

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



**INFLUENCIA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
GENERATIVA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS
EMPRESAS DE TECNOLOGÍA DE LIMA, 2025**

TESIS

Presentada por:

**Mgr. Remy Felipe Barreda Medina
ORCID: 0009-0005-5320-6170**

Asesor:

**Dr. Gerardo Renato Arias Vascones
ORCID: 0000-0002-0123-1834**

Para obtener el Grado Académico de:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

**TACNA – PERÚ
2026**

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

Tesis

**INFLUENCIA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
GENERATIVA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS
EMPRESAS DE TECNOLOGÍA DE LIMA, 2025**

Presentada por:

Mgr. Remy Felipe Barreda Medina

**Tesis sustentada y aprobada el 06 de marzo de 2026; ante el
siguiente jurado examinador**

PRESIDENTE

Dr. Flores Flores, Ascencion Americo

SECRETARIO

Dra. Rossi Esteban, Gretty Paola

VOCAL

Dr. Salas Valdivia, Elard Thamar

ASESOR

Dr. Arias Vascones, Gerardo Renato

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Remy Felipe Barreda Medina, en calidad de: estudiante del Doctorado en Administración de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI 40526653, soy autor de la tesis titulada: INFLUENCIA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍA DE LIMA, 2025, con asesor: Gerardo Renato Arias Vascones.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el único autor del texto entregado para obtener el grado académico de Doctor en Administración, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin.

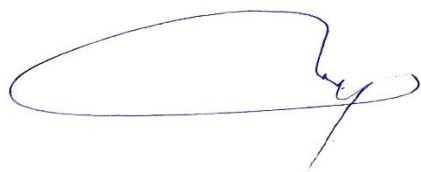
Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro, que después de la revisión de la tesis con el software Turnitin se declara 7% de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor (a) de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o invento.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, sweeping oval shape followed by a smaller, more intricate scribble.

Lugar y fecha: Tacna, 17 de marzo del 2026

Nombres y apellidos: Remy Felipe Barreda Medina

DNI: 40526653

DEDICATORIA

A Dios

A mi esposa Evelyn

A Alejandro y Fabiana

A mama Mila y a papa Jesus

A mis hermanos Cesar, Tito, Richar, Alex y Regina

Papa Santos y Mamá Maria

Mamá Regina

Tio Jose, Salvador, Antonio, Justino, Henry, Santiago, Mario, Manuel, German,
Andres, Felix, Pedro, Jorge, David, Carmen, Angel, Juan y a toda mi familia, y
familia politica

Don Justo y doña Dina

Tía Nidia y Roxana

A todos los que creyeron en mi y a los que no también.

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Padre Gabriel, Hector, Raul, Walter, Angel,

Nica, Percy, Daniel, Mauricio, Jose, Gilmar, Diego O., Diego C., Sergio, Richar,
Jonatan, Jerry, Pedro, Angela, Patricia, Edwin, Joyssi, Christian, Gerardo, Betuco,

Derly, Mirella, Angela P., Oscar, Luis Enrique, Alejandro, Julio, Fernando,

Pamela, Yuli, Sharon, Edgar, a mi querida gente de OKc Group, se que faltan
bastantes personas por agradecer, mil perdones, gracias totales, gracias por existir.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD.....	iv
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTOS	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE APÉNDICES.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.2.1 Interrogante principal.....	7
1.2.2 Interrogantes secundarias	7
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	9
1.4.1 Objetivo general.....	9
1.4.2 Objetivos específicos	9
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	11
DESARROLLO	11
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	11
2.1.2 Antecedentes nacionales	18
2.2 BASES TEÓRICAS.....	20
2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	30
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1 HIPÓTESIS.....	33

3.1.1 Hipótesis general.....	33
3.1.2 Hipótesis específicas	33
3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	33
3.2.1 Identificación de la variable independiente.....	33
3.2.2 Identificación de la variable dependiente.....	34
3.2.3 Variables intervinientes.....	35
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	35
3.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	36
3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.6 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
3.7.1 Unidad de estudio.....	36
3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	38
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	43
4.1 INTRODUCCIÓN A LA DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	43
4.2 INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	43
4.3 DESARROLLO DE LA PRUEBA ESTADÍSTICA	44
4.3.1 Prueba de confiabilidad del instrumento.....	44
4.4 DESARROLLO DE PRUEBA DE NORMALIDAD	53
4.4.1 Prueba de normalidad.....	53
4.5 DESARROLLO DE COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	55
4.5.1 Escala de correlación.....	55
4.5.2 Prueba de hipótesis.....	56
4.6 DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	64
4.7 CONCLUSIONES	66
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS.....	73
APÉNDICES.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	34
<i>Dimensiones e indicadores de la variable independiente: IAG.....</i>	<i>34</i>
Tabla 2.....	35
<i>Dimensiones e indicadores de la variable dependiente: Productividad.....</i>	<i>35</i>
Tabla 3.....	39
<i>Cuestionario de la variable inteligencia artificial generativa.....</i>	<i>39</i>
Tabla 4.....	40
<i>Cuestionario de la variable productividad</i>	<i>40</i>
Tabla 5.....	44
<i>Escala de confiabilidad y consistencia interna del instrumento mediante el Alfa de Cronbach.....</i>	<i>44</i>
Tabla 6.....	45
<i>Datos procesados</i>	<i>45</i>
Tabla 7.....	45
<i>Coefficiente de Alfa de Cronbach general</i>	<i>45</i>
Tabla 8.....	45
<i>Coefficiente de Alfa de Cronbach por variables y dimensiones</i>	<i>45</i>
Tabla 9.....	46
<i>Distribución de encuestados por género.....</i>	<i>46</i>
Tabla 10.....	47
<i>Distribución de encuestados por rango de edades</i>	<i>47</i>
Tabla 11.....	49
<i>Baremo para la variable independiente y sus dimensiones</i>	<i>49</i>
Tabla 12.....	49
<i>Baremo para la variable dependiente y sus dimensiones</i>	<i>49</i>
Tabla 13.....	50
<i>Cálculo de Medias (M) y Desviación Estándar (DE)</i>	<i>50</i>
Tabla 14.....	50

<i>Estadística de la dimensión Dx1 – Conocimiento del usuario de IAG</i>	50
Tabla 15.....	51
<i>Estadística de la dimensión Dx2 – Satisfacción del usuario de IAG</i>	51
Tabla 16.....	51
<i>Estadística de la dimensión Dx3 – Conducta del usuario de IAG</i>	51
Tabla 17.....	52
<i>Estadística de la variable independiente: IAG</i>	52
Tabla 18.....	52
<i>Estadística de la dimensión Dy1 – Eficiencia de la productividad</i>	52
Tabla 19.....	53
<i>Estadística de la dimensión Dy2 – Eficacia de la productividad</i>	53
Tabla 20.....	53
<i>Estadística de la variable dependiente - Productividad</i>	53
Tabla 21.....	54
<i>Pruebas de normalidad</i>	54
Tabla 22.....	56
<i>Escala de correlación</i>	56
Tabla 23.....	57
<i>Correlación de inteligencia artificial generativa y productividad</i>	57
Tabla 24.....	58
<i>Correlación de conocimiento del usuario y productividad</i>	58
Tabla 25.....	59
<i>Correlación de satisfacción del usuario y productividad</i>	59
Tabla 26.....	60
<i>Correlación entre conducta del usuario y productividad</i>	60
Tabla 27.....	61
<i>Regresión lineal simple: Inteligencia artificial generativa y Productividad</i>	61
Tabla 28.....	62
<i>Regresión lineal simple: Conocimiento del usuario y Productividad</i>	62
Tabla 29.....	63
<i>Regresión lineal simple: Satisfacción del usuario y Productividad</i>	63
Tabla 30.....	63
<i>Regresión lineal simple: Conducta del usuario y Productividad</i>	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	5
<i>Uso regular de IAG en el mundo</i>	<i>5</i>
Figura 2	23
<i>Proceso de interacción con el ChatGPT.....</i>	<i>23</i>
Figura 3	47
<i>Distribución de encuestados por género.....</i>	<i>47</i>
Figura 4	48
<i>Distribución de encuestados por rango de edades</i>	<i>48</i>
Figura 5	55
<i>Prueba de normalidad de variable Inteligencia Artificial Generativa.....</i>	<i>55</i>
Figura 6	55
<i>Normalidad de variable Productividad</i>	<i>55</i>

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1: Matriz de Consistencia	81
Apéndice 2: Consentimiento informado	83
Apéndice 3: Instrumento: Cuestionario para el levantamiento de información....	84
Apéndice 4: Elementos que relacionan al instrumento con la investigación	86
Apéndice 5: Tabla de total de correlaciones entre dimensiones y variables.....	86
Apéndice 6: Juicio de expertos	88

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la inteligencia artificial generativa en la productividad de las empresas de tecnología de Lima durante el año 2025. Metodológicamente, el estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 50 empresas del rubro tecnológico de Lima Metropolitana, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de información se aplicó un cuestionario de 17 ítems, validado por juicio de expertos y con una alta confiabilidad global (alfa de Cronbach = 0,929). Los resultados evidenciaron que la inteligencia artificial generativa mantiene una correlación positiva considerable con la productividad ($r = 0,799$). Asimismo, el conocimiento del usuario presentó una correlación positiva considerable con la productividad ($r = 0,779$); la satisfacción del usuario mostró una correlación positiva considerable ($r = 0,737$); y la conducta del usuario registró una correlación positiva media ($r = 0,607$). De manera complementaria, el análisis de regresión lineal simple confirmó que la inteligencia artificial generativa ejerce una influencia estadísticamente significativa y positiva sobre la productividad empresarial. Se concluye que la adopción y uso de herramientas de inteligencia artificial generativa favorecen el desempeño organizacional al optimizar tiempos, mejorar procesos y fortalecer la capacidad de respuesta operativa. Entre las principales limitaciones del estudio se reconoce el carácter no probabilístico de la muestra y la focalización en empresas tecnológicas de Lima, lo que exige cautela al generalizar los hallazgos. En el plano ético, se respetaron los derechos de autor y las normas APA séptima edición, conforme a los lineamientos institucionales.

Palabras clave: Inteligencia artificial generativa, conocimiento, satisfacción, conducta, productividad.

ABSTRACT

The general objective of this study was to determine the influence of generative artificial intelligence on the productivity of technology companies in Lima during 2025. Methodologically, the research was conducted under a quantitative approach, with a basic purpose, correlational level, non-experimental design, and cross-sectional scope. The sample consisted of 50 technology companies located in Metropolitan Lima, selected through non-probabilistic convenience sampling. Data were collected through a 17-item questionnaire validated by expert judgment and showing high overall reliability (Cronbach's alpha = 0.929). The findings revealed that generative artificial intelligence had a considerable positive correlation with productivity ($r = 0.799$). Likewise, user knowledge showed a considerable positive correlation with productivity ($r = 0.779$); user satisfaction also showed a considerable positive correlation ($r = 0.737$); and user behavior regarding generative artificial intelligence presented a moderate positive correlation ($r = 0.607$). In addition, the simple linear regression analysis confirmed that generative artificial intelligence exerts a statistically significant and positive influence on business productivity. It is concluded that the adoption and use of generative artificial intelligence tools strengthen organizational performance by optimizing time, improving processes, and enhancing operational responsiveness. Among the main limitations, the study acknowledges the non-probabilistic nature of the sample and its focus on technology companies in Lima, which requires caution when generalizing the findings. From an ethical perspective, copyright rules and APA 7th edition standards were respected in accordance with the institutional guidelines of the Universidad Privada de Tacna. These results provide empirical evidence for managerial decision-making on digital transformation and support the strategic integration of GenAI in productivity-oriented environments.

Keywords: Generative Artificial Intelligence (GenAI); knowledge; satisfaction; behavior; productivity.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La presente introducción contextualiza el problema de investigación, delimita el propósito central del estudio y anticipa la organización interna del trabajo. Su función es situar al lector en la relevancia del vínculo entre inteligencia artificial generativa y productividad empresarial, así como presentar la lógica expositiva que articula los cuatro capítulos de la tesis.

A partir de la aceleración de uso de inteligencia artificial generativa en las empresas se está evidenciando que ésta puede incrementar la productividad de los trabajadores al integrarse como complemento de capacidades humanas logrando reducir los tiempos para el desarrollo de actividades mejorando la eficiencia y eficacia (Cevallos et al., 2025, Brynjolfsson et al., 2025, Noy & Zhang, 2023, Dell'Acqua et al., 2023).

En ese sentido, el objetivo general de la investigación es determinar la influencia de inteligencia artificial generativa en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025 para lo cual el estudio se dividió en cuatro capítulos.

En el primer capítulo se realiza el planteamiento y formulación del problema así como las razones que justifican la investigación para poder trazar los objetivos del presente estudio.

En el segundo capítulo se detallan los antecedentes nacionales e internacionales de la investigación así como las bases teóricas que lo sustentan.

En el tercer capítulo se detallan las hipótesis que se pretenden demostrar así como la metodología que siguió la investigación junto con la identificación de las variables, sus dimensiones e indicadores llegando a formular los instrumentos utilizados para el levantamiento de información a la muestra seleccionada.

En el cuarto capítulo se presenta un análisis detallado de los resultados con las pruebas de confiabilidad del instrumento, pruebas estadísticas descriptivas y las pruebas de hipótesis.

DESARROLLO

Finalmente, se presenta la discusión de los resultados, las conclusiones y recomendaciones de la investigación, con las respectivas referencias bibliográficas y anexos.

CONCLUSIÓN

Así, la introducción establece el marco general del estudio y muestra que la investigación sigue una secuencia lógica entre problema, sustento teórico, metodología y resultados. Esta organización permite comprender desde el inicio que el propósito de la tesis es demostrar, con base empírica, la influencia de la inteligencia artificial generativa en la productividad de las empresas de tecnología de Lima durante el año 2025.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo expone la problemática que da origen a la investigación, describe el contexto internacional y nacional en el que emerge la inteligencia artificial generativa como factor asociado a la productividad y delimita las preguntas, justificación y objetivos del estudio. Su propósito es demostrar la pertinencia académica y práctica de analizar esta relación en empresas de tecnología de Lima.

DESARROLLO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La productividad mundial ha experimentado una desaceleración persistente preocupante, manifestándose con particular intensidad en la última década, y entre 2010 y 2019 el crecimiento anual del producto por hora trabajada se redujo a casi la mitad versus la década anterior, obligando a gobiernos y empresas a buscar nuevas formas de eficiencia, donde la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) advirtió que, pese a la digitalización generalizada, la mayoría de economías avanzadas apenas sostienen incrementos de 1% a 1,5% anual, requiriendo nuevas tecnologías que reactiven la curva de rendimiento. Esta crisis de productividad se ha convertido en uno de los desafíos económicos más apremiantes del siglo XXI, exigiendo soluciones innovadoras y disruptivas (OECD, 2024).

En este escenario, lograr la productividad empresarial es un gran desafío en el contexto de la globalización, donde las organizaciones se ven obligadas a mejorar constantemente sus procesos productivos, elevar la calidad y fortalecer la competitividad, pero se enfrentan a muchos retos para alcanzar niveles óptimos de rendimiento. Cabe precisar que la productividad está referida a la

relación entre los productos producidos y los recursos utilizados, involucrando elementos como la eficiencia (uso óptimo de recursos) y eficacia (logro de objetivos), donde a menudo las empresas carecen de mecanismos para evaluar ambos componentes de forma integral impidiéndoles identificar plenamente áreas de mejora continua en sus procesos productivos. Fortalecer componentes como el liderazgo, la cultura organizacional, la gestión del talento humano, la adopción de nuevas tecnologías y la investigación y desarrollo resultan esenciales para elevar la productividad y, con ello, lograr una ventaja competitiva sostenible (Cevallos et al., 2025, Ramírez et al., 2022).

En ese contexto, emerge Inteligencia Artificial Generativa (IAG) como la candidata principal para revertir esa tendencia, siendo una tecnología disruptiva con el potencial de transformar diversos sectores económicos, dada su capacidad para optimizar diferentes tipos de procesos para múltiples giros de negocio, lo que ha captado la atención de las empresas que buscan, constantemente, incrementar su productividad y competitividad en el mercado global (García et al., 2024, Checasaca et al., 2022) y donde en el primer sondeo representativo en Estados Unidos mostró que en sólo dos años del lanzamiento IAG a nivel comercial, el 40 % de los trabajadores utilizaba ya las utilizaba (Bick et al., 2024) y el 2023 un tercio de las empresas había incorporado IAG en al menos un proceso del negocio (McKinsey & Company, 2023a).

Investigaciones internacionales confirman este impacto positivo, Noy & Zhang (2023) demostraron que el acceso a ChatGPT aumentó la productividad de los trabajadores en un 14%, con reducciones drásticas en el tiempo medio invertido en tareas y mejoras significativas en las calificaciones promedio de desempeño. De manera similar, Brynjolfsson et al. (2025) encontraron que el acceso a asistencia de IA incrementa la productividad promedio en 15%, medida por problemas resueltos por hora.

