilidad Percibida -> Intención Conductual	0,715	9,650	0,000	Aceptado
H2	Facilidad de uso percibida -> Intención de comportamiento	0,640	6,157	0,000	Aceptado

Figura 2
Estimación del ajuste del modelo mediante el procedimiento de Bootstrapping (PU - BI)

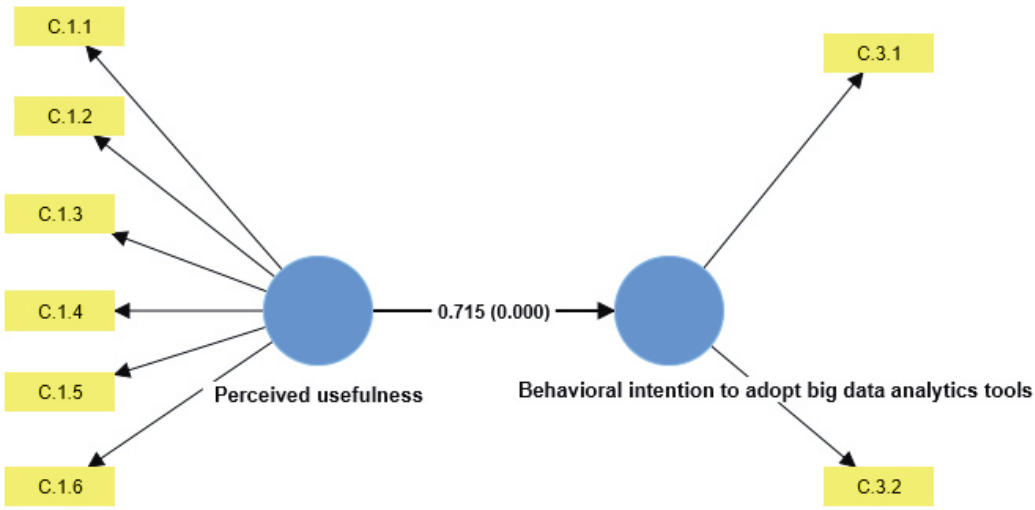
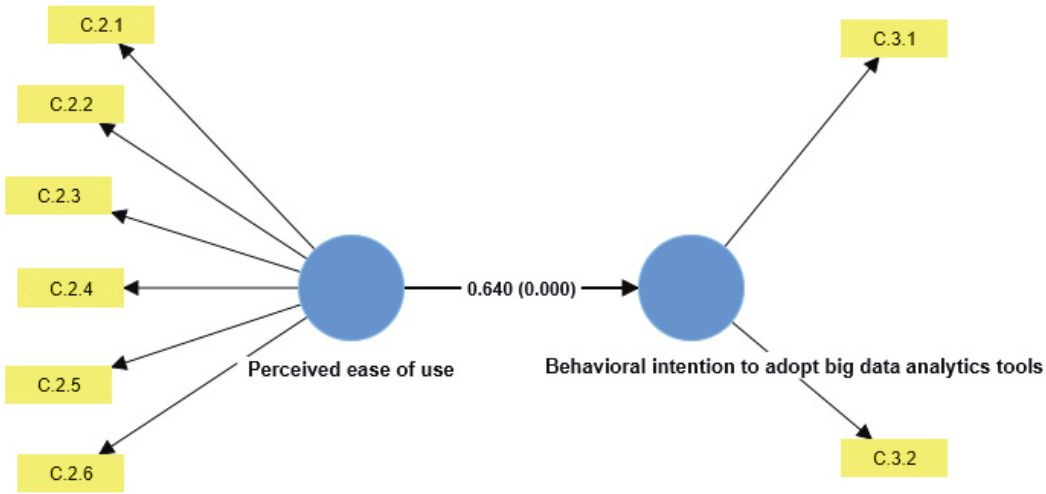


Figura 3
Estimación del ajuste del modelo mediante el procedimiento Bootstrapping (PEOU - BI)



Análisis de las entrevistas

La segunda fase del estudio consistió en entrevistas semiestructuradas con auditores externos de nivel directivo o superior (de gerentes a asociados), que también habían participado en la fase del cuestionario (nueve auditores). Esta fase cualitativa tuvo como objetivo profundizar la comprensión de los hallazgos cuantitativos, particularmente en lo que se refiere a cómo la PU y la PEOU impactan en el BI de la adopción de la BDA en la auditoría. Además, se estudiaron los factores que influyen en la adopción de la BDA y su papel en la evolución en las prácticas modernas de auditoría. El análisis cualitativo reveló varios temas clave, lo que da luz sobre las percepciones de los auditores acerca de la integración de la BDA en su trabajo. Estos temas

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

también proporcionaron una explicación más detallada de los resultados cuantitativos y pusieron de relieve los problemas y oportunidades prácticos asociados con la adopción del programa de Doha para el desarrollo.

Utilidad percibida

Un tema importante que surgió de las entrevistas fue la influencia significativa de la UP en la intención de los auditores de adoptar las tecnologías de la BDA. Los entrevistados destacaron sistemáticamente los beneficios prácticos de la dirección de auditoría de la calidad, incluida una mayor calidad de la auditoría, eficiencia y perspectivas estratégicas.

Capacidades de auditoría mejoradas: la BDA se considera un instrumento transformador que mejora los procesos de auditoría al permitir un análisis más eficiente de grandes conjuntos de datos. Por ejemplo, el auditor 6 compartió: "Utilizamos la BDA para la evaluación de riesgos, pruebas de transacciones y detección de fraudes. Este enfoque nos permite analizar de manera eficiente grandes conjuntos de datos, identificar patrones y centrarnos en áreas con mayores riesgos, contribuyendo así a mejorar la calidad de la auditoría". Del mismo modo, el auditor 3 enfatizó que las herramientas de la BDA "nos permiten analizar grandes conjuntos de datos de manera más eficiente, lo que conduce a resultados de auditoría más precisos".

Toma de decisiones estratégicas: varios auditores destacaron la forma en que la BDA ayuda a una mejor toma de decisiones y a la identificación de riesgos. El auditor 8 explicó, "Las ideas obtenidas de la BDA nos permiten tomar decisiones más informadas, identificar los riesgos de manera más efectiva y ofrecer más asesoramiento estratégico a nuestros clientes". Esto demuestra que la PU va más allá de la eficiencia, influyendo en los servicios de valor añadido que los auditores pueden proporcionar a los clientes. Estas perspectivas cualitativas se alinean con los resultados cuantitativos, donde la PU impactó significativamente a la BI (= 0,715, $p < 0,001$). Esto confirma que los auditores son más propensos a adoptar la BDA cuando perciben beneficios claros como una mayor eficiencia y detección de fraudes.

Facilidad de uso percibida

La facilidad de uso de las herramientas de la BDA también influyó en la adopción, en donde el PEOU está vinculado a la facilidad de uso, la integración del sistema y el esfuerzo de formación. Los resultados de la encuesta mostraron una calificación positiva de la PEOU (media = 5,16), pero un efecto más débil en la BI que en la PU. Los entrevistados insistieron en que, si bien la facilidad de uso es importante, la utilidad percibida sigue siendo el motivador más fuerte.

Facilidad de integración: los auditores observaron que era más probable que se adoptaran instrumentos que se integraran perfectamente en los sistemas existentes. Por ejemplo, el auditor 8 declaró, "las herramientas que son fáciles de usar y se integran bien con nuestros sistemas existentes son más fáciles de adoptar." Esto pone de relieve la importancia de garantizar que las herramientas de la BDA no alteren los flujos de trabajo existentes.

Curva de aprendizaje y simplicidad: Las herramientas que requerían un mínimo de entrenamiento o esfuerzo fueron las que obtuvieron mayor aceptación. El auditor 9 explicó, "Si es fácil de usar, aumentará mis ganas de emplearla". Del mismo modo, el auditor 4 observó, "Cuanto más simples son las herramientas de BDA, hay más probabilidad de que se usen". Estas observaciones ponen en relieve que la facilidad de uso repercute directamente en las tasas de adopción, en particular entre los auditores que están menos familiarizados con las tecnologías avanzadas.

La evolución del papel de la BDA en la auditoría

Los entrevistados expresaron su firme convicción de la importancia de la BDA en el ámbito de la auditoría. Varios auditores describieron a la BDA como la base de las prácticas modernas de auditoría, en particular en mercados dinámicos como Palestina.

Mayor integración: la BDA se está integrando cada vez más en los flujos de trabajo de auditoría, en particular para los clientes más grandes o las industrias con grandes conjuntos de datos. El auditor 7 señaló, "El BDA se convirtió en una función fundamental dentro de la auditoría de bancos y clientes de seguros a partir de 2021".

Futuro potencial: muchos auditores preveían que la BDA seguiría evolucionando y desempeñando un papel cada vez más importante en la auditoría. El auditor 9 compartió:

El BDA se está convirtiendo rápidamente en la base de las prácticas modernas de auditoría. A medida que estas tecnologías avancen, espero que se integren más en nuestras prácticas cotidianas de auditoría, mejorando aún más nuestra capacidad de proporcionar servicios de auditoría de alta calidad.

Análisis de los resultados

La pregunta de investigación y sus hipótesis relacionadas sirvieron como base para determinar la relación entre la PU, PEOU y la BI de los auditores para adoptar a la BDA en países en desarrollo como Palestina. El análisis de senderos confirmó que la PU tiene una influencia más fuerte en la BI que la PEOU, un hallazgo probado por las perspectivas cualitativas. Los entrevistados señalaron que si bien la facilidad de uso resulta beneficiosa, la utilidad percibida de la BDA para mejorar la eficiencia y la precisión es el principal motor de la adopción. También destacaron la necesidad de mejorar la capacitación y la integración, que, aunque no se miden cuantitativamente, podrían tener un impacto en la adopción a largo plazo. Estos hallazgos respaldan las predicciones de TAM, al tiempo que sugieren que los factores contextuales también pueden influir en las decisiones de la adopción.

La subpregunta 1 examinó la relación entre la UP y el BI de los auditores para adoptar la BDA. De acuerdo con Davis (1989), la PU se define como el grado en que una persona cree que el uso de un sistema mejorará su rendimiento laboral. El análisis de la trayectoria reveló que la PU fue un predictor fuerte y estadísticamente significativo de la BI. En consecuencia, se apoyó la hipótesis relativa a la subpregunta 1. La relación positiva entre la PU y la BI indicó que los niveles más altos de PU estaban asociados con una mayor intención de adoptar la BDA. Estos hallazgos sugieren que la PU es el factor más influyente para los auditores a la hora de decidir si adoptan la BDA en países en desarrollo como Palestina.

La subpregunta 2 se refiere a la relación entre el PEOU y la BI de los auditores para adoptar a la BDA. Según Davis (1989), la PEOU refleja la creencia de una persona de que un sistema será fácil de aprender y requerirá un esfuerzo mínimo para utilizarlo. El análisis de ruta reveló una correlación significativa entre la PEOU y BI, lo que llevó a la aceptación de la hipótesis de la subpregunta 2. Sin embargo, las conclusiones indican que el PEOU no es un factor primordial para los auditores a la hora de decidir si adoptan la BDA en países en desarrollo como Palestina. Entre las dos variables independientes en el TAM, la PU demostró una significancia estadística más fuerte que la PEOU en la predicción de la BI.

La fase de entrevistas proporciona una buena perspectiva de los factores que influyen en la adopción de la BDA, así como de sus beneficios y desafíos percibidos. Los hallazgos sugieren que la PU y la PEOU determinan la adopción de la BDA, y que las características del cliente y la especificidad de la tarea también juegan un gran papel. Sin embargo, los obstáculos como la compatibilidad de los datos y las limitaciones específicas de la industria muestran la necesidad de seguir innovando y prestando apoyo para mejorar la adopción de las herramientas de la BDA. En general, las entrevistas confirman que la BDA se está convirtiendo en un componente indispensable de la auditoría moderna, que ofrece beneficios transformadores y cuya importancia se espera aumente con el tiempo.

Las conclusiones proporcionan información práctica para las empresas de auditoría que adoptan la BDA. Dado que la PU es el mayor indicador de adopción, las empresas deben enfatizar sus beneficios, como la evaluación de riesgos, la detección de fraudes y la eficiencia, a través de la capacitación, estudios de casos y proyectos piloto. Como la PEOU también influye en el BI, las

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

empresas deben garantizar herramientas fáciles de usar, una buena integración de software y un soporte técnico continuo. El analizar las barreras como las brechas de costos y experiencia a través de la adopción gradual, las asociaciones y la mejora de las capacidades puede impulsar aún más a la adopción, mejorando la eficacia de la auditoría en un entorno impulsado por datos.

Si bien la PU y la PEOU influyen significativamente en la adopción, estas percepciones pueden evolucionar. Los temas sobre la facilidad de uso podrían disminuir con la familiaridad, sin embargo, es inevitable que surjan nuevos desafíos como la seguridad de los datos, los costos y las regulaciones. Los avances en IA y la automatización también podrían afectar a la utilidad percibida, alterando los motores de adopción. La investigación en el futuro debería examinar estos cambios e identificar los factores emergentes que influyen en la adopción a largo plazo.

Interpretación de los resultados

Los hallazgos de este estudio resaltan que todos los auditores participantes de las Grandes 4 firmas en Palestina tenían conocimiento previo o experiencia con la BDA, lo que sugiere percepciones positivas de la tecnología que pueden haber influido en la adopción. Se ha demostrado que las actitudes de los usuarios moldean las percepciones y la BI (Dixit y Prakash, 2018). Si bien se considera que el TAM es el marco principal para estudiar la adopción de la tecnología, también se han utilizado modelos alternativos (Davis *et al*., 1989; Verma *et al*., 2018; Demoulin y Coussement, 2020; Grimaldo y Uy, 2020). El TAM, adaptado de la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB) y la Teoría de la Acción Razonada (TRA), también predice el comportamiento real de forma más eficaz en comparación con sus predecesores (Davis, 1989). Sin embargo, como advirtieron Diop *et al*. (2019), el BI no siempre se traduce en una adopción real.

El examen de las respuestas a las entrevistas de los auditores que trabajan en las cuatro grandes empresas de Palestina ofrece perspectivas valiosas sobre la adopción de las herramientas de BDA en los procesos de auditoría. Estas ideas son muy relevantes cuando se ven a través de la lente del TAM.

Los resultados del cuestionario confirman que la PU influye positivamente en la BI para adoptar la BDA. Los entrevistados reforzaron esta opinión, señalando que, si bien la PU impulsa la adopción, existen obstáculos prácticos, como problemas de costes y eficiencia que pueden limitar la aplicación.

Esto concuerda con la propuesta de TAM de que la PU moldea significativamente las actitudes e intenciones de los usuarios hacia la adopción de la tecnología (Davis, 1989; Brock y Khan, 2017). Además, las respuestas de los entrevistados coinciden con las conclusiones de Grimaldo y Uy (2020), que demostraron una correlación positiva y directa entre la PU y la intención de utilizar la tecnología. El potencial de las herramientas de BDA para mejorar la visión de negocio y mejorar los procesos de toma de decisiones apoya aún más esta relación positiva (Adrianto, 2018). El PEOU también surgió como un factor importante que influyó en la adopción de la BDA. Los entrevistados señalaron que la Dirección de Auditoría Interna, percibida como fácil de usar y flexible, probablemente alentaría a los auditores a adoptarlas debido a su eficiencia y a sus ventajas en cuanto al ahorro de tiempo. Por el contrario, si la BDA se percibe como compleja, los auditores pueden estar reacios a utilizarla.

Estos hallazgos apoyan la afirmación de TAM de que el PEOU influye en el BI (Davis, 1986). Las observaciones de los entrevistados también concuerdan con los estudios anteriores que subrayan la importancia del PEOU en la configuración de los comportamientos de adopción de la tecnología (Al Amin *et al*., 2020; Cabrera-Sánchez y Villarejo-Ramos, 2020; Olufemi, 2018).

Conclusiones

Las conclusiones de este estudio tienen importantes repercusiones para los auditores de las cuatro grandes empresas que operan en países en desarrollo, en particular en Palestina. En el entorno competitivo actual, las grandes organizaciones dependen cada vez más de la BDA para mejorar la toma de decisiones, la eficiencia y la

posición en el mercado. Sin embargo, los auditores han adoptado con lentitud la BDA debido a los criterios de adopción general y a diversos problemas de aplicación (Abu Al Rob *et al*., 2024b; Olufemi, 2018). Entender los factores como PEOU y PU aporta grandes ideas para los profesionales, ayudándoles a superar las barreras de adopción. Si los auditores de las grandes empresas no adoptan la BDA, corren el riesgo de quedar rezagados en una profesión que depende cada vez más de ideas basadas en datos. Este estudio refuerza la aplicabilidad del TAM en la auditoría, centrándose específicamente en el PEOU y PU, aislándolos de influencias externas.

Desde el punto de vista del profesional, los resultados indican que las percepciones de los auditores influyen mucho en la intención de adoptar la BDA. Los resultados confirman que el TAM es un modelo eficaz para medir la adopción de tecnología en el BDA y la auditoría dentro de Palestina. Las pruebas de hipótesis y los resultados de las entrevistas sugieren que los auditores valoran la capacidad de la BDA para simplificar las tareas y mejorar el rendimiento, por lo que es crucial que las empresas de auditoría hagan hincapié en estos beneficios para fomentar la adopción. El estudio también encontró que la PEOU tuvo menos impacto en la BI de los auditores que en la PU, lo que indica que la facilidad de uso por sí sola no es un factor decisivo a menos que los auditores perciban a la BDA como beneficiosa. A medida que la PU aumentó, también incrementó la intención de los auditores de adoptar la BDA, reforzando la idea de que la utilidad percibida es el principal motivador. Los auditores de las grandes empresas que reconocen los beneficios prácticos de la BDA son más propensos a adoptar y utilizar la tecnología. Esta relación entre utilidad y adopción se alinea con la tendencia de las organizaciones que implementan la BDA (Bumblauskas *et al*., 2017; Dagilienė y Klovienė, 2019; Abu Al Rob *et al*., 2024a).

Este estudio respaldó al TAM al identificar las relaciones significativas entre el PEOU, PU y BI para adoptar al BDA. Sin embargo, su enfoque en los auditores de las cuatro grandes firmas en Palestina limita la generalización de los hallazgos a otros contextos. Además, el estudio solo examinó dos variables TAM (PEOU y PU), excluyendo factores externos como la autoeficacia o el entrenamiento, que también pueden influir en la adopción de la BDA. Finalmente, el confiar únicamente en el marco TAM puede haber pasado por alto las ideas que algunas teorías alternativas podrían proporcionar para entender la adopción de tecnología en la auditoría.

El estudio encontró que la PEOU y PU influyeron significativamente en la BI de los auditores para adoptar la BDA. Sin embargo, se recomienda que las investigaciones futuras amplíen el alcance para incluir a auditores de diferentes regiones y sectores, incorporen variables externas adicionales (por ejemplo, la autoeficacia o la capacitación) para comprender mejor los factores que influyen en las BI, y exploren marcos alternativos como la teoría unificada de la aceptación y el uso de la tecnología (UTAUT) para proporcionar conocimientos más profundos sobre la adopción de la tecnología en la auditoría. Además, la adopción de la BDA a largo plazo puede estar influenciada por cambios regulatorios y avances tecnológicos más allá de la PU y PEOU. A medida que las empresas integren el análisis de datos, la investigación futura debe evaluar si las percepciones de utilidad de los auditores se mantienen estables o si evolucionan. Entre las consecuencias prácticas figuran las inversiones en capacitación para las empresas, las políticas de apoyo de los reguladores y las soluciones fáciles de usar de los proveedores de tecnología.

Agradecimientos

Los autores declaran que esta investigación no recibió ninguna financiación específica. Sin embargo, reconocen el apoyo institucional proporcionado por la Universidad Malasia Terengganu para llevar a cabo este estudio.

Referencias bibliográficas

Ab Hamid, M. R., Sami, W. y Sidek, M. M. (2017, September). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. *Journal of Physics: Conference Series, 890*(1), 012163). IOP

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Publishing. https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163

Abu Al Rob, M., Mohd Nor, M. N. y Salleh, Z. (2024). The influence of big data analytics adoption on auditors' professional skepticism in risk assessment: An empirical study using the technology acceptance model. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science, 11*(11), 158-177. https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.1110

Abu Al Rob, M., Mohd Nor, M. N. y Salleh, Z. (2024). The role of training in Big Data Analytics adoption: an empirical study of auditors using the technology acceptance model. *Electronic Journal of Business Research Methods, 22*(2), 30-45. https://doi.org/10.34190/ejbrm.22.2.3752

Adrianto, Z. (2018). Auditing in the era of big data: a literature review. J*urnal Akuntansi dan Keuangan, 17*(1), 1-6.

Al Amin, M., Nowsin, N., Hossain, I. y Bala, T. (2020). Impact of social media on consumer buying behaviour through online value proposition: A study on e-commerce business in Bangladesh. *Academy of Strategic Management Journal, 19*(5), 1-18. bit.ly/3EycBHG

Alyoussef, I. Y. y Al-Rahmi, W. M. (2022). Big data analytics adoption via lenses of Technology Acceptance Model: empirical study of higher education. *Entrepreneurship and Sustainability Issues, 9*(3), 399. https://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.3(24)

Ajibade, P. (2018). Technology acceptance model limitations and criticisms: Exploring the practical applications and use in technology-related studies, mixed-method, and qualitative researches. *Library Philosophy and Practice, 9*.

Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology, 3*(2), 77- 1001. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Brock, V. y Khan, H. U. (2017). Big data analytics: does organizational factor matters impact technology acceptance? *Journal of Big Data, 4*(1), 1-28. https://doi.org/10.1186/s40537-017-0081-8

Bumblauskas, D., Nold, H., Bumblauskas, P. e Igou, A. (2017). Big data analytics: transforming data to action. *Business Process Management Journal, 23*(3), 703-720. https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2016-0056

Cabrera-Sánchez, J. P. y Villarejo-Ramos, A. F. (2020). Factors affecting the adoption of big data analytics in companies. *Revista de Administração de Empresas, 59*, 415-429. https://doi.org/10.1590/S0034-759020190607.

Chopdar, P. K., Korfiatis, N., Sivakumar, V. J. y Lytras, M. D. (2018). Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior, 86*, 109-128. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.017.

Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.

Dagilienė, L. y Klovienė, L. (2019). Motivation to use big data and big data analytics in external auditing. *Managerial Auditing Journal*. https://doi.org/10.1108/MAJ-01-2018-1773

Davis, F. D., Bagozzi, R. P. y Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science, 35*(8), 982-1003. https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982

Davis, F. D. y Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the technology acceptance model: three experiments. *International Journal of Human-Computer Studies, 45*(1), 19-45. https://doi.org/10.1006/ijhc.1996.0040

Demoulin, N. T. y Coussement, K. (2020). Acceptance of text-mining systems: The signaling role of information quality. *Information & Management, 57*(1), 103120. https://doi.org/10.1016/j.im.2018.10.006

DiCicco-Bloom, B. y Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical education, 40*(4), 314-321. https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x

Diop, E. B., Zhao, S. y Duy, T. V. (2019). An extension of the technology acceptance model for understanding travelers' adoption of variable message signs. *PLoS one, 14*(4), e0216007. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216007.

Eilifsen, A., Kinserdal, F., Messier, W. F. y McKee, T. E. (2020). An exploratory study into the use of audit data analytics on audit engagements. *Accounting Horizons, 34*(4), 75-103. https://doi.org/10.2308/HORIZONS-19-121.

Fornell, C. y Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Gangwar, H. (2020). Big Data Analytics usage and business performance: integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and Task Technology Fit (TTF) Model. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation,*

23(1), 45-64. https://doi.org/10.34190/EJISE.20.23.1.004

Glasofer, A. y Townsend, A. B. (2020). Determining the level of evidence: Nonexperimental research designs. *Nursing 2020 Critical Care, 15*(1), 24-27. https://doi.org/10.1097/01.NURSE.0000731852.39123.e1

Grimaldo, J. R. y Uy, C. (2020). Factors affecting recruitment officers' intention to use online tools. *Review of Integrative Business and Economics Research, 9*, 194-208. https://bit.ly/4hUCQql

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. y Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review, 31*(1), 2-24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Henseler, J., Ringle, C. M. y Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. En *New challenges to international marketing* (Vol. 20, pp. 277-319). Emerald Group Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014

Hossain, S. A., Bao, Y., Hasan, N. y Islam, M. F. (2020). Perception and prediction of intention to use online banking systems: An empirical study using extended TAM. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478), 9*(1), 112-126. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i1.591

İdil, K. A. Y. A. y Akbulut, D. H. (2018). Big data analytics in financial reporting and accounting. *Press Academia Procedia, 7*(1), 256-259. https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2018.892

Khaldi, K. (2017). Quantitative, qualitative or mixed research: Which research paradigm to use? *Journal of Educational and Social Research, 7*(2), 15-30. https://doi:10.5901/jesr.2017.v7n2p15

Levy, P. S. y Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: Methods and applications* (4th ed.). John Wiley & Sons.

Li, H. L. y Lai, M. M. (2011). Demographic differences and internet banking acceptance. *MIS REVIEW: An International Journal, 16*(2), 55-92. https://doi.org/10.6131/MISR.201103_16(2).0003

Mei, Y. C. y Aun, N. B. (2019). Factors influencing consumers' perceived usefulness of M-Wallet in Klang valley, Malaysia. *Review of Integrative Business and Economics Research, 8*, 1-23. https://bit.ly/4hLAhY1

Müller, S. D. y Jensen, P. (2017). Big data in the Danish industry: application and value creation. *Business Process Management Journal*. https://doi.org/10.1108/BPMJ-01-2016-0017

No, W. G., Lee, K., Huang, F. y Li, Q. (2019). Multidimensional audit data selection (MADS): A framework for using data analytics in the audit data selection process. *Accounting Horizons, 33*(3), 127-140. https://doi.org/10.2308/acch-52453

Ofori, D. y Appiah-Nimo, C. (2019). Determinants of online shopping among tertiary students in Ghana: An extended technology acceptance model. *Cogent Business & Management, 6*(1), 1644715. https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1644715

Olufemi, J. (2018). Considerations for the adoption of Cloud-based Big Data Analytics in SMALL BUSINESS ENTERPRISES. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation, 21*(2), 63-79. https://bit.ly/4hP5NDW

Shahbaz, M., Gao, C., Zhai, L., Shahzad, F. y Hu, Y. (2019). Investigating the adoption of big data analytics in healthcare: the moderating role of resistance to change. *Journal of Big Data, 6*(1), 1-20. https://doi.org/10.1186/2047-2501-2-3.

Tarabasz, A. y Poddar, G. (2019). Factors influencing adoption of wearable devices in Dubai. *Journal of Economics and Management, 36*(2), 123-143. https://bit.ly/4jKMa1w

Verma, S., Bhattacharyya, S. S. y Kumar, S. (2018). An extension of the technology acceptance model in the big data analytics system implementation environment. *Information Processing & Management, 54*(5), 791-806. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.01.004

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 47-63
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.03

Inclusión financiera y Fintech: catalizadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América Latina

Financial inclusion and Fintech: catalysts for the Sustainable Development Goals in Latin America

Pablo Raffaelli
Profesor titular de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina
pablo.raffaelli@econ.unicen.edu.ar
https://orcid.org/0000-0003-2108-0591

Jaime Andrés Correa-García
Profesor titular de la Universidad de Antioquia, Colombia
jaime.correa@udea.edu.co
https://orcid.org/0000-0001-8814-2107

Carmen Stella Verón
Profesor Titular Universidad Nacional de Rosario, Argentina
cveron@fcecon.unr.edu.ar
https://orcid.org/0000-0002-3277-2967

Recibido: 29/07/24 **Revisado:** 12/09/24 **Aprobado:** 24/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: las Fintech son actores esenciales para la digitalización inclusiva de las finanzas ayudando a reducir la desigualdad al brindar acceso a variados servicios financieros que los bancos normalmente no atienden y aportando así a la inclusión financiera como factor fundamental para el desarrollo sostenible. El propósito del estudio es evaluar si la inclusión financiera y el crecimiento Fintech contribuyen al logro de los objetivos de desarrollo sostenible en Latinoamérica. El diseño de investigación es cuantitativo, descriptivo correlacional en su alcance y de corte longitudinal. Se trabaja con evidencia basada en información de seis países del ámbito latinoamericano con mayor PIB nominal en US$ (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú). El método de análisis de datos utilizado es la correlación de Pearson. El índice general de los ODS y los índices individuales del SDG2, SDG7, SDG9, SDG16 y SDG17 están asociados significativa, positivamente y con un tamaño del efecto grande con las variables de estudio sobre inclusión financiera en América Latina. Analizando en profundidad el Índice SDG9, es de todos los índices por ODS el que mayor relevancia estadística ha tenido con una gran cantidad de variables relacionadas, tanto de inclusión financiera como de medición del ecosistema Fintech. Este trabajo contribuye a promover nuevas investigaciones sobre la relación entre la inclusión financiera el desarrollo Fintech y el cumplimiento de los ODS en América Latina.

Palabras clave: Agenda 2030, correlación, Fintech, inclusión financiera, índices, Latinoamérica, Objetivos de Desarrollo Sostenible, sostenibilidad.

Abstract: fintech are critical players in the inclusive digitalization of finance, helping to reduce inequality by providing access to a range of financial services that banks do not normally serve. They thus contribute to financial inclusion as a fundamental factor for sustainable development. The aim of the study is to assess how financial inclusion and Fintech growth contribute to the achievement of the sustainable development goals in Latin America. A quantitative approach is employed with a descriptive-correlational and longitudinal scope. It works with evidence based on information from six Latin American countries with the highest nominal GDP in US$ (Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Mexico, Peru). The data analysis method used is Pearson's correlation. The overall SDG index and the individual indices of SDG 2, SDG 7, SDG 9, SDG 16 and SDG 17 are significantly, positively and with a large effect size associated with the study variables on financial inclusion in Latin America. Examining the SDG9 Index in depth, it is the most statistically significant of all the SDG indices with related variables, both in terms of financial inclusion and in terms of measuring the Fintech ecosystem. This work contributes to promoting further research on the SDGs achievement, financial inclusion, and Fintech development in Latin America.

Keywords: 2030 Agenda, correlation, financial inclusion, Fintech, indexes, Latin America, Sustainable Development Goals, sustainability.

Cómo citar: Raffaelli, P., Correa-García, J. A. y Verón, C. S. (2025). Inclusión financiera y Fintech: catalizadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América Latina. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 15*(29), pp. 47-63 https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.03

Introducción

La inclusión financiera, centrada en el acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan las necesidades de personas y empresas de una forma responsable y sostenible, es un elemento crucial para abordar los desafíos globales de la actualidad incluida la desigualdad, la pobreza, la degradación ambiental, la paz, la prosperidad y la justicia, siendo un eje central en el logro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) (Demirguc-Kunt *et al*., 2022).

Los 17 ODS, con sus respectivas 169 metas, fueron establecidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU), a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Agenda 2030, válida a lo largo de quince años y donde participan ciento noventa y tres países de todo el planeta (Orzes *et al*., 2018). Con el surgimiento de la Agenda 2030 durante septiembre de 2015, se consideró la importancia de que la población mundial pueda acceder a un nivel más amplio de servicios financieros con el fin de impactar de forma directa en el cumplimiento de al menos siete ODS: ODS1 Fin de la Pobreza, ODS2 Hambre Cero, ODS3 Salud y Bienestar, ODS5 Igualdad de Género, ODS8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico, ODS9 Industria, Innovación e Infraestructura, y ODS10 Reducción de las Desigualdades (Deloitte, 2021; UNSGSA, 2023).

A su vez las nuevas empresas tecnológico-financieras —Fintech—, actores esenciales para la digitalización inclusiva de las finanzas, ayudan a reducir la desigualdad al brindar acceso a variados servicios financieros y llegando a grupos y áreas geográficas que los bancos normalmente no atienden. Miles de personas pueden pagar, cobrar, ahorrar e invertir sin tener una cuenta bancaria institucionalizada gracias a estos entes que proporcionan nuevas fuentes de servicios con el fin acelerar la adopción de modelos de negocio sostenibles, contribuyendo así al logro de los ODS y la inclusión financiera (Arner *et al*., 2020).

Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-

Debido a la globalización de los negocios, los avances tecnológicos, la feroz competencia por los recursos naturales, y la creciente conciencia sobre el cambio climático, se espera que todos los sectores de la economía participen en el desarrollo de soluciones y en la provisión de una respuesta global a estas problemáticas (Salvia *et al*., 2018), por lo que la Agenda 2030 de la ONU fue creada con el propósito de alinear la cooperación internacional para alcanzar objetivos ambiciosos y cuantitativos que ayuden a los países a avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible, teniendo en cuenta las tres dimensiones principales del modelo sostenible: desarrollo económico, inclusión social y medioambiental. Los ODS, fueron delineados con el fin de proteger el planeta, garantizar la paz y la prosperidad y eliminar la pobreza para todos los pueblos del mundo sin discriminación, su alcance es, por tanto, más amplio que el propuesto en los anteriores objetivos de desarrollo del milenio (ODM), desafiando a los gobiernos nacionales a alinear sus metas con lo que solicita la comunidad en torno al desarrollo sostenible (Orzes *et al*., 2018).

El estudio de Confraria *et al*. (2024) ha relacionado los ODS que los países distinguen como prioritarios con aquellos a los que mayores recursos de investigación y desarrollo le han aportado con el fin de mejorarlos, siendo los ODS1, ODS2 y ODS9 los que resaltan en una muestra de 125 países. Trabajos como el de Boto-Álvarez y García-Fernández (2020) investigan sobre las revelaciones voluntarias de ciertos países y su ayuda al logro de los ODS, desde una perspectiva macroeconómica, considerando las acciones gubernamentales realizadas. En esta línea, Sachs *et al*. (2017) estudiaron los ODS y sus respectivos logros en América Latina y el Caribe, encontrando que la inseguridad y la violencia son los desafíos más importantes a nivel latinoamericano, así como las mejoras en los sistemas de educación y salud.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Inclusión financiera

Los países en desarrollo tienen la mayor proporción de población no bancarizada del mundo y a su vez niveles inferiores de inclusión financiera en comparación con los países desarrollados (Dupas *et al*., 2018). La inclusión financiera es un elemento primordial para resolver los desafíos globales en la actualidad y se establece como la búsqueda de que todos los agentes económicos posean acceso a servicios financieros formales y puedan usarlos de forma efectiva, lo que se ha convertido en prioridad de política pública después de la crisis financiera mundial. Es un concepto que está en constante evolución, construcción y debate cuyo desarrollo y medición puede analizarse e impulsarse desde diferentes ópticas.

En múltiples estudios, se ha buscado operacionalizar y medir la inclusión financiera mediante determinados indicadores e índices. Diversos autores (Gautam *et al*., 2022; Wang Tok y Heng, 2022) consideran la dimensión "acceso" de la inclusión financiera utilizando variables obtenidas en función a los proveedores de servicios financieros, considerando la cantidad de cajeros automáticos cada cierta distancia o densidad de población, cantidad de sucursales bancarias por adulto o por kilómetro, penetración del internet, entre otros elementos. Al valorar la inclusión financiera bajo este enfoque se deja de lado el aporte de la inclusión financiera digital (Khera *et al*., 2022; Tay *et al*., 2022), la cual se ha potenciado con el surgimiento de nuevos participantes financieros como lo son las Fintech, distinguiéndose que actualmente los equipamientos e instalaciones físicas de los bancos tradicionales no son de utilidad para poder reconocer un real desarrollo en la inclusión financiera (Demir *et al*., 2022; Gabor y Brooks, 2017; Ozili, 2023; Yang y Zhang, 2022). Por otro lado existen autores como Feghali *et al*. (2021); Lyons *et al*. (2022) y; Orazi *et al*. (2021) que han preferido llevar a cabo el estudio bajo una perspectiva de "demanda" de servicios financieros, con datos recogidos de la base con mayor alcance y profundidad a nivel internacional en la temática, The Global Findex Database (Demirguc-Kunt *et al*., 2022), criterio que se considerará en esta investigación.

En la actualidad y a nivel latinoamericano, Martínez *et al*. (2022) han analizado los cambios en la inclusión financiera y sus principales determinantes demográficos, evaluando las cuentas financieras formales, el ahorro formal y los prestamos formales como "proxy" de la inclusión financiera en siete países latinoamericanos utilizando el Global Findex de 2011 y 2014. Con la misma herramienta, Orazi *et al*. (2023) estudian el avance de la inclusión financiera en países sudamericanos considerando la evolución de variables de "acceso" y "uso" formal de los principales instrumentos financieros, las brechas de acceso que existen entre la población, y las barreras que impiden el desarrollo del mercado de servicios financieros.

Ecosistema Fintech

La industria financiera se encuentra en constante mutación y en los últimos años ha dejado la puerta abierta para la inmersión de un nuevo actor financiero, que se distancia del resto al no haber participado de la época poco transparente que marcó a fuego a los bancos tradicionales. Estas incipientes empresas, forman parte fundamental de las innovaciones tecnológicas que surgen en el ámbito financiero, son las denominadas "Fintech" como su término expresa, una contracción de la frase en inglés "Financial Technology" – "Tecnología Financiera". Las Fintech pueden ofrecer oportunidades sin precedentes para superar las barreras a la inclusión financiera y cerrar las brechas presentes en el acceso y uso de cuentas en instituciones financieras, aprovechando la creciente penetración de la tecnología móvil (Demir *et al*., 2022).

Las empresas que se centran en combinar tecnologías incipientes asociadas a las finanzas en beneficio de los consumidores se han ido incrementando drásticamente en cuanto a su número y calidad (Demirguc-Kunt *et al*., 2022). Saksonova y Kuzmina-Merlino (2017) afirmaron que la competencia entre los bancos y las empresas Fintech está creciendo en las economías avanzadas, pero aún en mayor medida en los mercados emergentes, por lo que la tecnología financiera tiene un impacto positivo en el sistema bancario de América Latina. En

la región durante el período 2017-2021, la cantidad de Fintech se ha cuadruplicado, pasando de 703 a 2482, albergando el 22 % de todas las empresas Fintech del mundo. Los países con mayor relevancia en el sector son Brasil y México, seguidos por Colombia, Argentina y Chile, concentrando entre ellos el 81 % de la actividad Fintech de América Latina (Bakker *et al*., 2023).

La inclusión financiera, el ecosistema Fintech y su aporte a los ODS

Para países en desarrollo como lo son la mayoría de América Latina, la inclusión financiera es un pilar fundamental de crecimiento económico, ya que fomenta la formación de instituciones financieras sólidas y sostenibles que promueven el ahorro, la inversión y los flujos de dinero (Orazi *et al*., 2023).

Estudios como los de Arner *et al*. (2020), Demirguc-Kunt *et al*. (2018) y Dhahri *et al*. (2024) argumentan que la tecnología financiera es el motor clave para la inclusión financiera y que a su vez subyace al desarrollo equilibrado sostenible. En este sentido, se reconoce que la inclusión financiera es indispensable para el progreso sostenible, aportando directa o indirectamente al cumplimiento de la totalidad de los ODS (Klapper *et al*., 2016).

Novedosas investigaciones se han propuesto interrelacionar la inclusión financiera con el cumplimiento de los ODS a nivel macroeconómico. Ozili (2022) estudia países desarrollados pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la relación existente entre variables de inclusión financiera, centradas en la oferta de servicios financieros y el desarrollo medioambiental en cada uno de los países de la muestra, obteniendo resultados de relación positiva y significativa sobre todo en los países no integrantes de la Unión Europea. La investigación de Gautam *et al*. (2022) llevada a cabo en 28 estados de India encuentra una relación positiva entre niveles elevados de desarrollo sostenible y variables de inclusión financiera basadas en bancos cooperativos nacionales. Nada (2019) obtiene como resultado de su trabajo que la inclusión financiera explica significativamente, y es un factor determinante en el desarrollo sostenible de Egipto a nivel país, entre 2004 y 2017. Por otro lado, considerando estudios que examinaron la relación con ODS en forma individual, Yap *et al*. (2023) con una muestra de cincuenta países indican en sus resultados que la inclusión financiera se correlaciona positivamente con los ODS 2, 5 y 8 y el estudio de Ma'ruf y Aryani (2019) sobre países miembros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático obtuvo como resultado una relación negativa y significativa de la inclusión financiera con la consecución del ODS 1.

Algunos estudios han utilizado mediciones del ecosistema Fintech a nivel país. Haddad y Hornuf (2019) usaron como variable dependiente el número o cantidad total de este tipo de empresas financieras digitales que estaban en funcionamiento por año y por país. Por el contrario, Lyons *et al*. (2022) utilizaron una medida más compleja sobre Fintech, con un índice denominado "The Global Fintech Index" (Findexable, 2022) que es utilizado como una de sus variables explicativas de estudio.

Esta factible asociación entre el cumplimiento de desarrollo sostenible, las variables de progreso del ecosistema Fintech y las variables de inclusión financiera, hasta donde tenemos conocimiento, no se ha aplicado desde una perspectiva empírica en el ámbito latinoamericano, convirtiéndose trascendental para la investigación en inclusión financiera digital y desarrollo sostenible profundizar el análisis del vínculo existente entre dichos elementos. Hernández-Pajares (2023) en su trabajo de revisión bibliográfica sobre sostenibilidad en Latinoamérica, detectó que existe escasa investigación en la temática de contribución hacia los ODS de la región, lo cual exhibe la relevancia del estudio.

Por lo que, el propósito del trabajo es evaluar si la inclusión financiera y el crecimiento Fintech contribuyen al logro de los objetivos de desarrollo sostenible en América Latina.

El resto del artículo es presentado de la siguiente manera: a continuación, se describe el diseño y la metodología de trabajo donde se expone el tipo de investigación, las fuentes de datos, las variables de estudio y la herramienta de análisis; posteriormente se expone un detalle de los resultados obtenidos con su respectiva discusión, finalizando con la sección de conclusiones.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Materiales y métodos

El diseño de investigación es de tipo cuantitativo de alcance descriptivo correlacional y longitudinal. Se considera información de 2017 y 2021, debido a que son los dos últimos períodos con datos relevados posteriores a la vigencia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (enero 2016) y las métricas de inclusión financiera del Banco Mundial.

En cuanto a la contextualización geográfica, se analizará la inclusión financiera, el desarrollo sostenible y el ecosistema Fintech latinoamericano con base en los datos de los países más influyentes de la región. Se designaron los seis países de América Latina con mayor PIB nominal en US$ (World Bank, 2022), conformados por los cuatro integrantes de la Alianza del Pacifico (Chile, Colombia, México y Perú), y la adición de dos países relevantes en el mercado sudamericano, Brasil, único latinoamericano integrante del BRICS (economías emergentes con el mayor potencial de desarrollo) y Argentina por la representatividad del país para Sudamérica y ser miembro del Grupo de los 20 (G-20), el principal ámbito de deliberación política y económica del mundo.

Datos

Inclusión financiera

Se utiliza información de los dos períodos más recientes, 2017 y 2021, presentados en la base de datos Global Findex del Banco Mundial (2018, 2022) "World Bank" que incluye preguntas detalladas sobre el acceso y uso de los servicios financieros. Para cada país, el Banco Mundial ha seleccionado aleatoriamente muestras representativas a nivel nacional de al menos 1000 individuos y ha recopilado información en profundidad a través de encuestas, sobre cómo las personas ahorran, toman préstamos, realizan pagos y gestionan el riesgo financiero. Las muestras las tomaron de la población civil no institucionalizada de cada país mayor de 15 años. Con el fin de garantizar muestras representativas a nivel nacional, el trabajo del Banco Mundial utilizó una ponderación muestral base y otra post-estratificación. La ponderación del muestreo base se ajustó para tener en cuenta la probabilidad desigual de selección. La ponderación posterior a la estratificación se ajustó para tener en cuenta los errores de muestreo y de falta de respuesta relacionados con las estadísticas de población de cada país por sexo, edad, educación y estatus socioeconómico. Véase Demirgüç-Kunt *et al*. (2022) para una presentación completa de los datos, el muestreo y la metodología de la encuesta. A la vez de ser una publicación de un organismo oficial, es la base de datos sobre inclusión financiera con mayor alcance, profundidad y cantidad de recopilaciones a nivel mundial (Sarkar *et al*., 2022).

Chile, Colombia, México y Perú completaron 1000 respondientes, Brasil 1002 y Argentina 1003. Todos ellos habitantes con distintas características demográficas como lugar de nacimiento, nivel económico, sexo, nivel de educación y edad.

Fintech

Con el fin de complementar el análisis y no solo considerar el tamaño del ecosistema Fintech de cada país (cantidad de empresas), se utiliza la base de datos "The Global Fintech Index Ecosystem" (Findexable, 2022), el primer índice global que establece un conjunto común de métricas y un mismo algoritmo para generar una puntuación que clasifica los ecosistemas Fintech de ochenta y tres países y más de doscientas sesenta y cuatro ciudades.

Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-

Desde la creación de la Agenda 2030, año a año inalterablemente se ha confeccionado "The SDG Index & Dashboards Report", el informe mundial más relevante que evalúa la situación de cada país en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Sachs *et al*., 2017, 2021). Es utilizado por los gobiernos y la comunidad para determinar las prioridades de actuación, comprender los principales retos de la aplicación, hacer un seguimiento de los avances, garantizar la rendición de cuentas e identificar las situaciones a corregirse para alcanzar los ODS. El Índice ODS, "SDG Index" por sus siglas en inglés, es una evaluación de los

resultados globales de cada país en los diecisiete ODS a un momento de medición determinado, otorgando la misma importancia a cada objetivo para confeccionar el índice general, utilizando un total de 115 indicadores. La puntuación indica la posición de un país entre el peor valor posible (0) y el mejor, o resultado objetivo (100).

Variables

Las variables de inclusión financiera derivan de la revisión de estudios empíricos previos (Feghali *et al*., 2021; Lyons *et al*., 2022; Orazi *et al*., 2023), donde al categorizar entre el acceso y uso de los servicios financieros se determinan las siguientes que se presentan en la tabla 1:

Acceso:

Apertura cuenta: incluye proporción a nivel país de individuos poseedores de una cuenta en institución financiera o proveedor de dinero móvil en los últimos doce meses.

Apertura tarjeta: proporción a nivel país de individuos que poseen una tarjeta de débito o crédito a su nombre durante los últimos doce meses.

Uso:

Préstamos/Créditos: proporción a nivel país de encuestados que han tomado dinero prestado de manera formalizada (entidad financiera) o informalmente (créditos con familiares o amigos) durante los últimos doce meses.

Ahorro: proporción a nivel país que considera encuestados informantes de haber ahorrado en los últimos 12 meses, ya sea de forma general o con fines de jubilación.

Pagos/Cobros: proporción a nivel país de individuos que han realizado pagos o cobros de forma digital o a través de una tarjeta de débito o crédito durante los últimos doce meses.

Tabla 1
Operacionalización de variables

	Categoría	Subcategoría	Variable	Código	Código base de datos Banco Mundial (Demirguc-Kunt *et al*., 2022)
Inclusión financiera	1. Acceso	1.1 Apertura Cuenta	1.1.1 Cuenta Entidad Financiera	ACEF	fin1.t.d
			1.1.2 Cuenta de Dinero en móvil (CDM)	ACDM	mobileaccount.t.d
		1.2 Apertura Tarjeta	1.2.1 Tarjeta débito o Tarjeta crédito	ATDTC	fin2.7.t.d
	2. Uso	2.1 Préstamos/ Créditos	2.1.1 Solicitud de préstamo	UPR	borrow.any
			2.1.2 Préstamo en Entidad Financiera o CDM	UPRFOR	fin22a.c.MM.d
			2.1.3 Préstamo de familia y amigos	UPRINF	fin22b.t.d
		2.2 Ahorro	2.2.1 Ahorro (general)	UAHO	save_any
			2.2.2 Ahorro para la Jubilación	UAHJUB	fin16_t_d
			2.2.3 Ahorro en Entidad o CDM	UAHOFOR	fin17a.17a1.d
		2.3 Pagos/ Cobros	2.3.1 Uso de tarjetas de débito o crédito	UTDTC	fin4.8.t
			2.3.2 Pago/ Cobro digital	UPCDIG	g20_t_d

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Fintech		Índice Global Fintech	GFI
		Cantidad Fintech	QFIN
ODS	General	Índice general de ODS	SDGI
	Individuales	Índice ODS 1…17	SDG1…17

Con respecto a las variables seleccionadas para medir el ecosistema Fintech se definieron las variables Índice Global Fintech y cantidad Fintech. El Índice Global Fintech, también denominado "Global Fintech Index" es desarrollado por Findexable (2022) en función a una ponderación de tres dimensiones:

La cantidad, o el número de empresas Fintech, centros Fintech, espacios de coworking, aceleradores, influenciadores globales, denominado tamaño del ecosistema Fintech.

La calidad, o el impacto de las empresas Fintech, en función de factores como el tamaño, el crecimiento, la inversión, la presencia en la web, las visitas mensuales, la base de clientes, el ranking de sitios web, los eventos, la colaboración internacional, el número de unicornios, entre otros.

El entorno, medida de la facilidad para hacer negocios y el atractivo de un país concreto; basada en la infraestructura tecnológica, la masa crítica, y el ambiente normativo regulatorio Fintech.

En lo referente a la variable cantidad Fintech representa la delimitación del tamaño del ecosistema por año y país (Banco Interamericano de Desarrollo [BID] *et al*., 2022).

Finalmente, en la misma Tabla 1 se observan las variables "Índice ODS nivel general" y los diecisiete "Índices ODS individuales" por cada uno de los seis países de estudio, recopilados a través de la base de datos de Sachs *et al*. (2017, 2021), donde se califica el progreso de cada país hacia la consecución de los ODS.

Análisis de datos

La técnica estadística utilizada a través del sistema STATA v.16 para evaluar la asociación entre los indicadores de inclusión financiera, las variables Fintech y el Índice general e Índices individuales de ODS (SDGI y SDG1-17) es la correlación de Pearson; estadístico utilizado ampliamente para medir la fuerza de la asociación lineal entre dos variables.

Se realizó el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson por cada uno de los dieciocho índices de sostenibilidad planteados con las ocho variables de inclusión financiera y las dos de ecosistema Fintech individualmente; considerando los niveles de significancia ($p<0.01$; $p<0.05$; $p<0.10$) para análisis adicionales.

Resultados y discusión

A continuación, la tabla 2 presenta los estadísticos descriptivos de la muestra estudiada. Refleja la cantidad de observaciones obtenidas para cada variable, los índices de desarrollo sostenible e inclusión financiera con valores racionales que oscilan entre 0 a 1; las variables Fintech, QFIN, con valor entero mínimo de 16 y máximo de 771, y GFI, con valores racionales que oscilaron entre 1.007 y 8.163.

Tabla 2

Estadísticos descriptivos. Variables de desarrollo sostenible, inclusión financiera y Fintech

Variable	Obs.	Media	Desv. Std.	Min.	Max.
SDGI	12	0.705	0.032	0.648	0.771
SDG1	12	0.941	0.056	0.834	1
SDG2	12	0.634	0.064	0.527	0.719

SDG3	12	0.812	0.034	0.771	0.887
SDG4	12	0.884	0.084	0.75	0.991
SDG5	12	0.712	0.049	0.642	0.81
SDG6	12	0.875	0.072	0.786	0.985
SDG7	12	0.867	0.058	0.746	0.948
SDG8	12	0.657	0.072	0.522	0.773
SDG9	12	0.428	0.111	0.233	0.625
SDG10	12	0.272	0.137	0.108	0.51
SDG11	12	0.849	0.074	0.724	0.958
SDG12	12	0.766	0.054	0.699	0.867
SDG13	12	0.88	0.032	0.841	0.939
SDG14	12	0.596	0.122	0.351	0.782
SDG15	12	0.553	0.057	0.42	0.607
SDG16	12	0.583	0.094	0.44	0.773
SDG17	12	0.67	0.065	0.576	0.812
GFI	*6	3.715	2.439	1.007	8.163
QFIN	12	233	215.453	16	771
ACEF	12	0.591	0.169	0.354	0.871
ACDM	**11	0.141	0.11	0.024	0.351
ATDTC	12	0.476	0.183	0.273	0.792
UPR	12	0.426	0.076	0.318	0.588
UPRFOR	12	0.238	0.078	0.118	0.407
UPRINF	12	0.199	0.051	0.137	0.291
UAHO	12	0.399	0.08	0.303	0.581
UAHJ	12	0.153	0.048	0.068	0.264
UAHOFOR	12	0.144	0.072	0.072	0.311
UTDTC	12	0.34	0.184	0.145	0.706
UPCDIG	12	0.531	0.17	0.317	0.843

Nota. Estadísticos descriptivos de todas las variables de estudio. *Se distinguen solo seis observaciones en GFI, al ser un dato disponible para 2021 y no para 2017. **En la variable ACDM, existen once observaciones a causa de que Chile durante 2021 no ha presentado datos. Ambas limitantes (*,**) son resueltas con la eliminación por pares, utilizando todas las observaciones disponibles para un par de variables, incluso si faltan otras variables para las mismas observaciones.

Al obtener menos de cincuenta observaciones, se implementó la prueba de Shapiro-Wilk con el fin de examinar la normalidad de los datos. Esta prueba compara la distribución acumulada de las muestras con una distribución normal ideal. Los resultados (tabla 3) revelaron p-valores mayores a 0.05 aceptándose la hipótesis nula de que los datos siguen una distribución normal en cada una de las variables a correlacionar.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 3
Prueba de normalidad Shapiro-Wilk

Variable	Obs.	W	V	z	Prob>z
SDGI	12	0.952	0.798	-0.440	0.670
SDG1	12	0.904	1.600	0.915	0.180
SDG2	12	0.936	1.069	0.131	0.448
SDG3	12	0.925	1.253	0.439	0.330
SDG4	12	0.933	1.125	0.229	0.409
SDG5	12	0.940	0.995	-0.011	0.504
SDG6	12	0.923	1.293	0.501	0.308
SDG7	12	0.958	0.706	-0.678	0.751
SDG8	12	0.956	0.741	-0.583	0.720
SDG9	12	0.958	0.706	-0.680	0.752
SDG10	12	0.935	1.085	0.158	0.437
SDG11	12	0.957	0.719	-0.642	0.740
SDG12	12	0.916	1.408	0.667	0.252
SDG13	12	0.890	1.831	1.178	0.119
SDG14	12	0.928	1.201	0.357	0.360
SDG15	12	0.845	2.590	1.854	0.062
SDG16	12	0.967	0.552	-1.157	0.876
SDG17	12	0.932	1.133	0.243	0.404
GFI	6	0.876	1.535	0.671	0.251
QFIN	12	0.828	2.879	2.060	0.060
ACEF	12	0.943	0.946	-0.108	0.543
ACDM	11	0.899	1.634	0.915	0.180
ATDTC	12	0.893	1.782	1.126	0.130
UPR	12	0.962	0.630	-0.901	0.816
UPRFOR	12	0.965	0.584	-1.050	0.853
UPRINF	12	0.931	1.148	0.269	0.394
UAHO	12	0.913	1.452	0.726	0.234
UAHOJUB	12	0.936	1.075	0.141	0.444
UAHOFOR	12	0.851	2.488	1.776	0.058
UTDTC	12	0.902	1.638	0.961	0.168
UPCDIG	12	0.946	0.897	-0.211	0.583

La prueba realizada determina la decisión de selección del método estadístico apropiado. En este caso, y al tener las variables una tendencia lineal y ser numéricas continuas, permite utilizar una prueba paramétrica para el análisis, el coeficiente de correlación de Pearson, que mide la relación estadística lineal entre dos variables continuas.

Tabla 4

Correlaciones de Pearson - Variables de desarrollo sostenible, inclusión financiera y Fintech

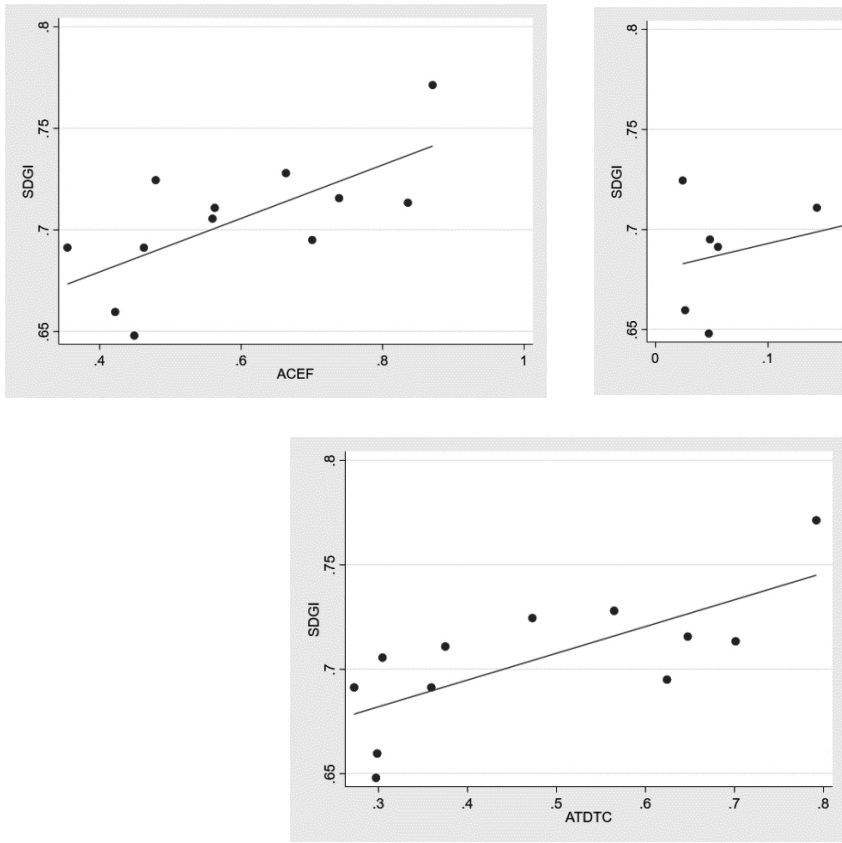
	GFI	QFIN	ACEF	ACDM	ATDTC	UPR	UPRFOR	UPRINF	UAHO	UAHJ	UAHFOR	UTDTC	UPCDIG
SDGI	-0.191	0.154	0.692**	0.580*	0.731***	0.364	0.368	0.230	0.446	0.513*	0.687**	0.776***	0.757***
SDG 1	-0.233	-0.584**	-0.026	-0.432	0.257	-0.426	-0.044	-0.733***	0.365	0.005	0.064	0.278	-0.045
SDG 2	0.041	0.354	0.778***	0.569*	0.720***	0.582**	0.587**	0.432	0.206	0.425	0.627**	0.686**	0.789***
SDG 3	-0.453	-0.554*	0.172	-0.120	0.274	-0.105	0.030	-0.343	0.545*	0.249	0.345	0.368	0.179
SDG 4	-0.769	0.296	0.252	0.618**	0.173	0.215	0.002	0.565*	0.134	0.414	0.308	0.266	0.377
SDG 5	0.039	0.347	-0.214	0.397	-0.121	-0.024	-0.169	0.266	-0.124	-0.036	-0.264	-0.045	-0.067
SDG 6	0.225	-0.388	0.268	-0.501	0.460	-0.134	0.247	-0.639**	0.252	-0.094	0.278	0.418	0.162
SDG 7	0.634*	0.632**	0.761***	0.757***	0.646**	0.789***	0.629**	0.604**	0.162	0.363	0.529*	0.639**	0.798***
SDG 8	-0.225	0.095	0.440	0.382	0.561*	0.112	0.184	0.000	0.417	0.371	0.528*	0.642**	0.521*
SDG 9	0.623*	0.640**	0.799***	0.628**	0.808***	0.512*	0.509*	0.252	0.516*	0.622**	0.789***	0.840***	0.849***
SDG 10	-0.548	-0.620**	-0.397	-0.408	-0.190	-0.381	-0.088	-0.489*	-0.284	-0.508*	-0.489*	-0.249	-0.439
SDG 11	-0.041	-0.419	-0.086	-0.539*	0.141	-0.411	-0.118	-0.694**	-0.069	-0.398	-0.119	0.097	-0.154
SDG 12	-0.524	0.275	0.084	0.483	-0.198	0.288	-0.144	0.781***	-0.035	0.336	0.173	-0.128	0.168
SDG 13	0.322	0.554*	0.369	0.487	0.173	0.538*	0.452	0.473	-0.017	0.210	0.317	0.156	0.342
SDG 14	-0.611	0.134	0.367	0.300	0.251	0.123	-0.091	0.362	0.111	0.374	0.461	0.266	0.425
SDG 15	-0.002	0.225	0.482	0.399	0.306	0.600**	0.427	0.635**	-0.041	0.249	0.224	0.237	0.474
SDG 16	-0.290	0.085	0.651**	0.779***	0.559*	0.501*	0.343	0.433	0.726***	0.805***	0.747***	0.679**	0.740***
SDG 17	0.469	0.469	0.610**	0.352	0.608**	0.370	0.267	0.203	0.578**	0.604**	0.718***	0.670**	0.669**
GFI	1.000	0.965***	0.400	0.296	0.393	0.557	0.628	-0.022	0.281	0.249	0.273	0.363	0.365
QFIN	0.965***	1.000	0.372	0.594*	0.288	0.548*	0.421	0.444	0.106	0.323	0.297	0.295	0.418

Nota. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Esta tabla muestra el coeficiente de correlación de Pearson y su significancia, entre cada uno de los Índices SDG con las variables de progreso del ecosistema Fintech y de inclusión financiera. Variables descritas en el apartado metodológico.

La tabla 4 expone los coeficientes de correlación entre el aporte a los ODS y cada una de las variables de la inclusión financiera y Fintech en los seis países latinoamericanos para los períodos 2017 y 2021. Analizando la correlación con el índice general de ODS (SDGI), donde los 17 objetivos poseen la misma ponderación, se observa una significante correlación positiva y fuerte con todas las variables de acceso de la inclusión financiera (figura 1), aperturas de cuentas en entidad financiera, en cuenta de dinero móvil y posesión de tarjetas de débito/crédito. Por lo cual cuanto mayor es el porcentual de desarrollo de la inclusión financiera, mayor es el cumplimiento con los ODS para cada país/año. La figura 2 en específico, expone la relación del índice general con las variables de uso. Existe una correlación positiva fuerte y muy significativa entre el índice general de ODS y la subcategoría de uso Pago/Cobro, tanto por el uso de tarjeta de débito/crédito como de pago/cobro con medios digitales (QR, transferencias, claves, etc.). Por otro lado, el ahorro formal también posee una relación positiva significante con el SDGI, y ninguna de las dos variables de Fintech consideradas han demostrado una correlación existente con el índice general de ODS en los países de estudio.

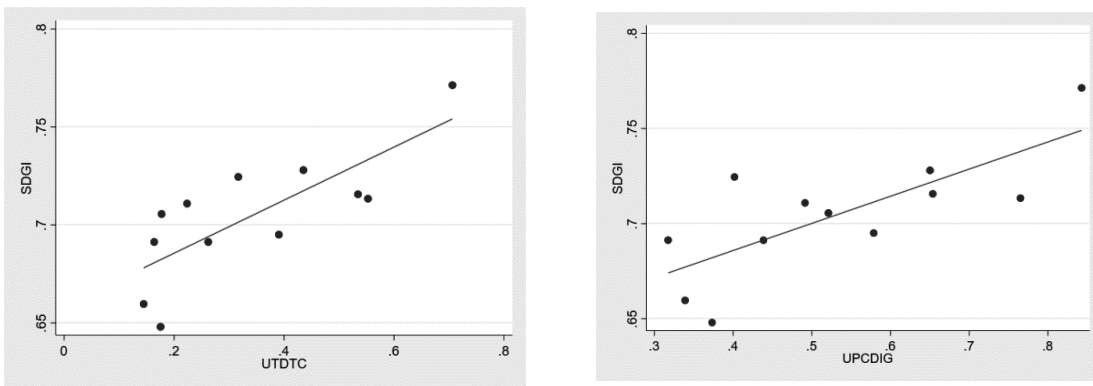
© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

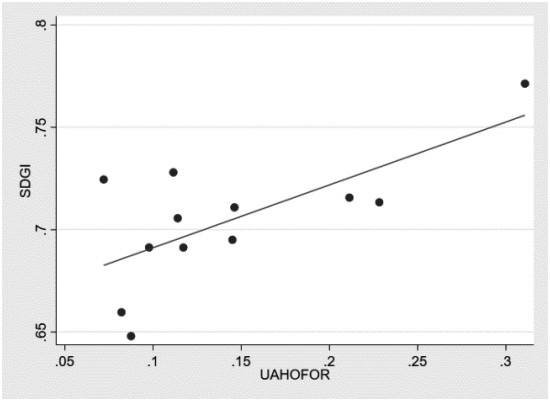
Figura 1
Diagrama de dispersión. SDGI- "Acceso"



Nota. Se muestran los diagramas de dispersión entre el Índice general SDGI y las tres variables de acceso a la inclusión financiera: Apertura de Cuenta Entidad Financiera (ACEF), Apertura de Cuenta de Dinero en Móvil (ACDM) y Apertura de Tarjeta débito o Tarjeta crédito (ATDTC), en su orden respectivo.

