

Elaboración de un instrumento de medición para la Aceptación de una plataforma de inteligencia artificial.

(Development of a measurement instrument for Acceptance of an artificial intelligence platform)

Diana Karina Rodríguez-Amaya¹ y Jesús Eduardo Estrada-Domínguez²

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración (México), diana.rodriguezam@uanl.edu.mx

² Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración (México), jesus.estradam@uanl.edu.mx

* Autor de Contacto

Resumen

Cómo citar: Rodríguez-Amaya, D. K., & Estrada-Domínguez, J. E. Elaboración de un instrumento de medición para la Aceptación de una plataforma de inteligencia artificial. *Vinculatégica EFAN*, 11(3), 179–193. <https://doi.org/10.29105/vtga11.3-1141>

Información revisada por arbitraje tipo doble par ciego.

Recibido: 31 de mayo 2024

Aceptado: 5 de junio 2024

Publicado: 30 de mayo 2025

Actualmente la Inteligencia Artificial (IA) se ha consolidado en el ámbito científico, tecnológico y educativo. Herramientas como el ChatGPT ayudan en la búsqueda de información y en la realización de diversas actividades, teniendo una interacción entre humanos y máquinas. La aceptación de esta plataforma de IA en ámbito educativo, al ser una herramienta prometedora, incita a los estudiantes a adoptarla en su día a día, por lo cual genera un impacto en su desarrollo académico. Por lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo elaborar un instrumento de medición para la aceptación de una plataforma de inteligencia artificial. Es importante mencionar que se realizó una búsqueda exhaustiva y sistemática de la literatura para identificar tanto los factores que inciden en la aceptación de la tecnología como aquellos ítems para su medición. Así mismo, el tipo de investigación en este estudio es exploratorio y descriptivo, ya que, a través de la revisión de literatura en bases de datos especializadas, se logró identificar y definir el fenómeno de estudio. Gracias a los resultados obtenidos se logró elaborar un instrumento de medición, así como un modelo causal con el cual se podrá medir el nivel de aceptación de la aplicación de la IA.

Palabras clave: Inteligencia Artificial, ChatGPT, Aceptación de la IA, Desarrollo académico, Instrumento de medición.

Códigos JEL: I20, I21, I29



Copyright: © 2025 por los autores; licencia no exclusiva otorgada a la revista Vinculatégica EFAN. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo una licencia de Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Abstract

Currently, Artificial Intelligence (AI) has been consolidated in the scientific, technological and educational fields. Tools such as ChatGPT help in the search for information and in the performance of various activities, having an interaction between humans and machines. The acceptance of this AI platform in the educational field, being a promising tool, encourages students to adopt it in their day-to-day lives, thus generating an impact on their academic development. Therefore, the present study aims to develop a measurement instrument for the acceptance of an artificial intelligence platform. It is important to mention that an exhaustive and systematic search of the literature was carried out to identify both the factors that affect the acceptance of the technology and those items for its measurement. Likewise, the type of research in this study is exploratory and descriptive, since, through the review of literature in specialized databases, it was possible to identify and define the phenomenon under study. Thanks to the results obtained, it was possible to develop a measurement instrument, as well as a causal model with which the level of acceptance of the application of AI can be measured.

Key words: Artificial Intelligence, ChatGPT, AI Acceptance, Academic Development, Measurement Instrument.

JEL Codes: I20, I21, I29

Introducción

En las últimas décadas, la inteligencia artificial (IA) se ha consolidado como uno de los campos más innovadores, emocionantes y revolucionarios dentro del ámbito científico y tecnológico (Chaudhry & Kazim 2022); se caracteriza por ser una disciplina que integra diversos campos como la informática y la lingüística con el fin de desarrollar sistemas capaces de ejecutar actividades que generalmente necesitan de la inteligencia humana.

Estas actividades incluyen el aprendizaje, la adaptación, la capacidad de razonar y la comprensión de conceptos abstractos, además de la habilidad para responder a aspectos humanos complejos como la atención, las emociones y la creatividad (Korteling et al., 2021). La inteligencia artificial ha avanzado considerablemente, trascendiendo fronteras convencionales y proporcionando soluciones creativas en diversos sectores como lo son la medicina, la educación, las finanzas y el entretenimiento (Kamalov, 2023).

Los avances en el campo de la Inteligencia Artificial (IA) han generado una notable transformación digital en el ámbito educativo, debido a la velocidad con la que evoluciona y se integra en el proceso educativo (García-Peñalvo, 2023). En consonancia con esto, UNESCO (2019) identifica tres dimensiones fundamentales para la relación entre la IA y la educación: (i) la capacitación en el uso de herramientas de IA en entornos educativos; (ii) el desarrollo de conocimientos sobre la IA y sus capacidades técnicas; y (iii) la concienciación sobre el impacto de la IA en la vida cotidiana de las personas.