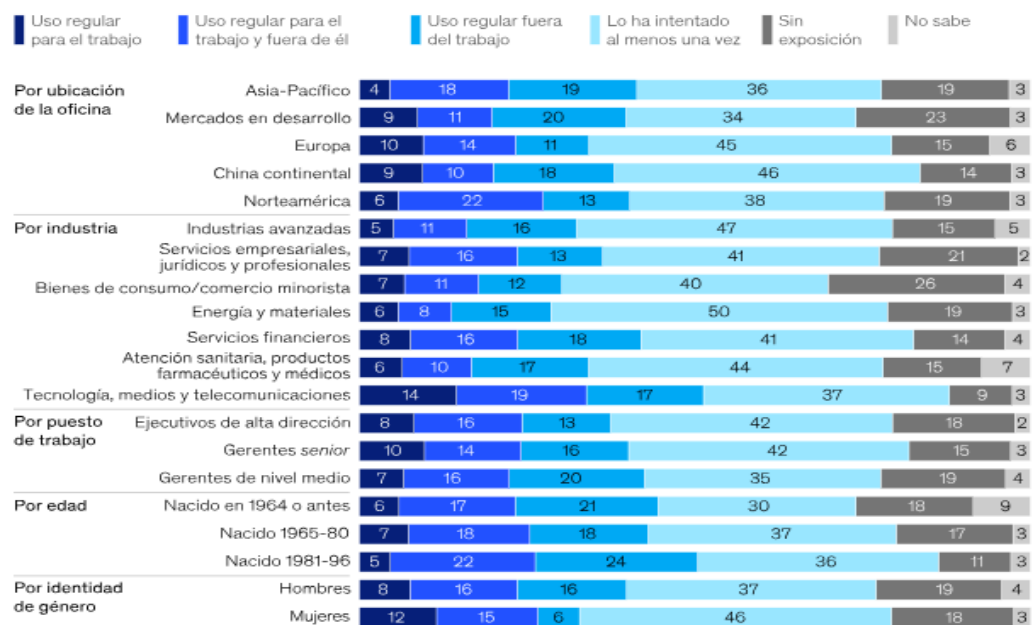
La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2024) ha determinado que cuando las empresas implementan alguna IAG, su productividad se incrementa entre 8% y 14%, mientras que estudios de Accenture (2024) indican que más del 40% de los líderes empresariales afirman haber aumentado su productividad gracias

a la automatización mediante IA. McKinsey & Company (2023a) estima que el uso de IAG en gestión comercial puede aumentar la productividad comercial hasta en un 40%, consolidando a esta tecnología como un multiplicador de eficiencia sin precedente (Centrum, 2024).

Entonces, los propietarios de los negocios, a medida que implementan IAG, esperan lograr mejoras en las áreas de marketing, ventas, desarrollo de productos y servicios, operaciones, atención al cliente y áreas administrativas, donde su uso regular en el trabajo y fuera de él supera el 40% en los países, industrias y puestos de trabajo de todo el mundo, con tendencia a incrementarse año tras año, como se aprecia en la Figura 1 (McKinsey & Company, 2023b).

Figura 1

Uso regular de IAG en el mundo



Nota: La figura muestra el uso regular de IAG en las empresas del mundo. Fuente: McKinsey & Company (2023b).

Pero, a pesar que las cifras globales anticipan un renacimiento de la productividad, ésta solo se logra cuando las ganancias de los negocios se materializan en inversión en capital humano, rediseño de procesos y tecnologías (OCDE, 2024), puesto que se evidencian una serie de dificultades como, la falta de infraestructura digital, la escasez de talento, la necesidades de cambios en la cultura

organizacional, entre otras, que obstaculizan que un gran número de empresas implementen IAG en sus negocios (OIT, 2024).

En el contexto peruano, la situación presenta características particulares que ameritan análisis profundo, puesto que el 37% de las empresas peruanas ya están utilizando IAG debido a que estas se han vuelto un importante aliado para aumentar la productividad del negocio, permitiendo optimizar operaciones y que los dueño y gerentes tomen mejores decisiones estratégicas al contar con mayor información. Estas empresas han logrado mejorar la eficiencia de los trabajadores y eliminar la carga de tareas rutinarias, permitiendo enfocar el tiempo y energías en actividades de innovación, creatividad y servicio al cliente (Torras et al., s.f.).

No obstante, esta adopción acelerada contrasta con limitaciones estructurales críticas que restringen el despliegue efectivo de la IA a nivel nacional. El Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial (ILIA) 2024 posiciona al Perú en el octavo lugar regional, pero evidencia que el país se encuentra en una etapa incipiente de desarrollo, enfrentando desafíos significativos (Flores, 2025, ComexPerú, 2025, Flores, 2025, Mendoza, 2025):

1. Deficiencias en conectividad: Solo el 58.4% de hogares están conectados a internet, con una brecha rural-urbana de 36 puntos porcentuales.
2. Limitada infraestructura de cómputo: Ausencia de centros de datos de alto rendimiento y capacidad de procesamiento insuficiente.
3. Dificultades en aprovechamiento de datos: Limitaciones en el uso efectivo de datos para políticas públicas y desarrollo de soluciones tecnológicas.
4. Escasez de talento especializado: Solo el 29.40% de gobiernos municipales tiene cubierto el puesto de Líder de Gobierno y Transformación Digital.

En base a todo lo anteriormente señalado se evidencia el potencial transformador de IAG en la productividad de los negocios. Sin embargo, se la existencia de un vacío epistemológico crítico sobre IAG y productividad justificado en que la literatura sobre IAG y productividad se concentra abrumadoramente en economías desarrolladas, particularmente Estados Unidos, Europa y países asiáticos avanzados, en la escasez de evidencia organizacional en contextos

latinoamericanos particularmente en el sector tecnológico peruano, y la ausencia de marcos explicativos adaptados al contexto peruano que no consideran las particularidades del ecosistema empresarial peruano como informalidad laboral, limitaciones de infraestructura digital, características culturales organizacionales, y marcos regulatorios específicos.

Esto hace necesario profundizar en una investigación que comprenda la situación actual de las empresas identificando oportunidades y limitaciones como información valiosa para la formulación de estrategias en camino a la implementación de IAG.

En ese sentido, la investigación está enmarcada dentro del campo de estudio de las Ciencias Naturales de la OCDE en la subárea de Computación y Ciencias de la Información.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Interrogante principal

¿Cómo influye Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?

1.2.2 Interrogantes secundarias

- ¿Cómo influye el conocimiento del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?
- ¿Cómo influye la satisfacción del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?
- ¿Cómo influye la conducta del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se justifica tomando como base los cinco criterios que señalan Hernández y Mendoza (2018):

- **Conveniencia:** La productividad se ha vuelto el principal termómetro de competitividad en el sector tecnológico y dado que en Lima se

concentran gran cantidad de estas empresas, donde determinar la influencia real de IAG en su productividad resulta claramente conveniente porque los hallazgos orientarán inversiones permitiendo fundamentar decisiones sobre capacitación y arquitectura digital, lo que permitirá diseñar estrategias que permitan a los negocios aprovechar al máximo esta tecnología.

- **Relevancia social:** las empresas enfrentan barreras asociadas a habilidades digitales, cultura organizacional y estrategias de adopción, y al comprender la influencia de IAG y la productividad, se podrán diseñar programas y estrategias que fortalezcan la empleabilidad y mejoren las condiciones laborales en el ecosistema tecnológico de las empresas, beneficiando a trabajadores, consumidores, accionistas y a la comunidad.
- **Implicaciones prácticas y de desarrollo:** las empresas requieren evidencia para integrar IAG en sus negocios sin sacrificar calidad ni seguridad, donde la presente investigación identificará oportunidades y desafíos, y generará información importante para que los gerentes puedan formular hojas de ruta y esquemas de su posible implementación aumentando la eficiencia, logrando la sostenibilidad y reduciendo la incertidumbre de adopción tecnológica.
- **Valor teórico o de conocimiento:** la literatura sobre IAG y productividad se concentra en economías desarrolladas y ofrece escasa evidencia organizacional en contextos latinoamericanos evidenciando un vacío, y donde la presente investigación ampliará los marcos teóricos sobre complementariedad humano-máquina y proporcionará un modelo explicativo que otros investigadores podrán contrastar en diferentes sectores o regiones, contribuyendo al debate sobre el impacto real de IAG en los resultados empresariales.
- **Utilidad metodológica:** la investigación desarrollará y validará un instrumento para medir que mide las dimensiones de conocimiento, satisfacción y conducta del usuario, y de la productividad organizacional, donde la combinación de encuestas, registros de desempeño y técnicas

de análisis multivariado generarán un protocolo replicable para evaluar la influencia de IAG en diferentes contextos. De este modo, el estudio ofrecerá herramientas metodológicas que podrán ser adaptadas en futuros trabajos académicos.

La investigación presentó limitaciones en cuanto a la limitada cantidad de investigaciones sobre IAG y la productividad de las empresas en el ámbito nacional y a nivel internacional en su mayoría estuvieron relacionadas al sector educativo y de salud. Por el lado ético, se respetaron todos los derechos de autor con el correcto uso de las normas Apa versión 7, así como los formatos de postgrado exigidos por la Universidad Privada de Tacna.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Objetivo general

Determinar la influencia de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la influencia del conocimiento del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025.
- Determinar la influencia de la satisfacción del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025.
- Determinar la influencia de la conducta del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025.

CONCLUSIÓN

En conclusión, el capítulo ha permitido identificar un problema relevante, actual y suficientemente delimitado: la necesidad de comprender cómo la inteligencia artificial generativa influye en la productividad de las empresas de tecnología de Lima. A partir de esta delimitación se justifican los objetivos del estudio y se consolida la base lógica que orienta el desarrollo teórico, metodológico y empírico de la investigación

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo reúne los antecedentes empíricos, las bases teóricas y las definiciones conceptuales que sustentan la investigación. Su finalidad es construir el soporte científico del estudio, identificar hallazgos previos sobre inteligencia artificial generativa y productividad, y justificar la selección de dimensiones e indicadores que serán utilizados en el marco metodológico.

DESARROLLO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Antecedentes internacionales

Artículos científicos

Allahyari et al. (2025) en Qatar, en su artículo científico titulado “*Assessing the use of ChatGPT among agri-food researchers: A global perspective*”, realizado en 61 países de Asia, Europa, África y América, tuvo como objetivo aplicar el modelo de la Teoría de la Acción Planeada para identificar determinantes de la adopción de ChatGPT en la investigación agroalimentaria. La metodología fue de encuesta online en varios grupos profesionales, recolectando 540 cuestionarios válidos (siendo una muestra multinacional, donde se midieron actitudes, normas subjetivas, control percibido y voluntad de adoptar ChatGPT. Los resultados determinaron una actitud mayoritariamente positiva y reconocimiento general de que ChatGPT puede aumentar la productividad de la investigación en tareas como edición, traducción y comunicación científica.

Riquelme y Pereira (2024) de Paraguay, en su artículo científico titulado “Inteligencia artificial como herramienta de organización de actividades profesionales y personales” tuvo como objetivo exponer tendencias emergentes y recomendaciones para maximizar el potencial de

la IA en la organización de actividades profesionales, mostrando cómo la IA puede mejorar la eficiencia en diversos sectores. Bajo una metodología de revisión teórica destaca la IA (en general) como factor que potencia la eficiencia laboral y profesional, sugiriendo que la adopción estratégica de tecnologías inteligentes puede marcar la diferencia entre éxito y estancamiento empresarial. Los resultados señalaron que IAG permite automatizar tareas, gestionar proyectos mejorando la eficiencia. También aumentan la productividad al analizar grandes volúmenes de datos reduciendo el tiempo empleado y personalizando soluciones de acuerdo a cada necesidad específica.

Liu et al. (2024) de Corea del Sur, en su artículo científico titulado “The mediating effect of user satisfaction and the moderated mediating effect of AI anxiety on the relationship between perceived usefulness and subscription payment intention”, investigaron cómo la utilidad percibida de la IA generativa (ChatGPT) influye en la satisfacción del usuario y en su intención de pagar por suscripción con el objetivo general fue analizar el efecto de la utilidad percibida de ChatGPT en la satisfacción del usuario y en la intención de pagar por su suscripción, y determinar si la ansiedad ante la IA modera mediadamente esta relación. En la metodología se aplicó un cuestionario online en Corea del Sur (distribuido vía Google Forms/KakaoTalk), donde se midieron cuatro variables de utilidad percibida, satisfacción de usuario, intención de pago de suscripción y ansiedad ante la IA. Los resultados determinaron que la utilidad percibida de ChatGPT influye positivamente en la satisfacción del usuario, y a su vez aumenta la intención de pagar por la suscripción, que la satisfacción actúa como mediador parcial entre la utilidad percibida y la intención de suscripción, es decir, los usuarios que perciben a ChatGPT como útil se satisfacen más y por tanto muestran mayor disposición a suscribirse. Además, la ansiedad ante la IA modera este proceso contrariamente a lo esperado, niveles altos de ansiedad amplifican la influencia de la utilidad percibida sobre la satisfacción y la intención de pago. Los investigadores concluyeron que ChatGPT potencia la productividad del usuario con mejor percepción de eficacia y rapidez en tareas, y que la percepción de utilidad percibida es clave para generar compromiso de pago y uso continuado. Aunque el estudio se

enfoca en usuarios individuales y en la decisión de suscripción, sus resultados sugieren que la adopción de IA generativa aumenta la eficacia y compromiso en las actividades como incremento de productividad persona. En este sentido, se infiere que si en las empresas de tecnología los empleados perciben a la IA generativa como útil, aumentará su satisfacción laboral y posiblemente la productividad organizacional. Se evidencia que la IA generativa (ChatGPT) tiene un impacto positivo en variables vinculadas a la productividad (utilidad, satisfacción), aunque centrado en la intención de pago de usuarios.

Tramallino y Marize (2024) de Argentina, en su artículo científico titulado “Avances y discusiones sobre el uso de inteligencia artificial (IA) en educación” con el objetivo de analizar artículos científicos sobre IA en educación, abarcando IA generativa, como ChatGPT, y temas de alfabetización digital. La metodología empleada fue de revisión de artículos en Google Scholar y ScienceDirect. Los resultados destacan tendencias como la alfabetización en IA, formación docente y debate sobre ChatGPT en escuelas, regulaciones gubernamentales, etc. Además, señalaron que IAG permiten la personalización del aprendizaje, desarrollan habilidades críticas en los usuarios, promueve el aprendizaje adaptativo y mejoran la participación estudiantil.

Montoya et al. (2024) de Ecuador, en su artículo científico titulado “Inteligencia artificial en el aula: nuevas estrategias para la enseñanza y aprendizaje en la educación media” tuvieron como objetivo revisar sistemáticamente el impacto de la IA en la enseñanza y aprendizaje de secundaria. Su metodología fue de enfoque cuantitativo descriptivo con diseño longitudinal retrospectivo, analizando artículos en bases de datos como SciELO, Latindex, etc. Los resultados señalaron que IAG permite personalizar el aprendizaje al adaptar los contenidos a las necesidades específicas de cada estudiante, promoviendo la retroalimentación inmediata y facilitando la creación de recursos educativos innovadores.

Castillo et al. (2024) de México, investigaron sobre las “Dimensiones analíticas para el estudio de las representaciones sociales respecto a la Inteligencia Artificial, en entornos educativos de ingeniería”, mediante un artículo conceptual en el que se desarrollan dimensiones analíticas para estudiar las representaciones

sociales de la IA generativa en la educación superior tecnológica con el objetivo de definir cómo la IA, considerada un elemento disruptivo en la educación, influye en la formación docente y aprendizaje. Los resultados señalaron que IAG son un elemento disruptivo que permite redefinir la enseñanza, favoreciendo la inmediatez y resolución rápida de problemas, generando nuevas actitudes, positivas y negativas, hacia el uso de la tecnología.

Noy & Zhang (2023) en Estados Unidos en su artículo científico “Experimental Evidence on the Productivity Effects of Generative Artificial Intelligence” tuvieron como objetivo general analizar cómo ChatGPT influye en la productividad laboral. Los resultados revelaron efectos positivos sustanciales de ChatGPT como el tiempo medio invertido en la tarea disminuyó drásticamente y las calificaciones promedio aumentaron, se redujo la desigualdad de productividad entre trabajadores, donde los participantes de menor habilidad mejoraron con IA que los de alta habilidad. Además, los usuarios de ChatGPT dedicaron proporcionalmente menos tiempo a esbozar borradores y más a generar ideas y editar elevándose la satisfacción laboral y la autoeficacia. Los autores concluyeron que la IA generativa aumenta notablemente la productividad promedio de trabajadores en tareas de redacción y mejora factores críticos de satisfacción, especialmente ayudando a trabajadores de menor rendimiento, evidenciando que IA como ChatGPT pueden incrementar la eficiencia productiva en empresas.

Otis et al. (2023), en su artículo científico en Kenia titulado “The Uneven Impact of Generative AI on Entrepreneurial Performance” trazaron el objetivo general de evaluar cómo el acceso a un mentor de negocios de IA (GPT-4 vía WhatsApp) afectó los ingresos y las ganancias empresariales. La metodología fue de un experimento de campo de cinco meses con 640 emprendedores kenianos, asignados aleatoriamente a un grupo control con guía de negocios estándar o a un grupo tratamiento con mentor de IA basado en GPT-4, recopilando datos periódicos de desempeño, ventas y beneficios a lo largo del experimento. Los resultados mostraron que no existe un efecto promedio significativo del mentor de IA en el desempeño general de los emprendedores, pero se observó que los emprendedores con alto rendimiento inicial obtuvieron un beneficio notable al usar IA, mientras

que los de bajo rendimiento empeoraron al recibir asesoría de IA. Esto sugirió que ambos grupos utilizaron el mentor de IA, pero los de bajo rendimiento tendieron a consultar la IA sobre problemas muy complejos, lo que explicaría su empeoramiento. Los autores concluyeron que el efecto de la IA generativa es desigual, porque la productividad mejora los ingresos para empresas con cierta capacidad previa, pero la puede afectar negativamente en empresas con dificultades básicas. Este hallazgo implica que la influencia de la IA generativa en la productividad depende de cómo se emplea, qué tareas se automatizan, y del nivel de base de la empresa, advirtiendo que su adopción no garantiza aumentos uniformes en productividad.

Gallent et al. (2023) de España, en su artículo científico titulado “El impacto de la inteligencia artificial generativa en educación superior: una mirada desde la ética y la integridad académica” revisaron la integración de herramientas de IA generativa (ChatGPT, etc.) en la universidad. El objetivo fue examinar las implicaciones éticas de la IA generativa en educación superior desde tres perspectivas estudiantes, profesores, instituciones y analizar su impacto en seguridad, accesibilidad, sostenibilidad e incluso nuevas formas de plagio. La metodología fue de revisión bibliográfica de literatura académica. Los resultados identificaron oportunidades pedagógicas como retroalimentación instantánea, recursos didácticos y aprendizaje adaptativo, que facilitan la personalización del aprendizaje de los estudiantes, permiten crear materiales educativos y dan retroalimentación instantánea. Aunque surgen preocupaciones de plagio y autoría, es recomendable su regulación y supervisión.