Figura 2
Diagrama de dispersión. SDGI- "Uso"





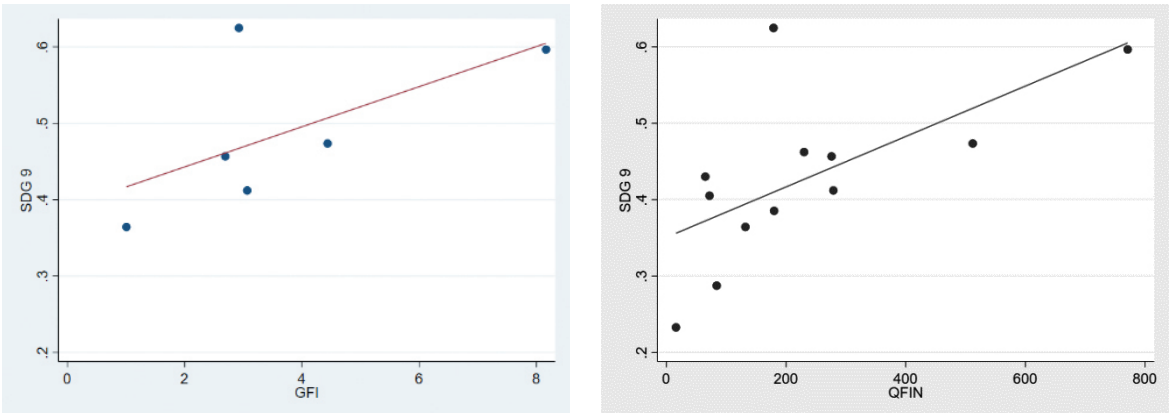
Nota. Refleja los diagramas de dispersión entre el Índice general SDGI y las tres variables con correlación más significativa por el uso de la inclusión financiera: Uso de Tarjeta débito o Tarjeta crédito (UTDTC), Uso de Pago/Cobro Digital (UPCDG), Uso Ahorro Formal (UAHOFOR), respectivamente.

Continuando con el análisis de la tabla 4 y los coeficientes de Pearson, pero a nivel individual de cada ODS (SDG1-SDG17) se encontró que con los que mayormente se correlacionan las variables de inclusión financiera de una manera significativa y considerable son los: SDG9 y SDG7 en primera medida, junto con los SDG16, SDG17 y SDG2.

El Índice SDG9, es de todos los índices por ODS el que mayor relevancia estadística ha tenido con una gran cantidad de variables relacionadas, tanto de inclusión financiera (con acceso y uso) como de medición Fintech. Al igual que el Índice SDG 7 son los únicos casos que reflejan una asociación positiva y con significancia estadística con las dos variables de estudio delimitadas para el ecosistema Fintech de los países latinoamericanos, nótese en la figura 3. A su vez el Índice SDG 9 posee correlaciones positivas muy fuertes de significancia estadística con: el pago/cobro digital, el acceso y uso de tarjeta de débito/crédito, el acceso a una cuenta en entidad financiera o cuenta de dinero móvil y el ahorro formal (en orden descendente). Ver tabla 5 y figuras 4 y 5.

Figura 3

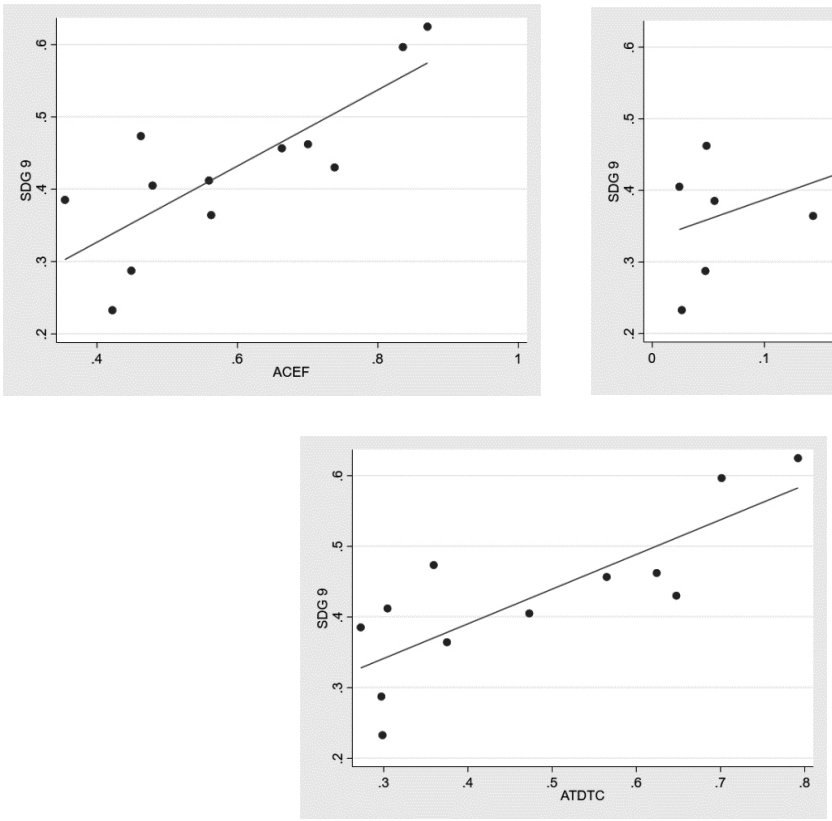
Diagrama de dispersión. SDG-"Fintech"



Nota. Se muestran los diagramas de dispersión entre el Índice SDG9 y las dos variables Fintech: Global Fintech Index (GFI), Cantidad Fintech (QFIN).

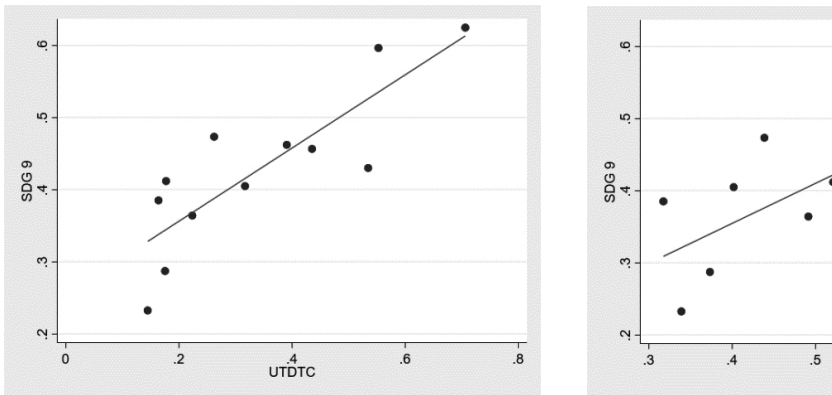
© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

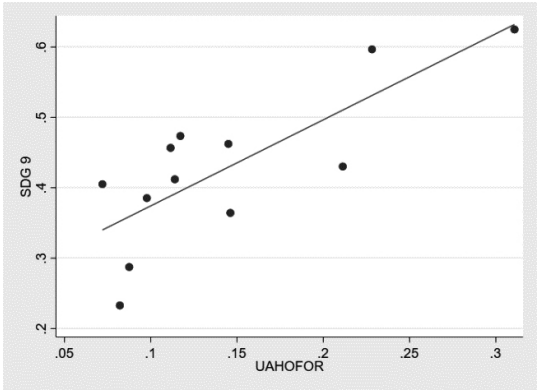
Figura 4
Diagrama de dispersión. SDG 9-"Acceso"



Nota. Se observan los diagramas de dispersión entre el Índice SDG9 y las tres variables de acceso a la inclusión financiera: Apertura de Cuenta Entidad Financiera (ACEF), Apertura de Cuenta de Dinero en Móvil (ACDM) y Apertura de Tarjeta débito o Tarjeta crédito (ATDTC), en su orden respectivo.

Figura 5
Diagrama de dispersión. SDG 9-"Uso"





Nota. Refleja los diagramas de dispersión entre el Índice SDG9 y las tres variables con correlación más significativa y fuerte por el uso de la inclusión financiera: Uso de Tarjeta débito o Tarjeta crédito (UTDTC), Uso de Pago/Cobro Digital (UPCDG), Uso Ahorro Formal (UAHOFOR), respectivamente.

Otros índices individuales reflejados en la tabla 4 poseen correlaciones positivas considerables/fuertes y significativas con al menos cinco variables de inclusión financiera. Entre ellos se destacan la correlación positiva existente entre las variables de pago/cobro (digital o tarjetas), posesión de cuenta en entidad financiera o cuenta de dinero móvil, y posesión de tarjetas de débito o crédito, con los Índices SDG 2,7,8,16 y 17.

De manera que en las tres variables de inclusión financiera clasificadas como acceso a los servicios financieros se observa una correlación significativa y grande con la consecución de la mayoría de los ODS a nivel individual. En adición a las mencionadas, la subcategoría de uso sobre pagos/cobros también presenta valores de correlación positiva directa, significativa. No resultando tan significativas las variables de uso a través del ahorro; y siendo las variables de uso, préstamos, las menos significantes y considerables para la consecución de los ODS. Los resultados obtenidos y presentados en esta sección respaldan la relación entre determinadas variables de inclusión financiera y un destacado ecosistema Fintech con el cumplimiento de algunos ODS a nivel individual y diversas asociaciones con el índice general que conglomera a los 17 objetivos.

Según los hallazgos del estudio, el Índice general SDGI, coincidente con resultados obtenidos en otros contextos geográficos por Ozili (2022) Gautam *et al*. (2022) y Nada (2019), muestra una relación positiva y significativa con las variables de inclusión financiera. Considerando la clasificación y categorización de las variables de estudio, se puede observar que esta relación es más clara y determinante con todas las variables de acceso y con solo pocas de las de uso.

En cuanto a los Índices individuales, por lo exhibido en los resultados, el Índice SDG9 que se refiere a la Industria, innovación e infraestructura, es el que se asocia de una manera evidente, directa y significativa con la mayor cantidad de variables de estudio sobre inclusión financiera; en concordancia con lo expuesto en el marco del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) por las Fintech encuestadas en Argentina respecto del ODS al que más contribuyen sus productos y servicios (PNUD y Cámara Argentina de Fintech, 2021) y lo asegurado por estudios de otras instituciones en la actualidad (Deloitte, 2021; UNSGSA, 2023). Los Índices individuales que prosiguen al ya mencionado en cuanto a mayor asociación con las variables de inclusión financiera son los Índices SDG 2,7,16 y 17, siendo el primero de ellos el que se ajusta a los resultados obtenidos por Yap *et al*. (2023) aunque sí diferenciándose este estudio con el mencionado al no haber encontrado relación alguna entre las variables de inclusión financiera y los Índices SDG 5 y 8.

La incorporación en el análisis de las variables Fintech, refleja que la cantidad de Fintech en el ecosistema de cada país, variable utilizada por Haddad y Hornuf (2019), ha obtenido una mejor relación con los índices ODS, sobre todo a través

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

del SDG9 y SDG7, no encontrándose asociación con el Índice general SDGI. Estos valores obtenidos han de ser de utilidad para la mejora en la determinación y uso de variables sobre ecosistema Fintech en trabajos empíricos que relacionen el desarrollo Fintech con la consecución de los ODS a nivel macroeconómico.

Conclusiones

El estudio evaluó a través de un modelo de correlación la asociación entre la inclusión financiera y el desarrollo Fintech, con el cumplimiento de los ODS en Latinoamérica, encontrándose esta como significativa y positiva. En particular, se ha observado que las variables de acceso a servicios financieros, como la apertura de cuentas en entidades financieras y el uso de tarjetas de débito/crédito, tienen una fuerte asociación con el índice general de los ODS (SDGI). Específicamente esto implica que cuantas más personas tienen acceso a abrir cuentas en instituciones financieras y a utilizar tarjetas de débito o crédito, hay una mayor probabilidad de que los países logren avances en los ODS. Evocando a que el índice general de los ODS (SDGI) es una medida que evalúa el progreso de un país en relación con los 17 ODS establecidos por la ONU, una fuerte asociación con el SDGI sugiere que la inclusión financiera a través del acceso a estos servicios contribuye de manera significativa al desarrollo sostenible en la región. Además, el uso de medios digitales para realizar pagos y cobros, como transferencias electrónicas, con tarjeta de débito/crédito, o a través de aplicaciones móviles muestra una relación positiva significativa con el cumplimiento de estos. Los resultados han reflejado que también índices individuales como el SDG9 o en menor medida SDG2, SDG7, SDG16 y SDG17, presentan correlaciones positivas considerables con las variables de inclusión financiera y de desarrollo Fintech.

La investigación resalta la importancia de la inclusión financiera y de un ecosistema Fintech robusto y desarrollado a nivel país con el fin de contribuir a los ODS. Este enfoque permite que gobiernos, organizaciones internacionales, empresas y la sociedad civil distingan valor en las Fintech y en el acceso y uso de mejores herramientas financieras, identificando áreas que requieran esfuerzos adicionales para promover el desarrollo sostenible.

Se observan como limitantes del estudio el haberse considerado solo fuentes secundarias, sin socavar su alta validez metodológica, confeccionadas por otros organismos internacionales para la operacionalización de variables utilizadas en el desarrollo del trabajo; y en adición, que la herramienta metodológica aplicada para el análisis de datos fuera el uso de coeficientes de correlación, que no implican causalidad; por lo cual, las sinergias observadas con los índices de ODS podrían estar independientemente relacionadas con otras variables distintas a las de inclusión financiera y Fintech.

A pesar de las limitaciones el trabajo no pierde relevancia debido a los resultados empíricos, dando lugar a oportunidades potenciales de futuras investigaciones en la temática. Entre estas posibilidades se propone aplicar el objetivo de estudio a mayor cantidad de países, ya sea aquellos que generen resultados adicionales para la región latinoamericana, cómo también otros países que sean comparables con los ya seleccionados en el presente trabajo, como podría ser el grupo de mercados emergentes. Por otro lado, llevar a cabo un análisis comparativo de datos discriminado a nivel individual por país podría ser un caso enriquecedor. A su vez, investigar complementando las variables de inclusión financiera desde la óptica de la demanda de servicios financieros con otras obtenidas por el lado de la oferta; como también a las variables del ecosistema Fintech que a medida se desarrolle nuevos trabajos empíricos sobre el tema van a estar disponibles más herramientas, indicadores y variables que enriquezcan los estudios de medición sobre Fintech. Estas opciones contribuirían a complejizar y potenciar el estudio, obteniendo variadas propuestas, enfoques y desafíos sobre una temática de investigación que se encuentra en auge.

Referencias bibliográficas

Arner, D. W., Buckley, R. P., Zetzsche, D. A. y Veidt, R. (2020). Sustainability, FinTech and Financial Inclusion. *European Business Organization Law*

Review, 21(1), 7-35. https://doi.org/10.1007/s40804-020-00183-y

Bakker, B. B., Garcia-Nunes, B., Lian, W., Lui, Y., Perez Marulanda, C., Siddiq, A., Sumlinski, M., Vasilyev, D. y Yang, Y. (2023). *The Rise and Impact of Fintech in Latin America*. https://doi.org/10.5089/9798400235474.063

Banco Interamericano de Desarrollo [BID], Finnovista y BID Invest. (2022). *Fintech en América Latina y el Caribe: Un sistema consolidado para la recuperación* (Vol. 59). https://doi.org/10.18235/0004202

Boto-Álvarez, A. y García-Fernández, R. (2020). Implementation of the 2030 agenda sustainable development goals in Spain. *Sustainability, 12*(6), 1-31. https://doi.org/10.3390/su12062546

Confraria, H., Ciarli, T. y Noyons, E. (2024). Countries' research priorities in relation to the Sustainable Development Goals. *Research Policy, 53*(3), 104950. https://doi.org/10.1016/j.respol.2023.104950

Deloitte. (2021). *Disrupción para la inclusión Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina*. https://bit.ly/4ddkRJc

Demir, A., Pesqué-Cela, V., Altunbas, Y. y Murinde, V. (2022). Fintech, financial inclusion and income inequality: a quantile regression approach. *European Journal of Finance, 28*(1), 86-107. https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1772335

Demirguc-Kunt, A., Klapper, L. y Singer, D. y Ansar, S. (2022). *The Global Findex Database 2021*. https://bit.ly/3YkyUsa

Demirguc-Kunt, A., Klappper, L., Singer, D., Ansar, S. y Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. https://bit.ly/3SoBoSx

Dhahri, S., Omri, A. y Mirza, N. (2024). Information technology and financial development for achieving sustainable development goals. *Research in International Business and Finance, 67*. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102156

Dupas, P., Karlan, D., Robinson, J. y Ubfal, D. (2018). Banking the unbanked? Evidence from three countries. *American Economic Journal: Applied Economics, 10*(2), 257-297. https://doi.org/10.1257/app.20160597

Feghali, K., Mora, N. y Nassif, P. (2021). Financial inclusion, bank market structure, and financial stability: International evidence. *Quarterly Review of Economics and Finance, 80*, 236-257. https://doi.org/10.1016/j.qref.2021.01.007

Findexable. (2022). *Latin America Fintech Rankings. We have lift off* (Issue May). https://bit.ly/3YhPLMr

Gabor, D. y Brooks, S. (2017). The digital revolution in financial inclusion: international development in the fintech era. *New Political Economy, 22*(4), 423-436. https://doi.org/10.1080/13563467.2017.1259298

Gautam, R. S., Agarwal, B., Barge, P. B., Singh, S., Singh Gautam, R., Pushp, A., Barge, P. y Rastogi, S. (2022). Impacts of financial inclusion on sustainable development in India. *Journal of Asian Finance, Economics and Business, 9*(10), 0235-0242. https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no10.0235

Haddad, C. y Hornuf, L. (2019). The emergence of the global fintech market: economic and technological determinants. *Small Business Economics, 53*(1), 81-105. https://doi.org/10.1007/s11187-018-9991-x

Hernández-Pajares, J. C. (2023). Exploring the research on sustainability reporting: a comprehensive bibliometric and literature review in the Latin American context. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, 12*(1), e22801. https://doi.org/10.5585/2023.22801

Khera, P., Ng, S., Ogawa, S. y Sahay, R. (2022). Measuring digital financial inclusion in emerging market and developing economies: a new index. *Asian Economic Policy Review*. https://doi.org/10.1111/aepr.12377

Klapper, L., El-zoghbi, M. y Hess, J. (2016). *Achieving the Sustainable Development Goals: The Role of Financial Inclusion*. https://bit.ly/3WDYwht

Lyons, A. C., Kass-Hanna, J. y Fava, A. (2022). Fintech development and savings, borrowing, and remittances: A comparative study of emerging economies. *Emerging Markets Review, 51*. https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100842

Martínez, L. B., Guercio, M. B., Orazi, S. y Vigier, H. P. (2022). Instrumentos financieros clave para la inclusión financiera en América Latina. *Revista Finanzas y Política Económica, 14*(1), 17–47. https://doi.org/10.14718/REVFINANZPOLITECON.V14.N1.2022.2

Ma'ruf, A. y Aryani, F. (2019). Financial inclusion and achievements of Sustainable Development Goals (SDGs) in ASEAN. *GATR Journal of Business and Economics Review, 4*(4), 147-155. https://doi.org/10.35609/jber.2019.4.4(1)

Nada, R. H. (2019). *Financial Inclusion and Sustainable Growth in Egypt* [Master's thesis, Harvard Extension School]. https://bit.ly/46k4UP4

Orazi, S., Martínez, L. B. y Vigier, H. P. (2021). Inclusión financiera en Argentina: un estudio por hoga-

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

res. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, 26*(1), 61. https://doi.org/10.30972/rfce.2615030

Orazi, S., Martinez, L. B. y Vigier, H. P. (2023). Determinants and evolution of financial inclusion in Latin America: A demand side analysis. *Quantitative Finance and Economics, 7(2), 187-206. https://doi.org/10.3934*/qfe.2023010

Orzes, G., Moretto, A. M., Ebrahimpour, M., Sartor, M., Rossi, M., Lambruschini, V. y Rossi, M. (2018). United Nations Global Compact: Literature review and theory-based research agenda. *Journal of Cleaner Production*. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.230

Ozili, P. K. (2022). Financial inclusion and sustainable development: an empirical association. *Journal of Money and Business, 2*(2), 186-198. https://doi.org/10.1108/jmb-03-2022-0019

Ozili, P. K. (2023). Financial inclusion and environmental sustainability. In *Digital Economy, Energy and Sustainability: Opportunities and Challenges* (pp. 25-39). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-22382-2_2

PNUD, y Cámara Argentina de Fintech. (2021). *Serie de Notas Focalizadas sobre el sector Fintech para la Sostenibilidad. https://bit.ly/4c2LsaO*

Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Durand-Delacre, D. y Teksoz, K. (2017). *SDG Index and Dashboards. Report 2017*. https://bit.ly/4cW9EwR

Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G. y Fuller, G. (2021). Sustainable Development Report 2021. *In Sustainable Development Report 2020.* Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108992411

Saksonova, S. y Kuzmina-Merlino, I. (2017). Fintech as financial innovation - The possibilities and problems of implementation. *European Research Studies Journal, 20*(3), 961-973. https://doi.org/10.35808/ersj/757

Salvia, A. L., Filho, W. L., Brandli, L. L. y Griebeler, J. S. (2018). Assessing research trends related to Sustainable Development Goals: Local and global issues. *Journal of Cleaner Production*. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.242

Sarkar, S., Nair, S. y Rao, M. V. V. (2022). Exploring the Gender Dimension in Financial Inclusion in India: Insights from the Global Findex Database. *Journal of Development Policy and* Practice, 245513332211415. https://doi.org/10.1177/24551333221141570

Tay, L. Y., Tai, H. T. y Tan, G. S. (2022). Digital financial inclusion: A gateway to sustainable development. In Heliyon (Vol. 8, Issue 6). Elsevier Ltd. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09766

UNSGSA. (2023). *Impulsando el progreso hacia los ODS mediante la inclusión financiera digital Edición de 2023*. https://bit.ly/4dffZTN

Wang Tok, Y. y Heng, D. (2022). *Fintech: Financial Inclusion or Exclusion? (22/80). https://bit.ly/3zQi2zi*

World Bank. (2022). *América Latina & el Caribe - PIB en US$*. https://bit.ly/3LDnp7O

Yang, T. y Zhang, X. (2022). FinTech adoption and financial inclusion: Evidence from household consumption in China. *Journal of Banking and Finance, 145.* https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106668

Yap, S., Lee, H. S. y Liew, P. X. (2023). The role of financial inclusion in achieving finance-related sustainable development goals (SDGs): a cross-country analysis. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja, 36*(3). https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2212028

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 65-85
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.04

El papel de las TIC, intraemprendimiento y redes de gestión colaborativa en la innovación y la competitividad empresarial

The role of ICT, intrapreneurship and collaborative management networks in innovation and business competitiveness

Aura Andrea Díaz-Duarte
Profesora e investigadora de la Universidad Panamericana, México
aadiaz@up.edu.mx
https://orcid.org/0000-0002-5856-7961

Gabriel Purón-Cid
Profesor e investigador del Centro de Investigación y Docencia Económicas, Aguascalientes, México
gabriel.puron@cide.edu
https://orcid.org/0000-0002-6272-7374

Marco Eliseo Rivera-Martínez
Profesor e investigador de la Universidad Panamericana, México
eriveram@up.edu.mx
https://orcid.org/0000-0002-6563-2987

Recibido: 08/11/24 **Revisado:** 15/12/24 **Aprobado:** 17/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: esta investigación analiza la relación entre la cultura de intraemprendimiento, las redes de colaboración en la gestión y las tecnologías de la información y comunicación en el desempeño innovador, así como sus efectos directos e indirectos en el desempeño y la competitividad empresarial. Utilizando datos recolectados a través de una encuesta aplicada a mipymes en el estado de Aguascalientes del sector comercial en México, el estudio evalúa quince hipótesis en tres modelos, cada uno examinando el impacto de una variable causal sobre el desempeño innovador mediante un análisis cuantitativo a través de ecuaciones estructurales. Los resultados indican asociaciones significativas entre estos factores y destacan el papel de la innovación en la mejora de los resultados empresariales. Adicionalmente, el estudio considera los efectos profundos de la pandemia de COVID-19, que ha exacerbado vulnerabilidades existentes en las economías de América Latina y el Caribe, afectando sectores clave como el comercio, el turismo y el transporte. Las conclusiones subrayan el impacto variable de los efectos directos e indirectos de las variables causales (cultura de intraemprendimiento, redes de colaboración en la gestión y tecnologías de la información y comunicación) sobre la variable mediadora (desempeño innovador) y las variables de resultado (desempeño y competitividad empresarial). En todos los modelos, se confirma una relación positiva y significativa entre el desempeño innovador y tanto el desempeño como la competitividad empresarial. Sin embargo, se observa una asociación más fuerte entre las variables causales y el desempeño y competitividad empresarial. Con base en estos hallazgos, el estudio propone recomendaciones estratégicas para las empresas que buscan mejorar su desempeño y competitividad en entornos dinámicos.

Palabras clave: innovación, intraemprendimiento, colaboración empresarial, TIC, desempeño empresarial.

Cómo citar: Díaz-Duarte, A., Purón-Cid, G. y Rivera-Martínez, M. E. (2025). El papel de las TIC, intraemprendimiento y redes de gestión colaborativa en la innovación y la competitividad empresarial. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 65-85. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.04

Abstract: this research analyzes the relationship between intrapreneurship culture, management collaboration networks, and information and communication technologies on innovation performance, as well as their direct and indirect effects on business performance and competitiveness. Using data collected from a questionnaire applied on MSMEs in the state of Aguascalientes in the Mexico's trade sector, the study tests fifteen hypotheses across three models, each examining the impact of a causal variable on innovation performance through a quantitative analysis using structural equation modeling. The results indicate significant associations between these factors and highlight the role of innovation in enhancing business outcomes. Additionally, the study considers the profound effects of the COVID-19 pandemic, which has exacerbated existing vulnerabilities in Latin American and Caribbean economies, affecting key sectors such as commerce, tourism, and transportation. The conclusions emphasize the varying impact of direct and indirect effects of causal variables (intrapreneurship culture, management collaboration networks, and information and communication technologies) on the mediator variable (innovation performance) and outcome variables (business performance and competitiveness). Across all models, a positive and significant relationship is confirmed between innovation performance and both business performance and competitiveness. However, a stronger association is found between the causal variables and business performance and competitiveness. Based on these findings, the study proposes strategic recommendations for businesses aiming to enhance their performance and competitiveness in dynamic environments.

Keywords: innovation, intrapreneurship, business network, ICT, firm performance.

Introducción

La pandemia de COVID-19 ha transformado la vida a nivel global desde su aparición en Wuhan, China, a finales de 2019, con un impacto sin precedentes en la salud, la economía y los sistemas financieros de países de todos los niveles de ingresos (Sotgiu y Dobler, 2020). La crisis económica provocada por el coronavirus (COVID-19) ha afectado significativamente a las naciones de América Latina y el Caribe, exponiendo problemas de larga data en sus estructuras productivas y empresariales (CEPAL, 2020). Además, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, en su más reciente Informe Especial sobre la COVID-19 publicado en junio de 2020, estima que el 34,2 % del empleo formal y el 24,6 % del PIB en la región provienen de sectores gravemente afectados por la pandemia (por ejemplo, el comercio, turismo, transporte, industrias culturales, reparación de bienes, hoteles y restaurantes, moda y automóviles). En cambio, menos de una quinta parte del empleo y el PIB se generan en sectores que solo se ven moderadamente afectados (por ejemplo, la agricultura, la ganadería, la pesca, la producción de alimentos, los suministros y equipos médicos, los productos farmacéuticos, las telecomunicaciones y el envasado) (CEPAL, 2020). La diversificación económica y la aplicación de políticas adecuadas fueron esenciales para reforzar la resiliencia económica durante y después de esta crisis (Sotgiu y Dobler, 2024).

En esta situación, la innovación se ha vuelto cada vez más necesaria, ya que hoy en día las empresas deben atravesar los desafíos que han obligado a muchas empresas a salir del mercado. Por lo tanto, el uso de estrategias empresariales eficaces es un factor determinante para mejorar el desempeño de la organización en un entorno competitivo y en constante evolución. Según diversos estudios, las empresas que desarrollan e implementan estrategias bien estructuradas, basadas en un análisis integral del mercado y sus capacidades internas, no solo aumentan la rentabilidad, sino que también se adaptan a las fluctuaciones en el entorno económico (Porter, 2020). En particular, la diversificación de las estrategias que consideran tanto la innovación como la sostenibilidad se ha convertido en un eje clave para el éxito a largo plazo (Grant, 2021). Además, la evaluación continua de estas estrategias permite realizar ajustes en las tácticas operativas y administrativas, contribuyendo a una mayor eficiencia y eficacia en los procesos de toma de decisiones (Johnson., 2022). Estos enfoques no solo optimizan el rendimiento financiero, sino que también fortalecen la competitividad empresarial a nivel mundial (Barney, 2023).

La innovación continua es crucial para que una empresa siga siendo competitiva y mantenga su posición en el mercado, e implica la introducción de nuevos productos, servicios o ideas que otros reconocen como novedosos, desempeñando así un papel fundamental en el éxito y crecimiento continuo de la empresa (Farida y Setiawan, 2022). La competitividad de una empresa se basa en tres pilares estratégicos fundamentales: rendimiento

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

competitivo (producción), recursos organizativos (insumos) y los procesos y capacidades de gestión que permiten que estos recursos aumenten y se utilicen de forma efectiva (Kang y Na, 2020).

En consecuencia, el objetivo de la investigación es explorar la relación entre la cultura intraempresarial, las redes de colaboración gerencial y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) con el desempeño innovador, junto con los impactos directos e indirectos de estas variables en el desempeño empresarial y la competitividad. El documento está organizado en cuatro secciones clave: primero, el marco teórico que delinea el desarrollo de las hipótesis de investigación; en segundo lugar, una explicación detallada de la metodología de investigación; en tercer lugar, un análisis de los resultados; y finalmente, la discusión de los hallazgos y las conclusiones extraídas.

El objetivo es ofrecer ideas fundamentadas científicamente que eluciden los cambios potenciales en la innovación empresarial y su interacción con diversas estrategias empresariales, con el objetivo de impulsar resultados positivos tanto en el rendimiento como en la competitividad. En consecuencia, esta investigación aspira a proporcionar una guía estratégica con recomendaciones comerciales diseñadas para reforzar la resiliencia, el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas en el entorno actual, que cambia rápidamente y es altamente volátil.

Desarrollo teórico/hipótesis de investigación

En esta sección, establecemos la base teórica que sustenta el modelo de investigación, delineando la teoría clave y el enfoque del estudio. Detallamos la conceptualización de cada variable y destacamos la evidencia empírica que respalda las relaciones propuestas presentadas en cada hipótesis de investigación.

La visión basada en recursos (RBV) plantea que los recursos y capacidades son valiosos cuando permiten a una organización aprovechar oportunidades y mitigar amenazas. Si bien el RBV ha sido ampliamente aplicado, los análisis recientes resaltan sus limitaciones y sugieren su evolución hacia una teoría más integral mediante la integración de elementos de la teoría de los interesados. Estos elementos incluyen: a) incorporar aspectos normativos o marcos, b) recalibrar la idea de sostenibilidad, c) ver a las personas más allá de los recursos, y d) dar más espacio a comportamientos cooperativos (Freeman *et al*., 2021).

A pesar de la amplia investigación sobre el RBV y su aplicación para mejorar el desempeño empresarial y la competitividad, sigue habiendo una brecha en la comprensión de cómo los recursos específicos —como la cultura de intraemprendimiento, las redes de colaboración gerencial y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)— pueden ser desarrollados e integrados estratégicamente para maximizar su impacto en el desempeño de la innovación, particularmente en el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas (MSMEs). Esta brecha empírica se acentúa aún más en entornos dinámicos e inciertos, como los que se originaron en la pandemia de COVID-19, donde la resiliencia y la adaptabilidad surgen como capacidades organizativas críticas. Al centrarse en las mipyme del estado de Aguascalientes en el sector comercial mexicano, este estudio aborda este vacío no solo explorando los efectos directos e indirectos de estos recursos en el desempeño de la innovación, sino también su papel en el fomento de la resiliencia empresarial y la competitividad sostenida en tiempos de crisis.

Innovación

Las iniciativas innovadoras son fundamentales para influir en el desempeño de las empresas y, a mayor escala, para dar forma a la dinámica de toda la economía. La importancia de los procesos empresariales innovadores radica en su capacidad de actuar como puente que convierte las ventajas de la colaboración externa en resultados de innovación. Las empresas deben enfocar la innovación de los procesos de negocio no solo como un requisito funcional, sino como un activo estratégico esencial para transformar las ideas externas en éxito de mercado. Al priorizar simultáneamente las asociaciones externas y refinar los procesos internos, las organizaciones pueden gestionar eficazmente los desafíos del

dinámico panorama empresarial actual. Este enfoque fomenta el crecimiento sostenible, fortalece el posicionamiento competitivo e impulsa mejoras tanto en la innovación de productos como en el rendimiento operativo (Yu *et al.*, 2024).

La innovación de los modelos de negocio puede corresponder tanto a empresas ya establecidas en el mercado con una posición sólida como a entidades emergentes que desarrollan nuevos modelos de negocio en forma de start-ups. En este contexto, las modificaciones al modelo de negocio se representan como un crecimiento con mejoras graduales o con innovaciones transformadoras. Es importante subrayar que el alcance de la innovación dentro del modelo de negocio está determinado por las necesidades específicas de la empresa. Por lo tanto, identificar con precisión estas necesidades se convierte en un elemento clave para alcanzar el éxito en el contexto de la creación de valor (Otola y Grabowska, 2020).

Cultura intraemprendedora y rendimiento en la innovación

Los ejecutivos tienen la tarea de fomentar la participación intraempresarial de los empleados, alentándolos y empoderándolos para que participen activamente en las iniciativas empresariales de su organización (Sánchez-Vidal *et al.*, 2024). La participación de los empleados en los proyectos intraempresariales a nivel organizacional depende significativamente de lo bien que sus atributos individuales se alinean con el entorno organizacional en el que operan (Niemann *et al.*, 2022).

La investigación sobre la racionalidad en los resultados de intraemprendimiento e innovación indica que el intraemprendimiento es necesario para lograr resultados exitosos de innovación. Este conjunto de investigaciones revela que los estilos cognitivos de intraemprendedores juegan un papel significativo en los resultados de innovación (Marques *et al.*, 2021). Se prevé que la presencia del intraemprendimiento dentro de la organización en el contexto de la innovación impulsará el crecimiento y la rentabilidad, mejorando en última instancia el rendimiento general de la empresa. Esto implica que la eficacia de una empresa en la consecución de sus objetivos también puede evaluarse a través de su orientación hacia la innovación (Aina y Solikin, 2020). Estos autores mencionan que el intraemprendimiento abarca cuatro subdimensiones claves: innovación, toma de riesgos, proactividad y agresividad competitiva. Estos elementos influyen positivamente en el rendimiento financiero y la competitividad de una empresa en el mercado.

Una vez establecidos los antecedentes de cultura intraemprendedora y de desempeño en innovación, desempeño empresarial y competitividad empresarial, se presentan la hipótesis uno, la hipótesis uno "a" y la hipótesis uno "b":

> H_1: El nivel de cultura de intraemprendimiento en las empresas influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento en innovación.
>
> H_{1a}: El nivel de cultura de intraemprendimiento en las empresas influye positiva y significativamente en sus niveles de desempeño empresarial.
>
> H_{1b}: El nivel de cultura intraempresarial en las empresas influye positiva y significativamente en sus niveles de competitividad empresarial.

Gestión de colaboración de redes y rendimiento en la innovación

La colaboración puede fomentar interacciones estrechas entre los socios del proyecto y promover el intercambio de información, lo que a su vez impulsa el desarrollo de innovaciones (Klijn *et al.*, 2024). Un estudio realizado en México por Álvarez-Aros *et al.*, (2022) confirmó una relación positiva y significativa entre la colaboración horizontal de la innovación abierta (instituciones educativas, gobierno y competidores) y el rendimiento financiero de las empresas. Keung y Shen (2017) confirmaron en el caso de China que el establecimiento de redes de proyectos eficaces por parte de los contratistas podría beneficiar su competitividad empresarial.

A partir de estos argumentos, nuestro estudio pone a prueba la siguiente hipótesis dos, hipótesis

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

dos "a" y dos "b", sobre la asociación de las redes de colaboración gerencial con el desempeño innovador, el desempeño empresarial y los niveles de competitividad empresarial:

> H_2: El nivel de las redes de colaboración de gestión influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento en innovación.
>
> H_{2a}: El nivel de las redes de colaboración de gestión influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento empresarial.
>
> H_{2b}: El nivel de las redes de colaboración de gestión influye positiva y significativamente en sus niveles de competitividad empresarial.

Tecnologías de la información y la comunicación y rendimiento de la innovación

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son una herramienta que se implementa en las organizaciones para transmitir información y mejorar la comunicación para competir en el contexto del entorno de la información y la comunicación (Ab Wahab *et al.*, 2020). Lecerf y Omrani (2020) examinan los efectos de la innovación en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYME) y los efectos directos y moderadores de la circulación de la información y el conocimiento durante la adopción de la tecnología de la información. Los resultados sugieren que el desarrollo de la innovación aumenta el nivel de la tecnología de la información y puede mejorar la internacionalización.

En un estudio realizado en empresas indonesias, Widjaja *et al.*, (2020) revelan que existía una relación positiva y significativa entre la tecnología de la información y la comunicación y el rendimiento empresarial. Saleem *et al.* (2020) confirmaron en otro estudio que los efectos de los proyectos de TIC no se limitan al desarrollo social y económico, sino que también se clasifican como desarrollos mixtos en términos estratégicos, de gestión, de información, operativos, transaccionales, organizativos, de infraestructura y de transformación.

Una vez presentados los argumentos, el estudio pone a prueba la hipótesis tres, la hipótesis tres "a" y la hipótesis tres "b", sobre la relación de las tecnologías de la información y la comunicación con el rendimiento de la innovación, el rendimiento empresarial y los niveles de competitividad empresarial:

> H_3: El nivel de las tecnologías de la información y la comunicación influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento en materia de innovación.
>
> H_{3a}: El nivel de las tecnologías de la información y la comunicación influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento empresarial.
>
> H_{3b}: El nivel de las tecnologías de la información y la comunicación influye positiva y significativamente en sus niveles de competitividad empresarial.

Rendimiento de innovación y rendimiento empresarial

El desempeño empresarial (BP) está directamente relacionado con el alcance de los objetivos organizacionales propuestos (Morales, 2020). La idea de que la innovación abierta influye positivamente en el desempeño empresarial está respaldada por la investigación empírica y es ampliamente reconocida tanto en la industria como en el mundo académico (Carmona-Lavado *et al.*, 2023; Figueira *et al.*, 2023; Haddoud *et al.*, 2023). La creación de productos y servicios innovadores aumenta la eficiencia y genera mayores ingresos y una mayor presencia en el mercado (Sahoo *et al.*, 2024).

El estudio realizado por Febrianti y Herbert (2022) tuvo como objetivo comprender la influencia del análisis de negocio y el rendimiento de la innovación en la mejora del BP de las pequeñas y medianas empresas. Los resultados de este estudio confirmaron que el análisis empresarial y el rendimiento de la innovación tienen una gran

influencia en el rendimiento empresarial. Esta relación muestra que las variables de capacidad de análisis de negocio e innovación son factores importantes para que las MIPYME mejoren su BP.

Así, el papel de las habilidades de análisis de negocios y la innovación tiene una influencia suficientemente alta en la construcción de BP. Con base en estos argumentos sobre la asociación del negocio de rendimiento de la innovación con los niveles de rendimiento empresarial, este estudio prueba la siguiente hipótesis cuatro:

> H_4: El nivel de rendimiento de la innovación influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento empresarial.

Rendimiento de la innovación y competitividad empresarial

En la era de la globalización, donde la competitividad plantea importantes desafíos para las economías desarrolladas, la innovación surge como un factor fundamental para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollar estrategias eficaces de creación de empleo para garantizar el éxito en el mercado mundial (Hajighasemi *et al.*, 2022). La innovación es un proceso de gobernanza en curso que ofrece enfoques transformadores para mejorar las experiencias de las partes interesadas (Sørensen y Balsby, 2021).

La innovación estructural, que abarca tanto la innovación de procesos como la institucional, desempeña un papel transformador en la mejora de la competitividad de un destino (Zhou *et al.*, 2024). En un estudio se demostró que la innovación en los sistemas de servicios, caracterizados por la generación de ideas, la creación de servicios y la comercialización fortalece la competitividad de las empresas. Esto sugiere que los procesos de generación de ideas, creación de servicios y comercialización son cruciales para alcanzar mayores niveles de competitividad dentro de las organizaciones (Ekom *et al.*, 2023).

El estudio pone a prueba la siguiente hipótesis cinco, basada en estos argumentos, y se trata de la asociación del rendimiento de la innovación con los niveles de competitividad empresarial.

> H_5: El nivel de rendimiento de la innovación influye positiva y significativamente en sus niveles de competitividad empresarial.

Una vez desarrollado todo el marco teórico con el fin de presentar la hipótesis de investigación, la tabla 1 contiene la estructura de conceptos y documentos de relación que soportan nuestro modelo de investigación.

Tabla 1
Hipótesis de investigación (efectos indirectos) y autor/es de apoyo

Hipótesis de efectos indirectos	Autor/es de soporte
H1: El nivel de cultura de intraemprendimiento en las empresas influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento en la innovación.	Marques *et al.* (2021)
H2: El nivel de las redes de colaboración de gestión influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento en la innovación.	Klijn *et al.* (2024)
H3: El nivel de las tecnologías de la información y la comunicación influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento en materia de innovación.	Lecerf y Omrani (2020)
H4: El nivel de rendimiento de la innovación influye positiva y significativamente en sus niveles de rendimiento empresarial.	Febrianti y Herbert (2022)
H5: El nivel de rendimiento de la innovación influye positiva y significativamente en sus niveles de competitividad empresarial.	Ekom *et al.* (2023)

Este estudio también prueba los efectos indirectos de las variables analizadas sobre la competitividad y el rendimiento empresarial, excluyendo la variable de rendimiento de la innovación

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

como mediadora. Para ello, se han elaborado tres modelos distintos (véanse las figuras 1, 2 y 3). Por lo tanto, se formularon otras hipótesis para evaluar los efectos directos, como se indica en la tabla 2.

Tabla 2
Hipótesis de investigación (efectos directos) y autor/es de soporte

Hipótesis - efectos directos	Autor/es de soporte
H1a: El nivel de cultura de intraemprendimiento en las empresas influye positiva y significativamente en sus niveles de desempeño empresarial.	Aina y Solikin (2020).
H1b: El nivel de cultura intraempresarial en las empresas influye positiva y significativamente en los niveles de competitividad empresarial.	
H2a: El nivel de las redes de colaboración de gestión influye positiva y significativamente en los niveles de rendimiento empresarial.	Álvarez-Aros *et al*. (2022); Keung y Shen (2017).
H2b: El nivel de las redes de colaboración de gestión influye positiva y significativamente en los niveles de competitividad empresarial.	
H3a: El nivel de las tecnologías de la información y la comunicación influye positiva y significativamente en los niveles de rendimiento empresarial.	Widjaja *et al*. (2020); Saleem *et al*. (2020)
H3b: El nivel de las tecnologías de la información y la comunicación influye positiva y significativamente en los niveles de competitividad empresarial.	

Materiales y métodos

Este estudio adopta un enfoque científico que integra metodologías fundamentales y prácticas para lograr sus objetivos, que se traducen en producir datos relevantes y precisos para mejorar la comprensión, validar los hallazgos, refinar los conceptos o aplicar el conocimiento de manera efectiva a través de un proceso científico sistemático (Creswell *et al*., 2021).

El proceso de recopilación de datos se llevó a cabo en tres fases principales. Inicialmente, el cuestionario se desarrolló utilizando escalas validadas (escala Likert de cinco puntos), seguida de una prueba piloto para evaluar y garantizar la fiabilidad de los datos. En las fases siguientes, se realizaron dos análisis clave: la primera se centró en evaluar la fiabilidad y validez del instrumento, que son indicadores críticos de la calidad y precisión de las herramientas de medición (Hair *et al*., 2020). La segunda fase consistió en la aplicación del Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM), un método que permite el análisis simultáneo de múltiples relaciones de dependencia, lo que lo hace altamente apropiado para este estudio (Kline, 2023). El análisis adopta un diseño cuantitativo, recogiendo datos de un cuestionario dirigido a las mipyme del estado de Aguascalientes en el sector comercial de México para examinar o validar hipótesis a través de métodos estadísticos basados en la evaluación numérica. Esta metodología abarca aspectos tanto descriptivos como correlacionales.

La muestra utilizada en este estudio consiste en 200 mipymes ubicadas en el estado de Aguascalientes, México. Dentro del estado, las actividades comerciales representan la mayor parte del sector terciario —que representa aproximadamente el 40 % de todas las unidades económicas— y contribuyen significativamente al PIB de la región, según los últimos datos del INEGI (2024) y de acuerdo con lo establecido en el Directorio Estadístico de Unidades Económicas (DENUE, 2024). Hay 2276 mipymes dedicadas al comercio al por mayor, que representan el universo total del que se extrajo la muestra.

Las directrices de SEM sugieren al menos diez observaciones por variable observada, y Hair

(2021) recomiendan un mínimo de 200 observaciones o más de 100 observaciones en general. En este estudio se analizaron seis variables en tres modelos, lo que indica que un mínimo de 60 cuestionarios cumpliría el umbral básico. Sin embargo, Kline (2023) señala que, si bien los modelos más simples de SEM pueden estimarse con menos de 100 observaciones, los modelos más complejos requieren muestras más grandes para una estimación robusta. En consecuencia, se optó por un total de 200 observaciones para superar el requisito mínimo y garantizar un ajuste fiable del modelo. Este tamaño de muestra se alinea con los estándares reconocidos de SEM y proporciona una base sólida para obtener resultados estadísticos precisos y confiables, particularmente para los modelos más involucrados analizados en esta investigación.

El desarrollo de la recopilación de datos siguió un proceso sistemático y riguroso, y comenzó con la selección de escalas de medición para todos los constructos que ya habían sido validados y previamente utilizados en estudios similares. Posteriormente, se realizó una prueba piloto en una muestra aleatoria de diez empresas y cinco expertos para identificar la idoneidad de la conceptualización de las variables, el lenguaje utilizado en las preguntas y la estructura del cuestionario. En consecuencia, se hicieron pequeños ajustes en la descripción de ciertos conceptos. El instrumento mide las seis variables: i. Rendimiento de la innovación, ii. cultura intraemprendedora; iii. Redes de colaboración de gestión; iv. Tecnologías de la información y la comunicación; v. Desempeño de las actividades; vi. Competitividad empresarial. En la tabla 3 se presenta la estructura del cuestionario, incluidas las variables, sus dimensiones y el total de ítems.

Para garantizar la fiabilidad de los datos recopilados, se realizaron pruebas de fiabilidad y validez, ya que proporcionan el lenguaje esencial de medición y constituyen índices de calidad clave para los cuestionarios (Batista-Foguet *et al*., 2004). Existen varios procedimientos para medir la fiabilidad de una escala, siendo los principales índices el coeficiente alfa de Cronbach, el índice de fiabilidad compuesta (CRI) y la varianza promedio extraída (AVE). Uno de los mejores métodos para estimar la confiabilidad es el uso del método alfa ordinal, especialmente cuando se analizan datos politómicos obtenidos a partir de una escala Likert. Por lo tanto, los desarrolladores de escalas y los investigadores deben recurrir a este enfoque para obtener estimaciones de confiabilidad más precisas (Idaka *et al*., 2020).

El coeficiente alfa de Cronbach es el indicador de fiabilidad más utilizado en las ciencias sociales (Zumbo y Rupp, 2004). El índice de fiabilidad compuesta (CRI) sirve como otra medida de fiabilidad, interpretada de forma similar al alfa de Cronbach, pero teniendo en cuenta las relaciones entre los constructos extraídos. Además, la varianza media extraída (AVE) se presenta con frecuencia, ya que refleja la proporción de varianza explicada por un factor en relación con la varianza total atribuida a un error de medición para ese factor (Hair, 2021).

Como se muestra en la tabla 4, los valores obtenidos para los tres índices son adecuados, lo que confirma tanto la correcta interrelación entre los elementos de cada constructo como la medición exacta de los constructos.

Tabla 3
Estructura del instrumento de recogida de datos

Variable	Dimensiones	Elementos
Rendimiento de innovación	Innovación de productos	12
	Innovación de procesos	
	Innovación en gestión	

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Cultura intraemprendedora	Independencia de compañeros	22
	Tolerancia al riesgo	
	Indemnizaciones e incentivos	
	Trabajo en equipo	
	Soporte de gestión	
Redes de colaboración de gestión	Colaboración gubernamental	13
	Integración comercial	
	Colaboración tecnológica	
	Redes interinstitucionales	
Tecnologías de la información y la comunicación	Capacidad tecnológica	7
	Integración en la toma de decisiones	
Rendimiento empresarial	Procesos internos	12
	Sistemas abiertos	
	Objetivos racionales	
	Relaciones humanas	
Competitividad empresarial	Rendimiento financiero	18
	Reducción de costes	
	Enfoque tecnológico	

Tabla 4

Resumen de los índices de fiabilidad y validez

Variables y dimensiones	Alfa de Cronbach	Variación media extraída (AVE)	Fiabilidad compuesta (CRI)	valores p
Rendimiento empresarial				
Procesos internos	0,800	0,718	0,883	0,000
Sistemas abiertos	0,844	0,763	0,906	0,000
Objetivos racionales	0,921	0,864	0,950	0,000
Relaciones humanas	0,794	0,705	0,877	0,000
Competitividad				
Rendimiento financiero	0,917	0,700	0,933	0,000
Reducción de costes	0,935	0,740	0,944	0,000
Enfoque tecnológico	0,962	0,840	0,927	0,000
Innovación				

Innovación de productos	0,937	0,843	0,955	0,000
Innovación de procesos	0,952	0,874	0,965	0,000
Innovación en gestión	0,963	0,931	0,976	0,000
Redes de colaboración de administración				
Colaboración gubernamental	0,941	0,895	0,962	0,000
Integración comercial	0,926	0,819	0,948	0,000
Redes interinstitucionales	0,960	0,926	0,974	0,000
Colaboración tecnológica	0,766	0,681	0,864	0,000
Emprendimiento				
Independencia de compañeros	0,776	0,530	0,845	0,000
Tolerancia al riesgo	0,867	0,715	0,909	0,000
Indemnizaciones e incentivos	0,832	0,665	0,888	0,000
Trabajo en equipo	0,893	0,702	0,921	0,000
Soporte de gestión	0,853	0,693	0,900	0,000
Tecnologías de la información y comunicación				
Capacidad tecnológica	0,921	0,828	0,951	0,000
Integración en la toma de decisiones	0,882	0,810	0,927	0,000

Resultados y discusión

El análisis SEM estimó tres modelos MIMIC, con el rendimiento de la innovación como la variable mediadora entre el rendimiento empresarial y el rendimiento competitivo. El modelo 1 evalúa la relación entre la cultura intraemprendedora y el desempeño en innovación, junto con sus efectos directos e indirectos en la competitividad y el desempeño de las empresas. El modelo 2 evalúa la relación entre las redes de colaboración gerencial y el desempeño de la innovación, así como sus impactos directos e indirectos en la competitividad y el desempeño empresarial. El modelo 3 explora la relación entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el desempeño en materia de innovación y examina sus efectos directos e indirectos en la competitividad y el desempeño de las empresas. Las figuras 1, 2 y 3 ilustran estos modelos utilizando el análisis de ruta, teniendo en cuenta la posible covarianza de error entre las variables. La tabla 5 presenta un resumen de los resultados y las pruebas de aptitud para cada modelo. Además, se evaluaron las relaciones indirectas en cada modelo utilizando los datos del MEB, identificando el porcentaje de influencia para cada uno, como se muestra en la tabla 4. En general, los modelos 1, 2 y 3 demuestran ajustes aceptables para el conjunto de datos. La estadística Chi-cuadrado (^{2}) para cada modelo se encuentra dentro de los rangos aceptables, midiendo 23,37, 24,4 y 39,7, respectivamente, y contabilizando efectivamente las posibles varianzas y covarianzas en el conjunto de datos.

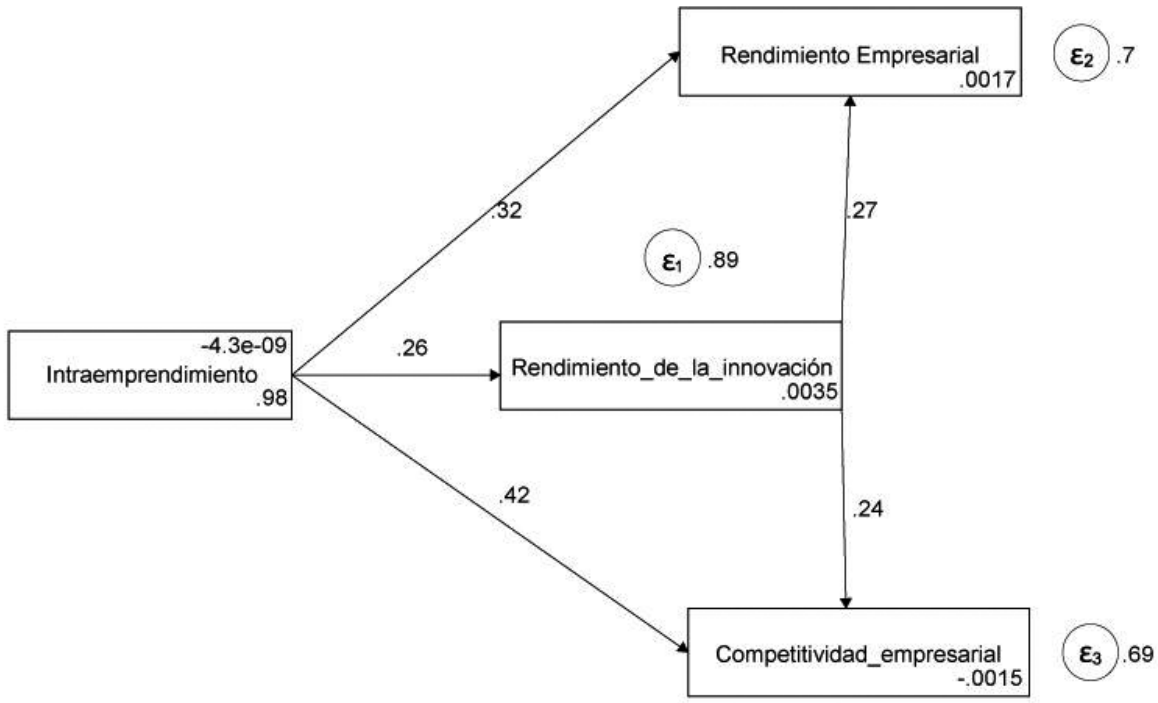
© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 5
Resultados de los modelos SEM

Modelo 1	**Observaciones = 200**
Cultura intraemprendedora	← de rendimiento de la innovación
	+0,2616 (±0,07) ***
	← de rendimiento empresarial
	+0,3188 (±0,06) ***
	← de competitividad empresarial
	+0,4219 (±0,06) ***
Rendimiento de la innovación	← de rendimiento empresarial
	+0,2738 (±0,06) ***
	← de competitividad empresarial
	+0,2373 (±0,06) ***
Modelo 2	**Observaciones = 200**
Redes de colaboración de gestión	← de rendimiento de la innovación
	+0,1550 (±0,07) **
	← de rendimiento empresarial
	+0,2746 (±0,06) ***
	← de competitividad empresarial
	+0.4213 (±0.06) ***
	← de rendimiento empresarial
Rendimiento de la innovación	+0,3232 (±0,06) ***
	← de competitividad empresarial
	+0,2891 (±0,06) ***
Modelo 3	**Observaciones = 200**
Tecnologías de la información y la comunicación	← de rendimiento de la innovación
	+0,2442 (±0,07) ***
	← de rendimiento empresarial
	+0,0757 (±0,07) *
	← de competitividad empresarial
	+0,2473 (±0,07) ***
	← de rendimiento empresarial

Rendimiento de la innovación	+0,3415 (±0,07) ***
	← de competitividad empresarial
	+0,2885 (±0,07) ***

Figura 1
SEM Modelo 1



Nota. Elaboración usando la aplicación SEM Builder de STATA.

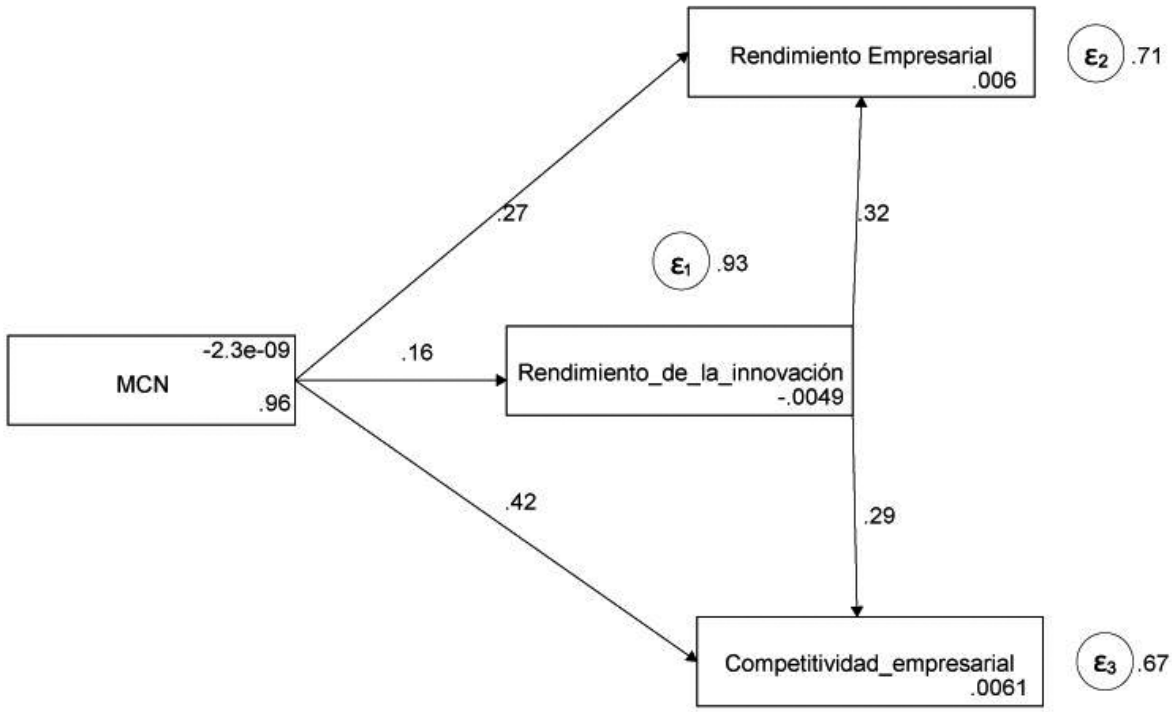
El modelo 1 pone a prueba la cultura de intraemprendimiento en relación con el desempeño innovador y los efectos directos e indirectos con el desempeño empresarial y la competitividad empresarial (hipótesis 1, 1a, 1b, 4-1 y 5-1). La dirección de signo de los coeficientes lambda (Λ) de la cultura intraemprendedora con rendimiento de innovación es positiva y significativa (Λ=+0,2616, p<0,01) al igual que los argumentos de la hipótesis 1 y los coeficientes para la asociación de rendimiento de innovación con rendimiento empresarial y competitividad empresarial; de igual forma, los argumentos de las hipótesis 4-1 y 5-1 también son positivos y significativos (Λ=+0,2738, p<0,01 y Λ=+0,2373, p<0,01). Los coeficientes para el efecto directo de la cultura de intraemprendimiento sobre el desempeño empresarial y la competitividad empresarial también son positivos y significativos como lo mencionan los argumentos de las hipótesis 1a y 1b (Λ=+0.3188, p<0.01 and Λ=+0.4219, p<0.01).

La interpretación con los resultados del Modelo 1 es que por cada desviación estándar el incremento en la cultura de intraemprendimiento, el desempeño en innovación, el desempeño empresarial y la competitividad empresarial aumentan en promedio 26,0 %; 31,0 % y 42,0 %, respectivamente. Estos hallazgos confirman los argumentos existentes en la literatura acerca de la asociación positiva de la cultura de intraem-

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

prendimiento sobre innovación, negocios y competitividad empresarial. De la misma manera, por cada aumento de la desviación estándar en el rendimiento de la innovación, el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial aumentan en promedio un 27,0 % y un 23,0 %, respectivamente.

Figura 2
SEM Modelo 2



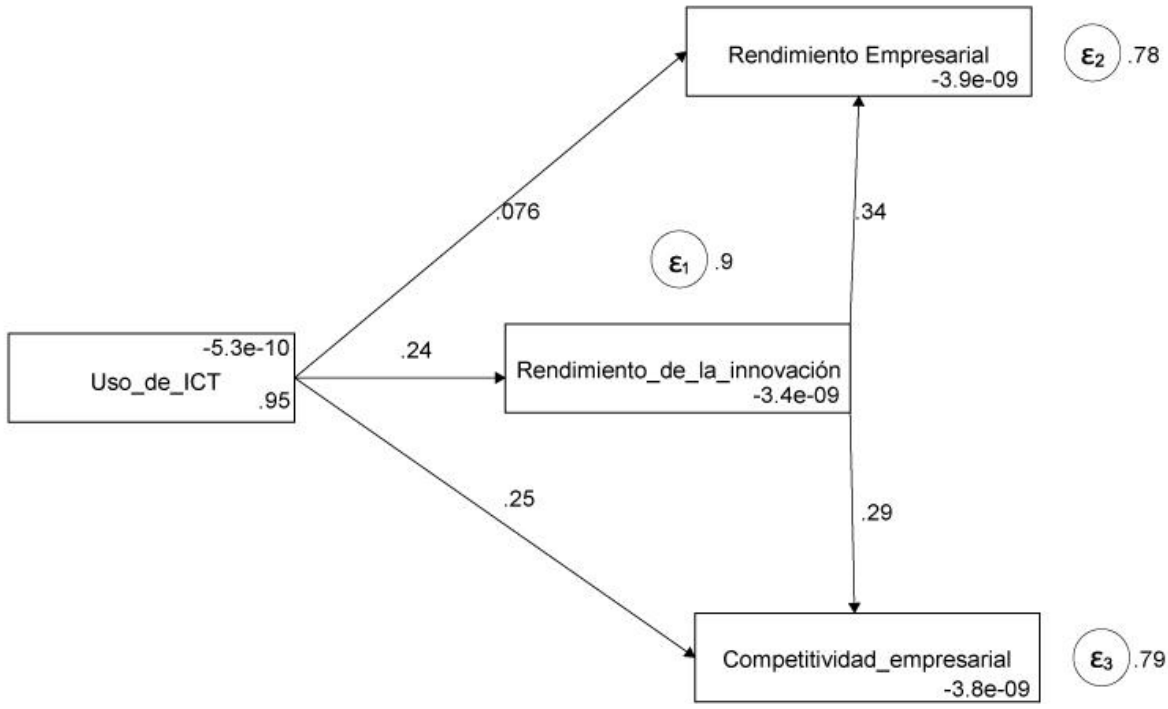
Nota. Elaboración propia usando la aplicación SEM Builder de STATA.

