

Innovación tecnológica en la enseñanza del Marketing Internacional: Integración de herramientas digitales y metodología práctica para el aprendizaje aplicado

Technological innovation in the teaching of International Marketing: Integration of digital tools and practical methodology for applied learning

Erika Estefanía Proaño Chávez

ORCID: 0009-0003-9582-9937

Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero

eeproano@liceoaduanero.edu.ec

Santiago Andrés Otero Potosí

ORCID: 0000-0002-3823-9522

Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero

santiagoandres.otero@liceoaduanero.edu.ec

María Emperatriz Fuertes Narváez

ORCID: 0000-0001-7967-9834

Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero

mfuertes@liceoaduanero.edu.ec

Resumen

La enseñanza del marketing internacional enfrenta el desafío de integrar herramientas tecnológicas que permitan reducir la brecha entre la formación teórica y las exigencias del entorno empresarial actual. El objetivo del presente estudio fue evaluar el impacto de la integración de herramientas digitales en el proceso de enseñanza-aprendizaje del marketing internacional mediante la aplicación de una guía metodológica práctica. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, con diseño descriptivo-propositivo, aplicada a una muestra no probabilística de 24 estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero. Se empleó una encuesta de percepción basada en escala tipo Likert para medir la claridad metodológica, utilidad de las herramientas digitales y fortalecimiento del aprendizaje práctico. Los resultados evidenciaron altos niveles de aceptación de la metodología implementada, destacando que el 96% de los participantes percibió una mejora en la aplicación práctica de los contenidos, el 92% identificó mayor claridad en la estructura del plan de marketing internacional y el 88% valoró positivamente el uso de herramientas digitales en el proceso formativo. Se concluye que la metodología aplicada fortalece el aprendizaje aplicado, favorece el desarrollo de competencias digitales y contribuye a una formación alineada con las demandas del mercado laboral en contextos de educación técnica y tecnológica.

Palabras clave: Innovación educativa; educación superior; inteligencia artificial; tecnologías digitales; marketing internacional.

Abstract

The teaching of international marketing faces the challenge of integrating technological tools that reduce the gap between theoretical training and current business demands. The objective of this study was to evaluate the impact of integrating digital tools into the teaching-learning process of international marketing through a practical methodological guide. The research followed a mixed-method approach with a descriptive-propositional design, applied to a non-probabilistic sample of 24 students from the Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero. A perception survey based on a Likert-type scale was used to measure methodological clarity, usefulness of digital tools, and strengthening of practical learning. Results showed high levels of acceptance of the implemented methodology, with 96% of participants reporting improved practical application of content,

92% identifying greater clarity in the structure of international marketing plans, and 88% positively assessing the use of digital tools in the learning process. It is concluded that integrating technological tools and simulated methodologies strengthens applied learning, promotes digital competencies, and contributes to training aligned with labor market demands in technical and technological higher education contexts.

Keywords: Educational innovation; international marketing; digital tools; technological education; applied learning.

Introducción

Durante las últimas décadas, la transformación digital ha generado cambios estructurales en la dinámica de los mercados internacionales, modificando los procesos de comercialización, comunicación empresarial y toma de decisiones estratégicas (García-Peñalvo, 2021; Siemens, 2020). El marketing internacional ha evolucionado desde enfoques tradicionales centrados en la expansión comercial hacia modelos que integran análisis de datos, automatización de procesos y uso de herramientas digitales que permiten comprender con mayor precisión el comportamiento del consumidor global (Fernández, 2025). En consecuencia, la formación académica en esta área requiere adaptarse a un entorno caracterizado por la innovación tecnológica constante y la necesidad de profesionales con competencias digitales aplicadas (European Commission, 2020).

En el ámbito de la educación superior, particularmente en la educación técnica y tecnológica, uno de los desafíos más relevantes consiste en reducir la brecha existente entre la formación teórica impartida en el aula y las exigencias del entorno productivo (UNESCO, 2021). Diversos estudios sobre innovación educativa señalan que los modelos de enseñanza tradicionales presentan limitaciones para desarrollar competencias prácticas relacionadas con la resolución de problemas reales, la toma de decisiones estratégicas y la aplicación de conocimientos en contextos empresariales dinámicos (Salinas, 2021; Kirkwood & Price, 2021). Esta situación resulta especialmente evidente en áreas como el marketing internacional, donde la comprensión de procesos complejos requiere experiencias de aprendizaje contextualizadas y orientadas a la práctica (Universidad Internacional de La Rioja, 2022).