Tesis de investigación

Dolle (2025) en Letonia investigó en su tesis doctoral sobre “*Empowering Middle Management in Mid-sized Organizations towards Digital Transformation and Artificial Intelligence Integration*” con el objetivo de diseñar un marco conceptual que permita empoderar a los mandos medios para liderar la transformación digital con IA. La metodología combinó la revisión crítica de literatura, la encuesta y el análisis de estudios de caso reales. Los resultados demostraron que uno de los obstáculos principales para integrar IA de manera

exitosa son precisamente los gerentes medios que no dirigen suficientemente rápido y eficazmente este proceso. En ese sentido, el autor concluyó que es necesario un framework basado en competencias fundamentales que deben adquirir los mandos intermedios, identificando limitaciones clave y conocimientos necesarios, con un modelo de monitoreo de mejora continua para guiar la integración de IA de forma planificada y eficiente.

Aranda (2024) en su tesis doctoral en España titulada “Digitalización e I4.0: formación continua, conocimientos técnicos y habilidades profesionales” trazó como objetivo analizar y proponer las acciones de formación necesarias para que la sociedad española incorpore plenamente las tecnologías de la Industria 4.0, incluida la inteligencia artificial, con el fin de incrementar la productividad y competitividad empresarial y, al mismo tiempo, reducir el desempleo estructural. La metodología combinó la revisión sistemática de literatura científica y normativa sobre productividad, empleo y formación continua; análisis documental de informes públicos y privados sobre capacitación y brechas digitales, con variables centrales organizadas en dimensiones técnicas como computación en la nube, internet de las cosas, robótica, sistemas inteligentes, Big Data, ciberseguridad, inteligencia artificial, tecnologías distribuidas, redes, contenidos y simulación y dimensiones de habilidades personales y organizacionales como comunicación, resolución de problemas, trabajo en equipo, autogestión, habilidades de gestión, lenguaje básico, conducta, que se vinculan con dimensiones de resultados empresariales como innovación, productividad, gestión comercial, fabricación y logística, desarrollo sostenible, empleo y organización ágil. Los resultados mostraron que los conocimientos de inteligencia artificial impulsan especialmente resultados de innovación y productividad, que la computación en la nube es considerada base transversal para la productividad, gestión comercial e innovación; que las competencias ligadas a robótica, internet de las cosas y redes se asocian directamente con mejoras en fabricación, logística y eficiencia productiva, y que habilidades como trabajo en equipo, comunicación, resolución de problemas y gestión favorecen comportamientos clave como compromiso con objetivos, aceptación de nuevos retos, estabilidad del personal, integración cultural y agilidad

organizacional. Las conclusiones establecen que la adopción de tecnologías digitales avanzadas propias de la Industria 4.0 sólo se traduce en productividad sostenible y en resultados empresariales medibles si va acompañada de formación continua estratégica que cierre la brecha de competencias digitales de la fuerza laboral española. Es decir, la productividad empresarial derivada de la digitalización depende tanto del despliegue técnico de IA como de la capacitación permanente de las personas que operan, integran y mejoran esas tecnologías dentro de la organización.

Ndibang (2024) en su tesis doctoral en Estados Unidos titulada “*Effects of artificial intelligence adoption on organizational success, productivity, and efficiency*” tuvo como objetivo general cerrar la brecha de conocimiento existente sobre el impacto directo de la IA en el desempeño organizacional como éxito, productividad y eficiencia. La metodología empleada fue de revisión sistemática siguiendo un protocolo estricto de seis pasos (Cochrane), con criterios de inclusión y exclusión. Los resultados señalaron que la adopción de IA tiende a tener impactos positivos en la productividad y factores críticos asociados, donde la IA mejora capacidades del personal, optimiza procesos, facilita generación de información valiosa y eleva la satisfacción del cliente lo que implica aumentos en productividad organizacional. Concluyó que para maximizar este potencial las empresas deben implementar IA estratégicamente y monitorear continuamente su impacto.

Arredondo (2023) en su tesis doctoral en Colombia titulada “La industria 4.0 y la transformación digital: el efecto sinérgico de la responsabilidad social corporativa y el capital humano en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio” formula como objetivo general proponer y contrastar un modelo de hipótesis que analiza las relaciones entre el Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la Transformación Digital, la Industria 4.0, el Capital Humano y los Resultados empresariales, entendido esto último como desempeño organizacional asociado a productividad, competitividad y beneficios derivados de la adopción tecnológica. La metodología fue de diseño cuantitativo explicativo, aplicado a una muestra de 150 directivos (Dirección de Operaciones/Producción, RRHH, RSC, Logística y

Tecnología) de empresas de distintos sectores, tamaños y antigüedad ubicadas en diversas zonas geográficas, incluyendo España y Latinoamérica, donde las dimensiones de las variables fueron Transformación Digital, Industria 4.0, Capital Humano, RSC, Cumplimiento de ODM y Resultados empresariales. Los resultados hallaron relaciones positivas entre ODM, RSC, Transformación Digital, Industria 4.0 y Capital Humano, mostrando que estas dimensiones, en conjunto, impulsan mejores resultados empresariales, es decir, beneficios organizacionales que se traducen en desempeño superior. La tesis concluye que la adopción tecnológica asociada a Industria 4.0 mejora la productividad y los resultados de la empresa sólo si va acompañada de gestión estratégica del Capital Humano y de prácticas de RSC, lo que implica que la tecnología por sí sola no garantiza productividad sostenible: la sinergia entre personas capacitadas, cultura responsable y digitalización avanzada es la que finalmente impulsa resultados empresariales superiores.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Artículos científicos

Cornejo (2023) en su artículo de investigación titulado “La inteligencia artificial y su incidencia en el mercado laboral peruano” planteó como objetivo comprender cómo la inteligencia artificial (IA) está transformando la organización del trabajo en los diferentes sectores económicos del país y alterando la naturaleza de las relaciones laborales. El estudio fue de tipo analítico–descriptivo, basado en la revisión de información contextual, datos estadísticos sectoriales y reflexión jurídica sobre la necesidad de regulación, examinando el mercado laboral peruano como caso nacional. En la metodología se analizaron las dimensiones como el grado de adopción tecnológica en sectores como minería, turismo, gastronomía, periodismo y salud, los efectos positivos como mejora del desempeño, eficiencia y nuevos puestos y negativos como desplazamiento laboral y riesgos para derechos fundamentales, y la adecuación del marco normativo laboral frente a estas transformaciones. Los resultados señalaron que la IA ya genera reconfiguración de empleos, especialmente en labores repetitivas o de baja cualificación, y que esta reconfiguración no supone solo sustitución humana por automatización, sino

reasignación de tareas y surgimiento de nuevas ocupaciones asociadas a la digitalización, lo que impacta directamente en la productividad porque acelera procesos y eleva la eficiencia de sectores estratégicos. Sin embargo, el autor advierte que esta misma eficiencia empresarial crea tensiones redistributivas, porque la productividad impulsada por IA puede concentrar valor económico en las empresas que adoptan tecnología sin que exista un marco legal actualizado que garantice simultáneamente el derecho a innovar y el derecho al trabajo digno, por lo que propone evaluar la creación de un texto normativo especial que regule el uso de IA para equilibrar competitividad y protección laboral. En conclusión, el artículo sostiene que, en el Perú, la IA está modificando ya la estructura del mercado laboral y obliga a rediseñar la gestión de las relaciones de trabajo, porque la promesa de mayor productividad empresarial viene acompañada de riesgos de exclusión y precarización si el Estado no actualiza la regulación laboral con la misma velocidad con la que las empresas internalizan la IA.

Armas (2021), en el artículo titulado “La Inteligencia Artificial en empresas peruanas e impactos laborales en los trabajadores” tuvo como objetivo conocer si las empresas peruanas usan actualmente Inteligencia Artificial (IA) y sus perspectivas en los próximos años. Empleó una metodología de enfoque cualitativo que emplea técnicas documentarias, entrevistas, encuestas y comparación normativa aplicadas al caso peruano, observando empresas que ya incorporan IA en procesos productivos, comerciales y de servicios, con una muestra que incluyó organizaciones nacionales como instituciones educativas, financieras, aseguradoras y retail, entre otras. Analizó las dimensiones de la variable IA como digitalización, automatización y robotización de tareas. Los resultados describieron que, aunque el uso empresarial de IA en el Perú es todavía incipiente, las organizaciones la visualizan como estratégica para optimizar procesos, reducir costos, mejorar eficiencia y, en consecuencia, aumentar el desempeño productivo y económico; es decir, la IA ya se percibe internamente como palanca directa de productividad y competitividad. Al mismo tiempo, el estudio identifica un desfase normativo, porque la legislación laboral peruana no está preparada para escenarios en los que una empresa sustituye trabajo humano por IA para mejorar su productividad y luego

enfrenta conflictos al despedir personal sobrante, porque aún no existe un marco equilibrado entre el derecho del empleador a innovar y el derecho del trabajador a conservar el empleo. La conclusión es que la IA, aun en fase temprana en las empresas peruanas, impulsa transformaciones organizacionales orientadas a la eficiencia y a la mejora de resultados productivos, pero esa misma eficiencia genera impactos laborales potencialmente traumáticos si el Estado no actualiza su regulación para permitir innovación con justicia social; en términos de la pregunta y objetivo de investigación, la IA actúa como un factor que incrementa la productividad empresarial, pero simultáneamente reestructura la fuerza de trabajo y redefine las condiciones de empleabilidad en el país.

2.2 BASES TEÓRICAS

Inteligencia Artificial Generativa (IAG)

Inteligencia Artificial (IA) está referida a la capacidad que tienen las máquinas para “simular” los procesos cognitivos que realizan los humanos. Así, surge Inteligencia Artificial Generativa (IAG), que forma parte de la IA, capaz de permitir que estas máquinas comprendan, interpreten y generen nueva información de forma autónoma y como lo haría una persona, facilitando los procesos empresariales (Cevallos et al., 2025, Mayol, 2024, Al Naqbi et al., 2024).

Está referido a un tipo de inteligencia artificial capaz de realizar acciones a solicitud de un usuario optimizando los recursos y procesos, la cual está basada en sofisticados modelos de aprendizaje automático (IBM, 2024).

IAG es un tipo de inteligencia autónoma capaz de generar nueva información como textos, imágenes, música, videos, historias, códigos de programación y otros muchos, a partir de los datos obtenidos de Internet, la cual viene siendo implementada en los diferentes sectores como laboral, educativo, cultural, políticos, empresarial, etc. La más popular es el ChatGPT, por las siglas en inglés de *Generative Pre-Trained Transformer*, que fue lanzado al mercado el 2022 por la empresa OpenAI, siendo inmediatamente seguido por otros como *Image Embedding Predictive Architecture (I-JEPA)*, *Stability IA (Stable Diffusion)*,

MidJourney, Dall-E, Claude, Copilot, Gemini, (Chocobar et al., 2025, Gupta, 2024, Cetina, 2024, Ramos, 2023).

El Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (Ceplan, 2023) define IAG como un subconjunto de la IA enfocado en la creación de nuevos contenidos, como texto, imágenes, audio y código, a partir de modelos entrenados con grandes cantidades de datos, que están basados en redes neuronales avanzadas, como los Modelos Generativos Preentrenados (GPT) y las Redes Generativas Antagónicas (GANs), que han permitido avances significativos en el procesamiento del lenguaje natural. Así, IAG están transformando diversas industrias al automatizar procesos creativos, optimizar la producción de contenido y mejorar la eficiencia en la toma de decisiones (Fernández, 2024).

De igual manera, Riquelme y Pereira (2024) definen IAG como tecnología avanzada que permite a las máquinas generar contenido original, utilizando modelos de lenguaje avanzados y basándose en patrones y datos entrenados. Esta incrementa la productividad al optimizar tiempos, mejorar la toma de decisiones, personalizar las respuestas y facilitar la comprensión de información compleja.

Gallent et al. (2023) y Montoya et al. (2024) definieron IAG como una rama de la IA capaz de crear contenido original a partir de datos previamente entrenados, basados en arquitecturas de redes neuronales y algoritmos capaces de procesar gran cantidad de datos.

Uno de los grandes avances tecnológicos en materia de IAG son los llamados chatbots, que son utilizados por las empresas para que interactúen con sus clientes agilizando los procesos de atención al cliente al responderles sus diferentes consultas sobre productos, servicios, horarios, etc. en tiempo real, ahorrando tiempo y reduciendo costos (Chakraborty et al., 2024). Así, se dice que IAG no solamente procesa información, sino que van aprendiendo patrones y estructuras para la generación de soluciones adaptadas a las necesidades de cada usuario (Castillo et al., 2024).

Impacto de IAG en los sectores productivos

Se ha demostrado que la aplicación de IAG ha impacto en diversos sectores productivos como la agricultura donde mejoró la productividad al poderse

automatizar el análisis de datos de cultivos, realizar predicciones climáticas y realizar monitoreo del suelo, logrando mejorar el rendimiento de cultivos en un 20% al detectar necesidades específicas de riego y fertilización; en la manufactura donde mediante mantenimiento predictivo, optimización de cadenas de suministro y diseño de productos se redujeron los costos y tiempos de producción; en la pesca y acuicultura donde se analizan datos para poder predecir zonas de pesca más rentables y reducir el impacto ambiental aumentando la captura de especies comerciales en un 30%; en la minería donde facilita la automatización de maquinaria, exploración geológica y análisis de datos sísmicos logrando reducir las paradas imprevistas en un 40%, mejorando la eficiencia operativa; en el comercio y servicios donde la generación de contenido automatizado, análisis de tendencias de mercado, la personalización de la experiencia del cliente y el uso de los chatbots han reportado un incremento del 25% en conversiones al usar sistemas de recomendaciones impulsados por IA generativa; en el turismo donde la personalización de itinerarios y la generación de contenido visual han aumentado reservas en un 15% (Ceplan, 2023).

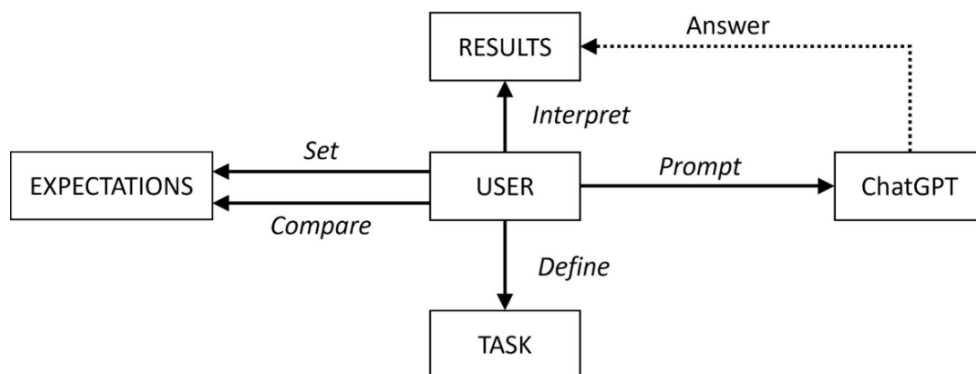
Proceso de interacción general de IAG

En la Figura 2, se aprecia la interacción entre el usuario (User) y IAG (ChatGPT), donde el usuario define la tarea (Task) y da las instrucciones a IAG (Prompts), la cual responde (Answer) y entrega los resultados (Result) que el usuario interpretará (Interpret) comparándolos (Compare) con sus expectativas (Expectations).

Cabe precisar que, este proceso podrá repetirse “n” veces hasta que el usuario logre satisfacer sus expectativas y donde IAG aprenderá más y más con cada instrucción que éste le de (Chocobar et al., 2025, Giordano et al., 2024).

Figura 2

Proceso de interacción con el ChatGPT



Nota: La figura muestra el proceso de interacción entre el usuario y IAG. Fuente: Adaptado de Chocobar et al. (2025; p. 76) y Giordano et al. (2024; p. 4).

Dimensiones de IAG

Fernández (2024) identificó 04 dimensiones o elementos de IAG en las empresas:

1. Automatización y optimización, que permite la reducción de costos al automatizar tareas operativas y mejorando la eficiencia productiva.
2. Toma de decisiones basadas en datos, permitiendo el análisis de grandes volúmenes de información, minimizando errores y permitiendo mejorar las estrategias empresariales.
3. Personalización, generando recomendaciones basadas en las preferencias individuales.
4. Impacto en el empleo, porque reduce la fuerza laboral al automatizar.

Liu et al. (2024), basándose en el modelo de actitudes ABC (Cognitivo-Afectivo-Conductual), identificaron 03 dimensiones de IAG:

1. Componente Cognitivo (*Cognitive Component*), referido a las creencias, conocimientos y percepciones que tiene un usuario sobre la utilidad y el funcionamiento de IAG, donde si los usuarios perciben IAG como una herramienta útil para mejorar su productividad será mayor su predisposición a utilizarla.

2. Componente Afectivo (*Affective Component*), referido a las emociones y sentimientos que los usuarios desarrollan hacia IAG, donde la satisfacción del usuario actúa como mediador en la relación entre percepción de utilidad e intención de suscripción y donde la ansiedad por IAG son importantes porque los usuarios pueden experimentar tanto emociones positivas (confianza y satisfacción) como negativas (miedo o incertidumbre).
3. Componente Conductual (*Behavioral Component*), referido a la disposición del usuario para actuar en función de sus creencias y emociones sobre IAG, relacionada con la intención de pagar una suscripción para utilizar herramientas de IAG, donde si el usuario percibe IAG como útil y tiene una experiencia positiva con ella, es más probable que tome decisiones favorables de suscribirse.

Allahyari et al. (2025) se basaron en la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) considerando tres dimensiones:

1. Actitud hacia el comportamiento, relacionada la percepción favorable o desfavorable de una persona sobre la acción.
2. Normas subjetivas, relacionada a la percepción de la presión social para realizar o no realizar el comportamiento.
3. Control conductual percibido, relacionada a la percepción de la facilidad o dificultad para realizar el comportamiento, influenciado por factores internos y externos.

Montero y González (2023), identificaron 04 dimensiones de IAG como elementos clave dentro de la asistencia sanitaria:

1. La atención al paciente, la cual es virtual e implica responder preguntas habituales, realizar recomendaciones y consejos personalizados según cada paciente.
2. El conocimiento biomédico, utilizado para diagnosticar, tratar y prevenir enfermedades de los pacientes.
3. La investigación clínica, mediante el análisis de datos para comprender la salud y enfermedad del paciente.