Dentro del ámbito educativo, los avances en la IA y su aplicación cada vez más extendida en contexto formativo podría causar transformaciones en técnicas de aprendizaje (Sallam, 2024). Uno de los más recientes avances en la IA es el ChatGPT, el cual es un modelo de lenguaje avanzado desarrollado por OpenAI, representa uno de los avances más significativos en innovación en la inteligencia artificial (Abdaljaleel et al., 2024).

Este sistema tiene la capacidad de responder preguntas de manera interactiva, simulando una conversación natural con el usuario (Haleem et al., 2022).

En el ámbito de la inteligencia artificial, ChatGPT se basa en una arquitectura denominada generative pretrained transformer (GPT). Los modelos GPT están específicamente diseñados para tareas de procesamiento del lenguaje natural, que incluyen tanto la comprensión como la generación de texto humano (Ray, 2023)."

Durante el primer trimestre de 2023, ChatGPT experimentó un marcado aumento en su

popularidad. Esta inteligencia artificial fue presentada al público de manera gratuita el 22 de noviembre de 2022. En tan solo los primeros cinco días desde su lanzamiento, atrajo la atención de un millón de usuarios; y en los siguientes dos meses, esta cifra se incrementó a 100 millones (Tong & Zhang, 2023)

Este modelo se ha consolidado en la búsqueda y manejo de la información gracias a su capacidad de entender y generar lenguaje humano de manera coherente y significativa, funcionando como una herramienta esencial (Giansanti, 2023). Así mismo, el ChatGPT se ha implementado en diversas áreas, tales como asistencia virtual, servicio al cliente automatizado, creación de contenido, traducción de idiomas y resolución de preguntas, entre otros, su capacidad para procesar extensos conjuntos de datos lo posiciona en una de las tecnologías más avanzadas y prometedoras para la comunicación y la interacción entre humanos y máquinas (Ray, 2023; Nazir & Wang, 2023; Javaid et al., 2022; Ibrahim et al., 2023).

El ChatGPT tiene un potencial revolucionado para la transformación de la enseñanza y el aprendizaje (Hasanein & Sobaih, 2023). Este impacto puede verse desde la facilidad de acceso a la información pertinente hasta ofrecer apoyo en la investigación y la planeación académica (Montenegro et al., 2023). Además, ayuda al estudiante promoviendo su independencia y adaptación de la educación incrementando su eficacia, productividad, experiencia educativa y fomentando un ambiente académico más dinámico (Zhang & Tur, 2024). Sin embargo, el uso de la inteligencia artificial genera reflexiones debido a su uso, donde por un lado se ve como una amenaza al sistema educativo y, por otro lado, una gran potencia de beneficios del proceso de enseñanza-aprendizaje (Solano, 2023).

El uso de esta herramienta subraya la necesidad de su estudio en profundización debido a que puede llegar a generar violaciones en la integridad académica o implicaciones éticas, preocupaciones legales, entre otros (Kim, 2023). No obstante, el uso de la IA, en este caso del ChatGPT puede desenvolverse de manera rápida, lo que puede resultar complicado y en algunas ocasiones no ayudar a una adaptación adecuada y exitosa, causando problemas como incomodidad, uso incorrecto de la plataforma, problemas de factibilidad e incluso resiliencia al uso por los estudiantes (Suárez et al., 2023).

El problema de la aceptación se ha estudiado con anterioridad, a lo cual existen diferentes teorías, las cuales se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. *Tabla de Modelos de aceptación de tecnología*

Modelo	Autores
TAM Technology Acceptance	Davis 1989

Model	
TAM2 Technology Acceptance Model 2	Venkatesh & Davis, 2000
UTAUT Unified Theory of Acceptance and Use of Technology	Venkatesh et al., 2003

Por lo anterior, se han realizado diversos estudios sobre la aceptación de tecnologías, obteniendo una variación en los resultados, por lo cual la aportación de la presente investigación es el diseñar un instrumento de medición que cumpla con la característica de la validez para poder ser utilizado en investigaciones futuras y seguir realizando estudios dentro de diferentes contextos culturales, experiencias previas y expectativas individuales sobre la aceptación del uso de esta herramienta en el ámbito educativo.