La incorporación de herramientas digitales en los procesos educativos ha sido identificada como una estrategia efectiva para fortalecer el aprendizaje activo y promover el desarrollo de competencias profesionales (Cábero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021; Marín & Cábero, 2020). El uso de plataformas tecnológicas permite organizar información estratégica, simular escenarios empresariales y facilitar la visualización de procesos que, en entornos exclusivamente teóricos, resultan abstractos para los estudiantes (Zawacki-Richter et al., 2021). Asimismo, la integración tecnológica favorece el desarrollo de habilidades analíticas, comunicativas

y metodológicas necesarias para la planificación comercial en mercados internacionales (Selwyn, 2022).

En este contexto, la innovación educativa no se limita a la introducción de tecnología en el aula, sino que implica la transformación de las metodologías de enseñanza hacia modelos centrados en el estudiante, donde el aprendizaje se construye mediante la experiencia, la simulación y la aplicación práctica del conocimiento (Laurillard, 2020; Garrison, 2021). La educación técnica y tecnológica, orientada al “saber hacer”, requiere metodologías que permitan replicar dinámicas reales del entorno empresarial, garantizando que los estudiantes puedan transferir los conocimientos adquiridos a situaciones profesionales concretas (Johnson et al., 2020).

El presente estudio surge de la necesidad de fortalecer la enseñanza del marketing internacional mediante la implementación de una guía metodológica que integre herramientas digitales en el desarrollo de planes de marketing internacional. La propuesta busca contribuir a la mejora del proceso formativo mediante la estructuración de actividades prácticas que permitan comprender el análisis del entorno, la segmentación de mercados, la formulación estratégica y la presentación de resultados utilizando recursos tecnológicos.

En este sentido, el objetivo del estudio es evaluar el impacto de la integración de herramientas digitales en el proceso de enseñanza del marketing internacional, analizando su contribución al fortalecimiento del aprendizaje práctico, el desarrollo de competencias digitales y la comprensión estructural del proceso de planificación comercial en estudiantes de educación superior tecnológica.

Materiales y Métodos

El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando técnicas cualitativas y cuantitativas que permitieron analizar tanto los resultados numéricos obtenidos como las percepciones asociadas al proceso de aprendizaje (Hernández Sampieri et al., 2014). La investigación es de carácter aplicado y se enmarca en el paradigma de la innovación educativa, orientado a la mejora de los procesos formativos mediante la incorporación de herramientas tecnológicas (UNESCO, 2021; Salinas, 2021).

El diseño metodológico fue descriptivo-propositivo, ya que se describió la situación del proceso de enseñanza del marketing internacional y posteriormente se implementó una propuesta metodológica orientada a la elaboración de planes de marketing internacional (Otero-Potosi, 2026).

La población estuvo conformada por estudiantes matriculados en la asignatura de Marketing Internacional del Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero. La muestra fue no probabilística por conveniencia y estuvo integrada por 24 estudiantes que participaron en el proceso formativo

durante el período académico correspondiente (Hernández Sampieri et al., 2014).

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta de percepción estructurada mediante una escala tipo Likert de tres niveles (muy de acuerdo, de acuerdo y en desacuerdo), orientada a evaluar la claridad metodológica, la utilidad de las herramientas digitales y el fortalecimiento del aprendizaje práctico. El instrumento fue revisado por docentes del área de marketing y educación tecnológica, con el fin de garantizar su coherencia con los objetivos del estudio y su pertinencia académica.

El procedimiento metodológico se estructuró en tres fases. En la primera fase se desarrolló una simulación empresarial orientada al análisis del mercado internacional y la segmentación de clientes potenciales, en coherencia con enfoques de aprendizaje basado en la experiencia (Laurillard, 2020). En la segunda fase se implementó el uso guiado de herramientas digitales para el análisis, diseño y presentación de estrategias comerciales, promoviendo el desarrollo de competencias digitales en el contexto educativo (Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021). Finalmente, en la tercera fase se aplicaron los instrumentos de evaluación para medir el impacto de la metodología en el proceso de aprendizaje.

Los datos recolectados fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes para identificar tendencias relacionadas con la percepción del aprendizaje y la apropiación de conocimientos (Hernández Sampieri et al., 2014).