4. La gestión administrativa, para procesos repetitivos, elaborando informes, gestionando documentos y automatizando tareas.

Gallent et al. (2023) identificaron una triple perspectiva de IAG en el ámbito universitario:

1. El Alumnado, el cual se beneficia con la personalización en el aprendizaje y tutoría inteligente.
2. El Profesorado, el cual se beneficia con la reducción del tiempo en la preparación de materiales académicos, personalizando contenidos y automatizando tareas.
3. La Institución, la cual se beneficia mejorando los procesos administrativos, al tomar mejores decisiones basadas en análisis de datos y optimización de recursos.

Tramallino y Marize (2024), identificaron 05 dimensiones de IAG en el contexto educativo:

1. Dimensión educativa, relacionada con la personalización de aprendizaje implementando herramientas como tutores inteligentes y materiales individualizados, con metodologías innovadoras que fomentan la participación activa y desarrollo de nuevas competencias.
2. Dimensión tecnológica, relacionada con la automatización de tareas, corrección automática y evaluación de trabajos aumentando la eficiencia en las instituciones educativas, y con la combinación de tecnologías para analizar datos y crear plataformas educativas.
3. Dimensión ética, relacionada con la autoría y plagio, la protección de la información generada, lo cual se lograría mediante regulaciones y asegurando la transparencia y originalidad.
4. Dimensión formativa, relacionada a la formación docente y desarrollo de habilidades tecnológicas que integren IAG en el aula.
5. Dimensión interdisciplinaria, referida a la integración de IAG en múltiples áreas del conocimiento promoviendo enfoques holísticos.

Montoya et al. (2024), y Alpizar y Martínez (2024) señalaron que los investigadores presentan similitudes y diferencias en cuanto a las dimensiones de IAG en educación. En ese sentido, se pueden identificar las principales:

1. Integración en todo el proceso de enseñanza y aprendizaje.
2. Impacto en la sociedad.
3. Mejora de habilidades de estudiantes y docentes.
4. Formación docente.
5. Accesibilidad y disponibilidad
6. Personalización
7. Ética e integridad académica

Como se aprecia, existen los investigadores consideran diferentes dimensiones para IAG de acuerdo al contexto que estén analizando. En ese sentido, la presente investigación construirá el instrumento encuesta basado en la adaptación del modelo de actitudes ABC (Cognitivo-Afectivo-Conductual) que considera 03 dimensiones de IAG y de Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) que también considera 03 dimensiones, aplicados por Liu et al. (2024) y Allahyari et al. (2025), respectivamente, las cuales son:

- Conocimiento del usuario
- Satisfacción del usuario
- Conducta del usuario

Productividad

La productividad es la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y los insumos utilizados en su producción, donde una mayor productividad significa producir más con la misma cantidad de recursos o producir la misma cantidad con menos insumos (Ceplan, 2023).

La productividad es entendida como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos empleados en su producción, tales como capital, trabajo, tierra y tecnología. Así, una mayor productividad implica que una empresa puede generar más producción con la misma cantidad de insumos o la misma producción con menos insumos, lo que conlleva a una optimización de costos y una mejora en la competitividad (Ramírez et al., 2022).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, s.f.) señala que la productividad mide la eficiencia con la que se utilizan los insumos en la producción de bienes y/o servicios, siendo una variable multidimensional ya que puede variar entre países, industrias e inclusive empresas.

Así también, la OIT (2016) define a la productividad como el uso eficaz de la innovación y los recursos para aumentar el valor agregado de productos y servicios, la cual se puede lograr aumentando la producción con la misma cantidad de insumos y reduciendo el volumen de los insumos de entrada y lograr el mismo nivel de producción.

Beneficios de la Productividad

Una adecuada gestión conlleva a lograr elevados niveles de productividad que benefician a la empresa en (Ramírez et al., 2022, OIT, 2016):

1. Mejora la rentabilidad y competitividad de la empresa, porque se reducen los costos, optimizan los recursos y mejora la calidad de los productos y servicios, lo que aumenta su competitividad en el mercado.
2. Permite innovar y desarrollarse tecnológicamente, porque las empresas productivas invierten más en investigación y desarrollo, lo que conduce a mejoras tecnológicas y mayor eficiencia en los procesos productivos.
3. Permite una mayor satisfacción laboral, porque en un entorno productivo y eficiente los empleados trabajan en condiciones óptimas, con mejores incentivos y oportunidades de crecimiento profesional, lo que aumenta su compromiso y rendimiento.
4. Logra la sostenibilidad y uso eficiente de recursos, porque el incremento de la productividad contribuye a la sostenibilidad ambiental mediante la optimización de insumos y la reducción de desperdicios en los procesos productivos.

IAG en la Productividad

IAG han demostrado ser herramientas poderosas para incrementar la productividad, así (Mayol, 2024, Riquelme y Pereira, 2024, Gallent et al., 2023, Castillo et al., 2024, Tramallino y Marize, 2024):

1. Pueden automatizar tareas que son repetitivas.
2. Optimizan el tiempo requerido para realizar actividades reduciéndolo.
3. Mejoran la calidad de los resultados al poder analizar grandes volúmenes de información.
4. Personalización del aprendizaje y del trabajo dando soluciones específicas a cada necesidad en particular.
5. Lograr la eficiencia operativa, al reducir los tiempos de los procesos optimizando la ejecución de actividades.
6. Brindar soporte para la toma de decisiones más informadas.
7. Fomento de la innovación.
8. Mejora la colaboración al promover el trabajo en equipo, la cocreación de contenido y la distribución eficiente de tareas.

Dimensiones de la Productividad

La productividad puede analizarse desde diferentes dimensiones que permiten evaluar su impacto, así (Ceplan, 2023):

1. Capital físico, referido a la infraestructura, maquinaria y herramientas utilizadas en los procesos productivos, donde un mayor capital físico mejora significativamente la eficiencia y producción.
2. Capital humano, referido a la educación y habilidades de los trabajadores, donde una fuerza laboral con mejor formación y conocimientos es más eficiente y productiva.
3. Innovación y tecnología, referido a la adopción de nuevas tecnologías, automatización y digitalización de procesos que mejoran la productividad al reducir costos y tiempos de producción.
4. Organización del trabajo y gestión empresarial, referido a la gestión eficiente de los recursos humanos y materiales, junto con la

implementación de metodologías de trabajo adecuadas que impactan positivamente en la productividad.

5. Entorno económico y normativo, referido a las políticas públicas que fomenten la inversión, la innovación y el comercio pueden influir en la productividad del sector.
6. Recursos naturales y sostenibilidad, referidos a la disponibilidad y uso eficiente de recursos naturales que determinan la productividad..

La productividad comprende 02 dimensiones, donde la eficiencia enfatiza el uso óptimo de recursos y la eficacia se enfoca en alcanzar las metas propuestas, independientemente del nivel de recursos empleados (Ramírez et al., 2022, OIT, 2016):

1. Eficiencia, referida al total de recursos utilizados y la cantidad de recursos desperdiciados, es decir, a la capacidad de una organización para optimizar el uso de los recursos disponibles, minimizando costos y desperdicios sin comprometer la calidad del producto o servicio final. En otras palabras, implica hacer más con menos recursos o hacer bien las cosas optimizando el uso de los recursos. Se pueden señalar como indicadores la reducción de costos, minimización del tiempo y optimización de recursos.
2. Eficacia, relacionada con el cumplimiento de los objetivos organizacionales, asegurando que las actividades llevadas a cabo generen los resultados esperados. Se pueden considerar como indicadores el incremento de actividades y logro de objetivos.

Como se aprecia, se ha señalado que la productividad es una variable multidimensional y, en ese sentido, la presente investigación construirá el instrumento encuesta basado en la adaptación de lo planteado por los autores Armas (2021), Cornejo (2023), Ramírez et al. (2022) y la OIT (2016) considerando como 02 dimensiones:

- Eficiencia.
- Eficacia.

2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

La inteligencia artificial generativa es el conjunto de herramientas colaborativas que a partir de instrucciones dadas por el usuario, llamadas *prompts*, se genera y transforma contenido para crear textos, resúmenes, audios, gráficos, imágenes, videos, música, como apoyo para realizar tareas, búsquedas, síntesis, redacción de información nueva o existente, traducciones de idiomas, etc., donde los resultados dependen de cómo se usa y formulan las instrucciones. Esta aprende a medida que el usuario la va utilizando llegando a comprender sus requerimientos (Feuerriegel et al., 2024, Chocobar et al., 2025, Cevallos et al., 2025).

La productividad es la relación entre la cantidad de productos (*output*) y los insumos utilizados (*input*) para su producción, es decir, mide qué tan eficientemente se utilizan factores de producción como el trabajo y el capital para generar productos o servicios (OECD, 2024).

CONCLUSIÓN

En conclusión, la revisión de antecedentes y bases teóricas demuestra que la inteligencia artificial generativa puede incidir favorablemente en la productividad cuando mejora el conocimiento del usuario, fortalece su satisfacción y orienta conductas de uso sostenido dentro de la organización. Sobre esa base, el estudio adopta como marco conceptual propio a la inteligencia artificial generativa como variable independiente, operacionalizada en las dimensiones conocimiento del usuario, satisfacción del usuario y conducta del usuario; y a la productividad como variable dependiente, expresada en las dimensiones eficiencia y eficacia. Esta integración teórica articula los aportes revisados con la lógica analítica específica de la tesis y sirve de fundamento para la formulación de hipótesis y la construcción del instrumento.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo describe el diseño metodológico adoptado para contrastar las hipótesis del estudio. En esta sección se precisan las variables, dimensiones, indicadores, población, muestra, técnicas e instrumentos, con el propósito de asegurar coherencia entre el problema planteado, los objetivos formulados y la estrategia empírica empleada para el análisis de la influencia de la inteligencia artificial generativa sobre la productividad.

DESARROLLO

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis general

Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025.

3.1.2 Hipótesis específicas

- El conocimiento del usuario de Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología, 2025.
- La satisfacción del usuario de Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología, 2025.
- La conducta del usuario de Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología, 2025.

3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.2.1 Identificación de la variable independiente

La variable independiente es Inteligencia Artificial Generativa (IAG), también conocida como la causa, y es la que se descompondrá para determinar su influencia en la otra variable.

Indicadores:

Tomando como referencia las investigaciones de Lui et al. (2024) y Allahyari et al. (2025) quienes plantean el modelo de actitudes ABC (Cognitivo-Afectivo-Conductual) que considera 03 dimensiones de IAG y la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) que también considera 03 dimensiones, las dimensiones e indicadores son como se detalla en la Tabla 1.

Tabla 1

Dimensiones e indicadores de la variable independiente: IAG

Dimensiones	Indicadores
Conocimiento del usuario	Percepción y Creencias
	Control percibido
Satisfacción del usuario	Satisfacción y Experiencia Emocional
Conducta del usuario	Intención de Uso y Suscripción
	Subjetividad

Nota: La tabla muestra las dimensiones e indicadores de la variable independiente.

Fuente: Adaptado de Lui et al. (2024) y Allahyari et al. (2025).

Escala para la medición de la variable independiente

Se aplicará la escala de Likert siguiente:

- 1= Totalmente en desacuerdo
- 2= En desacuerdo
- 3= Ni acuerdo ni desacuerdo
- 4= De acuerdo
- 5= Totalmente de acuerdo

3.2.2 Identificación de la variable dependiente

La variable dependiente es la Productividad, conocida también como la consecuencia y es la que se verá influenciada por la otra variable.

Indicadores:

Tomando como referencia las investigaciones de Ramírez et al. (2022) y lo señalado por la OIT (2016), las dimensiones e indicadores se detallan en la Tabla 2.

Tabla 2

Dimensiones e indicadores de la variable dependiente: Productividad

Variable	Dimensiones	Indicadores
Productividad	Eficiencia	Costos
		Recursos
	Eficacia	Tiempo
		Actividades
		Objetivos

Nota: La tabla muestra las dimensiones e indicadores de la variable dependiente. Fuente: Adaptado de Armas (2021), Cornejo (2023), Ramírez et al. (2022), OIT (2016).

Escala para la medición de la variable

Se aplicará la escala de Likert siguiente:

- 1= Totalmente en desacuerdo
- 2= En desacuerdo
- 3= Ni acuerdo ni desacuerdo
- 4= De acuerdo
- 5= Totalmente de acuerdo

3.2.3 Variables intervinientes

Como señalan Hernández y Mendoza (2018), una variable interviniente es aquella que puede influir en la relación entre la variable independiente y la variable dependiente, es decir, actuando como un factor de mediación o moderación en la relación causal. En ese sentido, la variable interviniente son las empresas de Tecnología de Lima.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación está referido al enfoque metodológico y a la finalidad del estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

En ese sentido, la investigación fue de enfoque cuantitativo, porque recolectó datos numéricos mediante encuesta y los analizó con estadística

descriptiva e inferencial para contrastar las hipótesis planteadas. La revisión de literatura cumplió una función de sustento teórico y contextual, pero no constituyó una fase cualitativa de producción y análisis de datos

Básica porque contrastó conocimiento teórico sin perseguir una aplicación inmediata.

3.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de la investigación está relacionado a su alcance o profundidad (Hernández y Mendoza, 2018).

La investigación fue de nivel correlacional, porque analizó la relación estadística entre la inteligencia artificial generativa y la productividad, así como entre las dimensiones de la primera variable y la productividad.

3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

De igual forma, señalan que el diseño de la investigación está referido a la estructura y cómo se llevará a cabo (Hernández y Mendoza, 2018).

La investigación fue no experimental porque no se manipuló ninguna variable y de corte transversal porque se realizó en un solo momento del tiempo.

3.6 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

El ámbito geográfico de la investigación serán las empresas de tecnología de Lima Metropolitana y el tiempo social o tiempo de estudio será transversal dado que el levantamiento de datos será sólo en un momento del tiempo.

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1 Unidad de estudio

Las unidades de estudio serán las empresas de Tecnología de Lima Metropolitana, 2025.

3.7.2 Población

De acuerdo a lo que señala el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024), la cantidad de empresas del sector Información y Comunicaciones es de 59,101 empresas en el Perú. Para Lima Metropolitana la cantidad es de 463 dentro de este sector se encuentran las empresas de Tecnología, lo cual representa la población del estudio.

3.7.3 Muestra

Para seleccionar la muestra se aplicó un muestreo no probabilístico intencional o por conveniencia, debido a que el acceso a las empresas dependió de su disponibilidad, confirmación de participación y cumplimiento de los criterios de elegibilidad. La muestra final quedó conformada por 50 empresas de tecnología de Lima Metropolitana.

En relación con el tamaño muestral, es necesario precisar que la selección de las 50 empresas no tuvo como finalidad producir una representación estadística estricta de la población de 463 empresas, sino conformar un conjunto de unidades de análisis accesibles, pertinentes y metodológicamente viables para el desarrollo del estudio. En esa línea, Hernández y Mendoza (2018) señalan que en las muestras no probabilísticas la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características, propósitos y condiciones propias de la investigación. Desde esta perspectiva, el valor de la muestra no radica en su representatividad inferencial, sino en su adecuación al diseño, al problema de investigación y a las posibilidades reales de acceso al campo.

Asimismo, la justificación del tamaño de muestra no debe sustentarse de manera mecánica ni arbitraria, sino en función del objetivo analítico del estudio, el tipo de muestreo empleado, la factibilidad del acceso a las unidades de análisis y la estrategia estadística prevista. Lakens (2022) sostiene que un tamaño muestral puede justificarse legítimamente por restricciones de recursos o acceso, siempre que el investigador explicita con transparencia el alcance inferencial de sus resultados. En el mismo sentido, Ahmed (2024) recuerda que la generalización estadística es propia de los diseños probabilísticos, mientras que los muestreos no probabilísticos resultan metodológicamente útiles en estudios exploratorios o aplicados donde el acceso al universo de análisis es limitado. De igual manera, Memon et al. (2025) sostienen que el muestreo por conveniencia puede ser una alternativa defendible en investigación cuantitativa aplicada cuando las restricciones de acceso, tiempo y disponibilidad impiden un diseño probabilístico, siempre que tales limitaciones se reconozcan de manera explícita.

Bajo estas consideraciones, la elección de 50 empresas se justifica porque permitió reunir un número suficiente de casos para desarrollar el análisis empírico previsto dentro de un contexto real de acceso restringido al sector empresarial, manteniendo coherencia con el carácter no probabilístico. Por lo tanto, los hallazgos deben interpretarse como evidencia obtenida de un conjunto de casos pertinentes y factibles, útiles para analizar el fenómeno investigado, sin atribuirles una representatividad estadística absoluta respecto del total de 463 empresas. Esta precisión no debilita el estudio sino, por el contrario, fortalece su consistencia metodológica al transparentar el alcance real de sus resultados y alinearlos con los estándares actuales de justificación muestral en investigación cuantitativa aplicada.

Los criterios de inclusión fueron: a) empresas del rubro tecnología ubicadas en Lima Metropolitana; b) empresas cuyos participantes declararon haber utilizado al menos una herramienta de inteligencia artificial generativa, como ChatGPT, Perplexity, Copilot u otras; y c) aceptación expresa del consentimiento informado.

Los criterios de exclusión fueron: a) empresas cuyos representantes no aceptaron participar en la encuesta; b) empresas cuyos participantes indicaron no haber utilizado herramientas de IAG; y c) empresas pertenecientes a giros distintos al rubro tecnología.

Estos criterios delimitaron operativamente la muestra final y garantizaron que los casos analizados fueran pertinentes al objetivo del estudio.

3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.8.1 Procedimiento

La recolección de los datos se hará mediante un formulario de *Google Forms* que contendrá las preguntas para ambas variables, el cual será enviado por canales digitales a la muestra seleccionada de 50 empresas de Tecnología de Lima. Luego los datos serán exportados a MS Excel 2016 para su análisis.

El procesamiento de los datos se hará mediante MS Excel para luego ser exportados al software SPSS v25 de IBM para realizar la estadística descriptiva y analítica.