La bibliografía muestra que las redes de colaboración de gestión también influyen en el rendimiento de la innovación y los efectos directos e indirectos en el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial. El modelo 2 aborda esta pregunta y prueba las hipótesis 2, 2a, 2b, 4 y 5 para la asociación entre estas variables. Los resultados muestran un coeficiente lambda de redes de colaboración gerencial y rendimiento de innovación (Λ=+0,1550, p<0,05) como lo indica la hipótesis 2, y los coeficientes para la asociación del rendimiento de innovación con el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial como se menciona en las hipótesis 4 y 5, pues son positivos y significativos (Λ= +0,3232, p<0,01 y Λ=+0,2891, p<0,01). Los coeficientes para el efecto directo de las redes de colaboración gerencial sobre el desempeño empresarial y la competitividad empresarial también son positivos y significativos como los argumentos de las hipótesis 2a y 2b (Λ=+0,2746, p<0,01 y Λ=+0,4213, p<0,01).

La interpretación de los resultados del modelo 2 muestra que por cada desviación estándar aumentan el incremento en las redes de colaboración gerencial, el desempeño en innovación, el desempeño empresarial y la competitividad empresarial en aproximadamente 15,0 %; 27,0 % y 42,0 %, respectivamente. Estos hallazgos confirman los argumentos existentes en la literatura acerca de la asociación positiva de las redes de colaboración de gestión en materia de innovación, y competitividad empresarial. Además, por cada aumento

de la desviación estándar en el rendimiento de la innovación, el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial aumentan en promedio un 32,0 % y un 28,0 %, respectivamente.

Figura 3
Modelo SEM 3



Nota. Elaboración usando la aplicación SEM Builder de STATA.

En el contexto de las tecnologías de la información y la comunicación, la literatura señala que esta variable tiende a influir positivamente en el rendimiento de la innovación y tiene efectos directos e indirectos en el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial (hipótesis 3, 3a, 3b, 4-3 y 5-3). La dirección de signo de los coeficientes lambda de las Tecnologías de la Información y la Comunicación con el rendimiento de la innovación es positiva y significativa (Λ=+0,2442; p<0.1) como se indica en la hipótesis 3, y los coeficientes para la asociación del rendimiento de la innovación con el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial también son positivos y significativos como se presenta en las hipótesis 4 y 5 (Λ=+0,3415; p<0,01 y Λ=+0,2885, p<0.01). Los coeficientes para el efecto directo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación sobre el desempeño empresarial y la competitividad empresarial también son positivos y significativos, al igual que los argumentos de las hipótesis 3a y 3b (Λ=+0,0757; p<0,01 y Λ=+0,2473, p<0,1).

La interpretación del modelo 3, como muestran los resultados, es que por cada desviación estándar aumentan las tecnologías de la información y la comunicación, el desempeño en la innovación, el desempeño empresarial y la competitividad empresarial en aproximadamente 24,0 %; 0,7 % y 24,0 %, respectivamente. Estos hallazgos confirman los argumentos existentes en la literatura acerca de la relación positiva de las tecnologías de la información y la comunicación en materia de innovación, y competitividad empresarial. Además, por cada aumento de la desviación estándar en el rendimiento de la innovación, el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial aumentan aproximadamente un 32,0 % y un 28,0 %, respectivamente (tabla 6).

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 6
Resultados de los efectos directos e indirectos de los modelos SEM

Número de observaciones	200		
Relaciones	Directo	Indirecto	Total
Modelo 1			
Cultura intraemprendedora -> Rendimiento empresarial	0,32 (82 %)	0,07 (18 %)	0,39
Cultura intraemprendedora -> Competitividad empresarial	0,42 (87 %)	0,06 (13 %)	0,48
Modelo 2			
Redes de colaboración de gestión -> Rendimiento empresarial	0,27 (84 %)	0,05 (16%)	0,32
Redes de colaboración de gestión-> Competitividad empresarial	0,42 (90%)	0,046 (10%)	0,466
Modelo 3			
Tecnologías de la información y la comunicación -> Rendimiento empresarial	0,08 (0,0001%)	0,08 (99,9 %)	0,16
Tecnologías de la información y la comunicación -> Competitividad empresarial	0,25 (78 %)	0,07 (22 %)	0,32

En resumen, las principales conclusiones de los modelos 1, 2 y 3 son las siguientes. En el modelo 1, la relación más fuerte ocurre entre la cultura de intraemprendimiento y la competitividad empresarial, seguida de su relación con el desempeño empresarial. El efecto directo más fuerte de los resultados de la innovación es sobre los resultados empresariales, mientras que la relación más débil en este modelo es entre los resultados de la innovación y la competitividad empresarial. Sin embargo, todas las relaciones son positivas y estadísticamente significativas. En el modelo 2, la relación más fuerte es entre las redes de colaboración gerencial y el desempeño empresarial, siendo la relación directa entre el desempeño innovador y la competitividad empresarial la más positiva y significativa. El eslabón más débil es entre las redes de colaboración de gestión y el rendimiento de la innovación, aunque todas las relaciones en este modelo siguen siendo positivas y significativas, como lo apoya la literatura. El modelo 3 revela relaciones positivas entre todas las variables, pero con diferentes niveles de significación. La asociación más débil es entre las tecnologías de la información y las comunicaciones y el rendimiento empresarial, mientras que la relación más sólida es entre el rendimiento de la innovación y el rendimiento empresarial.

Como parte de las discusiones, los resultados obtenidos a través del modelado de ecuaciones estructurales (MEE) proporcionan evidencia empírica que apoya la relación entre factores organizacionales internos y externos (cultura de intraemprendimiento, redes de colaboración gerencial y tecnologías de la información y la comunicación) y el desempeño competitivo y empresarial, mediado por la innovación.

Los resultados de esta investigación proporcionan información valiosa sobre los mecanismos que influyen en el desempeño empresarial a través de la innovación. En primer lugar, el rol mediador de los resultados de la innovación pone de relieve la importancia de fomentar una cultura intraempresarial dentro de las organizaciones. Esto se alinea con estudios recientes, como Sánchez *et al*. (2024) y Niemann *et al*. (2020), que enfatizan la necesidad de empoderar a los empleados para que contribuyan activamente a las iniciativas empresariales y asegurar una alineación entre los atributos individuales y el entorno organizacional. Estos resultados sugieren que una fuerte cultura intraempresarial no solo mejora el rendimiento de la innovación, sino que

también amplifica los resultados competitivos y empresariales.

La influencia de las redes de colaboración de gestión en el rendimiento de la innovación y la competitividad empresarial se alinea con las conclusiones de Klijn *et al*. (2024) y Álvarez-Aros *et al*. (2022). Ambos estudios subrayan el papel e la colaboración —ya sea horizontal, con socios externos como gobiernos e instituciones educativas, o interna, a través de redes de proyectos eficaces— para impulsar la innovación y el rendimiento financiero. Esto refuerza la idea de que las colaboraciones estratégicas son indispensables para fomentar las capacidades innovadoras y lograr una competitividad sostenible.

En cuanto al papel de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), resuenan en los estudios de Widjaja *et al*. (2020) y Saleem *et al*. (2020), que confirmaron los impactos multifacéticos de las TIC en el rendimiento empresarial, que van desde los beneficios estratégicos y de gestión hasta el desarrollo operativo y transformacional. Los resultados también apoyan la afirmación de Lecerf y Omrani (2020) de que el aumento de la adopción de las TIC, al tiempo que se fomenta la innovación, contribuye significativamente a la internacionalización organizativa y a la competitividad. En este estudio, las TIC surgen como un factor clave para el rendimiento de la innovación, permitiendo a las empresas navegar y prosperar en entornos dinámicos y ricos en información. El impacto indirecto pero notable de las herramientas tecnológicas en la competitividad apunta a su capacidad para alimentar ecosistemas empresariales ágiles y adaptables que puedan responder rápidamente a las cambiantes presiones externas. Estos hallazgos refuerzan la naturaleza interconectada de las dimensiones intraempresarial, colaborativa y tecnológica en la conducción del desempeño organizacional, destacando el intraemprendimiento como pilar estratégico, las redes de colaboración como conductos para el intercambio de recursos y las TIC como catalizador de la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta del mercado.

La tabla 7 resume los resultados de cada hipótesis, destacando los coeficientes significativos.

El análisis muestra resultados concluyentes para todos los indicadores de los tres modelos. Los resultados del modelo 1 indican que los coeficientes lambda para cada relación entre las variables fueron los esperados. La cultura intraemprendedora muestra una asociación positiva con los resultados de la innovación, pero también evidencia un fuerte efecto directo con el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial; de igual forma, el rendimiento de la innovación tiene un impacto positivo y significativo en el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial. Por lo tanto, se confirman las hipótesis 1, 1b, 1c, 4-1 y 5-1. Los resultados del modelo 2 muestran que las redes de colaboración de gestión tienen una influencia positiva en el rendimiento de la innovación, así como un efecto directo en el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial y un efecto indirecto a través del rendimiento de la innovación en el rendimiento empresarial y la competitividad empresarial. Por lo tanto, se confirman las hipótesis 2, 2b, 2c, 4-2 y 5-2. Estos resultados corroboran la bibliografía y los estudios existentes. Los resultados del modelo 3 muestran que las tecnologías de la información y la comunicación tienen un impacto positivo en el rendimiento de la innovación y también tienen una asociación positiva en el rendimiento de las empresas y la competitividad de las empresas. El rendimiento de la innovación también muestra un efecto directo positivo en el rendimiento de las empresas y la competitividad de las empresas. Este es un resultado esperado que corrobora que las tecnologías de la información y la comunicación aumentan el rendimiento de la innovación, el rendimiento de las empresas y la competitividad empresarial. Por lo tanto, se confirman las hipótesis 3, 3b, 3c, 4-3 y 5-3.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 7
Resumen de los resultados

Modelo 1	**Variables de asociación / Hipótesis**
Cultura intraemprendedora	**Rendimiento de innovación** ← H1 confirmada
	+, significativo
	Rendimiento comercial ← H_{1a} confirmada
	+, significativo
	Competitividad empresarial ← H_{1b} confirmada
	+, significativo
Rendimiento de innovación	**Rendimiento del negocio** ← $H_{4,1}$ confirmada
	+, significativo
	Competitividad empresarial ← $H_{5,1}$ confirmada
	+, significativo
Modelo 2	**Variables de asociación**
Redes de colaboración de gestión	**Rendimiento de la innovación** ← H_2 confirmada
	+, significativo
	Rendimiento comercial ← H_{2a} confirmada
	+, significativo
	Competitividad empresarial ← H_{2b} confirmada
	+, significativo
	Rendimiento del negocio ← $H_{4,2}$ confirmada
Rendimiento de innovación	+, significativo
	Competitividad empresarial ← $H_{5,2}$ confirmada
	+, significativo
Modelo 3	**Variables de asociación**
Tecnologías de la información y la comunicación	**Rendimiento de la innovación** ← H_3 confirmada
	+, significativo
	Rendimiento comercial ← H_{3a} confirmada
	+, significativo
	Competitividad empresarial ← H_{3b} confirmada
	+, significativo
	Rendimiento del negocio ← $H_{4,3}$ confirmada

Rendimiento de innovación	+, significativo
	Competitividad empresarial ← $H_{5,3}$ confirmada
	+, significativo

Conclusiones

La contribución principal de esta investigación es analizar la relación entre la cultura intraempresarial, las redes de colaboración gerencial y las tecnologías de la información y la comunicación con el desempeño innovador, así como los efectos directos e indirectos de estas variables sobre el desempeño empresarial y la competitividad a través de tres modelos, uno para cada variable causal. Este estudio se realizó en las MIPYME en el sector comercial de un país en desarrollo, específicamente México. Se probaron 15 hipótesis en los tres modelos, analizando la asociación entre cultura intraemprendedora, redes de colaboración gerencial y TIC con desempeño innovador, así como la relación entre el desempeño innovador y desempeño empresarial y competitividad. Además, se examinaron los efectos directos de la cultura intraempresarial, las redes de colaboración de gestión y las TIC en el desempeño empresarial y la competitividad.

Es importante destacar varias conclusiones sobre el impacto variable, comparando los efectos directos e indirectos de las variables causales (cultura intraempresarial, redes de colaboración gerencial y tecnologías de la información y la comunicación) sobre la variable mediadora (desempeño en innovación) así como las variables de resultado (desempeño empresarial y competitividad empresarial). En los tres modelos, los resultados confirmaron una relación positiva y significativa entre los resultados de la innovación y los resultados empresariales y la competitividad. Sin embargo, existe una asociación más fuerte entre la cultura intraempresarial, las redes de colaboración gerencial, las tecnologías de la información y la comunicación y el desempeño empresarial y la competitividad.

Por lo tanto, la principal conclusión de esta investigación gira en torno a las siguientes recomendaciones estratégicas para las empresas con el objetivo de mejorar tanto su rendimiento como su competitividad. Estas recomendaciones se dividen en tres áreas clave: fomentar una cultura intraempresarial, mejorar la colaboración a través de redes de gestión y aprovechar las tecnologías de la información y la comunicación. Sobre la base del análisis y las pruebas presentadas, a continuación se presenta una lista de consideraciones prácticas extraídas de esas conclusiones:

La cultura del intraemprendimiento promueve la autonomía, la tolerancia, la compensación, el trabajo en equipo y el apoyo a la gestión. Para mejorar el rendimiento y la competitividad de las empresas, las decisiones y acciones estratégicas deben permitir a los empleados la libertad de tomar decisiones, hacerse cargo de los nuevos proyectos y expresar libremente sus opiniones. La tolerancia se puede enfatizar fomentando una filosofía organizacional que anime a los empleados a aceptar los riesgos y ver el cambio organizacional como una oportunidad. Una estrategia de compensación sólida es clave para crear una cultura de lugar de trabajo que fomente el compromiso y la motivación, impulsando a los empleados a emprender nuevos proyectos que mejoren los resultados de la empresa. Esto se puede lograr a través de un plan de compensación que incluya recompensas financieras, reconocimiento público y apoyo a la educación y el desarrollo profesional. El trabajo en equipo puede fortalecerse mediante la aplicación de una estructura organizativa flexible, respaldada por el apoyo de la administración. Nuestros hallazgos sugieren que una cultura de intraemprendimiento solo puede prosperar en un entorno de apoyo que valore e invierta en el desarrollo de los empleados, fomentando la innovación, el rendimiento y la competitividad dentro de la organización.

Las redes de colaboración de gestión se centran en clientes, proveedores, competidores, entidades gubernamentales, intermediarios tecnológicos, asociaciones industriales, organizaciones de

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

financiación, instituciones de enseñanza superior y colegios técnicos. Nuestros hallazgos indican que, si bien la implementación de redes de colaboración gerencial impacta positivamente en el desempeño de la innovación, tiene un efecto directo aún más fuerte en el desempeño empresarial y la competitividad. Por lo tanto, se deben aprovechar las redes de colaboración de gestión como una herramienta estratégica para ofrecer mejoras directas en el rendimiento empresarial mediante la mejora de la calidad y la eficiencia de los procesos internos, el aumento de la satisfacción del cliente, la aceleración de la adaptación a las necesidades del mercado, la gestión de la imagen corporativa, la expansión de la cuota de mercado, el aumento de la rentabilidad y la productividad, la motivación de los empleados y la reducción de la rotación y el absentismo. Además, las empresas que participan sistemáticamente en las redes de colaboración de gestión tienden a lograr un mejor rendimiento financiero, una reducción de costos y una implementación de tecnología más eficaz.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) tienen un bajo impacto directo en el desempeño de las empresas. Sin embargo, su papel en la promoción de los resultados de la innovación es importante, ya que las TIC fortalecen los resultados empresariales y la competitividad. Por esta razón, las estrategias de tecnología de la información relacionadas con procesos, sistemas y comunicación organizacional (particularmente con clientes, proveedores y competidores) deberían centrarse en la innovación de productos, procesos innovadores e innovación de sistemas de gestión. Este enfoque es fundamental para lograr los mejores resultados posibles para la organización.

De cara al futuro, los análisis futuros profundizarán las redes de colaboración y las tecnologías de la información y la comunicación en cada faceta del intraemprendimiento, con el objetivo de formular propuestas estratégicas que sirvan de base para la toma de decisiones organizativas. Estas propuestas no solo se centrarán en mejorar el rendimiento y la competitividad de las empresas, sino que también pondrán de relieve cómo una mentalidad empresarial puede estimular la innovación disruptiva; cómo los vínculos de colaboración pueden facilitar un sólido intercambio de conocimientos y el intercambio de recursos; y cómo se pueden aprovechar las TIC para aumentar la eficiencia operativa. Al llevar a cabo investigaciones exhaustivas sobre estas dimensiones, la investigación generará ideas viables para académicos y profesionales, lo que potencialmente revelará nuevas vías para explorar cómo estos factores interconectados pueden moldear aún más el éxito organizacional a largo plazo y la resiliencia en entornos de mercado en evolución.

Referencias bibliográficas

Ab Wahab, N. Y., Mohamad, M., Yusuff, Y. Z. y Musa, R. (2020). The importance of ICT adoption in manufacturing sector: empirical evidence on SME business performance. *International Journal of Supply Chain, 9*(2), 268-272. https://bit.ly/43lYf7C

Aina, Q. y Solikin, I. (2020). *Entrepreneurship and intrapreneurship: How supporting corporate performance. Review of Integrative Business and Economics Research, 9*, 288-297. https://bit.ly/4kCQgJI

Álvarez-Aros, E. L., Bernal-Torres, C. A. y Tovar, Y. S. (2022). Colaboración externa de la innovación abierta y desempeño financiero de las PYMES en Tamaulipas, México. *Revista de Administração de Empresas, 62*(3), 1-21. https://doi.org/10.1590/S0034-759020220301

Barney, J. B. (2023). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (6th ed.). Pearson.

Batista-Foguet, J. M., Coenders, G., y Alonso, J. (2004). Análisis factorial confirmatorio. Su utilidad en la validación de cuestionarios relacionados con la salud. Medicina clínica, 122(1), 21-27.

Carmona-Lavado, A., Gimenez-Fernandez, E. M., Vlaisavljevic, V. y Cabello-Medina, C. (2023). Cross-industry innovation: A systematic literature review. *Technovation, 124*, Article 102743. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102743

CEPAL, N. U. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19: efectos económicos y sociales*. https://bit.ly/3QNEoa6

Creswell, C., Nauta, M. H., Hudson, J. L., March, S., Reardon, T., Arendt, K., ... y Kendall, P. C. (2021). Research Review: Recommendations for reporting on treatment trials for child and adolescent anxiety disorders–an inter-

national consensus statement. J*ournal of Child Psychology and Psychiatry, 62*(3), 255-269. https://doi.org/10.1111/jcpp.13283

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE. (2024) https://bit.ly/3XrHLXG

Ekom Etim, A., Igwe, A. A., Al-Faryan, M. A. S. y Udoh, B. E. (2023). Service system innovation and firm competitiveness in an emerging market: The role of corporate governance system. *Cogent Business & Management, 10*(2), 2220202. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2220202

Farida, I. y Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: the role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8*(3), 163. https://doi.org/10.3390/joitmc8030163

Febrianti, R. A. M., & Herbert, A. S. N. (2022). Business analysis and product innovation to improve SMEs business performance. International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH), 2(1), 1-10.

Figueira, S., Torres de Oliveira, R., Verreynne, M.-L., Nguyen, T., Indulska, M. y Tanveer, A. (2023). Entrepreneurs: Gender and gendered institutions' effects in open innovation. *Industrial Marketing Management, 111*(1), 109-126. https://doi.org/ 10.1016/j.indmarman.2023.04.002

Freeman, R. E., Dmytriyev, S. D. y Phillips, R. A. (2021). Stakeholder theory and the resource-based view of the firm. *Journal of management, 47*(7), 1757-1770. https://doi.org/10.1177/0149206321993576

Grant, R. M. (2021). *Contemporary Strategy Analysis* (10th ed.). Wiley.

Haddoud, M. Y., Kock, N., Onjewu, A.-K. E., Jafari-Sadeghi, V. y Jones, P. (2023). Technology, innovation and SMEs' export intensity: Evidence from Morocco. *Technological Forecasting and Social Change, 191*, Article 122475. https://doi.org/ 10.1016/j.techfore.2023.122475

Hair Jr, J. F. (2021). Next-generation prediction metrics for composite-based PLS-SEM. *Industrial Management & Data Systems, 121*(1), 5-11. https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0505

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P. y Ray, S. (2020). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.

Hajighasemi, A., Oghazi, P., Aliyari, S. y Pashkevich, N. (2022). The impact of welfare state systems on innovation performance and competitiveness: European country clusters. *Journal of Innovation & Knowledge, 7*(4), 100236. https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100236

INEGI. (2024). Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal. https://bit.ly/3D7lDLD

Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2022). *Exploring Corporate Strategy* (12th ed.). Pearson. https://bit.ly/43nli23

Kang, S. y Na, Y. K. (2020). Effects of strategy characteristics for sustainable competitive advantage in sharing economy businesses on creating shared value and performance. *Sustainability, 12*(4), 1397. https://doi.org/10.3390/su12041397

Keung, C. y Shen, L. (2017). Network strategy for contractors' business competitiveness. *Construction management and economics, 35*(8-9), 482-497. https://doi.org/10.1080/01446193.2017.1329539

Klijn E. H., Metselaar S. y Warsen R. (2024). The effect of contract- and network management on performance and innovation in infrastructure projects. *Public Money & Management, 44*(5), 428-437. https://doi.org/10.1080/09540962.2023.2204533

Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.

Lecerf, M., & Omrani, N. (2020). SME internationalization: The impact of information technology and innovation. Journal of the Knowledge Economy, 11(2), 805-824.

Marques, C. S., Lopes, C., Braga, V., Ratten, V. y Santos, G. (2021). Intuition and rationality in *intrapreneurship and innovation outputs: The case of health professionals in primary health care. International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-24. https://doi.org/10.1007/s11365-021-00761-7

Morales, L. E. (2020). Capital intelectual y desempeño organizacional: el caso de las instituciones de educación básica en México. *Pensamiento y gestión, 47*, 180-202. https://doi.org/10.14482/pege.47.6342

Niemann, C. C., Dickel, P., y Eckardt, G. (2020). The interplay of corporate entrepreneurship, environmental orientation, and performance in clean-tech firms—A double-edged sword. Business Strategy and the Environment, 29(1), 180-196.

Idaka, I. E., Okarefe, O. A. y Adeleke, J. O. (2020). Efficacy of ordinal alpha reliability method using teacher literacy and practice of school-based assessment data. *The African Journal of Behavioural and Scale Development Research, 2*(2). https://doi.org/10.58579/AJBSDR/2.2.2020.21

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Otola, I. y Grabowska, M. (eds.) (2020). *Business models: innovation, digital transformation, and analytics*. CRC Press.

Porter, M. E. (2020). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

Ramírez, J. D. P., Quiñónez, J. G. C., Villamarín, E. D. M. y González, E. A. P. (2024). Resiliencia Económica en América Latina: Proyecciones y Tendencias en la Superación de Crisis y el Camino hacia el Desarrollo. *Journal of Economic and Social Science Research, 4*(4), 136-152. https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v4/n4/138

Sahoo, S., Kumar, S., Donthu, N. y Singh, A. K. (2024). Artificial intelligence capabilities, open innovation, and business performance–Empirical insights from multinational B2B companies. *Industrial Marketing Management, 117*, 28-41. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.12.008

Saleem, F., Salim, N., Altalhi, A. H., Ullah, Z., AL-Malaise AL-Ghamdi, A. y Mahmood Khan, Z. (2020). Assessing the effects of information and communication technologies on organizational development: business values perspectives. *Information Technology for Development, 26*(1), 54-88. https://doi.org/10.1080/02681102.2017.1335279

Sánchez-Vidal, F. J., Ramón-Llorens, M. C. y La Rocca, M. (2024). Corruption and intrapreneurship. *International Business Review, 33*(1), 102173. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2023.102173

Sotgiu, G. y Dobler, C. C. (2020). Social stigma in the time of coronavirus disease 2019. *Eur Respir J, 56*(2), 1-3. https://doi.org/10.1183/13993003.02461-2020

Sørensen, F. y Balsby, N. (2021). Brokers and saboteurs: Actor roles in destination innovation network development. *Tourism Planning & Development, 18*(5), 547-572. https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1830300

Widjaja, B., Sumintapura, I. y Yani, A. (2020). Exploring the triangular relationship among information and communication technology, business innovation and organizational performance. *Management Science Letters, 10*(1), 163-174. https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.006

Yu, G. J., Lee, J. y Kim, B. (2024). Enhancing innovation performance through business process innovation: The strategic role of external collaboration. *Global Business & Finance Review (GBFR), 29*(5), 33-44. https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.5.33

Zhou, L., Buhalis, D., Fan, D. X., Ladkin, A. y Lian, X. (2024). Attracting digital nomads: Smart destination strategies, innovation and competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management, 31*, 100850. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100850

Zumbo, B. D., y Rupp, A. A. (2004). Responsible modeling of measurement data for appropriate inferences. www. ebook3000. com, 73.

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 87-100
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.05

Variables que inciden en la lealtad hacia WeChat en el ámbito empresarial: reducción de tiempo y costes

Variables affecting WeChat loyalty in the business environment: time and cost reduction

Rocío Mecinas-Cantos
Doctoranda de la Universidad de Castilla La Mancha, España
rocio.mecinas@alu.uclm.es
https://orcid.org/0009-0000-5355-1592

María Pilar Martínez-Ruiz
Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Castilla La Mancha, España
mariapilar.martinez@uclm.es
https://orcid.org/0000-0002-5890-5174

Inés González-González
Profesora Titular de Empresa de la Universidad Internacional de La Rioja, España
ines.gonzalez@unir.net
https://orcid.org/0000-0002-0435-8435

Recibido: 12/09/24 **Revisado:** 13/12/24 **Aprobado:** 25/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: este trabajo analiza la influencia del valor funcional de WeChat (considerando como tal valor tanto la reducción de tiempo como de costes) en la lealtad actitudinal y comportamental de empresarios chinos residentes en España. Para ello, la metodología realizada combina un enfoque cualitativo y cuantitativo, en el que primeramente se realizaron entrevistas en profundidad a diez propietarios de negocios de nacionalidad china residentes en España, lo que permitió posteriormente realizar encuestas a una muestra de estos. Los resultados obtenidos mediante estadísticos descriptivos y modelos de regresión han mostrado la influencia clave del valor funcional hacia esta red social (especialmente, el derivado de la reducción de costes) en la lealtad actitudinal y comportamental de estos empresarios. Los resultados obtenidos han permitido formular diversas recomendaciones para la gestión.

Palabras clave: WeChat, valor funcional, lealtad comportamental, lealtad actitudinal, residentes, nacionalidad china en España, empresarios chinos.

Abstract: this work analyzes the effect of the functional value of WeChat (considering both time and cost reduction as such value) on the attitudinal and behavioral loyalty of Chinese entrepreneurs residing in Spain. To this end, the methodology combines a qualitative and quantitative approach, first conducting in-depth interviews with ten business owners of Chinese nationality residing in Spain, which then allowed for surveys to be conducted with a sample of these individuals. The results obtained through descriptive statistics and regression models have shown the key influence of the functional value of this social network (especially that derived from cost reduction) on the attitudinal and behavioral loyalty of these entrepreneurs. The findings have led to several recommendations for management.

Keywords: WeChat, functional value, attitudinal loyalty, behavioral loyalty, Chinese residents in Spain, Chinese entrepreneurs.

Cómo citar: Mecinas-Cantos, R., Martínez-Ruiz, M. P. y González-González, I. (2025). Variables que inciden en la lealtad hacia WeChat en el ámbito empresarial: reducción de tiempo y costes. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 15*(29), pp. 87-100. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.05

Introducción

En las últimas décadas, el desarrollo global ha estado marcado por un extraordinario avance en los sistemas de tecnologías de la información y comunicación (Sheth y Parvatiyar, 1995; Jiménez-Pitre *et al*., 2023). En este contexto, las redes sociales han experimentado un crecimiento importante, integrándose en prácticamente todas las actividades de la vida cotidiana (Luan *et al*., 2020).

En el ámbito empresarial, las compañías han optado por invertir en tecnologías con el objetivo de incrementar la visibilidad y venta de sus productos y servicios, generando así una ventaja competitiva tanto en el mercado tradicional como en el entorno online (Sánchez-Fernández y Jiménez-Castillo, 2020). El aumento de la interacción de los consumidores en las redes sociales ha transformado estas plataformas en herramientas clave para la creación de información y comunicación, no solo entre las empresas y los consumidores, sino también entre los propios consumidores (Luan *et al*., 2020; Raposo *et al*., 2022; Hua y Yang, 2023). Además, la masificación y generalización del uso de las plataformas digitales ha permitido a las empresas optimizar sus estrategias de marketing, reduciendo costes y llegando de manera más rápida y directa a los stakeholders (Primack *et al*., 2017). Los elevados niveles de satisfacción derivados del uso de las mismas, animan a los consumidores a regresar, realizar compras y recomendar la empresa a otros. (Vargas, 2007). Este escenario resalta la necesidad de analizar el rápido crecimiento de las nuevas tecnologías y redes sociales, así como su impacto en la sociedad y el desarrollo empresarial.

En el ámbito internacional, China se destaca en el terreno de las ventas online por haber seguido un camino de desarrollo diferente al del resto del mundo (Kontsevaia y Berger, 2016). Además, es importante señalar que China cuenta con sus propias redes sociales, exclusivas para el país y no disponibles a nivel global. Entre ellas, sobresale WeChat, la red social móvil con mayor presencia en el país (Hua y Yang, 2019). WeChat se ha consolidado como la red social dominante del gigante asiático gracias a su amplia variedad de servicios, que incluyen mensajería instantánea, llamadas de voz, pagos móviles, y acceso a servicios públicos y privados, entre otros (Hua y Yang, 2019). Esta diversidad de funcionalidades no solo ha impulsado su popularidad entre los usuarios, sino que también la ha convertido en una herramienta empresarial de alcance global. En WeChat, las empresas pueden llevar a cabo múltiples actividades comerciales, posicionándola como una plataforma clave para los negocios (Watson IV *et al*., 2018). En este aspecto, el valor percibido generado por WeChat entre sus usuarios tiene como uno de sus objetivos claves fomentar la lealtad de los mismos (Zhang *et al*., 2017). Por ello, resulta fundamental analizar el auge de WeChat y su creciente popularidad como herramienta de marketing online. Su modelo ha permitido a las empresas alcanzar un nivel de marketing caracterizado por ser directo, eficiente y prácticamente sin costes.

Las relaciones bilaterales entre España y China han experimentado una evolución considerable a lo largo de la historia. El inicio de las relaciones diplomáticas en 1973 fue el comienzo de una cooperación estratégica que se ha fortalecido con el paso del tiempo (Ríos, 2020). Desde entonces, España se ha posicionado como un socio clave de China dentro del contexto europeo (Bregolat, 2013), mientras que China se ha consolidado como el mayor aliado económico y comercial de España en el continente asiático (Ríos, 2020). Desde inicios del siglo XXI, las interacciones socioeconómicas entre ambos estados han mostrado una tendencia creciente, que se ha manifestado en el incremento del comercio bilateral, de hecho, en 2017, las exportaciones españolas hacia China experimentaron un crecimiento exponencial, reflejando un patrón de evolución constante (Ríos, 2020). En este contexto, China se ha erguido como un actor central en la economía global, configurándose como un mercado de alta relevancia estratégica para España (Ríos, 2020).

A partir de estas consideraciones, este estudio se enfoca en analizar el impacto del valor funcional (considerando como valor la reducción de

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

tiempo y costes) sobre la lealtad, tanto actitudinal como comportamental, hacia WeChat por parte de empresarios de nacionalidad china residentes en España. La investigación se divide en dos áreas principales: por un lado, examinar el impacto del valor funcional asociado a la reducción de tiempo en la lealtad hacia WeChat y la repercusión del valor funcional de WeChat derivado de la reducción de costes en relación a la lealtad. En este contexto, la siguiente división presenta una revisión exhaustiva de la literatura relevante en esta línea de investigación, con el objetivo de fundamentar teóricamente el estudio y establecer las hipótesis de investigación. La tercera sección describe la metodología llevada a cabo, consistente en la elaboración y administración de un cuestionario en el ámbito urbano de Albacete, dirigido a empresarios de origen chino residentes en la localidad, a partir de la revisión de la literatura efectuada y de entrevistas en profundidad a una muestra reducida de dichos empresarios. El trabajo concluye con la exposición de los resultados clave, así como recomendaciones prácticas, limitaciones metodológicas y líneas futuras de investigación.

Valor percibido, lealtad y redes sociales

En la literatura relevante, el valor percibido ha sido definido como un antecedente clave de la satisfacción, siendo a su vez ambos conceptos antecedentes de la lealtad de los consumidores (Lu *et al*., 2011). Diversos estudios han demostrado que una mayor percepción de valor puede generar niveles más altos de comportamientos leales (Gregory *et al*., 2016) y aumentar la predisposición compra por parte de los clientes (Chang y Wang, 2011).

La definición de valor percibido, en el contexto de la Teoría de la Equidad, hace referencia al contraste realizado entre el beneficio obtenido de un servicio o producto y el sacrificio económico realizado para obtener dicho beneficio (Zeithaml, 1988; Yang *et al*., 2011). Según esta teoría, el valor percibido incide en el comportamiento de compra del consumidor, siempre que los beneficios superen o igualen al sacrificio efectuado se efectuará la compra ya que el valor percibido será positivo (Forero-Molina y Neme-Chaves, 2020). Estudios previos han identificado múltiples dimensiones del valor percibido. Sweeney y Soutar (2001), bajo la escala PERVAL, identifican tres dimensiones: valor emocional, valor social y valor funcional (asociado al precio y la calidad). Dentro de estas dimensiones, el valor funcional y el valor emocional han mostrado una mayor interacción con la lealtad del consumidor (Carvache-Franco *et al*., 2019). Por su parte, Ryu *et al*. (2010) distinguen entre valor hedónico y el utilitario, mientras que Jamal *et al*. (2011) amplían esta categorización a cuatro dimensiones: valor funcional, experiencial, experimental y emocional. Otros enfoques, como el de Hur *et al*. (2012), diferencian entre valor funcional, hedónico y social, mientras que García *et al*. (2018) proponen valor emocional, valor precio y valor social. En un marco más amplio, Petrick (2002) identifica cinco dimensiones: valor emocional, valor social, valor utilitario, calidad y precio.

A pesar de las diferencias existentes entre clasificaciones, existe una concordancia en la literatura respecto a que el valor percibido constituye un antecedente fundamental de la lealtad (Forero-Molina y Neme-Chaves, 2021). En consecuencia, las empresas deben priorizar estrategias que refuercen la percepción de valor entre los consumidores, con el fin de fomentar su lealtad y compromiso con la marca.

Por otro lado, la incorporación de las redes sociales en la vida cotidiana de los consumidores ha convertido estas plataformas en herramientas primordiales para las empresas para la captación de clientes (Sundararaj y Rejeesh, 2021). A través de ellas, las empresas pueden implementar campañas de marketing que fortalezcan las relaciones con sus clientes, comprendan mejor sus necesidades y se adapten a ellas. Esto les permite generar un valor percibido adicional que se ajuste a las expectativas de los consumidores, promoviendo así mayores niveles de intención de compra y recomendación. Diversos estudios han demostrado que las acciones de marketing a través de redes sociales tienen un efecto positivo sobre la lealtad, tanto actitudinal como comportamental, hacia la empresa (Ibrahim, 2021).

En la sección siguiente, se llevará a cabo el análisis de la influencia de la percepción de una de las dimensiones del valor percibido de WeChat sobre la lealtad —actitudinal y comportamental—.

Impacto del valor percibido de WeChat sobre la lealtad

Dentro de las diversas dimensiones del valor percibido, el valor funcional se define como el beneficio añadido que surge a partir del uso de un servicio o producto (Sheth *et al*., 1991). Este concepto es particularmente relevante en el contexto de herramientas tecnológicas como WeChat, dado que su funcionalidad está intrínsecamente ligada al beneficio práctico que ofrece a sus usuarios.

En los siguientes apartados, se abordará un estudio específico sobre valor funcional asociado a dos actividades clave de WeChat: su capacidad para reducir tiempos y su capacidad para reducir costes. A partir de esta revisión, se analizará la influencia de dichas funciones sobre dos tipos de lealtad: lealtad actitudinal y lealtad comportamental.

El valor funcional derivado de la reducción de tiempo y su influencia en la lealtad

WeChat, lanzada en 2011 por Tencent, surgió como una aplicación de mensajería instantánea (Plantin y De Seta, 2019) pero ha evolucionado hacia una plataforma multifuncional que integra características de redes sociales (agregar amigos, publicar información), pagos en la aplicación y compras sin necesidad de software adicional (Plantin y De Seta, 2019; Watson IV *et al*., 2018). Esta versatilidad la posiciona como una plataforma que combina las funcionalidades de Facebook, WhatsApp, PayPal y LinkedIn combinados (Yanes y Berger, 2017). Es la red social más relevante en China debido a su doble naturaleza: características básicas de redes sociales y una infraestructura robusta que amplía su funcionalidad (Plantin y De Seta, 2019). Sus herramientas facilitan la actividad empresarial, permitiendo comunicación directa con stakeholders clave (Primack *et al*., 2017), lo que reduce tiempos en negociaciones y promueve marcas y productos de manera eficiente (Seow *et al*., 2020). Esto fomenta relaciones de confianza y lealtad (Fan y Liu, 2024).

A través de funciones como "agregar amigos" y "Momentos", las empresas pueden compartir documentos, imágenes, videos y experiencias de usuarios, alcanzando así a un público más amplio de forma rápida y directa (Chen *et al*., 2018; Fan y Liu, 2024; Jin *et al*., 2015). Una característica destacada de WeChat es la posibilidad de crear Mini Programas, que funcionan como accesos directos a tiendas dentro de la aplicación, eliminando la necesidad de descargar aplicaciones adicionales. Esto permite a los consumidores realizar compras de manera más eficiente, reduciendo el tiempo necesario y mejorando su experiencia de compra (Chen *et al*., 2018). Por otro lado, WeChat Payment permite realizar pagos directamente desde la aplicación, agilizando el proceso de compra. Los consumidores pueden efectuar pagos tanto en línea como en establecimientos físicos al escanear un código QR (Plantin y De Seta, 2019). En 2017, esta funcionalidad representó el 60 % de los pagos online en China (Loubere, 2017), destacándose como una herramienta clave para reducir tiempos en las transacciones comerciales. Otro servicio que ofrece WeChat es la posibilidad de crear Cuentas Oficiales a las empresas, lo que hace que se genere confianza hacia la empresa en menor tiempo, ya que la autenticidad de la información proporcionada por la misma ya ha sido certificada (Cheung y To, 2017).

WeChat ha impulsado una reducción significativa en los tiempos necesarios para gestionar negocios y en los costes asociados. Esto se traduce en experiencias más positivas para las empresas y en una mayor probabilidad de que los usuarios desarrollen lealtad hacia la plataforma (Jiang *et al*., 2018). Por sus características innovadoras y su capacidad para combinar diversas funcionalidades en una sola plataforma, WeChat ha pasado a ser una herramienta altamente recomendada para que las empresas apoyen el desarrollo de su innovación (Seow *et al*., 2020). Considerando el impacto positivo de las funcionalidades de WeChat en la reducción de tiempos y la percepción positiva generada entre los usuarios empresariales, es factible plantear las siguientes hipótesis de investigación:

H1: El valor funcional de WeChat derivado de la reducción de tiempo influye positiva

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

y significativamente sobre la lealtad actitudinal hacia esta red social.

H2: El valor funcional de WeChat derivado de la reducción de tiempo influye positiva y significativamente sobre la lealtad comportamental hacia esta red social.

El valor funcional derivado de la reducción de costes y su influencia en la lealtad

El desarrollo de las redes sociales como plataformas de uso empresarial ha transformado las estrategias de marketing tradicionales (Jin *et al*., 2015), sirviendo, entre otras cosas, para lanzar campañas de marketing online diseñadas para generar valor a través de estas herramientas (Tuten y Solomon, 2016). Actualmente, el marketing llevado a cabo en redes sociales es una de las estrategias más empleadas por su eficacia en la captación de clientes potenciales (Ibrahim, 2021) y su impacto positivo en la lealtad del consumidor (Ismail, 2017). Esto se debe a su capacidad para fomentar relaciones directas, confianza y posicionamiento de marca (Ibrahim, 2021; Seow, Choong y Ramayah, 2020).

En China, WeChat se ha consolidado como una herramienta clave de marketing, gracias a sus funcionalidades que simplifican la comunicación y las transacciones comerciales (Chen *et al*., 2018). En concreto, WeChat Marketing se ha integrado como un componente esencial del e-commerce (Zhang, 2015) y un pilar en las estrategias de marketing contemporáneas (Min, 2024). WeChat permite a las empresas crear campañas publicitarias de manera más rápida y económica que otros canales tradicionales (Sun *et al*., 2023). Acceder a WeChat no supone ningún coste inicial; basta con crear un perfil, compartir un ID o código QR, y comenzar a interactuar y compartir información (Kontsevaia y Berger, 2016).

Dada la diversidad de herramientas de comunicación que proporciona WeChat, las empresas y los consumidores pueden mantener un contacto directo en cualquier momento, lo que permite a las empresas adaptarse de manera más inmediata a los cambios del mercado (Fan y Liu, 2024). WeChat ofrece diferentes canales de comunicación, como mensajes individuales y grupales, y permite compartir mensajes de texto, voz, imágenes, videos, documentos y enlaces (Chen *et al*., 2018; Fan y Liu, 2024). Estas características hacen que la comunicación sea más dinámica y auténtica (Wedel y Kannan, 2016). Además, al ser una comunicación directa y sin coste, contribuye a la satisfacción del cliente, lo que aumenta la probabilidad de recompra. Un cliente satisfecho, a su vez, es un embajador potencial, ya que es más propenso a realizar recomendaciones positivas a otros usuarios (Qi, 2018).

Por otro lado, la función "Momentos" permite a las empresas publicar información no solo sobre sus productos, sino también sobre promociones, directamente en su "muro", que es accesible para todos los usuarios de WeChat (Yu *et al*., 2019). Estas publicaciones pueden incluir una diversidad de elementos, como imágenes, videos y enlaces, que hacen que la información sea más atractiva para los usuarios (Gibson, 2008; Jung *et al*., 2011). Además, la posibilidad de que otros usuarios comenten y compartan sus opiniones en las publicaciones en Momentos otorga mayor valor a estas recomendaciones, ya que provienen de consumidores reales (Chen *et al*., 2018). Este tipo de interacción aumenta significativamente la confianza de otros consumidores, elemento clave en el proceso de compra online (Izquierdo Yusta y Martínez Ruiz, 2009).

Gracias a las "Cuentas Oficiales", WeChat verifica previamente la autenticidad de las empresas, reduciendo la posibilidad de información fraudulenta (Chen *et al*., 2018; Yu *et al*., 2019). Las funciones de Mini Programas permiten a las empresas crear accesos directos a su catálogo de productos o servicios, eliminando la necesidad de desarrollar aplicaciones independientes (Jin, 2019) y, además, hace más fácil a los consumidores realizar sus compras online (Jin, 2019). En suma, WeChat marketing es una nueva forma de marketing online (Zhang, 2015), caracterizada por costes más bajos (Mao, 2012), comunicación más directa con los clientes (Chen *et al*., 2018) e información más real y veraz (Yi, 2014).

Estos hallazgos dan lugar a la formulación de las siguientes hipótesis:

H3: El valor funcional de WeChat derivado de la reducción de costes influye positiva y significativamente sobre la lealtad actitudinal hacia esta red social.

H4: El valor funcional de WeChat derivado de la reducción de costes influye positiva y significativamente sobre la lealtad comportamental hacia esta red social.

Materiales y métodos

El marco metodológico se dividió en dos fases. La primera fase se centró en un estudio cualitativo a través de entrevistas en profundidad a una muestra elegida por conveniencia de diez empresarios de nacionalidad china (cinco hombres y cinco mujeres, de 30 a 50 años) residentes en Albacete (España), propietarios de diversos negocios y usuarios de WeChat en sus actividades comerciales. Las preguntas realizadas se centraron en recabar información sobre el valor funcional percibido de WeChat (reducción de tiempo y costes), así como en su intención de uso y recomendación.

Tabla 1
Descripción técnica: entrevistas en profundidad

Herramienta de recopilación de datos	Entrevistas en profundidad
Grupo muestral	10 personas
Intervalo de recopilación de datos de campo	1 - 15 de junio de 2020

Las conclusiones extraídas de las entrevistas fueron que: el 90 % de los encuestados adoptó WeChat tras su lanzamiento en China (2012), mientras que el 10 % lo hizo un año después. El uso que hacen en España se limita principalmente a la comunicación con proveedores, debido a su escasa penetración entre consumidores finales. La versión internacional presenta funcionalidades reducidas en comparación con la versión china, restringiendo su aplicación a la comunicación y excluyendo opciones de venta directa. No obstante, el 100 % de los participantes reconoció que WeChat optimiza sus operaciones comerciales. La plataforma facilita la comunicación directa con proveedores, videoconferencias grupales y acceso inmediato a información detallada de productos (descripciones, imágenes, vídeos), reduciendo costes operativos y minimizando la necesidad de desplazamientos. Además, permite establecer redes comerciales y ejecutar campañas de marketing gratuitas mediante WeChat Marketing, alcanzando a múltiples usuarios con un solo clic.

El análisis de las entrevistas en profundidad revela que WeChat optimiza la gestión empresarial al reducir el tiempo invertido en operaciones comerciales gracias a su capacidad para facilitar la comunicación con proveedores, acceder a información detallada de productos (descripciones, imágenes, vídeos) y monitorear el estado de pedidos, mejorando la eficiencia operativa. Además, WeChat contribuye a la reducción de costes, principalmente mediante WeChat Marketing, una herramienta gratuita que, junto con otras funcionalidades de la plataforma, minimiza gastos operativos. Finalmente, los entrevistados recomendaron ampliamente su uso, tanto en contextos empresariales como personales, resaltando su carácter multifuncional y su consolidación como una plataforma integral de alto valor en su experiencia.

Las deducciones obtenidas de las entrevistas en profundidad, sustentadas en una revisión de la bibliografía exhaustiva, permitieron configurar la segunda fase del estudio: la elaboración de un cuestionario. La recolección de datos se realizó durante la segunda quincena de junio de 2020 (del 15 al 30). El cuestionario fue diseñado y distribuido a través del email a un grupo muestral de empresarios y trabajadores de nacionalidad china residentes en la ciudad de Albacete. En un período de quince días, se recopilaron 57 respuestas válidas (ver tabla 2).

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 2
Descripción técnica: cuestionario

Herramienta de recopilación de datos	Cuestionario online enviado por email
Grupo muestral	57 empresarios de nacionalidad china residentes en Albacete
Mecanismo de selección del grupo muestral	No probabilístico por conveniencia
Intervalo de recopilación de datos de campo	15-30 de junio de 2020

En relación con las escalas empleadas en este estudio, se utilizaron diversas metodologías. Para el análisis del perfil sociodemográfico de los participantes, se aplicaron escalas nominales. Posteriormente, se implementaron escalas Likert de cinco puntos (1 = "nada de acuerdo", 5 = "totalmente de acuerdo") para evaluar la percepción del usuario respecto al valor funcional de WeChat en la reducción de tiempo y costes. Se realizaron preguntas como *exprese su grado de acuerdo respecto a la siguiente afirmación*: "Considero que WeChat me ahorra mucho tiempo en mi negocio" o exprese su grado de acuerdo respecto a la siguiente afirmación: "Considero que WeChat me ahorra costes en mi negocio". También se utilizaron escalas de cinco puntos para medir las variables endógenas del modelo: la lealtad actitudinal y comportamental. En estas escalas, el valor 1 representaba el nivel más bajo y el valor 5, el nivel más alto Se realizaron preguntas como *¿Recomendaría el uso de WeChat? ¿Tiene la intención de seguir utilizando WeChat?*

En la tabla 3 se presenta un resumen de las escalas utilizadas para medir las variables dependientes e independientes.

Tabla 3
Identificación de variables

Nombre de la variable	Escala de medición	Rol de variable en el modelo	Descripción	Fuentes
Valor funcional derivado de la reducción del tiempo	Escala Métrica	Variable Independiente	WeChat aporta valor funcional al reducir el tiempo de trabajo. Escala Likert de 5 puntos (1 = "nada de acuerdo", 5 = "totalmente de acuerdo")	Adaptado de De Vries y Carlson (2014), Ranaweera y Karjaluoto (2017).
Valor funcional derivado de la reducción de costes	Escala Métrica	Variable Independiente	WeChat aporta valor funcional al reducir los costes. Escala Likert de 5 puntos (1 = "nada de acuerdo", 5 = "totalmente de acuerdo")	Adaptado de De Vries y Carlson (2014), Sweeney et al. (1999).
Lealtad actitudinal	Escala Métrica	Variable Dependiente	¿Recomendaría WeChat? Escala de 5 puntos (1 = menor recomendación, 5 = mayor recomendación)	Adaptado de Sweeney y Soutar (2001), Hur, Kim y Park (2012), Yang y Peterson (2004).
Lealtad comportamental	Escala Métrica	Variable Dependiente	¿Tiene intención de seguir utilizando WeChat? Escala de 5 puntos (1 = menor intención, 5 = mayor intención)	Adaptado de Sweeney y Soutar (2001) Hur, Kim y Park (2012), Yang y Peterson (2004).

Resultados y discusión

En este apartado se presentan los resultados de las dos fases metodológicas del estudio: (1) la investigación cualitativa, basada en entrevistas en profundidad, y (2) la investigación cuantitativa, realizada mediante el diseño y aplicación de un cuestionario.

A continuación, se resume en la siguiente tabla los resultados derivados de las entrevistas en profundidad:

Tabla 3
Resultados de las entrevistas en profundidad

Pregunta realizada	Respuestas obtenidas
¿Hombre o mujer?	5 hombres y 5 mujeres.
¿Edad?	Edad comprendida entre los 32 y 46 años.
¿Profesión?	1 propietaria de academia de chino 1 propietario de restaurante chino 3 propietarios de tienda de ropa 5 propietarios de tienda de bazar (multiproductos)
¿Cuándo comenzó a utilizar WeChat?	Nueve de cada diez empezaron a utilizar WeChat en 2012, mientras que solo una persona empezó 2 años después, en 2014
¿Utiliza WeChat en el desarrollo de su negocio?	Todos los entrevistados afirmaron que sí, pero solamente para poder comunicarse de forma directa con los proveedores, obtener información sobre novedades, noticias de productos, hacer pedidos, etc.
¿Qué ventajas presenta para su negocio?	Dos ventajas principales. La oportunidad de mantener contacto directo con proveedores, lo que reduce los tiempos en las actividades al no tener que pasar por intermediarios. La posibilidad de recibir y consultar información en cualquier momento y no solo depender de cuándo los usuarios pueden comunicarse entre sí. Lo que se traduce en una reducción del tiempo y de los costes, ya que WeChat es una red social gratuita.
¿Cuánto tiempo pasa al día utilizando WeChat?	Nueve de cada diez entrevistados utilizan WeChat las 24h del día. Solo uno utiliza WeChat 2h al día.
¿Cuál es la función que más utiliza?	La función de Comunicación ya sea con proveedores o con amigos y familiares. La función Momentos, permite ver el perfil de otras personas y que esas personas vean el tuyo y tus actividades.
¿Cree que utilizar WeChat ha favorecido la conversación con sus proveedores?	Sí, WeChat permite una comunicación directa con ellos, se pueden obtener respuestas inmediatas sobre productos, situaciones de pedido, etc.
¿Cree que el uso de WeChat ha incrementado la satisfacción con sus proveedores?	Sí.
¿Cree que el uso de WeChat ha incrementado la lealtad con sus proveedores?	Sí, suelen repetir compras con ellos, por la resolución y disminución de problemas, la rapidez en la comunicación...

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

¿Recomendaría el uso de WeChat?	Sí, pero los motivos de cada participante fueron diferentes. Porque permite mantener conversaciones directas entre usuarios, mejorar las relaciones entre ellos, conocer diferente información a través de la función Momentos, conocer gente a través de la función Shake. Es una aplicación de "Todo en Uno".
¿Por qué cree que WeChat es diferente al resto de aplicaciones?	Es una aplicación de "Todo en Uno", que además cuenta con funciones que otras aplicaciones no ofrecen. Para las empresas además permite realizar campañas de marketing a coste cero.
¿Utiliza la aplicación para obtener información, descuentos, promociones… de los productos?	En Europa solo se puede obtener información de productos, novedades, etc., pero no se pueden aplicar promociones ni descuentos porque la aplicación no lo permite, solo descuentos que se pueden aplicar en las tiendas físicas.
¿Cree que el WeChat marketing proporciona más beneficios que otros medios de marketing?	Siete de cada diez entrevistaros afirmaron que WeChat marketing proporciona más beneficios que otros medios, ya que es un medio gratuito y accesible para todo el mundo con muchas oportunidades y funciones. Tres de cada diez afirmaron que sí, pero piensan que hay otros medios más efectivos.
¿Compra por la aplicación?	Dos de cada diez entrevistados confirmaron que realizan compras para sus negocios, porque pueden hacer pedidos directamente a proveedores. El resto afirmaron que solo en China.

Para el análisis de los resultados del cuestionario, primero se llevó a cabo la revisión de los resultados de los estadísticos descriptivos. En primer lugar, dentro de las variables exógenas, la variable "valor funcional en la reducción de tiempo " presentó la media más alta (4,11) y la menor dispersión (1,16), mientras que la variable "valor funcional en la reducción de costes" registró una media de 3,95 y una dispersión de 1,22. En cuanto a las variables dependientes, la "lealtad comportamental" mostró la media más elevada, 4,63 y la menor desviación típica, 0,79. La "lealtad actitudinal" presentó la media más baja, 4,32, y la mayor desviación típica, 1,00.

Finalmente, en cuanto al valor de la moda, todas las variables, tanto endógenas como exógenas, presentaron un valor de 5 (ver tabla 5).

Tabla 5
Estadísticos descriptivos

	Valor funcional: reducción de tiempo	Valor funcional: reducción de costes	Recomendaría el uso de WeChat	Tiene intención de seguir utilizando WeChat
Media	4,11	3,95	4,32	4,63
Moda	5	5	5	5
Desviación típica	1,16	1,22	1,00	0,79

Los resultados obtenidos de los modelos de regresión indican que, en el Modelo 1, la lealtad actitudinal se analizó como la variable dependiente, mientras que las variables valor funcional en la reducción de tiempo y valor funcional en la reducción de costes se analizaron como las

variables independientes. En el Modelo 2, la lealtad comportamental se estableció como variable dependiente, manteniendo las mismas variables independientes del modelo anterior (ver tabla 6).

Tabla 6
Resultados de las estimaciones de los Modelo 1 y Modelo 2

Modelo 1 R^2		Modelo 2 R^2	
0,770		0,592	
Variables	Coeficiente no estandarizado	Variables	Coeficiente no estandarizado
Constante	2,008***	Constante	3,171***
Valor funcional: reducción de tiempo	-0,274**	Valor funcional en la reducción de tiempo	0,097
Valor funcional: reducción de costes	0,869***	Valor funcional en la reducción de tiempo	0,471**

Nota. ***p < 0,01; **p < 0,05; *p < 0,10

El análisis de la tabla 6 revela que el ajuste del modelo es ligeramente superior en el Modelo 1 ($R^2 = 0,770$) en comparación con el Modelo 2 ($R^2 = 0,592$), lo que indica un mayor porcentaje de varianza explicada por las variables exógenas en relación con la variable endógena del Modelo 1.

En el Modelo 1, ambas variables exógenas influyen de forma positiva y significativa sobre la lealtad comportamental de WeChat, que son, el valor funcional en la reducción de costes ($\beta = 0,869$, $p < 0,01$) y el valor funcional en la reducción de tiempo ($\beta = -0,274$, $p < 0,05$). En el caso del Modelo 2, solo existe una variable que influya positiva y significativamente sobre la lealtad actitudinal hacia WeChat, que es el valor funcional en la reducción de costes ($\beta = 0,471$, $p < 0,05$), mientras que la otra variable, valor funcional en la reducción de tiempo, no influye ($\beta = 0,097$) sobre la variable endógena.

Los resultados indican que la variable exógena "valor funcional en la reducción de costes" ejerce mayor influencia en el Modelo 1, mientras que en el Modelo 2, esta variable es la única que muestra un impacto positivo sobre la lealtad comportamental. Por otro lado, la variable exógena "valor funcional en la reducción de tiempo" no presenta un efecto significativo sobre la variable endógena. En la tabla 7 se resume la contratación de hipótesis.

Tabla 7
Resumen la validación de hipótesis

Hipótesis	Contraste
H_1:	Rechazada
H_2	Aceptada
H_3	Rechazada
H_4	Aceptada

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Los hallazgos confirmaron dos hipótesis de investigación y rechazaron las restantes. Se destaca la relevancia que los empresarios de nacionalidad china otorgan al valor funcional de la reducción de costes, influyendo en su intención de uso continuado de WeChat y en su predisposición a recomendarlo. Por otro lado, el valor funcional asociado a la reducción de tiempo no mostró efectos relevantes en la recomendación, pero si demostró un impacto significativo sobre la intención de uso.

Conclusiones

Esta investigación ha tenido como objetivo analizar la influencia ejercida por el valor funcional —considerando como tal valor la reducción de tiempo y costes— sobre la lealtad comportamental y actitudinal hacia WeChat sobre empresarios de nacionalidad china residentes en España. Y ello, porque dado el elevado uso que esta población hace de WeChat, se consideró un objetivo de investigación de gran importancia.

Para lograr el objetivo de investigación, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura relevante sobre valor percibido y la lealtad, que hizo posible formular cuatro hipótesis de investigación. Previo a dicho contraste, se realizaron diez entrevistas en profundidad a diez empresarios chinos residentes en Albacete (España), esto permitió obtener conocimientos previos sobre las hipótesis formuladas. En concreto, se observó que WeChat desempeña un papel significativo en la reducción de costes, mientras que su impacto en la reducción de tiempo era menos relevante.

Ahora bien, para contrastar dichas hipótesis, se diseñó un cuestionario online teniendo en cuenta tanto la literatura revisada como los resultados del estudio cualitativo. Tras su distribución por correo electrónico, se obtuvieron 57 respuestas válidas y confiables para el análisis. El análisis de estadísticos descriptivos realizado reveló que la variable valor funcional derivado de la reducción de tiempo manifestó la mayor media y la menor desviación típica de las variables exógenas, indicando homogeneidad en los datos. Entre las variables endógenas, la lealtad comportamental destacó con similar consistencia. Se propusieron dos modelos de regresión: el Modelo 1 incorporó lealtad actitudinal como variable endógena, y el Modelo 2, incluyó lealtad comportamental como variable endógena. Los resultados mostraron que el valor funcional derivado de la reducción de costes influye significativamente en ambas variables, de forma positiva en la lealtad comportamental y de forma negativa en la actitudinal. Por otro lado, el valor funcional en la reducción de tiempo solo mostró un impacto positivo y significativo sobre la lealtad actitudinal.

Estos datos permitieron aceptar dos de las hipótesis propuestas y rechazar las restantes, destacando la importancia del valor funcional (derivado de la reducción de costes) en la lealtad hacia WeChat, tanto en su uso continuado (lealtad comportamental) como en la intención de recomendarla (lealtad actitudinal). Sin embargo, la reducción de tiempo solo influyó en la intención de uso, sin impacto significativo en la recomendación.

Este estudio representa una contribución pionera al análisis del valor percibido de la red social WeChat desde una perspectiva empresarial, abordando una línea de investigación prácticamente inexplorada en el contexto español.

El estudio presenta varias limitaciones metodológicas. Inicialmente, el reducido tamaño de la muestra y la implementación de un muestreo no probabilístico por conveniencia limitan la capacidad de generalización de las deducciones obtenidas a la población de referencia, impidiendo el cálculo del margen de error y afectando la generalización de los hallazgos. Además, el idioma de los participantes pudo influir en la interpretación de las preguntas y respuestas, tanto en las entrevistas como en el cuestionario. Una limitación adicional radica en la coexistencia de dos versiones de WeChat (china e internacional), donde la versión internacional presenta restricciones funcionales, lo que podrían haber alterado la percepción del valor funcional entre los encuestados.

Como líneas futuras de investigación, se sugiere: (1) analizar en profundidad la versión china de WeChat para evaluar su funcionalidad completa; (2) ampliar el tamaño de la muestra y

emplear un muestreo probabilístico que permita la generalización de resultados; y (3) incorporar un mayor número de ítems en el cuestionario para explorar variables exógenas y endógenas adicionales, enriqueciendo así el análisis y proporcionando una comprensión más integral del objeto de estudio.

Referencias bibliográficas

Bregolat, E. (2023). Las relaciones bilaterales hispano-chinas: pasado, presente y futuro. En Xulio Ríos (coord.), *Historia y futuro* (pp. 217-221). Catara.

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Solis-Radilla. M. y Carvache-Franco, W. (2019). The perceived value and profile of protected areas visitors: A case study of the Guayas province, Ecuador. *Geographica Pannonica, 23*(2), 135-147. https://doi.org/10.5937/gp23-20582

Chang, H. y Wang, H. (2011). The moderating effect of customer perceived value on online shopping behavior. *Online Information Review, 35*(3), 333-359. https://doi.org/10.1108/14684521111151414

Chen, Y., Lu, Y., Wang, B. y Pan, Z. (2018). How do product Recommendations affect impulse buying? An empirical study on WeChat Social Commerce. *Information and amp; Management, 56*(2), 236-248. https://doi.org/10.1016/j.im.2018.09.002

Cheung, M. F. y To, W. M. (2017). The influence of the propensity to trust on mobile users' attitudes toward in-app advertisements: An extension of the theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior, 76*, 102-111. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.011

De Vries, N. J. y Carlson, J. (2014). Examine the drivers and brand performance implications of customer engagement with brands in the social media environment. *The Journal of Brand Management, 21*(6), 495-515. http://dx.doi.org/10.1057/bm.2014.18

Fan, P. y Liu, Z (2024). Formation mechanism of dynamic capabilities based on relational capital of enterprises in emerging economies under institutional change: a multiple case study in the context of China's reform and opening - up. *Asian Journal of Technology Innovation*, 1-44. https://doi.org/10.1080/19761597.2024.2389049

Forero-Molina, S. C. y Neme-Chaves, S. R. (2021). Valor percibido y lealtad del cliente: estrategia de cobranding de tarjetas de crédito en Bogotá (Colombia). *Revista Universidad y Empresa, 23*(40), 1-18. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9335

García Pacual, F., Molina García, N. y Mundina Gómez, J. (2018). Influencia de la satisfacción y el valor percibido sobre el "Word of Mouth" en los usuarios de centros deportivos. *Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte, 8*(1), 29-36. https://doi.org/10.6018/sportk.362291

Gibson, B. (2008). Can evaluative conditioning change attitudes toward mature brands? New evidence from the implicit association test. *Journal of Consumer Research, 35*(1), 178-188. https://doi.org/10.1086/527341

Gregory, A. M., Severt, D. E. y Hahm, J. (2016). An attribution approach and the subsequent satisfaction, value, and loyalty service delivery in private residence clubs. *Journal of Hospitality Marketing and Management, 25*(1), 91-112. https://doi.org/10.1080/19368623.2014.987894

Hua, P. y Yang, R. (2023). Determining influences of information irrelevance, information overload and communication overload on WeChat discontinuance intention: The moderating role of Exhaustion. *Journal of Retailing and Consumer Services, 72*. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103289

Hur, W. M., Kim, Y. y Park, K. (2012). Assessing the Effects of Perceived Value and Satisfaction on Customer Loyalty: A "Green" *Perspective. Corporate Social Responsibility and Environmental management, 20*(3), 146-156. https://doi.org/10.1002/csr.1280

Ibrahim, B. (2021). Social media marketing activities and brand loyalty: a meta-analysis examintaiton. *Journal of Promotion Management*. https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1955080

Ismail, A. (2017). The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty: The mediation effect of brand and value consciousness. *Asia Pacific Journal of Marding and Logistics, 29*(1), 129-144. https://doi.org/10.1108/APJML-10-2015-0154

Izquierdo Yusta, A. y Martínez Ruiz, M. P. (2009). Análisis de los factores que condicionan la elección del canal de compra por parte del consumidor: evidencias empíricas en la industria hotelera. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 12*(41), 93-122. https://doi.org/10.1016/S1138-5758(09)70049-0

Jamal, S. A., Othman, N. A. y Muhammad, N. (2011). Tourist perceived value in a community based homestay visit: An investigation into the functional and experiential aspect of value. *Journal*

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

of Vacation marketing, 17(1), 5-15. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.09.020

Jiang, K., Luk, S. T. y Cardinali, S. (2018). The role of pre-consumption experience in perceived value of retailer brands: Consumers' experience from emerging markets. *Journal of Business Research, 86*, 374-385. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.026

Jin, L. M. Y. (2019). *Nuevo Modelo de comunicación 3.0 en China: el funcionamiento de la aplicación móvil WeChat y las causas de su éxito*. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid).

