

ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PYMES DE MAR DEL PLATA: EL CASO DE PUNTO VIANDAS

CACACE, CAMILA BELÉN; REALE, VALENTINA

camilacacace128@gmail.com; valenreale123@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo analiza la adopción de inteligencia artificial (IA) en Punto Viandas, una PyME de Mar del Plata dedicada a la elaboración de viandas saludables. Mediante un estudio de caso y entrevistas semiestructuradas, se examina cómo incorporó IA en sus procesos productivos y comerciales, y qué capacidades internas y externas fueron necesarias. El análisis se basa en aportes de la literatura sobre innovación tecnológica (Nelson, 1990; Schumpeter, 1968), capacidades de absorción (Cohen y Levinthal, 1990) y el rol de la I+D en PyMEs (Yoguel, 2000; Guti, 2008), junto con datos del informe “El Estado de la Ciencia 2023” (RICYT). La empresa desarrolló una solución SaaS para viandas empresariales, integrando IA (OpenAI) para planificación y nutrición, y mensajería inteligente (AOKI) para mejorar la experiencia del usuario. Aunque no hubo barreras técnicas, persisten desafíos vinculados a la articulación con el sistema científico-tecnológico y la aceptación del cambio. El caso muestra que la adopción de IA en PyMEs es viable con capacidades internas y visión estratégica.

PALABRAS CLAVE: IA, PyMEs, Innovación, Absorción, Foodtech

INTRODUCCIÓN

La transformación digital y la incorporación de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA) representan un desafío estratégico para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), especialmente en contextos como el argentino, caracterizado por restricciones estructurales en financiamiento, I+D y vinculación con el sistema científico-tecnológico (Yoguel, 2000; Guti, 2008). No obstante, estas tecnologías también constituyen una oportunidad para mejorar la eficiencia operativa, personalizar servicios y fortalecer la competitividad (Albrieu et al., 2019; RICYT, 2023).

En este contexto, el presente trabajo analiza el caso de Punto Viandas, una empresa local de Mar del Plata dedicada a la elaboración y comercialización de viandas saludables, que ha comenzado a incorporar herramientas de IA en distintos aspectos de su negocio. A través de un enfoque de estudio de caso y entrevistas semiestructuradas con el fundador de la empresa, se indaga sobre las motivaciones, capacidades internas, barreras y perspectivas futuras vinculadas a esta adopción tecnológica.

El trabajo se estructura en cuatro secciones. En primer lugar, se presenta un marco teórico basado en autores clásicos de la economía de la innovación (Schumpeter, 1968; Nelson, 1990) y en desarrollos recientes sobre capacidades de absorción tecnológica (Cohen y Levinthal, 1990; OECD, 1996). Luego, se desarrolla el análisis del caso, identificando las principales herramientas utilizadas, el proceso de implementación y su recepción por parte del equipo y los clientes. Finalmente, se presentan las conclusiones, que permiten reflexionar sobre los desafíos y potencialidades de la adopción de IA en PyMEs del sector alimentario.

El presente trabajo se basa en un estudio de caso con enfoque cualitativo. Para la recolección de información primaria se realizó una entrevista semiestructurada por correo electrónico al fundador de la empresa, Cristian Remon, en mayo de 2025. La entrevista incluyó preguntas sobre el modelo de negocio, la estrategia de innovación, la adopción de tecnologías de inteligencia artificial, las capacidades internas requeridas y las perspectivas a futuro. Las respuestas fueron obtenidas por escrito y se utilizaron como insumo central para el análisis del caso, en articulación con el marco teórico de la economía de la innovación.

MARCO TEÓRICO

La economía de la innovación ha destacado históricamente el papel de la tecnología como motor del cambio estructural, la competitividad y la creación de ventajas dinámicas (Schumpeter, 1968; Nelson, 1990). En este marco, la adopción de inteligencia artificial (IA) en las PyMEs puede entenderse como parte de un proceso más amplio de transformación digital, cuya efectividad depende tanto del entorno como de las capacidades internas de la firma.

Uno de los conceptos clave para comprender este fenómeno es el de “capacidad de absorción” propuesto por Cohen y Levinthal (1990), definido como la habilidad de una organización para reconocer el valor del nuevo conocimiento, asimilarlo y aplicarlo con fines productivos. Estas capacidades no son innatas, sino que dependen de factores como la inversión en I+D, la formación continua del personal y una cultura organizacional orientada a la innovación (OECD, 1996).

En contextos como el argentino, donde las PyMEs suelen enfrentar restricciones en cuanto a inversión tecnológica, la

***Pre-textos, para pensar en innovación. N° 10, Mar del Plata,
diciembre de 2025.***

adopción de IA requiere de estrategias adaptativas que incluyen la vinculación con proveedores tecnológicos, la evaluación crítica del valor agregado de cada herramienta y, en algunos casos, el apoyo de instituciones educativas o centros de investigación (Yoguel, 2000; Guti, 2008). Tal como se desarrolla en el apunte de cátedra de la Unidad 6, la adopción tecnológica en contextos de baja I+D puede ser viable si las empresas construyen capacidades innovadoras a partir del aprendizaje organizacional, la interacción con otros actores y la incorporación de conocimiento externo, incluso en ausencia de I+D formal (Morcela, 2021, Unidad 6).

Finalmente, el informe “El Estado de la Ciencia 2023” (RICYT) refuerza la necesidad de fortalecer las capacidades digitales y analíticas en las empresas, promoviendo marcos de colaboración y transferencia tecnológica. En particular, se señala que la inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta transversal para acelerar la producción de conocimiento en diversas disciplinas —desde ciencias de la computación e ingeniería, hasta salud y ciencias sociales—, lo cual la posiciona como una tecnología clave para sectores como el alimentario (RICYT, 2023, Sección 2). A pesar del crecimiento global en la producción científica en IA, la región iberoamericana ha quedado rezagada, con un crecimiento del 209% en la última década frente al 485% mundial, lo cual pone en evidencia la necesidad de políticas activas que fomenten la especialización y colaboración regional (RICYT, 2023, Sección 2).

DESARROLLO

CASO DE ESTUDIO: PUNTO VIANDAS

Punto Viandas es una empresa marplatense que se define como una *foodtech*, es decir, una firma que combina la producción alimentaria con el desarrollo y la oferta de soluciones tecnológicas. Su modelo de negocio se centra en la provisión de viandas saludables para empresas y comedores corporativos, y su propuesta de valor radica en el desarrollo de una plataforma SaaS (Software as a Service) que permite a otras empresas del sector automatizar su operación: desde la toma de pedidos hasta la logística de entrega.

La entrevista realizada a Cristian Remon, fundador de Punto Viandas, permitió identificar que el sector de viandas empresariales se encuentra históricamente desatendido por las soluciones tecnológicas tradicionales, que suelen estar orientadas a restaurantes y fast food. Esta brecha representa una oportunidad estratégica para innovar mediante la digitalización de procesos específicos del rubro, lo cual es percibido como una ventaja competitiva por la empresa: *“Nuestro SaaS busca llenar este vacío, ofreciendo una solución a medida para la gestión de estas empresas”* (entrevista, 2025).

La adopción de inteligencia artificial se ha concretado en dos dimensiones principales:

1. Producción: Se integraron herramientas de OpenAI para automatizar el plan de producción semanal. Este sistema calcula automáticamente las materias primas necesarias según los pedidos, lo que permite reducir desperdicios y optimizar costos. *“Hemos implementado la IA en el proceso productivo de las empresas de viandas”*, indicó el entrevistado (entrevista, 2025).

2. Experiencia del comensal: Mediante algoritmos de recomendación personalizados basados en IA, la empresa ofrece sugerencias nutricionales según el historial de consumo de cada cliente. Esta funcionalidad se complementa con soluciones de mensajería integradas (desarrolladas por AOKI), que permiten automatizar la comunicación por WhatsApp con los comensales.

Desde el punto de vista de capacidades internas, la empresa destaca la necesidad de contar con sentido crítico y competencias analíticas para evaluar qué herramientas tecnológicas aportan valor y son viables. *“Capacidades analíticas y sentido crítico son necesarias; el resto es I+D”*, expresó el fundador (entrevista, 2025). La formación técnica en IA no fue una barrera en sí misma, pero sí se identificó cierta incertidumbre respecto al grado de aceptación por parte de los clientes.

El equipo interno recibió estas innovaciones con entusiasmo: *“Fue bien aceptada y con mucha motivación”* (entrevista, 2025). Esto refleja una cultura organizacional predispuesta al cambio tecnológico. Por otro lado, si bien no se recurrió a universidades ni centros de I+D para la implementación, la empresa manifiesta estar abierta a establecer alianzas con actores del sistema científico-tecnológico en el futuro: *“Siempre estamos abiertos a cualquier propuesta”* (entrevista, 2025).

Punto Viandas mantiene una postura pragmática frente a los proveedores tecnológicos: actualmente utiliza servicios de OpenAI y AOKI, pero afirma que, de ser necesario, está dispuesta a cambiar de proveedor si encuentra soluciones que se adapten mejor a su modelo de negocio: *“No nos casamos con ningún proveedor, si hay que cambiar, se cambia”* (entrevista, 2025).

En síntesis, el caso de Punto Viandas permite observar cómo una PyME argentina puede avanzar en la adopción de tecnologías habilitantes como la IA sin apoyos institucionales directos, pero con una clara visión estratégica, una propuesta de valor diferenciada y capacidades internas bien orientadas.

CONCLUSIONES

El caso de Punto Viandas representa un ejemplo significativo del potencial que tienen las PyMEs argentinas para incorporar tecnologías habilitantes como la inteligencia artificial, incluso en contextos con limitaciones estructurales. La experiencia de esta empresa marplatense permite observar cómo una cultura organizacional abierta a la innovación, combinada con capacidades analíticas internas y una clara visión estratégica, puede facilitar procesos de transformación tecnológica sin requerir grandes estructuras de I+D.