La presentación, análisis e interpretación de los datos será mediante tablas y gráficos los cuales permitirán desarrollar los objetivos y comprobar las hipótesis.

3.8.2 Técnicas

La técnica empleada para la recolección de datos es la encuesta para ambas variables.

3.8.3 Instrumentos

El instrumento empleado para la recolección de datos es el cuestionario para ambas variables. Así, en la Tabla 3 se detalla el cuestionario para levantar información para la variable Inteligencia Artificial Generativa (IAG) y en la Tabla 4 el cuestionario para la variable Productividad.

Antes de su aplicación, el cuestionario fue sometido a validez de contenido mediante juicio de expertos. Para ello, el instrumento fue evaluado por tres especialistas con experiencia en metodología de la investigación, gestión empresarial e inteligencia artificial aplicada, quienes revisaron la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de cada ítem respecto de las dimensiones e indicadores operacionales.

- Dr. (c) Emilio Chocobar Reyes – Aplicable
- Dr. (c) Edilberto Zapata Jiménez – Aplicable
- Dra. (c) Rosa Castro Tesen - Aplicable

A partir de sus observaciones se realizaron ajustes de redacción y precisión semántica, con lo cual se fortaleció la correspondencia entre los ítems y los constructos teóricos medidos.

Tabla 3

Cuestionario de la variable inteligencia artificial generativa

Dimensiones	Indicadores	Nº Preguntas
Conocimiento del usuario	Percepción y Creencias	Usar las IAG me ayudan a 1 completar tareas más rápido
		Usar IAG me permiten realizar muchas cosas de manera más 2 conveniente

		IAG son herramientas muy útiles 3 para mí
	Control percibido	Tengo las habilidades necesarias 4 para utilizar IAG eficazmente Dispongo de suficiente acceso a la tecnología y los recursos para 5 implementar IAG en el trabajo
Satisfacción del usuario	Satisfacción y Experiencia	Estoy satisfecho con la experiencia 6 de interactuar con IAG
	Emocional	7 Creo que hago un buen uso de IAG
Conducta del usuario		Pagaría una tarifa de suscripción 8 para acceder a IAG
	Intención de Uso y Suscripción	Tengo la intención de continuar pagando por una suscripción a IAG 9 en el futuro
		Prefiero recomendar a las personas a mi alrededor que se suscriban a 10 IAG
	Subjetividad	Mis colegas y supervisores apoyan 11 el uso de IAG en el trabajo Existe una tendencia creciente en mi entorno laboral hacia el uso de 12 IAG

Nota: La tabla muestra las preguntas del cuestionario para levantar información sobre la variable IAG. Fuente: Adaptado de Lui et al. (2024) y Allahyari et al. (2025)

Tabla 4

Cuestionario de la variable productividad

Dimensiones	Indicadores	Nº Preguntas
Eficiencia	Costos	Utilizando IAG he reducido mis costos operativos 13

		Utilizando IAG he optimizado los
Recursos	14	recursos
		Utilizando IAG he reducido los tiempos
Tiempo	15	en el desarrollo de mis actividades
		Utilizando IAG he podido lograr e
Eficacia	16	incrementar la cantidad de actividades diarias desarrolladas
		Utilizando IAG he logrado alcanzar mis
Objetivos	17	objetivos más rápidamente

Nota: La tabla muestra las preguntas del cuestionario para levantar información sobre la variable Productividad. Fuente: Adaptado de Armas (2021), Cornejo (2023), Ramírez et al. (2022).

CONCLUSIÓN

En conclusión, el marco metodológico define un procedimiento coherente con el objetivo central de la investigación, al emplear un enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental y corte transversal. Asimismo, la operacionalización de variables y el uso de un cuestionario confiable permiten sustentar técnicamente la recolección y el análisis de datos, garantizando condiciones adecuadas para evaluar la influencia de la inteligencia artificial generativa en la productividad de las empresas estudiadas.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 INTRODUCCIÓN A LA DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Para iniciar el proceso de levantamiento de información la investigación se siguieron tres pasos:

Primero, se depuró la base de datos de empresas de Tecnología de la ciudad de Lima mediante la validación de datos como correo electrónico y/o número telefónico, para lo cual se les envió una comunicación confirmando su participación en una encuesta de investigación, a lo cual confirmaron su participación un total de 62 empresas.

Segundo, se les envió la encuesta a las 62 empresas considerando tres preguntas filtro: 1) Consentimiento informado, 2) ¿Has utilizado alguna herramienta de Inteligencia Artificial Generativa como ChatGPT, Perplexity, Copilot u otros?, y 3) Giro comercial de la empresa donde trabajas. Se depuraron 3 empresas por indicar “No” en el Consentimiento Informado, 5 por no haber utilizado herramientas de IAG y 4 por ser de giros diferentes al rubro Tecnología, logrando un total de 50 empresas.

Tercero, la información recopilada fue exportada a una hoja de cálculo de MS Excel 2016 donde se trabajaron los indicadores, dimensiones y variables para su traslado al sistema estadísticos SPSS versión 25 de la empresa IBM donde se desarrollaron la estadística descriptiva y analítica, asegurando la calidad de los resultados.

4.2 INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Para realizar la presentación de los resultados se siguieron 6 pasos:

Primero, se realizó la prueba de confiabilidad del instrumento (encuesta) a través del Alfa de Cronbach.

Segundo, se realizó la estadística descriptiva general por género y rango de edades.

Tercero, se realizó la elaboración de los baremos para cada variable y sus dimensiones.

Cuarto, se realizó la estadística descriptiva por frecuencias para cada variable y sus dimensiones.

Quinto, se realizó la prueba de normalidad para determinar si los datos eran paramétricos o no paramétricos, así como el análisis estadístico apropiado.

Sexto, se realizó la prueba de hipótesis general y específicas.

Todos estos pasos permitieron resumir y organizar la información para poder realizar conclusiones y recomendaciones.

4.3 DESARROLLO DE LA PRUEBA ESTADÍSTICA

4.3.1 Prueba de confiabilidad del instrumento

La calidad psicométrica del instrumento fue sustentada mediante dos evidencias complementarias, que fueron la validez de contenido por juicio de expertos y confiabilidad por consistencia interna a través del alfa de Cronbach.

Mientras la validez de contenido permitió verificar que los ítems representaban adecuadamente los constructos teóricos del estudio, la confiabilidad evaluó la estabilidad interna de las respuestas obtenidas en la aplicación empírica.

Para demostrar la consistencia interna y confiabilidad del instrumento se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach que tiene una escala que va desde 0.00 (ninguna o escasa) hasta 1.00 (casi perfecto) como se muestra aprecia en la Tabla 5 (Hernández y Mendoza, 2018, Chocobar, 2023).

Tabla 5

Escala de confiabilidad y consistencia interna del instrumento mediante el Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Casi perfecto
0.61 a 0.80	Substancial

0.41 a 0.60	Moderado
0.21 a 0.40	Regular o razonable
0.01 a 0.20	Ninguna o escaso

Nota: La tabla muestra la escala de resultados del Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad y consistencia interna del instrumento. Fuente: Manterola et al. (2018).

El Alfa de Cronbach fue de 0,929 lo que demuestra la alta confiabilidad y consistencia interna de la encuesta elaborada (Tabla 6 y Tabla 7).

Tabla 6

Datos procesados

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Nota: La tabla muestra la cantidad total de datos procesados que es igual a la muestra de 50 encuestados. Elaboración: Propia, utilizando SPSS v.25.

Tabla 7

Coefficiente de Alfa de Cronbach general

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,929	17

Nota: La tabla muestra la consistencia interna y confiabilidad del instrumento.

Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v.25

En la Tabla 8 se muestran los resultados del Alfa de Cronbach para cada dimensión y variable investigadas.

Tabla 8

Coefficiente de Alfa de Cronbach por variables y dimensiones

Variables/Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
Dx1_Conocimiento_del_usuario	0,817	5
Dx2_Satisfaccion_del_usuario	0,748	2
Dx3_Conducta_del_usuario	0,797	5
X_Inteligencia_Artificial_Generativa	0,891	12
Dy1_Eficiencia	0,822	3
Dy2_Eficacia	0,889	2
Y_Productividad	0,890	5

Nota: La tabla muestra la consistencia interna y confiabilidad del instrumento por cada dimensión y variable. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v.25

4.3.2 Estadística descriptiva: General

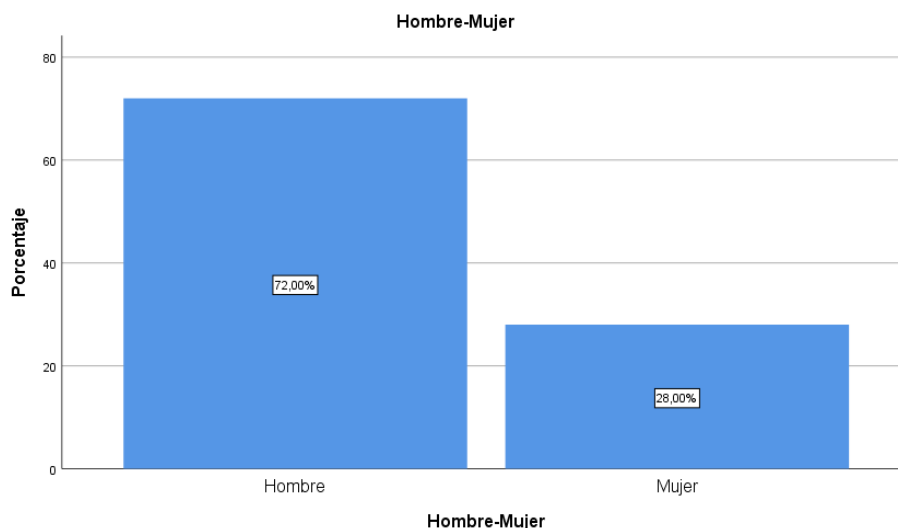
Del total de encuestados el 72% fueron hombres (36) y 28% mujeres (14) como se muestra en la Tabla 9 y Figura 3.

Tabla 9

Distribución de encuestados por género

		Hombre-Mujer			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	36	72,0	72,0	72,0
	Mujer	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra la distribución por género de los 50 encuestados. Elaboración: Propia, utilizando SPSS v.25.

Figura 3*Distribución de encuestados por género*

Nota: La figura muestra la distribución porcentual por género de los 50 encuestados.

Elaboración: Propia, utilizando SPSS v.25.

De igual forma, de los 50 encuestados el 16% están entre los 25 y 35 años (8), 42% entre los 36 y 45 años (21), 26% entre 46 y 55 años (13), 14% entre 56 y 65 años (7) y el 2% más de 66 años (1) como se evidencia en la Tabla 10 y Figura 4.

Tabla 10*Distribución de encuestados por rango de edades*

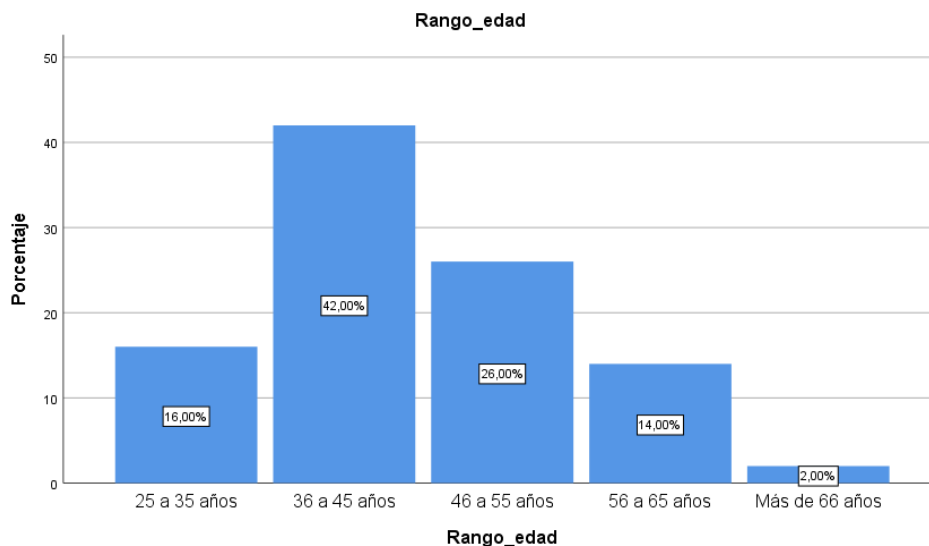
		Rango_edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25 a 35 años	8	16,0	16,0	16,0
	36 a 45 años	21	42,0	42,0	58,0
	46 a 55 años	13	26,0	26,0	84,0
	56 a 65 años	7	14,0	14,0	98,0
	Más de 66 años	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra la distribución de los encuestados por rango de edades.

Elaboración: Propia, utilizando SPSS v.25.

Figura 4

Distribución de encuestados por rango de edades



Nota: La figura muestra la distribución porcentual de los encuestados por rango de edades. Elaboración: Propia, utilizando SPSS v.25.

4.3.3 Elaboración de baremos

Para el análisis descriptivo categorizado se construyeron baremos teóricos de tres niveles (bajo, medio y alto) a partir del rango mínimo y máximo posible de cada dimensión y variable en la escala Likert de cinco opciones. El criterio consistió en dividir la amplitud teórica del puntaje total entre tres intervalos equivalentes, con el fin de establecer puntos de corte consistentes para la interpretación descriptiva. Este procedimiento tiene carácter interpretativo y complementario, por lo que no reemplaza el análisis de medias y desviaciones estándar (Tabla 11 y Tabla 12).

Respecto de los baremos empleados en la investigación, corresponde precisar que las categorías bajo, medio y alto no fueron concebidas como baremos normativos ni como puntos de corte poblacionales, sino como rangos interpretativos de carácter descriptivo construidos a partir del rango teórico del puntaje compuesto de la escala. En las escalas tipo Likert, la práctica de agregar respuestas en puntajes compuestos mediante suma o promedio es un procedimiento habitual para la interpretación del constructo medido (Koo & Yang, 2025). Sobre esa base,

Alkharusi (2022) describe que la interpretación descriptiva de una escala Likert compuesta puede realizarse mediante intervalos de clase, siguiendo tres pasos como determinar el puntaje mínimo y máximo teórico, calcular el ancho del intervalo dividiendo el rango teórico entre el número de categorías deseadas, y construir los intervalos sucesivos desde el límite inferior, validando que la división en tres tramos equivalentes respondió a un criterio sustentado.

Tabla 11

Baremo para la variable independiente y sus dimensiones

Nivel	Dx1_Conocimiento_del_usuario	Dx2_Satisfacción_del_usuario	Dx3_Conducta_del_usuario	X_Inteligencia_Artificial_Generativa
Bajo	5-10	2-4	5-10	12-24
Medio	11-15	5-6	11-15	25-36
Alto	16-25	7-10	16-25	37-60
	5 items	2 items	5 items	

Nota: Los baremos fueron elaborados mediante intervalos teóricos equivalentes calculados sobre el puntaje mínimo y máximo posible de cada escala sumada.

Tabla 12

Baremo para la variable dependiente y sus dimensiones

Nivel	Dy1_Eficiencia	Dy2_Eficacia	Y_Productividad
Bajo	3-6	2-4	5-10
Medio	7-9	5-6	11-15
Alto	10-15	7-10	16-25
	3 items	2 items	

Nota: Los baremos fueron elaborados mediante intervalos teóricos equivalentes calculados sobre el puntaje mínimo y máximo posible de cada escala sumada.

4.3.4. Estadística descriptiva de tendencia central y dispersión

Con el propósito de complementar el análisis por frecuencias recategorizadas, se calcularon medias y desviaciones estándar para cada indicador, dimensión y variable, dado que estos estadísticos permiten identificar con mayor

precisión los niveles percibidos y la dispersión de las respuestas en escalas tipo Likert.

En la Tabla 13, se aprecia que la variable inteligencia artificial generativa alcanzó 46.54 puntos sobre un máximo teórico de 60, mientras que la productividad registró 18.40 puntos sobre un máximo de 25. A nivel dimensional, el puntaje medio más alto dentro de la IAG correspondió al conocimiento del usuario ($M = 19.90$), y dentro de la productividad a la eficiencia ($M = 10.90$). En el nivel de indicadores, los promedios más elevados se observaron en usar las IAG me ayudan a completar tareas más rápido ($M = 4.44$) y he reducido los tiempos en el desarrollo de mis actividades ($M = 3.88$), lo que sugiere que el principal beneficio percibido se asocia con la aceleración del trabajo.

Tabla 13

Cálculo de Medias (M) y Desviación Estándar (DE)

Constructo	M	DE
IAG	46.54	7.15
Dx1 Conocimiento del usuario	19.90	3.12
Dx2 Satisfacción del usuario	7.34	1.57
Dx3 Conducta del usuario	19.30	3.49
Productividad	18.40	3.10
Dy1 Eficiencia	10.90	1.94
Dy2 Eficacia	7.50	1.39

Nota: La tabla muestra el cálculo de medias y desviación estándar de las variables y sus dimensiones

4.3.4 Estadística descriptiva: Frecuencias

En la Tabla 14 se demuestra que el 96% de los encuestados considera que tienen altos conocimientos de IAG.

Tabla 14

Estadística de la dimensión Dx1 – Conocimiento del usuario de IAG

Dx1_Conocimiento_del_usuario			
		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Frecuencia	Porcentaje		

Válido	Medio	2	4,0	4,0	4,0
	Alto	48	96,0	96,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la dimensión de la variable independiente. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

En la Tabla 15 se demuestra que los usuarios solo están 70% satisfechos con la experiencia usando IAG.

Tabla 15

Estadística de la dimensión Dx2 – Satisfacción del usuario de IAG

Dx2_Satisfaccion_del_usuario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	4,0	4,0	4,0
	Medio	13	26,0	26,0	30,0
	Alto	35	70,0	70,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la dimensión de la variable independiente. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

En la Tabla 16 se demuestra que el 92% de los encuestados señalaron que tienen la intención de seguir usando y pagando IAG.