Jin, H., Park, S. T. y Li, G. (2015). Factors Influencing Customer Participation in Mobile SNS: Focusing on WeChat in China. *Indian Journal of Science and Technology, 8*(26), 1-8. https://dx.doi.org/10.17485/ijst/2015/v8i26/80714

Jiménez-Pitre, I., Molina-Bolívar, G. y Gámez Pitre, R. (2023). Digital empowerment-based technological model for the sustainable development of bioenterprises. *Espergesia, 10*(1), 53-65. https://doi.org/10.18050/rev.espergesia.v10i1.2521

Joung, H. W., Choi, E. K. y Wang, E. (2016). Effects of perceived quality and perceived value of campus foodservice on customer satisfaction: moderating role of gender. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 17*(2), 101-113. https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1042620

Jung, J. M., Min, K. S. y Kellaris, J. J. (2011). The games people play: How the entertainment value of online ads helps or harms persuasion. *Psychology & Marketing, 28*(7), 661-681. https://doi.org/10.1002/mar.20406

Kontsevaia, D. B. y Berger, P. D. (2016). Mobile Marketing in China: Can WeChat turn their new advertising strategy into a sustainable advantage? I*nternational Journal of Marketing Studies, 8*(4), 37-43. http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v8n4p37

Loubere, N. (2017). China's internet finance boom and tyrannies of inclusion. *China Perspectives*, (4), 9-18. https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.7454

Lu, T., Tu. R. y Jen, W. (2011). The role of service value and switching barriers in an integrated model of behavioural intentions. *Total Quality Management, 22*(10), 1071-1089. https://doi.org/10.1080/14783363.2011.614867

Luan, H., Wang, M., Sokil, R. L., Wu, S., Victor, B. G. y Perron, B.E. (2020). A scoping review of WeChat to facilitate professional healthcare education in Mainland China. *Medical Education Online, 25*(1). https://doi.org/10.1080/10872981.2020.1782594

Mao, M. J. (29 agosto 2012). *Introduction to the WeChat Marketing aspects and attentions* [Artículo en web]. https://bit.ly/4i4eElk

Min, T. (2024). Research on WeChat Marketing Strategy of Enterprises which is based on the SICAS Model. *International Journal of Business and Social Science, 5*(6). https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.94073

Qi, C. (2018). Research on WeChat Marketing Strategy on the New Media Age (2018). *International Conference on Business, Economics and managemenet*, Busem. https://doi.org/10.25236/busem.2018.078

Petrick, J. F. (2002). Development of a multi-dimensional scale for measuring the perceived value of a service. *J. Leisure Res. 34*(2), 119-134. https://doi.org/10.1080/00222216.2002.11949965

Plantin, J. C. y De Seta, G. (2019). WeChat as infrastructure: the techno-nationalist shaping of Chinese digital platforms. *Journal of Chinese Communication*, 257-273. https://doi.org/10.1080/17544750.2019.1572633

Primack, B.A., Shensa, A., Sidani, J.E., Whaite, E.O., Lin, L.Y., Rosen, D., colditz, J.B., Radovic, A. y Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American Journal of Preventive Medicine, 53*(1), pp. 1-8. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010

Ranaweera, C. y Karjaluoto, H. (2017). The impact of service bundles on the mechanism through which functional value an dprice value affect WOM intent. *Journal of Service Management, 28*(4). http://dx.doi.org/10.1108/JOSM-03-2016-0065

Raposo Santos, Zélia., Cheung, C. M. K.,. Simoes Coelho, P. y Rita, P. (2022). Consumer engagement in social media brand communities: A literature review. *International journal of Information Management, 63*. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102457

Ríos, X. (2020). Las relaciones entre España y China: ¿Una nueva era? *Comillas Journal of International Relations, 16*, 102-117. https://doi.org/10.14422/cir.i16.y2019.008

Ryu, K., Han, H. y Jang, S. (2010). Relationships among hedonic and utilitarian values, satisfaction and behavioral intentions in the fast-casual restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 22*(3), 416-432. https://doi.org/10.1108/09596111011035981

Sánchez-Fernández, R. y Jiménez-Castillo, D. (2021). How social media influencers affect behavioral intentions towards recommended brands: the role of emotional attachment and information value. *Journal of Marketing Management, 37*(11-12), 1123-1147. https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1866648

Seow, A., N., Choong, Y. O. y Ramayah, T. (2020). Small and medium enterprises' business performance in tourism industry: the mediating role of innovative practice and moderating role of government support. *Asian Journal of Technology Innovation, 29*(2), 283-303. https://doi.org/10.1080/19761597.2020.1798796

Servera-Francés, D. y Piqueras-Tomás, L. (2019). The effects of corporate social responsibility on consumer loyalty through consumer perceived value. *Economic Research-Ekonomska istrazivanja, 32*(1), 66-84. https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1547202

Sheth, J.N. y Parvatiyar, A. (1995). The evolution of relationship marketing. *International Business Review, 4*(4), 393–418. https://doi.org/10.1016/0969-5931(95)00018-6

Sheth, J.N., Newman, B.I. y Gross, b.L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research,* 22(2), 159-170. https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8

Sundararaj, V. y Rejeesh, M.R. (2021). A detailed behavioral analysis on consumer and customer changing behavior with respect to social networking sites. *Journal of Retailing and Consumer Services, 58*. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102190

Sun, J., Wang, S. Yuan, F. (2023). The relationship between intrapreneurial capabilities and development in high-tech SMEs in China. *Asian Journal of Technology Innovation, 32*(1), 160-181. https://doi.org/10.1080/19761597.2023.2177878

Sweeney, J.C. y Soutar, G.N. (2001). Consumer Perceived Value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing, 77*(2), 203-222. https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0

Sweeney, J.C., Soutar, G.N. y L.W. Johnson (1999). The Role of Perceived Risk in the Quality-Value Relationship: A study in a Retail Environment. *Journal of Retailing, 75*(1), 77-105. https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80005-0

Tuten, T.L. y Solomon, M.R. (2016). *Social media marketing*. Sage.

Watson IV, G.F., Weaven, S., Perkins, H., Sardana, D. y Palmatier, R.W. (2018). International Market Entry Strategies: Relational, Digital and Hybrid Approaches. *Journal of International Marketing, 26*(1), 30-60. https://doi.org/10.1509/jim.17.0034

Wedel, M. y Kannan, P. K. (2016). Marketing analytics for data-rich environments. *Journal of Marketing, 80*(6), 97-121. https://doi.org/10.1509/jm.15.0413

Yanes, P.A. y Berger, P.D. (2017). How WeChat has changed the face of marketing in China. *British Journal of Marketing Studies, 5*(3), 14-21. https://bit.ly/4iE6joL

Yang, Z., Su, C. y Fam, K.S. (2012). Dealing with Institutional Distances in International Marketing Channels: Governance Strategies that Engender Legitimacy and Efficiency. *Journal of Marketing, 76*(3), 41-55. https://doi.org/10.1509/jm.10.0033

Yang, Z. y Peterson, T. P. (2004). Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: the role of switching costs. *Psychology & Marketing, 21*(10), 799-822. https://doi.org/10.1002/mar.20030

Yi, L. (2014). *Introduction to the WeChat marketing advantages and development prospects* (Trabajo Fin de Grado, Universidad de Savonia de Ciencias Aplicadas). https://bit.ly/4ijNaZu

Yu, C., Zhang, Z. y Wu, Y.J. (2019). *Can data-driven precision marketing promote used ad clicks? Evidence from advertising in WeChat moments*. Elsevier, Industrial Marketing Management. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.05.001.

Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of Price, quality and value: a means end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 60*(2), 31-46. https://doi.org/10.1177/002224298805200302

Zhang, P. (2015). *Research on Strategy of Model Innovation of WeChat Marketing*. Proceedings of the 2015 Joint International Mechanical, Electronic and Information Technology Conference. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.069

Zhang, C. B., Li, Y. N., Wu, B. y Li, D. J. (2017). How wechat can retain users: roles of network externalities, social interaction ties, and perceived values in building continuance intention. *Comput. Hum. Behav. 69*, 284–293. https://doi.org/10.1344/sn2020.24.22730

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 101-114
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.06

Empoderamiento económico de las mujeres: sentido de pertinencia y participación en el turismo

Women's economic empowerment: sense of belonging and participation in tourism

Elia Ardyan
Investigadora en Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar, Makassar Indonesia
elia.ardyan@ciputra.ac.id
https://orcid.org/0000-0002-6705-8958

Maichal Maichal
Investigador en Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar, Makassar Indonesia
maichal@ciputra.ac.id
https://orcid.org/0009-0009-7184-4976

Afrizal Firman
Investigador en Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar, Makassar Indonesia
afrizal.firman@ciputra.ac.id
https://orcid.org/0000-0001-8338-932X

Carolina Novi Mustikarini
Investigadora en Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar, Makassar Indonesia
cmustikarini@ciputra.ac.id
https://orcid.org/0000-0002-2746-0985

Recibido: 04/09/24 **Revisado:** 15/11/24 **Aprobado:** 17/02/24 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: en países en desarrollo como Indonesia, el empoderamiento de las mujeres emprendedoras desempeña un papel crucial tanto en el desarrollo empresarial como en el crecimiento de los destinos turísticos. Este estudio tiene como objetivo examinar el papel fundamental del empoderamiento económico de las mujeres en la influencia del sentido de pertenencia, la participación en el turismo y la disposición a recomendar un destino. Las encuestadas en este estudio son mujeres emprendedoras que dirigen negocios en áreas cercanas a destinos turísticos. Un total de 299 mujeres emprendedoras participaron en la encuesta. Este estudio utiliza el método de modelo de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (SEM-PLS). Los hallazgos revelan que el empoderamiento económico de las mujeres mejora el sentido de pertenencia a los destinos turísticos y aumenta la participación de las mujeres en estos destinos. Además, el sentido de pertenencia a un destino turístico tiene un impacto positivo significativo en la participación de las mujeres en el destino. Los resultados también indican que tanto el sentido de pertenencia a un destino turístico como la participación de las mujeres en el destino influyen positivamente en la disposición a recomendar el destino. Este estudio proporciona valiosas contribuciones tanto a la teoría como a las prácticas de gestión.

Palabras clave: mujeres emprendedoras, empoderamiento, sentido de pertenencia, participación de las mujeres, disposición a recomendar.

Cómo citar: Ardyan, E., Maichal, M., Firman, A. y Mustikarini, C. N. (2025). Empoderamiento económico de las mujeres: sentido de pertinencia y participación en el turismo. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 101-114. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.06

Abstract: in developing countries like Indonesia, empowering women entrepreneurs plays a crucial role in both business development and the growth of tourist destinations. This study examines the critical role of women's economic empowerment in influencing a sense of belonging, tourism involvement, and willingness to recommend a destination. The respondents in this study are women entrepreneurs who run businesses in areas surrounding tourist destinations. A total of 299 women entrepreneurs participated in the survey. This study employs the structural equation model-partial least square (SEM-PLS) method. The findings reveal that women's economic empowerment enhances the sense of belonging to tourist destinations and increases women's involvement in these destinations. Furthermore, the sense of belonging to a tourist destination has a significant positive impact on women's involvement in the destination. The results also indicate that both a sense of belonging to a tourist destination and women's involvement in the destination positively influence the willingness to recommend the destination. This study provides valuable contributions to both theory and managerial practices.

Keywords: womenpreneurs, empowerment, sense of belonging, women's involvement, willingness to recommend.

Introducción

El empoderamiento de la mujer es crucial para el crecimiento industrial inclusivo y sostenible (Alsaad *et al*., 2023) y para facilitar el acceso justo y equitativo a oportunidades, recursos y procesos de toma de decisiones en muchas industrias. A medida que más individuos reconocen la importancia de la igualdad de oportunidades, el discurso global sobre el empoderamiento de las mujeres se ha intensificado (Alsaad *et al*., 2023; Duffy *et al*., 2015). La gente ve a las mujeres como inferiores y cree que necesitan capacitación y asistencia (Figueroa-Domecq *et al*., 2020). El empoderamiento de la mujer es un término que se refiere a la comprensión de la desigualdad entre los géneros como la falta de igualdad de acceso a los recursos económicos (McCall y Mearns, 2021; Zavaleta Cheek y Corbett, 2024). La reducción de la pobreza y el fortalecimiento de la resiliencia social y económica son dos resultados importantes del empoderamiento de la mujer mediante la promoción de la igualdad entre los géneros. La participación de la mujer en la fuerza de trabajo y en las funciones de liderazgo estimula la innovación y promueve un entorno industrial más variado e inclusivo.

Varios estudios han demostrado una relación positiva entre el empoderamiento de la mujer y el sector turístico (Nassani *et al*., 2019; Vujko *et al*., 2019). Las mujeres desempeñan un papel fundamental en la mejora de la industria turística y participan activamente en diversas iniciativas sociales (Çiçek *et al*., 2017; Ferguson, 2011). Las mujeres empresarias de la industria turística suelen trabajar a un nivel comunitario (Duffy *et al*., 2015; Knight y Cottrell, 2016). Dadi (2021) aclara que el empoderamiento puede lograrse mediante la educación organizada por comunidades específicas, como el Centro de Actividades de Aprendizaje Comunitario. Estas mujeres suelen capitalizar las tradiciones y los conocimientos culturales locales para desarrollar experiencias turísticas genuinas que cautivan a los visitantes. Además de generar ingresos para sus familias, sus empresas también ayudan a la preservación del patrimonio local y al avance de las prácticas de turismo sostenible. Si bien estas emprendedoras operan en una escala menor, enfrentan obstáculos importantes como acceso restringido a financiamiento, redes de mercado y oportunidades de capacitación. Sin embargo, sus enfoques innovadores y su resiliencia les permiten desempeñar un rol fundamental en el empoderamiento de otras mujeres en sus comunidades y en el fomento del desarrollo comunitario.

La participación de la mujer en la industria turística contribuye a su empoderamiento al aumentar su autonomía económica y social (Duffy *et al*., 2015; McCall y Mearns, 2021). De acuerdo con Firmansyah y Sihaloho (2021), el empoderamiento de la mujer puede mejorar el desarrollo socioeconómico a nivel regional. Mediante su participación en esta industria, las mujeres tienen acceso a perspectivas de producción de riqueza que les permiten mantener a sus familias e invertir en sus comunidades. El logro de la independencia financiera a menudo da como resultado una mejor confianza en sí mismos y una mayor autoridad en la toma de decisiones, tanto dentro de sus familias como en la sociedad en general. Además, la participación en actividades relacionadas con el turismo permite a las mujeres establecer conexiones y adquirir nuevas aptitudes empresariales (Vij *et al*., 2023) y cuestionar las normas convencionales de género. La participa-

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

ción activa de las mujeres en el sector turístico, en particular a través del programa de trabajar desde casa, les permite ganar más dinero, mejorar los lazos familiares y ampliar su impacto social, al tiempo que reducen la violencia doméstica (Quang *et al*., 2023).

Sin embargo, no se han realizado estudios previos sobre la relación entre el empoderamiento económico de las mujeres, el sentido de pertenencia a un destino turístico y la voluntad de recomendar un destino turístico. Esta investigación se centra en investigar cómo las mujeres empresarias participan en las actividades de empoderamiento llevadas a cabo por el gobierno, el sector privado o comunidades específicas. El estudio tiene como objetivo examinar el papel crítico del empoderamiento económico de las mujeres en el sentido de pertenencia, la participación turística y la voluntad de recomendar un destino.

Empoderamiento económico de la mujer

El empoderamiento es una noción multidimensional (Abou-Shouk *et al*., 2021). El empoderamiento, definido como el acto de otorgar autoridad y control a alguien, ha servido como un medio para mejorar la calidad de vida general de las mujeres en ámbitos personales y profesionales en los últimos años (Setyaningsih *et al*., 2012). El empoderamiento entraña la participación activa de la mujer en el proceso de adopción de decisiones y el reconocimiento de su papel en él (Mathur, 2020) y el ejercicio del control sobre varias facetas de la vida de una persona (Kishor y Gupta, 2004). El empoderamiento se refiere a la mejora de la capacidad de una persona para tomar medidas y lograr mayores objetivos (Trommlerová *et al*., 2015). El hombre (1995) ha examinado cuatro componentes distintos de la potenciación: psicológica, política, social y económica.

El objetivo principal de este estudio es examinar el empoderamiento económico de la mujer. Pavlović *et al*. (2022) señalaron que existen varias posibilidades de que las mujeres mejoren su posición socioeconómica mediante el turismo. El empoderamiento económico es la medición de las ventajas económicas que una persona obtiene del turismo (Gautam y Bhalla, 2024). Los académicos reconocen que el empoderamiento económico de la mujer es crucial para lograr la igualdad entre los géneros y promover el desarrollo mundial (Bhojani *et al*., 2024). Por lo tanto, se debe garantizar el empoderamiento económico de la mujer para lograr el crecimiento económico y el desarrollo sostenido, ya que rompe efectivamente el ciclo destructivo de la pobreza (Zelu *et al*., 2024) y el desarrollo humano (Balasubramanian *et al*., 2024). El empoderamiento económico de la mujer se refiere a la capacidad de la mujer para lograr la satisfacción económica mediante la participación en formas de empleo (Zelu *et al*., 2024). Uddin y Barua (2024) indicaron que el empoderamiento económico permite a las mujeres empresarias participar activamente en los gastos familiares, la distribución de recursos y los procesos de toma de decisiones.

El empoderamiento económico de las mujeres en los destinos turísticos puede aumentar su sentimiento de afiliación con la zona a través de su compromiso y participación en los esfuerzos sociales y económicos. Dar más poder a las mujeres las involucra más en el desarrollo de sus comunidades y destinos turísticos (Abou-Shouk *et al*., 2021), fomentando así conexiones emocionales más fuertes (Kewalramani y Agarwal, 2014) con su entorno. Además, este empoderamiento a menudo aumenta la confianza en uno mismo (Ma *et al*., 2021) y el sentido de pertenencia (Seo, 2023). Por lo tanto, las mujeres sienten que son parte del crecimiento y desarrollo de la región, lo que hace que su conexión con el destino turístico sea más fuerte. Además, el empoderamiento de la mujer promueve el establecimiento de comunidades inclusivas (Sarjiyanto *et al*., 2022) y redes sociales robustas, fortaleciendo así el sentido de unión entre los miembros de la comunidad. Cuando se empodera a las mujeres, estas son más propensas a asumir el papel de promotoras del cambio, abogando por la preservación de la identidad y la cultura local (Pitanatri, 2016). Esto mejora la experiencia turística y fortalece el sentimiento de pertenencia comunitaria entre los residentes. En consecuencia, el empoderamiento de la mujer produce resultados favorables para las personas y mejora el nivel de vida en la comunidad,

fortaleciendo así su conexión emocional con el destino turístico.

> H1: El empoderamiento económico de la mujer tiene una influencia positiva y significativa en el sentido de pertenencia a un destino turístico.

El empoderamiento económico de la mujer cataliza una mayor participación de la mujer en la industria turística (Arisanty *et al*., 2020; Wardhani y Susilowati, 2021), ya sea como proveedores de servicios, guías, artesanos o gestores de destinos. La presencia y la participación de las mujeres en el sector del turismo pueden aumentar la autenticidad y la participación de las experiencias de los visitantes. La participación de las mujeres en las actividades turísticas está conformada por elementos sociales como ambientes patriarcales, estereotipos y temas de autoestima, lo que muestra la necesidad de iniciativas de empoderamiento y apoyo comunitario (Samad y Alharthi, 2022). La participación de las mujeres en el turismo podría manifestarse como la defensa de una gestión eficaz de los desechos y la preservación de la biodiversidad local (Krisnayanti y Saskara, 2024), la conservación de la cultura fluvial (Arisanty *et al*., 2020), etc. En el ámbito del desarrollo y la administración de los destinos, las mujeres que desempeñan funciones importantes procurarán ofrecer puntos de vista y metodologías que den prioridad al humanismo y la orientación social. La participación de estas mujeres, además de atraer visitantes, facilitará la preservación de la sostenibilidad de los destinos turísticos.

> H2: El empoderamiento económico de la mujer tiene una influencia positiva y significativa en la participación de la mujer en los destinos turísticos.

Sentido de pertenencia del destino turístico

El sentido de pertenencia se refiere a la impresión de una persona de estar vinculada e integrada en un determinado grupo o entorno social (Baumeister y Leary, 1995). El constructo es multifacético y tiene impacto en diferentes aspectos como conexiones sociales, antecedentes culturales, experiencias personales y necesidades psicológicas (Hagerty *et al*., 1992). En la mayoría de los casos, el examen de la conexión social y la pertenencia se llevó a cabo en el contexto de comunidades predeterminadas (Ang, 2019; Holt-Lunstad *et al*., 2019). El sentido de pertenencia significa apego emocional a un destino, que abarca sentimientos de seguridad, comodidad y pertenencia a una comunidad en ese lugar (Hidalgo y Hernández, 2001).

El sentido de pertenencia se refiere a la percepción de una persona de afiliación psicológica con otros miembros del grupo o compañeros de trabajo dentro de la organización (Baumeister y Leary, 1995). En el contexto del turismo, el sentido de pertenencia se refiere al vínculo emocional que las mujeres empresarias experimentan dentro de la comunidad de un destino turístico, lo que las motiva a colaborar en el desarrollo de destinos turísticos. La presencia de un fuerte sentimiento de inclusión entre las empresarias influirá en su implicación para participar en el desarrollo de los destinos turísticos. Procentese *et al*. (2019) aclararon que fomentar un sentido de comunidad mejorará la participación de los miembros de la comunidad en las contribuciones mutuas, pues es mayor la voluntad a participar en actividades como la participación cultural, el patrocinio de empresas locales, el mantenimiento de la limpieza en los destinos turísticos y una serie de otras actividades.

> H3: El sentido de pertenencia a un destino turístico tiene una influencia positiva y significativa en la participación turística.

El concepto de sentido de pertenencia a un lugar turístico se refiere a la conexión emocional o grado de afiliación desarrollado con un determinado destino (Cheng y Kuo, 2015). El concepto de conexión emocional es sinónimo del sentimiento de ser recordado (Pine y Gilmore, 1999). El nivel de afiliación que una persona siente tiene un gran impacto en su relación con el entorno social local, así como con las estructuras y elementos en su comunidad (Hagerty *et al*., 1992). Para las mujeres empresarias, este sentimiento de pertenencia

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

alberga un sentimiento de que el destino es parte integral de su identidad (Dini *et al*., 2023), o tiene una importancia significativa en su vida. Debido a este poderoso vínculo emocional, los viajeros que tienen un fuerte sentimiento de pertenencia son más propensos a compartir sus experiencias con otros, pues ellos desean que sus seres queridos también disfruten del mismo sentido de conexión y experiencia compartida. Por lo tanto, incrementa su inclinación a respaldar la ubicación a conocidos, parientes, o incluso a través de evaluaciones web. Las personas que tienen un fuerte apego emocional a un destino tienden a proporcionar recomendaciones más genuinas y persuasivas, ejerciendo un impacto en el proceso de toma de decisiones de los demás que visitan ese lugar.

> H4: El sentido de pertenencia a un destino turístico tiene un efecto positivo y significativo en la voluntad de recomendar un destino.

Participación de las mujeres en el destino turístico y disposición a recomendar un destino

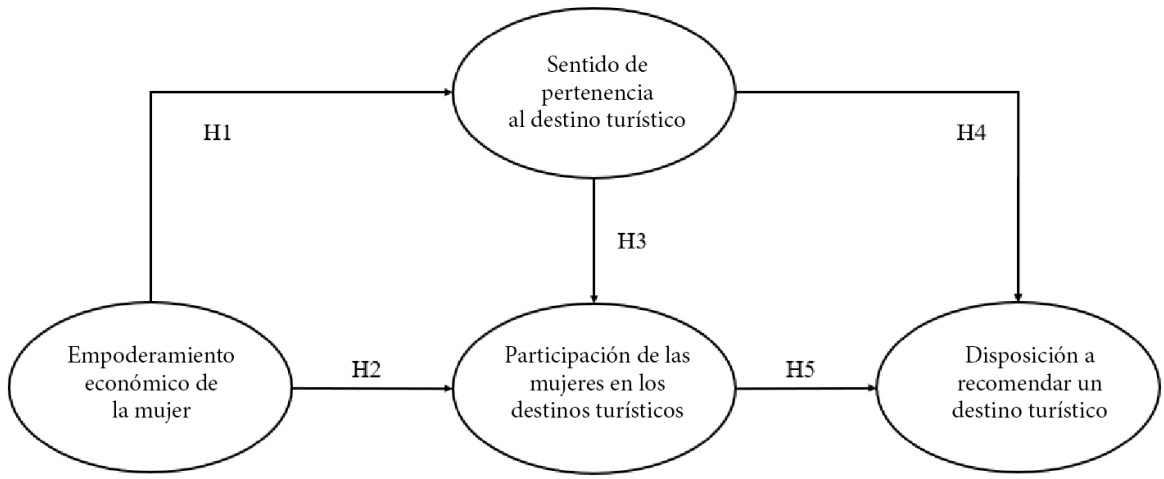
La participación de la mujer en el turismo es cualquier acto o procedimiento en el que la mujer tiene un rol en la industria del turismo. La promoción de una mayor participación de la mujer en la industria turística es fundamental para lograr la igualdad entre los géneros (Krisnayanti y Saskara, 2024). Las actividades turísticas ofrecen a las mujeres la oportunidad de participar en el aspecto económico. La participación comunitaria abarca varios métodos que, al nivel más bajo de la jerarquía de participación, comienzan con una manipulación básica del público y avanzan hacia un compromiso constructivo y significativo de la comunidad, específicamente dirigido al control político (Christens, 2012). La participación en el turismo es un mecanismo para potenciar el papel de las personas que viven en regiones rurales que carecen de perspectivas de empleo (Ertac y Tanova, 2020). La participación de la mujer en el turismo puede aumentar el desarrollo de los destinos turísticos (Elshaer *et al*., 2021; Samad y Alharthi, 2022). Estas actividades tienen como objetivo generar ingresos y fomentar el desarrollo de las aptitudes, al tiempo que se fomenta la autoestima y se promueve una mayor autonomía.

Tristanti *et al*. (2021) mencionan la importante contribución en el turismo. La participación de las mujeres en destinos turísticos suele conducir a su apego emocional, pues se esfuerzan por demostrar una atención por los lugares turísticos mediante la prestación de sugerencias a los posibles huéspedes. El asesoramiento prestado a los posibles viajeros demuestra su preocupación y compromiso con los sitios turísticos. La investigación indica que la inclinación a sugerir es un factor fundamental para demostrar lealtad hacia un lugar turístico (Lesjak *et al*., 2015). Los visitantes comprometidos suelen tener una comprensión más amplia y completa de la ubicación, por lo tanto, mejora su confianza y entusiasmo en apoyar el sitio a sus círculos de amigos, familia o red. En pocas palabras, cuanto mayor sea el grado de compromiso del turista, es más probable que apoye el lugar, ya que sienten una conexión emocional y satisfacción que los motiva a compartir sus experiencias.

> H5: La participación de las mujeres en los destinos turísticos tiene un efecto positivo y significativo en la voluntad de recomendar un destino.

Basándonos en la explicación de las hipótesis anteriores, proponemos el siguiente modelo de investigación:

Figura 1
Modelo de investigación propuesto



Materiales y métodos

Los participantes en este estudio son mujeres empresarias que dirigen empresas situadas cerca de destinos turísticos en varias ciudades de Sulawesi (Indonesia). Las ciudades que se encuentran en la región son Makassar, North Toraja, Tana Toraja, Gowa, Kendari, Bulukumba, Selayar, Wakatobi, Buton, Palu, Bone, Poso, Manado, Tomohon, Tondano, Likupang y Bunaken. El total de respuestas fue de 299 mujeres empresarias. Una proporción significativa de los participantes, concretamente 236 encuestados (78,93 %), han terminado la escuela secundaria o han obtenido un título de licenciatura (S1), lo que sugiere que la mayoría de los encuestados poseen un nivel de educación algo avanzado. Además, los participantes cumplen una serie de categorías de edad, la mayor parte de ellas entre los 31 y los 45 años, con un total de 119 encuestados (39,80 %). Los logros educativos y la edad de estas empresarias indican que tienen un potencial y una competencia considerable para hacer contribuciones valiosas para el crecimiento del sector turístico. Su corta edad y su educación avanzada sugieren que es probable que sean flexibles en respuesta al cambio y a elementos innovadores y cruciales para mantener y expandir el turismo en un clima económico competitivo.

Tabla 1
Perfil del entrevistado

Nivel de educación	17-30 años	31-45 años	46-60 años	< 17 años	> 60 años	Total
Posgrado	3	2	1	0	0	6
S1	37	40	14	0	0	91
Diploma	6	12	1	0	0	19
Escuela Secundaria	47	48	45	2	3	145

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Escuela Elemental	1	10	11	0	1	23
Escuela primaria	0	6	7	0	1	14
Sin estudios	0	1	0	0	0	1
Total	94	119	79	2	5	299

Este estudio tiene cuatro constructos clave: el empoderamiento económico de las mujeres, el sentido de pertenencia a un destino turístico, la participación de las mujeres en un destino turístico y la voluntad de recomendar un destino turístico. Cada constructo se mide con ítems adaptados de la literatura previa. Los indicadores para el empoderamiento económico de la mujer se adaptaron a partir de Abou-Shouk *et al*. (2021) y Scheyvens y van der Watt (2021); el sentido de pertenencia a un destino turístico fue adaptado de Haim-Litevsky *et al*. (2023) y Hagerty *et al*. (1992); la participación de las mujeres en un destino turístico se ha adaptado a partir de Scheyvens y van der Watt (2021) y Samad y Alharthi (2022); y la voluntad de recomendar un destino turístico se adaptó de Lesjak *et al*. (2015). Cada ítem del cuestionario se evaluó usando una escala de 5 puntos, donde 5 representa totalmente de acuerdo y 1 representa totalmente en desacuerdo. Los elementos desarrollados se pueden encontrar en la tabla 2. El análisis utilizado es un modelo de ecuaciones estructurales basado en la covarianza. Utilizamos la versión 26 de Amos para procesar los datos.

Tabla 2
Medición

Variable latente	Elementos
Empoderamiento económico de la mujer	El turismo garantiza unos ingresos económicos decentes a las mujeres de mi zona. El turismo ofrece oportunidades de crecimiento de ingresos para mí como empresaria en mi área. A través del turismo, puedo apoyar mi independencia financiera y la de mi familia.
Sentido de pertenencia del destino turístico	Tengo un fuerte sentido de pertenencia hacia los destinos turísticos que me rodean. Debería ser miembro de la comunidad del desarrollo turístico de mi área. Estoy comprometida a ayudar a desarrollar destinos turísticos en mi área. Estoy dispuesta a invertir mi tiempo en el desarrollo de destinos turísticos en mi área.
Participación de las mujeres en el destino turístico	Me complace tener la oportunidad de acceder al mercado turístico promoviendo productos y servicios locales. Me complace participar en actividades turísticas, en particular en la preservación de los lugares turísticos. Creo que mi presencia en las actividades turísticas es importante para mantener la sostenibilidad del turismo en mi área
Disposición a recomendar un destino turístico	Recomendaré los destinos turísticos de mi zona a muchas personas. Siempre hablo con mis amigos de los destinos turísticos de mi zona. Siempre difundo buenas noticias e información positiva sobre los destinos turísticos de mi zona.

Resultados y discusión

Modelo de medición

Hair *et al*. (2021) revela que el modelo de medición indica el enfoque para medir las variables latentes. Los componentes esenciales del paradigma de medición son la validez y la fiabilidad. Los hallazgos del estudio de validez y fiabilidad muestran que todos los ítems evaluados tenían cargas factoriales (CF) superiores a 0,50, lo que indica una fuerte validez convergente para todos los ítems. Esto indica que los elementos evalúan de manera fiable los conceptos previstos. Además, los valores de la variación media extraída (AVE) para todas las variables latentes exceden de 0,50, lo que sugiere que la mayor parte de la variación explicada por las construcciones se atribuye a elementos pertinentes en lugar de errores de medición. En general, las puntuaciones de la fiabilidad compuesta (FC) para todas las construcciones superan 0,70, lo que indica un alto nivel de fiabilidad para estas construcciones. Además, los valores alfa (CA) de Cronbach, que exceden de 0,70, proporcionan evidencia adicional de que los elementos dentro de cada constructo evalúan confiablemente la misma noción. Por lo tanto, el instrumento utilizado puede considerarse válido y fiable para cuantificar las variables en esta investigación. Las conclusiones se muestran en la tabla 3.

Tabla 3
Pruebas de validez y fiabilidad

Variable latente	Elementos	M	SD	CF	AVE	FC	CA
Empoderamiento económico de la mujer	WEE1 WEE2 WEE4	4,17 4,25 4,11	0,831 0,772 0,905	0,904 0,851 0,565	0,688	0,888	0,749
Sentido de pertenencia al destino turístico	SOB1 SOB2 SOB3 SOB4	4,07 3,98 4,25 4,05	0,977 0,983 0,872 0,924	0,677 0,720 0,903 0,789	0,599	0,913	0,858
Participación de las mujeres en el destino turístico	WI1 WI2 WI3	4,29 4,31 4,28	0,794 0,781 0,791	0,797 0,871 0,803	0,746	0,920	0,863
Disposición a recomendar un destino turístico	WRD1 WRD2 WRD3	4,33 4,28 4,35	0,803 0,883 0,785	0,831 0,862 0,821	0,616	0,929	0,875

Nota. M= media; SD= Desviación estándar; CF= carga de factores; AVE: Varianza media extraída; FC= Fiabilidad compuesta.

Modelo estructural

Un modelo estructural examina las interrelaciones entre las variables latentes (Hair *et al*., 2021). Hay cinco hipótesis probadas. La tabla de resultados de la prueba de hipótesis (ver tabla 3) indica que todas las hipótesis postuladas en este estudio fueron aceptadas con un nivel de significancia de $p < 0,05$. La primera hipótesis (H1) demuestra que el empoderamiento económico de las mujeres tiene un impacto robusto y estadísticamente significativo en su sentido de pertenencia a destinos turísticos. El coeficiente calculado para este efecto es 0,615 y el valor de p es 0,001. Este hallazgo sugiere que existe una correlación positiva entre el nivel de empoderamiento económico experimentado por las mujeres y su sentido de pertenencia a lugares turísticos.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Este hallazgo se alinea con la investigación existente que afirma la importancia del empoderamiento económico para mejorar la afiliación individual con una comunidad o ubicación. Además, la segunda (H2) y tercera (H3) hipótesis también proporcionan hallazgos estadísticamente significativos. La hipótesis H2 plantea que existe una correlación positiva entre el empoderamiento de las mujeres y la participación de las mujeres como empresarias en lugares turísticos, con un coeficiente estimado de 0,289 y un valor de p de 0,001. Mientras tanto, la tercera hipótesis (H3) indica que el sentido de pertenencia a un destino turístico tiene un impacto favorable en la participación de las mujeres como empresarias, con un coeficiente estimado de 0,650 y un valor de p estadísticamente significativo de 0,001. Estos resultados subrayan la importancia de un sentido de pertenencia a un destino turístico, que impulsa la participación de las mujeres en actividades empresariales en el sector turístico. También se aceptan la hipótesis cuarta (H4) y la quinta (H5), confirmando que tanto el sentido de pertenencia como la participación de las mujeres tienen un efecto significativo en el deseo de recomendar un destino turístico a los demás.

Tabla 4
Ensayo de hipótesis

Hipótesis	Estimación	S.E.	C.R.	Valor P	Resultado
H1: Empoderamiento económico de las mujeres →Sentido de pertenencia al destino turístico	0,615	0,102	6,034	0,001	Aceptado
H2: Empoderamiento de la mujer → Participación de la mujer en el destino turístico	0,289	0,072	3,996	0,001	Aceptado
H3: Sentido de pertenencia al destino turístico → Mujeres involucradas en destino turístico	0,650	0,070	9,056	0,001	Aceptado
H4: Sentido de pertenencia a un destino turístico → Disposición a recomendar un destino turístico	0,490	0,106	4,627	0,001	Aceptado
H5: Participación de las mujeres en los destinos turísticos → Disposición a recomendar destinos turísticos	0,262	0,106	2,480	0,013	Aceptado

Discusión

Los resultados de este estudio indican que cuanto mayor es el nivel de empoderamiento económico de las mujeres, mayor es el sentido de pertenencia al destino turístico. Los resultados de investigaciones anteriores indican que los empleados de la industria del turismo, por lo general, reciben una formación más eficiente que la media nacional y se utilizarían más eficazmente en otros sectores económicos desde el punto de vista nacional (Jiménez-Marín *et al*., 2021). Lograr el empoderamiento en las comunidades locales puede mejorar el bienestar económico y el nivel de vida general de la población local, especialmente en las mujeres (Othuman Mydin *et al*., 2014). La potenciación del empoderamiento económico entre las mujeres facilita su participación en las actividades económicas, fomentando así una conexión emocional más profunda con el destino. Esta conexión emocional está significativamente moldeada por la noción de que el turismo en las inmediaciones del sitio de su empresa tiene un profundo impacto en ellos o sus familias. Esto se alinea con Tse (2014) quien indica que el turismo tiene el potencial de impactar la autopercepción de las personas, la ubicación de la residencia, el vecindario, el empleo, la red social, la familia y las experiencias de vida en general. Las mujeres empresarias se comprometen cada vez más emocionalmente y participan activamente en el desarrollo de los lugares turísticos. La participación en esta actividad incentiva a las mujeres a proporcionar el apoyo financiero, y fortalece sus conexiones sociales y emocionales

dentro de la comunidad en la zona seleccionada. La percepción de la afiliación a un lugar turístico podría influir significativamente en las decisiones de las mujeres de persistir en sus contribuciones e inversiones hacia él.

Este estudio muestra el efecto favorable del empoderamiento económico de la mujer en su participación en destinos turísticos. Boley *et al*. (2014) explican que los beneficios económicos personales pueden aumentar el apoyo al turismo, que puede adoptar la forma de participación en el desarrollo del turismo (Boonsiritomachai y Phonthanukitithawear, 2019). Este empoderamiento puede manifestarse como oportunidades educativas, el desarrollo de habilidades y la asistencia tanto de la comunidad como del gobierno. La prestación de esta asistencia mejora las perspectivas de que las mujeres inicien y supervisen empresas en el sector turístico (Zavaleta Cheek y Corbett, 2024). Al participar en el turismo, mejoran su posición económica y hacen valiosas contribuciones al progreso social y cultural de los lugares turísticos. Además, la participación de las empresarias en el sector turístico podría introducir nuevos puntos de vista que mejorarán a la industria (Setyaningsih *et al*., 2012). Los resultados de este estudio demuestran que las iniciativas de empoderamiento de la mujer son componentes cruciales de un plan de desarrollo turístico sostenible.

Además, el sentimiento de pertenencia a un destino turístico influye positivamente en la participación de la mujer en un destino turístico. Esto demuestra que cuando las mujeres experimentan una profunda conexión emocional con una zona turística, están más inclinadas a participar activamente en iniciativas turísticas en ese lugar específico. Este sentimiento de pertenencia puede surgir de experiencias individuales, antecedentes familiares o fuertes conexiones sociales con la comunidad (Haim-Litevsky *et al*., 2023; Seo, 2023). Esta fuerte conexión emocional motiva a las emprendedoras a percibir el destino como un lugar para realizar negocios y un componente integral de su propia identidad. Por lo tanto, el sentimiento de pertenencia se convierte en un poderoso elemento motivador para sostener y mejorar sus actividades económicas en lugares turísticos. Además, este compromiso puede mejorar sus lazos sociales y redes comerciales dentro de la comunidad. Además, estos resultados reflejan la necesidad de comprender y mejorar las conexiones emocionales con los lugares a fin de lograr que más mujeres participen en la industria del turismo.

El sentido de pertenencia a un destino turístico tiene un impacto notable y favorable en la voluntad de recomendar un destino turístico. La inclinación de una persona a recomendar un sitio es directamente proporcional a la intensidad de su conexión con ese destino. El sentimiento de pertenencia fomenta la voluntad de los individuos de compartir sus experiencias favorables y motiva a otros a visitar el mismo lugar. Además, este sentimiento de pertenencia podría suscitar un sentimiento de obligación social de promover el destino, en particular si la persona cree que la prosperidad del destino está relacionada con el bienestar de la población local. Las personas que experimentan un fuerte sentido de pertenencia con un lugar son más propensas a asumir el papel de defensor activo del turismo. Este fenómeno contribuye al aumento de las llegadas de turistas y aumenta la percepción favorable del lugar entre los futuros turistas.

Las conclusiones del estudio indican que la participación de las mujeres en los destinos turísticos tiene un efecto favorable en la voluntad de recomendar un destino turístico, por lo que se afirma la importancia de las contribuciones de las mujeres al sector turístico. Este compromiso puede abarcar una serie de tareas, que van desde la supervisión de las empresas locales hasta la contribución activa al crecimiento y la comercialización de los lugares. Los niveles más altos de participación femenina se asocian con un mayor sentido de propiedad y compromiso con el lugar, fomentando así la recomendación a otros. Además, la participación de la mujer puede mejorar la calidad de los servicios y las experiencias turísticas, reforzando así la lealtad turística y fortaleciendo la reputación del lugar en la percepción de los turistas.

Existen varias implicaciones teóricas dentro de este trabajo. En primer lugar, hay que mejorar la correlación entre el sentido de pertenencia per-

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

cibido y el comportamiento del cliente. El hecho de que el sentimiento de pertenencia impacta significativamente en el compromiso de las mujeres emprendedoras y su inclinación a sugerir lugares turísticos aumenta el conocimiento sobre la capacidad de conexión emocional para moldear el comportamiento del consumidor. Este estudio valida que el sentimiento de pertenencia es un resultado de participar en actividades económicas y es un poderoso mecanismo motivador para la promoción. En segundo lugar, la investigación de la filosofía del compromiso y los roles sociales en el turismo. Este estudio aporta evidencias a favor de la hipótesis de la participación, que plantea que la participación de las mujeres en las actividades turísticas tiene una influencia significativa en su conducta en la promoción de los destinos turísticos. Este documento amplía el marco teórico actual incorporando aspectos de la participación social y emocional como determinantes importantes en la movilización de la promoción turística. Este trabajo examina la correlación entre el empoderamiento y la participación económica. La evidencia empírica de la conclusión de que el empoderamiento de las mujeres influye en su participación en el turismo apoya la hipótesis de que el empoderamiento está conectado a la participación económica. Estos resultados indican que el empoderamiento desempeña un rol fundamental en la mejora del bienestar personal y en el fomento del crecimiento económico de la comunidad al aumentar la participación en la industria turística.

Conclusiones

Los resultados de este estudio indican que el empoderamiento económico de las mujeres tiene una influencia significativa en su conexión emocional con el destino turístico. Por lo tanto, este apego emocional influye aún más en su participación con las empresas turísticas y su inclinación a sugerir el destino a otros. Esta conclusión demuestra que el empoderamiento de la mujer aumenta su participación en el ámbito económico y refuerza su funcionamiento social dentro de la comunidad turística. Este descubrimiento evidencia la necesidad de aplicar un enfoque amplio de empoderamiento que aborde la dimensión económica y el crecimiento social y emocional de las mujeres en el sector del turismo. Además, el estudio demostró que un fuerte sentimiento de pertenencia tiene un papel importante en la motivación de las empresarias para participar activamente en el turismo y en la promoción de los destinos turísticos. Esto sugiere que la conexión emocional con el destino es esencial para la viabilidad a largo plazo del sector turístico.

El estudio está sujeto a dos limitaciones. En primer lugar, el estudio se llevó a cabo durante cierto tiempo, lo que implica que no fue posible evaluar longitudinalmente los cambios dinámicos en el negocio turístico o los desafíos económicos a los que se enfrentan las mujeres. El análisis ofrece una representación momentánea en un momento determinado, que puede no representar con precisión los cambios dinámicos que tienen lugar en el tiempo. Por lo tanto, las conclusiones comunicadas pueden no representar con precisión pautas duraderas o la influencia de las medidas introducidas recientemente. En segundo lugar, debido a que no se han tenido en cuenta varios factores cruciales, es plausible que otras variables no cuantificadas, como la asistencia gubernamental, la infraestructura turística o el impacto de la tecnología, también influyan en los resultados. Estas limitaciones indican que las conclusiones de este estudio deben interpretarse con prudencia y deben complementarse con investigaciones que tengan en cuenta otros factores.

Teniendo en cuenta las limitaciones descritas, sugerimos dos áreas para una investigación más a fondo. En primer lugar, se podría realizar un estudio en el futuro de manera longitudinal para evaluar la evolución temporal de la correlación entre el empoderamiento de la mujer, el sentido de pertenencia y la participación en el turismo. Los estudios longitudinales ofrecen una comprensión más profunda de cómo los cambios en los aspectos económicos, sociales y políticos afectan la participación de las mujeres y la viabilidad a largo plazo de los destinos. Además, se recomienda que en futuros estudios se investigue la repercusión de las leyes y reglamentos gubernamentales en el empoderamiento de la mujer en la industria turística. Esto implica examinar el impacto de los

regímenes fiscales, las iniciativas de capacitación y las restricciones de las pequeñas empresas sobre la participación de las mujeres en el sector turístico. La comprensión más profunda de la función de las políticas permite a los encargados de tomas decisiones crear enfoques más eficientes para ayudar a las mujeres empresarias en las zonas turísticas.

Referencias bibliográficas

Abou-Shouk, M. A., Mannaa, M. T. y Elbaz, A. M. (2021). Women's empowerment and tourism development: A cross-country study. *Tourism Management Perspectives, 37*(January), 100782. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100782

Alsaad, R. I., Hamdan, A., Binsaddig, R. y Kanan, M. A. (2023). Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs. *International Journal of Innovation Studies, 7*(4), 245-262. https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.04.003

Ang, S. (2019). Life course social connectedness: Age-cohort trends in social participation. *Advances in Life Course Research, 39*(March), 13-22. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.alcr.2019.02.002

Arisanty, D., Hastuti, K. P., Adyatma, S. y Angriani, P. (2020). Women's empowerment in the Lok Baintan Floating Marketing, South Kalimantan province. *Socius: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial, 9*(2), 94-103. https://doi.org/10.20527

Balasubramanian, P., Ibanez, M., Khan, S. y Sahoo, S. (2024). Does women's economic empowerment promote human development in low- and middle-income countries? A meta-analysis. *World Development, 178*(June), 106588. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106588

Baumeister, R. F. y Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin, 117*(3), 497-529. https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497

Bhojani, A., Alsager, A., McCann, J. K., Joachim, D., Kabati, M. y Jeong, J. (2024). 'If my wife earns more than me, she will force me to do what she wants': Women's economic empowerment and family caregiving dynamics in Tanzania. *World Dev, 179*(July), 106626. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106626

Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R. y Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research, 49(November)*, 33-50. https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.005

Boonsiritomachai, W. y Phonthanukitithaworn, C. (2019). Residents' support for sports events tourism development in Beach City: The role of community's participation and tourism impacts. *Sage Open, 9*(2), 1-15. https://doi.org/10.1177/2158244019843417

Cheng, C.-K. y Kuo, H.-Y. (2015). Bonding to a new place never visited: Exploring the relationship between landscape elements and place bonding. *Tourism Management, 46*(February), 546-560. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.006

Christens, B. D. (2012). Toward relational empowerment. *American Journal of Community Psychology, 50*(1-2), 114-128. https://doi.org/10.1007/s10464-011-9483-5

Çiçek, D., Zencir, E. y Kozak, N. (2017). *Women in Turkish tourism. Journal of Hospitality and Tourism Management, 31*(June), 228-234. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.03.006

Dadi, D. (2021). Women empowerment in Indonesia: Community Learning Activity Center Programs. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan, 13*(3), 1823-1834. https://doi.org/10.35445/alishlah.v13i3.1152

Dini, M., Curina, I., Francioni, B., Hegner, S. y Cioppi, M. (2023). Tourists› satisfaction and sense of belonging in adopting responsible behaviors: the role of on-site and social media involvement in cultural tourism. *The TQM Journal, 35*(9), 388-410. https://doi.org/10.1108/tqm-03-2023-0085

Duffy, L. N., Kline, C. S., Mowatt, R. A. y Chancellor, H. C. (2015). Women in tourism: Shifting gender ideology in the DR. *Annals of Tourism Research, 52*(May), 72-86. https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.017

Elshaer, I., Moustafa, M., Sobaih, A. E., Aliedan, M. y Azazz, A. M. S. (2021). The impact of women›s empowerment on sustainable tourism development: Mediating role of tourism involvement. *Tourism Management Perspectives, 38*(May), 100815. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100815

Ertac, M. y Tanova, C. (2020). Flourishing women through sustainable tourism entrepreneurship. *Sustainability, 12*(14), 5643. https://doi.org/10.3390/su12145643

Ferguson, L. (2011). Promoting gender equality and empowering women? Tourism and the third Millennium Development Goal. *Current Issues in Tourism, 14*(3), 235-249. https://doi.org/10.1080/13683500.2011.555522

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Figueroa-Domecq, C., de Jong, A. y Williams, A. M. (2020). Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review. *Annals of Tourism Research, 84*(September), 102980. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102980

Firmansyah, C. A. y Sihaloho, E. D. (2021). The effects of woman empowerment on Indonesia›s regional economic growth. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan, 22*(1), 12-21. https://doi.org/10.23917/jep.v22i1.11298

Gautam, V. y Bhalla, S. (2024). Exploring the relationships among tourism involvement, residents› empowerment, quality of life and their support for sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production, 434*(January), 139770. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139770

Hagerty, B. M. K., Lynch-Sauer, J., Patusky, K. L., Bouwsema, M. y Collier, P. (1992). Sense of belonging: A vital mental health concept. *Archives of Psychiatric Nursing, 6*(3), 172-177. https://doi.org/10.1016/0883-9417(92)90028-H

Haim-Litevsky, D., Komemi, R. y Lipskaya-Velikovsky, L. (2023). Sense of belonging, meaningful daily life participation, and well-being: Integrated investigation. *International Journal of Environment Research and Public Health, 20*(5), 4121. https://doi.org/10.3390/ijerph20054121

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P. y Ray, S. (2021). An introduction to structural equation modeling. En J. F. Hair Jr., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, M. Sarstedt, N. P. Danks y S. Ray (eds.), *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook* (pp. 1-29). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1

Hidalgo, M. C. y Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology, 21*(3), 273-281. https://doi.org/https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221

Holt-Lunstad, J., Robles, T. F. y Sbarra, D. A. (2019). Advancing social connection as a public health priority in the United States. *American Psychologist, 72*(6), 517-530. https://doi.org/10.1037/amp0000103

Jiménez-Marín, G., Correia, P. y Medina, I. G. (2021). Análisis del impacto turístico de la organización de bodas en la zona del Caribe. *Journal of Tourism and Development, 37*, 89-109. https://doi.org/10.34624/rtd.v37i0.26335

Kewalramani, S. y Agarwal, M. (2014). Women empowerment through emotional intelligence. *International Journal of Social Science and Management, 2*(9), 5-8.

Kishor, S. y Gupta, K. (2004). Women›s empowerment in India and its states: Evidence from the NFHS. *Economic and Political Weekly, 39*(7), 694-712. https://doi.org/10.2307/4414645

Knight, D. W. y Cottrell, S. P. (2016). Evaluating tourism-linked empowerment in Cuzco, Peru. *Annals of Tourism Research, 56*(January), 32-47. https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.007

Krisnayanti, N. M. N. y Saskara, I. A. N. (2024). Predicting women›s involvement for sustainable tourism in the local economy: A bayesian network approach. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 22*(1), 13-28. https://doi.org/10.29259/jep.v22i1.23098

Lesjak, M., Navrátil, J., Pícha, K. y White, V. L. (2015). The predictors of the willingness to recommend a visit for diversified tourism attractions. *Czech Journal of Tourism, 4*(2), 77-90. https://doi.org/10.1515/cjot-2015-0005

Ma, E., Zhang, Y., Xu, F. Z., Wang, D. y Kim, M. (2021). Feeling empowered and doing good? A psychological mechanism of empowerment, self-esteem, perceived trust, and OCBs. *Tourism Management, 87*(December), 104356. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104356

Mathur, T. (2020). Effect of psycho-social environment on women empowerment. *Herritage Journal, 68*(1), 926-931.

McCall, C. E. y Mearns, K. F. (2021). Empowering women through community-based tourism in the western Cape, South Africa. *Tourism Review International, 25*, 157-171. https://doi.org/10.3727/154427221X16098837279967

Nassani, A. A., Aldakhil, A. M., Abro, M. M. Q., Islam, T. y Zaman, K. (2019). The impact of tourism and finance on women empowerment. *Journal of Policy Modeling, 41*(2), 234-254. https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2018.12.001

Othuman Mydin, M. A., Nordin, A. O. S., Tuan Lonik, K. A., Jaafar, M. y Marzuki, A. (2014). Empowering local communities through tourism entrepreneurship: The case of micro tourism entrepreneurs in Langkawi Island. *SHS Web of Conferences, 12*. https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201101

Pavlović, D., Bjelica, D., Bodroža, D., Jovičić, E. y Pindžo, R. (2022). Women's economic empowerment through tourism: A case study of selected Western Balkans countries. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education,*

3-4, 149-175. https://doi.org/10.34624/rtd.v37i0.26335

Pine, B. J. y Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.

Pitanatri, P. D. S. (2016). Women empowerment in promoting Ubud as culinary destination in Bali. The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia (ATF-16), Bandung, Indonesia.

Procentese, F., Gatti, F. y Falanga, A. (2019). Sense of responsible togetherness, sense of community and participation: Looking at the relationships in a university campus. *Human Affairs, 29*(2), 247-263. https://doi.org/10.1515/humaff-2019-0020

Quang, T. D., Phan Tran, N. M., Sthapit, E., Thanh Nguyen, N. T., Le, T. M., Doan, T. N. y Thu-Do, T. (2023). Beyond the homestay: Women's participation in rural tourism development in Mekong Delta, Vietnam. *Tourism and Hospitality Research, 24*(4), 499-514. https://doi.org/10.1177/14673584231218103

Samad, S. y Alharthi, A. (2022). Untangling factors influencing women entrepreneurs' involvement in tourism and its impact on sustainable tourism development. *Administrative Sciences, 12*(2), 1-19. https://doi.org/10.3390/admsci12020052

Sarjiyanto, S., Sarwoto, S. y Darma, T. S. (2022). The sustainability of community empowerment as development strategies: The experience of Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 9*(3), 207-218. https://doi.org/10.18415/ijmmu.v9i3.3604

Scheyvens, R. y van der Watt, H. (2021). Tourism, empowerment and sustainable development: a new framework for analysis. *Sustainability, 13*(22), 12606. https://doi.org/10.3390/su132212606

Seo, J. J. (2023). Why does the impact of psychological empowerment increase employees› knowledge-sharing intention? A moderated mediation model of belonging and perceived organizational support. *Behavioral Sciences (Basel), 13*(5), 387. https://doi.org/10.3390/bs13050387

Setyaningsih, S., P., R. C., Hani, U. y Rachmania, I. N. (2012). Women empowerment through creative industry: A case study. *Procedia Economics and Finance, 4*, 213-222. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00336-X

Tristanti, T., Nurhaeni, I. D. A., Mulyanto, M. y Sakuntalawati, R. D. (2021). The role of woman in tourism: A sytematic literature review. 2021 Annual Conference of Indonesian Association for Public Administration, Indonesia.

Trommlerová, S. K., Klasen, S. y Leßmann, O. (2015). Determinants of empowerment in a capability-based poverty approach: Evidence from the Gambia. *World Development, 66*, 1-15. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.07.008

Tse, T. S. M. (2014). Does tourism change our lives? *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 19*(9), 989-1008. https://doi.org/10.1080/10941665.2013.833125

Uddin, N. y Barua, P. (2024). Women›s economic empowerment and covid-19 pandemic: A study on women entrepreneurs in Bangladesh. *Journal of Economy and Technology, 2*(November), 258-268. https://doi.org/10.1016/j.ject.2024.08.006

Vij, M., Upadhya, A., Agha, K., Begum, V., Kashmoola, B. W. y Senior, J. R. (2023). Female economic empowerment through tourism training in the United Arab Emirates. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 15*(1), 18-28. https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2022-0099

Vujko, A., Tretiakova, T. N., Petrović, M. D., Radovanović, M., Gajić, T. y Vuković, D. (2019). Women's empowerment through self-employment in tourism. *Annals of Tourism Research, 76*, 328-330. https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.004

Wardhani, A. A. y Susilowati. (2021). Four dimensions of women's empowerment in tourism: Case study of Indrayanti Beach, Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan, 22*(2), 170-184. https://doi.org/10.18196/jesp.v22i2.10745

Zavaleta Cheek, J. y Corbett, P. E. (2024). Public decision making by women's self-help groups and its contributions to women's empowerment: Evidence from West Bengal, India. *World Development Perspectives, 33*(March), 100549. https://doi.org/10.1016/j.wdp.2023.100549

Zelu, B. A., Iranzo, S. y Perez-Laborda, A. (2024). Financial inclusion and women economic empowerment in Ghana. *Emerging Markets Review, 62*(September), 101190. https://doi.org/10.1016/j.ememar.2024.101190

Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology, 23*(5), 581-599. https://doi.org/10.1007/BF02506983

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 115-129
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.07

La productividad en América Latina. Un análisis a través de una función Cobb-Douglas

Productivity in Latin America. An analysis using a Cobb-Douglas function

César Lenin Navarro-Chávez
Profesor investigador, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México
cesar.navarro@umich.mx
https://orcid.org/0000-0002-4465-8117

René Augusto Marín-Leyva
Profesor investigador, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México
rene.marin@umich.mx
https://orcid.org/0000-0002-4782-3798

Daniela Valenzuela-Carreño
Maestra en Políticas Públicas, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México
daniela.valenzuela@umich.mx
https://orcid.org/0009-0001-1435-8236

Recibido: 05/09/24 **Revisado:** 24/12/24 **Aprobado:** 17/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: en América Latina el limitado crecimiento de la actividad económica se ha caracterizado por su fuerte correlación con la baja productividad, es por ello que se analiza el comportamiento de la Productividad Total de los Factores (PTF) en esta región. El objetivo de esta investigación es examinar el papel del trabajo (L), el capital (K) y el cambio tecnológico (A) en la evolución de la PTF en América Latina durante el periodo 1990-2019. Se instrumenta un modelo de datos panel mediante el estimador de "Grupo de Medias Agrupadas" (PMG), para catorce economías durante 29 años. En los resultados se evidencia la existencia de dependencia transversal y raíz unitaria de orden I(1). Se presenta una relación de largo plazo entre las variables y se encuentra que el trabajo (L), el capital (K) y el cambio tecnológico (A) inciden positivamente en la PTF. Se encontró que, en el corto plazo, el capital (K) tiene un impacto mayor que el cambio tecnológico (A) en la PTF; mientras que, en el largo plazo es el cambio tecnológico (A) el que más influye. El modelo muestra una velocidad de ajuste del 18 %, lo que implica un tiempo de corrección estimado de 5.5 años. En conclusión, en el trabajo se da cuenta de la importancia de fortalecer la innovación y el desarrollo tecnológico en la región, para mejorar la productividad y el crecimiento económico.

Palabras clave: Productividad Total de los Factores (PTF), crecimiento económico, datos panel, función de producción Cobb-Douglas, Grupo de Medias Agrupadas (PMG).

Cómo citar: Navarro-Chávez, C. L., Marín-Leyva, R. A. y Valenzuela-Carreño, D. (2025). La productividad en América Latina. Un análisis a través de una función Cobb-Douglas. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 115-129. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.07

Abstract: in Latin America, the limited growth of economic activity has been characterized by its strong correlation with low productivity, which is why the behavior of Total Factor Productivity (TFP) in this region is analyzed. The objective of this research is to examine the role of labor (L), capital (K), and technological change (A) in the evolution of Total Factor Productivity (TFP) in Latin America during the period 1990-2019. A panel data model is implemented using the "Pooled Mean Group" (PMG) estimator for fourteen economies over a period of 29 years. The results show the existence of cross-sectional dependence and a unit root of order I(1). A long-term relationship between the variables is presented, and it is found that labor (L), capital (K), and technological change (A) positively impact TFP. It was found that, in the short term, capital (K) has a greater impact than technological change (A) on TFP; whereas, in the long term, it is technological change (A) that has the most influence. The model shows an adjustment speed of 18%, which implies an estimated correction time of 5.5 years. In conclusion, the work highlights the importance of strengthening innovation and technological development in the region to improve productivity and economic growth.

Keywords: Total Factor Productivity (TFP), economic growth, panel data, Cobb-Douglas, Pooled Mean Group (PMG).

Introducción

Contexto latinoamericano

El lento crecimiento económico es un problema que ha caracterizado a América Latina, de acuerdo con datos del Banco Mundial (2023), desde la década de los noventa los países que integran esta región, han tenido un crecimiento porcentual de su Producto Interno Bruto (PIB) del 2.5 %, por debajo del promedio mundial, que para estos años fue del 2.9 % anual. Esta situación puede ser atribuida a una serie de factores de corte estructural, sin embargo, también se asocia a la eficiencia de las economías y a su productividad (CEPAL, 2016).

El crecimiento de la actividad económica se encuentra correlacionado con la productividad, en el contexto latinoamericano esta situación ha revelado un atraso lo que limita el desarrollo de estos países. El análisis de la Productividad Total de los Factores (PTF) representa un elemento fundamental para las economías con ingresos medios, ya que explica una parte del rezago al cual se enfrentan, diversos autores identifican que es a través de la mejoría en la eficiencia productiva donde podrán cerrar la brecha en la distribución del ingreso (Kim y Park, 2017; Yalçınkaya *et al*., 2017).

En América Latina existe una gran limitante asociada con la informalidad de la economía, los trabajadores no cuentan con acceso a seguridad social afectando directamente su productividad, las empresas se encuentran al margen del cumplimiento de sus obligaciones fiscales lo que limita el acceso al financiamiento (Aravena y Fuentes, 2013; Ros, 2008), este factor que ha caracterizado a la región incide en el desempeño de los factores de la producción, y por consiguiente en la PTF.