Entre los factores facilitadores se destacan: una propuesta de valor claramente diferenciada, el foco en la eficiencia operativa y la disposición del equipo a experimentar con nuevas herramientas. También se observa una actitud flexible frente a los proveedores tecnológicos y una receptividad positiva de los clientes ante la incorporación de mejoras basadas en IA.

Desde una perspectiva teórica, esta experiencia refleja lo que los marcos conceptuales de la economía de la innovación denominan procesos acumulativos y sistémicos de innovación, en los cuales el aprendizaje organizacional y la interacción con el entorno institucional resultan determinantes (Morcela, 2021, Unidad 4). Lejos del modelo lineal clásico, la innovación aquí aparece como una construcción social, dependiente de vínculos con proveedores, usuarios y potencialmente con instituciones del sistema científico-tecnológico.

No obstante, persisten desafíos. La falta de articulación con instituciones académicas o centros de investigación limita las posibilidades de generar conocimiento contextualizado, mejorar la medición del impacto y proyectar una estrategia tecnológica a largo plazo. Asimismo, la incertidumbre sobre la aceptación de estas tecnologías por parte del mercado requiere estrategias de comunicación y acompañamiento más robustas. Esta situación se vuelve más crítica si se considera que, según el informe RICYT (2023, Sección 2), Iberoamérica ha reducido su participación relativa en la producción científica en IA del 9% al 5% en la última década, lo cual evidencia una creciente brecha en la generación de conocimiento estratégico sobre esta tecnología. Su fortalecimiento requiere una mayor integración al Sistema Nacional de Innovación, entendiendo que el éxito innovador no solo depende de recursos materiales, sino también de la existencia de entornos institucionales que promuevan la interacción, la transferencia y el aprendizaje colectivo (Morcela, 2021, Unidad 4).

A partir del marco teórico trabajado (Schumpeter, 1968; Cohen y Levinthal, 1990; Yoguel, 2000), puede afirmarse que Punto Viandas está desarrollando una capacidad de absorción tecnológica valiosa, aunque aún incipiente, que podría potenciarse si se fortalecen los vínculos con el ecosistema científico-tecnológico local. En este sentido, iniciativas de política pública que promuevan la transferencia tecnológica y espacios de colaboración entre empresas, universidades y organismos del conocimiento serían claves para democratizar el acceso a la IA y reducir las brechas de innovación entre grandes y pequeñas empresas.

Finalmente, este estudio de caso sugiere que el éxito en la adopción de IA en PyMEs no depende únicamente de la disponibilidad de tecnología, sino de la existencia de capacidades dinámicas, sentido crítico para la toma de decisiones tecnológicas, y una estrategia orientada a la

creación de valor sostenible. Tal como indican los aportes de la economía de la innovación, se trata de un proceso donde el conocimiento, más que la infraestructura, se convierte en el principal factor de transformación (Morcela, 2021, Unidades 1 y 6).

REFERENCIAS

Albrieu, R., et al. (2019). Travesía 4.0: hacia la transformación digital.

Cohen, W. M. & Levinthal, D. A. (1990). Innovation and learning: The two faces of R&D. The Economic Journal, Vol. 99, N° 397, pp. 569–596.

Guti, P. (2008). Características del proceso de absorción tecnológica de las empresas con baja inversión en I+D. UNGS, Centro Redes e IDES.

López, A. (1998). La reciente literatura sobre la economía del cambio tecnológico y la innovación: una guía temática. I&D. Revista de Industria y Desarrollo, 1(3), 1–20.

Nelson, R. (1990). Capitalism as an engine of progress. Research Policy, 19.

OECD. (1996). La innovación tecnológica: definiciones y elementos de base. Redes. Revista de Estudios Sociales de la Ciencia, Vol. III, N°6.

RICYT. (2023). El Estado de la Ciencia 2023. <https://www.ricyt.org/wp-content/uploads/2023/12/EL-ESTADO-DE-LA-CIENCIA-2023.pdf>

Schumpeter, J. (1968). Capitalismo, socialismo y democracia. Aguilar Ediciones, Madrid.

***Pre-textos, para pensar en innovación. N° 10, Mar del Plata,
diciembre de 2025.***

*Adopción de Inteligencia Artificial en PyMEs de Mar del Plata:
el caso de Punto Viandas*

Yoguel, G. (2000). Carpeta de trabajo. Capítulos 1 y 5.

*Morcela, A. (2021). Economía de la innovación – Apunte de cátedra.
Unidades 1, 2, 3, 4, 5 y 6. Universidad Nacional de Mar del
Plata, Facultad de Ingeniería.*

Agradecimientos

Los autores expresan su agradecimiento al Sr. Cristian Remon por su disposición y significativa colaboración brindada durante la entrevista, la cual resultó fundamental para el desarrollo del presente caso de estudio.