



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo
académico previo a la obtención del Título de
Licenciadas en Mercadotecnia**

**TEMA: “Percepción y uso de la IA en el marketing
sostenible: un análisis bibliométrico empresarial”**

AUTORAS:

Leslie Nathaly Proaño López,

Kely Yadira Singaicho Aimacaña

TUTOR: Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Junio 2026



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Percepción y uso de la IA en el marketing sostenible: un análisis bibliométrico empresarial”** presentado por las señoritas **Leslie Nathaly Proaño López y Kely Yadira Singaicho Aimacaña** para optar por el título de Licenciadas en Mercadotecnia, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 16 de junio del 2026

Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, PhD.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Leslie Nathaly Proaño López y Kely Yadira Singaicho Aimacaña**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

Leslie Nathaly Proaño López

Kely Yadira Singaicho Aimacaña

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

Ing. Héctor Enrique Hernández Altamirano, PhD.

Ambato, 16 de junio del 2026

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.

Leslie Nathaly Proaño López

Kely Yadira Singaicho Aimacaña

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo, en primer lugar, a nuestros padres, quienes han sido el pilar fundamental de nuestras vidas. Gracias por su amor incondicional, por los sacrificios realizados, por cada palabra de aliento y por creer en nosotras incluso en los momentos más difíciles. Este logro también les pertenece.

A nuestros hermanos, por su apoyo, comprensión y cariño durante todo este proceso. Gracias por motivarnos a no rendirnos y por acompañarnos en cada desafío vivido.

También queremos dedicarnos este logro mutuamente, porque a lo largo de este camino siempre encontramos apoyo, comprensión y compañía la una en la otra. Gracias por cada conversación, por cada momento compartido y por permanecer presentes incluso en los días más difíciles. Compartir este sueño juntas hace que este logro tenga un significado aún más especial para ambas.

Asimismo, agradecemos a todas aquellas personas que estuvieron presentes a lo largo de este proceso, brindándonos comprensión, compañía y palabras de motivación para no rendirnos en los momentos de cansancio e incertidumbre.

Este trabajo representa mucho más que la culminación de una carrera universitaria; simboliza años de esfuerzo, desvelos, sacrificios y aprendizajes que marcaron profundamente nuestras vidas. Hoy, con el corazón lleno de orgullo y gratitud, entendemos que cada dificultad superada valió la pena, porque este logro refleja no solo una meta cumplida, sino también el crecimiento de dos personas que nunca dejaron de creer en sus sueños.

Leslie Nathaly Proaño López

Kely Yadira Singaicho Aimacaña

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Técnica de Ambato por habernos permitido crecer en un entorno de aprendizaje, esfuerzo y formación integral. De manera especial, expresamos nuestra gratitud a los docentes que, con profesionalismo y vocación, compartieron sus conocimientos y contribuyeron significativamente a nuestra preparación académica.

Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento a todas las personas que formaron parte de este proceso y aportaron, de una u otra manera, al desarrollo de este trabajo. Cada experiencia, enseñanza y apoyo recibido fue fundamental para culminar con éxito esta etapa tan importante de nuestras vidas.

Finalmente, agradecemos a la Dirección de Investigación y Desarrollo (DIDE) por el apoyo brindado al proyecto “Marketing sostenible e inteligencia artificial como estrategias de innovación en la educación superior y el entorno empresarial”, aprobado mediante Resolución Nro. UTA-CONIN-2025-0255-R, así como al grupo de investigación “Marketing, Consumo y Sociedad”, del cual formamos parte.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio analiza bibliométricamente la producción científica relacionada con la percepción y el uso de la inteligencia artificial (IA) en el marketing sostenible dentro del ámbito empresarial. La investigación surge ante el creciente interés por comprender cómo la IA contribuye a mejorar las estrategias sostenibles, optimizar procesos y fortalecer la toma de decisiones en las organizaciones, así como identificar tendencias, aportes relevantes y vacíos de conocimiento en este campo emergente.

La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, de tipo bibliográfico, nivel descriptivo y diseño no experimental. Se aplicó la metodología PRISMA para la selección de artículos científicos indexados en Scopus (Elsevier), utilizando la ecuación de búsqueda “*Artificial Intelligence*” AND “*Sustainable Marketing*” AND “*Business Management*”. La muestra final estuvo conformada por 48 documentos analizados mediante los programas VOSviewer y Bibliometrix.

Los resultados evidenciaron un crecimiento progresivo de publicaciones, alcanzando su punto máximo en 2025 con 25 documentos. India, China, Jordania y Malasia lideraron la producción científica, mientras que las palabras clave más frecuentes fueron *artificial intelligence*, *sustainable development*, *marketing* y *commerce*. Los hallazgos demuestran que la IA desempeña un rol estratégico en el marketing sostenible, ya que facilita el análisis de datos, mejora la eficiencia empresarial y optimiza la toma de decisiones orientadas a la sostenibilidad.

Se recomienda ampliar futuras investigaciones hacia áreas poco exploradas, como innovación y Objetivos de Desarrollo Sostenible, incorporando diferentes bases de datos e idiomas.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, INTELIGENCIA ARTIFICIAL; MERCADOTECNIA; DESARROLLO SOSTENIBLE; ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO; TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.

ABSTRACT

This bibliometrical study analyzes scientific output related to the perception and use of artificial intelligence (AI) in sustainable marketing within the business sector. The research stems from the growing interest in understanding how AI contributes to improving sustainable strategies, optimizing processes, and strengthening decision-making in organizations, as well as identifying trends, relevant contributions, and knowledge gaps in this emerging field.

The research was conducted using quantitative, bibliographic, descriptive, and non-experimental design. The PRISMA methodology was applied to select scientific articles indexed in Scopus (Elsevier), using the search terms “Artificial Intelligence” AND “Sustainable Marketing” AND “Business Management.” The final sample consisted of 48 documents analyzed using the VOSviewer and Bibliometrix software.

The results showed a progressive increase in publications, reaching a peak in 2025 with 25 documents. India, China, Jordan, and Malaysia led the scientific output, while the most frequent keywords were artificial intelligence, sustainable development, marketing, and commerce. The findings demonstrate that AI plays a strategic role in sustainable marketing, as it facilitates data analysis, improves business efficiency, and optimizes sustainability-oriented decision-making.

It is recommended that future research must be expanded into less explored areas, such as innovation and Sustainable Development Goals, incorporating different databases and languages.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, ARTIFICIAL INTELLIGENCE; MARKETING; SUSTAINABLE DEVELOPMENT; BIBLIOMETRIC ANALYSIS; INFORMATION TECHNOLOGY.

ENLACE DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

<https://editorialinnova.com/index.php/bij/article/view/516>