Adicionalmente se considera que el avance tecnológico en la región, elemento que tendría que ser fundamental para lograr el crecimiento económico, no ha tenido un papel clave en el desenvolvimiento de la PTF, este hecho es evidenciado a la luz de un número limitado y por debajo de la media mundial de solicitudes de patentes (Banco Mundial, 2023c), y una escasa inversión en I+D (Banco Mundial, 2023b), demostrando la ineficiencia técnica de las economías protagonistas de este artículo que limitan el desarrollo de su PTF, lo que incide de manera negativa en su crecimiento económico.

Fundamentos

En este trabajo la PTF tiene un papel preponderante ya que es un indicador macroeconómico que se encuentra enmarcado en la contabilidad del crecimiento, el cual identifica el desempeño de los factores de la producción trabajo (L), capital (K) y el cambio tecnológico (A) como determinantes de la producción en el sentido de Cobb-Douglas (1928), es así, que su análisis resulta de gran utilidad para la aplicación de medidas de política económica (Barro y Sala-i-Martin, 2012).

El objetivo de este trabajo es analizar el comportamiento de los factores de la producción en el desarrollo de la PTF para las economías latinoamericanas durante el periodo 1990-2019. El primer aporte de esta investigación se encuentra relacionado con el uso del estimador del Grupo de Medias Agrupadas propuesto por Pesaran *et al*. (1999), el cual permite estimar los coeficientes de largo plazo y los coeficientes de corrección de error, al tiempo que genera los coeficientes específicos de corto plazo, lo anterior mediante una estimación de máxima verosimilitud. El segundo

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

aporte que tiene la investigación es que se prueba la hipótesis de que el trabajo, el capital, así como el cambio tecnológico han sido los determinantes de la PTF de las economías latinoamericanas durante el periodo 1990-2019, esto a partir de la función de producción Cobb Douglas.[1]

Este trabajo se divide en seis apartados. En el primero se tiene la introducción. El segundo corresponde a la revisión de la literatura, específicamente se trabaja la función de producción y los modelos de crecimiento. En el tercero se da la evidencia empírica de las variables. En el cuarto, se desarrolla la metodología y las bases de datos. Los resultados se presentan y son analizados en el quinto apartado. Finalmente, en el sexto apartado se presentan las conclusiones derivadas de este estudio.

Revisión de literatura

Desde sus inicios, la ciencia económica ha tenido como objetivo analizar el crecimiento de los países, así como sus diferencias, desde la perspectiva neoclásica es posible abordar los elementos que son determinantes en la producción de un país, a partir del desempeño de los factores de la producción, es decir, del trabajo y del capital, así como del cambio o avance tecnológico, es por ello que en este apartado se realiza un análisis de las teorías que han explicado estas disparidades, tomando como base la función de producción Cobb-Douglas (1928).

Función de producción Cobb-Douglas

Los antecedentes de la función de producción se encuentran, por un lado, en la teoría de Clark (1899) y Wicksteed (1894), los cuales proponen que a partir de la combinación de los factores trabajo y capital es posible determinar el tamaño de la producción. Por otro lado, se tiene la influencia de Wicksell (2001), quien destaca la importancia de analizar los ciclos económicos, identificando que son afianzados a partir de una fuerza externa, la cual denominó progreso técnico. Más tarde, Cobb y Douglas (1928), realizan una contribución fundamentada en la evidencia empírica de la economía de Estados Unidos.

En su trabajo Cobb y Douglas (1928), presentan a partir de la información de la industria manufacturera de los Estados Unidos la función de producción neoclásica, expresada en los siguientes términos:[2]

$$Y= AK^{\alpha}L^{\beta}$$

donde:

Y= Producción.

A= Progreso tecnológico o PTF.

K= Stock de capital o factor capital (conjunto de bienes o activos que se usan para producir).

L= Número de trabajadores o factor trabajo.

α = Parámetro que indica la capacidad productiva del factor capital.

β= Parámetro que indica la capacidad productiva del factor trabajo.

Los parámetros indican la tasa de cambio que ejerce el trabajo o el capital en la producción de la industria manufacturera, de manera que la primera derivada indica la proporción de la variación que los factores tienen en el crecimiento de la producción, es decir, se presenta la productividad marginal del capital (α) y del trabajo (β).

Cobb y Douglas (1928), consideran en su artículo que existen rendimientos constantes, esto es, la suma de los parámetros es igual a 1, no obstante, existen otros casos como los rendimientos decrecientes, donde al sumar los parámetros se obtiene un resultado inferior a la unidad, mientras que si fuera mayor que 1 se clasificaría como rendimientos crecientes a escala. El resultado al cual llegan Cobb y Douglas (1928), establece que la producción, el trabajo y el capital se encuentran relacionados, de tal manera que, si se multiplican estos dos últimos por un factor , la producción se incrementa en esa cuantía, es decir en m veces, esto es, la producción es una función homogénea de primer grado del trabajo y del capital.

1 Técnica utilizada para medir la tasa de crecimiento de la productividad de una economía restando el crecimiento que se debe a la acumulación de los factores del crecimiento (Weil, 2006).

2 En el documento original se consideran los coeficientes con nomenclatura P´, L y C.

El resultado al cual llegan Cobb y Douglas (1928), se encuentra en congruencia con la función de producción de Clark (1899) y Wicksteed (1894). Los autores consideran que es posible realizar la cuantificación a partir del método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), con este aporte a la teoría económica presentan una propuesta innovadora en los estudios del crecimiento económico.

Modelos de crecimiento

En el marco del enfoque neoclásico, existen diversas perspectivas que explican el crecimiento económico. Por un lado, se encuentran aquellas teorías que identifican el crecimiento de una manera exógena, esto es, las variables que explican el crecimiento económico se encuentran fuera del modelo, además se fundamenta la idea de que una vez encontrado el estado estacionario la relación capital-producto no varía, obteniendo así una relación fija, esto implicaría que en el largo plazo la actividad productiva se encuentra limitada por factores exógenos tanto de lado de la oferta como de la demanda (Perrotini *et al*., 2019). Por otro lado, existen teorías que determinan que la tasa de crecimiento no se encuentra en estado estacionario, por lo tanto, se tendría que incentivar el capital humano, así como las capacidades y habilidades de este, lo que conduciría a una mejoría en el factor tecnológico (Jiménez, 2011).

Durante la década de los cincuenta hasta los años noventa predominó el pensamiento de los modelos de crecimiento exógeno que identificaron el llamado estado estacionario, donde los factores de la producción trabajo y capital no provocan un aumento en el crecimiento de la producción, es decir, provocaban rendimientos decrecientes. Por tanto, una fuerza exógena sería la que causaría esta situación, esto es, a partir de los avances tecnológicos de los países se podría mostrar dicho fenómeno, el principal exponente de esta corriente es Solow (1956). Con su famoso residuo, reconoce que, en el largo plazo, será el aumento en la tasa de ahorro y el avance tecnológico, es decir, las variaciones en la constante A, las que provocarán el crecimiento económico. El modelo de crecimiento óptimo desarrollado a partir de los trabajos de Ramsey (1928) y posteriormente retomado por Koopmans y Cass (1965), muestran desde la perspectiva microeconómica la decisión de los hogares y las empresas entre el ahorro y el consumo, y como dicha situación afectará el bienestar intertemporal y el crecimiento económico retoman la idea del avance tecnológico de manera exógena.

El modelo de crecimiento de Mankiw *et al*. (1993), retoma las ideas del residuo de Solow identificando que dicho autor estaría en lo correcto al considerar los factores de la producción, no obstante, se tendría que dar un mayor peso al factor trabajo ya que será la fuerza trabajadora quien, a través de sus habilidades y conocimientos, genere un cambio en el crecimiento económico. En resumen, los modelos de crecimiento exógeno identifican que, en el largo plazo, la única manera de generar un aumento en la producción será si se implementan mejoras tecnológicas.

Durante la década de los noventa, los estudios económicos muestran un fuerte rechazo al llamado estado estacionario, logrando de esta manera, endogeneizar las variables que permiten lograr un crecimiento de la producción. De acuerdo con diversos autores el papel de los trabajadores será decisivo y, no proviene de manera foránea o externa debido a que es este factor ya sea mediante la adquisición de conocimientos y habilidades, o por las externalidades positivas generadas por la I+D que incrementa su productividad y por consiguiente, el crecimiento económico de una manera sostenida (Romer, 1986; Baumol, 1986; Lucas, 1988). Adicionalmente existen otros trabajos que identifican la importancia del gasto público y de las inversiones en I+D, así como de la estabilidad en las políticas monetarias y fiscales y el papel de las instituciones como elementos que propician el crecimiento económico (Barro, 1991; Rebelo, 1991; Howitt, 2004).

En síntesis, los modelos endógenos consideran que, para lograr el crecimiento económico de manera sostenida es necesario incentivar el capital humano, y esto será posible a través de la inversión en I+D, ya que genera externalidades positivas, como el incremento de la productividad en este factor. Dicho de otro modo, será posible tener rendimientos crecientes o constantes a escala, conjuntamente se resalta el papel de las instituciones y de la estabilidad macroeconómica para lograr la expansión económica de los países.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Evidencia empírica

La revisión de la literatura permite identificar algunos aspectos de la PTF en diversos contextos, en este sentido, existen trabajos que consideran el papel que ha tenido la PTF en el crecimiento económico (Hofman *et al*., 2017; Kim y Park, 2017; Villalobos *et al*., 2021; Yalçınkaya *et al*., 2017). Otros estudios se enfocan en cuantificar la aportación de los factores de la producción en el crecimiento de la PTF (Ayvar y Guitrón, 2013; Maudos *et al*., 1999; Nguyen, 2021; The Conference Board, 2023). Adicionalmente hay evidencia empírica que analiza el impacto en la PTF de otras variables tales como, los desequilibrios macroeconómicos, los términos de intercambio, las volatilidades en el comercio o la importancia en la I+D (Dańska-Borsiak y Laskowska, 2012; Gutiérrez Villca, 2020; Méndez *et al*., 2013).

En los estudios que tienen como objetivo estudiar la influencia que tiene la PTF en el crecimiento económico, es posible generalizar las similitudes que existen en los resultados a los cuales llegan diversos autores que revelan la importancia que tiene la PTF, incluso por encima de los factores de la producción trabajo y capital en el crecimiento económico (Kim y Park, 2017; Yalçınkaya *et al*., 2017). Los estudios latinoamericanos dan evidencia en este sentido, ya que presentan contribuciones negativas en el crecimiento de la PTF, siendo esto una consecuencia y explicación para el escaso crecimiento económico (Hofman *et al*., 2017; Méndez *et al*., 2013; Villalobos *et al*., 2021).

Los trabajos que analizan la aportación de los factores de la producción consideran, por un lado, que el factor trabajo o capital humano influye de manera más significativa en la PTF (Ayvar y Guitrón, 2013; Maudos *et al*., 1999), mientras que para otros estudios es el factor capital el que tiene mayor incidencia en la PTF (Nguyen, 2021; *The Conference Board*, 2023) por supuesto que estos resultados deben ser considerados para diferentes economías en diversos contextos.

Existen estudios latinoamericanos, no enmarcados en el enfoque de la función de producción que consideran variables que explican el comportamiento de la PTF. Por una parte, se tiene los estudios que relacionan de manera directa la PTF con la eficiencia técnica, el progreso tecnológico, los términos de intercambio, Inversión Extranjera Directa, el ahorro, la productividad media por trabajador, la escolaridad y la esperanza de vida (Gutiérrez, 2020; Méndez *et al*., 2013; Ramírez y Aquino, 2005). Por otra parte, Gutiérrez (2020) encuentra una relación negativa de la PTF con los desequilibrios macroeconómicos, la volatilidad en el comercio, la informalidad, la tasa de fertilidad, la desigualdad y crisis externas. Finalmente, Ramírez y Aquino (2005), dan evidencia de una relación inversa entre las crisis inflacionarias y la PTF.

Los trabajos revisados enfatizan la importancia de la variable I+D, ya que serán los esfuerzos en el progreso tecnológico los que causen el incremento en la PTF, y con ello generarán mayor crecimiento económico (Dańska-Borsiak y Laskowska, 2012; Méndez *et al*., 2013; Nguyen, 2021).

Estudios más recientes analizan el comportamiento de las economías de Asia Oriental, a través de metodologías de datos de panel, adicionando otros elementos, en los cuales se destacan: la inversión real, la acumulación de capital físico, el número de horas promedio de trabajo, el desarrollo del capital humano, así como la tasa interna de retorno como factores clave en el crecimiento de la PTF (Lee y Viale, 2023). El trabajo realizado por Rehman e Islam (2023), se enfoca en las economías de los BRICS y destaca la importancia de la infraestructura financiera tanto en el corto como en el largo plazo, la apertura comercial, la IED, el capital humano, la innovación y la calidad institucional como factores que inciden en la PTF.

En otro enfoque de estudios, se destaca la importancia de la PTF verde (GTFP, por sus siglas en inglés), como una medida de eficiencia orientada a la sostenibilidad ambiental. Es decir, por un lado, se consideran los factores tradicionales de la producción, y por otro, se integra el impacto al medio ambiente, promoviendo enfoques de corte más sostenible, este tipo de trabajos tienen mayor aplicación en la economía China (Jiakui *et al*., 2023; H. Liu *et al*., 2023; Y. Liu *et al*., 2023). En la misma línea, existen trabajos donde se analiza la incidencia de la tecnología digital (Pan *et al*., 2024), las finanzas verdes (flujos financieros destinados a proyectos sostenibles) (Feng *et al*., 2024;

Yue *et al*., 2024), así como el desarrollo del internet y la banda ancha móvil en la determinación de la PTF verde (Edquist, 2024; Wen y Deng, 2024).

Materiales y métodos

En esta investigación, los modelos de crecimiento son analizados mediante la metodología de datos panel, se han tomado en cuenta los beneficios que tienen este tipo de modelos comparados con un modelo típico de corte transversal o, inclusive, también serían capaces de controlar la heterogeneidad individual e identificar los efectos que habrían sido indetectables en datos de series de tiempo tradicionales.

En este trabajo la especificación empírica del modelo de datos panel queda como sigue:

$$InPTF_{it} = \theta_{0i} + \theta_1 lnK_{it} + \theta_2 InL_{it} + \theta_3 InA_{it} + u_{it} \quad (1)$$

Donde el representa el promedio de las variables en el largo plazo, de tal suerte que el logaritmo de la PTF se encuentra en función del logaritmo del factor capital (K), en segundo lugar, se considera el logaritmo del factor trabajo y por último la PTF está definida por el cambio tecnológico y es el término de error.

Como lo especifican Pesaran *et al*. (1999), es posible llevar a efecto una reparametrización con la finalidad de realizar una estimación PMG, quedando la ecuación en los siguientes términos:

$$\Delta PTF_{it} = \phi_i \mathrm{PTF}_{i.t-1} + K_{it}\beta_1 + L_{it}\beta_2 + A_{it}\beta_3 + \sum_{J=1}^{p-1} \lambda_{ij}^{*} \Delta PTF_{i.t-j} + \sum_{J=0}^{q-1} \Delta \mathrm{K}_{i,-j} + \sum^{q-1} \Delta L_{i.-j}\, \delta_{ij}^{*} + \sum^{q-1} \Delta L_{i.-j}\, \delta_{ij}^{*} + \mu_i \iota + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

donde:

φi: = Parámetro de velocidad de corrección de errores del término de ajuste.

PTF_{it}= Vector de T x 1 de las observaciones de la variable dependiente en las economías latinoamericanas.

K_{it}= Matriz de T x k de observaciones sobre los regresores de la variable independiente capital que varían entre grupos en el periodo de tiempo.

L_{it}= Matriz de T x k de observaciones sobre los regresores de la variable independiente trabajo que varían entre grupos en el periodo de tiempo.

A_{it}= Matriz de T x k de observaciones sobre los regresores de la variable independiente cambio tecnológico que varían entre grupos en el periodo de tiempo.

ι = (1,…, 1) es un vector T x 1 de los PTFi,-j, K i-j, L i-j, A i-j son j valores rezagados del periodo de PTFit, Kit, Lit y Ait.

λ_{it} = Escalares.

δ= Vectores de coeficientes k x 1.

ε_i= Término de error.

Prueba de dependencia transversal

Pesaran (2004), propone un estadístico eliminando el método de cálculo que tradicionalmente se había considerado, esto es, la matriz espacial resultaba incompleta para especificar si los datos contaban con dependencia, esta métrica no permitía que se capturasen los factores comunes (económicos o sociopolíticos) que son determinantes y que generan dependencia. La prueba CD de Pesaran (2004), es una rutina válida cuando N y $T \to \infty$ bajo cualquier orden.

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}\left(\sum_{i=1}^{N-1}\sum_{j=i+1}^{N} \hat{\rho} ij\right)} \sim N(0,1)1 \quad (3)$$

La toma de decisión para determinar si existe o no dependencia transversal, supone que el término de error uit es independiente e idénticamente distribuido (i.i.d.) a lo largo de los periodos y entre las unidades transversales (Pesaran, 2004).

Prueba de raíz unitaria CADF

Las variables que son observadas a través del tiempo requieren una serie de pruebas que aseguren que son estacionarias "en términos ge-

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

nerales, una serie de tiempo es estacionaria si su media y varianza no varían sistemáticamente con el tiempo" (Gujarati y Porter, 2010).

Existe una metodología que permite identificar la raíz unitaria cuando existe dependencia en la sección transversal (Im *et al*., 2003), de esta manera se relaja el supuesto de independencia transversal que las pruebas de primera generación pugnaban ya que "eran bastante restrictivas y poco realistas en las aplicaciones macroeconómicas" (Hurlin y Mignon, 2006, p. 3).

La prueba de estacionariedad (Im *et al*., 2003) consiste en aumentar las regresiones estándar con los promedios de sección transversal, a partir de los rezagos y de las primeras diferencias para cada serie teniendo de esta manera promedios simples aumentados transversalmente, lo que resultaría en un nuevo estadístico denominado CADF. El desarrollo del modelo se encuentra especificado a partir de las regresiones estándar de Dickey-Fuller con el promedio de la sección transversal de los niveles rezagados y de las primeras diferencias.

Se considera un modelo para N secciones transversales observadas en T periodos:

$$Y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i Y_{it-1}) + \varepsilon_{it} \qquad (4)$$

El interés resulta en los valores de probando la hipótesis nula de raíces unitarias para todo i ($\varphi_i = 1$), lo cual puede ser expresado en la siguiente ecuación:

$$\Delta Y_{it} = \alpha_i + \beta_i Y_{it-1} + \varepsilon_{it} \qquad (5)$$

Donde:

$\alpha_i = (1 - \varphi_i)\mu_i$

$\beta i = - (1 - \varphi_i)$

$\Delta Y_{it} = Y_{it} - Y_{i,t-1})$

Cointegración

Los modelos de datos panel tienen la posibilidad de establecer relaciones en el largo plazo lo cual puede ser verificable a través de la prueba de cointegración, tradicionalmente dicho test requería que los parámetros del corto plazo fueran iguales a los de largo plazo, lo que mostraría una falla por poner una restricción de factor común. La prueba propuesta por Westerlund (2007), se encuentra diseñada bajo la hipótesis nula de no cointegración.

El modelo de cointegración desarrollado por Westerlund (2007), puede ser especificado como sigue.

Se considera el siguiente proceso de generación de datos

$$y_{it} = \phi_{1i} + \phi_{2i} t + z_{it}$$
$$x_{it} = x_{it-1} + v_{it} \qquad (6)$$

Donde es un escalar determinístico, el vector es una caminata aleatoria y es el término estocástico. Mientras que t = 1,…,T y i = 1,…,N expresan las series de tiempo y las unidades de sección cruzada respectivamente.

La prueba de cointegración presentada consta de cuatro estadísticos, dos de ellos agrupan la información sobre el error y son denominados estadísticas de panel (Gt y Ga), mientras que los otros muestran las estadísticas (Pa y Pt) de las medias en los grupos, sugiriendo que al menos alguna unidad se encuentra cointegrada (Persyn y Westerlund, 2008).

Estimador de medias agrupadas para paneles dinámicos (Pooled Mean Group)

Tradicionalmente los estimadores para datos panel asumían que los coeficientes y las varianzas de los errores no difirieran entre los grupos, dadas las características de los individuos o unidades económicas, resultaba complejo asumir que en el corto plazo las varianzas del error fueran iguales. Por tal razón, Pesaran *et al*. (1999), proponen una nueva manera de realizar estimaciones para paneles con N y T grandes a través del estimador para medias agrupadas en paneles dinámicos Pooled Mean Group (PMG), el cual condiciona a los coeficientes en el largo plazo a ser idénticos.

De acuerdo con Pesaran *et al*. (1999), en el largo plazo se espera que existan relaciones de equilibrio,

lo que se expresaría mediante variables homogéneas, o similares entre los grupos. Esto, parecería visible al considerar ciertas condiciones que influyen de manera parecida en el panel, tales como restricciones presupuestales o tecnologías comunes.

Un modelo Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL por sus siglas en inglés) es aquel que considera rezagos en las variables o lo que es lo mismo se introducen retardos en las variables de los vectores contemplados (Cho *et al*., 2023).

Estos modelos tienen como finalidad probar la cointegración de las variables. La propuesta de Pesaran *et al*. (2001), se realiza a partir de una prueba de límites con la finalidad de encontrar las relaciones en el largo plazo a través de un mecanismo de corrección de error, que permite identificar la dinámica de ajuste de las variables en el corto y largo plazo. El panel está dado por la ecuación:

$$y_{it} = \sum_{J=i}^{p} \lambda_{ij} y_{i,t-j} + \sum_{J=0}^{q} \delta'_{ij} x_{i,t-j} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

donde:

Yit = Variable dependiente del grupo i.

xit: = Vector de variables explicativas (regresores) para el grupo i.

μi: = Efectos fijos (los coeficientes de las variables dependientes rezagadas).

λij = Escalares.

δij = Vectores de coeficientes kx1.

Bases de datos y fuentes de información

En este trabajo la Productividad Total de los Factores se recupera de la base de datos del Penn World Table versión 10.0 (University of Groningen, 2021), y se obtiene a través del índice de Törnqvist considerando los precios de los factores que se encuentran implícitos en los precios de los bienes (Feenstra *et al*., 2015).

La Productividad Total de los Factores se calcula utilizando tasas de Paridad de Poder Adquisitivo de cada país en relación con Estados Unidos; y se expresa de la siguiente manera:

$$\text{CTFPjk} = \frac{CGDPoj}{CGDPok} / \text{Qt (vj, vk, wj, wk)} \quad (8)$$

donde:

CTFPjk = Es la Productividad Total de Factores a precios corrientes de cada país j en relación con k. Para k se utilizan los precios de referencia de Estados Unidos.

$\frac{CGDPoj}{CGDPok}$ = Es la variación del PIB a precios corrientes.

Qt (vj, vk, wj, wk) = Es el índice de Törnqvist de la dotación de factores de la producción.

El factor trabajo fue obtenido de la base de datos del Banco Mundial (2023c), y se define como aquellos trabajadores que cuentan con un tipo de empleo remunerado, esto implica que tengan algún contrato (escrito u oral) que garantice su salario.

En el factor capital se utilizó el indicador de servicios de capital, el cual se obtuvo de las bases de datos del Penn World Tabble versión 10. 0 (University of Groningen, 2021). El indicador se obtiene de la siguiente manera: a) a través las existencias iniciales con base en el método de inventarios perpetuos; b) mediante el deflactor de la Formación Bruta de Capital Fijo; c) se incluye el rendimiento del capital en la economía considerando la Tasa Interna de Retorno (TIR) (Inklaar y Woltjer, 2019).

Para la medición del cambio tecnológico, se considera el indicador del grado de intensidad de industrialización como una variable proxy que refleje el cambio tecnológico de las economías latinoamericanas (United Nations Industrial Development Organization, 2013). Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

El indicador de grado de intensidad de industrialización (INDint) se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{IND}_{\text{int}} = \frac{MHVAsh + MVash}{2} \quad (9)$$

donde:

MHVash = Es la participación del valor agregado de manufactura de media y alta tecnología en el valor de la manufactura total.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

MVash = Es la participación del valor agregado de manufactura en el PIB total (United Nations Industrial Development Organization, 2022).

Resultados y discusión

En este apartado se presentan los resultados de dependencia transversal, de estacionariedad de las series, de cointegración de largo plazo entre los paneles y del proceso de estimación a través de la metodología PMG de Pesaran *et al*. (1999).

Análisis de dependencia transversal

A través de la prueba CD de Pesaran (2004), se verifica la existencia de la dependencia transversal en las variables estudiadas, los resultados muestran que el valor probabilístico, tanto en la variable dependiente, como en las independientes es 0.000. De acuerdo con la especificación y criterios referidos en el apartado del desarrollo metodológico, la hipótesis nula propone que existe independencia transversal, esta puede ser rechazada lo que permite concluir que existe dependencia transversal. A través de la prueba se obtiene el promedio de los coeficientes de correlación por pares de los residuos de MCO de las regresiones individuales en el panel. Y se puede utilizar para probar la dependencia de la sección transversal de cualquier orden fijo p, así como el caso donde no se asume un orden de las unidades de sección transversal a priori (véase tabla 1).

Tabla 1
Resultados de la prueba de dependencia de la sección cruzada

	lnPTF	***lnck***	***lnLw***	***lnA***
prom ρ	0.09	0.70	0.31	0.28
prom $\|\rho\|$	0.50	0.78	0.44	0.37
CD	5.00	35.94	16.91	14.40
Valor-*p*	0.00	0.00	0.00	0.00

Nota. Elaboración propia con base en las estimaciones realizadas en Stata 17.

Prueba de raíz unitaria CADF

Considerando que existe dependencia transversal en las variables estudiadas es posible utilizar las pruebas de raíz unitaria de segunda generación. Con la metodología de estacionariedad (Im *et al*., 2003), se considera a partir del estadístico CADF los valores críticos consideran que la hipótesis nula de series no estacionarias debe ser rechazada. Se busca que los valores probabilísticos sean inferiores a 0.05, el resumen de la prueba para cada variable y en su primera diferencia puede ser observado en la tabla 2.

Tabla 2
Resultados de las pruebas de raíz unitaria de Pesaran (2003)

lnPTF		***lnck***		***lnLw***		***lnA***	
Zt-bar	**Valor-*p***	**Zt-bar**	**Valor-*p***	**Zt-bar**	**Valor-*p***	**Zt-bar**	**Valor-*p***
2.81	1.00	5.07	1.00	-0.83	0.20	-1.20	0.11
ΔlnPTF		***Δlnck***		***ΔlnLw***		***ΔlnA***	
-9.91	0.00	-3.08	0.00	-13.9	0.00	-13.2	0.00

Nota. Elaboración propia con base en las estimaciones realizadas en Stata 17.

Las variables cumplen su característica de ser estacionarias en su primera diferencia, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de la no estacionariedad de acuerdo con la prueba de Im *et al*. (2003), de segunda generación, concluyendo así, que las variables tienen orden de integración uno, I (1).

Análisis de cointegración

La prueba de Westernlund (2007), se basa en la cointegración del panel, si es que ocurre de esta manera, los valores probabilísticos de algunos de los cuatro criterios se encontrarían por debajo de los niveles de significación. En la prueba realizada para las economías latinoamericanas seleccionadas se demuestra que dos de los criterios Gt y Pt son de 0.04 y 0.00 respectivamente, por lo que es posible afirmar que el panel se encuentra cointegrando (ver tabla 3).

Tabla 3
Resultados de la prueba de cointegración de Westerlund (2007)

Estadístico	Value	Z-value	P-Value
Gt	-3.12	-1.81	0.04
Ga	-10.18	2.48	0.99
Pt	-11.72	-2.66	0.00
Pa	-13.23	-0.53	0.30

Nota. Elaboración propia con base en las estimaciones realizadas en Stata 17.

El estimador Pooled Mean Group (PMG) para el análisis de la PTF

A través del estimador PMG propuesto por Pesaran *et al*. (1999), que considera la máxima verosimilitud de coeficientes de largo plazo es posible realizar una agrupación, dadas las condiciones de homogeneidad en los coeficientes. Como lo especifica el autor, a través de un mecanismo de corrección de error es posible determinar que en el corto plazo los coeficientes de las pendientes y las varianzas del error difieran y en el largo plazo sea posible presentar estimadores homogéneos, teniendo los resultados que se observan en la tabla 4.

Tabla 4
Resultados del modelo Pooled Mean Group de Pesaran (1999)

Pooled Mean Group			
Variables	Coeficientes	Valor Prob.	Error estándar
Largo plazo			
lnK (L1)	0.018	0.009	0.006
lnL (L1)	0.087	0.009	0.033
InA (L1)	0.073	0.013	0.029
Corto plazo			
lnK (D1)	0.135	0.000	0.035

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

lnL (D1)	0.580	0.001	0.180
lnA (D1)	0.074	0.039	0.036
Corrección de Error (∅)	-0.182	0.010	0.070
Intercepto	-0.046	0.000	0.012

Nota. Elaboración propia con base en las estimaciones realizadas en Stata 17.

El modelo estimado ARDL es de orden (1, 1, 1) dado que la metodología propuesta por Pesaran *et al*. (1999), el primer 1 supone que existe un modelo que cuenta con un retraso para el cálculo del largo plazo, el segundo hace referencia a la media móvil, y el tercer uno es considerado como la diferenciación de las variables en el modelo, las cuales permiten presentar coeficientes en el corto plazo.

Con base en la evidencia empírica es posible obtener algunas conclusiones respecto a las variables utilizadas. En la parte superior de la tabla en el modelo de largo plazo se encuentran estimadores significativos —los valores probabilísticos son inferiores a 0.05—. La relación entre las variables es la esperada, es decir, se comprueba la hipótesis de trabajo en esta investigación en la que se establece una relación directa entre la PTF y las variables independientes —según la teoría económica neoclásica—.

En el largo plazo ante un cambio de 1 % en la variable trabajo, la PTF se incrementa en 0.0871 % en las economías latinoamericanas seleccionadas en el periodo 1990-2019. La interpretación de este comportamiento da cuenta que ante una mayor formalidad en los empleos y las firmas que apoyan a los trabajadores con servicios médicos, y diversas prestaciones inciden de manera positiva en la PTF. En este sentido, la informalidad y el autoempleo (que serían los trabajadores que no están incluidos en la variable seleccionada de trabajo), son los sectores con productividad más baja, esto es, entre más informalidad y autoempleo exista en los países latinoamericanos menor será la PTF.

Un segundo elemento que se rescata en el largo plazo es el cambio tecnológico, la evidencia empírica revela que, ante cambios unitarios porcentuales de esta variable, la PTF aumenta en 0.073 %, lo que demuestra la importancia de tener un alto grado de intensidad industrial en América Latina. Esto es congruente con la teoría del crecimiento económico propuesta por Solow (1956), que especifica que, en el largo plazo, el progreso tecnológico será determinante para lograr el crecimiento económico.

Por lo que se refiere al factor capital este tiene una elasticidad pequeña, lo que indica que ante un cambio de 1 % en la variable, la PTF se incrementaría en 0.018 %. Esta variable fue la menos representativa en el largo plazo, mientras que el trabajo es la de mayor importancia para las economías latinoamericanas en el periodo 1990-2019.

En la tabla 4 se tiene evidencia además para el corto plazo, en este caso, los estimadores son significativos con valores probabilísticos inferiores a 0.05 y al igual que en el largo plazo se tienen relaciones positivas del trabajo, el capital y el cambio tecnológico respecto a la PTF.

El factor trabajo, presenta un comportamiento similar en el corto y largo plazo, en el sentido de ser la variable que tiene una mayor incidencia en la PTF; sin embargo, se tiene aquí, una mayor elasticidad. Esto es, ante cambios unitarios en esta variable la PTF aumenta en 0.580 %, dando cuenta de la importancia del trabajo formal en las economías estudiadas en esta investigación.

En este caso —corto plazo— el factor capital su importancia es de segundo orden en la determinación del crecimiento de la PTF, se tiene un coeficiente de 0.135. Esto es, la acumulación de los factores de la producción, en el corto plazo, definen en mayor medida el crecimiento económico en correspondencia con los modelos de crecimiento exógeno.

Respecto al cambio tecnológico, para el corto plazo se tiene que ante cambios unitarios porcentuales en esta variable la PTF aumenta en 0.74 %.

Este coeficiente es semejante al de largo plazo, no obstante, para el corto plazo ocuparía la tercera posición en orden de importancia.

Por último, la evidencia del mecanismo de corrección de error (O) muestra la velocidad con la cual el modelo converge al equilibrio en el largo plazo. Se cumple, además, con las especificaciones del modelo, es decir, es negativo, inferior a la unidad y significativo (Blackburne y Frank, 2007; Pesaran *et al*., 1999). La interpretación de (O) muestra que ante choques o alteraciones de las variables seleccionadas el modelo se corrige en un 0.182, es decir, en un 18 % de forma anual. De esta manera, la velocidad de ajuste del modelo se alcanza en 5.5 años,[3] lo que reflejaría la dinámica de ajuste del corto al largo plazo.

Conclusiones

En este trabajo se revisan los factores que inciden en el crecimiento de la PTF a partir de la función de producción Cobb-Douglas en catorce economías de América Latina —Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, durante el periodo 1990-2019.

La metodología instrumentada es la estimación para datos panel del "Grupo de Medias Agrupadas" (PMG), con la finalidad de capturar el comportamiento de los factores de la producción trabajo y capital, así como el cambio tecnológico sobre la PTF. Se consideran en este proceso las pruebas de dependencia transversal, raíz unitaria y cointegración.

Se realizaron pruebas previas al proceso de estimación del modelo de datos panel, evidenciando que existe dependencia transversal de las variables en las economías seleccionadas, el comportamiento de las series es estacionario con grado de integración I(1) y las variables en el largo plazo se encuentran cointegradas. En el proceso de estimación se aplica la propuesta de Pesaran *et al*. (1999) PMG, que combina los paneles de datos dinámicos y los estimadores de medias grupales.

De lo resultados de la estimación del modelo PMG se encontró evidencia de que en el corto y en el largo plazo las variables trabajo, capital y cambio tecnológico tienen una relación directa con la PTF. En los coeficientes del trabajo se encontró que en el largo plazo ante un cambio del 1 % en esta variable la PTF se incrementaría en un 0.0871 %; mientras que, en el corto plazo el aumento en la PTF sería del orden del 0.580 %.

En el largo plazo las variaciones del factor capital en 1 % originan que la PTF aumente en 0.018 %; en tanto que, en el corto plazo se tiene un mayor aumento, siendo este del 0.135 %. Por lo que se refiere al cambio tecnológico, en el largo plazo un cambio del 1 % da lugar a un incremento de la PTF del 0.073 %; en el corto plazo, los efectos de esta variable sobre la PTF son similares a los que se tienen en el largo plazo (0.074 %).

En el largo y en el corto plazo el orden de importancia de los efectos de las variables explicativas sobre la PTF presenta cambios significativos. El factor trabajo antes que el capital y cambio tecnológico es el que más incide sobre la PTF, mientras que, el capital en el corto plazo ocupa el segundo lugar y en el largo plazo tiene la tercera posición; por lo que respecta al cambio tecnológico en el corto plazo tiene el tercer orden de importancia y en el largo plazo se sitúa en la segunda posición. Esto es, se corrobora el planteamiento de la teoría económica neoclásica de los modelos de crecimiento exógeno propuestos primeramente por Solow (1956), los cuales establecen que, en el largo plazo no será la acumulación de factores físicos la que conduzca al crecimiento económico, sino el avance tecnológico.

Se confirma la hipótesis establecida en este artículo según la cual el capital (K), el trabajo (L), y el cambio tecnológico (A) fueron los determinantes de la PTF en las economías de América Latina durante el periodo 1990-2019.

Dentro de las futuras líneas de investigación se encuentran: a) considerar estudios a nivel subregional en América Latina con la finalidad de identificar condiciones económicas similares entre los países y así, revisar la incidencia de las

3 Para calcular la velocidad en la cual el modelo converge al equilibrio se considera $1/\emptyset$, teniendo como resultado el tiempo en el cual las variables se equilibran en el largo plazo (Asteriou y Hall, 2021).

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

variables independientes de esta investigación en la PTF de estos espacios geográficos; b) realizar el estudio a nivel sectorial, para revisar de manera comparativa la influencia de los factores de la producción y el cambio tecnológico en la PTF de las economías latinoamericanas; y, c) incorporar dentro de las principales directrices de este trabajo las variables ambientales, dada la importancia que ha venido adquiriendo la PTF verde (GTFP, por sus siglas en inglés), como un indicador enfocado a la sostenibilidad ambiental.

Referencias bibliográficas

Aravena, C. y Fuentes, J. A. (2013). El desempeño mediocre de la productividad laboral en América Latina: una interpretación neoclásica. *CEPAL - Serie Macroeconomía Del Desarrollo*, 1-36.

Asteriou, D. y Hall, S. G. (2021). *Applied econometrics* (4th ed.). Macmillan Education Limited.

Ayvar, J. y Guitrón, M. (2013). Análisis Comparativo de los Niveles de Productividad entre los Sectores Manufactureros de México, Estados Unidos y Alemania. CIMEXUS, 1, 13-28. https://bit.ly/4hRUuLt

Banco Mundial. (2023a). Crecimiento del PIB (% anual). https://bit.ly/3Qug1hv

Banco Mundial. (2023b). Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB). https://bit.ly/4kaKkat

Banco Mundial. (2023c). Solicitudes de patentes, residentes. https://bit.ly/3XbQzB5

Banco Mundial. (2023d). Trabajadores asalariados (empleados), total (% del empleo total).

Barro, R. y Sala-i-Martin, X. (2012). Crecimiento económico. Reverté.

Barro, R. (1991). Economic growth in a cross section of countries. *The Quarterly Journal of Economics, 106*(2), 407. https://doi.org/10.2307/2937943

Baumol, W. J. (1986). American Economic Association Productivity Growth, convergence, and welfare: what the long-run data show. *Source: The American Economic Review, 76*(5), 1072-1085. https://bit.ly/3XbQI7B

Blackburne, E. F. y Frank, M. W. (2007). Estimation of nonstationary heterogeneous panels. *The Stata Journal, 7*(2), 197-208. https://doi.org/10.1177/1536867X0700700204

CEPAL. (2016). *Productividad y brechas estructurales en México*. Ciudad de México.

Cho, J. S., Greenwood-Nimmo, M. y Shin, Y. (2023). Recent developments of the autoregressive distributed lag modelling framework. *Journal of Economic Surveys, 37*(1), 7-32. https://doi.org/10.1111/joes.12450

Clark, J. (1899). *The distribution of wealth: a theory of wages, interest and profits*. The Macmillan Company. https://bit.ly/3XeUo8s

Cobb, P. y Douglas, H. (1928). A theory of production. *American Economic Association, 18*, 139-165. https://bit.ly/3QuJ1FT

Dańska-Borsiak, B. y Laskowska, I. (2012). The determinants of total factor productivity in Polish Subregions. Panel data analysis. *Comparative Economic Research, 15*(4), 17-29. https://doi.org/10.2478/v10103-012-0023-9

Edquist, H. (2024). How important is mobile broadband latency for total factor productivity growth? *Journal of Telecommunications and the Digital Economy, 12*(1), 305-327. https://bit.ly/4bgTez7

Feenstra, R. C., Inklaar, R. y Timmer, M. P. (2015). The next generation of the Penn World Table. *American Economic Review, 105*(10), 3150-3182. https://doi.org/10.1257/aer.20130954

Feng, C., Zhong, S. y Wang, M. (2024). How can green finance promote the transformation of China's economic growth momentum? A perspective from internal structures of green total-factor productivity. *Research in International Business and Finance, 70*, 102356. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102356

Gujarati, D. y Porter, D. (2010). Econometría (5ta ed.). McGraw-Hill.

Gutiérrez, A. (2020). Determinantes de la productividad total de factores en América del Sur. *Investigación & Desarrollo, 19*(2), 5-26. https://doi.org/10.23881/idupbo.019.2-1e

Hofman, A., Mas, M., Aravena, C. y Fernández, J. (2017). Crecimiento económico y productividad en Latinoamérica el Proyecto: LA-KLEMS. *El Trimestre Económico, LXXXIV*(2), 259-306. https://doi.org/10.20430/ete.v84i334.302

Howitt, P. (2004). Endogenous growth, productivity and economic policy: A progress report. *International Productivity Monitor, 8*, 3-15.

Hurlin, C. y Mignon, V. (2006). Second generation panel unit root tests second generation panel unit root tests corresponding author. https://bit.ly/4ia4yzk

Jiakui, C., Abbas, J., Najam, H., Liu, J. y Abbas, J. (2023). Green technological innovation, green finance, and financial development and their role in green total factor productivity: Empirical insights from China. *Journal of Cleaner Production, 382*, 135131. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135131

Lee, V. y Viale, A. M. (2023). Total factor productivity in East Asia under ambiguity. *Economic Modelling,*

121, 106232. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106232

Liu, H., Zhang, J., Huang, H., Wu, H. y Hao, Y. (2023). Environmental good exports and green total factor productivity: Lessons from China. *Sustainable Development, 31*(3), 1681-1703. https://doi.org/10.1002/sd.2476

Liu, Y., Ma, C. y Huang, Z. (2023). Can the digital economy improve green total factor productivity? An empirical study based on Chinese urban data. *Mathematical Biosciences and Engineering, 20*(4), 6866-6893. https://doi.org/10.3934/mbe.2023296

Im, K. S., Pesaran, M. H. y Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics, 115*(1), 53-74. https://doi.org/10.1016/S0304-4076(03)00092-7

Inklaar, R. y Woltjer, P. (2019). What is new in PWT 9.1? University of Groningen. https://bit.ly/3QxOJGN

Jiménez, F. (2011). *Crecimiento económico enfoques y modelos*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Kim, J. y Park, J. (2017). The role of total factor productivity growth in middle income countries. In *Emerging Markets Finance and Trade* (Vol. 527). Metro Manila. https://doi.org/10.22617/WPS179136-2

Koopmans, T. (1965). On the concept of optimal growth, econometric approach to development planning. En J. Johansen (ed.), *The Econometric Approach to Development Planning* (pp. 225-300). North Holland.

Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics, 22*, 3-42. https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7

Mankiw, N. G., Romer, D. y Weil, D. N. (1993). A contribution to the empirics of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics, 107*(2), 407-437. https://doi.org/10.2307/2118477

Maudos, J., Pastor, J. y Serrano, L. (1999). Total factor productivity measurement and human capital in OECD countries. *Economics Letters, 63*, 39-44. https://doi.org/10.1016/S0165-1765(98)00252-3

Méndez, J., Mildred, J. y Hernández, H. (2013). Productividad total de los factores, cambio técnico, eficiencia técnica y PIB potencial en Latinoamérica. *Semestre Económico, 16*(34), 65-92. https://doi.org/10.22395/seec.v16n34a3

Nguyen, H. Q. (2021). Total factor productivity growth of vietnamese enterprises by sector and region: Evidence from panel data analysis. *Economies, 9*(3), 109. https://doi.org/10.3390/economies9030109

Pan, J., Cifuentes-Faura, J., Zhao, X. y Liu, X. (2024). Unlocking the impact of digital technology progress and entry dynamics on firm's total factor productivity in Chinese industries. *Global Finance Journal, 60*, 100957. https://doi.org/10.1016/j.gfj.2024.100957

Perrotini, I., Vázquez-Muñoz, J. A. y Angoa, M. I. (2019). Capital accumulation, economic growth and the balance-of-payments constraint: The case of Mexico, 1951-2014. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 28*(1), 38-63. https://doi.org/10.20983/noesis.2019.1.3

Persyn, D. y Westerlund, J. (2008). Error-Correction–Based Cointegration Tests for Panel Data. *The Stata Journal: Promoting Communications on Statistics and Stata, 8*(2), 232-241. https://doi.org/10.1177/1536867X0800800205

Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.572504

Pesaran, M. H., Shin, Y. y Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics, 16*(3), 289-326. https://doi.org/10.1002/jae.616

Pesaran, M. H., Shin, Y. y Smith, R. P. (1999). Pooled Mean Group Estimation of Dynamic Heterogeneous Panels. *Journal of the American Statistical Association, 94*(446), 621-634. https://doi.org/10.1080/01621459.1999.10474156

Ramírez, N. y Aquino, J. (2005). *Crisis de inflación y productividad total de factores en Latinoamérica*. Banco Central de Reserva del Perú. https://bit.ly/4kaKej8

Ramsey, F. P. (1928). A mathematical theory of saving. *The Economic Journal, 38*(152), 543. https://doi.org/10.2307/2224098

Rebelo, S. (1991). Long-run policy analysis and long-run growth. *Source: The Journal of Political Economy, 99*(3), 500-521. https://doi.org/10.1086/261764

Rehman, F. U. e Islam, M. M. (2023). Financial infrastructure—total factor productivity (TFP) nexus within the purview of FDI outflow, trade openness, innovation, human capital and institutional quality: Evidence from BRICS economies. *Applied Economics, 55*(7), 783-801. https://doi.org/10.1080/00036846.2022.2094333

Romer, P. M. (1986). Increasing returns and long-run growth. *The Journal of Political Economy, 94*(5), 1002-1037. https://doi.org/10.1086/261420

Ros, J. (2008). La productividad y el desarrollo en América Latina dos interpretaciones.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Economía UNAM, 8(23), 37-52. https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2011.23.149

Solow, R. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics, 70*(1), 65-94.

The Conference Board. (2023). Total Economy Database. https://bit.ly/3Qx68iV

United Nations Industrial Development Organization. (2013). *The Industrial Competitiveness of Nations Looking back, forging ahead*. Vienna.

United Nations Industrial Development Organization. (2022). CIP - Competitive Industrial Performance Index. https://bit.ly/3QvmKaO

University of Groningen. (2021). Penn World Table version 10.0. https://doi.org/DOI: 10.15141/S5Q94M

Villalobos, A., Molero, L. y Castellano, G. (2021, January 1). Analysis of the total factor productivity in South America 1950-2014. *Lecturas de Economía*, pp. 127-163. Universidad de Antioquia. https://doi.org/10.17533/UDEA.LE.N94A341253

Weil, D. (2006). *Crecimiento económico*. Pearson Educación.

Wen, J. y Deng, Z. (2024). Internet development, resource allocation and total factor productivity: Empirical evidence from China's listed manufacturing enterprises. *Applied Economics, 56*(21), 2497–2508. https://doi.org/10.1080/00036846.2023.2188167

Westerlund, J. (2007). Testing for error correction in Panel Data. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 69*(6), 709-748. https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.2007.00477.x

Wicksell, K. (2001). A new theory of crises. *Structural Change and Economic Dynamics, 12(3)*, 335-342. https://doi.org/10.1016/S0954-349X(01)00024-8

Wicksteed, P. H. (1894). *An Essay on the Co-ordination of the Laws of Distribution* (1932nd ed.). McMaster University Archive for the History of Economic Thought. https://bit.ly/41dxNKH

Yalçınkaya, Ö., Hüseyni, İ. y Çelik, A. K. (2017). The impact of total factor productivity on economic growth for developed and emerging countries: A Second-generation Panel Data Analysis. *Margin: The Journal of Applied Economic Research, 11*(4), 404-417. https://doi.org/10.1177/0973801017722266

Yue, H., Zhou, Z. y Liu, H. (2024). How does green finance influence industrial green total factor productivity? Empirical research from China. *Energy Reports, 11*, 914–924. https://doi.org/10.1016/j.egyr.2023.12.056

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 131-148
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.08

Desarrollo fiscal progresivo en el sistema tributario: un análisis comparativo de la UE y los países de Asia Central

Progressive tax development in the taxation system: a comparative analysis of the EU and Central Asian countries

Azamat Baimagambetov
Doctoranda e investigadora del Departmento de Finanzas, Rendición de cuentas y gobernanza de la Universidad Abay Myrzakhmetov Kokshetau, Kokshetau, República de Kazajstán
aabaimagambetov@ku.edu.kz
https://orcid.org/0000-0002-2074-2509

Serik Omirbayev
Profesor e investigador de la Universidad de Tecnología de Astana, Astana, República de Kazajstán
serik.omirbayev@astanait.edu.kz.
https://orcid.org/0000-0001-7643-3513

Recibido: 15/11/24 **Revisado:** 17/12/24 **Aprobado:** 17/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: el estudio pretende comparar la experiencia de la aplicación de un sistema fiscal progresivo en los países de la UE con el sistema fiscal de Asia Central para establecer las perspectivas de las reformas en este ámbito. Se han utilizado las siguientes metodologías: métodos de generalización para analizar materiales teóricos, métodos de tratamiento de resultados estadísticos, estimación del coeficiente de Gini y evaluación de la progresividad y la capacidad redistributiva de los indicadores de rentabilidad mediante métodos de modelización económica y matemática. Se evaluaron los indicadores de rentabilidad de países como Kazajstán, Uzbekistán, la República Kirguisa, Tayikistán y Turkmenistán. El estudio determinó que, según los datos sobre progresividad y capacidad redistributiva, debido a las peculiaridades de la aplicación de la política fiscal, Kazajstán, la República Kirguisa y Tayikistán tienen una progresividad y una capacidad redistributiva pronunciadas. Turkmenistán y Uzbekistán no disponen de tales indicadores. También es muy característico el índice (coeficiente) de Gini, que indica un alto grado de desigualdad de ingresos en estos países. Por el contrario, el coeficiente de Gini de los principales países de la Unión Europea es más elevado: Alemania, Bélgica, Dinamarca, España y Francia se caracterizan por un alto grado de equidad en la estructura fiscal y en el ámbito social. Así pues, resulta necesario reformar el sistema fiscal para alcanzar los objetivos del desarrollo sostenible en los países de Asia Central.

Palabras clave: fiscalización, sistema, progresividad, capacidad redistributiva, reformas, coeficiente de Gini.

Abstract: the study aims to compare the experience of implementing a progressive taxation system in the EU countries with the taxation system in Central Asia to establish the prospects for reforms in this area. The following methodological methods were used: methods of generalisation to analyse theoretical materials, methods of processing statistical results, estimation of the Gini coefficient, and assessment of the progressiveness and redistributive capacity of profitability indicators using economic and mathematical modelling methods were also used. The income tax indicators of such countries as Kazakhstan, Uzbekistan, the Kyrgyz Republic, Tajikistan and Turkmenistan were assessed. The study determined that according to the data on progressiveness and redistributive capacity due to the peculiarities of tax policy implementation, Kazakhstan, the Kyrgyz Republic and Tajikistan have a pronounced progressiveness and redistributive capacity. Turkmenistan and Uzbekistan do not have such indicators. The Gini Index (coefficient), which indicates a high degree of income inequality in these countries, is also very characteristic. On the contrary, the Gini coefficient of the leading European Union countries is higher: Belgium, Denmark, France, Germany, Spain, and Germany are characterised by a high degree of fairness in the tax structure and social sphere. Thus, the need to reform the taxation system to achieve the goals of sustainable development in Central Asian countries is an urgent problem that should be addressed and accounted for at the state level.

Keywords: taxation, system, progressivity, redistributive capacity, reforms, Gini coefficient.

Cómo citar: Baimagambetov, A. y Omirbayev, S. (2025). Desarrollo fiscal progresivo en el sistema tributario: un análisiscomparativo de la UE y los países de Asia Central. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 131-148. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.08

Introducción

El impuesto progresivo y el sistema tributario subyacente se han caracterizado por implementar el principio de que los ciudadanos de bajos ingresos paguen impuestos a tasas más bajas, y los que tienen ingresos altos paguen tasas más altas. El objetivo principal de un sistema de este tipo es crear una actitud justa en la sociedad en función de los ingresos de la población y redistribuir la carga fiscal, así como garantizar que el presupuesto del Estado reciba fondos que luego se utilizan para cubrir los programas sociales. Por lo tanto, los investigadores abordan la posibilidad de pasar a este sistema a los países en desarrollo o a los que tratan de alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible. Las reformas fiscales progresivas pueden permitir a los países en desarrollo redistribuir los ingresos y la financiación presupuestaria, reduciendo al mismo tiempo la estructura de desigualdad entre la población, proporcionando ingresos al sector social y movilizando la financiación para los sectores de crisis de la economía. Este sistema permitirá acumular fondos en favor de los hogares de menores ingresos. Estas reformas y el alcance de su impacto en el crecimiento de los indicadores que reflejan la dinámica del desarrollo económico en la Unión Europea dependen directamente de la estructura tributaria de cada país y del nivel de aplicación de las reformas. Cada país tiene diferentes regulaciones internas, tasas impositivas y programas sociales (Pereguda *et al*., 2025). Las reformas mencionadas pueden convertirse en un instrumento eficaz para reducir la pobreza en los países en desarrollo. Sin embargo, el éxito de su aplicación depende sin duda de muchos aspectos, incluidas las circunstancias específicas de cada país, las características específicas del desarrollo, el nivel de regulación y gestión de la política fiscal y tributaria, la calidad de la gobernanza y la estructura de la gestión.

El estudio se basa en una comparación de la relación entre la política fiscal y la desigualdad de ingresos en la Unión Europea (UE) y los países de Asia Central, y se compararon los datos de los países que son miembros de la Unión Europea y tienen bastante éxito en cuanto al nivel de desarrollo: Francia, Alemania, España, Dinamarca y Bélgica. El estudio examina los efectos de los cambios en los tipos impositivos (impuesto sobre la renta o impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF), cotizaciones a la seguridad social y la dinámica del PIB (Atkinson *et al*., 2011). El estudio también señaló que hay un límite de tasa impositiva marginal, que es el porcentaje de impuestos pagados por cada dólar adicional de ingresos. En los mercados emergentes, los gobiernos suelen utilizar las altas tasas impositivas sobre los productos marginales como mecanismo de generación de ingresos. Sin embargo, esto podría tener un efecto negativo en el desarrollo económico nacional, que es la reducción de las perspectivas de desarrollo sostenible. El aumento de los tipos impositivos, o más bien de sus límites superiores, puede desalentar la inversión y el espíritu empresarial, disminuyendo así el lado de los ingresos del presupuesto, que a su vez se utiliza para cubrir la esfera social (Oleksy-Gebczyk y Bilianskyi, 2024; Oleksy-Gebczyk, 2024).

Los países de la región de Asia Central son Kazajstán, Uzbekistán, la República Kirguisa, Turkmenistán y Tayikistán. El país más prometedor en términos de desarrollo es Kazajstán, con su orientación hacia las materias primas y su ritmo de desarrollo. La política fiscal es dinámica, el sistema tributario actualmente es plano y la tasa actual del impuesto a la renta personal está fijada en el 10 %, que no está sujeto a cambios, independientemente de los ingresos. La tasa de impuestos progresivos es diferente, pues aumenta en proporción a los ingresos (Petersone y Ketners, 2017). El análisis de estos sistemas por separado en Kazajistán implica que la única ventaja de la tasa impositiva única actual es su simplicidad de cálculo, que es muy conveniente para los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Sin embargo, las tasas impositivas progresivas no pueden tener esta ventaja. Los principales problemas de la región son la falta de acceso directo al mar, lo que complica la logística y el transporte de los recursos; dependencia del cambio climático; una elevada dependencia de los recursos y un bajo nivel de desarrollo económico y financiero; la legislación imperfecta en el ámbito de las finanzas y los ingresos, y el sistema fiscal.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Kadyrberdieva (2019) y Mayrambekov (2021) analizaron los estudios de los sistemas fiscales de los países de Asia Central (AC) y señalaron las características de la tributación regional, abordando las características de cada país, así como las peculiaridades de la seguridad financiera. Abdugafarov y Achilov (2023) abordaron las reformas en Uzbekistán, e indicaron que el país se caracteriza por un alto nivel de compromiso con la reforma tributaria. Li *et al*. (2023) dedicaron mucha atención a la evaluación de la representatividad del sistema tributario, y compararon la experiencia internacional y los efectos de los factores externos en la región. Mukhamedyarova y Mozgovoy (2019), y Khamitov *et al*. (2022) también estudiaron el impacto del componente de corrupción en la reforma del sistema tributario.

Sin embargo, aunque este tema ha sido ampliamente abordado, no se ha estudiado a fondo la posibilidad de introducir un sistema fiscal progresivo. Tampoco se revela la posibilidad de utilizar la experiencia de los países europeos de la región de Asia Central. Por lo tanto, en este estudio se consideran los siguientes objetivos:

- Analizar en detalle las características del sistema tributario en la región de Asia Central, teniendo en cuenta los objetivos del desarrollo sostenible.
- Examinar las ventajas y desventajas de los sistemas fiscales progresivos y fijos.
- Comparar los sistemas fiscales de la Unión Europea (características) y los países de Asia Central.
- Identificar los principales problemas de transición a un sistema tributario progresivo.

Los resultados obtenidos permitirán evaluar la viabilidad de introducir un sistema fiscal progresivo en la región de Asia Central, teniendo en cuenta la experiencia de los países europeos.

Materiales y métodos

Para llevar a cabo las investigaciones y resumir datos sobre los sistemas fiscales, se realizaron los siguientes estudios analíticos utilizando los siguientes métodos: síntesis teórica de materiales, métodos de resumen de datos estadísticos sobre los pagos de impuestos y la dinámica del PIB, la Unión Europea y la región de Asia Central (Quiros-Romero *et al*., 2021; Oriente Medio y Asia Central, 2022). También se utilizó el Manual de Metodología de la Plataforma sobre Pobreza y Desigualdad (2024). Para ello, se utilizó la metodología utilizada por el Banco Mundial para calcular las tasas de pobreza mundiales y regionales (Aron *et al*., 2023). El propio índice de Gini tiene varias desventajas, que pueden nivelarse calculando el índice de progresividad. Del mismo modo, el índice de progresividad propuesto por Kakwani (1977) se define como la diferencia entre el coeficiente de Gini, que también incluye la suma de todos los impuestos y tasas antes de que se paguen. Por lo tanto, un aumento en la participación de los impuestos en el volumen de ingresos y un aumento en la participación de la población con ingresos altos incrementarán la progresividad del impuesto sobre la renta. La contribución científica relevante del trabajo de Kakwani (1977) es el desglose del efecto redistributivo global de la tributación en su progresividad y la "magnitud" de los factores definidos como (1):

$$x = \frac{\sum l_n}{\sum l_m}, \quad (1)$$

donde: $\sum L_n$ - total de pasivos fiscales; $\sum L_m$ - ingresos totales antes de impuestos.

Este desglose supone que la progresividad es una condición necesaria pero no suficiente para una redistribución eficaz. Así, el importe total de los ingresos generados por el impuesto sobre la renta es 0,001 % del PIB, que puede ser muy progresivo. Si la tasa se concentra en los grupos de altos ingresos, pero como el monto del impuesto sobre la renta es pequeño, siempre alcanzará una cantidad insignificante de redistribución del ingreso (Reynolds y Smolensky, 1977; Kakwani, 1977). Al evaluar la progresividad, este estudio calcula el grado de progresividad y capacidad redistributiva del impuesto sobre la renta de las personas físicas en los países de Asia Central, ajustado a los parámetros de distribución antes de impuestos. Este enfoque se basa en

"transferir" los regímenes fiscales comparados a una base común con los mismos parámetros de distribución antes de impuestos, siguiendo el enfoque propuesto por Dardanoni y Lambert (2002) y aplicado por Vellutini y Benitez (2021). Estos cálculos utilizan un modelo de microdatos basado en el coeficiente Gini de ingresos antes de impuestos (Jarvis *et al*., 2021).

Además, el déficit en los ingresos tributarios se calculó utilizando análisis estocásticos con eficiencia variable en el tiempo. Se basa en la investigación de Committeri y Pessino (2013) y abarca el período comprendido entre 2000 y 2019, utilizando datos de panel de países de Asia Central (Verdier *et al*., 2022). El modelo se expresa como (2):

$$y_{it} = a + \beta' X_{it} + v_{it} - u_{it}, \quad (2)$$

donde: yit=ln (importe de los ingresos percibidos por impuestos) para el i-ésimo país en el período objeto del estudio t; Xit=ln (nivel de PIB real recibido por persona), ln (nivel de PIB real por persona), la tasa de inflación en el país, el impacto del desarrollo agrícola, el nivel de apertura al comercio exterior, la dinámica de las entradas de inversión extranjera directa (IED), la dependencia de la extracción de recursos, el nivel de control de la corrupción, para el i-ésimo país en el período objeto de estudio t; - índice del vector de parámetros aleatorios de influencia de factores externos independientes; vit - error estadístico que se introduce en el modelo, ya que se supone que forma parte de la distribución normal de los parámetros; Xit - los límites de los componentes deterministas y estocásticos (v), donde el potencial fiscal se toma como un óptimo; uit>0 - refleja la variable que para el i-ésimo país en el periodo estudiado t, debido a factores específicos, no contabilizados, impidieron alcanzar el óptimo tributario y crearon condiciones de ineficiencia. En este caso, uit refleja una distribución normal truncada; vi e iu son variables estadísticas e independientes que tienen en cuenta el impacto sobre el importe de los ingresos fiscales.

Eficiencia fiscal (TEit): definida como la relación entre los ingresos fiscales reales y el correspondiente valor aleatorio marginal de los ingresos fiscales (3):

$$TE_{it} = \frac{\exp(\alpha+\beta' X_{it}+v_{it}-u_{it})}{\exp(\alpha+\beta' X_{it}+v_{it})} = \exp(-u_{it}). \quad (3)$$

Ln (ingresos fiscales): representa el importe total de los ingresos fiscales establecidos de conformidad con las leyes del país. Sin embargo, si un país es exportador de hidrocarburos, no se tiene en cuenta el número de hidrocarburos, solo se abordan los que contribuyen al PIB. La utilización de esos métodos de evaluación determina hasta qué punto se pueden aplicar reformas tributarias para reequilibrar con mayor precisión la equidad y la utilización de sistemas tributarios progresivos en los países en desarrollo.

Resultados y discusión

La política tributaria es una de las herramientas más relevantes para regular las acciones planificadas por el Estado para mantener el control sobre los ingresos tanto empresariales como presupuestarios. Se basa en acciones económicas, legales y de control en el sistema tributario. De acuerdo con la práctica global (por ejemplo, los países de la UE), el sector real de la economía -industria, servicios, sector privado, agricultura y producción de materias primas- es el más afectado por los cambios estructurales en un entorno que cambia dinámicamente.

El moderno sistema tributario estatal enfrenta el desafío de no solo llenar el presupuesto sino crear una reserva de fondos y mantener un sistema justo de tributación de la población dependiendo de su nivel de ingresos. La regulación del sistema tributario de cada país queda a discreción del gobierno, pero en la práctica, consiste en un conjunto de leyes y regulaciones que requieren revisión constante dependiendo de los cambios en las condiciones económicas y las tendencias globales (Gootjes y de Haan, 2022; Panayi, 2021). Así, con el advenimiento de las tecnologías digitales, se necesitan nuevas leyes y reformas de los sistemas tributarios (Mason y Parada, 2020).

Este ha sido un problema importante en las últimas dos décadas para los países de Asia Central, que incluyen Kazajistán, la República Kirguisa, Tayikistán, Turkmenistán y Uzbekistán. Los ingre-

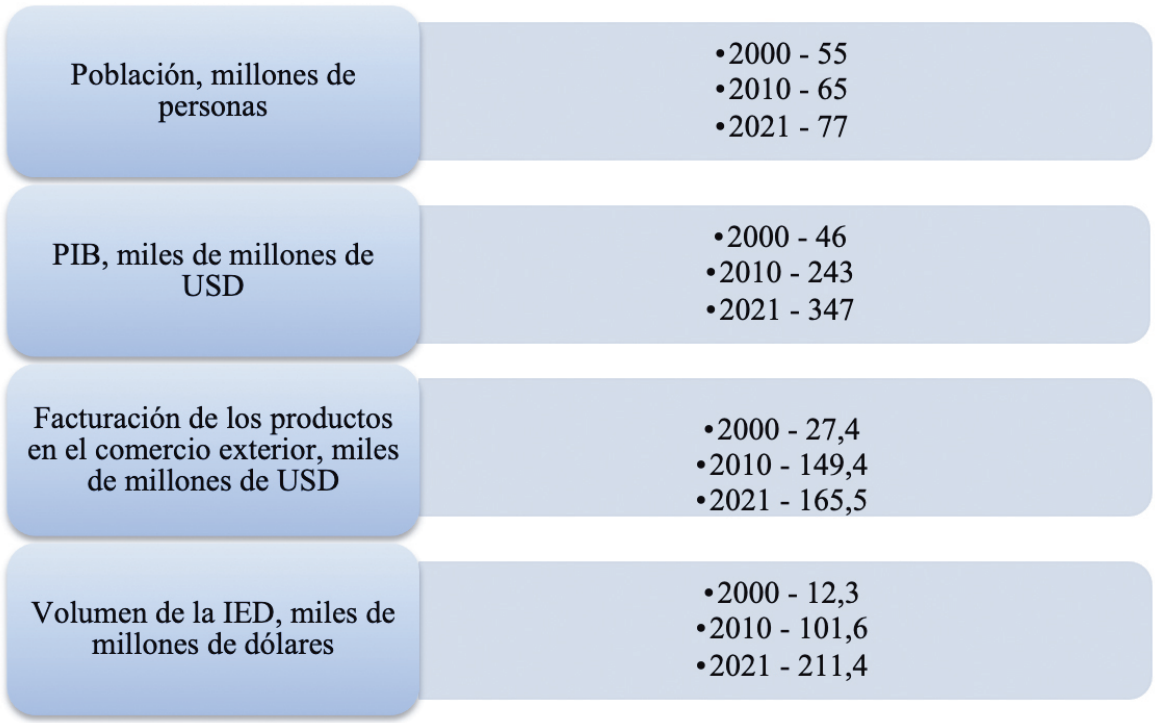
© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

sos presupuestarios procedentes de los impuestos en estos países no alcanzaron el nivel de los europeos, a pesar del deseo de reformas y de la introducción de nuevas tecnologías digitales en el ámbito de la fiscalidad (Abdugafarov y Achilov, 2023). También es necesario realizar esfuerzos para aplicar un sistema tributario progresivo e implementarlo. Esto ayudará a reducir las consecuencias económicas negativas del impacto de la pandemia de COVID-19 y de las crisis financieras mundiales, también en el sector de la energía. Aunque los países de Asia Central difieren en sus preferencias y especificidades de desarrollo en algunas esferas del sistema tributario, tienen problemas estratégicos de desarrollo bastante similares. Están unidos por la estructura de sus sistemas tributarios en lo que respecta al deseo de reducir la brecha entre la pobreza y la desigualdad y de construir un sistema más justo de recaudación de impuestos. Por ejemplo, en Kazajstán, la tributación está regulada por la Constitución vigente, que consta del Código Fiscal y varias normas. Al mismo tiempo, todos los pagos son controlados por el Ministerio de Finanzas de la República de Kazajistán (Kadyrberdieva, 2019).

Esta región se distingue por sus perspectivas en el escenario económico mundial. En los últimos 20 años, el PIB agregado de los países de Asia Central se ha multiplicado por más de siete y en términos monetarios se cuadruplicó. La rotación de bienes en el comercio exterior se ha multiplicado por seis y la población ha aumentado, lo que puede utilizarse para predecir la migración laboral en el futuro. La IED ha aumentado, lo que confirma el atractivo de la región (Oriente Medio y Asia Central, 2022) (gráfico 1).

Figura 1

Cambios estructurales en los países de Asia Central



Nota. Compilado por los autores basado en Oriente Medio y Asia Central (2022).

El mantenimiento del crecimiento sostenible y la reducción de la pobreza y la desigualdad son importantes para los países de Asia Central. Cada vez más, los estudios muestran que la creación de las condiciones para el crecimiento sostenible y la inclusión requiere inversión en servicios sociales e infraestructura. Invertir en el desarrollo social y de la infraestructura y promover la inclusión son dos objetivos complementarios del desarrollo sostenible. Al mismo tiempo, se necesita una base económica para apoyar el crecimiento y la estabilidad política (de Mooij *et al*., 2020).

Según la investigación del Fondo Monetario Internacional (FMI), el ingreso promedio por persona en los países de Asia Central ha disminuido significativamente en los últimos diez años (2008-2018), mientras que la tendencia de alto desempleo entre los jóvenes ha continuado. La disponibilidad de servicios públicos de calidad y asequibles sigue siendo limitada, lo que perjudica el logro de los objetivos de desarrollo sostenible. La posibilidad de obtener información fiable sobre el nivel de ingresos de la población es limitada, pero el análisis de un pequeño grupo de países de AC sugiere mayor información sobre los ingresos de los ciudadanos, lo que nos permite evaluar el grado de desigualdad e injusticia del sistema tributario entre los países de la región y dentro de cada país country (Poverty and Inequality..., 2024).

Según datos de investigación para el período de 1990 a 2016, la participación promedio de los ingresos entre los contribuyentes más ricos en los países de Asia Central fue de alrededor del 64 %. En el mismo período en los Estados Unidos, por ejemplo, esta cifra fue del 47 % (Gootjes y de Haan, 2022). El apoyo del Gobierno en el sistema tributario puede reducir significativamente la desigualdad de ingresos y ofrecer oportunidades para un mayor desarrollo. Según los expertos, se prevé que el gasto adicional necesario para alcanzar los cinco Objetivos de Desarrollo Sostenible fundamentales será de un promedio del 5,3 % del PIB anual en estos países para 2030 (Mathai *et al*., 2020). En el caso de la Unión Europea, se prevé un aumento mucho mayor de dichos costes (Mason y Parada, 2020).

Siguiendo las condiciones nacionales en Kazajistán, la introducción de un impuesto progresivo por encima del 10 % será una carga para los empleadores, lo que requerirá de métodos de optimización que a veces no son completamente legales. Además, aumentará la carga general sobre los fondos salariales, que ya están sobrecargados por el pago de impuestos sociales, las cotizaciones obligatorias a la seguridad social, a la asistencia sanitaria y a las cotizaciones obligatorias de facto a las pensiones. Como resultado, los costos de los empleadores para contratar especialistas altamente calificados aumentarán. Hasta 2007 se aplicaron normas progresivas en Kazajstán, más tarde fueron canceladas, pero el gobierno está considerando proyectos para introducir un sistema progresista en el 2025, en caso de una situación económica favorable.

La introducción de tipos impositivos progresivos depende directamente de un ingreso universal, ya que permite a las personas utilizar algunos de sus gastos para reducir los impuestos, por ejemplo, el pago de intereses hipotecarios y el valor de los bienes raíces secundarios, el nivel de corrupción en el país y el ritmo de las reformas económicas. Los principales destinos de exportación kazajos son la UE (que representa casi la mitad de sus exportaciones) y China (que representa aproximadamente el 14 % de las exportaciones). Kazajstán importa de la UE (17 %) y China (17 %). Las exportaciones disminuyeron en 2020 debido a la posibilidad de nuevos contratos con los países de la UE, mientras que el comercio de exportación con China aumentó significativamente (Panayi, 2021).

Uzbekistán es la segunda economía más grande de la región, aunque significativamente más pequeña que Kazajistán, con un PIB per cápita de poco más de USD 1800 (33 millones de habitantes). En los últimos tres años (2017-2019), Uzbekistán ha estado esforzándose por reformar la economía nacional en todas las áreas para alcanzar objetivos de desarrollo sostenible, que evitaron pérdidas y zonas de estancamiento y mostraron una tasa de crecimiento del 5 %. Esas reformas mejoran el atractivo nacional para los inversores extranjeros, aunque el propio Estado sigue siendo el principal inversor. Uzbekistán exporta a esos países: como Turquía, Kazajistán, China, República Kirguisa.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Los productos se importan de países como China, Alemania, Estados Unidos, Corea, Kazajstán, Alemania y Turquía (Oriente Medio y Asia Central, 2022). El presupuesto estatal de Uzbekistán ha estado registrando un déficit en los últimos años, y el déficit se financia mediante el aumento de la deuda estatal, que ha alcanzado el 160 % de los ingresos presupuestarios. La mayor parte de la deuda pública uzbeka es deuda externa, y el 40 % son préstamos de bancos internacionales de desarrollo. Desde 2019, Uzbekistán también ha sido titular de eurobonos, y la emisión ha continuado desde 2020. El impacto de los factores sociales y climáticos también está aumentando (Mathai *et al*., 2020; Tabakh *et al*., 2021; Duenwald *et al*., 2022).

Kirguistán —con una baja tasa de desarrollo económico de los países de la región: El PIB per cápita es de solo 13 100 dólares (la población del país es de 6,3 millones). La minería de oro es la base del estado económico del país. El cambio en la tasa de extracción de este metal afecta directamente al cambio en la tasa de crecimiento y la dinámica de la actividad de inversión (Sayakbaev y Baktybekov, 2020). Según los resultados de los datos estadísticos para el período 2017-2019, la tasa de inflación se mantuvo en el límite inferior del indicador previsto. Sin embargo, en el contexto de la pandemia de COVID-19 y los consiguientes fenómenos de crisis en la economía, aumentó hasta el límite superior del intervalo previsto en 2020. Al mismo tiempo, la tasa de descuento ha sido del 4-5 % desde 2017 (Tabakh *et al*., 2021).

El presupuesto estatal de Kirguistán ha sido deficitario en los últimos diez años, y siguió siendo deficitaria incluso en el año de la pandemia de 2020, con un aumento del 2,7 % del PIB del país. Ello se debió a un aumento de la proporción de la deuda externa y a la asistencia de las instituciones financieras y de desarrollo internacionales. En 2020, el déficit aumentó, alcanzando el 2,7 % del PIB (Sayakbaev y Baktybekov, 2020). Kirguistán es un país que importa bienes y recursos. El nivel de bienes y recursos importados es casi tres veces mayor que el número de exportaciones. La mayoría es ayuda externa del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial (Tabakh *et al*., 2021). Los años de la pandemia de COVID-19 han tenido un impacto extremadamente negativo en los resultados económicos de Kirguistán. En 2020, el PIB cayó un 11,5 %, mientras que la actividad de inversión cayó un 14,7 % en el mismo período. Se espera que, a finales de 2020, esta cifra disminuya aproximadamente en un 9 %. La inflación subió al 10 %, la moneda nacional se depreció significativamente y el capital extranjero huyó del país. Kirguistán ha recibido una gran cantidad de inversiones extranjeras para destinarlas a las necesidades relacionadas con la lucha contra la epidemia. El apoyo presupuestario se mantiene en el 9,4 % del PIB. A pesar del aumento de las tasas de interés de referencia, el Banco Nacional tomó medidas para apoyar la liquidez.

Tayikistán es uno de los cinco países con un bajo nivel de desarrollo económico en la región de Asia Central. Su principal potencial es su población y la posibilidad de migración laboral. Se estima que el PIB per cápita no supera los 800 dólares de los EE.UU. Se calcula que la población es de unos 9,1 millones de habitantes. Al mismo tiempo, su tasa de crecimiento económico es bastante alta, y el país es bastante prometedor. Algunos sectores importantes de la economía son el sector agrícola, la minería y el suministro de madera. La producción de algodón y la metalurgia son actividades tradicionales en esta región. En los últimos años, las inversiones se han dirigido a proyectos relacionados con el desarrollo del complejo energético. Existe un estancamiento de los préstamos, que evolucionó ligeramente hacia el crecimiento en 2020 debido a las medidas de apoyo al crédito, y la proporción de préstamos problemáticos está aumentando (Verdier *et al*., 2022). En 2017, el Banco Nacional de Tayikistán anunció la implementación de una política de metas de inflación, pero el sistema de tipo de cambio no se puede llamar totalmente flotante. Las metas de inflación para 2018-2020 fluctuaron en un intervalo del 7 al 9 % y, a partir de 2021, disminuyeron al nivel del 6 al 8 %. En 2020, hubo un aumento de la inflación a un nivel del 9,4 %. A partir de la primavera de 2020, el Banco Central de Tayikistán aplicó una política de reducción de los tipos de interés de refinanciación y aumento de la oferta monetaria. El presupuesto estatal de Tayikistán ha sido deficitario en los últimos años, pero existe una tendencia hacia la consolidación. El aumento de la deuda pública se debió

a la recepción de ayuda y préstamos externos para apoyar la pandemia del FMI y los bancos de desarrollo.

Tayikistán importa muchos más bienes y recursos de los que exporta. La proporción es de uno a tres. Los principales productos de exportación son el algodón y la electricidad, al igual que en los países vecinos, las balanzas de comercio exterior negativas se compensan con transferencias individuales. La inversión extranjera directa en Tayikistán no muestra un aumento con respecto a 2019, debido a la falta de grandes proyectos y de infraestructura desarrollada. Las principales inversiones se concentran en la minería y manufactura de China, que proporciona más de la mitad de la inversión extranjera al país. Los socios importantes de Tayikistán son el Reino Unido, Francia, Turquía y Suiza. Turkmenistán es uno de los países más cerrados de la región. Ahora bien, todos los datos sobre el país se resumen en el hecho de que el sistema tributario también se basa en un sistema plano, con tasas fijas que no dependen de los ingresos. El nivel de vida es bajo y las reformas se llevan a cabo muy pocas veces, y no se ha discutido la introducción de un sistema tributario progresivo (Verdier *et al*., 2022).

Para alcanzar los objetivos de crecimiento sostenible también se necesita proporcionar fondos para hacer frente a los gastos futuros sin acumular la deuda. Algunos países han prestado fondos para cubrir sus gastos y déficits presupuestarios (Ciuła *et al*., 2024). Esto ha reducido el margen fiscal, mientras que las proyecciones muestran que es necesario aumentar el gasto para apoyar a las economías en desarrollo en los años de recuperación de las crisis de la pandemia, las crisis mundiales, las hostilidades en curso, la mayor competencia por los mercados de productos básicos y la reasignación de recursos, el aumento de los precios del petróleo, las necesidades cambiantes y los patrones de migración fluctuantes, el aumento del desempleo tanto dentro de los países como entre ellos y las crecientes desigualdades sociales (Verdier *et al*., 2022). Los altos niveles de deuda y el aumento de las necesidades de financiación han hecho que los países sean más vulnerables y sensibles a condiciones financieras más estrictas. Reducir la deuda a niveles prepandémicos requerirá de aumentos sostenidos en el gasto fiscal durante una década o más.

El aumento de los recursos públicos mediante la generación de ingresos nacionales contribuirá a la búsqueda sostenida de un crecimiento sostenible y equitativo. Antes de la pandemia, aumentar los ingresos fiscales para estimular el crecimiento económico era una prioridad en los países de Asia Central. La generación de ingresos resultaba necesaria para reponer las reservas fiscales después de varios escenarios de reforma desfavorables (Tabakh *et al*., 2021). El aumento de los ingresos tributarios se convirtió en una prioridad política urgente a medida que los países exportadores de petróleo pasaban a una economía post-petróleo. En los países de bajos ingresos, especialmente los que son frágiles o dependen en mayor o menor grado de los conflictos externos, la generación de ingresos es crucial para cubrir los nuevos recursos de efectivo adicionales necesarios para cubrir los proyectos destinados al desarrollo relacionados con los programas de las Naciones Unidas, a saber, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Verdier *et al*., 2022).

Se prevé que la reorientación de los países de Asia Central hacia el cambio climático requerirá medidas adicionales de gasto público y la asignación de un mínimo del 3,3 % del PIB anual desde 2023 hasta 2033 (Oriente Medio y Asia Central, 2022; Duenwald *et al*., 2022). Debido a los efectos de la pandemia y a la hostilidad hacia los hogares vulnerables, se necesita un enfoque más balanceado para lograr un equilibrio óptimo de eficiencia en la generación y distribución de ingresos. Si bien este equilibrio es diferente para cada país, se deben considerar varios principios universales. Se observa que los impuestos al consumo tienen una alta capacidad para generar ingresos y promover el desarrollo económico. Por el contrario, los impuestos sobre la renta son más equitativos (Verdier *et al*., 2022).

Al mejorar el sistema tributario, los gobiernos deberían buscar un equilibrio entre eficiencia y justicia que promueva el crecimiento económico de manera más efectiva que el aumento de la tasa impositiva. Del mismo modo, el impuesto sobre la renta puede estructurarse de forma que no obstaculice el crecimiento económico. Cabe

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

señalar que todas las reformas de los sistemas tributarios encaminadas a lograr la equidad y la eficiencia solo se logran después de evaluar los efectos de los impuestos en el crecimiento económico y otras medidas de estímulo, así como los beneficios de la financiación de los gastos que fomentan el crecimiento. A pesar de todos los esfuerzos, los países de Asia Central han obtenido menos ingresos que otros países de mercados emergentes y países más desarrollados de la UE (Committeri y Pessino, 2013).

Entre 2000 y 2014, el ingreso promedio total del gobierno en los países de Asia Central fue del 29,9 % del PBI, mucho más alto que en otras regiones debido a los ingresos por hidrocarburos del sector. Sin embargo, desde 2012 se ha producido una disminución del nivel medio de ingresos en Asia Central, que posiblemente se deba a la caída de los precios del petróleo y otros recursos exportados. Para 2019, los ingresos promedio de los países de Asia Central (26,5 % de su PIB) serán inferiores al nivel de 2008. En la actualidad, la movilización de ingresos fiscales internos en muchos países de Asia Central ha disminuido. En 2019, el porcentaje promedio de ingresos tributarios al producto interno bruto en los países fue solo del 12,7 % del PIB (Sissenova y Zharylkassyn, 2020). Países como Kazajstán (mercado de productos básicos) y Uzbekistán (mercado atractivo para la inversión) estuvieron particularmente afectados por la caída de los precios del petróleo. Tayikistán y Kirguistán se vieron más afectados por la pandemia debido a la reducción de la demanda de mano de obra barata y la oportunidad de emigrar (Piketty *et al*., 2014). Teniendo en cuenta las características de los sistemas fiscales de los países de Asia Central (tabla 1), es cierto que:

- Todas las organizaciones nacionales y extranjeras son contribuyentes.
- Los impuestos sobre la renta son bastante altos y en su mayoría fijos.
- Los pagos de impuestos sociales son bastante altos.
- Existe un tipo fijo del impuesto sobre la renta de las personas físicas (excepto en Uzbekistán).
- Se prevén incentivos fiscales para el ámbito social.

Tabla 1
Características del sistema tributario en Asia Central

Tipo de impuesto	Kazajistán	Kirguistán	Tayikistán	Turkmenistán	Uzbekistán
Impuesto sobre la renta (personas jurídicas)	10 % agricultura; 20 % otros	10 %	25 % - bancos comunales, servicios de telecomunicaciones; 15 % - otros	8 % - empresas nacionales; 20 % - otros	9 % - estándar; 15 % - bancos comunales; 35 % - subastas, conciertos, eventos públicos
Impuesto sobre dividendos	ninguna	Igual al impuesto sobre la renta	Igual al impuesto sobre la renta	+15 %	+10 %
Impuesto sobre el valor añadido (IVA)	12 %	12 %	18 %	15 %	20 %
IVA no residentes	+	-	+	+	+
Impuesto sobre ventas	-	1-3 %	3 %	-	-

Impuestos sociales y acumulación de pensiones	11 % - impuesto social + 5 % al Fondo de Seguridad Social	17,25 % para los empleados; 3% - para no residentes	25 %	20 % para las personas jurídicas; individuos y empresarios individuales 4 para otros 2 % a 10 %	25 %
Impuesto especial	+	+	+	+	+
Impuesto sobre bienes inmuebles	+	+	+	+	+
Impuesto sobre la tierra	+	+	+	-	+
Impuesto sobre la renta	10 % - estándar; 10-20 % - no residentes	10%	8-13 % - estándar; 25 % para no residentes	10 %	Tasa progresiva de 9 % a 22 % dependiendo del monto del salario mínimo

En particular, Kazajstán y Uzbekistán tienen el mayor potencial en la región de Asia Central. La República de Kazajistán debido a un sistema financiero más desarrollado y el deseo de desarrollar la digitalización y convertirse en uno de los treinta países más desarrollados y Uzbekistán debido al rápido desarrollo de las reformas y la disponibilidad de mano de obra barata (Tabakh *et al*., 2021). Durante la pandemia y los años de crisis de 2021-2022, cuando la situación en los mercados de productos básicos se deterioró, todos los países de la región experimentaron un déficit en los ingresos presupuestarios, debido principalmente a una reducción de los ingresos fiscales. Como puede observarse en la estructura anterior, solo unos pocos países de la región están aplicando prácticas fiscales progresivas encaminadas a reducir la brecha entre la pobreza y la riqueza. En general, la tributación progresiva supone que cuanto mayor sea el ingreso de los contribuyentes, mayor será el monto del impuesto. Esto permite reducir la carga que pesa sobre los sectores más pobres de la población y observar el principio de equidad.

El tema de la progresión en el sistema tributario ha estado bajo consideración durante bastante tiempo. Por ejemplo, un estudio de las reformas fiscales en el siglo XX en los Estados Unidos y Europa mostró que el uso de impuestos progresivos, como el impuesto sobre la renta de las personas físicas y el impuesto sobre la propiedad, reducía significativamente la desigualdad en la sociedad y tenía un impacto positivo en la tendencia general de los pagos de impuestos (Piketty *et al*., 2014; Tynaliev *et al*., 2024). Al mismo tiempo, al considerar la relación entre el sistema progresivo y la desigualdad de ingresos en los países europeos desarrollados (Francia, España, Suecia, etc.), se encontró que el uso de esta reforma reduce la desigualdad de ingresos (Duenwald *et al*., 2022; Mohammadi *et al*., 2025). Los países que pasaron a un sistema tributario progresivo redujeron la desigualdad de ingresos.

Para evaluar la eficacia de los sistemas fiscales en los distintos países, se utilizan indicadores de progresividad y capacidad redistributiva. Como norma, el coeficiente de Gini se utiliza como principal valor de estimación (Poverty and Inequality..., 2024). La capacidad redistributiva se estima utilizando el índice de Kakwani (1977), ajustado para los datos de modelado con parámetros distributivos antes y después de los impuestos (tabla 2). El indicador de progresividad se define como la diferencia entre el valor del coeficiente Gini antes y después de los impuestos. Así pues, un aumento de la concentración de los ingresos altos dará lugar a un aumento del índice de progresividad.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Tabla 2

Indicadores estimados de la progresividad y la capacidad redistributiva de los países de Asia Central

País	Tasa de impuestos superior	Indicador progresivo	Tipo impositivo medio	Capacidad redistributiva
Kazajistán	10	3,8	14	0,6
República Kirguisa	10	2,9	12,5	0,4
Tayikistán	13	3,8	16,2	0,7
Turkmenistán	10	0	12,9	0
Uzbekistán	12	0	15,3	0

Nota. Compilado por los autores basado en Verdier *et al*. (2022).

Analizando el coeficiente de Gini, su valor de 20-30 % indica el nivel de distribución óptima del ingreso entre los diferentes segmentos de la población. Esta es la situación en los países europeos, por ejemplo, la República Checa-25 %, Eslovenia-24,6 %, Islandia-26,1 %, Bélgica-27,2 %. Las ventajas de la estimación del coeficiente de Gini son la accesibilidad y la familiaridad general de la metodología (figura 2). Utilizando el método de análisis de fronteras estocásticas (Verdier *et al*., 2022) descrito en la metodología, se calcularon los siguientes indicadores para los importadores y exportadores de hidrocarburos en Asia Central (tabla 3).

Tabla 3

Análisis de límites estocásticos: eficiencia de las medidas de recaudación, potencial fiscal y déficit de ingresos fiscales

País	Año	Ingresos fiscales	Eficiencia de las medidas de recaudación fiscal	Potencial fiscal	Pago insuficiente de impuestos
Países exportadores de hidrocarburos					
Kazajistán	2019	13,2	0,9	14	0,8
Países importadores de hidrocarburos					
Tayikistán	2016	18,2	0,6	29	10,8
República Kirguisa	2018	20,2	0,6	34,9	14,7

Nota. Compilado por los autores basado en Verdier *et al*. (2022).

Como puede concluirse en la tabla 3, Kazajstán tiene el mayor potencial fiscal y la mayor eficiencia en la recaudación de impuestos. Al mismo tiempo, la proporción de déficit fiscal en el presupuesto es la más baja. En cambio, la situación en Tayikistán y Kirguistán es difícil, pues se necesitan objetivos adicionales para regular los sistemas tributarios y el equilibrio entre importación y exportación de la base de materias primas.

Estos indicadores de la distribución de la renta se atribuyen a la aplicación con éxito de la fiscalidad progresiva en los países europeos. Otro ejemplo es Dinamarca, donde la tasa del impuesto sobre la renta oscila entre el 8 y el 56 %. El siste-

ma tributario comenzó a desarrollarse en el siglo pasado y las reformas comenzaron a implementarse en 1903. El país se caracterizó por un alto impuesto a la renta personal (50 %), y después de la introducción de un sistema fiscal progresivo, el porcentaje de impuestos en el PIB de Dinamarca es de aproximadamente el 45 %. En el período de 2018 a la fecha, ha estado entre los líderes en impuestos, junto con Francia, Bélgica y Alemania. Sin embargo, existe el problema de la economía sumergida y la necesidad de combatirla (Jarvis *et al*., 2021). Además, hasta 2005, se introdujo una escala progresiva en Rumanía, donde el impuesto sobre la renta oscilaba entre el 18 y el 40 %. Sin embargo, el experimento no tuvo mucho éxito y retrasó la aplicación de las reformas y las corrientes de inversión. En 2005, se introdujo un sistema de impuestos fijos sobre la renta con una tasa del 16 %. En 2018, se redujo al 10 %. Esto también afectó el cambio en el coeficiente de Gini, que después de 2018 aumentó del 30 % a casi el 40 %, mostrando un cambio en la desigualdad económica en la sociedad.

En España, la tasa del impuesto sobre la renta varía dependiendo de los ingresos del 21 al 52 %, en Francia es del 5,5 % al 49 %, en Alemania del 15 al 45 %, en Bélgica del 25 al 50 % y en Italia del 23 al 43 %. Todos los países de la UE utilizan un sistema fiscal progresivo. Una comparación de los sistemas fiscales de la UE y de la región de la AC (tabla 4) revela los siguientes patrones:

- Los países más desarrollados utilizan el sistema progresivo de la UE.
- El PIB per cápita en la UE es mayor.
- La movilización de los pagos fiscales en la UE es bastante elevada.
- Cuanto mayor sea el porcentaje de personas socialmente desfavorecidas en la región de Asia Central, menos justo será el sistema tributario.

Tabla 4

Comparación de los sistemas fiscales en la UE y Asia Central

Característica	Unión Europea	Asia Central
Régimen fiscal	Más o menos progresivo	A menudo plana
Tasa del impuesto sobre la renta personal	Depende del nivel de ingresos	Arreglado
Impuesto sobre el patrimonio	Presente en la mayoría de los casos	Ninguna
Nivel de corrupción	Tendencia a la baja	Tendencia al alza o estancamiento
Sostenibilidad financiera	Alto	Bajo

Nota. Compilado por los autores basado en Mathai *et al*. (2020), Sayakbaev y Baktybekov (2020), y Tabakh *et al*. (2021).

El uso exitoso del sistema progresivo también depende de la medida en que los contribuyentes de altos ingresos estén dispuestos a pagar sus impuestos de manera justa. En cuanto las reformas en este ámbito provocan el efecto contrario, a saber, evasión fiscal, reducción de la actividad de inversión y transferencia de activos a la economía sumergida, por lo que no se obtienen todos los resultados esperados. Otra desventaja de este sistema es el hecho de que su evaluación utilizando los métodos existentes, como el coeficiente de Gini, es inexacta, ya que no aborda varios aspectos, como la fuente de ingresos, el uso de las desgravaciones fiscales, las características específicas del desarrollo del país, etc.

La transición a un sistema tributario progresivo podría ser positiva para el crecimiento económico de la región de Asia Central. Un sistema impositivo de este tipo ayudará a reducir la desigualdad en el nivel de los pagos de impuestos entre los diferentes segmentos de la población, aquellos con ingresos más bajos y más altos; ayudará a recaudar fondos para el presupuesto estatal y a asignar recursos adicionales para el gasto

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

en los sectores más críticos: servicios sociales, infraestructura, educación, fondos de desempleo, asistencia sanitaria, etc. A su vez, esto garantizará la creación de nuevos puestos de trabajo y un aumento de la productividad laboral, así como reponer el presupuesto con ingresos adicionales de la oferta monetaria recién creada mientras se ejecutan nuevos proyectos. Todo esto contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Sin embargo, la experiencia de los países europeos desarrollados muestra que el aumento de las tasas impositivas para los segmentos más ricos de la población a menudo sirve como un factor desestabilizador en la inversión y el ahorro, contribuyendo a la salida de capital de los países hacia las zonas extraterritoriales y las zonas de sombra (Tryhuba *et al*., 2022). Además, en países con niveles de vida generales muy bajos y altos niveles de corrupción, es posible que esas reformas no tengan el efecto esperado.

Mediante la implementación de reformas tributarias progresivas, los países desarrollados pueden aumentar los ingresos tributarios de los más acomodados y redistribuir estos ingresos en favor de los pobres (Rexhepi, 2023). Estas reformas permiten, en primer lugar, reducir la desigualdad en la sociedad, preservar la justicia social y atraer fondos adicionales a las áreas más críticas para el Estado: social, de infraestructura, de construcción, de salud, etc. Esos programas estatales a menudo movilizan fondos, que luego contribuyen a la movilización de fondos, que luego se utilizan para financiar el desarrollo del Estado. Esos programas gubernamentales también a la movilización de fondos, que luego se utilizan para subvencionar a los sectores más vulnerables de la población.

También es necesario regular la cantidad de concentración de la riqueza entre la población, la brecha entre los estratos de la población y la formación de la llamada capa de "clase media". Cuando no solo hay empobrecidos e indigentes, sino una "clase media" segura de sí misma, y cuando hay un sistema tributario progresivo entonces hay una mayor estabilidad en la cantidad de ingresos al presupuesto y una mayor confianza en la financiación de programas gubernamentales y proyectos de desarrollo (Rexhepi *et al*., 2024).

Sin embargo, ese sistema tiene aspectos negativos. Como muestra el estudio, las personas con ingresos altos a menudo intentan evitar pagar sus impuestos a una tasa "mayor". Hay un deseo de eludir el sistema, de ocultar los ingresos, de llevarlos al extranjero; la actividad inversora disminuye. La investigación también ha demostrado que dentro de la UE y Asia Central, hay países que, aunque cercanos en muchos aspectos (culturales, religiosos), son muy diferentes en sus estructuras y preferencias, características específicas del desarrollo, el nivel económico, las oportunidades de exportación e importación, el nivel de las reformas, la regulación de los impuestos y la política fiscal. Todo ello debe tenerse en cuenta al elaborar nuevas recomendaciones sobre la aplicación de un sistema tributario basado en una estructura tributaria progresiva.

Como lo demuestra la evaluación del índice de Gini, los indicadores de progresividad y el modelo de análisis de fronteras estocásticas, los países más prometedores de la región de Asia Central para la introducción de un impuesto progresivo son Kazajstán y Uzbekistán. Además, estos países ya han intentado implementar este sistema antes (Verdier *et al*., 2022; Tabakh *et al*., 2021). Sin embargo, en ese momento, la sociedad y los propios sistemas financieros y bancarios no estaban preparados para esos cambios. Después de Abdugafarov y Achilov (2023), la mayoría de los impuestos en Uzbekistán son gravosos para la población e inhiben procesos como la inversión y la innovación, la introducción de nuevas tecnologías, que no pueden sino afectar las reformas en el estado. Esto requiere una intervención inmediata y la transición a nuevos métodos progresivos en esta esfera.

En Kazajistán, el país más desarrollado y dinámico de la región, cuyo objetivo es convertirse en uno de los 30 países más desarrollados del mundo, las reformas también son muy importantes, incluida la reforma del ámbito fiscal. Sissenova y Zharylkassyn (2020) también señalaron que esas reformas primero proporcionan seguridad financiera para el estado, porque las deducciones impositivas y los fondos movilizados crean un "colchón de seguridad" para los shocks financieros posteriores y son una especie de indicador

de la situación actual. En la reglamentación del sistema tributario de Kazajstán, toda la legislación tributaria está sujeta al Código Tributario, que se basa en la Constitución. Todo se basa en un sistema de principios y mecanismos unificados y está regulado estrictamente verticalmente y subordinado al Ministerio de Finanzas de la República de Kazajstán y sus oficinas de representación. Todo está estrictamente regulado y controlado.

Sun *et al*. (2022) también señalan las diferencias cardinales en el sistema de recaudación de impuestos de las personas físicas y jurídicas. Se llevó a cabo un análisis amplio de la diferenciación de los sistemas tributarios existentes y se determinó la naturaleza de la influencia de las organizaciones internacionales en la formulación de la política fiscal y tributaria en los Estados de la región de Asia Central. En el contexto del estudio se prestó especial atención a los procesos de transformación en la aplicación de energía respetuosa del medio ambiente, las reformas de descentralización y las inversiones en el medio ambiente. Se señaló que, por una parte, la atracción de capital externo, especialmente en forma de inversión extranjera directa, estimula el desarrollo económico y proporciona un gran apoyo en los años de la pandemia. Sin embargo, por otro lado, crea deudas crediticias que tendrán que ser compensadas, y esto no siempre es posible dado el sistema de impuestos fijos del estado (Saez *et al*., 2020).

La cuestión de los países de Asia Central es también la heterogeneidad de los países que la integran. El estudio demuestra una vez más que los países, tanto económica como culturalmente y religiosamente, se encuentran en diferentes etapas de desarrollo y tienen diferentes oportunidades. Kazajstán y Uzbekistán son líderes en términos de potencial de desarrollo económico y de inversión, seguidos de la República Kirguisa, lo que se confirma por los resultados del índice de Gini y los indicadores de progresividad calculados. Tayikistán está rezagado en todos los indicadores debido a un nivel muy bajo de desarrollo económico y potencial de atracción de las inversiones. Turkmenistán es el país más cerrado de la región, casi sin datos disponibles.

Por lo tanto, no puede llevarse a cabo la introducción de un sistema tributario basado en un sistema progresivo según un único sistema unificado en los países de Asia Central. De hecho, en los países de la UE se deberían abordar las particularidades de cada país por separado, donde el sistema de tributación progresiva considera las peculiaridades de cada país. Este problema fue tratado por Baiardi *et al*. (2019), quienes señalaron que, a pesar del deseo de pasar a un sistema justo y la introducción de un sistema progresivo, todavía es necesario abordar las especificidades de cada estado y utilizar variantes de este sistema de impuestos. La misma idea es apoyada por Dourado (2022), quien comparó la experiencia de implementar un sistema progresista con la de Estados Unidos. Roland y Römgens (2022) relacionan el proceso de implementación de un sistema tributario progresivo con el proceso de politización causado por los tiempos cambiantes y el progreso industrial. Un sistema progresivo también ayuda no solo a reducir la brecha entre ricos y pobres sino a incentivar un cambio hacia una producción más amigable con el medio ambiente (Kapeller *et al*., 2023; Saez y Zucman, 2019). De una manera u otra, la opinión de todos los autores, incluido el estudio actual, es que comparado con un sistema plano, un sistema tributario basado en un impuesto progresivo tiene varias ventajas:

- Reducir la brecha entre los segmentos más ricos y más pobres de la población.
- Estimular la creación de una clase media sostenible.
- Movilizar los ingresos financieros al presupuesto del Estado.
- Tener un sistema de evaluación fiscal más transparente.
- Reducir la carga fiscal sobre los grupos socialmente vulnerables.
- Crear reservas presupuestarias para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible del país.

Sin embargo, Khamitov *et al*. (2022), señalaron la introducción de medidas integrales para combatir la corrupción, ya que los ciudadanos

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

más ricos pueden tratar de evitar pagar el aumento de la tasa impositiva, lo que resulta un problema generalizado en los países de Asia Central. Desde este punto de vista, Uzbekistán es el único líder. Su atractivo de inversión aumenta debido a proyectos que implican inversiones en minería y metalurgia, así como en agricultura. El impacto del clima en la motivación y la actividad de la población y cómo afecta esto aún más la productividad laboral y la posibilidad de implementar reformas tributarias fue investigado por Duenwald *et al*. (2022) (Hix, 2022; Batrancea *et al*., 2022), mostrando la falta de preparación del marco legislativo y del propio aparato de gestión para los cambios globales en la estructura de la política fiscal y tributaria de las repúblicas, y la aplicación de la experiencia de otros países (Nielsen *et al*., 2021; Garbinti *et al*., 2020; Alexandri *et al*., 2024). Así pues, el estudio ha demostrado que el tema de la reforma del sistema tributario de los países de Asia Central es grave y urgente en el marco del logro de los objetivos de desarrollo. La movilización de las reservas nacionales a través de los ingresos fiscales permitirá a la región aumentar su atractivo en el mercado internacional.

Conclusiones

La transición a un sistema fiscal progresivo demuestra su eficacia gracias a la experiencia positiva de su utilización en la UE y en otros países desarrollados. Este sistema permite lograr una distribución más equitativa de la carga tributaria entre quienes reciben ingresos más bajos y quienes reciben ingresos más altos. El estudio concluye que los países de Asia Central están actualmente bastante infravalorados en el mundo y muchos de ellos, como Kazajstán y Uzbekistán, tienen un potencial bastante alto para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.

Los años de desarrollo post-pandemia y los conflictos globales han intensificado la lucha por los recursos energéticos, lo que, por supuesto, también ha afectado la necesidad de movilizar las reservas domésticas, lo que implica la necesidad de revisar los enfoques del sistema tributario. Hoy en día, la mayoría de las economías de los países de Asia Central se basan en los principios de tipos impositivos fijos del impuesto sobre la renta de las personas físicas y en los altos porcentajes de contribuciones a los fondos sociales, lo que supone una gran carga, especialmente para los sectores desprotegidos de la población. Esto, por supuesto, afecta la formación de la situación general en el país, el financiamiento presupuestario y el nivel de seguridad social de los ciudadanos. Esto es especialmente notable en países como Tayikistán, donde el nivel de vida ya es bastante bajo.

El proceso de reforma del sistema tributario puede verse afectado negativamente por el nivel de corrupción en los países, y las características específicas del desarrollo de cada país, el apoyo del gobierno, la falta de preparación de la sociedad, el cambio en el nivel de la carga tributaria sobre los segmentos más ricos de la población puede reducir su actividad de inversión. Esto puede conducir a un desequilibrio en la creación de nuevos empleos y en el crecimiento económico general.

Algunos de los temas relacionados con las etapas de la reforma y la transición gradual a un sistema progresivo quedaron fuera del ámbito de este estudio. Así pues, debido a la insuficiencia de datos, es imposible abordar el sistema tributario de Turkmenistán y la posibilidad de aplicar la experiencia de los países de la UE a la introducción de impuestos progresivos en esta región. También hay una visión limitada de los componentes ambientales y su función en el sistema de estructura tributaria durante la reforma del sistema, los tipos impositivos y la opción más aceptable para toda la región de Asia Central. La experiencia de países como Italia y Francia puede servir de modelo y las metodologías aplicadas en esos países pueden servir de base para nuevas investigaciones en esa dirección.

Referencias bibliográficas

Abdugafarov, A. y Achilov, S. (2023). Digital transformation of tax system in Uzbekistan. In *Collection of Materials of the Republican Scientific-Practical Conference on "Prospects of National Economy Reform and Sustainable Development"* (pp. 275-277). Tashkent State University of Economics.

Alexandri, E., Figari, F., Longo, E. y Suta, C.-M. (2024). A micro-macro approach for the evaluation of fiscal policies: The case of the Italian tax-benefit reform. *Economic Modelling, 135*, 106689. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2024.106689

Aron, D. V., R. Andres, C. A., Diaz-Bonilla, C., Farfan, M. G. B., Foster, E. M., Fujs, T. H. M. J., Jolliffe, D. M., Krishnan, N., Lakner, C., Lara Ibarra, G. y Mahler, D. G. (2023). September 2023 update to the Poverty and Inequality Platform (PIP): What's new. https://bit.ly/41fywuL

Atkinson, A. B., Piketty, T. y Saez, E. (2011). Top incomes in the long run of history. *Journal of Economic Literature, 49*(1), 3-71. https://doi.org/10.1257/jel.49.1.3

Baiardi, D., Profeta, P., Puglisi, R. y Scabrosetti, S. (2019). Tax policy and economic growth: Does it really matter? *International Tax and Public Finance, 26*(2), 282-316. https://doi.org/10.1007/s10797-018-9494-3

Batrancea, L., Rathnaswamy, M. K. y Batrancea, I. (2022). A panel data analysis on determinants of economic growth in seven non-BCBS Countries. *Journal of the Knowledge Economy, 13*(2), 1651-1665. https://doi.org/10.1007/s13132-021-00785-y

Ciuła, J., Generowicz, A., Oleksy-Gębczyk, A., Gronba-Chyła, A., Wiewiórska, I., Kwaśnicki, P., Herbut, P. y Koval, V. (2024). Technical and economic aspects of environmentally sustainable investment in terms of the EU Taxonomy. Energies, 17(10), 2239. https://doi.org/10.3390/en17102239

Committeri, M. y Pessino, C. (2013). Understanding countries' tax effort. IMF Working Papers, 2013(244), 1-30. https://doi.org/10.5089/9781484301272.001

Dardanoni, V. y Lambert, P. J. (2002). Progressivity comparisons. *Journal of Public Economics, 86*(1), 99-122. https://doi.org/10.1016/S0047-2727(01)00089-5

de Mooij, R., Fenochietto, R., Hebous, S., Leduc, S. y Osorio-Buitron, C. (2020). *Tax policy for inclusive growth after the pandemic*. https://bit.ly/439jARw

Dourado, A. P. (2022). Pillar two from the perspective of the European Union. *British Tax Review, 5*, 573-600. https://bit.ly/43c5cId

Duenwald, C., Abdih, Y., Gerling, K., Stepanyan, V., Alhassan, A., Anderson, G., Baum, A., Saksonovs, S., Agoumi, L., Chen, C., Andaloussi, M. B., Sakha, S., Saliba, F. y Sanchez, J. (2022). Feeling the heat – Adapting to climate change in the Middle East and Central Asia. https://bit.ly/41kA1Iu

Garbinti, B., Goupille-Lebret, J. y Piketty, T. (2020). Accounting for wealth-inequality dynamics: Methods, estimates, and simulations for France. *Journal of the European Economic Association, 19*(1), 620-663. https://doi.org/10.1093/jeea/jvaa025

Gootjes, B. y de Haan, J. (2022). Procyclicality of fiscal policy in European Union countries. *Journal of International Money and Finance*, 120, 102276. https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2020.102276

Hix, S. (2022). *The political system of the European Union*. Red Globe Press London.

Jarvis, C. J., Pierre, G., Baduel, B., Fayad, D., de Keyserling, A., Sarr, B. y Sumlinski, M. A. (2021). *Economic governance reforms to support inclusive growth in the Middle East, North Africa, and Central Asia*. https://bit.ly/4bhF7cJ

Kadyrberdieva, G. S. (2019). Prospects of integration processes in Central Asia. *Proceedings of the Issyk-Kul Forum of Accountants and Auditors of Central Asian Countries, 3*(26), 32-36.

Kakwani, N. C. (1977). Measurement of tax progressivity: An international comparison. *Economic Journal, 87*(345), 71-80. https://doi.org/10.2307/2231833

Kapeller, J., Leitch, S. y Wildauer, R. (2023). Can a European wealth tax close the green investment gap? *Ecological Economics, 209*, 107849. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2023.107849

Khamitov, Z., Knox, C. y Junusbekova, G. (2022). Corruption, public procurement and political instability in Kazakhstan. *Central Asian Survey, 42*(1), 89-108. https://doi.org/10.1080/02634937.2022.2072811

Li, Z., Wu, Y., Rasoulinezhad, E., Sheng, Y. y Bi, C. (2023). Green economic recovery in central Asia by utilizing natural resources. *Resources Policy, 83*, 103621. https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103621

Mason, R. y Parada, L. (2020). The legality of digital taxes in Europe. *Virginia Tax Review, 40*(2), 175-217. https://bit.ly/4bcvpsn

Mathai, K., Duenwald, C., Guscina, A., Al-Farah, R., Bukhari, H., Chaudry, A., El-Said, M., Fareed, F., Gerling, K., Le, N.-P., Ricka, F., Serra, C., Sydorenko, T., Walker, S. y Zaher, M. (2020). *Social spending for inclusive growth in the Middle East and Central Asia*. https://bit.ly/3QuMlAR

Mayrambekov, F. U. (2021). Tax policy as an indicator of financial security. *Proceedings of the Issyk-Kul*

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Forum of Accountants and Auditors of Central Asian Countries, 1(32), 147-153.

Middle East and Central Asia. (2022). https://bit.ly/3D8RKdJ

Mohammadi, S., Mohammed, A. y Abdirahman, H. H. (2025). Enterprise resource planning system implementation influence on firms' performance: a systematic review. *Review of Law and Social Sciences, 3*(1), 87-98. https://doi.org/10.71261/rlss/3.1.87.98

Mukhamedyarova, L. V. y Mozgovoy, O. V. (2019). On anti-corruption measures. *Eurasian Journal of Law, 10*(137), 300-301.

Nielsen, K. S., Nicholas, K. A., Creutzig, F., Dietz, T. y Stern, P. C. (2021). The role of high-socioeconomic-status people in locking in or rapidly reducing energy-driven greenhouse gas emissions. *Nature Energy, 6*, 1011-1016. https://doi.org/10.1038/s41560-021-00900-y

Oleksy-Gebczyk, A. (2024). Inflation in Poland: macroeconomic analysis. *Academy Review, 2*, 242-255. https://doi.org/10.32342/2074-5354-2024-2-61-17

Oleksy-Gebczyk, A. y Bilianskyi, Y. (2024). Peculiarities of marketing communications on support of smallholders by branched retail chains (on the example of "Silpo" Fozzy Group). *Smart-Journal of Business Management Studies, 20*(2), 45-56. https://doi.org/10.34293/2321-2012.2024.0002.5

Panayi, C. H. (2021). *European Union corporate tax law*. Cambridge University Press.

Pereguda, Yu., Al-Ababneh, H. A. y Symonenko, O. (2025). The impact of globalisation on economic systems and social structures. *Dialogues in Humanities and Social Sciences, 3*(1), 63-72. https://doi.org/10.71261/dhss/3.1.63.72

Petersone, M. y Ketners, K. (2017). Improvement of customs and tax administration ict system performance. *Research for Rural Development, 2*, 263-269. https://doi.org/10.22616/rrd.23.2017.077

Piketty, T., Saez, E. y Stantcheva, S. (2014). Optimal taxation of top labor incomes: A tale of three elasticities. *American Economic Journal: Economic Policy, 6*(1), 230-271. https://doi.org/10.1257/pol.6.1.230

Poverty and Inequality Platform Methodology Handbook. (2024). https://bit.ly/3XhCBO6

Quiros-Romero, G., Alexander, T. F. y Ribarsky, J. (2021). *Measuring the informal economy*.

Rexhepi, B. R. (2023). Taxes as a source of public monetary income in the Republic of Kosovo. *Quality - Access to Success, 24*(195), 69-79. https://doi.org/10.47750/QAS/24.195.09

Rexhepi, B. R., Daci, E., Mustafa, L. y Berisha, B. I. (2024). Analysis of the effectiveness of freelance exchanges and their demand among corporate customers in the context of tax regulation. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, 11*(1), 60-70. https://doi.org/10.52566/msu-econ1.2024.60

Reynolds, M. y Smolensky, E. (1977). *Public expenditures, taxes, and the distribution of income: The United States, 1950, 1961, 1970*. Academic Press.

Roland, A. y Römgens, I. (2022). Policy change in times of politicization: The case of corporate taxation in the European Union. JCMS: *Journal of Common Market Studies, 60*(2), 355-373. https://doi.org/10.1111/jcms.13229

Saez, E. y Zucman, G. (2019). Progressive wealth taxation. En *Brookings Papers on Economic Activity* (pp. 437-533). Brookings Institution.

Saez, E., Zucman, G. y Landais, C. (2020). *A progressive European wealth tax to fund the European covid response*. https://bit.ly/4kbfCOu

Sayakbaev, T. D. y Baktybekov, E. (2020). The role of property taxes in the system of taxation of the Kyrgyz Republic. *Proceedings of the Issyk-Kul Forum of Accountants and Auditors of Central Asian Countries, 2*(29), 79-82.

Sissenova, A. T. y Zharylkassyn, Zh. K. (2020). Transit potential of the country as the most important factor of economic development. *Bulletin of Turan University, 3*(87), 55-58.

Sun, Y., Guan, W., Razzaq, A., Shahzad, M. y An, N. B. (2022). Transition towards ecological sustainability through fiscal decentralization, renewable energy and green investment in OECD countries. *Renewable Energy, 190*, 385-395. https://doi.org/10.1016/j.renene.2022.03.099

Tabakh, A., Prokudin, A. y Podrugina, A. (2021). *Macroeconomic situation in Central Asian countries: How Kazakhstan, Uzbekistan, Kyrgyzstan and Tajikistan are surviving the impact of the pandemic*. https://bit.ly/41cHxFe

Tryhuba, A., Hutsol, T., Kuboń, M., Tryhuba, I., Komarnitskyi, S., Tabor, S., Kwaśniewski, D., Mudryk, K., Faichuk, O., Hohol, T. y Tomaszewska-Górecka, W. (2022). Taxonomy and stakeholder risk management in integrated projects of the European Green Deal. *Energies, 15*(6), 2015. https://doi.org/10.3390/en15062015

Tynaliev, K., Dzhumabekov, N., Adamkulova, C., Esenalieva, B. y Makeeva, S. (2024). Modern vectors of development of the country's tax system: International experience. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University.*

Series Economics, 11(2), 90-101. https://doi.org/10.52566/msu-econ2.2024.90

Vellutini, C. y Benitez, J. C. (2021). Measuring the redistributive capacity of tax policies. *IMF Working Paper, 2021*(252). https://doi.org/10.5089/9781589064089.001

Verdier, G., Rayner, B., Muthoora, P. S., Vellutini, C., Zhu, L., Koukpaizan, V. D. P., Marahel, A., Harb, M., Benmohamed, I., Hebous, S., Okello, A., Reyes, N., Benninger, T. y Sanya, B. (2022). Revenue mobilization for a resilient and inclusive recovery in the Middle East and Central Asia. *Departmental Papers, 2022*(13), A001. https://doi.org/10.5089/9798400203411.087

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 149-164
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.09

Vida y trabajo: impacto de las decisiones gerenciales en el bienestar de los empleados en México

Life and work: impact of managerial decisions on employee well-being in Mexico

Enrique Kato-Vidal
Profesor de la Universidad Autónoma de Querétaro, México
enriquekato@uaq.mx
https://orcid.org/0000-0001-5582-1971

Recibido: 01/11/24 **Revisado:** 06/12/24 **Aprobado:** 21/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: el interés por el equilibrio trabajo-vida ha crecido exponencialmente en el último par de décadas. Se ha documentado que lograr ese balance proporciona una vida personal y profesional más satisfactoria y, a su vez, trae beneficios a las organizaciones, ya que la distribución de tiempos y tareas es más efectiva aumentando la productividad. El objetivo del artículo fue estimar el efecto de ocho prestaciones laborales en la satisfacción que reportan los empleados con su vida. Se utilizaron ecuaciones logit y datos de la Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado. El tamaño de la muestra superó 10 000 personas que representa un universo mayor a 30 millones de empleados en México. Para evaluar el impacto sobre el bienestar las prestaciones se ordenaron de la más a la menos frecuente, siendo la más frecuente el bono obligatorio en diciembre —el aguinaldo— y la menos el reparto de utilidades. Se encontró que los empleados con mayor número de prestaciones tienen mayor probabilidad de estar satisfechos con su vida actual y futura. Se reportó también que el efecto positivo de las prestaciones aumenta cuando las organizaciones usan complementariamente otras estrategias laborales como realizar aumentos anuales de ingreso y tomar en cuenta la opinión de los empleados. Las estimaciones mostraron estabilidad por lo que proporcionan evidencia útil a los gerentes para diseñar políticas organizacionales que simultáneamente contribuyan al bienestar laboral y que propicien mayor productividad en el corto y largo plazos.

Palabras clave: prestaciones laborales, bienestar subjetivo, satisfacción con la vida, regresión logit, trabajo decente.

Abstract: the focus on work-life balance has increased exponentially over the past two decades. Research has demonstrated that achieving this equilibrium leads to enhanced personal and professional satisfaction. Moreover, organizations benefit from improved work-life balance among employees, as it facilitates more efficient time and task allocation, thereby increasing productivity. The aim of this study was to estimate the effect of eight employee benefits on self-reported life satisfaction among workers. Logit equations were employed, utilizing data from National Survey of Self-Reported Well-being. The sample size exceeded 10 000 individuals, representing a population of over 30 million employees in Mexico. To assess the impact on well-being, the benefits were ranked from most to least frequent. The most common benefit was the mandatory year-end bonus ('aguinaldo'), while profit sharing was the least frequent. Results indicated that employees with a higher number of benefits have a greater probability of reporting satisfaction with their current and future life. The study also reports that the positive effect of employee benefits increases when organizations complementarily implement other labor strategies, such as annual income increases and considering employee opinions. The estimates were consistent, thus providing useful evidence for managers to design organizational policies that simultaneously contribute to employee well-being and promote higher productivity in both the short and long term.

Keywords: employment benefits, subjective well-being, life satisfaction, logit regression, decent work.

Cómo citar: Kato-Vidal, E. (2025). Vida y trabajo: impacto de las decisiones gerenciales en el bienestar de los empleados en México. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *15*(29), pp. 149-164. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.09

Introducción

En las organizaciones, la administración de recursos humanos se encarga de reclutar a personas con las habilidades necesarias, incluyendo su capacidad para trabajar en equipo. Desde las gerencias, se toman decisiones sobre la gestión del personal que buscan mejorar el desempeño empresarial, el bienestar de los trabajadores o ambos. Por ejemplo, Guest (2017) destaca políticas relacionadas con la salud, la seguridad, la interacción social en el trabajo, el ingreso no vinculado a esquemas de incentivos y la escucha activa de los empleados mediante representación colectiva, encuestas o la consideración directa de sus opiniones.

Con datos europeos, Cuesta-Valiño *et al*. (2024) encontraron que la satisfacción laboral no solo influye en la felicidad individual, sino que también fomenta actividades altruistas. Desde otra perspectiva, se ha planteado como objetivo gerencial minimizar la rotación de trabajadores y maximizar la felicidad laboral (Galván-Vela *et al*., 2024). Para identificar las decisiones más efectivas, los gerentes necesitan evidencia, un tema de discusión vigente al menos desde la década de 1980 (Ichniowski y Shaw, 2003).

En cada organización, los estudios cuantitativos pueden evaluar el conjunto de decisiones propias. Este enfoque, denominado *econometría insider* (Shaw, 2009), busca proporcionar respuestas específicas sobre la efectividad de las decisiones gerenciales en la administración de recursos humanos (HRM, por sus siglas en inglés).

Desde una perspectiva más amplia, Ichniowski y Shaw (2003) documentan el creciente número de empresas que, durante la década de 1990, experimentaron e innovaron en la gestión de recursos humanos. Los autores destacan tres hallazgos principales:

> i) Existe complementariedad entre las políticas de gestión, por lo que las empresas deben enfocarse en múltiples decisiones simultáneas, en lugar de optar por decisiones únicas o secuenciales.
>
> ii) Las organizaciones más innovadoras en la gestión del personal lograron una productividad 7 % superior en comparación con aquellas que mantienen un enfoque tradicional en recursos humanos.
>
> iii) Las empresas que no exploran nuevas decisiones podrían enfrentar incertidumbre sobre la productividad futura o evitar los costos asociados con la transición.

Este último punto coincide con las conclusiones de la literatura sobre analíticas de recursos humanos (Abellán-Sevilla *et al*., 2024).

Paralelamente a la literatura sobre administración de recursos humanos, se ha consolidado una línea de investigación centrada en el bienestar autorreportado (Kahneman y Krueger, 2006), que incluye estudios sobre satisfacción laboral. Esta vertiente ha generado artículos que postulan que el bienestar en el trabajo se traduce en mayor productividad y mejor desempeño financiero de las organizaciones.

Usando datos panel de Inglaterra, Bryson *et al*. (2017) sugieren que la dirección causal predominante es de la satisfacción laboral al desempeño productivo, mientras que la causalidad inversa es menos probable. Esta hipótesis Satisfacción-Productividad también fue probada con datos canadienses (Fang *et al*., 2019), llegando a la misma conclusión: beneficios laborales, como horarios flexibles, trabajo remoto o servicios de cuidado para menores y mayores, aumentan el bienestar laboral, lo que a su vez mejora los resultados organizacionales.

Sin embargo, Fang *et al*. (2019) advierten que muchos gerentes se resisten a implementar estas prestaciones debido a los costos percibidos y a la dificultad de documentar su impacto positivo. Por ello, recomiendan corroborar estos hallazgos con datos experimentales.

La hipótesis de Satisfacción-Productividad, también conocida como la hipótesis del trabajador contento y productivo (Isham *et al*., 2021), plantea que la presencia de supervisores de alta calidad fomenta mayores niveles de bienestar y productividad. Esto ocurre cuando los supervisores gestionan eficientemente los equipos y

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

proporcionan tanto motivación como los recursos necesarios para el trabajo.

Sin embargo, Isham *et al*. (2021) advierten que una búsqueda excesiva de una mayor productividad puede dañar el bienestar de los trabajadores y, a largo plazo, afectar negativamente la productividad. En esta misma línea, Guest (2017) sostiene que las organizaciones priorizan mejorar el desempeño antes de atender las preocupaciones de los empleados. Por su parte, Soukiazis y Ramos (2016) concluyen que jornadas laborales más largas y el desequilibrio entre la vida laboral y personal reducen la satisfacción con la vida, el bienestar y, en última instancia, la productividad. Estos autores destacan no solo las razones éticas para promover el bienestar en las organizaciones, sino también los beneficios potenciales tanto para los trabajadores como para las empresas. A esto se suman las ventajas sociales derivadas del mayor altruismo de los individuos con mayor satisfacción laboral (Cuesta-Valiño *et al*., 2024). Dichas ganancias se alcanzarían eliminando factores psicológicos que reducen el bienestar y promoviendo mayores niveles de satisfacción laboral.

Para evaluar el impacto de las decisiones gerenciales sobre el bienestar de los empleados, existen diversas estrategias adicionales a la econometría insider. Nasamu *et al*. (2021) destacan que la estrategia más robusta es el uso de un diseño de prueba aleatorizada controlada (RCT, por sus siglas en inglés), ya que permite aislar con alta confianza el efecto de una política empresarial específica.

Este diseño ideal requiere recopilar datos antes y después de la implementación de la política, además de conformar un grupo de tratamiento y uno de control. Sin embargo, cumplir con la cantidad de información necesaria suele ser un desafío, lo que hace que las evaluaciones basadas en otros enfoques tiendan a estar sujetas a una mayor incertidumbre en comparación con un diseño RCT.

Otros enfoques para evaluar las decisiones gerenciales, como el Retorno sobre la Inversión (ROI) o el Análisis Costo-Beneficio (CBA, por sus siglas en inglés), presentan una dificultad intrínseca: requieren que la variable de resultado (bienestar o satisfacción) se exprese en términos monetarios. Debido a esta limitación, una alternativa es aplicar una razón de costo-efectividad. En este enfoque, el numerador representa el cambio en la satisfacción con la vida o el bienestar, mientras que el denominador refleja el costo neto de la política implementada.

Según Nasamu *et al*. (2021), el costo neto se define como la diferencia entre el costo por participante de implementar una política y la productividad generada. De este modo, el costo de una política se reduciría en la medida en que dicha política mejore el bienestar de los empleados y, a su vez, incremente la productividad.

Hace aproximadamente una década, la OECD (2013) marcó un hito al publicar lineamientos para recopilar, medir y utilizar indicadores de bienestar subjetivo. El objetivo fue promover mejores prácticas, mejorar la calidad de los indicadores y demostrar que las variables de satisfacción con la vida son mediciones válidas y confiables.

En esta línea, Aghion *et al*. (2016) analizaron las áreas metropolitanas de Estados Unidos y reafirmaron la validez del bienestar autorreportado como indicador del bienestar material esperado. Más recientemente, Murtin y Siegerink (2023) cuantificaron el costo social de prácticas laborales adversas para el bienestar de los trabajadores. Este enfoque buscó evitar condiciones laborales precarias, tales como inseguridad laboral, jornadas excesivas o tensiones con los gerentes. Un entorno laboral favorable no solo mejoraría el bienestar de los empleados, sino que también podría aumentar la productividad organizacional.

La evidencia reciente sobre la relación entre bienestar y productividad se sustenta en pruebas experimentales, destacándose dos casos relevantes. El primer experimento mostró que los buscadores de empleo consideran información sobre el clima organizacional al elegir a qué empresas dirigir sus solicitudes. En particular, prefieren empresas donde prevalece un mayor bienestar laboral, lo que sugiere que el reclutamiento de talento depende, en parte, de las condiciones laborales internas (Ward, 2022).

El segundo caso corresponde a un cuasiexperimento realizado en Inglaterra sobre el efecto de la felicidad en la productividad. Este estudio, llevado a cabo en 11 centros de televentas, midió

la productividad directamente a través del número de ventas, en lugar de variables subjetivas como escalas o valoraciones gerenciales (Bellet *et al*., 2023). Los resultados indicaron un impacto positivo de la felicidad en la productividad, con mecanismos explicativos agrupados en tres categorías: cognitivos (mayor velocidad y eficiencia), motivacionales (incremento en el esfuerzo y disfrute del trabajo) y socioemocionales (estado de ánimo positivo).

Para América Latina no se encontraron estudios con metodología experimental sobre la relación entre bienestar y productividad. Sin embargo, existe un artículo con una amplia cobertura de países que aborda este tema (Cortés *et al*., 2013). Este estudio utilizó datos del Latinobarómetro y se centró en el bienestar subjetivo de los trabajadores por cuenta propia, explicando los resultados a partir de dos factores principales:

a) Si las personas estaban autoempleadas de forma voluntaria o por necesidad.

b) La diferencia de bienestar entre empleados y trabajadores por cuenta propia.

Los resultados mostraron que los dueños de negocios experimentan un mayor bienestar, siempre y cuando se considere el grado de autonomía que disfrutan como trabajadores por cuenta propia. No obstante, los autores subrayaron la alta precariedad laboral que caracteriza al subcontinente latinoamericano.

En México se ha analizado el grado en que el trabajo puede considerarse decente (Arredondo *et al*., 2022). Los autores desarrollaron un índice multidimensional para evaluar las prestaciones laborales que reciben los trabajadores, incluyendo salud, pensión, vivienda, aguinaldo, vacaciones, guarderías, entre otros beneficios. Este índice tiene un rango que va de 0 (mínimo) a 1 (máximo), y su valoración promedio para México fue de 0.30. Como hallazgo adicional, los autores observaron que las empresas con capital extranjero otorgan más prestaciones a sus trabajadores en comparación con las empresas nacionales. En el ámbito de bienestar subjetivo en México, Charles-Leija (2022) realizó una exploración estadística usando información de la Encuesta de Confianza del Consumidor, indicando que el bienestar subjetivo es un sensor apropiado de la satisfacción.

En Medina-Garrido *et al*. (2017), se encuestó a 1500 trabajadores del sector bancario en España. Los hallazgos revelaron que las prestaciones laborales no se valoran de manera uniforme; los trabajadores consideran algunas más importantes que otras, aunque siempre desean que todas estén disponibles y que los gerentes no tomen represalias por utilizarlas. Si bien las prestaciones no afectan directamente el desempeño de las organizaciones bancarias, su impacto es positivo de manera indirecta, mediado por el bienestar. Este beneficio traduce las prestaciones laborales en un mayor desempeño organizacional (Medina-Garrido *et al*., 2017).

Este canal de transmisión ofrece a los gerentes la oportunidad de influir en el bienestar de los empleados al proporcionar una variedad de prestaciones y al comunicar claramente su disponibilidad.

En comparación con España, en México persisten empleos precarios; sin embargo, los determinantes del bienestar subjetivo no difieren de aquellos encontrados en los países de la OECD (Dugain y Olaberría, 2015). Las personas suelen reportar mayores niveles de bienestar a medida que aumentan sus ingresos y su nivel educativo (Maestas *et al*., 2023; Kapteyn *et al*., 2015). No obstante, el bienestar subjetivo también depende de la distribución del ingreso (Senik, 2005).

En la metodología empleada por Dugain y Olaberría (2015), se utilizó una estimación de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) y un modelo logit ordenado para tener en cuenta la escala de respuesta de 0 a 10, con la cual se evalúa el nivel de satisfacción con la vida.

Efectivamente, la estimación apropiada debería emplear un logit ordenado, dado que el efecto marginal varía en función de los valores de la variable predictiva X (Soukiazis y Ramos, 2016), a diferencia del método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO), que asume que el bienestar aumenta de manera constante a lo largo de cualquier rango de valores de X.

A pesar de las ventajas interpretativas del logit ordenado, las estimaciones resultantes suelen

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

presentar bajos valores de ajuste, como el pseudo-R2. Se citan tres casos: en Dugain y Olaberría (2015), no se reporta ningún valor de ajuste; en Pontarollo *et al*. (2020), el ajuste estimado fue de 0.066, y en Soukiazis y Ramos (2016), el valor de ajuste fue de 0.164.

El objetivo de este artículo fue estimar el efecto de ocho prestaciones laborales en la satisfacción que reportan los empleados con su vida. La hipótesis planteada es que tres variables (las prestaciones laborales, el aumento de ingresos y la participación de los empleados en la toma de decisiones) influyen positivamente en la satisfacción con la vida de los empleados. En particular, se postuló que aquellos que reciben estas prestaciones y tienen voz en la organización son más propensos a reportar niveles más altos de satisfacción con la vida en comparación con aquellos que no disfrutan de estas condiciones.

Este artículo contribuye a los estudios nacionales sobre bienestar subjetivo, con un enfoque particular en México. En él, se analizó cómo varía la satisfacción de los empleados a medida que aumenta el número de prestaciones laborales. Se eligió México debido a la disponibilidad de una encuesta que incluye más de 10 000 encuestas representativas de 30 millones de trabajadores.

Se comparó el bienestar en cinco grupos diferentes: el primero compuesto por empleados sin prestaciones, seguido por grupos con una, tres y seis prestaciones, y finalmente, un grupo con un máximo de ocho prestaciones. Los resultados muestran que, inicialmente, la satisfacción con la vida aumenta a medida que los empleados reciben una o tres prestaciones. Sin embargo, a partir de ese punto, la satisfacción se estanca, independientemente de si los empleados cuentan con seis u ocho prestaciones.

La estimación revela que es posible evitar el estancamiento de la satisfacción si, además de ofrecer prestaciones, la gerencia asegura un aumento anual de los ingresos y si la organización implementa políticas que tengan en cuenta la opinión de los empleados.

El resto del artículo describe la metodología, expone los resultados y la discusión, y finaliza con las conclusiones.

Materiales y métodos

El presente análisis estudió las prestaciones que reciben los empleados. La fuente única de información fue la Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado (ENBIARE) del Instituto Nacional de Estadística de México (INEGI, 2021), el período de levantamiento fue junio-julio de 2021, dos meses después de una profunda reforma laboral encaminada a mejorar las condiciones laborales (Kato-Vidal y Hernández-Mendoza, 2024).

En la encuesta hay cerca de 12 mil empleados encuestados que representan un universo de 32.5 millones de trabajadores en México. Uno de los ítems permite identificar el lugar de trabajo, siendo el más frecuente —con 63 %— las instalaciones de la empresa. El listado tenía un total de 15 lugares de trabajo. Se eliminaron aquellas opciones con baja tasa de respuesta y la lista se redujo a siete opciones y el nuevo total de empleados fue cercano a 11 500 personas (representativos de 31.3 millones de empleados) que trabajan en empresas, puestos fijos como quioscos, en el domicilio de los clientes o del patrón, a cielo abierto o en el lugar de la obra, etc.

Se eligen dos variables de respuesta: i) Satisfacción con la vida actual, y ii) Percepción del nivel de vida en cinco años. En ambos casos, los encuestados podían responder en una escala de cero a 10, donde cero representa la peor vida posible y 10 la mejor vida posible. La mayoría de los encuestados respondió las opciones 8, 9 o 10.

Metodológicamente, es posible estimar un modelo logit multinomial para analizar simultáneamente las diversas opciones de respuesta (Hansen, 2022). En la literatura sobre bienestar subjetivo, se ha reportado que la opción multinomial genera bajos niveles de ajuste del estadístico pseudo-R2, es decir, los modelos estimados no logran reproducir fielmente los datos observados.

Como alternativa en este artículo se estimó un modelo logit utilizando una variable dicotómica. Para traducir las múltiples opciones de respuesta a solo dos valores, se dio el valor de *uno* a las opciones 9 y 10 y el valor de cero al resto de las respuestas. De esa forma, el modelo se usó para hallar bajo qué condiciones laborales aumentaría la probabilidad de que un empleado responda

con un valor de 9 o 10 al grado de satisfacción con su vida actual o futura.

La principal variable explicativa son las prestaciones laborales. En la encuesta se preguntó a los empleados si tenían o no ocho diferentes prestaciones laborales (INEGI, 2021; Ceja, 2019). El detalle de prestaciones es más amplio en comparación a las tres prestaciones que incluye la encuesta de empleo (INEGI, 2024).

Fue necesario ordenar las prestaciones para que sea más sencillo graficar el impacto de las prestaciones en la satisfacción reportada con la vida. En vez de hacer un análisis individual de cada prestación, se eligió agruparlas y observar el efecto acumulado sobre el bienestar de trabajadores con diferente número de prestaciones.

Para evitar problemas en la estimación y poder observar más fácilmente diferencias estadísticamente significativas, se agruparon las prestaciones y se analizaron cinco grupos (ver tabla 1). En el primer grupo, llamado *Cero*, se reunieron a aquellos trabajadores sin ninguna prestación laboral. En el otro extremo, el grupo *Todas* reúne a los trabajadores que respondieron tener todas y cada una de las ocho prestaciones.

Complementariamente, se plantearon tres casos intermedios. El más sencillo es el grupo *Una* cuyos trabajadores únicamente tienen la prestación del aguinaldo —la más frecuente—. Después se integró el grupo *Tres* con aquellos trabajadores que simultáneamente tenían la terna de prestaciones más frecuentes, incluyendo el aguinaldo. Finalmente, el grupo Seis se integró con los trabajadores que tuvieran el sexteto de las prestaciones más frecuentes; a ellos solo les faltaría contar con los beneficios de la licencia de maternidad con sueldo y el reparto de utilidades.

Además de las prestaciones laborales, también se añadieron dos variables explicativas para ofrecer a los gerentes instrumentos adicionales con los cuales incidir favorablemente en el bienestar de los empleados:

- Se consideró si la opinión de los empleados es tomada en cuenta, teniendo como opciones de respuesta: Sí, No y A veces. Se esperaría encontrar que los empleados que son valorados y tomados en cuenta tengan un mayor bienestar subjetivo; y
- se identificó a aquellos empleados que hubieran recibido aumento de ingresos en los últimos 12 meses, ya que un mayor nivel de ingresos permite cubrir un mayor número de necesidades y obtener niveles más altos de satisfacción.

Para completar el análisis de regresión se incluyeron variables de control, como: sexo, edad, lugar de trabajo, etc. La selección de variables fue mediante un proceso heurístico eligiendo variables relacionadas con la satisfacción con la vida y buscando lograr una estimación consistente (VanderWeele, *et al*, 2020; Cameron y Trivedi, 2022).

La estimación se realizó mediante un modelo logit donde la variable dependiente toma el valor de 0 o 1, cero si su satisfacción con la vida es 8 o menor, y uno si la satisfacción reportada es 9 o 10. Esa alta satisfacción con la vida es el evento definido en la investigación y la estimación ayuda a calcular cuál es la probabilidad con que podría ocurrir el evento. Particularmente, la ecuación estimada fue la siguiente:

$$Prob\ del\ evento = Y_i = \propto_i + \beta_1 X_i + \beta_2 \Delta w_i + \beta_3 V_i + \beta_4 (X_i \times \Delta w_i) + \beta_5 (X_i \times V_i) + \gamma Z_i + \epsilon_i$$

donde $\propto$ es la constante de la ecuación, i es el índice para cada uno de las personas analizadas, X representa a los grupos de prestaciones analizados, Δw es una variable dicotómica que indica si el empleado recibió o no aumento de ingresos, V es una variable categórica que registra si la voz del empleado es tomada en cuenta siempre, a veces o nunca, representa al conjunto de 13 variables de control, es el término de error aleatorio de la ecuación. En la estimación los errores se agruparon dependiendo el número de prestaciones recibidas.

La ecuación anterior se utilizó con las dos variables de satisfacción con la vida, la primera para estimar la satisfacción con la vida actual y la segunda para la satisfacción con la vida futura. La ecuación estimada también incluye dos términos de interacción: ($Xi \times \Delta wi$) y (Xi × Vi), los cuales se usaron para estimar la complementariedad

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

entre las estrategias y mostrar en qué medida se refuerza el efecto de las prestaciones con los aumentos en el ingreso o al tomar en cuenta la opinión de los empleados (Mize, 2019).

La interpretación de los β en los modelos logit es algo más compleja que en los modelos de regresión lineal. Dado que la variable *Yi* es la probabilidad de un evento $Y_i = logit(prob) = ln\left(\frac{prob}{1-prob}\right)$ entonces , donde el último término es la razón de las probabilidades de que ocurra un evento. En este sentido, un coeficiente β mide cuál es el cambio en la razón de probabilidades, dado un aumento de la variable *X*. La interpretación es la siguiente: Si β>1, un aumento de *X* incrementa la probabilidad del evento; si β<1, *X* disminuiría la probabilidad del evento; y si β=1, *X* no afecta la probabilidad del evento. A continuación, se exponen los resultados y su discusión.

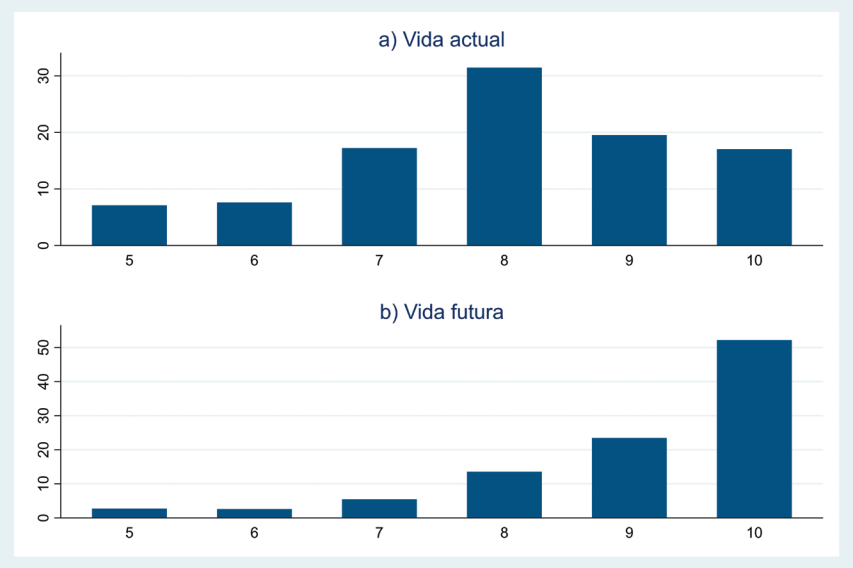
Resultados y discusión

Estadística descriptiva

En la figura 1 destacan dos aspectos. Primero, la mayoría de los empleados dio un valor cercano a ocho para calificar la satisfacción con su vida actual (panel a) y, segundo, sorprende el elevado optimismo de la mitad de los trabajadores que respondió que en cinco años su nivel de vida estaría en el nivel más alto (panel b). Además, se observa que cerca de un tercio de las respuestas (35.2 %) responde que tiene un nivel de satisfacción de 9 o 10 con su vida actual y ese porcentaje se duplica hasta 73.7 % al evaluar la percepción sobre su vida en cinco años.

Figura 1

México: satisfacción de los empleados con la vida actual y la vida futura (porcentaje de respuestas)

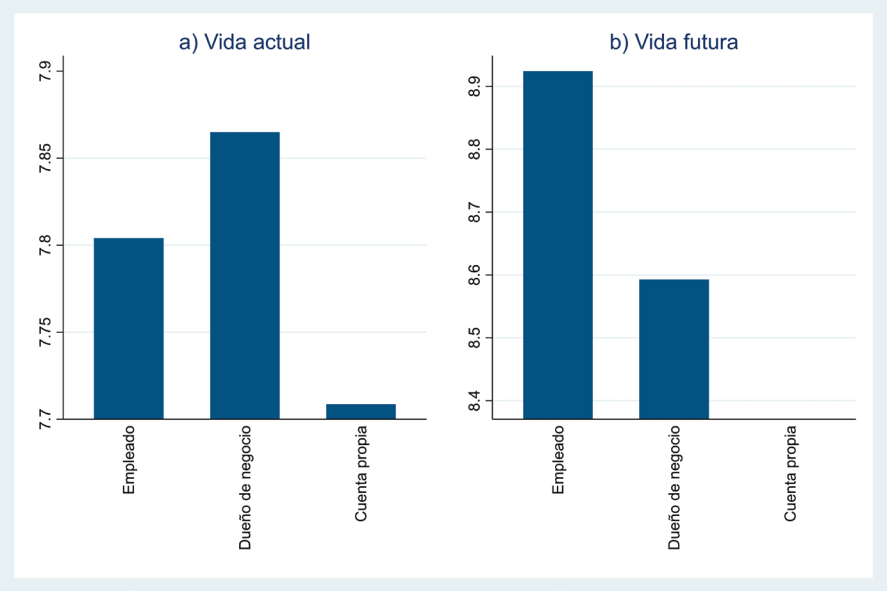


Nota. Se muestra el porcentaje de empleados que eligió cada opción de respuestas. Para simplificar solo se reporta a partir del escalón cinco, las opciones menores a cinco tienen un porcentaje muy pequeño, menor al 2 % de las respuestas. Elaboración con datos de INEGI-ENBIARE (2021).

Comparativamente, la satisfacción de los empleados con su vida actual es menor que la de las personas dueñas de negocios, este hallazgo es consistente con la literatura sobre bienestar. La figura 2 muestra que la satisfacción con la vida futura a cinco años aumenta en los tres grupos de personas económicamente activos. El aumento más notorio es el de los empleados quienes incluso superan en su percepción de satisfacción a las personas dueñas de negocios.

Figura 2

México: nivel de satisfacción de empleados, dueños de negocios y trabajadores por cuenta propia (Escala 0 a 10)



Nota. Los trabajadores por cuenta propia reportan el menor nivel de satisfacción de los tres grupos, evalúan con 7.71 su vida actual y con 8.37 su vida futura. Elaboración con datos de INEGI-ENBIARE (2021).

En la tabla 1 se enlista cuáles son esas prestaciones y se ordenaron de la más frecuente que es el aguinaldo —un bono obligatorio en diciembre— al menos frecuente que es el reparto de utilidades: un porcentaje de la ganancia generada el año previo pagado al trabajador durante abril o mayo. Los grupos de prestaciones tienen entre 3000 y 8000 personas, lo que respaldaría una estimación eficiente. El primer caso es numeroso, equivalente al 30 % de todos los empleados, corresponde a los trabajadores sin ninguna prestación. En el último caso —la cima—, solo el 28 % de los trabajadores declaró gozar de todas las prestaciones previstas en la encuesta. La hipótesis planteada postula que si un trabajador cuenta con un mayor número de prestaciones, ello sería reflejo de mejores condiciones laborales (De la Torre-Ruiz *et al*., 2019), lo que se traduciría en una mayor satisfacción en la vida actual y futura de los empleados (Sirgy *et al*., 2021).

Tabla 1

México: porcentaje de empleados que tienen prestaciones laborales

Grupo	Prestaciones	Acumulación de prestaciones	Sí tiene	Personas
Cero	Ninguna		30 %	3614
Una	1 Aguinaldo (bono obligatorio en diciembre)	1	69 %	8211
	2 Servicio médico público por su trabajo	1+2	59 %	7002
Tres	3 Vacaciones con goce de sueldo	1+2+3	55 %	6578

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

	4 Incapacidad médica con sueldo	1+2+3+4	51 %	6122
	5 Fondo de pensión (ahorro para el retiro)	1+2+3+4+5	47 %	5614
Seis	6 Crédito público para la vivienda	1+2+3+4+5+6	45 %	5360
	7 Licencia de maternidad (o paternidad) con sueldo	1+2+3+4+5+6+7	38 %	4 514
Todas	8 Reparto de utilidades	1+2+3+4+5+6+7+8	28 %	3393

Nota. Las prestaciones están ordenadas de la más a la menos frecuente, los porcentajes disminuyen porque hay un menor número de trabajadores que cuentan simultáneamente con todas las prestaciones. Elaboración con datos de INEGI-ENBIARE (2021).

Análisis de regresión

Los coeficientes estimados se reportan en la tabla 2. Se presentan variantes de la ecuación estimada para evaluar la estabilidad de los coeficientes. Inicialmente, se excluyeron las variables de control y las interacciones. Las estimaciones finales incluyeron alguna interacción, ya sea entre las prestaciones laborales y el aumento de ingresos, o alternativamente, entre las prestaciones y la variable que captura si la opinión del trabajador es tomada en cuenta.

En las columnas [1] a [4], se utilizó como variable dependiente la satisfacción con la vida actual, mientras que en las columnas [5] a [8] se utilizó la satisfacción con la vida futura (a 5 años). En general, se observa que los coeficientes muestran una relativa estabilidad entre las diferentes especificaciones.

Al añadir las variables de control, se observa un aumento en el pseudo-R2 y en el porcentaje de casos correctamente clasificados. Junto al pseudo-R2, el estadístico del área bajo la curva ROC indica que el ajuste es superior para la variable satisfacción con la vida actual. Otros estadísticos, como el porcentaje de casos correctamente clasificados o el ratio de desviación, no revelan diferencias significativas entre el grado de ajuste cuando se utiliza como variable dependiente la satisfacción con la vida actual o con la vida futura.

El conjunto de estimaciones es válido, ya que se verifica la ausencia de multicolinealidad (mediante la prueba de inflación de varianza) y no se rechaza la hipótesis ($\chi 2$) de que los modelos presentan un buen ajuste. En la tabla 2, únicamente se presenta un resumen de las estimaciones, y los coeficientes están expresados como cocientes de probabilidades (*odds ratios*).

Tabla 2

Efecto de las prestaciones laborales en la satisfacción con la vida (cociente de probabilidades)

	Vida actual				Vida futura			
	[1]	**[2]**	**[3]**	**[4]**	**[5]**	**[6]**	**[7]**	**[8]**
Prestaciones (base = Ninguna)								
Una (i.e. aguinaldo)	1.103**	1.096**	1.402**	1.207**	1.257**	1.050**	1.085**	1.274**
Tres	1.450**	1.401**	1.522**	1.486**	1.498**	0.940	0.879**	1.167**
Seis	1.401**	1.289**	1.321**	1.985**	1.836**	1.051	1.031	1.220**
Todas (Ocho)	1.374**	1.307**	1.175**	1.934**	2.299**	1.328**	1.396**	1.460**
Aumento de ingreso (base = No)								

Sí	1.124	0.988	0.907**	0.988	1.149*	1.030	1.051*	1.030
Opinión tomada en cuenta (base = A veces)								
Sí	1.421**	1.126	1.125	1.427**	1.492**	1.261**	1.262**	1.388**
No	0.889	1.003	1.001	1.406**	0.822	0.946	0.946	1.159**
Interacciones y controles								
Interacción (Prestaciones × Aumento de ingreso)	No	No	Sí	No	No	No	Sí	No
Interacción (Prestaciones × Opinión tomada en cuenta)	No	No	No	Sí	No	No	No	Sí
Variables de control	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Estadísticos de ajuste								
Pseudo R2	0.012	0.192	0.193	0.193	0.033	12.23	0.123	0.123
Porcentaje correctamente clasificados	64.73	74.26	74.19	74.25	73.83	75.58	75.66	75.63
Promedio de Factor de Inflación de la Varianza	1.84	3.21	3.31	3.95	1.84	3.200	3.30	3.94
Área bajo la curva ROC	0.5716	0.7874	0.7879	0.7879	0.6256	0.7374	0.7377	0.7377
Ratio de desviación	0.8575	0.8838	0.8839	0.8839	0.8784	0.8898	0.8899	0.8899
Bondad de ajuste (prob(χ^2))	0.2136	0.1445	0.1500	0.1398	0.2321	0.5803	0.5805	0.5502
Observaciones	10 731	10 707	10 707	10 707	10 712	10 712	10 712	10 712

Nota: ** p<.01, * p<.05. Estimación logit donde toma el valor 1 si se respondió que la satisfacción con la vida era de 9 o 10, los coeficientes están expresados como odds ratio. Si el coeficiente = 1 indica que la probabilidad del evento (alta satisfacción con la vida) es la misma que en la categoría base; si el coeficiente > 1, entonces la probabilidad del evento es mayor que en la categoría base. *Apuntes*: a) Pseudo-R2 indica la mejora en el ajuste del modelo en comparación con un modelo que solo incluya el intercepto, b) El porcentaje correctamente clasificado es el porcentaje de observaciones para las cuales el modelo predice correctamente la categoría de la variable dependiente, c) El Promedio de Factor de Inflación de la Varianza con valores entre 1 y 5 indica un nivel aceptable de multicolinealidad, d) El Área Bajo la Curva ROC es una métrica del rendimiento de modelos de clasificación binaria, que varía de 0 a 1, donde 1 representa una clasificación perfecta, e) El ratio de desviación es una medida que compara la desviación del modelo ajustado con la desviación del modelo que usa solo el intercepto, un valor más cercano a uno indica un mejor ajuste del modelo, y f) Un p-valor alto de indica que no hay evidencia para rechazar que el modelo se ajusta bien. INEGI-ENBIARE (2021).

La evidencia presentada en la tabla 2 muestra que los trabajadores que reciben más prestaciones reportan con mayor frecuencia estar más satisfechos. Este hallazgo es consistente con el de Cuesta-Valiño *et al*. (2024), quienes cuantifican que la satisfacción laboral tiene un efecto sobre la felicidad casi equivalente al de la satisfacción con la vida social. La asignación de prestaciones laborales tiene un efecto significativo, mientras que los aumentos de ingresos, por sí solo, no muestran el mismo patrón; sus coeficientes fluctuaron en torno a 1, lo que sugiere que una política de aumento de ingresos no se traduce en una mayor probabilidad de satisfacción.

En perspectiva, una política de ingresos aislada no tiene un impacto positivo, pero cuando se combinan políticas (interacción entre prestaciones × aumento de ingresos), surge un efecto *indirecto* en el que el aumento de ingresos potencia el efecto positivo de las prestaciones. Por lo tanto,

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

una decisión gerencial sobre la evolución de los ingresos laborales debería considerar que los aumentos de ingresos repercuten directamente sobre la satisfacción con la vida *futura* y, de manera indirecta, a través de las prestaciones, sobre la satisfacción con la vida actual (ver figura 3b).

Complementariamente, se estimó el efecto de considerar la opinión de los empleados. A diferencia de los aumentos de ingresos, considerar la opinión sí tiene un efecto directo sobre el bienestar. En este sentido, Galván-Vela *et al*. (2024) analizan la interacción entre satisfacción laboral, compromiso afectivo y felicidad laboral. Los coeficientes estimados muestran valores mayores que uno, lo que indica que la probabilidad de reportar satisfacción con la vida es mayor cuando la opinión de los empleados es escuchada constantemente en sus lugares de trabajo, en comparación con cuando se les toma en cuenta ocasionalmente o nunca. Por sí misma, la política de dar voz a los trabajadores es efectiva para mejorar su bienestar. Además, considerar la opinión de los empleados también tiene un efecto positivo indirecto cuando interactúa con las prestaciones (ver figura 3c).

En las columnas [4] y [8] de la tabla 2 se reportan los coeficientes de las ecuaciones que incluyen la interacción entre prestaciones y la consideración de la opinión de los empleados. Comparativamente, estas columnas presentan los coeficientes con los valores más altos, lo que sugiere que las organizaciones que simultáneamente otorgan prestaciones y consideran las opiniones de los empleados son las que tienen la mayor probabilidad de contar con trabajadores con alta satisfacción tanto con la vida actual como con la vida futura.

A modo de síntesis, se presenta la figura 3. En el panel izquierdo se muestran los resultados utilizando la variable de satisfacción con la vida actual, y en el panel derecho, la satisfacción con la vida futura. En la parte superior (paneles a), se observa que aquellos empleados con un mayor número de prestaciones son los que tienen una mayor probabilidad de responder positivamente a la pregunta de si están satisfechos con la vida. Estos resultados provienen de las estimaciones sin interacciones, basadas en las columnas [2] y [6] de la tabla 2. Se encontró que, cuando el número de prestaciones es bajo, solo aumenta la satisfacción con la vida actual. Sin embargo, al alcanzar la mayoría o todas las prestaciones, se logra una mayor probabilidad de estar satisfechos tanto con la vida actual como con la futura. Como se ha señalado, los gerentes pueden utilizar las prestaciones laborales como instrumentos potenciales para incrementar el bienestar de los empleados, y combinarlas con otros recursos, como las analíticas de recursos humanos, que no solo contribuyen a la gestión del cambio en las organizaciones, sino también al aumento del bienestar laboral (Abellán-Sevilla *et al*., 2024).

En la parte media de la figura 3 (paneles b) se profundiza en el efecto de las prestaciones y su relación con los aumentos de ingresos. Estos hallazgos provienen de las estimaciones [3] y [7] de la tabla 2 (interacción prestaciones × aumento de ingreso). El mensaje central de los paneles a se mantiene, y se agrega lo siguiente: independientemente del número de prestaciones, aquellos trabajadores que reciben aumentos anuales de ingresos responden con mayor frecuencia que están satisfechos con la vida, en comparación con aquellos que no los reciben. El comportamiento de las gráficas en los paneles b muestra que, para lograr el efecto positivo de las prestaciones, es necesario otorgar las prestaciones acompañadas de aumentos anuales en el ingreso.

Finalmente, en la parte inferior de la figura 3 se ofrece otra perspectiva. En lugar de mostrar el efecto indirecto del aumento de ingresos, los paneles c muestran cómo cambia el efecto de las prestaciones si, en una organización, la opinión de los empleados *siempre* se toma en cuenta, se toma en cuenta *a veces*, o *nunca* se toma en cuenta. Para las gerencias que buscan incidir positivamente en el bienestar, la *mejor* alternativa es ofrecer prestaciones laborales y, simultáneamente, tomar en cuenta la opinión de los empleados. Por debajo de esta mejor alternativa, tomar *a veces* en cuenta las opiniones contribuye a la satisfacción solo con la vida *actual*, siempre y cuando los trabajadores gocen de la mayoría o de todas las prestaciones. Finalmente, la estrategia con el *menor* impacto positivo sería otorgar prestaciones sin tomar en cuenta las opiniones (ver figura 3c).

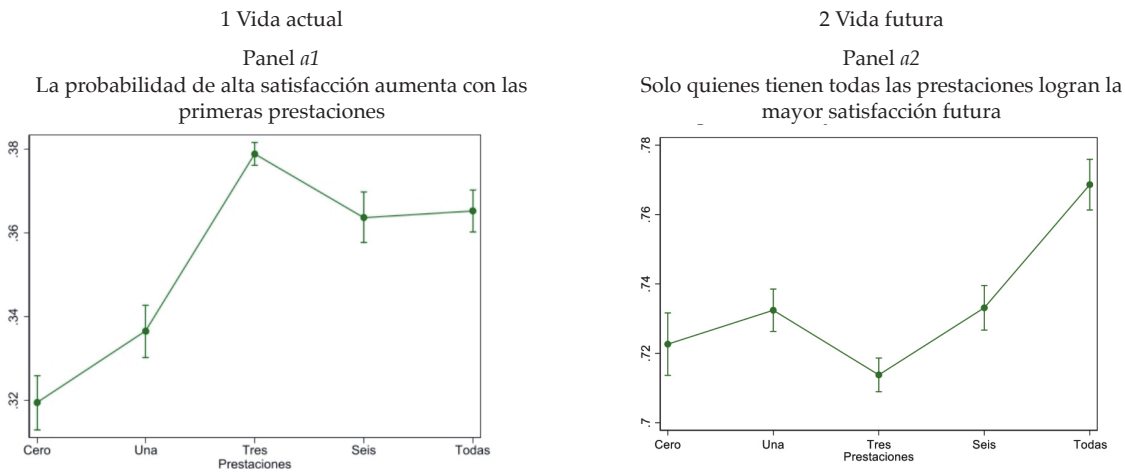
No se reportan las estimaciones de la interacción triple: prestaciones × aumento de ingresos × tomar en cuenta las opiniones. Este análisis se consideró más allá del alcance del presente artículo y podría ser abordado en futuras investigaciones. Los resultados aquí presentados permiten recomendar a las empresas no solo proporcionar prestaciones laborales, sino que, para lograr mayores efectos positivos, estas prestaciones deberían ir acompañadas de aumentos en los ingresos o, alternativamente, de la atención a las opiniones de los trabajadores. Si se implementaran conjuntamente las tres acciones, el efecto sería positivo, especialmente cuando los trabajadores cuentan con pocas prestaciones.

Otros autores han reportado que las prestaciones laborales aumentan la satisfacción de los trabajadores (Guest, 2017; Fang *et al*., 2019; Medina-Garrido *et al*., 2017). En este sentido, se ha observado que los trabajadores a tiempo completo reportan mayor bienestar que aquellos a tiempo parcial, y estos últimos tienen mayor bienestar que los desempleados (Layard y De Neve, 2023; Cortés *et al*., 2013). Una evidencia imperfecta de que la productividad tiene una relación positiva con el bienestar es que las personas reportan niveles más altos de satisfacción con la vida en las concentraciones urbanas más grandes. Se sabe que la productividad es más elevada en las ciudades de mayor tamaño (Duranton y Puga, 2020).

Las estimaciones presentadas fueron muy consistentes. Para mostrar esto, se compararon diferentes especificaciones, con y sin variables de control, así como con y sin variables de interacción (ver tabla 2). Además, utilizando el mismo conjunto de variables predictoras, se observó un comportamiento similar entre las variables satisfacción con la vida actual y satisfacción con la vida futura. La estabilidad de los parámetros proporciona la confianza de que los hallazgos pueden servir para diseñar políticas de productividad y bienestar en las organizaciones (Gorard, 2021).

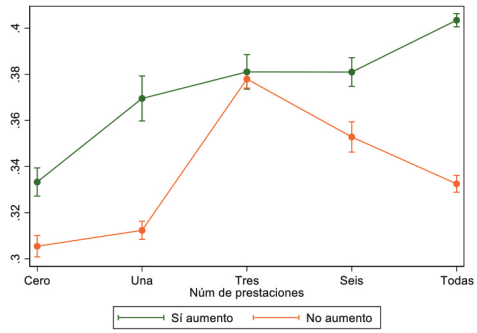
Figura 3

Predicciones del modelo: efectos de prestaciones, aumento de ingresos y opinión tomada en cuenta (probabilidad de alta satisfacción con la vida)

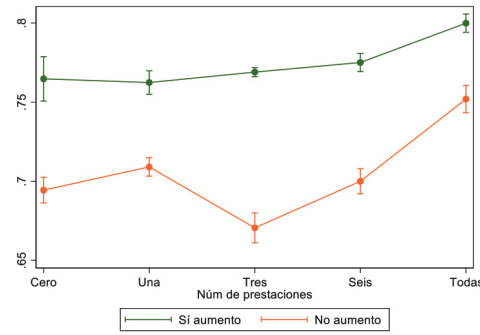


© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

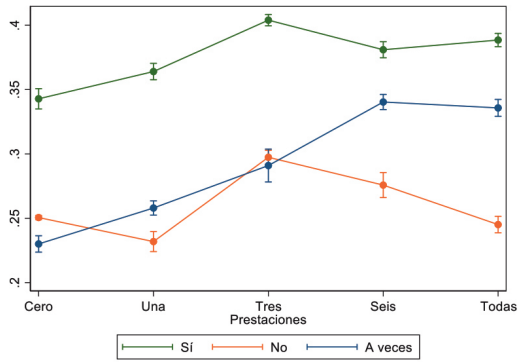
Panel *b1*
Los aumentos de ingresos y tener muchas prestaciones maximizan la probabilidad de alta satisfacción



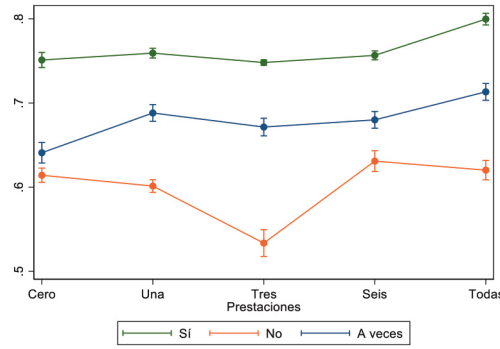
Panel *b2*
La probabilidad de alta satisfacción futura ocurre con todas las prestaciones y al recibir aumentos anuales de ingresos



Panel *c1*
Tomar en cuenta la opinión de los empleados eleva mucho la probabilidad de alta satisfacción independientemente del número de prestaciones otorgadas



Panel *c2*
Tomar *siempre* en cuenta la opinión tiene la mayor probabilidad de satisfacción, en comparación a hacerlo *a veces*; la menor probabilidad es *nunca* atender las opiniones



Nota. Alta satisfacción con la vida se mide con respuestas 9 y 10. Estimaciones de la tabla 2.

Conclusiones

Este artículo tuvo como objetivo estimar el efecto de ocho prestaciones laborales en la satisfacción que reportan los empleados con su vida. Se proporciona evidencia de que las prestaciones laborales inciden positivamente en el bienestar de los empleados, tanto en su satisfacción con la vida actual como con la vida futura. La literatura existente señala que el aumento del bienestar es un factor que contribuye al incremento de los indicadores de desempeño en las organizaciones. Así, los gerentes podrían, al mismo tiempo, fomentar el bienestar subjetivo de los trabajadores y promover una mayor productividad a largo plazo.

A diferencia de lo reportado en la literatura, donde se estudian prestaciones como la flexibilidad de horario laboral o la posibilidad de realizar trabajo desde casa, en el caso mexicano analizado, las prestaciones laborales son mucho más esenciales. Entre ellas se incluyen: derecho a pensión, a la salud, a la vivienda, y vacaciones con goce de sueldo, entre otras. En este contexto, no sorprende que, a mayor número de prestaciones, crezca la probabilidad de estar satisfecho con la vida actual y futura. Cabe recordar que en el análisis presentado se realizó un tratamiento diferenciado de las prestaciones, de modo que las más comunes entre los trabajadores aparecieran al principio, mientras

que las menos frecuentes —y probablemente las más valoradas— se incluyeran al final.

Una limitación del estudio fue la ausencia de una variable de ingreso laboral en el contenido de la encuesta. Idealmente, y para corroborar los resultados, se podría intentar identificar la relación entre el nivel de ingresos y el número de prestaciones recibidas. No se descarta que el aumento en el bienestar derivado de las prestaciones esté correlacionado con un mayor nivel de ingresos. Para subsanar la falta de una variable de ingresos, en la estimación se utilizó como variable *proxy* del ingreso la variable categórica de tamaño de localidad, así como efectos fijos por estado para controlar las variables no observadas, que explican parcialmente el ingreso.

En la elaboración de este artículo fue notoria la escasa literatura sobre ingresos no monetarios y prestaciones laborales. Por lo tanto, el análisis contribuye a esta área poco investigada al evaluar los efectos de diversas prestaciones laborales y, en particular, al exponer las características de un país latinoamericano: México.

Los hallazgos aportan una dimensión laboral a los estudios sobre bienestar subjetivo, que suelen excluir la satisfacción en el trabajo, concentrándose en la satisfacción con la vida en general.

Finalmente, basándose en los resultados obtenidos, se puede sugerir como una futura línea de investigación el uso de las características laborales como una variable explicativa al evaluar el desempeño productivo en las organizaciones.

Referencias bibliográficas

Abellán-Sevilla, A.-J., Ortiz-de-Urbina-Criado, M. y Mora-Valentín, E.-M. (2024). Analíticas de recursos humanos para la gestión del cambio y de la felicidad. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 14*(28), 221-236. https://doi.org/10.17163/ret.n28.2024.03

Aghion, P., Akcigit, U., Deaton, A. y Roulet, A. (2016). Creative destruction and subjective well-being. *American Economic Review, 106*(12): 3869-3897. https://doi.org/10.1257/aer.20150338

Arredondo, R. N., Davia, M. A. y Varela, R. (2022). Decent work in Mexico: the influence of the economic environment and openness to the outside world. *Problemas del desarrollo, 53*(211), 29-53. https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2022.211.69886

Bellet, C. S., De Neve, J.-E. y Ward, G. (2023). Does employee happiness have an impact on productivity? *Management Science 70*(3), 1656-1679. https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.4766

Bryson, A., Forth, J. y Stokes, L. (2017). Does employees' subjective well-being affect workplace performance? *Human Relations, 70*(8), 1017-1037. https://doi.org/10.1177/0018726717693073

Cameron, A. C. y Trivedi, P. K. (2022). Binary Outcome Models. En *Microeconometrics Using Stata*, vol. II, Second Edition. Routledge.

Ceja, E. C. (2019). *Análisis de las prestaciones laborales y de seguridad social bajo un régimen formal e informal en México*. (Tesis). Universidad Vasco de Quiroga.

Charles-Leija, H. (2022). Análisis exploratorio de datos de Bienestar Subjetivo en México, 2013 a 2020. *Panorama Económico, 18*(37), 209-228. https://doi.org/10.29201/peipn.v18i37.135

Cortés Aguilar, A., García Muñoz, T. M. y Moro-Egido, A. I. (2013). Heterogeneous self-employment and satisfaction in Latin America. *Journal of Economic Psychology, 39*, 44-61. https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.001

Cuesta-Valiño, P., Penelas-Leguía, A., López-Sanz, J. M. y Ravina-Ripoll, R. (2024). Job satisfaction and happiness keys in the prosocial behavior of citizens in Europe. *BMC psychology, 12*(1), 524. https://doi.org/10.1186/s40359-024-01972-7

De la Torre-Ruiz, J. M., Vidal-Salazar, M. D. y Cordón-Pozo, E. (2019). Employees are satisfied with their benefits, but so what? The consequences of benefit satisfaction on employees' organizational commitment and turnover intentions. *The International Journal of Human Resource Management, 30*(13), 2097-2120. https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1314315

Dugain, V. y Olaberriá, E. (2015). What Makes Mexicans Happy? *OECD Economic Department Working Papers*, 1196. https://doi.org/10.1787/18151973

Duranton, G. y Puga, D. (2020). The economics of urban density. *Journal of Economic Perspectives, 34*(3), 3-26. https://doi.org/10.1257/jep.34.3.3

Fang, T., Lee, B., Timming, A. R. y Fan, D. (2019). The effects of work-life benefits on employment outcomes in Canada: A multivariate analysis. *Relations industrielles/Industrial relations, 74*(2), 323-352. https://doi.org/10.7202/1062086ar

Galván-Vela, E., Ravina-Ripoll, R., Salazar-Altamirano, M. A. y Sorzano-Rodríguez, D. M. (2024). El trinomio compromiso, satisfacción y justi-

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

cia organizacional en el binomio felicidad e intención de rotar. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 14*(28), 187-202. https://doi.org/10.17163/ret.n28.2024.01

Gorard, S. (2021). *How to Make Sense of Statistics*, SAGE.

Guest, D. E. (2017). Human resource management and employee well-being: Towards a new analytic framework. *Human Resource Management Journal, 27*(1), 22-38. https://doi.org/10.1111/1748-8583.12139

Hansen, B. E. (2022). Binary Choice. En *Econometrics*. Princeton University Press.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2024). *Cuestionario de Ocupación y Empleo*. Encuesta Nacional de Empleo, INEGI. México. https://bit.ly/4i5tkR6

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2021). *Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado* [ENBIARE]. INEGI, México. https://bit.ly/43dCaYG

Ichniowski, C. y Shaw, K. (2003). Beyond incentive pay: Insiders' estimates of the value of complementary human resource management practices. *Journal of Economic Perspectives, 17*(1), 155-180. https://doi.org/10.1257/089533003321164994

Isham, A., Mair, S. y Jackson, T. (2021). Worker wellbeing and productivity in advanced economies: Re-examining the link. *Ecological Economics, 184*, 106989. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106989

Johansson Sevä, I., Vinberg, S., Nordenmark, M. y Strandh, M. (2016). Subjective well-being among the self-employed in Europe: macroeconomy, gender and immigrant status. *Small Business Economics, 46*, 239-253. https://doi.org/10.1007/s11187-015-9682-9

Kahneman, D. y Krueger, A. B. (2006). Developments in the Measurement of Subjective Well-Being. *Journal of Economic Perspectives, 20*(1), 3-24. https://doi.org/10.1257/089533006776526030

Kapteyn, A., Lee, J., Tassot, C., Vonkova, H. y Zamarro, G. (2015). Dimensions of subjective well-being. *Social Indicators Research, 123*, 625-660. https://doi.org/10.1007/s11205-014-0753-0

Kato-Vidal, E. y Hernández-Mendoza, P. (2024). Subcontracting retreat: early estimates using administrative data. *Revista de economía mundial*, (66), 25-42.

Layard, R. y De Neve, J. E. (2023). Wellbeing: Science and Policy. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781009298957

Maestas, N., Mullen, K. J., Powell, D., Von Wachter, T. y Wenger, J. B. (2023). The value of working conditions in the United States and implications for the structure of wages. *American Economic Review, 113*(7), 2007-2047. https://doi.org/10.1257/aer.20190846

Medina-Garrido, J. A., Biedma-Ferrer, J. M. y Ramos-Rodríguez, A. R. (2017). Relationship between work-family balance, employee well-being and job performance. *Academia Revista Latinoamericana de Administración, 30*(1), 40-58. https://doi.org/10.1108/ARLA-08-2015-0202

Mize, T. D. (2019). Best practices for estimating, interpreting, and presenting nonlinear interaction effects. *Sociological Science, 6*, 81-117. https://doi.org/10.15195/v6.a4

Murtin, F. y Siegerink, V. (2023). Valuing business impacts in the areas of wage inequality and employee well-being. *OECD Papers on Well-being and Inequalities, 15*. OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/740deb2f-en

Nasamu, E., Connolly, S., Bryan, M. y Bryce, A. (2021). Evaluating the costs and benefits of workplace wellbeing initiatives. In P. Brough, K. Daniels y E. Gardiner (eds.), *Handbook on Management and Employment Practices* (Handbook Series in Occupational Health Sciences). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-24936-6_38-1

OECD. (2013). *Guidelines on Measuring Subjective Well-being*. OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/9789264191655-en

Pontarollo, N., Orellana, M. y Segovia, J. (2020). The determinants of subjective well-being in a developing country: The Ecuadorian case. *Journal of Happiness Studies, 21*(8), 3007-3035. https://doi.org/10.1007/s10902-019-00211-w

Senik, C. (2005). Income distribution and well-being: what can we learn from subjective data? *Journal of Economic Surveys, 19*(1), 43-63. https://doi.org/10.1111/j.0950-0804.2005.00238.x

Shaw, K. (2009). Insider econometrics: A roadmap with stops along the way. *Labour Economics, 16*, 607-617. https://doi.org/10.1016/j.labeco.2009.09.001

Sirgy, M. J., Yu, G. B., Lee, D. J., Joshanloo, M., Bosnjak, M., Jiao, J., Ekici, A., Atay, E. y Grzeskowiak, S. (2021). The dual model of materialism: Success versus happiness materialism on present and future life satisfaction. *Applied Research in Quality of Life, 16*, 201-220. https://doi.org/10.1007/s11482-019-09763-8

Soukiazis, E. y Ramos, S. (2016). The structure of subjective well-being and its determinants: A micro-data study for Portugal. *Social Indicators Research, 126*, 1375-1399. https://doi.org/10.1007/s11205-015-0938-1

VanderWeele, T. J., Trudel-Fitzgerald, C., Allin, P., Farrelly, C., Fletcher, G., Frederick, D. E., Hall, J., Helliwell, J. F., Kim, E. S., Lauinger, W. A., Lee, M. T., Lyubomirsky, S., Margolis, S., McNeely, E., Messer, N., Tay, L., Viswanath, V., Węziak-Białowolska, D., y Kubzansky, L. D. (2020). Current recommendations on the selection of measures for well-being. *Preventive Medicine, 133*, article 106004. https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106004

Ward, G. (2022). *Happiness at work: essays on subjective wellbeing in the workplace and labor market*. (Doctoral dissertation). Massachusetts Institute of Technology. https://bit.ly/433DNYX

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

abril-septiembre 2025
pp. 165-179
https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.10

Relación entre comunicación interna, responsabilidad social corporativa y bienestar laboral en empresas de servicios

Relationship between internal communication, corporate social responsibility and workplace well-being in service companies

Alexandra Soler-Sanchis
Estudiante de Doctorado en Marketing de la Universitat de València, Valencia, España
asosan3@alumni.uv.es
https://orcid.org/0000-0003-1425-4602

Irene Gil-Saura
Profesora e investigadora de la Universitat de València, Valencia, España
irene.gil@uv.es
https://orcid.org/0000-0002-5758-0806

Gloria Berenguer-Contri
Profesora e investigadora de la Universitat de València, Valencia, España
gloria.berenguer@uv.es
https://orcid.org/0000-0002-8063-6791

Recibido: 12/01/25 **Revisado:** 02/02/25 **Aprobado:** 21/02/25 **Publicado:** 01/04/25

Resumen: esta investigación explora en profundidad el efecto de la comunicación interna formal e informal a través de redes sociales corporativas, en la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna y su contribución al bienestar laboral de los empleados. El estudio se centra en dos empresas españolas pertenecientes al sector servicios (subsectores de logística y salud), de las cuales se obtuvo una muestra de 242 empleados que hacen uso de manera habitual de una red social corporativa para sus interacciones laborales. El diseño de la investigación fue cuantitativo, transversal, descriptivo y correlacional. El modelo teórico propuesto se analizó mediante ecuaciones estructurales basadas en mínimos cuadrados parciales, lo cual permitió analizar las relaciones entre las variables implicadas. Los resultados muestran un efecto diferencial de la comunicación interna formal e informal sobre las variables examinadas, evidenciando la relevancia de priorizar esta tecnología por los beneficios constatados en las variables analizadas (bienestar laboral y responsabilidad social corporativa interna). Estas observaciones aportan una perspectiva innovadora y digital a las organizaciones y ponen en relieve la necesidad de priorizar la comunicación interna a través de redes sociales corporativas. Asimismo, se pone de manifiesto la relevancia de contar con una estrategia sólida de comunicación interna para maximizar la efectividad de las acciones de responsabilidad social corporativa interna que la empresa propone y contribuir así a un mayor nivel de bienestar laboral de los empleados.

Palabras clave: comunicación interna formal, comunicación interna informal, redes sociales corporativas, responsabilidad social corporativa interna, bienestar laboral

Cómo citar: Soler-Sanchis, A., Gil-Saura, I. y Berenguer-Contri, G. (2025). Relación entre comunicación interna, responsabilidad social corporativa y bienestar laboral en empresas de servicios. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 15*(29), pp. 165-179. https://doi.org/10.17163/ret.n29.2025.10

Abstract: the aim of this study was to empirically analyze the relationships between the dimensions of organizational justice, job satisfaction, and organizational commitment with work happiness and turnover intention among academic workers in Mexico. To this end, a sample of 393 higher education faculty members in Mexico was surveyed. The statistical technique of structural equation modeling (CB-SEM) was used to analyze the data. The study's results show that, on the one hand, the variables of job satisfaction, organizational commitment, and organizational justice are interrelated among these workers, and on the other hand, that these variables positively explain work happiness and negatively explain turnover intention. This information is relevant for university leaders to undertake a strategic direction oriented towards Happiness Management. This way, their human capital can perform their professional activities in an environment of positive emotions, creativity, joy, and subjective well-being.

Keywords: internal formal communication, internal informal communication, corporate social networks, internal corporate social responsibility, work well-being.

Introducción

El bienestar laboral es un tema de creciente interés que se asocia a la alta productividad y satisfacción de los empleados lo que simultáneamente favorece la consecución de una ventaja competitiva sostenible en las empresas (Tabala *et al*., 2024). La falta de bienestar en el ámbito laboral tiene un impacto directo en los costes empresariales asociados a las bajas por enfermedad, al aumento del absentismo laboral, la rotación laboral y la disminución del rendimiento laboral (Galván-Vela *et al*., 2024). Según Davids *et al*. (2024) es necesario analizar la forma en que las organizaciones fomentan entornos de trabajo seguros, emocional y psicológicamente para reducir estas consecuencias.

En este contexto, la comunicación interna es una herramienta muy importante, ya que optimiza el flujo de información e ideas, potencia la colaboración y el trabajo en equipo, favorece la consecución de objetivos empresariales y contribuye a mejorar el bienestar laboral de los empleados (Tkalac Verčič *et al*., 2024). Por todo ello, desde hace décadas el estudio de la comunicación interna ha despertado un creciente interés en la academia, persistiendo hasta la actualidad (Ravina-Ripoll *et al*., 2023). En el ámbito de la comunicación interna Lee (2022) diferenció entre la comunicación que se establece entre la empresa como un todo y el empleado, de tipo corporativa e índole más formal, y la comunicación que se establece entre el supervisor y el empleado, de ámbito más jerárquica y de índole más informal. La transformación digital en la sociedad está redefiniendo la nueva forma de entender la comunicación en las empresas, convirtiéndose en una de las áreas con mayor necesidad de desarrollo e investigación (Badham *et al*., 2024). En este nuevo contexto, el uso de las redes sociales corporativas (en adelante, RRSSCC) facilita que la comunicación entre empresa-empleado y entre supervisor-empleado sea mucho más fluida y bidireccional, tanto en relaciones horizontales como verticales (Wuersch *et al*., 2024).

La comunicación de la empresa y los supervisores con los empleados influye en las relaciones internas y el bienestar laboral. Una comunicación cercana y transparente fortalece los vínculos emocionales y fomenta el sentido de cuidado y conexión (Lee *et al*., 2024). Teniendo en cuenta la importancia del bienestar laboral y la comunicación interna en el actual contexto empresarial se plantea como primer objetivo de esta investigación evidenciar cómo las comunicaciones formales (empresa-empleado, en adelante, CIF-EE) e informales (supervisor-empleado, en adelante, CII-SE) de tipo digital pueden mejorar el bienestar laboral en empresas del sector servicios.

Como marco de referencia, se adopta la teoría de las demandas y los recursos del trabajo (JD-R, por sus siglas en inglés) propuesta por Demerouti *et al*. (2001) para poder abordar los objetivos de este estudio. Esta teoría, se trata de un modelo que explica cómo las demandas y los recursos laborales influyen en el bienestar y el desempeño de los empleados. Las demandas laborales implican un esfuerzo físico y/o psicológico constante mientras que los recursos laborales promueven el crecimiento, el aprendizaje y el desarrollo personal. Dada esta perspectiva, en este estudio se presenta la comunicación interna, tanto formal como informal, como un recurso laboral para mejorar el bienestar, dado que, según Stranzl y Ruppel (2024), la percepción que tienen los empleados de las demandas y los recursos laborales inciden directamente en su bienestar laboral.

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

En este contexto, las acciones de responsabilidad social corporativa interna (RSCI) que la empresa propone a los empleados también se consideran un recurso laboral básico para mitigar las demandas laborales y reducir el agotamiento de los empleados (Ma *et al*., 2024). En este sentido, el segundo objetivo es analizar el impacto que estas acciones de RSCI tienen sobre el bienestar laboral. Además, estudios recientes han demostrado que la comunicación interna y la RSCI guardan una estrecha relación con el bienestar laboral (p.e. Jiang y Luo, 2024), ya que la comunicación interna ayuda a los empleados a mejorar la conexión y a involucrarlos en los esfuerzos de RSCI. Por ello, esta investigación busca aportar evidencia sobre esta relación, diferenciando la comunicación formal (empresa-empleado) de la informal (supervisor-empleado), con el fin de guiar a las organizaciones en el fortalecimiento de este recurso laboral, es decir, de la RSCI, y así promover un mayor bienestar entre los empleados.

El artículo se estructura de la siguiente forma. En primer lugar, los objetivos propuestos se relacionarán a través de un modelo teórico que vincula las variables de interés retenidas, derivando una serie de hipótesis que se someterán a contrastación empírica. A continuación, se presentará la metodología utilizada y la exposición de los resultados obtenidos. Finalmente, se señalarán las principales contribuciones teóricas y prácticas, además de delimitar posibles futuras líneas de investigación.

Bienestar laboral

El bienestar laboral de los empleados es un tema de creciente interés en los últimos años tanto en la industria como en el ámbito académico, convirtiendo su debate en imprescindible en el campo de la economía (Hammoudi Halat *et al*., 2023).

Teniendo en cuenta que no existe una definición universalmente reconocida de bienestar, dos perspectivas han dominado la literatura: la hedónica y la eudemónica (Guzzo *et al*., 2022). La perspectiva hedónica se refiere a la consecución de una vida placentera proveniente de fuentes externas que conduce a una satisfacción a corto plazo y suele desencadenarse por actividades relajantes y cómodas (Huang *et al*., 2024). En cambio, la perspectiva eudemónica se percibe como un estado de funcionamiento psicológico positivo que comprende seis dimensiones: autoaceptación, propósito en la vida, autonomía, crecimiento personal, dominio ambiental y relaciones positivas (Tabala *et al*., 2024).

Además, estudios recientes señalan la importancia de no confundir el bienestar laboral con la satisfacción laboral, ya que se consideran conceptos distintos (Alvarez-Torres y Schiuma, 2022). Mientras que la satisfacción laboral hace referencia a los juicios y sentimientos de los empleados, el bienestar laboral, engloba las percepciones, experiencias y resultados positivos que experimentan (Martínez-Falcó *et al*., 2024). Así, resulta importante examinar el concepto de bienestar laboral, especialmente considerando que las empresas cada vez con mayor frecuencia operan en entornos digitales donde el estado afectivo y emocional puede verse afectado (Wang *et al*., 2023).

Teniendo en cuenta la interacción de tipo digital, las redes sociales corporativas (RRSSCC) facilitan la conectividad entre los empleados, lo que mejora su bienestar de manera notable (Cernas-Ortiz y Wai-Kwan, 2021). No obstante, siguen persistiendo discrepancias en la relación entre la comunicación interna y el bienestar en el ámbito laboral. Mientras que algunos académicos han evidenciado implicaciones directas entre ambos constructos (Lee y Kim, 2021), otros no establecen conexiones claras (Choi, 2023), lo que nos lleva a plantear las dos primeras hipótesis:

> H1: La comunicación interna formal y digital entre empresa-empleado impacta positivamente en el bienestar laboral.

> H2: La comunicación interna informal y digital entre supervisor-empleado impacta positivamente en el bienestar laboral.

Responsabilidad social corporativa interna

En sus inicios Davis (1960) presentó una de las definiciones clásicas de la responsabilidad

social, conceptualizándola como las decisiones y acciones de los empresarios que trascienden los intereses puramente económicos. No obstante, Carroll (1979) amplió esta definición al incluir una visión más amplia e incorporar varias perspectivas adicionales: las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales.

En las últimas décadas, el crecimiento sin precedentes de las actividades de responsabilidad social corporativa (RSC) ha impulsado el avance de la investigación en esta área (Ramírez *et al*., 2022). Este trabajo, amplia el conocimiento acumulado sobre esta temática tomando como base al enfoque multidimensional propuesto Turker (2009), quien entiende la RSC desde cuatro dimensiones diferentes: *stakeholders* sociales y no sociales, sociedad, empleados y clientes. Este enfoque, sigue el modelo de Carroll (1979), adoptando una perspectiva más práctica y cuantificable en la actualidad, especialmente en lo que respecta a la medición de las prácticas de RSC. Esta investigación se centra exclusivamente en la dimensión referida a los empleados, es decir, la RSC que se da de forma interna en la empresa (en adelante, RSCI), entendida desde la perspectiva legal y ética.

Investigaciones recientes han puesto de manifiesto que las acciones de RSCI son un recurso laboral primordial que tiene el potencial de mitigar emociones, actitudes y conductas negativas en los entornos laborales, incluyendo la disminución de la rotación y el agotamiento emocional (Tang *et al*., 2024). Dado que la RSCI prioriza el bienestar de los empleados y consigue satisfacer las necesidades psicosociales de los empleados más allá de las financieras (Carlini y Grace, 2021) en este estudio se propone comprobar su impacto sobre el bienestar de los empleados contrastando la siguiente hipótesis:

> H3: La responsabilidad social corporativa interna impacta positivamente en el bienestar laboral.

Comunicación interna formal e informal

La comunicación interna, también denominada comunicación de los empleados, relaciones internas o relaciones públicas internas (Men y Tkalac Verčič, 2021), ha sido reconocida como uno de los ámbitos de más rápido crecimiento en la actual era digital (Wuersch *et al*., 2024). A pesar de ello, la falta de trabajos concluyentes sobre la comunicación interna digital presenta vacíos teóricos que requieren ser abordados (Tkalac Verčič *et al*., 2024).

La dinámica y la cultura en el lugar de trabajo han experimentado cambios notables con la presencia de los *millennials* y el acceso de la Generación Z al lugar de trabajo (Yılmaz *et al*., 2024). Estos cambios se ven acentuados por avances tecnológicos como las redes sociales, la inteligencia artificial, la realidad virtual y el *big data*, los cuales han introducido nuevas oportunidades a los que muchos responsables de empresa deben hacer frente (Men y Tkalac Verčič, 2021). Por esta razón la presencia en aumento de la comunicación digital en los lugares de trabajo es inevitable, especialmente con la incorporación al mercado laboral de las nuevas generaciones (Men *et al*., 2020) y por la evolución de las herramientas de comunicación interna (Tkalac Verčič *et al*., 2024).

Actualmente, existen diferentes formas de comunicación en línea que la empresa pueda implantar. La comunicación interna formal es aquella comunicación que se da escrita y en línea a través de canales que son reconocidos oficialmente por la organización entre la empresa y el empleado. Esta comunicación, sigue una estructura formal o jerárquica de la empresa, facilitando el flujo de información, aumentando la satisfacción laboral y fortaleciendo la confianza de los empleados (Lee, 2022). En cambio, la comunicación interna informal se considera una comunicación más personalizada y espontánea entre dos partes, supervisor y empleado. Ayudan a complementar las debilidades de la comunicación formal, mejoran la toma de decisiones y promueven la innovación (Viererbl *et al*., 2022).

Teniendo en cuenta que la comunicación puede adoptar diferentes formas dentro de una misma organización y según To *et al*. (2015) quienes confirmaron que una mejor comunicación interna formal empresa-empleado (CIF-EE) conduce a una mejor comunicación interna informal supervisor-empleado (CII-SE) en entornos no digitales,

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

este trabajo se centra en la mensajería instantánea como una forma de comunicación textual a través de las redes sociales corporativas (RRSSCC). Se plantea así la cuarta hipótesis:

> H4: La comunicación interna formal y digital entre empresa-empleado tiene un impacto positivo en la comunicación interna informal y digital entre supervisor-empleado.

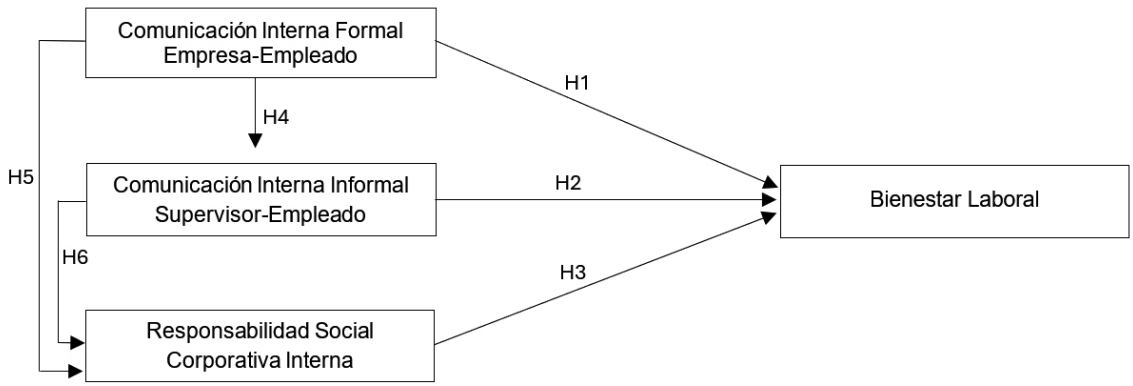
Además, los académicos han sugerido que las empresas deberían encontrar la mejor forma de comunicarse para involucrar a los empleados y convertirlos en defensores de la empresa, particularmente en el contexto de la responsabilidad social corporativa interna (RSCI) (Zhang *et al*., 2024). Dado que la comunicación interna puede darse de manera formal o informal a través de RRSSCC, y que estas pueden generar efectos positivos, como aumentar la transparencia percibida y fortalecer el compromiso de los empleados, resulta necesario analizar el impacto de este nuevo modo de comunicarse en la percepción de la RSCI (Sandham, 2024). Por estas razones, se plantean las dos últimas hipótesis de este estudio:

> H5: La comunicación interna formal y digital entre empresa-empleado impacta positivamente en la percepción que tiene el empleado sobre la responsabilidad social corporativa interna.

> H6: La comunicación interna informal y digital entre supervisor-empleado impacta positivamente en la percepción que tiene el empleado sobre la responsabilidad social corporativa interna.

A continuación, en la figura 1 se presenta el modelo de investigación que sintetiza las relaciones planteadas.

Figura 1
Modelo propuesto



Materiales y métodos

Para alcanzar los objetivos propuestos se ha desarrollado una investigación cuantitativa a través de un cuestionario estructurado autoadministrado. Las variables de estudio han sido evaluadas utilizando diversas escalas provenientes de la literatura, traducidas por expertos en esta área, así como adaptadas a las particularidades y necesidades específicas. La escala para medir el bienestar laboral se fundamenta en la desarrollada por Pradhan y Hati (2022), compuesta por un total de 9 ítems, la cual ha sido considerada óptima debido a su característica sólida, reciente y validada. Para medir la variable responsabilidad social corporativa interna se ha retenido la dimensión dirigida a los empleados que contiene cinco ítems de la escala multidimensional propuesta por Turker (2009). Esta escala es particularmente apropiada para evaluar las prácticas de RSC relacionadas con los empleados, ya que se alinea

con las perspectivas legales y éticas del modelo de Carroll (1979). En cuanto a la comunicación interna, se ha utilizado la escala de To *et al*. (2015) que fue previamente adaptada de la propuesta original de Lings y Greenley (2005), ajustándose a las necesidades específicas del sector servicios. De esta forma, evaluamos las dos dimensiones: la comunicación interna formal entre empresa-empleado (CIF-EE) con cuatro ítems y la informal entre supervisor-empleado (CII-SE) con otros 4. Todos los ítems han sido medidos con una escala de Likert de 7 puntos (1 totalmente en desacuerdo; 7 totalmente de acuerdo) siendo la puntuación número 7 la que presenta una valoración más positiva para medir los resultados. Esta escala de medición es confiable y recomendable en investigaciones de ciencias sociales. Además, permite captar mejor los matices en las opiniones o percepciones de los encuestados (Mumu *et al*., 2022).

Se contó con la colaboración de una empresa que ha desarrollado una aplicación tecnológica de red social corporativa que ya está siendo utilizada por empresas. Este estudio se centra en dos empresas del sector servicios que cuentan con esta red social corporativa para comunicarse con sus empleados. La primera empresa fue un *holding* de logística mercantil, que facilitó el cuestionario a unos 300 empleados. La segunda organización, un hospital que puso el cuestionario a disposición de unos 500 empleados. Ambas empresas fueron consideradas óptimas para el estudio debido a su tamaño y el porcentaje de participantes alcanzado fue de un 22 % y un 30 % respectivamente, alcanzando un total de 242 respuestas.

La recolección de datos tuvo lugar durante los meses de mayo a julio de 2023. Previo al lanzamiento del cuestionario aplicamos las mejores prácticas recomendadas por Podsakoff *et al*. (2024). Adaptamos las escalas validadas e incluimos ejemplos para mejorar la comprensión de las preguntas. Proporcionamos una visión general al inicio y enfatizamos el carácter anónimo del estudio. También, realizamos una prueba piloto a los responsables de comunicación interna de las empresas con el fin de evaluar la claridad, pertinencia y tiempo de respuesta, preservando siempre el significado original. Confirmamos que la red social corporativa constituía un canal idóneo para distribuir el cuestionario, dada su facilidad de uso y familiaridad por los empleados. Con el cuestionario ajustado, aplicamos un muestreo no probabilístico por conveniencia.

A continuación, se presenta la tabla 1 que detalla el perfil demográfico de las personas participantes en el estudio. El 62.81 % de las encuestadas son mujeres, casi el doble que los hombres (37.19 %). La mayoría tiene entre 30-49 años y más de cinco años en la empresa, reflejando un conocimiento de la cultura organizacional. La alta proporción de empleados a jornada completa y con formación elevada podría influir en la interpretación de las variables. Estas características serán importantes para matizar la discusión y las implicaciones del estudio.

Tabla 1
Perfil demográfico

Empleados (n=242)	N	%
Género		
Hombre	90	37.19
Mujer	152	62.81
Edad		
< 20-29 años	53	21.90
30-49 años	160	66.11
> 50 años	29	11.98
Nivel formación		
Sin certificado	1	0.41
Educación Primaria	2	0.83

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Educación Secundaria	9	3.72
Formación Profesional	56	23.14
Carrera Universitaria	100	41.32
Máster o Doctorado	74	30.57
Tiempo en la empresa		
< 2 años	59	24.38
2-5 años	52	21.49
> 5 años	131	54.13
Tipo de jornada laboral		
Tiempo Completo	235	97.11
Tiempo Parcial	7	2.89
Puesto en la empresa		
Dirección	38	15.70
Mando Intermedio	29	11.98
Supervisión	20	8.26
Técnico	74	30.58
Otros	81	33.47

Resultados y discusión

Una vez obtenidos los datos, se procedió a verificar su distribución mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov, determinando la no normalidad, ya que todos los ítems presentaron valores críticos menores a 0.05. En este estudio, se aplicó la técnica de regresión de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM, por sus siglas en inglés) utilizando el software SmartPLS 4 (versión 4.1). La metodología sigue las recomendaciones del estudio de Hair *et al*. (2019), quienes destacan que PLS-SEM es idóneo para estudios exploratorios o la expansión de modelos teóricos estructurales. Este mismo estudio valida la raíz cuadrática media del error de aproximación estandarizado (SRMR, por sus siglas en inglés) como un indicador adecuado de ajuste en PLS-SEM. En este análisis, el SRMR fue 0.05 por debajo del umbral de 0.10 confirmando un buen ajuste del modelo.

Siguiendo con la técnica de PLS-SEM, se obtuvo información sobre la media, la desviación típica, las cargas factoriales, el alfa de Cronbach, la confiabilidad compuesta (RHO_A, por sus siglas en inglés), el índice de fiabilidad compuesta (IFC) y la varianza promedio extraída (AVE, por sus siglas en inglés) para cada uno de los compuestos que integran el modelo (véase a la tabla 2). Nuestros resultados muestran cargas superiores a 0.70 excepto en CIF-EE4, BL3 y BL7. Se observa que el ítem CIF-EE4 "La empresa encuesta a los empleados al menos una vez al año para evaluar la calidad del empleo" y BL3 "Creo que mi trabajo es importante en la empresa" presentan cargas ligeramente inferiores a 0.70. Por otro lado, la BL7 "Suelo mantener un equilibrio entre el trabajo y la vida familiar" tiene una carga inferior, aunque no desciende por debajo del umbral crítico de 0.40 (Hair *et al*., 2019). La fiabilidad compuesta y la consistencia interna muestran valores óptimos entre 0.80 y 0.90, valores recomendados para fases más avanzadas de la investigación (Hair *et al*., 2019). Dado que todos estos indicadores resultaron significativos y para preservar la validez del constructo y la consistencia interna no se excluyó ningún ítem del modelo.

La tabla 2 muestra la varianza extraída media (en adelante, AVE), una medida habitual para determinar la validez convergente a nivel de constructo. Este criterio se define como el valor medio total de las cargas al cuadrado y se espera que alcance un valor de 0.50 o más (Fornell y Larcker, 1981). Por lo tanto, los resultados obtenidos confirman la fiabilidad y la validez convergente del instrumento de medida del modelo estructural.

Tabla 2

Fiabilidad y validez convergente del modelo de primer orden

Factor	Ítem	M	DT	Cargas	t	Cronbach α	RHO_A	IFC	AVE
F1. Comunicación Interna Formal: Empresa-Empleado (CIF-EE)	CIF-EE1 La empresa realiza evaluaciones regulares del personal en las que se discute lo que los empleados desean.	4.50	1.82	0.896**	46.110	0.874	0.898	0.915	0.732
	CIF-EE2 Los gerentes interactúan formal y directamente con los empleados para descubrir cómo hacer que estén más satisfechos.	4.73	1.74	0.908**	60.465				
	CIF-EE3 Los gerentes se reúnen regularmente con los empleados para averiguar qué expectativas tienen de sus trabajos.	4.63	1.72	0.913**	75.867				
	CIF-EE4 La empresa encuesta a los empleados al menos una vez al año para evaluar la calidad del empleo.	5.18	1.67	0.683**	13.177				
F2. Comunicación Interna Informal: Supervisor-Empleado (CII-SE)	CII-SE5 Cuando estamos en el trabajo, nuestro supervisor regularmente nos habla para informarse sobre nuestro trabajo.	5.33	1.57	0.858**	38.030	0.935	0.942	0.954	0.838
	CII-SE6 Cuando estamos en el trabajo y nuestro supervisor nota que uno de nosotros está actuando de manera diferente a lo normal, intentará averiguar por qué.	5.26	1.68	0.926**	60.424				
	CII-SE7 Cuando estamos en el trabajo, nuestro supervisor intenta descubrir qué queremos de la empresa.	5.12	1.66	0.944**	107.883				
	CII-SE8 Cuando estamos en el trabajo, nuestro supervisor intenta averiguar nuestros verdaderos sentimientos sobre los trabajos.	5.18	1.68	0.931**	81.782				

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

F3. Responsabilidad Social Corporativa Interna (RSCI)	RSCI1 Nuestra empresa apoya a los empleados que desean adquirir educación adicional.	5.26	1.60	0.860**	40.083	0.921	0.925	0.941	0.761
	RSCI2 Las políticas de nuestra empresa fomentan que los empleados desarrollen sus habilidades y carreras.	5.28	1.55	0.895**	61.818				
	RSCI3 Nuestra empresa implementa políticas flexibles para proporcionar un buen equilibrio entre el trabajo y la vida para sus empleados.	5.19	1.56	0.899**	70.919				
	RSCI4 La gerencia de nuestra empresa está principalmente preocupada por las necesidades y deseos de los empleados.	4.79	1.71	0.807**	27.519				
	RSCI5 Las decisiones gerenciales relacionadas con los empleados suelen ser justas.	4.83	1.66	0.897**	55.861				
F4. Bienestar Laboral (BL)	BL1 Estoy bastante satisfecho/a con mi trabajo.	5.59	1.35	0.814**	27.492	0.914	0.927	0.930	0.598
	BL2 Disfruto mucho en el trabajo.	5.57	1.30	0.822**	30.420				
	BL3 Creo que mi trabajo es importante en la empresa.	5.86	1.22	0.645**	11.002				
	BL4 El logro en mi trabajo a menudo actúa como una fuente de motivación.	5.74	1.25	0.808**	24.551				
	BL5 Mi lugar de trabajo es muy acogedor.	5.47	1.55	0.716**	19.532				
	BL6 Mi trabajo ofrece un amplio campo para el crecimiento profesional.	5.36	1.54	0.842**	30.513				
	BL7 Suelo mantener un equilibrio entre el trabajo y la vida familiar.	5.24	1.49	0.594**	9.870				
	BL8 A mi empresa le preocupan mucho sus empleados.	4.72	1.74	0.839**	51.949				
	BL9 Mi trabajo ofrece desafíos que ayudan a mejorar mis habilidades.	5.15	1.67	0.835**	35.962				

Nota. M – Media, DT – Desviación Típica, Cronbach, RHO_A – Fiabilidad Compuesta, IFC – Índice de Fiabilidad Compuesta, AVE – Varianza promedio extraída, **p<0.01

En la tabla 3 se verifica que la raíz cuadrada del AVE de cada constructo supera las correlaciones más altas de cualquier otro constructo, lo que confirma la validez discriminante del modelo (Fornell y Larcker, 1981). La ratio *heterotrait-monotrait* (en adelante, HTMT) de las correlaciones, obtiene en todos los casos valores por debajo de 0.90 (Henseler *et al*., 2015). A la luz de estos resultados se confirma la validez discriminante de las medidas utilizadas.

Tabla 3
Validez discriminante

Factor	F1	F2	F3	F4
F1. Comunicación Interna Formal: Empresa-Empleado	0.856	0.566	0.830	0.863
F2. Comunicación Interna Informal: Supervisor-Empleado	0.538	0.915	0.466	0.490
F3. Responsabilidad Social Corporativa Interna	0.756	0.435	0.872	0.867
F4. Bienestar Laboral	0.792	0.461	0.805	0.773

Nota. Diagonal raíz cuadrada del AVE. Correlaciones debajo de la diagonal. Sobre la diagonal la ratio HTMT.

Una vez confirmada la confiabilidad y validez de los instrumentos de medida, se procedió al análisis del modelo estructural. Se utilizaron 5000 muestras *bootstrap* destinadas a evaluar el nomograma PLS (Hair *et al*., 2019). Los resultados del análisis PLS-SEM que se muestran en la tabla 4 indican que en relación con H1 se valida el efecto positivo entre la CIF-EE y el bienestar laboral lo que evidencia que este tipo de comunicación mejora el bienestar laboral (β= 0.413, $p<0.01$). Sin embargo, en la hipótesis H2 se confirma que la CII-SE no favorece a los niveles de bienestar de los empleados (β= 0.031, $p>0.01$). En relación con H3 se demuestra que las acciones de RSCI que la empresa propone se correlacionan positivamente con los niveles de bienestar de los empleados (β= 0.480, $p<0.01$). La hipótesis H4 confirma que la CIF-EE ejerce un impacto positivo en la CII-SE (β= 0.538, $p<0.01$). En cuanto a la hipótesis H5 se confirma que la CIF-EE mejora la percepción de las acciones de RSCI que se pone a disposición de los empleados (β= 0.735, $p<0.01$). Por el contrario, la hipótesis H6 se evidencia que no hay relación significativa entre la CII-SE y la percepción de las acciones de RSCI, lo que indica que este tipo de comunicación no es la idónea para trasladar acciones de RSCI a los empleados (β= 0.040, $p>0.01$).

Los coeficientes de determinación (valor R^2) presentan valores óptimos y la relevancia predictiva de la prueba Q^2 de Stone-Geisser muestran valores superiores a 0, confirmando así la relevancia predictiva del nomograma de una construcción dependiente (Hair *et al*., 2019).

Tabla 4
Modelo estructural y contraste de las hipótesis de la investigación

	Relación Causal	Beta Estandarizado	Valor t	Hipótesis
H1	CIF-EE → BL	0.413**	6.457	Soportada
H2	CII-SE → BL	0.031	0.675	No Soportada
H3	RSCI → BL	0.480**	6.645	Soportada
H4	CIF-EE → CII-SE	0.538**	9.896	Soportada

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

H5	CIF-EE → RSCI	0.735**	16.249	Soportada
H6	CII-SE → RSCI	0.040	0.736	No Soportada

Nota. BL: bienestar laboral; CIF-EE: comunicación interna formal empresa-empleado; CII-SE: comunicación interna informal supervisor-empleado; RSCI: responsabilidad social corporativa interna. BL: R^2=0.728 Q^2= 0.621; RSCI: R^2= 0.573 Q^2= 0.566; CII-SE: R^2= 0.289 Q^2= 0.282. **p<0.01.

Estos resultados tienen importantes implicaciones teóricas y prácticas. Desde el punto de vista teórico, se avanza en la literatura de la comunicación interna para mejorar los niveles de bienestar laboral. Además, se amplía el conocimiento sobre la comunicación interna que tiene lugar en entornos virtuales y en línea, proporcionando respuestas y arrojando luz a las principales líneas de investigación identificadas en la literatura (Men *et al*., 2020; Tkalac Verčič *et al*., 2024).

Desde el punto de vista práctico, las empresas deben estar preparadas para abordar estos nuevos modelos de gestión organizacional donde la comunicación interna y las acciones de RSCI toman gran relevancia en el contexto empresarial. Siguiendo con la perspectiva de Berry *et al*. (1976), en el ámbito de los servicios, se enfatiza la importancia de satisfacer las necesidades de los empleados como primer paso para luego brindar una asistencia excelente a clientes. Este enfoque ensalza la importancia de escuchar y atender las necesidades internas como fundamento para lograr el éxito empresarial y mejorar el bienestar laboral. De este modo, el tipo de comunicación interna que se cultiva en la empresa es importante para lograr el efecto hipotetizado de impulsar la responsabilidad social corporativa interna, mientras que la CIF-EE la potencia, la CII-SE no lo hace. En un entorno laboral cada vez más transversal, dinámico y variable, donde la combinación de trabajo presencial y el teletrabajo es cada vez más común, es vital considerar la comunicación interna como un pilar indispensable para mantener conectados e informados a todos los empleados sobre todo lo que ocurre en línea con los estudios de Stranzl y Ruppel (2024). Sin embargo, debemos ser conscientes de que, como revelan los resultados obtenidos, la comunicación interna informal a través de redes sociales corporativas (RRSSCC) no es el tipo de comunicación preferido para recibir mensajes en línea entre supervisor y empleado (Ollier-Malaterre y Redston, 2024). En este sentido y siguiendo los estudios de Ewing *et al*. (2019) la implementación de RRSSCC enfrenta diversos obstáculos, ya que las diferencias demográficas influyen en la percepción y efectividad de este tipo de comunicación. Nuestro estudio revela que la comunicación de tipo digital no afecta a ninguna variable resultante de las propuestas y puede atribuirse al hecho de que sigue siendo preferible comunicarse de manera más personal y no tan digital debido a las características de los empleados que ocupan hoy en día la fuerza laboral de las empresas objeto de estudio.

Ahora bien, al evaluar el panorama actual y considerando un mundo cada vez más variable y digital, las organizaciones no pueden perder de vista cómo será la comunicación y la relación que los nuevos talentos demandarán en los entornos laborales. Estos hallazgos brindan una comprensión más profunda de cómo implementar una comunicación interna afectiva entre los *stakeholders* internos para mantener un estado de bienestar óptimo y reforzar la cultura organizacional a través de acciones sólidas de responsabilidad social corporativa interna.

Por otro lado, las implicaciones gerenciales derivadas de este estudio redundan en la optimización de estrategias y políticas de comunicación interna en las organizaciones. Los resultados sugieren que los gerentes deben priorizar y fortalecer los canales de comunicación formal entre la empresa y los empleados, utilizando RRSSCC, ya que esta forma de comunicación tiene un impacto positivo en el bienestar laboral y la percepción de las acciones de RSCI. Se sugiere la implementación de programas de capacitación para supervisores y empleados, orientados a mejorar las habilidades de comunicación formal y maximizar el uso efectivo de las RRSSCC. Aunque la comunicación informal entre supervisores y empleados no muestra una influencia relevante

en estas áreas, es necesario que las organizaciones no subestimen su potencial (To *et al*., 2015). Estas acciones pueden contribuir a un entorno laboral más cohesionado y alineado con los objetivos de RSCI de la empresa, promoviendo así un mayor bienestar entre los empleados (Elorza *et al*., 2022).

Este estudio evidencia el impacto que tiene la comunicación interna en el bienestar laboral y las acciones de RSCI. Aún existe un margen de mejora en este ámbito, lo que subraya la necesidad de que las empresas revisen y fortalezcan sus estrategias comunicativas, asegurando mayor claridad y frecuencia en sus mensajes. También, están cada vez más comprometidas en llevar a cabo acciones en beneficio de sus empleados y de la sociedad, pero no deben limitarse únicamente a generar informes de sostenibilidad y posicionarse como referentes en responsabilidad social corporativa, deben comunicar y promover acciones de forma efectiva. Además, desempeñan un papel decisivo en el desarrollo de habilidades tecnológicas entre sus empleados, especialmente en los nuevos contextos de trabajo y la integración de nuevas generaciones en el mercado laboral (Ecklebe y Löffler, 2022). Estas acciones buscan fomentar una mayor participación de los empleados, mejorar su percepción sobre las iniciativas organizacionales y fortalecer su satisfacción y compromiso en el entorno laboral.

Del mismo modo, también deben estar preparadas para satisfacer las demandas de los nuevos empleados, ya que cada vez más los profesionales buscan más allá de un salario que cubra sus necesidades básicas; buscan empresas donde una de sus preocupaciones principales sea el bienestar de sus empleados. Por lo tanto, es importante que se centren en ofrecer salarios acordes al rendimiento, responsabilidad y nivel educativo, además de proporcionar una amplia gama de beneficios como: buenas condiciones laborables, horarios flexibles, desconexión digital, conciliación familiar, etc. Todo esto, unido a sólidos programas de RSCI para convertirse en un atractivo extra frente a empresas competencia y de esta manera, reclutar a los mejores talentos.

Conclusiones

Este estudio se enmarca en la línea de una investigación de gestión estratégica orientada a promover el bienestar laboral, especialmente en el sector servicios. Uno de sus principales aportes es demostrar que la comunicación interna formal entre la empresa y el empleado influye de forma positiva y relevante en el bienestar de ellos. Este hallazgo resulta notable para impulsar una adecuada gestión de la comunicación interna formal que permita a las empresas construir una red de empleados comprometidos, productivos y satisfechos, reduciendo así la rotación interna y el absentismo laboral. Además, las organizaciones que reconozcan la relevancia de este factor e impulsen cambios organizacionales innovadores y disruptivos podrán potenciar el talento de sus empleados, optimizar su desempeño y permitirles aportar su mejor *know-how* (experiencia, conocimiento y toma de decisiones) al desarrollo de la empresa.

Asimismo, se ha constatado que la responsabilidad social corporativa interna contribuye a mejorar el estado de bienestar laboral. En este sentido, se reafirma que la responsabilidad social corporativa interna es un recurso laboral valioso en el marco de la teoría de las demandas y recursos del trabajo. Sin embargo, la comunicación interna informal entre supervisor y empleado no ejerce el mismo efecto que la formal entre empresa y empleado, ya que no se considera relevante ni para la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna ni para el bienestar laboral. Esta conclusión pone de manifiesto la conveniencia de reforzar la comunicación de tipo formal entre la empresa y el empleado por encima de la informal entre supervisor y empleado.

El estudio confirma una relación directa y positiva entre la comunicación interna formal e informal en entornos digitales. Esto sugiere que una comunicación formal bien estructurada facilita la transmisión de información estratégica y fortalece las interacciones informales, fomentando un entorno laboral más colaborativo y alineado con los objetivos empresariales. El valor del actual estudio radica en su evidencia empírica sobre el impacto de la comunicación interna tanto formal

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

como informal a través de redes sociales corporativas y la responsabilidad social corporativa interna en el bienestar laboral. Estos resultados proporcionan una base para que las empresas diseñen estrategias de comunicación más efectivas y alineadas con las necesidades de sus empleados.

Las limitaciones y perspectivas futuras derivadas de esta investigación se fundamenta principalmente en el tamaño de la muestra y la restricción a dos tipos de empresas enmarcadas dentro del sector servicios. Comprender la comunicación informal en el entorno empresarial canalizada a través de redes sociales corporativas es un propósito importante, ya que todavía no existe una escala única y universalmente aceptada para medir este constructo. Además, los avances tecnológicos a menudo van más rápido que las investigaciones y las evidencias científicas sobre sus impactos. Por lo tanto, sería prematuro considerar que la comunicación a través de redes sociales corporativas entre supervisor-empleado no afecta de ninguna manera en el bienestar laboral y en la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna. Si bien se ha evidenciado una sólida cadena de efectos de la comunicación formal empresa-empleado en las acciones de responsabilidad social corporativa interna y el bienestar laboral, sería interesante llevar a cabo este estudio en otras empresas que utilicen diferentes sistemas para realizar su comunicación interna.

Finalmente, otro enfoque relevante para estudios posteriores sería examinar cómo influyen variables demográficas en la comunicación interna y la responsabilidad social corporativa interna en el bienestar laboral.

Agradecimientos

Esta investigación ha sido desarrollada dentro del esquema de trabajo del proyecto con referencia PID2020-112660RB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033, el grupo de investigación consolidado AICO/2021/144 y el CIAICO/2023/069 financiados por la Conselleria d'Innovació, Universitats, Ciència i Societat Digital de la Generalitat Valenciana. Además, ha sido apoyado por la Conselleria d'Educació, Cultura, Universitats i Ocupació de la Generalitat Valenciana, con la co-financiación del Fondo Social Europeo Plus (FSE+).

Referencias bibliográficas

Alvarez-Torres, F. J. y Schiuma, G. (2022). Measuring the impact of remote working adaptation on employees' well-being during COVID-19: Insights for innovation management environments. *European Journal of Innovation Management, 27*(2), 608-627. https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2022-0244

Badham, M., Luoma-aho, V. y Valentini, C. (2024). A revised digital media-arena framework guiding strategic communication in digital environments. *Journal of Communication Management, 28*(2), 226-246. https://doi.org/10.1108/JCOM-03-2023-0031

Berry, L. L., Hensel, J. S. y Burke, M. C. (1976). Improving retailer capability for effective consumerism response. *Journal of retailing, 52*(3), 3-14.

Carlini, J. y Grace, D. (2021). The corporate social responsibility (CSR) internal branding model: Aligning employees' CSR awareness, knowledge, and experience to deliver positive employee performance outcomes. *Journal of Marketing Management, 37*(7-8), 732-760. https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1860113

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review, 4*(4), 497-505. https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296

Cernas-Ortiz, D. A. y Wai-Kwan, L. (2021). Social connectedness and job satisfaction in Mexican teleworkers during the pandemic: The mediating role of affective well-being. *Estudios Gerenciales*, 37-48. https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.158.4322

Choi, Y. (2023). Exploring the impact of technostress on work behaviors: Empirical evidence and interventions for enhanced workplace well-being. *Information Development*. https://doi.org/10.1177/02666669231206763

Davids, J., Bohlken, N., Brown, M. y Murphy, M. (2024). What can be done about workplace wellbeing in emergency departments? There's no petrol for this Ferrari. *International Emergency Nursing, 75*, 101487. https://doi.org/10.1016/j.ienj.2024.101487

Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review, 2*(3), 70-76. https://doi.org/10.2307/41166246

Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F. y Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology, 86*(3), 499-512. https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.499

Ecklebe, S. y Löffler, N. (2022). Who does (not) want to engage in internal social media? Employees' segmentation into different user types. *Public Relations Review, 48*(5), 102249. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102249

Elorza, U., Garmendia, A., Kilroy, S., Van de Voorde, K. y Van Beurden, J. (2022). The effect of high involvement work systems on organisational performance and employee well-being in a Spanish industrial context. *Human Resource Management Journal, 32*(4), 782-798. https://doi.org/10.1111/1748-8583.12436

Ewing, M., Men, L. R. y O'Neil, J. (2019). Using social media to engage employees: insights from internal communication managers. *International Journal of Strategic Communication, 13*(2), 110-132. https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1575830

Fornell, C. y Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Galván-Vela, E., Ripoll, R. R., Altamirano, M. A. S. y Rodríguez, D. M. S. (2024). El trinomio compromiso, satisfacción y justicia organizacional en el binomio felicidad e intención de rotar. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 14*(28), 187-202. https://doi.org/10.17163/ret.n28.2024.01

Guzzo, R. F., Abbott, J. y Lee, M. (2022). How CSR and well-being affect work-related outcomes: A hospitality industry perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34*(4), 1470-1490. https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0754

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Castillo Apraiz, J., Cepeda Carrión, G. y Roldán, J. L. (2019). *Manual de partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2da ed.). OmniaScience.

Hammoudi Halat, D., Soltani, A., Dalli, R., Alsarraj, L. y Malki, A. (2023). Understanding and fostering mental health and well-being among University Faculty: a narrative review. *Journal of Clinical Medicine, 12*(13), 4425. https://doi.org/10.3390/jcm12134425

Henseler, J., Ringle, C. M. y Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), 115-135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Huang, X., Wang, P. y Wu, L. (2024). Well-being through transformation: An integrative framework of transformative tourism experiences and hedonic versus eudaimonic well-being. *Journal of Travel Research, 63*(4), 974-994. https://doi.org/10.1177/00472875231171670

Jiang, H. y Luo, Y. (2024). Driving Employee Engagement through CSR Communication and Employee Perceived Motives: The Role of CSR-Related Social Media Engagement and Job Engagement. *International Journal of Business Communication, 61*(2), 287-313. https://doi.org/10.1177/2329488420960528

Lee, E., Mitson, R. y Xu, H. (2024). The influence of leaders' motivational language on employee well-being through relatedness in remote work environments. *Journal of Communication Management*. https://doi.org/10.1108/JCOM-02-2024-0038

Lee, Y. (2022). Dynamics of millennial employees' communicative behaviors in the workplace: the role of inclusive leadership and symmetrical organizational communication. *Personnel review, 51*(6), 1629-1650. https://doi.org/10.1108/PR-09-2020-0676

Lee, Y. y Kim, J. (2021). Cultivating employee creativity through strategic internal communication: The role of leadership, symmetry, and feedback seeking behaviors. *Public Relations Review, 47*(1), 101998. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101998

Lings, I. N. y Greenley, G. E. (2005). Measuring Internal Market Orientation. *Journal of Service Research, 7*(3), 290-305. https://doi.org/10.1177/1094670504271154

Ma, W., Li, R. Y. M., Manta, O. y Alzuman, A. (2024). Balancing Wellbeing and Responsibility: CSR's role in mitigating burnout in hospitality under UN-SDGs. *Sustainability, 16*(8), 3374. https://doi.org/10.3390/su16083374

Martínez-Falcó, J., Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B. y Millán-Tudela, L. A. (2024). Enhancing employee wellbeing and happiness management in the wine industry: Unveiling the role of green human resource management. *BMC Psychology, 12*(1), 203. https://doi.org/10.1186/s40359-024-01703-y

Men, L. R., O'Neil, J. y Ewing, M. (2020). Examining the effects of internal social media usage on employee engagement. *Public Relations Review,*

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

46(2), 101880. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101880

Men, L. R. y Tkalac Verčič, A. (2021). *Current Trends and Issues in Internal Communication: Theory and Practice*. Springer International Publishing.

Mumu, J., Tanujaya, B., Charitas, R. y Prahmana, I. (2022). Likert Scale in social sciences research: problems and difficulties. *FWU Journal of Social Science, 16*(4), 89-101. https://doi.org/10.51709/19951272/Winter2022/7

Ollier-Malaterre, A. y Redston, M. (2024). Enterprise social networks and the work context: A case study of mandated use. *Information Technology & People*. https://doi.org/10.1108/ITP-05-2023-0411

Podsakoff, P. M., Podsakoff, N. P., Williams, L. J., Huang, C. y Yang, J. (2024). Common method bias: it's bad, it's complex, it's widespread, and it's not easy to fix. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 11*(1), 17-61. https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721-040030

Pradhan, R. K. y Hati, L. (2022). The measurement of employee well-being: Development and validation of a scale. *Global Business Review, 23*(2), 385-407. https://doi.org/10.1177/0972150919859101

Ravina-Ripoll, R., Galvan-Vela, E., Sorzano-Rodríguez, D. M. y Ruíz-Corrales, M. (2023). Mapping intrapreneurship through the dimensions of happiness at work and internal communication. *Corporate Communications: An International Journal, 28*(2), 230-248. https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0037

Ramírez, L. A. R., Toro, C. L. del, Pérez-Campdesuñer, R. y Rodríguez, A. S. (2022). Variables de la responsabilidad social corporativa. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 12*(24), 286-305. https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.06

Sandham, S. (2024). Voice and "digital disruption" in internal communication job advertisements: Proposing a vocality continuum. *Corporate Communications: An International Journal, 29*(3), 346-361. https://doi.org/10.1108/CCIJ-05-2023-0075

Stranzl, J. y Ruppel, C. (2024). Co-creating an appreciative working climate: Discussing reasons for appreciation, forms and roles from a communication perspective. *Journal of Communication Management*. https://doi.org/10.1108/JCOM-12-2023-0133

Tabala, A., Munene, J. C., Kagaari, J., Mafabi, S. y Kyogabiirwe, J. (2024). Psychological well-being of small enterprise employees: A multi-theoretical perspective. *International Journal of Organizational Analysis, 32*(6), 1042-1059. https://doi.org/10.1108/IJOA-03-2023-3673

Tang, A. D., Luu, T. T., Chen, W. K. y Liu, S. C. (2024). Internal corporate social responsibility and customer-oriented organizational citizenship behavior: The mediating roles of job satisfaction, work-family facilitation, life satisfaction, and the moderating role of organizational tenure. *Journal of Sustainable Tourism, 32*(5), 986-1007. https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2195134

Tkalac Verčič, A., Verčič, D., Čož, S. y Špoljarić, A. (2024). A systematic review of digital internal communication. *Public Relations Review, 50*(1), 102400. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102400

To, W. M., Martin, E. F. y Yu, B. T. W. (2015). Effect of management commitment to internal marketing on employee work attitude. *International Journal of Hospitality Management, 45*, 14-21. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.002

Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics, 85*(4), 411-427. https://doi.org/10.1007/s10551-008-9780-6

Viererbl, B., Denner, N. y Koch, T. (2022). "You don't meet anybody when walking from the living room to the kitchen": Informal communication during remote work. *Journal of Communication Management, 26*(3), 331-348. https://doi.org/10.1108/JCOM-10-2021-0117

Wang, H., Ding, H. y Kong, X. (2023). Understanding technostress and employee well-being in digital work: The roles of work exhaustion and workplace knowledge diversity. *International Journal of Manpower, 44*(2), 334-353. https://doi.org/10.1108/IJM-08-2021-0480

Wuersch, L., Neher, A., Maley, J. F. y Peter, M. K. (2024). Using a digital internal communication strategy for digital capability development. *International Journal of Strategic Communication*. https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2330405

Yılmaz, B., Dinler Kısaçtutan, E. y Gürün Karatepe, S. (2024). Digital natives of the labor market: Generation Z as future leaders and their perspectives on leadership. *Frontiers in Psychology, 15*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1378982

Zhang, Y., Wang, F., Chen, Z. y Wang, S. (2024). Examining Varying Effects of Companies' Strategic CSR Communication on Employees' CSR Participation. *International Journal of Strategic Communication*, 1-17. https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2334721

Infografías

Retos Universidad Politécnica Salesiana Ecuador
Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 9-27

ACEPTACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA INDUSTRIA CREATIVA: EL ROL DEL MODELO UTAUT, RECONOCIMIENTO Y LA CONFIANZA DE MARCA EN SU ADOPCIÓN

Autores: Dominika Weglarz - Cintia Pla-Garcia - Ana Isabel Jiménez-Zarco

JUSTIFICACIÓN

El estudio aborda la adopción de la Inteligencia Artificial Generativa en la industria creativa, destacando el papel de la confianza y el reconocimiento de marca, factores poco explorados en investigaciones previas.

OBJETIVO

Analizar cómo la teoría UTAUT y el capital de marca influyen en la intención de uso de herramientas de IA Generativa en profesionales creativos de EE. UU. y España.

METODOLOGÍA

Se utilizó un modelo PLS-SEM para analizar los resultados de una encuesta a 208 profesionales creativos, evaluando variables de UTAUT y capital de marca con escalas validadas previamente.

RESULTADOS

La expectativa de rendimiento y las condiciones facilitadoras tienen un impacto positivo significativo en la intención de uso de IA Generativa en la industria creativa.

A diferencia de lo esperado, el reconocimiento de marca influye negativamente en la adopción de IA Generativa, mientras que la confianza en la marca la impulsa.

CONCLUSIÓN

Para mejorar la adopción de IA Generativa, las marcas deben generar confianza mediante estrategias de comunicación claras y demostrar el valor real de la tecnología en los procesos creativos.

Scopus Q3
retos.ups.edu.ec
15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 29-46

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADOPCIÓN DEL ANÁLISIS DE BIG DATA POR LOS AUDITORES: UN ESTUDIO MIXTO

Autores: Moath Abdelkarim Abu Al Rob - Mohd Nazli Mohd Nor - Zalailah Salleh - Alia Majed Khalaf

JUSTIFICACIÓN

Este estudio explora la adopción de la BDA por los auditores en Palestina, abordando una brecha crítica en las economías en desarrollo donde las limitaciones de recursos y tecnológicas afectan a la adopción. Se necesita comprender las percepciones de los auditores sobre la adopción de la BDA para mejorar la eficiencia de la auditoría y la toma de decisiones.

OBJETIVO

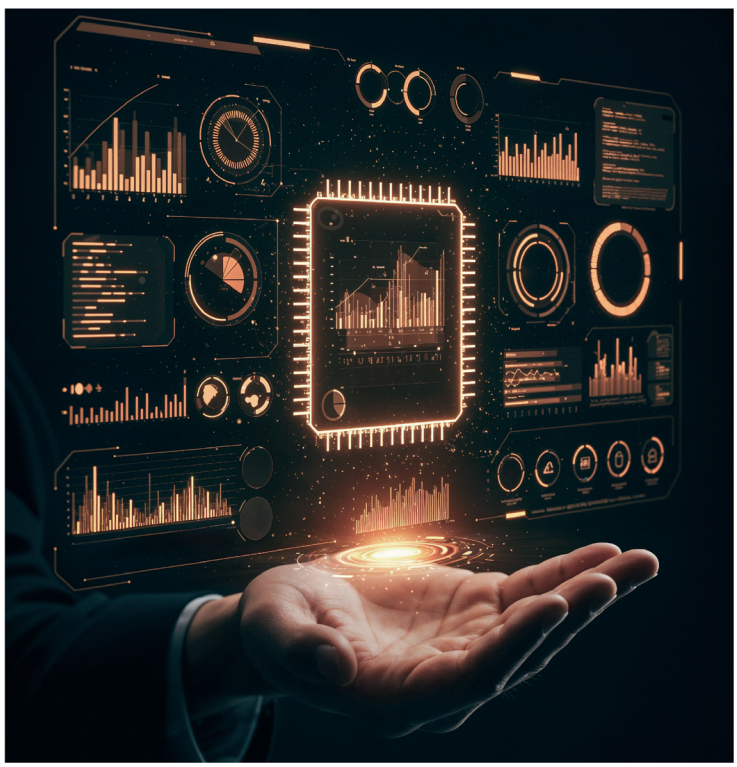
Examinar cómo la facilidad de uso percibida (PEOU) y la utilidad percibida (PU) influyen en las intenciones conductuales (BI) de los auditores para adoptar las herramientas de BDA, utilizando el TAM como marco teórico.

METODOLOGÍA

Se empleó un método mixto, que combinaba datos cuantitativos de una encuesta censal de 94 auditores de las cuatro grandes empresas de Palestina con información cualitativa de entrevistas semiestructuradas con nueve auditores superiores. Este enfoque aseguró una comprensión global de los factores de adopción de la BDA.

RESULTADOS

El estudio determinó que la PU tiene un impacto significativo y directo en la intención de los auditores de adoptar a la BDA. Es más probable que los auditores adopten a la BDA si creen que mejora la eficiencia, mejora la calidad de la auditoría y apoya la evaluación de riesgos.



CONCLUSIÓN

El estudio confirma que la TAM es un modelo adecuado para comprender la adopción de la BDA en la auditoría. Las conclusiones destacan la necesidad de programas de capacitación, apoyo normativo y soluciones de BDA fáciles de usar para impulsar la adopción en entornos con recursos limitados.

Para mejorar la adopción de la BDA en la auditoría, las empresas deben centrarse en mejorar la utilidad percibida a través de aplicaciones reales, iniciativas de capacitación y mostrar los beneficios de la BDA en la detección de riesgos y la prevención del fraude. El apoyo reglamentario y los instrumentos accesibles de la BDA son también necesarios para una aplicación generalizada.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 47-63

INCLUSIÓN FINANCIERA Y FINTECH: CATALIZADORES DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN AMÉRICA LATINA

Autores: Pablo Raffaelli - Jaime Andrés Correa-García - Carmen Stella Verón

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la inclusión financiera y las Fintech son pívots en la digitalización de las finanzas, siendo relevante analizar cómo estas variables influyen en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de los países emergentes de América Latina.

OBJETIVO

Evaluar si la inclusión financiera y el crecimiento de las Fintech contribuyen al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en América Latina.

METODOLOGÍA

El diseño de la investigación es cuantitativo, descriptivo correlacional y longitudinal. Se basa en datos de seis países latinoamericanos con mayor PIB nominal (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú). El método de análisis de datos utilizado es la correlación de Pearson.

RESULTADOS

El índice general de los ODS y los índices individuales del SDG2, SDG7, SDG9, SDG16 y SDG17 están significativamente asociados de manera positiva con las variables de estudio sobre inclusión financiera en América Latina.

CONCLUSIÓN

Importancia de la inclusión financiera y de un ecosistema Fintech robusto y desarrollado a nivel país con el fin de contribuir a los ODS. Este enfoque permite que gobiernos, organizaciones internacionales, empresas y la sociedad civil distingan valor en las Fintech y en el acceso y uso de mejores herramientas financieras, identificando áreas que requieran esfuerzos adicionales para promover el desarrollo sostenible.

Recomendaciones sugeridas para futuras investigaciones: aplicar el objetivo de estudio a una mayor cantidad de países, incluyendo aquellos que puedan generar resultados adicionales para la región latinoamericana y otros países comparables con los ya seleccionados, como el grupo de

Scopus Q3
retos.ups.edu.ec
15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR | Retos
Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 65-85

EL PAPEL DE LAS TIC, INTRAEMPRENDIMIENTO Y REDES DE GESTIÓN COLABORATIVA EN LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Autores: Aura Andrea Díaz-Duarte - Gabriel Purón-Cid - Marco Eliseo Rivera-Martínez

JUSTIFICACIÓN

Este estudio analiza cómo la cultura intraemprendedora, las redes de colaboración gerencial, y las TIC influyen en la innovación, la competitividad y el rendimiento empresarial. De igual forma, amplía el conocimiento sobre sus relaciones directas e indirectas y destaca el papel mediador de la innovación. Adicionalmente, proporciona evidencia empírica para diseñar estrategias que fortalezcan la competitividad, especialmente en las mipymes afectadas por la pandemia.

OBJETIVO

Evaluar el impacto directo e indirecto de la cultura intraemprendedora, la gestión de las redes de colaboración y las TIC sobre el rendimiento de la innovación, así como su efecto en el desempeño empresarial y la competitividad de las MIPYME en el sector comercial de Aguascalientes, México.

METODOLOGÍA

Se aplicó un cuestionario a las MIPYME en el sector comercial en Aguascalientes, México, y los datos se analizaron utilizando el modelo de ecuaciones estructurales para probar 15 hipótesis a través de tres modelos, cada uno enfocado en una variable causal (cultura de intraemprendimiento, manejo redes de colaboración y TIC).

RESULTADOS

Se observa una relación positiva y significativa entre el rendimiento de la innovación y el desempeño y la competitividad empresarial. La innovación, destacando su papel mediador en los modelos analizados muestra su contundente impacto, sin embargo, los efectos directos de la cultura intraemprendedora, la colaboración gerencial y las TIC sobre el rendimiento y la competitividad empresarial muestran resultados alentadores siendo otra alternativa en la toma de decisiones estratégicas dentro de la empresa.

CONCLUSIÓN

Para mejorar el rendimiento y la competitividad empresarial en entornos dinámicos, se recomienda fortalecer la cultura de intraemprendimiento, fomentar la colaboración gerencial y adoptar tecnologías avanzadas. Estas estrategias permiten lograr mejoras significativas sin depender exclusivamente de la innovación, aprovechando el potencial de las redes y la tecnología como impulsores clave del crecimiento empresarial.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 87-100

VARIABLES QUE INCIDEN EN LA LEALTAD HACIA WECHAT EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL: REDUCCIÓN DE TIEMPO Y COSTES

Autores: Rocío Mecinas-Cantos - María Pilar Martínez-Ruiz - Inés González-González

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo ofrece un análisis detallado de la influencia del valor percibido en la lealtad (actitudinal y comportamental) hacia la red social WeChat. Y ello, en un colectivo empresarial como son los empresarios chinos residentes en España.

OBJETIVO

Se analiza la influencia del valor funcional de WeChat (en términos del ahorro de tiempo y costes que supone) en la lealtad (actitudinal y comportamental) de estos empresarios.

METODOLOGÍA

En primer lugar, se llevó a cabo una investigación cualitativa consistente en entrevistas en profundidad a empresarios chinos residentes en España. En segundo lugar, se distribuyeron cuestionarios online a dicha población.

RESULTADOS

La importancia clave que los empresarios chinos confieren al valor funcional de WeChat (derivado especialmente de la reducción de costes), y lo que ello representa, tanto para seguir utilizando WeChat como para recomendarlo.

El valor funcional vinculado con la disminución de tiempo también influye en la intención de seguir utilizando WeChat, aunque no tiene un impacto significativo en la recomendación.

CONCLUSIÓN

WeChat es una herramienta clave para los negocios de los empresarios chinos afincados en España, por lo que las empresas españolas que trabajan con ellos deberían tratar de incorporarla en la medida de sus posibilidades en su gestión.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR | Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 101-114

EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES: SENTIDO DE PERTINENCIA Y PARTICIPACIÓN EN EL TURISMO

Autores: Elia Ardyan - Maichal Maichal - Afrizal Firman - Carolina Novi Mustikarini

JUSTIFICACIÓN

El empoderamiento económico de la mujer desempeña un papel fundamental en el desarrollo empresarial y el crecimiento de los destinos turísticos. A pesar de su importancia, hay poca investigación que examina cómo el empoderamiento económico influye en el sentido de pertenencia y participación de las mujeres en el turismo. Este estudio busca cerrar esta brecha mediante la investigación del impacto del empoderamiento en la participación y la promoción de las mujeres dentro de los entornos turísticos.

OBJETIVO

Explorar la relación entre el empoderamiento económico de las mujeres, el sentido de pertenencia a un destino turístico y su participación en el turismo. Además, se examina cómo estos factores influyen en la disposición de las mujeres a recomendar un destino turístico. Al comprender estas relaciones, el estudio ofrece ideas para que los responsables de las políticas y los administradores de turismo apoyen la inclusión de las mujeres en el desarrollo del turismo.

METODOLOGÍA

Se realizó una encuesta a 299 mujeres empresarias que dirigen negocios cerca de destinos turísticos en Indonesia. El estudio aplicó la técnica Modelo de Ecuaciones Estructurales - Mínimos Cuadrados Parciales (SEM-PLS) para analizar las relaciones entre las variables clave.

RESULTADOS

Los resultados revelan que el empoderamiento económico de las mujeres aumenta significativamente su sentido de pertenencia a un destino turístico. Un sentido más fuerte de pertenencia conduce a un mayor compromiso y participación en las actividades relacionadas con el turismo. Esto sugiere que el empoderamiento económico de las mujeres fortalece su conexión emocional y social con el destino.

CONCLUSIÓN

El empoderamiento económico no solo fomenta la independencia financiera, sino que también realza el papel de la mujer en la industria del turismo. A través de la participación en empresas relacionadas con el turismo, las mujeres desarrollan un sentido de identidad y compromiso comunitario. Esto confirma que el empoderamiento tiene implicaciones más amplias que los beneficios económicos, contribuyendo al desarrollo comunitario y la cohesión social.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR | Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 115-129

LA PRODUCTIVIDAD EN AMÉRICA LATINA. UN ANÁLISIS A TRAVÉS DE UNA FUNCIÓN COBB-DOUGLAS

Autores: César Lenin Navarro-Chávez - René Augusto Marín-Leyva - Daniela Valenzuela-Carreño

JUSTIFICACIÓN

El crecimiento económico en América Latina se encuentra ampliamente correlacionado con los niveles de productividad, de ahí la importancia de analizar el comportamiento de la Productividad Total de los Factores (PTF) y sus principales determinantes en esta región.

OBJETIVO

Examinar la incidencia del trabajo (L), el capital (K) y el cambio tecnológico (A) en la evolución de la PTF en América Latina durante el periodo 1990-2019.

METODOLOGÍA

Se instrumenta un modelo econométrico de datos de panel de segunda generación, mediante el estimador del Grupo de Medias Agrupadas propuesto por Pesaran et al. (1999), el cual permite calcular los coeficientes de largo y corto plazo, así como la velocidad de ajuste de las variables.

RESULTADOS

Los resultados dan evidencia de la existencia de dependencia transversal y raíz unitaria de orden I(1). Se encuentra que el trabajo (L), el capital (K) y el cambio tecnológico (A) inciden positivamente en la PTF.

CONCLUSIÓN

Se confirma la hipótesis establecida, según la cual el capital (K), el trabajo (L), y el cambio tecnológico (A) fueron los principales determinantes de la PTF en las economías latinoamericanas durante el periodo 1990-2019.

En conclusión, el artículo destaca la importancia de fortalecer la innovación y el desarrollo tecnológico en la región para mejorar la productividad y el crecimiento económico.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 131-148

DESARROLLO FISCAL PROGRESIVO EN EL SISTEMA TRIBUTARIO: UN ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA UE Y LOS PAÍSES DE ASIA CENTRAL

Autores: Azamat Baimagambetov - Serik Omirbayev

JUSTIFICACIÓN

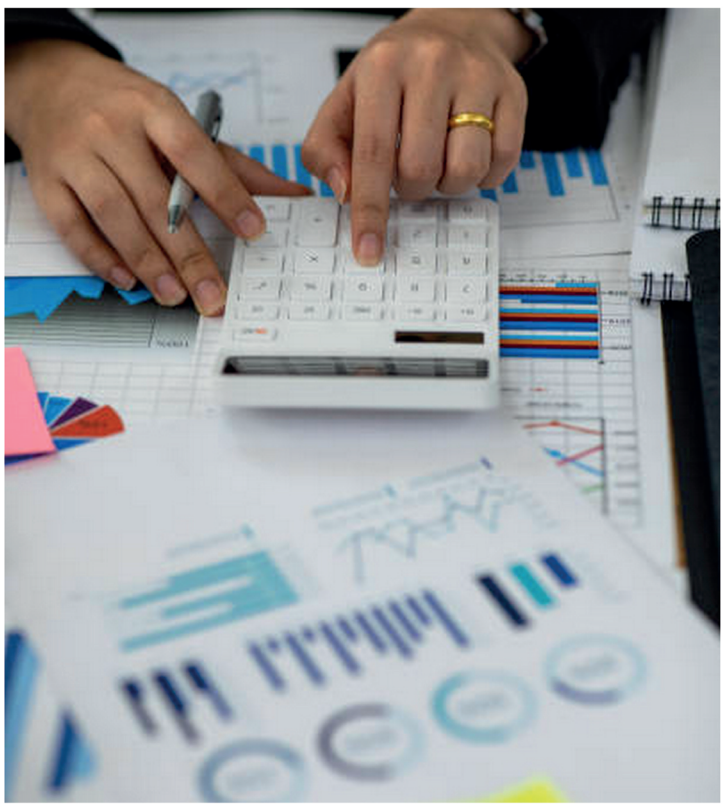
La investigación nace de la necesidad de comprender cómo los sistemas tributarios progresivos en los países de la UE informan las reformas en las naciones de Asia Central para abordar la desigualdad de ingresos y alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.

OBJETIVO

Comparar y analizar la aplicación de sistemas fiscales progresivos entre los países de la UE y los países de Asia Central para determinar las perspectivas de reforma.

METODOLOGÍA

La investigación utiliza métodos de síntesis teórica, análisis de datos estadísticos, cálculos de coeficiente de Gini y análisis de fronteras estocásticas con eficiencia variable en el tiempo para evaluar los sistemas tributarios.



RESULTADOS

Kazajistán y Uzbekistán demuestran el mayor potencial para implementar los impuestos progresivos entre los países de Asia Central, mientras que otras naciones enfrentan desafíos significativos debido a las limitaciones económicas.

CONCLUSIÓN

Si bien la tributación progresiva podría beneficiar a las economías de Asia Central, el éxito depende en gran medida de abordar la corrupción, mejorar los marcos legislativos y considerar las condiciones económicas específicas de cada país.

La transición a una fiscalidad progresiva en Asia Central requiere un planteamiento adaptado a cada país y no un sistema regional unificado, siguiendo el modelo de las naciones de la UE.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 149-164

VIDA Y TRABAJO: IMPACTO DE LAS DECISIONES GERENCIALES EN EL BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS EN MÉXICO

Autor: Enrique Kato-Vidal

JUSTIFICACIÓN

Las prestaciones laborales inciden positivamente en el bienestar de los empleados, por lo que los gerentes podrían, al mismo tiempo, fomentar el bienestar subjetivo de los trabajadores y promover una mayor productividad a largo plazo.

OBJETIVO

Estimar el efecto de ocho prestaciones laborales en la satisfacción que reportan los empleados con su vida.

METODOLOGÍA

La fuente de información fue la Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado (ENBIARE) del INEGI-México. Se eligieron dos variables de respuesta: i) Satisfacción con la vida actual, y ii) Percepción del nivel de vida en cinco años. La estimación se realizó mediante un modelo logit.

RESULTADOS

La asignación de prestaciones laborales tiene un efecto significativo sobre la satisfacción con la vida, mientras que, por si sola, una política de aumento de ingresos no se traduce en una mayor probabilidad de satisfacción.

CONCLUSIÓN

Para las gerencias que buscan incidir positivamente en el bienestar, la mejor alternativa es ofrecer prestaciones laborales y, simultáneamente, tomar en cuenta la opinión de los empleados.

En la elaboración de este artículo fue notoria la escasa literatura sobre ingresos no monetarios y prestaciones laborales. Por lo tanto, el análisis contribuye a esta área poco investigada al evaluar los efectos de diversas prestaciones laborales.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR | Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía

Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 165-179

RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN INTERNA, RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y BIENESTAR LABORAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS

Autores: Alexandra Soler-Sanchis - Irene Gil-Saura - Gloria Berenguer-Contri

JUSTIFICACIÓN

La investigación aporta una perspectiva innovadora y digital a las organizaciones y pone en relieve la necesidad de priorizar la comunicación interna a través de redes sociales corporativas para mejorar el bienestar laboral y la responsabilidad social corporativa.

OBJETIVO

Profundizar el efecto de la comunicación interna formal e informal a través de redes sociales corporativas, en la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna y su contribución al bienestar laboral.

METODOLOGÍA

El estudio se realizó mediante un cuestionario autoadministrado en dos empresas del sector servicios (logística y sanidad). Se obtuvo una muestra de 242 empleados y se empleó la técnica de mínimos cuadrados parciales para analizar el modelo.

RESULTADOS

Desde el punto de vista teórico se avanza en la literatura de la comunicación interna de tipo digital para mejorar el estado de bienestar en los entornos laborales y la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna.

CONCLUSIÓN

Se demuestra que la comunicación interna formal y digital entre la empresa y el empleado influye de forma positiva en el bienestar de los empleados. Esto contribuye a la construcción de equipos más comprometidos, productivos y satisfechos.

Los resultados evidencian que la responsabilidad social corporativa interna contribuye a mejorar el bienestar laboral de los empleados. Las acciones propuestas por la empresa representan un recurso valioso para la mejora de los entornos laborales.

Scopus Q3

retos.ups.edu.ec

15 AÑOS ANIVERSARIO

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

Normas editoriales básicas

Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

Información general

«Retos» es una publicación científica bilingüe de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, editada desde enero de 2011 de forma ininterrumpida, con periodicidad fija semestral, especializada en Gestión Empresarial e Internacional, Gestión de Tecnología e Innovación, Marketing, Estrategia y Gestión, Economía y Econometría, y Administración Pública, entre otras.

Es una Revista Científica arbitrada, que utiliza el sistema de evaluación externa por expertos (*peer-review*), bajo metodología de pares ciegos (*doble-blind review*), conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association (APA). El cumplimiento de este sistema permite garantizar a los autores un proceso de revisión objetivo, imparcial y transparente, lo que facilita a la publicación su inclusión en bases de datos, repositorios e indexaciones internacionales de referencia.

«Retos» se encuentra indexada en el directorio y catálogo selectivo del Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex), +Scopus, en el Sistema de Información Científica REDALYC, en el Directorio de Revistas de Acceso Abierto DOAJ y en repositorios, bibliotecas y catálogos especializados de Iberoamérica.

La Revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1390-62911) y electrónica (e-ISSN: 1390-8618), en español e inglés, siendo identificado además cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

Alcance y política

Temática

Contribuciones originales en materia de Desarrollo, así como áreas afines: Administración Pública, Economía Social, Marketing, Turismo, Emprendimiento, Gerencia… y todas aquellas disciplinas conexas interdisciplinarmente con la línea temática central.

Aportaciones

«Retos» edita preferentemente resultados de investigación empírica sobre Desarrollo, redactados en español y/o inglés, siendo también admisibles informes, estudios y propuestas, así como selectas revisiones de la literatura (*state-of-the-art*).

Todos los trabajos deben ser originales, no haber sido publicados en ningún medio ni estar en proceso de arbitraje o publicación. De esta manera, las aportaciones en la revista pueden ser:

- **Investigaciones:** 5.000 a 6.500 palabras de texto, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.
- **Informes, estudios y propuestas:** 5.000 a 6.500 palabras de texto, incluyendo título, resúmenes, tablas y referencias.
- **Revisiones:** 6.000 a 7.000 palabras de texto, incluidas tablas y referencias. Se valorará especialmente las referencias justificadas, actuales y selectivas de alrededor de unas 70 obras.

«Retos» tiene periodicidad semestral (20 artículos por año), publicada en los meses de abril y octubre y cuenta por número con dos secciones de cinco artículos cada una, la primera referida a un

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

tema **Monográfico** preparado con antelación y con editores temáticos y la segunda, una sección de **Misceláneas**, compuesta por aportaciones variadas dentro de la temática de la publicación.

Presentación, estructura y envío de los manuscritos

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Arial 10, interlineado simple, justificado completo y sin tabuladores ni espacios en blanco entre párrafos. Solo se separarán con un espacio en blanco los grandes bloques (título, autores, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes). La página debe tener 2 centímetros en todos sus márgenes.

Los trabajos deben presentarse en documento de Microsoft Word (.doc o .docx), siendo necesario que el archivo esté anonimizado en Propiedades de Archivo, de forma que no aparezca la identificación de autor/es.

Los manuscritos deben ser enviados única y exclusivamente a través del OJS (Open Journal System), en el cual todos los autores deben darse de alta previamente. No se aceptan originales enviados a través de correo electrónico u otra interfaz.

Estructura del manuscrito

Para aquellos trabajos que se traten de investigaciones de carácter empírico, los manuscritos seguirán la estructura IMRDC, siendo opcionales los epígrafes de Notas y Apoyos. Aquellos trabajos que por el contrario se traten de informes, estudios, propuestas y revisiones podrán ser más flexibles en sus epígrafes, especialmente en Material y métodos, Análisis y resultados y Discusión y conclusiones. En todas las tipologías de trabajos son obligatorias las Referencias.

1. **Título (español) / Title (inglés):** Conciso pero informativo, en castellano en primera línea y en inglés en segunda. Se aceptan como máximo 80 caracteres con espacio. El título no solo es responsabilidad de los autores, pudiéndose proponer cambios por parte del Consejo Editorial.
2. **Nombre y apellidos completos:** De cada uno de los autores, organizados por orden de prelación. Se aceptarán como máximo 3 autores por original, aunque pudieren existir excepciones justificadas por el tema, su complejidad y extensión. Junto a los nombres ha de seguir la categoría profesional, centro de trabajo, correo electrónico de cada autor y número de ORCID. Es obligatorio indicar si se posee el grado académico de doctor (incluir Dr./Dra. antes del nombre).
3. **Resumen (español) / Abstract (inglés):** Tendrá como extensión máxima 230 palabras, primero en español y después en inglés. En el resumen se describirá de forma concisa y en este orden: 1) Justificación del tema; 2) Objetivos; 3) Metodología y muestra; 4) Principales resultados; 5) Principales conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal "El presente trabajo analiza…". En el caso del abstract no se admitirá el empleo de traductores automáticos por su pésima calidad.
4. **Descriptores (español) / Keywords (inglés):** Se deben exponer 6 descriptores por cada versión idiomática relacionados directamente con el tema del trabajo. Será valorado positivamente el uso de las palabras claves expuestas en el Thesaurus de la UNESCO.
5. **Introducción y estado de la cuestión:** Debe incluir el planteamiento del problema, el contexto de la problemática, la justificación, fundamentos y propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la literatura más significativa y actual del tema a escala nacional e internacional.
6. **Material y métodos:** Debe ser redactado de forma que el lector pueda comprender con facilidad el desarrollo de la investigación. En su caso, describirá la metodología, la muestra y la forma de muestreo, así como se hará referencia al tipo de análisis estadístico empleado. Si se trata de

una metodología original, es necesario exponer las razones que han conducido a su empleo y describir sus posibles limitaciones.

7. **Análisis y resultados:** Se procurará resaltar las observaciones más importantes, describiéndose, sin hacer juicios de valor, el material y métodos empleados. Aparecerán en una secuencia lógica en el texto y las tablas y figuras imprescindibles evitando la duplicidad de datos.
8. **Discusión y conclusiones:** Resumirá los hallazgos más importantes, relacionando las propias observaciones con estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones, sin redundar datos ya comentados en otros apartados. Asimismo, el apartado de discusión y conclusiones debe incluir las deducciones y líneas para futuras investigaciones.
9. **Apoyos y agradecimientos (opcionales):** El Council Science Editors recomienda a los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados en la Carta de Presentación y posteriormente en el manuscrito final.
10. **Las notas:** (opcionales) irán, solo en caso necesario, al final del artículo (antes de las referencias). Deben anotarse manualmente, ya que el sistema de notas al pie o al final de Word no es reconocido por los sistemas de maquetación. Los números de notas se colocan en superíndice, tanto en el texto como en la nota final. No se permiten notas que recojan citas bibliográficas simples (sin comentarios), pues éstas deben ir en las referencias.
11. **Referencias:** Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. Bajo ningún caso deben incluirse referencias no citadas en el texto. Su número debe ser suficiente para contextualizar el marco teórico con criterios de actualidad e importancia. Se presentarán alfabéticamente por el primer apellido del autor.

Normas para las referencias

Publicaciones periódicas

Artículo de revista (un autor): Valdés-Pérez, D. (2016). Incidencia de las técnicas de gestión en la mejora de decisiones administrativas [Impact of Management Techniques on the Improvement of Administrative Decisions]. *Retos, 12*(6), 199-2013. https://doi.org/10.17163/ret.n12.2016.05

Artículo de revista (hasta seis autores): Ospina, M.C., Alvarado, S.V., Fefferman, M., & Llanos, D. (2016). Introducción del dossier temático "Infancias y juventudes: violencias, conflictos, memorias y procesos de construcción de paz" [Introduction of the thematic dossier "Infancy and Youth: Violence, Conflicts, Memories and Peace Construction Processes"]. *Universitas, 25*(14), 91-95. https://doi.org/10.17163/uni.n25. %25x

Artículo de revista (más de seis autores): Smith, S.W., Smith, S.L. Pieper, K.M., Yoo, J.H., Ferrys, A.L., Downs, E.,... Bowden, B. (2006). Altruism on American Television: Examining the Amount of, and Context Surronding. Acts of Helping and Sharing. *Journal of Communication, 56*(4), 707-727. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00316.x

Artículo de revista (sin DOI): Rodríguez, A. (2007). Desde la promoción de salud mental hacia la promoción de salud: La concepción de lo comunitario en la implementación de proyectos sociales. *Alteridad, 2*(1), 28-40. (https://goo.gl/zDb3Me) (2017-01-29).

© 2025, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618

Libros y capítulos de libro

Libros completos: Cuéllar, J.C., & Moncada-Paredes, M.C. (2014). *El peso de la deuda externa ecuatoriana*. Quito: Abya-Yala.

Capítulos de libro: Zambrano-Quiñones, D. (2015). *El ecoturismo comunitario en Manglaralto y Colonche*. En V.H. Torres (Ed.), Alternativas de Vida: Trece experiencias de desarrollo endógeno en Ecuador (pp. 175-198). Quito: Abya-Yala.

Medios electrónicos

Pérez-Rodríguez, M.A., Ramírez, A., & García-Ruíz, R. (2015). La competencia mediática en educación infantil. Análisis del nivel de desarrollo en España. Universitas Psychologica, 14(2), 619-630. https://doi.org.10.11144/Javeriana.upsy14-2.cmei

Es prescriptivo que todas las citas que cuenten con DOI (Digital Object Identifier System) estén reflejadas en las Referencias (pueden obtenerse en http://goo.gl/gfruh1). Todas las revistas y libros que no tengan DOI deben aparecer con su link (en su versión on-line, en caso de que la tengan, acortada, mediante Google Shortener: http://goo.gl) y fecha de consulta en el formato indicado.

Los artículos de revistas deben ser expuestos en idioma inglés, a excepción de aquellos que se encuentren en español e inglés, caso en el que se expondrá en ambos idiomas utilizando corchetes. Todas las direcciones web que se presenten tienen que ser acortadas en el manuscrito, a excepción de los DOI que deben ir en el formato indicado (https://doi.org/XXX).

Epígrafes, tablas y gráficos

Los epígrafes del cuerpo del artículo se numerarán en arábigo. Irán sin caja completa de mayús-culas, ni subrayados, ni negritas. La numeración ha de ser como máximo de tres niveles: 1. / 1.1. / 1.1.1. Al final de cada epígrafe numerado se establecerá un retorno de carro.

Las tablas deben presentarse incluidas en el texto en formato Word según orden de aparición, numeradas en arábigo y subtituladas con la descripción del contenido.

Los gráficos o figuras se ajustarán al número mínimo necesario y se presentarán incorporadas al texto, según su orden de aparición, numeradas en arábigo y subtituladas con la descripción abreviada. Su calidad no debe ser inferior a 300 ppp, pudiendo ser necesario contar con el gráfico en formato TIFF, PNG o JPEG.

Proceso de envío

Deben remitirse a través del sistema OJS de la revista dos archivos:

1. **Presentación y portada**, en la que aparecerá el título en español e inglés, nombres y apellidos de los autores de forma estandarizada con número de ORCID, resumen, abstract, descriptores y keywords y una declaración de que el manuscrito se trata de una aportación original, no enviada ni en proceso de evaluación en otra revista, confirmación de las autorías firmantes, aceptación (si procede) de cambios formales en el manuscrito conforme a las normas y cesión parcial de derechos a la editorial (usar modelo oficial de portada).
2. **Manuscrito** totalmente anonimizado, conforme a las normas referidas en precedencia.

Todos los autores han de darse de alta, con sus créditos, en la plataforma OJS, si bien uno solo de ellos será el responsable de correspondencia. Ningún autor podrá enviar o tener en revisión dos manuscritos de forma simultánea, estimándose una carencia de cuatro números consecutivos (2 años).