Tabla 16

Estadística de la dimensión Dx3 – Conducta del usuario de IAG

Dx3_Conducta_del_usuario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	4,0	4,0	4,0
	Medio	2	4,0	4,0	8,0
	Alto	46	92,0	92,0	100,0

Total	50	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la dimensión de la variable independiente. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

En la Tabla 17 se demuestra que el 92% de los encuestados tienen conocimientos, están satisfechos y su conducta es de continuar utilizando IAG.

Tabla 17

Estadística de la variable independiente: IAG

X_Inteligencia_Artificial_Generativa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	4	8,0	8,0	8,0
	Alto	46	92,0	92,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la variable independiente. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

En la Tabla 18 se demuestra que el 74% de encuestados considera que usando IAG es más eficiente porque ha reducido sus costos, optimizados sus recursos y reducido los tiempos en el desarrollo de sus actividades.

Tabla 18

Estadística de la dimensión Dy1 – Eficiencia de la productividad

Dy1_Eficiencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	13	26,0	26,0	26,0
	Alto	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la dimensión de la variable dependiente. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

En la Tabla 19 se demuestra que el 70% de encuestados considera que usando IAG es más eficaz porque ha logrado incrementar la cantidad de actividades diarias desarrolladas y alcanzar sus objetivos más rápidamente.

Tabla 19

Estadística de la dimensión Dy2 – Eficacia de la productividad

Dy2_Eficacia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	2,0	2,0	2,0
	Medio	14	28,0	28,0	30,0
	Alto	35	70,0	70,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la dimensión de la variable dependiente.

Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

En la Tabla 20 se demuestra que el 80% de encuestados considera que usando IAG son más eficientes y eficaces en sus labores diarias.

Tabla 20

Estadística de la variable dependiente - Productividad

Y_Productividad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	10	20,0	20,0	20,0
	Alto	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: La tabla muestra en análisis estadístico de la variable dependiente. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

4.4 DESARROLLO DE PRUEBA DE NORMALIDAD

4.4.1 Prueba de normalidad

Es importante determinar si los datos se ajustan o no a una distribución normal donde una variable aleatoria continua puede distribuirse o no de forma simétrica alrededor de su media permitiendo determinar el método estadístico adecuado a emplear (Sánchez et al., 2024).

Ho: Los datos siguen una distribución normal

H1: Los datos no siguen una distribución normal

Dado que la muestra es menor/igual a 50 datos se analizan los resultados del estadístico Shapiro-Wilk de la Tabla 21 (Sánchez et al., 2024) donde el p-valor $>0,05$ ($X=0,426$; $Y=0,408$) y la Ho se acepta, lo que significa que los datos son paramétricos o siguen una distribución normal como muestran la Figura 5 y Figura 6.

Tabla 21

Pruebas de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
X_Inteligencia_Artificial _Generativa	,065	50	,200*	,977	50	,426
Y_Productividad	,114	50	,111	,976	50	,408

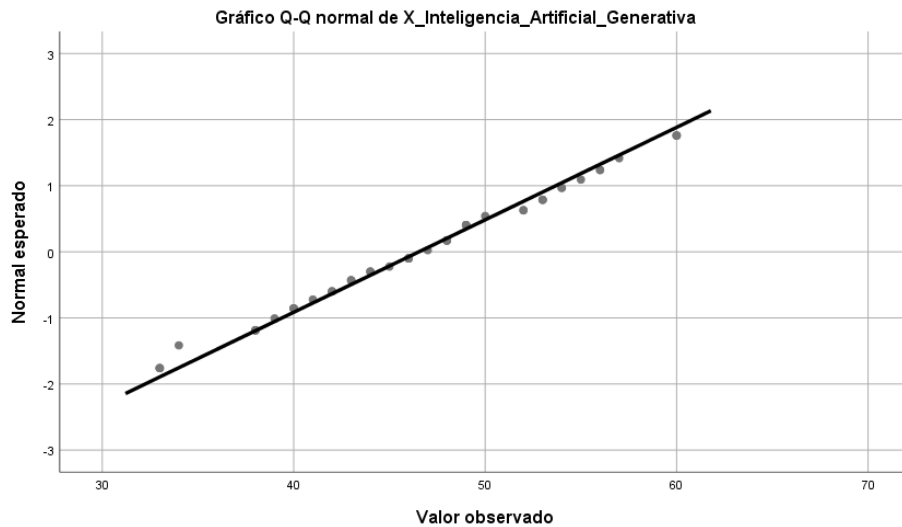
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: La tabla muestra la aplicación de la prueba de normalidad para determinar la distribución de los datos. Elaboración: Propia, utilizando SPSS v. 25

Figura 5

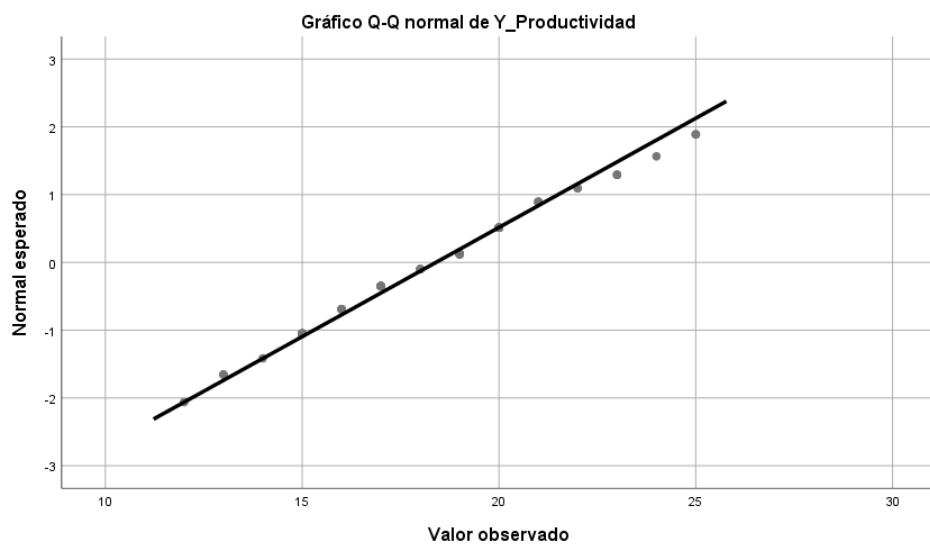
Prueba de normalidad de variable Inteligencia Artificial Generativa



Nota: La figura muestra la distribución normal de los datos para la variable Inteligencia Artificial Generativa. Elaboración: Propia, utilizando SPSS v. 25

Figura 6

Normalidad de variable Productividad



Nota: La figura muestra la distribución normal de los datos para la variable Productividad. Elaboración: Propia, utilizando SPSS v. 25

4.5 DESARROLLO DE COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

4.5.1 Escala de correlación

En la Tabla 22 se muestra la escala de valores que varían entre -1 y +1 para determinar el grado de relación entre las variables donde los valores negativos demostraran una relación inversa y los positivos una relación directa entre las variables (Hernández y Mendoza, 2018).

Tabla 22

Escala de correlación

Rangos	Magnitud
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Nota: La tabla muestra las escalas de correlación que pueden darse entre variables.

Fuente: Adaptado de Hernández y Mendoza (2018, p. 346).

4.5.2 Prueba de hipótesis

Dado que los datos son paramétricos, es decir, siguen una distribución normal, se emplea en el coeficiente de correlación de Pearson para determinar la relación entre las variables (Manterola et al., 2018).

Hipótesis General:

Ho: Inteligencia Artificial Generativa no influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

H₁: Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

En la Tabla 23 el $p < 0,05$ ($p = 0,000$) lo que rechaza la H₀ y acepta la H₁ señalando que inteligencia artificial generativa tiene una correlación positiva considerable de 0,799 con la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

Tabla 23

Correlación de inteligencia artificial generativa y productividad

		Correlaciones	
		X_Inteligencia _Artificial_Ge nerativa	Y_Productividad
X_Inteligencia_Arti ficial_Generativa	Correlación de Pearson	1	,799**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Y_Productividad	Correlación de Pearson	,799**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: La tabla muestra la correlación entre las variables de estudio. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

Hipótesis Específica 1:

H₀: El conocimiento del usuario de inteligencia artificial generativa no influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

H₁: El conocimiento del usuario de inteligencia artificial generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

En la Tabla 24 el $p < 0,05$ ($p = 0,00$) lo que rechaza la H_0 y acepta la H_1 señalando que el conocimiento del usuario de inteligencia artificial generativa tiene una correlación positiva considerable de 0,779 con la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

Tabla 24

Correlación de conocimiento del usuario y productividad

		Correlaciones	
		Dx1_Conocimie nto_del_usuario	Y_Productivida d
Dx1_Conocimiento _del_usuario	Correlación de Pearson	1	,779**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Y_Productividad	Correlación de Pearson	,779**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: La tabla muestra la correlación entre la dimensión de la inteligencia artificial generativa y la productividad. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25

Hipótesis Específica 2:

H_0 : La satisfacción del usuario con inteligencia artificial generativa no influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

H_1 : La satisfacción del usuario con inteligencia artificial generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

En la Tabla 25 el $p < 0,05$ ($p = 0,000$) lo que rechaza la H_0 y acepta la H_1 señalando que la satisfacción del usuario con inteligencia artificial generativa tiene

una correlación positiva considerable de 0,737 con la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

Tabla 25

Correlación de satisfacción del usuario y productividad

		Correlaciones	
		Dx2_Satisfaccion _del_usuario	Y_Productividad
Dx2_Satisfaccion_ del_usuario	Correlación de Pearson	1	,737**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Y_Productividad	Correlación de Pearson	,737**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: La tabla muestra la correlación entre la dimensión de la inteligencia artificial generativa y la productividad. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25.

Hipótesis Específica 3:

Ho: La conducta del usuario de inteligencia artificial generativa no influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

H1: La conducta del usuario de inteligencia artificial generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

En la Tabla 26 el $p < 0,05$ ($p = 0,000$) lo que rechaza la Ho y acepta la H1 señalando que la conducta del usuario de inteligencia artificial generativa tiene una correlación positiva media de 0,607 con la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025.

Tabla 26*Correlación entre conducta del usuario y productividad*

		Correlaciones	
		Dx3_Conducta _del_usuario	Y_Productivida d
Dx3_Conducta_del_usuario	Correlación de Pearson	1	,607**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Y_Productividad	Correlación de Pearson	,607**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: La tabla muestra la correlación entre la dimensión de la inteligencia artificial generativa y la productividad. Elaboración: Propia, utilizando el SPSS v. 25.

Como análisis complementario se realizó la regresión lineal simple para estimar el efecto estadístico de la inteligencia artificial generativa sobre la productividad, reportando el coeficiente de determinación R^2 , el coeficiente beta y su significancia.

En la Tabla 27 el modelo de regresión lineal simple mostró que la inteligencia artificial generativa explica el 63.8% de la variabilidad observada en la productividad ($R^2 = 0.638$; $p < 0.001$). El coeficiente de regresión fue positivo ($B = 0.347$), por lo que, a mayor puntaje en inteligencia artificial generativa, mayor puntaje esperado en productividad. Entonces, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyéndose que la inteligencia artificial generativa ejerce una influencia estadísticamente significativa y positiva sobre la productividad en las empresas estudiadas.

Tabla 27

Regresión lineal simple: Inteligencia artificial generativa y Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0.799	0.638	0.630	1.888

a. Predictores: (Constante), Inteligencia artificial generativa. b. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	300.976	1	300.976	84.473	< 0.001
Residuo	171.024	48	3.563		
Total	472.000	49			

a. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	B	Error estándar	Beta	T	Sig.	IC 95% para B
(Constante)	2.266	1.776		1.276	0.208	[-1.304, 5.836]
Inteligencia artificial generativa	0.347	0.038	0.799	9.191	< 0.001	[0.271, 0.423]

a. Variable dependiente: Productividad.

Nota: La tabla muestra la regresión línea simple entre las variables.

En las Tabla 28, Tabla 29 y Tabla 30 el conocimiento del usuario explicó el 60.6% de la variabilidad de la productividad ($R^2 = 0.606$; $p < 0.001$; $B = 0.773$); la satisfacción del usuario explicó el 54.3% ($R^2 = 0.543$; $p < 0.001$; $B = 1.454$); y la conducta del usuario explicó el 36.8% ($R^2 = 0.368$; $p < 0.001$; $B = 0.540$). Los tres efectos fueron positivos y estadísticamente significativos.

Hipótesis general: El modelo de regresión lineal simple mostró que la inteligencia artificial generativa explica el 63.8% de la variabilidad observada en la productividad ($R^2 = 0.638$; $p < 0.001$). El coeficiente de regresión fue positivo ($B =$

0.347), por lo que, a mayor puntaje en inteligencia artificial generativa, mayor puntaje esperado en productividad.

Hipótesis específicas: El conocimiento del usuario explicó el 60.6% de la variabilidad de la productividad ($R^2 = 0.606$; $p < 0.001$; $B = 0.773$); la satisfacción del usuario explicó el 54.3% ($R^2 = 0.543$; $p < 0.001$; $B = 1.454$); y la conducta del usuario explicó el 36.8% ($R^2 = 0.368$; $p < 0.001$; $B = 0.540$). Los tres efectos fueron positivos y estadísticamente significativos.

Tabla 28

Regresión lineal simple: Conocimiento del usuario y Productividad

Modelo	R	R Cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0.779	0.606	0.598	1.968

a. Predictores: (Constante), Conocimiento del usuario. b. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	286.102	1	286.102	73.874	< 0.001
Residuo	185.898	48	3.873		
Total	472.000	49			

a. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	B	Error estándar	Beta	T	Sig.	IC 95% para B
(Constante)	3.012	1.812		1.663	0.103	[-0.631, 6.655]
Conocimiento del usuario	0.773	0.090	0.779	8.595	< 0.001	[0.592, 0.954]

a. Variable dependiente: Productividad.

Nota: La tabla muestra la regresión línea simple entre la dimensión Conocimiento del usuario y la Productividad.

Tabla 29

Regresión lineal simple: Satisfacción del usuario y Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0.737	0.543	0.533	2.121

a. Predictores: (Constante), Satisfacción del usuario. b. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	256.116	1	256.116	56.945	< 0.001
Residuo	215.884	48	4.498		
Total	472.000	49			

a. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	B	Error estándar	Beta	T	Sig.	IC 95% para B
(Constante)	7.731	1.445		5.349	< 0.001	[4.825, 10.637]
Satisfacción del usuario	1.454	0.193	0.737	7.546	< 0.001	[1.066, 1.841]

a. Variable dependiente: Productividad.

Nota: : La tabla muestra la regresión línea simple entre la dimensión Satisfacción del usuario y la Productividad

Tabla 30

Regresión lineal simple: Conducta del usuario y Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0.607	0.368	0.355	2.492

a. Predictores: (Constante), Conducta del usuario. b. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	173.821	1	173.821	27.981	< 0.001

Residuo	298.179	48	6.212
Total	472.000	49	

a. Variable dependiente: Productividad.

Modelo	B	Error estándar	Beta	t	Sig.	IC 95% para B
(Constante)	7.982	2.001		3.989	< 0.001	[3.959, 12.005]
Conducta del usuario	0.540	0.102	0.607	5.290	< 0.001	[0.335, 0.745]

a. Variable dependiente: Productividad.

Nota: : La tabla muestra la regresión línea simple entre la dimensión Conducta del usuario y la Productividad

4.6 DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de la investigación evidencian que inteligencia artificial generativa (IAG) influye significativamente en la productividad de las empresas de tecnología en Lima al tener una correlación positiva considerable de 0,799 y $p < 0.05$.

De igual manera, permitió comprobar que las tres dimensiones de IAG estudiadas también influyen significativamente en la productividad de las empresas de tecnología donde el conocimiento del usuario obtuvo 0,779 y $p < 0,05$; la satisfacción del usuario obtuvo 0,737 y $p < 0,05$; y conducta del usuario obtuvo 0,607 y $p < 0,05$.

Cabe señalar que el conocimiento y la satisfacción de los usuarios con IAG mostraron correlaciones positivas considerables, mientras que la conducta de uso presentó una correlación positiva media con la productividad.

Al contrastar estos hallazgos con otras investigaciones se evidencia la existencia de coincidencias con Allahyari et al. (2025) cuyos resultados demostraron que los usuarios de IAG la perciben como una herramienta que mejora la productividad donde la utilidad y el control conductual percibido fueron los factores más influyentes, con Riquelme y Pereira (2024), Mayol (2024) cuyos resultados señalaron que IAG permite automatizar tareas, gestionar proyectos

mejorando la eficiencia y aumentando la productividad al analizar grandes volúmenes de datos y reducir el tiempo empleado, con Fernández (2024) en la personalización de servicios y la automatización que han mejorado la eficiencia productiva.

Así también existen coincidencias con Cornejo (2023) quien demostró que la implementación de IAG en empresas peruanas incrementa la productividad debido a la automatización de tareas repetitivas que logra reducir los tiempos de producción en más de un 35%, a la optimización de la toma de decisiones al mejorar la gestión empresarial, al mejorar la calidad de los productos y servicios mediante la personalización de servicios para clientes, al reducir los costos operativos en 25%.

También coinciden con Liu et al. (2024) quienes determinaron que IAG influye positivamente en la satisfacción del usuario y, a su vez, en su intención de pagar por una suscripción, con Tramallino y Marize (2024), Montoya et al. (2024), Gallent et al. (2023) quienes señalaron que IAG desarrollan habilidades críticas en los usuarios, con Castillo et al. (2024) señalando que IAG favorecen la inmediatez y resolución rápida de problemas.

Todos estos hallazgos sugieren que contar con personal capacitado y satisfecho con las herramientas de IAG, así como fomentar buenas prácticas de uso, son factores clave para que la adopción de IAG se traduzca en mejoras sustanciales en la eficiencia y eficacia organizacional.

En término teóricos, los hallazgos se sustentan en las nociones clásicas de eficiencia y eficacia que definen la productividad. Así IAG actúa como una tecnología habilitadora que optimiza el uso de recursos mejorando la eficiencia y facilita el logro de objetivos mejorando la eficacia en diversos sectores.