A partir de esto, se ha construido un modelo con una variable dependiente (Y), la cual se definió como aceptación de la plataforma ChatGPT, así como de cinco variables independientes (X), considerando las siguientes opciones: utilidad percibida (X1), la cual se trata del nivel de confianza que tiene una persona en que el uso de un sistema específico aumentara o ayudara su eficiencia en el trabajo (Davis et al., 1989); percepción de facilidad de uso (X2), la cual es el nivel en que alguien percibe que el uso de un sistema específico se realice sin esfuerzo (Davis et al., 1989); percepción del valor estratégico (X3), la cual se refiere a un elemento clave en la toma de decisiones al utilizar tecnología es su capacidad para generar interés al percibirse como útil, lo cual tiene un efecto positivo, (Davis et al., 1989); influencia social (X4), la cual es elemento importante puesto que hace referencia al nivel de aprobación y/o desaprobación que tienen las personas importantes para el usuario para el uso de la aplicación en cuestión (Ajzen., 2020); y como ultimo componente, está la percepción hedonista (X5), la cual se describe como el nivel de placer que una persona experimenta al utilizar un software específico (Ongena et al., 2013; Cheema et al., 2013).

Marco teórico

Aceptación de la plataforma ChatGPT (Y)

A disposición de que las tecnologías de la información van creciendo, se vio la necesidad de adaptar un modelo que ayudará a la aceptación en un contexto empresarial y se denominó Modelo de Aceptación de la tecnología (TAM), el cual fue desarrollado por Davis en 1989, cuyo propósito es comprender y anticipar la disposición de los usuarios en correlación a la tecnología, siendo desde entonces el modelo más utilizado. Dicho modelo proviene de la teoría de la acción razonable (TRA,

por sus siglas en inglés), la cual fue creada por Fishbein y Ajzen, además de la teoría del comportamiento planificado (TBP, por sus siglas en inglés) diseñada por los mismos autores en 1980.

Diferentes modelos se han construido a partir del TAM, en los cuales se han agregado algunas variables o factores como parte de la aceptación de las tecnologías por los usuarios, como lo son percepción de facilidad de uso y la utilidad percibida (Davis et al., 1989).

Así mismo, tiempo después los autores Venkatesh y Davis en 2000 realizaron unas modificaciones más al modelo a los factores que influyen en la aceptación de la tecnología como normas subjetivas. Tiempo después, Venkatesh et al., (2003) desarrollaron un modelo unificado de teoría de aceptación y uso de tecnología (UTAUT, en siglas en inglés) este modelo está integrado por TAM2 y TAM3 que incluye factores como influencia social este último con enfoque en propuestas de comercio electrónico y variables como la confiabilidad. Otro modelo es el de aceptación del sistema de motivación hedónica (HMSAM, por sus siglas en inglés) el cual evalúa componentes como la influencia social y la percepción hedonista para medir el nivel de aceptación de una tecnología. Por lo anterior, se seleccionaron los factores que se mencionaban con mayor frecuencia en otras investigaciones y que mostraban una mayor correlación e influencia en el fenómeno a estudiar.

Utilidad percibida (X_1)

La utilidad percibida es un factor al cual se refiere que el nivel en que una persona considera que el uso de un sistema en particular mejoraría su rendimiento y su eficacia, y además de influir en su proceso de toma de decisiones al emplear la tecnología (Davis et al., 1989; Venkatesh & Davis, 2000). Este elemento evalúa la aceptación de la IA ChatGPT, teniendo un alto impacto positivo sobre esta. La utilidad percibida ha sido examinada dentro del contexto de una de las teorías más influyentes en el estudio de la motivación y el aprendizaje, como lo es la teoría de expectativa-valor, presentada por Eccles. Las intervenciones en el valor de utilidad (UVI), conocidas como utility-value interventions en inglés, son métodos prácticos que se han utilizado en diversas formas y con distintos destinatarios para mejorar la percepción de los estudiantes sobre el contenido aprendido en el aula. Estas intervenciones suelen centrarse en ayudar a los estudiantes a relacionar el contenido o temas de aprendizaje con sus propias experiencias de vida (Hulleman & Harackiewicz, 2009). La variable de "Utilidad percibida" busca evaluar en qué medida una persona cree que al utilizar un sistema específico mejorará su rendimiento.

Percepción de facilidad de uso (X_2)

Este factor se relaciona con el nivel de que el uso de un sistema de plataforma tecnológico en

especifico no implica un esfuerzo significativo por parte del usuario (Davis, 1989). La variable se refiere al nivel en que una persona cree que utilizar un sistema determinado requerirá menos esfuerzo para llevar a cabo sus tareas en él.