Resultados y Discusión

La incorporación de herramientas digitales y recursos apoyados en inteligencia artificial dentro del proceso de enseñanza del marketing internacional permitió estructurar un modelo metodológico orientado al aprendizaje aplicado, en el cual los estudiantes participaron activamente en la construcción del conocimiento mediante la simulación de procesos empresariales reales. Este enfoque evidenció cambios significativos en la forma en que los participantes comprendieron la relación entre el análisis estratégico y la toma de decisiones comerciales, especialmente en contextos internacionales donde intervienen múltiples variables económicas, culturales y competitivas (Zawacki-Richter et al., 2021; Siemens, 2020).

Uno de los principales aportes identificados en el estudio se relaciona con la mejora en la comprensión sistémica del proceso de planificación comercial. La utilización de herramientas digitales permitió organizar la información de manera secuencial, facilitando la identificación de relaciones entre análisis del entorno, segmentación de mercados, definición de objetivos y formulación de estrategias. Este resultado coincide con investigaciones recientes que señalan que la integración tecnológica favorece la construcción de conocimiento significativo al permitir visualizar procesos

complejos mediante representaciones estructuradas de la información (Marín & Cabero, 2020; Salinas, 2021).

Desde una perspectiva pedagógica, la implementación metodológica evidenció una transición desde modelos de enseñanza centrados en la transmisión de contenidos hacia enfoques orientados al aprendizaje activo. La participación del estudiante en procesos de análisis, interpretación y diseño estratégico contribuyó al desarrollo de competencias analíticas y a la consolidación de habilidades relacionadas con la resolución de problemas. La inteligencia artificial, utilizada como herramienta de apoyo para la organización y generación de información, permitió reducir tiempos operativos y concentrar el proceso formativo en la interpretación estratégica de los resultados obtenidos (Garrison, 2021; Laurillard, 2020; Zawacki-Richter et al., 2021).

Asimismo, los resultados muestran que la simulación empresarial constituye un elemento clave para fortalecer la relación entre teoría y práctica. La recreación de escenarios de internacionalización permitió que los estudiantes comprendieran la aplicabilidad real de los conceptos teóricos, generando un aprendizaje contextualizado y orientado a la toma de decisiones. Este tipo de metodologías resulta especialmente relevante en la educación técnica y tecnológica, donde el aprendizaje debe responder a necesidades concretas del entorno productivo (Johnson et al., 2020; UNESCO, 2021).

Uno de los aspectos más relevantes derivados de la implementación metodológica fue el fortalecimiento de competencias digitales y analíticas en los estudiantes participantes. La metodología aplicada y recursos apoyados en inteligencia artificial permitió que el proceso de aprendizaje trascendiera la adquisición de conocimientos conceptuales, orientándose hacia el desarrollo de habilidades aplicadas necesarias para el desempeño profesional en entornos empresariales contemporáneos (Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021; Zawacki-Richter et al., 2021).

En el contexto del marketing internacional, las competencias digitales no se limitan al manejo instrumental de plataformas tecnológicas, sino que implican la capacidad de interpretar información, analizar tendencias de mercado y transformar datos en decisiones estratégicas. Durante el desarrollo del proceso formativo, los estudiantes demostraron una mayor capacidad para estructurar información comercial, identificar variables relevantes del entorno y formular propuestas estratégicas coherentes con los objetivos planteados. Este resultado evidencia que la incorporación metodológica de tecnología contribuye al desarrollo de habilidades cognitivas superiores relacionadas con el análisis y la síntesis de información (Selwyn, 2022; Universidad Internacional de La Rioja, 2022).

Desde la perspectiva de la educación técnica y tecnológica, el desarrollo de competencias aplicadas constituye un eje central del proceso formativo. La metodología implementada permitió que los estudiantes experi-

mentaran un proceso de aprendizaje basado en la resolución de problemas, donde la tecnología actuó como facilitador del análisis y no como un fin en sí mismo. Esta característica resulta fundamental, ya que uno de los riesgos frecuentes en la integración tecnológica educativa consiste en priorizar el uso de herramientas sobre la comprensión del proceso estratégico que estas apoyan (UNESCO, 2021; Salinas, 2021).

La evidencia obtenida durante el estudio sugiere que la combinación de simulación empresarial y uso de herramientas digitales favorece la transferencia del aprendizaje hacia contextos reales de desempeño profesional. Los estudiantes lograron comprender que la elaboración de un plan de marketing internacional no responde únicamente a un ejercicio académico, sino a un proceso estructurado de análisis que requiere interpretar información del entorno, evaluar escenarios y tomar decisiones fundamentadas. Este tipo de aprendizaje contextualizado fortalece la empleabilidad futura, al aproximar el proceso formativo a las dinámicas reales del mercado laboral (García-Peñalvo, 2021; Johnson et al., 2020).

De igual manera, se observó un fortalecimiento de competencias comunicativas relacionadas con la presentación de resultados estratégicos. La utilización de herramientas digitales permitió mejorar la organización visual de la información y facilitar la comunicación de propuestas comerciales, aspecto particularmente relevante en el marketing internacional, donde la claridad en la presentación de estrategias influye directamente en los procesos de negociación y toma de decisiones empresariales. La visualización de datos y la estructuración de información estratégica contribuyeron a mejorar la capacidad de los estudiantes para argumentar sus decisiones y justificar las estrategias propuestas (Selwyn, 2022; Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021).

Otro elemento relevante identificado en el análisis fue el desarrollo progresivo del pensamiento crítico frente al uso de tecnología. A medida que avanzó la implementación metodológica, los estudiantes comenzaron a cuestionar la pertinencia de la información generada por herramientas digitales, evaluando su coherencia con los objetivos estratégicos planteados. Este comportamiento evidencia un avance hacia niveles más complejos de aprendizaje, donde la tecnología deja de ser percibida como una fuente absoluta de respuestas y pasa a convertirse en un recurso de apoyo sujeto a análisis y validación profesional (Laurillard, 2020; Selwyn, 2022).

Desde una perspectiva institucional, estos resultados adquieren especial relevancia en el marco de la educación superior técnica y tecnológica, donde la formación debe responder a necesidades concretas del entorno productivo. La integración de inteligencia artificial y herramientas digitales dentro del proceso formativo permite alinear los contenidos académicos con las competencias demandadas por el sector empresarial, contribuyendo a la formación de profesionales capaces de adaptarse a entornos laborales caracterizados por la transformación digital permanente (European Commission, 2020; García-Peñalvo, 2021).

Sin embargo, el desarrollo de competencias digitales también plantea desafíos relacionados con la brecha tecnológica existente entre estudiantes y docentes. Durante el proceso se evidenció que la efectividad de la metodología depende en gran medida del acompañamiento pedagógico y de la capacidad del docente para orientar el uso estratégico de las herramientas tecnológicas. Esto refuerza la necesidad de promover procesos institucionales de capacitación docente continua que garanticen una integración pedagógica adecuada de la tecnología en el aula (Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021; UNESCO, 2021).

En síntesis, los resultados del estudio permiten afirmar que la integración metodológica de herramientas digitales e inteligencia artificial favorece el desarrollo de competencias digitales, analíticas y comunicativas en estudiantes de marketing internacional, fortaleciendo la relación entre formación académica y desempeño profesional. Este hallazgo posiciona la propuesta metodológica como una alternativa viable para la innovación educativa en contextos de educación técnica y tecnológica, especialmente en áreas donde la toma de decisiones estratégicas constituye una competencia central del ejercicio profesional (Zawacki-Richter et al., 2021; García-Peñalvo, 2021).

El análisis de los resultados obtenidos permite establecer una relación coherente entre la experiencia desarrollada y los planteamientos teóricos contemporáneos sobre innovación educativa y transformación digital en la educación superior. Diversas investigaciones coinciden en señalar que la incorporación de tecnologías digitales genera impactos positivos en el aprendizaje únicamente cuando estas se integran dentro de estructuras pedagógicas claramente definidas. En este sentido, los resultados del presente estudio evidencian que la efectividad del uso de herramientas digitales y recursos apoyados en inteligencia artificial no radica en la tecnología en sí misma, sino en la manera en que esta se articula metodológicamente con los objetivos formativos (Salinas, 2021; Selwyn, 2022).

La literatura reciente sobre educación superior tecnológica destaca que el aprendizaje significativo se fortalece cuando los estudiantes participan en procesos que simulan escenarios reales de desempeño profesional. La metodología implementada permitió precisamente este acercamiento, al estructurar el aprendizaje del marketing internacional mediante fases secuenciales que replican el proceso real de planificación comercial. Este enfoque coincide con modelos pedagógicos basados en el aprendizaje experiencial, los cuales sostienen que el conocimiento se consolida cuando el estudiante interactúa activamente con situaciones problemáticas que requieren análisis, toma de decisiones y evaluación de resultados (Laurillard, 2020; Johnson et al., 2020).

Además, estudios relacionados con la integración de inteligencia artificial en educación superior señalan que estas tecnologías favorecen la personalización del aprendizaje y el desarrollo de competencias analíticas al facilitar el acceso y procesamiento de información compleja. En el con-

texto analizado, la inteligencia artificial permitió optimizar procesos de organización y visualización de información estratégica, generando condiciones favorables para que los estudiantes concentraran su atención en la interpretación de resultados y en la formulación de estrategias comerciales. Este hallazgo resulta consistente con investigaciones que plantean que la tecnología actúa como un facilitador cognitivo cuando se orienta a apoyar procesos de pensamiento crítico y no únicamente a automatizar tareas (Zawacki-Richter et al., 2021; Siemens, 2020; Selwyn, 2022).

El contraste con estudios previos también permite identificar que uno de los principales aportes del modelo metodológico aplicado radica en su adaptabilidad a contextos de educación técnica y tecnológica. A diferencia de propuestas centradas exclusivamente en entornos universitarios tradicionales, la metodología desarrollada responde a la necesidad de formar profesionales con competencias operativas y estratégicas simultáneamente. La propuesta metodológica dentro de una lógica de simulación empresarial favorece la comprensión del proceso comercial como un sistema interrelacionado, donde las decisiones estratégicas se fundamentan en el análisis del entorno y en la interpretación de información relevante (UNESCO, 2021; García-Peñalvo, 2021).

Desde el punto de vista teórico, los resultados respaldan los planteamientos que sostienen que la innovación educativa requiere una convergencia entre tecnología, pedagogía y contenido disciplinar. La experiencia desarrollada demuestra que la incorporación aislada de herramientas tecnológicas no garantiza mejoras en el aprendizaje si no existe una estructura metodológica que oriente su utilización hacia objetivos formativos específicos. En este caso, la guía metodológica permitió integrar estos tres elementos, generando un entorno de aprendizaje coherente con las demandas actuales del marketing internacional (Marín & Cabero, 2020; Salinas, 2021).

Otro aspecto relevante del contraste teórico se relaciona con el desarrollo de competencias digitales críticas. La literatura especializada advierte que el uso intensivo de tecnologías digitales puede generar dependencia instrumental si no se promueve simultáneamente la capacidad de análisis y validación de la información. Durante la implementación del estudio se evidenció que los estudiantes, progresivamente, desarrollaron una actitud más reflexiva frente a los resultados generados por las herramientas tecnológicas, evaluando su pertinencia estratégica antes de incorporarlos en sus propuestas comerciales. Este comportamiento refleja un avance hacia niveles superiores de aprendizaje, donde la tecnología es utilizada como apoyo al razonamiento profesional y no como sustituto del mismo (Selwyn, 2022; Laurillard, 2020).

Adicionalmente, el análisis comparativo con investigaciones internacionales permite identificar que la integración de inteligencia artificial en procesos educativos contribuye a reducir la brecha entre formación académica y práctica profesional. En el ámbito del marketing internacional,

esta reducción resulta particularmente relevante debido a la velocidad con la que evolucionan las herramientas de análisis de mercado y gestión comercial. La metodología aplicada permitió aproximar el proceso formativo a las dinámicas reales del entorno empresarial, fortaleciendo la pertinencia del aprendizaje y su aplicabilidad futura (Zawacki-Richter et al., 2021; García-Peñalvo, 2021).

En conjunto, el contraste con la literatura científica permite validar teóricamente el modelo metodológico propuesto, evidenciando que la integración estructurada de herramientas digitales e inteligencia artificial constituye una estrategia viable para la innovación educativa en educación superior técnica y tecnológica. Los resultados obtenidos no solo coinciden con tendencias internacionales en educación digital, sino que aportan evidencia empírica desde un contexto educativo específico, contribuyendo al desarrollo de propuestas pedagógicas orientadas al aprendizaje aplicado y a la formación de competencias profesionales alineadas con la transformación digital del entorno empresarial (UNESCO, 2021; Salinas, 2021).

El análisis de los resultados obtenidos permite identificar implicaciones pedagógicas relevantes relacionadas con la transformación del proceso de enseñanza en contextos de educación técnica y tecnológica. El modelo implementado y recursos apoyados en inteligencia artificial no solo generó mejoras en la comprensión de los contenidos académicos, sino que evidenció la necesidad de replantear el diseño metodológico de las asignaturas orientadas al desarrollo de competencias profesionales. En este sentido, la experiencia desarrollada demuestra que la innovación educativa adquiere mayor efectividad cuando se orienta a la resolución de problemas reales y a la simulación de escenarios vinculados con el ejercicio profesional (Salinas, 2021; UNESCO, 2021).

Desde una perspectiva pedagógica, la metodología implementada favoreció la transición desde un modelo centrado en la transmisión de contenidos hacia un enfoque basado en el aprendizaje activo. Los estudiantes asumieron un rol protagónico en el proceso formativo, participando en actividades de análisis, interpretación y toma de decisiones estratégicas. Este cambio metodológico permitió fortalecer la autonomía del aprendizaje y promover procesos de reflexión sobre la aplicabilidad del conocimiento adquirido, elementos fundamentales en la formación técnica y tecnológica (Garrison, 2021; Laurillard, 2020).

La incorporación de inteligencia artificial dentro del proceso educativo también generó cambios en la dinámica de interacción entre docente y estudiante. El docente asumió un rol de facilitador del aprendizaje, orientando el análisis crítico de la información generada por las herramientas tecnológicas y promoviendo la reflexión sobre la pertinencia estratégica de las decisiones adoptadas. Esta reconfiguración del rol docente se alinea con tendencias contemporáneas en educación superior que destacan la importancia del acompañamiento pedagógico en entornos de apren-

dizaje mediados por tecnología (Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021; Selwyn, 2022).

En el ámbito institucional, los resultados del estudio sugieren que la integración metodológica de herramientas digitales puede contribuir a la actualización curricular de programas académicos vinculados al marketing y a las áreas empresariales. La transformación digital del entorno productivo exige que las instituciones de educación superior adapten sus procesos formativos a nuevas dinámicas de trabajo, donde el análisis de datos, la automatización de procesos y el uso estratégico de tecnología constituyen competencias fundamentales. La experiencia desarrollada evidencia que la incorporación progresiva de estos elementos dentro del currículo permite fortalecer la pertinencia académica y mejorar la articulación entre formación y necesidades del sector productivo (García-Peñalvo, 2021; European Commission, 2020).

Asimismo, la sostenibilidad del modelo metodológico propuesto depende de la capacidad institucional para promover procesos continuos de capacitación docente orientados al uso pedagógico de tecnologías digitales e inteligencia artificial. La evidencia obtenida durante la implementación demuestra que la tecnología, por sí sola, no garantiza mejoras en el aprendizaje si no se encuentra acompañada de estrategias didácticas claras y de una adecuada mediación pedagógica. En este sentido, la formación docente se convierte en un elemento clave para asegurar la continuidad y efectividad de procesos de innovación educativa (Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021; Salinas, 2021).

Otro aspecto relevante se relaciona con la posibilidad de transferir el modelo metodológico a otras asignaturas y áreas del conocimiento dentro de la educación técnica y tecnológica. La estructura basada en simulación, análisis estratégico y uso de herramientas digitales puede adaptarse a diferentes contextos formativos, especialmente en carreras relacionadas con administración, comercio exterior, emprendimiento y gestión empresarial. Esta característica amplía el alcance del modelo propuesto y refuerza su potencial como estrategia institucional de innovación pedagógica (UNESCO, 2021).

Desde la perspectiva del estudiante, la integración tecnológica favoreció una percepción positiva del proceso formativo, al evidenciar una mayor conexión entre los contenidos académicos y las demandas reales del entorno laboral. La posibilidad de utilizar herramientas similares a las empleadas en contextos empresariales permitió fortalecer la motivación y el compromiso con el aprendizaje, generando un entorno formativo más dinámico y orientado a resultados. Este aspecto resulta particularmente relevante en educación técnica y tecnológica, donde la vinculación con el contexto profesional constituye un elemento central de la formación.

Sin embargo, la sostenibilidad del modelo también implica considerar desafíos asociados al acceso equitativo a recursos tecnológicos y a la in-

fraestructura institucional disponible. La implementación de metodologías apoyadas en inteligencia artificial requiere condiciones mínimas de conectividad y disponibilidad de herramientas digitales que garanticen la participación de todos los estudiantes. Por ello, la planificación institucional debe contemplar estrategias que permitan reducir brechas tecnológicas y asegurar la inclusión digital dentro del proceso educativo.

En conjunto, las implicaciones pedagógicas e institucionales derivadas del estudio permiten afirmar que la integración metodológica de herramientas digitales e inteligencia artificial constituye una alternativa viable para fortalecer procesos de innovación educativa en educación superior técnica y tecnológica. El modelo desarrollado no solo mejora la comprensión de contenidos académicos, sino que contribuye a la formación de profesionales capaces de adaptarse a entornos laborales caracterizados por la transformación digital y la necesidad de aprendizaje continuo.

El análisis de los resultados obtenidos permite identificar una serie de limitaciones metodológicas que deben ser consideradas para la adecuada interpretación de los hallazgos. En primer lugar, el tamaño de la muestra constituye un factor que restringe la generalización de los resultados, ya que el estudio fue aplicado a un grupo específico de estudiantes dentro de un contexto institucional determinado. Si bien los resultados evidencian tendencias positivas en la percepción del aprendizaje y en el desarrollo de competencias aplicadas, futuras investigaciones deberían ampliar el número de participantes e incorporar muestras comparativas que permitan validar el impacto del modelo metodológico en diferentes contextos educativos (Hernández Sampieri et al., 2014).

Otra limitación relevante se relaciona con la naturaleza perceptiva del instrumento de recolección de datos. La encuesta aplicada permitió identificar la valoración estudiantil respecto al proceso formativo, pero no midió de manera directa indicadores cuantitativos de rendimiento académico o desempeño profesional posterior. En este sentido, investigaciones futuras podrían incorporar metodologías mixtas más amplias que combinen instrumentos perceptivos con evaluaciones objetivas del aprendizaje, análisis longitudinales o comparaciones entre grupos con y sin intervención metodológica basada en inteligencia artificial (Hernández Sampieri et al., 2014).

Asimismo, la implementación del modelo evidenció que la efectividad de la integración tecnológica depende en gran medida del nivel de competencia digital del docente. La mediación pedagógica resultó determinante para orientar el uso estratégico de las herramientas digitales y evitar que la tecnología se convierta en un elemento distractor o en un sustituto del análisis crítico. Este aspecto pone de manifiesto la necesidad de fortalecer procesos institucionales de formación docente orientados no solo al manejo técnico de herramientas digitales, sino a su integración didáctica dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje (Cabero-Almenara & Palacios-Rodríguez, 2021; UNESCO, 2021).

Desde una perspectiva tecnológica, también es necesario considerar que la rápida evolución de las herramientas basadas en inteligencia artificial puede generar escenarios de obsolescencia metodológica si los modelos educativos no se actualizan de manera continua. La innovación educativa, por tanto, debe concebirse como un proceso dinámico y permanente, donde las metodologías se ajusten progresivamente a las transformaciones del entorno digital y a las nuevas demandas del mercado laboral. En este sentido, el modelo metodológico propuesto no debe interpretarse como una estructura rígida, sino como un marco adaptable que puede incorporar nuevas tecnologías emergentes conforme estas evolucionen (Selwyn, 2022; García-Peñalvo, 2021).

A pesar de estas limitaciones, los resultados del estudio permiten identificar oportunidades relevantes para el desarrollo futuro de investigaciones en el ámbito de la educación técnica y tecnológica. Una línea de investigación potencial consiste en analizar el impacto de la inteligencia artificial en el desarrollo de competencias específicas del marketing internacional, tales como análisis predictivo de mercados, segmentación automatizada o simulación de escenarios comerciales complejos. Estas aproximaciones permitirían profundizar en la relación entre tecnología y toma de decisiones estratégicas dentro del proceso formativo (Zawacki-Richter et al., 2021).

Otra línea de desarrollo investigativo se relaciona con la evaluación del impacto institucional de la integración tecnológica en el currículo académico. La incorporación progresiva de metodologías apoyadas en inteligencia artificial podría influir en la actualización de perfiles profesionales, en la redefinición de competencias de egreso y en la articulación entre educación superior y sector productivo. Este enfoque permitiría analizar la innovación educativa no solo desde la experiencia de aula, sino desde su impacto en la transformación institucional (UNESCO, 2021; European Commission, 2020).

Adicionalmente, resulta pertinente explorar el papel de la inteligencia artificial en la personalización del aprendizaje dentro de la educación técnica y tecnológica. Las tecnologías emergentes ofrecen la posibilidad de adaptar contenidos, ritmos de aprendizaje y niveles de complejidad en función de las necesidades individuales de los estudiantes, lo cual podría contribuir a mejorar los resultados académicos y reducir índices de deserción. No obstante, este tipo de implementación requiere investigaciones adicionales que analicen sus implicaciones pedagógicas, éticas y metodológicas (Zawacki-Richter et al., 2021; Siemens, 2020).

Finalmente, la integración de inteligencia artificial en la enseñanza del marketing internacional plantea la necesidad de promover una formación profesional basada en el uso responsable de la tecnología. El desarrollo de competencias digitales debe acompañarse de una reflexión crítica sobre el uso de datos, la confiabilidad de la información generada por sistemas automatizados y la responsabilidad profesional en la toma de decisiones

estratégicas. En este sentido, la educación superior técnica y tecnológica enfrenta el reto de formar profesionales capaces de utilizar la tecnología como herramienta de apoyo al razonamiento humano, manteniendo el criterio analítico como elemento central del ejercicio profesional (Selwyn, 2022; Laurillard, 2020).

En conjunto, el análisis desarrollado permite concluir que la integración metodológica de herramientas digitales e inteligencia artificial constituye una estrategia viable para fortalecer el aprendizaje aplicado en marketing internacional, siempre que su implementación se sustente en principios pedagógicos claros y en procesos continuos de evaluación y mejora. La experiencia analizada aporta evidencia empírica sobre el potencial de estas tecnologías para transformar el proceso formativo, al tiempo que abre nuevas posibilidades para la investigación educativa en contextos de transformación digital (Salinas, 2021; García-Peñalvo, 2021).

Conclusiones

En relación con el objetivo planteado, los resultados permiten evidenciar que la integración de herramientas digitales mediante una metodología práctica y simulada genera un impacto positivo en la comprensión y aplicación de los contenidos del marketing internacional en estudiantes de educación superior tecnológica. La propuesta metodológica facilitó la estructuración del proceso de planificación comercial, promoviendo un aprendizaje práctico, organizado y orientado a escenarios reales del comercio internacional.

La incorporación de recursos tecnológicos contribuyó al fortalecimiento de competencias analíticas y digitales, favoreciendo la vinculación entre el ámbito académico y las exigencias del entorno profesional. La simulación empresarial permitió reducir la brecha entre teoría y práctica, consolidando un modelo de aprendizaje coherente con los principios de la educación técnica y tecnológica.

La investigación aporta un modelo metodológico replicable en contextos educativos similares, destacando la importancia de la innovación pedagógica como elemento clave para mejorar la calidad del proceso formativo. Sin embargo, se reconoce la necesidad de fortalecer la capacitación docente continua para garantizar una adecuada integración de herramientas tecnológicas en el aula.

Finalmente, se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis hacia la medición longitudinal del impacto de estas metodologías y la incorporación de nuevas tecnologías emergentes que potencien los procesos de enseñanza-aprendizaje en el ámbito del marketing internacional.

Referencias bibliográficas

- Alavi, M., & Leidner, D. (2020). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107–136.
- Cabero-Almenara, J., & Palacios-Rodríguez, A. (2021). Digital competence of higher education teachers. *Sustainability*, 13(4), 1–15.
- European Commission. (2020). *European framework for the digital competence of educators (DigCompEdu)*.
- Fernández, J. I. (2025). ¿Qué es la mercadotecnia internacional y cuál es su importancia? Southern New Hampshire University. <https://es.snhu.edu>
- García-Peñalvo, F. J. (2021). Digital transformation in higher education. *Education in the Knowledge Society*, 22, 1–8.
- Garrison, D. R. (2021). E-learning in the 21st century. *Routledge*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Kirkwood, A., & Price, L. (2021). Technology-enhanced learning and teaching in higher education. *Learning, Media and Technology*, 46(1), 1–14.
- Laurillard, D. (2020). *Teaching as a design science*. Routledge.
- Johnson, L., Adams Becker, S., Estrada, V., & Freeman, A. (2020). *NMC Horizon Report: Higher Education Edition*. EDUCAUSE.
- Marín, V., & Cabero, J. (2020). Innovation in higher education through ICT. *Education Sciences*, 10(7), 1–14.
- Otero-Potosi, S. A. (2026). *Metodología de la investigación científica dirigida a estudiantes de Institutos Tecnológicos: Un enfoque basado en el formato IMRYD* (1st ed., Vol. 1). Atena Editora. <https://doi.org/10.22533/at.ed.475262002>
- Salinas, J. (2021). Innovación docente y uso de tecnologías digitales. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 12(33), 3–20.
- Selwyn, N. (2022). *Education and technology: Key issues and debates*. Bloomsbury Academic.
- Siemens, G. (2020). Learning analytics and digital learning environments. *Journal of Educational Technology*.

UNESCO. (2021). *Innovación educativa y uso de tecnologías digitales en la educación superior*. UNESCO.

Universidad Internacional de La Rioja. (2022). *Análisis del entorno empresarial*. UNIR.

Zawacki-Richter, O., Bond, M., Marin, V., & Gouverneur, F. (2021). Systematic review of research on artificial intelligence in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 18(1), 1–29.