Los resultados de la investigación confirman esta premisa en el sector empresarial tecnológico, porque varias empresas de la muestra reportaron mejoras al implementar chatbots de IAG para atención al cliente, lo que agiliza la resolución de consultas y libera tiempo del personal para tareas de mayor valor incrementando eficiencia como señalan Chakraborty et al. (2024).

De igual modo, IAG permite analizar grandes volúmenes de datos y generar informes o código de forma autónoma, reduciendo la carga de trabajo manual y acelerando procesos, lo cual encaja con la noción de que la tecnología puede complementar las capacidades humanas para elevar la productividad como lo señalan Brynjolfsson et al. (2025) y Noy & Zhang (2023).

En síntesis, los hallazgos de la investigación refuerzan los modelos teóricos de adopción tecnológica que postulan que, cuando una innovación es útil y fácil de usar su integración produce mejoras tangibles en el desempeño organizacional.

Sin embargo, existen investigaciones que difieren de estos resultados como los de Armas (2021) quien determinó que el uso de IAG en empresas peruanas es todavía incipiente, pero con tendencia a intensificarse en los próximos años. También emergen algunas discrepancias como con Tramallino y Marize (2024), Montoya et al. (2024) y Gallent et al. (2023) quienes exploraron la IAG en contextos educativos, quienes aunque no abordan directamente la productividad empresarial, sí reportaron beneficios análogos en sus respectivos ámbitos todos atribuibles a la introducción de IAG. Esto sugiere que IAG tiene un impacto transversalmente positivo en la eficiencia de procesos y en los resultados tanto en educación como en negocios, siempre que se adapte a las necesidades específicas del contexto.

También se resaltaron preocupaciones éticas como los hallazgos de Mayol (2024) quien advirtió que surgen riesgos relativos a la ética y la seguridad de datos que generan preocupación y deben ser abordados mediante estándares claros y transparentes, con Gallent et al. (2023) señalaron en educación superior que, aunque la IAG facilita el aprendizaje personalizado y la retroalimentación instantánea, existen riesgos de plagio y dudas sobre la autoría que hacen recomendable establecer regulaciones y mecanismos de supervisión en el uso de estas herramientas.

4.7 CONCLUSIONES

Entonces, el objetivo general de determinar la influencia de la IAG en la productividad de las empresas de tecnología de Lima se alcanza al demostrar estadísticamente que existe una influencia significativa y positiva de IAG sobre la

productividad, corroborando la hipótesis general de que la adopción de IAG mejora el desempeño productivo.

Por otro lado, se evidenció que el conocimiento del usuario, la satisfacción del usuario y la conducta de uso son factores que influyen significativamente en la productividad, validando empíricamente cada hipótesis específica planteada.

Estos resultados encuentran sustento en los antecedentes revisados, reforzando la confianza en que la correcta integración de IAG puede ser un motor de productividad. Pero también invitan a reflexionar sobre las condiciones necesarias para maximizar dichos beneficios como capacitación continua, fomento de la confianza del usuario en la tecnología, y establecimiento de lineamientos éticos.

Las limitaciones de la investigación estuvieron relacionadas a que los hallazgos estuvieron centrados en la productividad empresarial y otros autores instan a mirar el panorama completo incluyendo los retos éticos asociados, evidenciándose un vacío en el alcance del estudio y reconocer esta discrepancia es importante para situar estos hallazgos en contexto.

Éticamente la investigación respetó todos los derechos de autor con la correcta aplicación de las normas Apa versión 7 y los formatos exigidos por la Universidad Privada de Tacna, y está en concordancia con las líneas de investigación institucionales de la Universidad Privada de Tacna (Resolución N°168-2023-UPT-CU)

CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN

La investigación logró desarrollar el objetivo general de determinar la influencia de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025 y los objetivos específicos determinar la influencia del conocimiento, satisfacción y conducta del usuario de IAG en la productividad.

Para lograrlo utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, básica, nivel correlacional, diseño no experimental y corte transversal con un muestreo no probabilístico intencional conformado por 50 empresas del rubro de tecnología de Lima a las cuales se les aplicó una encuesta con una confiabilidad de 0,929 y con 17 preguntas.

DESARROLLO

La investigación determinó que la implementación de IAG influye de manera significativa y positiva en la productividad de las empresas tecnológicas de Lima, confirmando que su incorporación actúa como un catalizador de mejoras operativas, permitiendo a las organizaciones lograr mayores niveles de eficiencia y eficacia en sus procesos.

Que, el conocimiento y la familiaridad de los usuarios con IAG también tiene una influencia positiva sustancial en la productividad, donde los empleados mejor capacitados o con mayor experticia en el uso aprovechan más plenamente sus funcionalidades, traducándose en optimización de tareas y ahorro de tiempo. Entonces, invertir en formación y desarrollo de competencias digitales en IAG se refleja en ganancias productivas para la empresa.

Que, la satisfacción o aceptación que manifiestan los usuarios hacia IAG impacta directamente en la productividad organizacional, porque cuando los colaboradores perciben estas herramientas como útiles, confiables y valiosas, es decir, están satisfechos con su uso, tienden a integrarlas más en su trabajo diario y

a explotar sus capacidades con mayor entusiasmo, redundando en mejoras de desempeño con más tareas completadas en menos tiempo con igual o mayor calidad. Así, promover una buena experiencia de usuario con IAG mediante interfaces amigables, soporte técnico y evidencias claras de valor añadido es estratégico para elevar la productividad.

Que, la conducta efectiva de uso de IAG por parte del usuario, que incluye la frecuencia, la variedad de aplicaciones y la profundidad con que se utiliza la herramienta en las labores cotidianas influye significativamente en la productividad, aunque con un efecto de magnitud moderada en comparación con las dos dimensiones anteriores. Esto implica que los hábitos y prácticas de uso adecuados de IAG como emplearla en las tareas apropiadas e interactuar con la herramienta de forma iterativa para mejorar resultados contribuyen a optimizar procesos y resultados. Así, usar la IAG no garantiza máximos beneficios si no viene acompañado de suficiente capacitación y satisfacción del usuario.

CONCLUSIÓN

En conjunto, los hallazgos permiten concluir que la adopción de IAG se erige como un factor habilitador de la productividad en el sector empresarial tecnológico, porque las empresas que la han incorporado reportan procesos más ágiles, reducción de tareas manuales repetitivas, decisiones mejor informadas y servicios personalizados a mayor velocidad, todo lo cual se traduce en mayores niveles de producción y competitividad.

La investigación reafirma entonces la importancia de una integración estratégica de IAG que va más allá de la disponibilidad de la tecnología y considerando como cruciales la capacitación del personal, la gestión del cambio y el fomento de una cultura organizacional que abrace la innovación tecnológica para desplegar todo su potencial y mejorar el desempeño empresarial de manera sostenible en el tiempo.

RECOMENDACIONES

INTRODUCCIÓN

La presente sección formula orientaciones derivadas de los hallazgos de la investigación, con el propósito de favorecer una adopción estratégica y responsable de la inteligencia artificial generativa en las empresas de tecnología. Las recomendaciones se desprenden de los resultados obtenidos y buscan aportar criterios útiles para la gestión organizacional, la capacitación del talento humano y el desarrollo de futuras investigaciones.

DESARROLLO

La investigación ha permitido realizar las siguientes recomendaciones para empresarios y futuros investigadores:

Las empresas tecnológicas deben invertir en programas de formación continua para sus trabajadores en el uso de herramientas de IAG debido a que el conocimiento del usuario mostró ser un factor crítico, siendo necesario implementar talleres, cursos y sesiones prácticas que eleven la competencia técnica del personal en IAG como buen manejo de las instrucciones llamadas *prompt engineering*, uso avanzado de chatbots, generación de reportes automatizados, etc.

Es importante garantizar que las herramientas de IAG implementadas realmente añadan valor y sean amigables para los empleados, recomendando recabar retroalimentación periódica de los usuarios finales sobre las herramientas mediante encuestas internas, grupos focales, etc. para identificar obstáculos o frustraciones en su uso. Con base en ello, las empresas deben trabajar en mejorar la usabilidad de las aplicaciones de IAG, ofrecer soporte técnico adecuado y comunicar claramente los beneficios con casos de éxito internos, métricas de ahorro de tiempo, etc., porque un usuario satisfecho y

convencido de la utilidad de la IAG tendrá mayor motivación para incorporarla en sus tareas, incrementando con ello la productividad global.

Para ampliar la influencia de la conducta de uso en la productividad, se aconseja establecer lineamientos y mejores prácticas sobre cómo y cuándo utilizar IAG en los procesos de trabajo, desarrollando manuales o guías internas que describan escenarios ideales de uso de IAG, así como designar líderes tecnológicos o embajadores de IAG en cada equipo que impulsen la adopción adecuada, logrando promover una cultura en la que el uso de IAG esté integrado en los flujos de trabajo diarios. Esto ayudará a que la utilización de IAG pase de ser algo esporádico o opcional, a convertirse en una herramienta cotidiana del empleado para resolver problemas y mejorar su eficiencia.

Si bien IAG ofrece ventajas notables, no todas las tareas o procesos se benefician por igual de su uso, recomendando a las empresas identificar cuidadosamente qué actividades son adecuadas para delegar total o parcialmente a la IAG. Las evidencias sugieren que IAG funciona mejor en tareas bien definidas, creativas o de análisis de datos a gran escala, pero puede fallar en tareas que requieren juicio humano sutil o contextual, por lo cual los gerentes deben delimitar el ámbito de aplicación de la IAG, maximizando los beneficios y minimizando riesgos, asegurando que la IAG se use donde brinda ventaja comparativa y no en escenarios donde pudiera disminuir la calidad o exactitud del resultado.

Es recomendable establecer indicadores concretos para monitorear el impacto de IAG en la productividad a lo largo del tiempo como medir reducciones en tiempos de respuesta, aumentos en número de casos/proyectos manejados por empleado, mejoras en índices de satisfacción del cliente o calidad del producto tras la implementación de IAG. Un seguimiento continuo permitirá cuantificar los beneficios obtenidos y detectar áreas donde el impacto aún es bajo. Esta evaluación también debe considerar posibles efectos no deseados en calidad, dependencia excesiva, etc. Así, con base en estos datos, las empresas podrán ajustar su estrategia de adopción de IAG, expandiendo su uso en áreas exitosas y replanteándolo en procesos donde no esté aportando el valor esperado.

Es recomendable que futuras investigaciones repliquen y amplíen este estudio en otros sectores industriales y otras regiones, para corroborar si la influencia positiva de IAG en productividad se mantiene bajo diferentes contextos como manufactura, servicios tradicionales, sector público, etc., lo que ayudaría a generalizar hallazgos y detectar particularidades locales.

También se debe profundizar en análisis cualitativos que exploren cómo la introducción de IAG transforma las dinámicas de trabajo, los roles de los empleados y la toma de decisiones en las empresas mediante entrevistas o estudios de caso que podrían revelar barreras culturales, percepciones del personal o innovaciones de proceso emergentes ligadas a IAG.

Finalmente, futuras investigaciones deberían examinar las implicancias a largo plazo de la adopción de IAG realizando estudios longitudinales que evalúen la productividad antes, durante y después de implementar IAG, para observar tendencias sostenidas, curvas de aprendizaje y posible desgaste o mejoras continuas.

CONCLUSIÓN

En conclusión, las recomendaciones planteadas se orientan a fortalecer el uso planificado de la inteligencia artificial generativa como herramienta para elevar la productividad, siempre que su implementación esté acompañada de capacitación, evaluación continua y alineamiento con los objetivos organizacionales. De este modo, la sección no solo propone acciones aplicables, sino que también cierra de manera formal y coherente el tránsito entre los resultados obtenidos y su aprovechamiento práctico

REFERENCIAS

- Ahmed, S. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. *Oral Oncology Reports*, 12, 100662. <https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
- Allahyari, M., Berjan, S., El Bilali, H., Ben Hassen, T., & Marzban, S. (2025). Assessing the use of ChatGPT among agri-food researchers: A global perspective. *Journal of Agriculture and Food Research*, 19, 101616. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2024.101616>
- Alkharusi, H. (2022). A descriptive analysis and interpretation of data from Likert scales in educational and psychological research. *Indian Journal of Psychology and Education*, 12(2), 13–16. <https://sqa.elsevierpure.com/en/publications/a-descriptive-analysis-and-interpretation-of-data-from-likert-sca/>
- Al Naqbi, H., Bahroun, Z., Ahmed, V. (2024). Enhancing Work Productivity through Generative Artificial Intelligence: *A Comprehensive Literature Review*. *Sustainability*, 16, 1166. <https://doi.org/10.3390/su16031166>
- Alpizar, L. y Martínez, H. (2024). Perspectiva de estudiantes de nivel medio superior respecto al uso de la inteligencia artificial generativa en su aprendizaje. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 14(28). <https://doi.org/10.23913/ride.v14i28.1830>
- Aranda, J. (2024). *Digitalización e I4.0: formación continua, conocimientos técnicos y habilidades profesionales*. Programa de Doctorado en Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Rey Juan Carlos. <https://burjcdigital.urjc.es/server/api/core/bitstreams/4412e99f-103a-4bf6-ac10-e42bc34620c0/content>

- Armas, C. (2021). *La Inteligencia Artificial en empresas peruanas e impactos laborales en los trabajadores*. Iberoamerican Business Journal, 5(1), 83–105. <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2021.vol5.1.11053>
- Arredondo, V. (2023). *La industria 4.0 y la transformación digital: El efecto sinérgico de la responsabilidad social corporativa y el capital humano en el marco de los objetivos de desarrollo del milenio*. Programa de Doctorado en Ciencias Económicas, Empresariales y Jurídicas. Universidad Politécnica de Cartagena. <https://doi.org/10.31428/10317/12551>
- Bick, A., Blandin, A., & Deming, D. (2024). *The rapid adoption of generative AI*. Federal Reserve Bank of St. Louis, On the Economy Blog. <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2024/sep/rapid-adoption-generative-ai>
- Brynjolfsson, E., Li, D. & Raymond, L. (2025). Generative AI at Work, *The Quarterly Journal of Economics*, 140 (2), 889 - 942. <https://doi.org/10.1093/qje/qjae044>
- Castillo, A., Ramírez, M. y Ledezma, A. (2024). Dimensiones analíticas para el estudio de las representaciones sociales respecto a la Inteligencia Artificial, en entornos educativos de ingeniería. *Encuentro Internacional De Educación En Ingeniería*. <https://doi.org/10.26507/paper.3668>
- Cetina, R. (2024). Imitadores estadísticos: La cuestión de la autoría y la inteligencia artificial generativa. Una visión comparada entre el derecho de autor de EE. UU. y de la Unión Europea. *Inteligencia Artificial* 27(73), 14-37. <https://doi.org/10.4114/intartif.vol27iss73pp14-37>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (Ceplan, diciembre de 2023). *Inteligencia Artificial: tecnologías para la productividad y un Estado efectivo*. Documento de trabajo. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5621283/4983064-ceplan-inteligencia-artificial-tecnologias-para-la-productividad-y-un-estado-efectivo.pdf>
- Centrum PUCP (Centrum, 09 de julio de 2024). *IA generativa: ¿Qué oportunidades ofrece la IAG para el mundo empresarial?*

https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/ia-generativa-oportunidades-ofrece-iag-mundo-empresarial/?utm_source=chatgpt.com

- Cevallos, G., Ubillús, J. & y Chocobar, E. (2025). Argumentos a favor de permitir oprohibir el uso de la inteligencia artificial generativa por estudiantes. Una revisión sistemática [Arguments supporting the permission orprohibition of students' use of Generative Artificial Intelligence: A systematic review]. *European Public & Social Innovation Review*,11, 01-30. <https://doi.org/10.31637/epsir-2026-2155>
- Chakraborty, D., Kumar, A., Patre, S. & Gupta, S. (2024). Enhancing trust in online grocery shopping through generative AI chatbots. *Journal of Business Research*, 180. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114737>
- Checasaca, J., Sánchez, L., Malpartida, J. y Chocobar, E. (2022). Importancia de la herramienta Customer Relationship Management (CRM) en las empresas de Latinoamérica. Una revisión sistemática de la literatura científica los últimos diez años. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 97-119. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.097>
- Chocobar, E., Ubillús, J. y Cevallos, G. (2025). ¿Sólo el ChatGPT? Diferentes herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (GenAI) y sus usos: Una revisión de la literatura científica, 2021 – 2024. *Revista Científica De La UCSA*, 12(1), 70–85. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2025.012.01.070>
- Chocobar, E. (2023). Creación y Validación de un instrumento de Coevaluación como estrategia Evaluativa dentro del Proceso de Enseñanza – Aprendizaje. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 6164-6183. https://doi.org/10.37811/cl_rem.v7i4.7405
- ComexPerú (11 de julio de 2025). *Cierre de brechas digitales para potenciar la productividad peruana*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/cierre-de-brechas-digitales-para-potenciar-la-productividad-peruana>

- Cornejo, D. (2023). La inteligencia artificial y su incidencia en el mercado laboral peruano. *Revista de Derecho Procesal del Trabajo*, 6(8), 179-214. <https://doi.org/10.47308/rdpt.v6i8.752>
- Dell'Acqua, F., McFowland III, E., Mollick, E., Lifshitz, H., Kellogg, K., Rajendran, S., Kraymer, L., Candelon, F. & Lakhani, K. (2023). Navigating the Jagged Technological Frontier: Field Experimental Evidence of the Effects of AI on Knowledge Worker Productivity and Quality. *Harvard Business School Technology & Operations Mgt. Unit Working Paper*, 24-013. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4573321>
- Dolle, N. (2025). *Empowering Middle Management in Mid-sized Organizations towards Digital Transformation and Artificial Intelligence Integration*. Transport And Telecommunication Institute. https://tsi.lv/wp-content/uploads/2025/06/doctoral-dissertation_nicolasdolle.pdf
- Fernández, J. (2024). *Estudio del impacto de la Inteligencia Artificial en las empresas*. Máster en Organización Industrial y Gestión de Empresas. Universidad de Sevilla, España. <https://biblus.us.es/bibing/proyectos/abreproy/72763/fichero/TFM-2763+Fernández+Moreno.pdf>
- Feuerriegel, S., Hartmann, J., Janiesch, C. & Zschech, P. (2024). Generative AI. *Bus Inf Syst Eng*, 66, 111–126. <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00834-7>
- Flores, S. (2 de julio de 2025). *Inteligencia artificial en el Perú: ¿Oportunidad para el desarrollo?* <https://sim.macroconsult.pe/inteligencia-artificial-en-el-peru-oportunidad-para-el-desarrollo/>
- Gallent, C., Zapata, A. y Ortego, J. (2023). El impacto de la inteligencia artificial generativa en educación superior: una mirada desde la ética y la integridad académica. *RELIEVE*, 29(2). <https://doi.org/10.30827/relieve.v29i2.29134>
- García, F., Llorens, F. y Vidal, J. (2024). The new reality of education in the face of advances in generative artificial intelligence. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 27(1), 9–39. <https://doi.org/10.5944/ried.27.1.37716>