El nivel de comodidad percibido por el usuario en cuanto al uso de una tecnología sin necesidad de esfuerzo se relaciona con la cantidad de trabajo que se espera que la tecnología pueda realizar en lugar del usuario. Por lo tanto, la habilidad y destreza en el manejo de dicha tecnología son aspectos fundamentales. (Bedregal Alpaca, N., Cornejo-Aparicio, V., Tupacyupanqui-Jaén, D., & Flores-Silva, S., 2019). Según Davis et al. (1989), Se sugiere que las opiniones de una persona sobre la utilidad y la facilidad de uso de una tecnología son determinantes para prever su disposición a emplearla.

Se refiere al trabajo que se va a dejar de hacer debido a la admisión de nuevas tecnologías, la dificultad que una persona percibe para la utilización de una nueva tecnología puede determinar su adopción definitiva. Muchas tecnologías útiles no fue fácil incorporarlas porque los usuarios no las percibían así (Rubaceti, B., & Alida, N. 2021)

Percepción de valor estratégico (X_3)

La introducción de un sistema de información contable en una empresa ofrece beneficios operativos al mejorar su funcionamiento y aumentar la capacidad para actuar de manera ágil. Estos sistemas se han utilizado como herramienta para registrar transacciones comerciales diarias y generar informes financieros de manera eficiente. La decisión de que una empresa adopte el uso de sistemas sugiere la necesidad de tener acceso a la información, ser competitivo y tomar las mejores decisiones incorporadas a la tecnología. Investigaciones anteriores han demostrado que la percepción del valor estratégico de la adopción tecnológica influye significativamente en la mejora del rendimiento empresarial en diferentes situaciones (Wicaksono et al., 2023; Lanlan et al., 2019). Por lo que se puede concluir que la percepción de valor estratégico se define como la evaluación que realiza una entidad, ya sea una empresa, una organización o un individuo, acerca de la importancia y el impacto de una acción, recurso o decisión en relación con sus objetivos estratégicos a largo plazo. Este concepto es fundamental para comprender cómo las entidades toman decisiones y asignan recursos en función de su visión a largo plazo y sus metas estratégicas.

Influencia social (X_4)

Este factor lo podemos encontrar dentro de las normas subjetivas, el cual hace referencia al grado o nivel de apoyo o desaprobación que las personas significativas al individuo, como familiares,

amigos, compañeros de trabajo, muestran hacia el uso de la plataforma (Ajzen, 2020). La variable conocida como "Influencia social", considerada desde los procesos que aborda, ejerce un impacto directo en la actitud de los usuarios y, de manera indirecta, influye en la intención de uso a través de la mencionada actitud. En el ámbito académico, el término "influencia social" alude a la percepción de otros individuos dentro del entorno estudiantil, incluyendo compañeros, profesores, amigos y familiares, en relación al empleo de una tecnología específica (Khechine et al., 2020).

Se refiere al trabajo que se va a dejar de hacer debido a la admisión de nuevas tecnologías, la dificultad que una persona percibe para la utilización de una nueva tecnología puede determinar su adopción definitiva. Muchas tecnologías útiles no fue fácil incorporarlas porque los usuarios no las percibían así. Las interacciones sociales son una parte fundamental de la experiencia humana, ya que nos conectan con otros individuos que tienen sus propios comportamientos, pensamientos, intenciones y motivaciones diversas. La teoría de la influencia social se dedica a explorar los procesos que motivan estos cambios en el comportamiento y cómo se ejerce la influencia entre las personas.

Esta teoría se basa en la idea de que los cambios en el comportamiento de un individuo son el resultado de una serie de procesos mentales que ocurren a raíz de la interacción con otros individuos o el entorno. Es importante destacar que la influencia social es bidireccional, lo que significa que un individuo puede influir en el comportamiento de otro, pero también está sujeto a ser influenciado por él. Esta dinámica se aplica tanto a nivel individual como a nivel grupal o social, donde pueden surgir fenómenos como la presión de grupo (Rubaceti, B., & Alida, N. 2021)

Percepción hedonista (X₅)

El factor se incluye por la correlación de las variables, este factor se define como el nivel de satisfacción que experimenta un individuo al utilizar una plataforma determinada, este también está vinculado con el nivel de disfrute de dicha plataforma durante su uso (Cheema et al., 2013; Ongena et al., 2013). Para Ramírez-Correa, P. (2014) la percepción hedonista lo define como la alegría o la satisfacción obtenida a partir de la utilización de una tecnología. Otra característica dentro de esta variables es el factor de la apariencia visual de un sitio web, considerada como parte del valor hedonista, contribuye significativamente a la aceptación y la utilización del mismo, especialmente cuando su estética es relevante para los usuarios. De manera específica, los estudios muestran que los usuarios desarrollan actitudes y lealtades hacia un servicio basadas en la percepción de su valor, ya sea hedonista o instrumental, destacando que los consumidores recreativos valoran especialmente la dimensión hedonista.

Participantes

El presente estudio adopta un enfoque exploratorio y cualitativo, en concordancia con la metodología propuesta por Hernández Sampieri et al. (2010). En este contexto, no se establece una población ni una muestra específica, ya que el objetivo principal es explorar y comprender los factores que influyen en la aceptación de las tecnologías. Este enfoque cualitativo se caracteriza por la ausencia de pruebas de hipótesis preestablecidas; más bien, las hipótesis se generan de manera inductiva durante el proceso de investigación y se van refinando a medida que se recopilan más datos o como resultado del propio estudio.

Dada la naturaleza de este estudio, se realizó una investigación basada únicamente en la revisión exhaustiva de la literatura existente. El objetivo fue identificar y analizar los factores relevantes que influyen en la aceptación de las tecnologías, sin requerir la participación directa de sujetos de investigación. A través de esta revisión bibliográfica, se identificaron y conceptualizaron las cinco variables clave relacionadas con el tema de estudio.

La decisión de no involucrar una población o muestra específica se tomó en consonancia con los principios de la investigación cualitativa exploratoria, que busca comprender fenómenos complejos desde una perspectiva holística y contextual. Se considera que este enfoque metodológico proporciona una base sólida para el análisis e interpretación de los factores que influyen en la aceptación de las tecnologías, permitiendo la generación de conocimiento significativo en este campo.

Técnica e instrumento

El modelo de correlación propuesto y el instrumento de medición empelado surgieron después de una minuciosa y sistemática revisión de la literatura, donde se delineó inicialmente el fenómeno a investigar, denominado como aceptación de la plataforma ChatGPT. Posteriormente, se procedió a buscar los elementos que influyen en este fenómeno en bases de datos especializadas, utilizando las siguientes palabras clave en el idioma inglés *Technology Acceptance Model*, ChatGPT y *Artificial Intelligence* como filtro en la búsqueda de artículos académicos. Después, se diseñó una ecuación de búsqueda para conseguir resultados coherentes de la variable dependiente. Por último, se establecieron criterios de inclusión y exclusión para recopilar una variedad de elementos relacionados con la aceptación de las plataformas tecnológicas, teniendo en cuenta el periodo de años (no mayor a cinco años de antigüedad) y el tipo de documentos a consultar (revista o artículo).

El modelo metodológico para hacer esta revisión sistemática de la literatura a continuación se presenta:

Preguntas moduladoras

1. ¿Qué se entiende por inteligencia artificial?
2. ¿Cuáles son los factores que tienen alta incidencia en la aceptación de las tecnologías?
3. ¿De que forma se abordan los estudios, es decir si son de corte descriptivos o cualitativos?

Bases de datos a consultar

- Jstor
- Emerald
- Elsevier

Ecuación de búsqueda y periodo

1. *Technology Acceptance Model*
2. ChatGPT
3. *Artificial Intelligence*

Criterios de inclusión y de exclusión

- Inclusión: contener al menos un elemento asociado con la aceptación de las tecnologías.
- Exclusión: no tener ningún elemento con relacionado con los predictores de la aceptación de las tecnologías.

El instrumento diseñado se compone de un total de 23 ítems, distribuidos de la siguiente manera para la variable dependiente y las variables independientes: utilidad percibida (U) con cinco reactivos cada una, percepción de facilidad de uso (FU) con cuatro reactivos cada una, a continuación, la percepción de valor estratégico con diez reactivos, seguido de influencia social (IS) con cuatro reactivos cada una y por último percepción hedonista (PH) están conformadas por cinco reactivos cada una. la aceptación de IA con la cantidad de cinco reactivos más cuatro preguntas demográficas. El instrumento de medición puede visualizarse en la tabla 2.

Tabla2. Instrumento de medición

VARIABLES	Ítems
Utilidad percibida (X1) (U)	U1 La IA ChatGPT mejorar mi rendimiento académico
	U2 La IA ChatGPT me motiva a aprender
	U3 La IA ChatGPT facilita mi aprendizaje.
	U4 La IA ChatGPT me ofrece beneficios.
	U5 La IA ChatGPT me ofrece flexibilidad para entregar mis tareas.
Percepción de	FU1 Fue fácil para mi aprender a usar ChatGPT.
	FU2 Uso con facilidad la IA ChatGPT.

facilidad de uso (X2) (FU)	FU3 Considero que cualquier persona puede usar la IA ChatGPT. FU4 Es sencillo para mí interactuar con mi maestro a través de la IA ChatGPT.
Percepción de valor estratégico (X3) (PVE)	PVE1 El ChatGPT incrementa mis capacidades competitivas escolares. A2 La IA ChatGPT aumentar mi acceso a la información. A3 El ChatGPT incrementa mi desarrollo educativo a futuro.
Influencia social (X4) (IS)	IS1 Las personas que son importantes para mí, me sugieren utilizar la IA ChatGPT. IS2 Mis compañeros de clase piensan que debo utilizar la IA ChatGPT. IS3 Lo que las personas opinan acerca de ChatGPT, influye en mi intención de utilizarlo. IS4 Mis profesores me motivan a usar la IA ChatGPT.
Percepción hedonista (X5) (PH)	PH1 Disfruto utilizar ChatGPT. PH2 Me agrada el uso de ChatGPT. PH3 Me siento cómodo utilizando ChatGPT. PH4 Considero que es divertido usar ChatGPT. PH5 Me molesta que mis maestros utilicen ChatGPT en las clases.

Procedimiento

El presente estudio enmarca en el ámbito cualitativo, de tipo no experimental y de cohorte transversal. Su diseño es exploratorio y descriptivo, identificando de manera general los factores que impactan en el fenómeno bajo estudio. La recopilación de datos se realizó de manera aleatoria mediante el uso de un instrumento de medición diseñado previamente, aplicando a través de medios electrónicos.

La búsqueda sistemática de la literatura permitió encontrar un conjunto de definiciones consideradas de alta importancia acerca del concepto aceptación de las tecnologías, las cuales se muestran a continuación:

Tabla 3. Concepto de aceptación de las tecnologías

Autores	Concepto de aceptación de las tecnologías
Davis 1989	Considera la aceptación como el grado en que una persona cree que el uso de un sistema en particular mejoraría su desempeño.
Venkatesh & Davis, 2000	Mencionan que la aceptación y el uso de una tecnología están influenciados principalmente por dos factores: la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida.
Venkatesh et al., 2003	Proponen que la aceptación de las tecnologías es la medida en que un individuo tiene la intención de usar un sistema de información particular, es la disposición de una persona a utilizar una tecnología específica se refleja en su intención declarada de hacerlo, lo que puede ser un indicador importante de la adopción real de la tecnología en un contexto determinado.

Resultados

A través de la revisión sistemática y exhaustiva de literatura se obtuvieron las variables que influyen

en la intención de aceptar la plataforma ChatGPT y de las cuales se diseñó el modelo gráfico que se muestra en la figura 1.

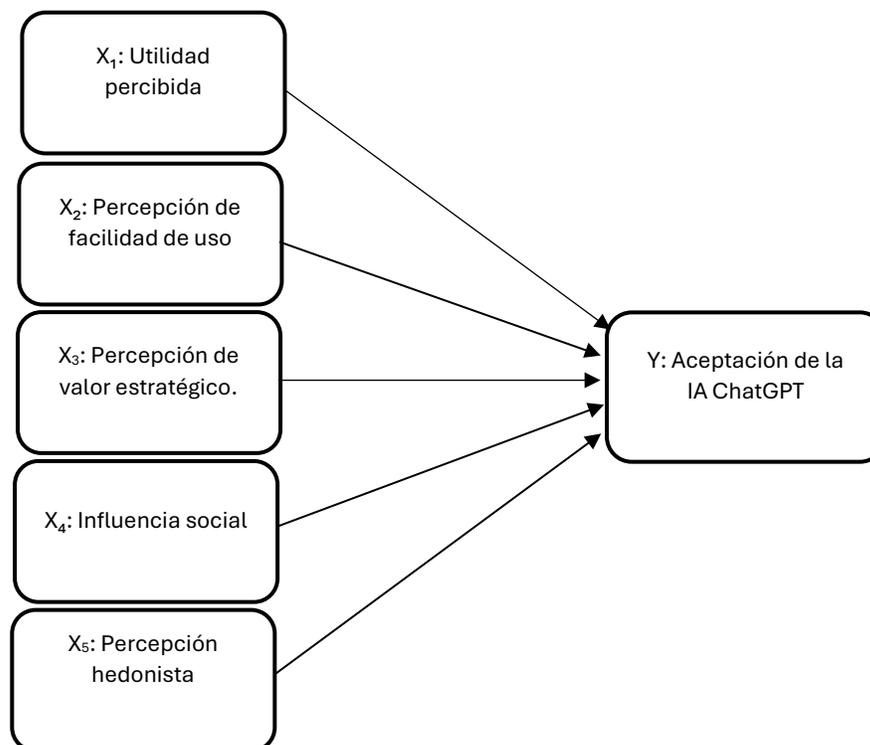


Figura 1. Modelo gráfico
Fuente: Elaboración propia

Discusión

La adaptación a la inteligencia artificial (IA), se ha solidificado al ser un sector más prometedor para el futuro de la sociedad, en este caso dentro del campo educativo es capaz de desarrollar un comportamiento que comuna lingüística capaz de ejecutar actividades que generalmente necesitan de la inteligencia humana (Chaudhry & Kazim 2022). Aunque varios estudiantes pueden no tener experiencia previa con herramientas de Inteligencia Artificial como ChatGPT, se observa una actitud favorable hacia su aprendizaje y utilización. Esta actitud positiva puede considerarse un signo de su disposición a aceptar estas herramientas como recursos de apoyo en el proceso educativo.

Es **importante** mencionar que el actual desarrollo de la IA, para ser más específicos el uso de la plataforma ChatGPT podría distorsionar un poco la forma original de los trabajos que se lleguen a presentar en un aula, clase, exposición o seminarios al poder tener problemas sobre su uso como de

índole de derechos de autor, falta de capacidad por el estudiante de redacción coherente, palabras poco científicas entre otras (Kim, 2023).

Por lo anterior, la presente investigación tuvo como finalidad el desarrollar un modelo correlacional sobre los factores que inciden en la intención del uso de la plataforma de IA ChatGPT, donde se encontraron variables como utilidad percibida, percepción de facilidad de uso, percepción de valor estratégico, influencia social y la percepción hedonista a través de una búsqueda sistemática exhaustiva de la literatura.

Podemos concluir que las variables y factores de los modelos TAM2 y UTAUT se centra en factores como la utilidad percibida, la facilidad de uso percibida, la influencia social y la experiencia previa del usuario respectivamente, por otro lado, UTAUT incorpora variables como la expectativa de rendimiento, el esfuerzo percibido, la influencia social y las condiciones facilitadoras. También considera moderadores como la edad, el género, la experiencia previa y la voluntad del usuario.

Tras la identificación de los factores, se desarrolló un modelo gráfico que ilustraba la relación entre las variables independientes y la variable dependiente. Además, se definieron los ítems que compusieron el instrumento de medición, utilizando para verificar la confiabilidad de cada uno constructo, asegurando así que el instrumento cumpliera con los criterios requeridos.

A partir de los resultados obtenidos, el instrumento puede ser aplicado a una muestra representativa que permita validar la confiabilidad y la correlación entre las variables del modelo y la determinación de la causalidad de los factores implicados, lo cual es crucial para futuras investigaciones. Así mismo, se recomienda realizar replicas de este estudio en diferentes contextos demográficos para comparar los resultados y aportar a la teoría y metodología del conocimiento.

Referencias

- Abdaljaleel, M., Barakat, M., Alsanafi, M., Salim, N. A., Abazid, H., Malaeb, D. & Sallam, M. (2024). A multinational study on the factors influencing university students' attitudes and usage of ChatGPT. *Scientific Reports*, 14(1), 1983.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314-324.
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, Nueva Jersey, Prentice-Hall.
- Bedregal-Alpaca, N., Cornejo-Aparicio, V., Tupacyupanqui-Jaén, D., & Flores-Silva, S. (2019). Evaluación de la percepción estudiantil en relación al uso de la plataforma Moodle desde la

- perspectiva del TAM. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 707-718.
- Chaudhry, M. A., & Kazim, E. (2022). Artificial Intelligence in Education (AIEd): A high-level academic and industry note 2021. *AI and Ethics*, 2(1), 157-165.
- Cheema, U., Rizwan, M., Jalal, R., Durrani, F., & Sohail, N. (2013). The trend of online shopping in 21st century: Impact of enjoyment in TAM Model. *Asian journal of empirical research*, 3(2), 131-141.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13(3):319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science* 35(8):982-1003.
- García-Peñalvo, F. J. (2023). La percepción de la Inteligencia Artificial en contextos educativos tras el lanzamiento de ChatGPT: disrupción o pánico. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 24, e31279-e31279.
- Giansanti, D. (2023). Precision Medicine 2.0: How digital health and AI are changing the game. *Journal of Personalized Medicine*, 13(7), 1057.
- Haleem, A., Javaid, M. y Singh, R. P. (2022). An era of ChatGPT as a significant futuristic support tool: a study on features, abilities, and challenges. *BenchCouncil Transactions on Benchmarks, Standards and Evaluations*, 2(4), 1-8.
- Hasanein, A. M., & Sobaih, A. E. E. (2023). Drivers and Consequences of ChatGPT Use in Higher Education: Key Stakeholder Perspectives. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 13(11), 2599-2614.
- Hulleman, C. S., & Harackiewicz, J. M. (2009). Promoting interest and performance in high school science classes. *science*, 326(5958), 1410-1412.
- Ibrahim, H., Liu, F., Asim, R., Battu, B., Benabderrahmane, S., Alhafni, B. & Zaki, Y. (2023). Perception, performance, and detectability of conversational artificial intelligence across 32 university courses. *Scientific Reports*, 13(1), 12187.
- Kamalov, F., Santandreu Calonge, D., & Gurrib, I. (2023). New era of artificial intelligence in education: Towards a sustainable multifaceted revolution. *Sustainability*, 15(16), 12451.
- Khechine, H., Raymond, B. y Augier, M. (2020). La adopción de un sistema de aprendizaje social: valor intrínseco en el modelo UTAUT. *Revista británica de tecnología educativa*, 51 (6), 2306–2325. DOI: <https://doi.org/10.1111/bjet.12905>
- Kim, S. G. (2023). Using ChatGPT for language editing in scientific articles. *Maxillofacial plastic*

- and reconstructive surgery*, 45(1), 13.
- Korteling, J. H., van de Boer-Visschedijk, G. C., Blankendaal, R. A., Boonekamp, R. C., & Eikelboom, A. R. (2021). Human-versus artificial intelligence. *Frontiers in artificial intelligence*, 4, 622364.
- Lanlan, Z., Ahmi, A., & Popoola, O. M. J. (2019). Perceived ease of use, perceived usefulness and the usage of computerized accounting systems: A performance of micro and small enterprises (mses) in china. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2), 324-331.
- Montenegro-Rueda, M., Fernández-Cerero, J., Fernández-Batanero, J. M., & López-Meneses, E. (2023). Impact of the implementation of ChatGPT in education: A systematic review. *Computers*, 12(8), 153.
- Nazir, A., & Wang, Z. (2023). A comprehensive survey of ChatGPT: advancements, applications, prospects, and challenges. *Meta-radiology*, 1(2), 100022.
- oJultNCHuAM&t=22s34nbq60
- Ongena, G., van de Wijngaert, L., & Huizer, E. (2013). Acceptance of online audio-visual cultural heritage archive services: a study of the general public.
- Ramírez-Correa, P. (2014). Uso de internet móvil en Chile: explorando los antecedentes de su aceptación a nivel individual. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 22(4), 560-566.
- Ray, P. P. (2023). ChatGPT: a comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope. *Internet of Things and Cyber-Physical Systems*, 3, 121-154.
- Rubaceti, B., & Alida, N. (2021). *La influencia social en el proceso de inclusión y bancarización fintech de usuarios emprendedores en Colombia a través del modelo de aceptación de tecnología Tam* (Doctoral dissertation, Universidad Francisco de Paula Santander).
- Sampieri, H., & Collado, R. F. (2010). C. y Baptista Lucio, P.(2010). *Metodología de la investigación*, 6.
- Solano, A. V. C., Arboleda, L. D. C., García, C. C. C., & Dominguez, C. D. C. (2023). Benefits of artificial intelligence in companies. *AG Managment*, 1, 17-17.
- Suárez-Escalona, R., Estrada-Domínguez, J. E., Infante-Alcántara, L. & Cavazos-Salazar, R. L. (2023). Análisis de la aceptación de una plataforma de enseñanza aprendizaje en la universidad. *Formación universitaria*, 16(1), 23-32.
- Tong, Y. y Zhang, L. (2023). Descubriendo las tendencias de investigación en biología sintética de la próxima década. *Biotecnología sintética y de sistemas*, 8(2), 220–223.

- UNESCO. (2019). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://bit.ly/>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., y Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Towards a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 479–501.
- Wicaksono, A. R., Maulina, E., Rizal, M., & Purnomo, M. (2023). Technology Accepted Model (TAM): Applications in Accounting Systems. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(5), e547-e547.
- Zhang, P., & Tur, G. (2024). A systematic review of ChatGPT use in K-12 education. *European Journal of Education*, 59(2), e12599.