- Giordano, V., Spada, I., Chiarello, F. & Fantoni, G. (2024). The impact of ChatGPT on human skills: A quantitative study on twitter data. *Technological Forecasting and Social Change*, 203. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123389>
- Gupta, V. (2024). An Empirical Evaluation of a Generative Artificial Intelligence Technology Adoption Model from Entrepreneurs' Perspectives. *Systems* 12, 3:103. <https://doi.org/10.3390/systems12030103>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/sampierilasrutas.pdf
- IBM. (2024). *¿Qué es la IA generativa?*. <https://www.ibm.com/mx-es/topics/generative-ai>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 31 de marzo de 2024). *Demografía Empresarial en el Perú. I Trimestre de 2024*. https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_8.pdf
- Koo, M., & Yang, S. (2025). Likert-type scale. *Encyclopedia*, 5(1), 18. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010018>
- Lakens, D. (2022). Sample size justification. *Collabra: Psychology*, 8(1), 33267. <https://doi.org/10.1525/collabra.33267>
- Liu, Y., Park, Y., & Wang, H. (2024). The mediating effect of user satisfaction and the moderated mediating effect of AI anxiety on the relationship between perceived usefulness and subscription payment intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104176. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104176>
- Manterola, C., Grande, L., Otzen, T., García, N., Salazar, P. y Quiroz, G. (2018). Confiabilidad, precisión o reproducibilidad de las mediciones. Métodos de valoración, utilidad y aplicaciones en la práctica clínica. *Rev. Chilena Infectol*, 35(6), 680-688. <https://www.revinf.cl/index.php/revinf/article/view/325>

- Mayol, J. (2024). Impacto de la Inteligencia Artificial generativa en la publicación científica. *Enfermería Nefrológica*, 27(3), 187-188. <https://dx.doi.org/10.37551/s2254-28842024019>
- Mendoza, M. (08 de octubre de 2025). *Perú avanza en regulación de IA, pero falta mejorar la ejecución*. <https://www.computerweekly.com/es/cronica/Peru-avanza-en-regulacion-de-IA-pero-todavia-falta-mejorar-la-ejecucion>
- Memon, M., Thurasamy, R., Ting, H., & Cheah, J. (2025). Convenience sampling: A review and guidelines for quantitative research. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(2), 1–15. [https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(2)01)
- McKinsey & Company. (2023a). *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*. McKinsey Global Institute. https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier?utm_source=chatgpt.com
- McKinsey & Company (1 de agosto de 2023b). *El estado de la IA en 2023: El año clave de la IA generativa*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-estado-de-la-ia-en-2023-el-ano-clave-de-la-ia-generativa/es>
- Montero, J. y González, Y. (2023). Hola Chat GPT, ¿qué hace una inteligencia artificial como tú en una farmacia hospitalaria como ésta?. *Revista de la OFIL*, 33(2), 117-120. <https://www.ilaphar.org/wp-content/uploads/2023/07/Hola-Chat-GPT.pdf>
- Montoya, X., Ponce, A., Miranda, J. y Coloma, X. (2024). Inteligencia artificial en el aula: nuevas estrategias para la enseñanza y aprendizaje en la educación media. *Revista Ecuatoriana De Psicología*, 7(19), 507–517. <https://doi.org/10.33996/repsi.v7i19.138>
- Ndibang, E. (2024). *Effects of artificial intelligence adoption on organizational success, productivity, and efficiency*. School of Computing Faculty of Middle Georgia State University.

https://comp.mga.edu/static/media/doctoralpapers/2024_Tah_0917113914.pdf

Noy, S. & Zhang, W. (2023). Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence. *Science*, 381, 187-192.

<https://doi.org/10.1126/science.adh2586>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2024). *OECD Compendium of Productivity Indicators 2024*. OECD Publishing, Paris,

<https://doi.org/10.1787/b96cd88a-en>

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2016). *Mejore su negocio: El recurso humano y la productividad*. Ginebra: OIT. ISBN: 9789223311377.

https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553925.pdf

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 31 de julio de 2024). *La IA Generativa podría transformar millones de empleos en América Latina y el Caribe, pero la brecha digital plantea desafíos*.

https://www.ilo.org/es/resource/news/press-release-ai-latin-america?utm_source=chatgpt.com

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, s.f.). *Measuring productivity*. <https://www.oecd.org/en/topics/measuring-productivity.html>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, abril de 2024). The impact of artificial intelligence on productivity, distribution and growth: Key mechanisms, initial evidence and policy challenges. OECD Publishing, 15.

www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/04/the-impact-of-artificial-intelligence-on-productivity-distribution-and-growth_d54e2842/8d900037-en.pdf?utm_source=chatgpt.com

Otis, N., Clarke, R., Delecourt, S., Holtz, D. & Koning, R. (2023). The Uneven Impact of Generative AI on Entrepreneurial Performance. *University of California, Berkeley*. https://doi.org/10.31219/osf.io/hdjpk_v3

- Ramos, A. (2023). Inteligência Artificial Generativa baseada em grandes modelos de linguagem - ferramentas de uso na pesquisa acadêmica. *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6105>
- Ramírez, G., Magaña, D. y Ojeda, R. (2022). Productividad, aspectos que benefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científica. *Trascender, contabilidad y gestión*, 7(20), 189-208. <https://doi.org/10.36791/tcg.v8i20.166>
- Resolución N°168-2023-UPT-CU (31 de mayo de 2023). Líneas de investigación de la Universidad Privada de Tacna. https://www.upt.edu.pe/upt/sgc/assets/ckeditor/kcfinder/upload/files/R-168-2023-UPT-CU_LINEAS_DE_INVESTIGACION_DE_LA_UPT.pdf
- Riquelme, C. y Pereira, M. (2024). Inteligencia artificial como herramienta de organización de actividades profesionales y personales. *Revista científica en ciencias sociales*, 6, e601502. <https://doi.org/10.53732/rccsociales/e601502>
- Sánchez, Y., Raqui, C., Huaroc, E. y Huaroc, N. (2024). Importancia de Conocer la Normalidad de los Datos Utilizados en los Trabajos de Investigación por Tesisistas. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 17(2), 404-413. <https://doi.org/10.37843/rted.v17i2.554>
- Torras, J., Bangert, P. y Friedland, G. (s.f.). *Inteligencia Artificial aplicada a los Negocios en 2025*. <https://www.aden.org/business-magazine/ia-aplicada-a-los-negocios-2025/>
- Tramallino, C. y Marize, A. (2024). Avances y discusiones sobre el uso de inteligencia artificial (IA) en educación. *Educación*, 33(64), 29-54. <https://doi.org/10.18800/educacion.202401.M002>

APÉNDICES

Apéndice 1: Matriz de Consistencia

Tabla 7

Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES INDICADORES	E METODOLOGÍA
1. INTERROGANTE PRINCIPAL	1. OBJETIVO GENERAL	1. HIPÓTESIS GENERAL	Variable independiente (X)	Tipo de investigación
¿Cómo influye Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?	Determinar la influencia de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025	Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025	X1: Inteligencia Artificial Generativa (IAG)	Enfoque cuantitativo, básica. Nivel de investigación Nivel correlacional
2. INTERROGANTES ESPECÍFICAS	2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	Dimensiones	Diseño de la investigación
¿Cómo influye el conocimiento del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?	Determinar la influencia del conocimiento del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025.	El conocimiento del usuario de Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología, 2025.	Conocimiento del usuario Satisfacción del usuario Conducta del usuario	Diseño no experimental, corte transversal
¿Cómo influye la satisfacción del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las	Determinar la influencia de la satisfacción del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las	La satisfacción del usuario de Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las	Indicadores	Ámbito de estudio El ámbito geográfico de la investigación fueron las empresas de tecnología de Lima Metropolitana y el tiempo social o tiempo de estudio será transversal

empresas de Tecnología de Lima, 2025?	empresas de Tecnología de Lima, 2025.	empresas de Tecnología, 2025.			
¿Cómo influye la conducta del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025?	Determinar la influencia de la conducta del usuario de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025	La conducta del usuario de Inteligencia Artificial Generativa influye significativamente en la productividad de las empresas de Tecnología, 2025	Percepción y Control Satisfacción y Emocional Intención de Suscripción Subjetividad	Creencias percibido Experiencia Uso y	Población Empresas de Información y Comunicaciones en Lima Metropolitana es de 463
			Variable dependiente (Y)		Muestra
			Y1: Productividad		Muestreo no probabilístico intencional: 50 empresas
			Dimensiones		Técnica de recolección de datos
			Eficiencia		Encuesta, mediante Google Forms
			Eficacia		
			Indicadores		Instrumentos
			Costos		Cuestionario
			Recursos		
			Tiempo		
			Actividades		
			Objetivos		

Nota: La tabla muestra la matriz de consistencia de la investigación.

Apéndice 2: Consentimiento informado

“INFLUENCIA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍA DE LIMA, 2025”

Usted ha sido seleccionado para participar en la investigación desarrollada por el tesista Remy Felipe Barreda Medina doctorando en Administración de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna (UPT) titulada “Influencia de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025”.

En el cuestionario se realizan preguntas bajo una escala de Likert de 05 opciones de gradualidad pasando de 1 = Totalmente en desacuerdo hasta 5 = Totalmente de acuerdo, para determinar la influencia de Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de Tecnología de Lima, 2025

Si usted es el Gerente General o tiene algún cargo Directivo en la empresa es necesario que coloque “Sí” para proseguir a responder todas las preguntas de manera sincera y veraz.

El tiempo estimado para el desarrollo de este cuestionario es de diez (10) minutos.

Confidencialidad y manejo ético de la información

No existen riesgos asociados a su participación al completar el cuestionario, porque sus datos serán almacenados de forma confidencial no siendo relevados en ningún caso. Colocando “Sí” de forma digital, está aceptando el consentimiento informado.

Atentamente, Doctorando Remy Barreda Medina

Apéndice 3: Instrumento: Cuestionario para el levantamiento de información

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° Preguntas	Escala de Likert
Inteligencia Artificial Generativa (IAG)	Conocimiento del usuario	Percepción	1 Usar IAG me ayudan a completar tareas más rápido	1= Totalmente en desacuerdo
			2 Usar IAG me permiten realizar muchas cosas de manera más conveniente	2= En desacuerdo
			3 IAG son herramientas muy útiles para mí	3= Ni acuerdo ni desacuerdo
		Control percibido	4 Tengo las habilidades necesarias para utilizar IAG eficazmente	4= De acuerdo
			5 Dispongo de suficiente acceso a la tecnología y los recursos para implementar IAG en el trabajo	5= Totalmente de acuerdo
	Satisfacción del usuario	Satisfacción y Experiencia Emocional	6 Estoy satisfecho con la experiencia de interactuar con IAG	
			7 Creo que hago un buen uso de IAG	
	Conducta del usuario	Intención de Uso y Suscripción	8 Pagaría una tarifa de suscripción para acceder a IAG	
			9 Tengo la intención de continuar pagando por una suscripción a IAG en el futuro	
			10 Prefiero recomendar a las personas a mi alrededor que se suscriban a IAG	
		Subjetividad	11 Mis colegas y supervisores apoyan el uso de IAG en el trabajo	
12 Existe una tendencia creciente en mi entorno laboral hacia el uso de IAG				

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº Preguntas	Escala de Likert
Productividad	Eficiencia	Costos	13 Utilizando IAG he reducido mis costos operativos	1= Totalmente en desacuerdo
		Recursos	14 Utilizando IAG he optimizado los recursos	2= En desacuerdo
		Tiempo	15 Utilizando IAG he reducido los tiempos en el desarrollo de mis actividades	3= Ni acuerdo ni desacuerdo
	Eficacia	Actividades	16 Utilizando IAG he podido lograr e incrementar la cantidad de actividades diarias desarrolladas	4= De acuerdo
		Objetivos	17 Utilizando IAG he logrado alcanzar mis objetivos más rápidamente	5= Totalmente de acuerdo

Apéndice 4: Elementos que relacionan al instrumento con la investigación

1. Variable independiente: Inteligencia Artificial Generativa (IAG)
2. Variable dependiente: Productividad
3. Variable interviniente: Empresas de tecnología de Lima.
4. Marco Teórico: Instrumento tomando los aportes de Lui et al. (2024), Allahyari et al. (2025), Armas (2021), Cornejo (2023), Ramírez et al. (2022).

Apéndice 5: Tabla de total de correlaciones entre dimensiones y variables

Correlaciones

		Dx1_Conocimiento_del_usuario	Dx2_Satisfaccion_del_usuario	Dx3_Conducta_del_usuario	X_Inteligencia_Artificial_Generativa	Dy1_Eficiencia	Dy2_Eficacia	Y_Productividad
Dx1_Conocimiento_del_usuario	Correlación de Pearson	1	,792**	,619**	,913**	,715**	,741**	,779**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Dx2_Satisfaccion_del_usuario	Correlación de Pearson	,792**	1	,494**	,807**	,653**	,733**	,737**
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Dx3_Conducta_del_usuario	Correlación de Pearson	,619**	,494**	1	,867**	,610**	,503**	,607**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X_Inteligencia_Artificial_Generativa	Correlación de Pearson	,913**	,807**	,867**	1	,754**	,731**	,799**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Dy1_Eficiencia	Correlación de Pearson	,715**	,653**	,610**	,754**	1	,731**	,952**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Dy2_Eficacia	Correlación de Pearson	,741**	,733**	,503**	,731**	,731**	1	,904**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y_Productividad	Correlación de Pearson	,779**	,737**	,607**	,799**	,952**	,904**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Apéndice 6: Juicio de expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Doctor.

Presente

Asunto: Validación de instrumentos de investigación.

Estimado experto, es grato saludarlo e informarle que me encuentro desarrollando la tesis para la obtención del grado de Doctor en Administración en la Universidad Privada de Tacna titulada “Influencia de la Inteligencia Artificial Generativa en la productividad de las empresas de tecnología de Lima, 2025”, razón por cual le solicito a usted su participación, como especialista en el tema, para la evaluación por juicio de expertos.

Debido a su amplia trayectoria profesional, es importante contar con su participación en esta investigación para la evaluación crítica sobre el instrumento desarrollado, a fin de poder realizar la recolección de información de las variables de forma adecuada.

En este expediente de validación se adjuntan los siguientes documentos.

- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Muchas gracias por su atención, agradeciéndole por su interés y participación en esta investigación.

Atentamente.

Mgr. Remy Felipe Barreda Medina

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable: Inteligencia Artificial Generativa (IAG)

N.º	Dimensiones e ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Conocimiento del usuario							
	Percepción y creencias	X		X		X		
	Control percibido	X		X		X		
	Dimensión 2: Satisfacción del usuario							
	Satisfacción y Experiencia Emocional	X		X		X		
	Dimensión 3: Conducta del usuario							
	Intención de Uso y Suscripción	X		X		X		
	Subjetividad	X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable: Productividad

N.º	Dimensiones e ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Eficiencia							
	Costos	X		X		X		
	Recursos	X		X		X		
	Tiempo	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficacia							
	Actividades	X		X		X		
	Objetivos	X		X		X		

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []**
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: EMILIO JOSE CHOCOBAR REYES

Especialidad del validador: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Lima, 21 de abril del 2025



Dr. (c) Emilio Chocobar Reyes

La pertinencia, relevancia y claridad serán evaluadas de acuerdo con la siguiente escala de valoración:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable: Inteligencia Artificial Generativa (IAG)

N.º	Dimensiones e ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Conocimiento del usuario							
	Percepción y creencias	X		X		X		
	Control percibido	X		X		X		
	Dimensión 2: Satisfacción del usuario							
	Satisfacción y Experiencia Emocional	X		X		X		
	Dimensión 3: Conducta del usuario							
	Intención de Uso y Suscripción	X		X		X		
	Subjetividad	X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable: Productividad

N.º	Dimensiones e ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Eficiencia							
	Costos	X		X		X		
	Recursos	X		X		X		
	Tiempo	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficacia							
	Actividades	X		X		X		
	Objetivos	X		X		X		

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []**
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: EDILBERTO ZAPATA JIMENEZ

Especialidad del validador: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Lima, 21 de abril del 2025


 Edilberto Zapata Jiménez
 DNI. N° 02775387

Dr. (c) Edilberto Zapata Jiménez

La pertinencia, relevancia y claridad serán evaluadas de acuerdo con la siguiente escala de valoración:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable: Inteligencia Artificial Generativa (IAG)

N.º	Dimensiones e ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Conocimiento del usuario							
	Percepción y creencias	X		X		X		
	Control percibido	X		X		X		
	Dimensión 2: Satisfacción del usuario							
	Satisfacción y Experiencia Emocional	X		X		X		
	Dimensión 3: Conducta del usuario							
	Intención de Uso y Suscripción	X		X		X		
	Subjetividad	X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable: Productividad

N.º	Dimensiones e ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Eficiencia							
	Costos	X		X		X		
	Recursos	X		X		X		
	Tiempo	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficacia							
	Actividades	X		X		X		
	Objetivos	X		X		X		

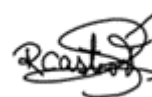
Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []**
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: ROSA DOLORES CASTRO TESEN

Especialidad del validador: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Lima, 21 de abril del 2025



Dra. (c) ROSA DOLORES CASTRO TESEN

La pertinencia, relevancia y claridad serán evaluadas de acuerdo con la siguiente escala de valoración:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión