

ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PYMES CREATIVAS: EL CASO DE ROOTS BTL

GIORGI GAMES, FRANCISCO; ERRECABORDE, JUAN PABLO

frangiorqi10@gmail.com; juanpierrecaa@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo analiza el proceso de adopción de inteligencia artificial (IA) en la PyME Roots BTL, una empresa del sector creativo especializada en marketing experiencial. A partir de una entrevista, se indagó en cómo la empresa ha comenzado a utilizar herramientas como ChatGPT y DALL-E para optimizar tareas vinculadas al diseño, la generación de ideas, la elaboración de presupuestos y presentaciones comerciales.

El análisis se enmarca en los conceptos desarrollados por la bibliografía de la cátedra, destacando la importancia de los procesos de aprendizaje, la acumulación de capacidades tecnológicas y la adaptación de modelos internacionales de innovación a contextos locales. A través del caso estudiado, se evidencia cómo la incorporación de IA puede generar mejoras sustanciales en la eficiencia operativa, aun sin contar con estructuras formales de I+D ni capacitación especializada.

PALABRAS CLAVE: Incluir varias palabras clave relacionadas con el trabajo (máximo 5). Inteligencia Artificial; ChatGPT; DALL-E; PyMEs.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha comenzado a desempeñar un papel central en la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), no solo en sectores tecnológicos, sino también en ámbitos creativos, comerciales y de servicios. Este trabajo presenta un estudio de caso sobre Roots BTL, una agencia local especializada en marketing y producción de experiencias de marca, que ha iniciado un proceso de adopción de herramientas de IA con fines productivos y comerciales.

El análisis se basa en información relevada mediante entrevistas a miembros del equipo de Roots BTL, quienes relataron sus experiencias en la incorporación de plataformas como ChatGPT y DALL-E. A partir de este estudio, se busca comprender cómo la empresa utiliza la IA para mejorar la eficiencia en procesos como el diseño, la elaboración de presupuestos y la generación de propuestas comerciales, así como los desafíos y oportunidades que este cambio representa.

Además, el trabajo reflexiona sobre el impacto organizacional de la IA en una PyME del sector creativo, desde la posibilidad de automatizar tareas operativas hasta los cambios culturales emergentes y la capacitación informal del personal. Este enfoque pretende aportar al debate sobre cómo las tecnologías emergentes pueden integrarse estratégicamente en empresas de menor escala, impulsando su competitividad e innovación.

MARCO TEÓRICO

La adopción de inteligencia artificial (IA) en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) puede entenderse dentro de un proceso más amplio de transformación tecnológica, en el cual

la innovación y el aprendizaje organizacional son factores claves para el desarrollo de capacidades productivas y competitivas. En América Latina, los estudios sobre innovación han señalado que este proceso no debe verse de forma lineal, sino como una construcción compleja, sistémica y contextualizada (Yoguel, 2000).

El desarrollo de indicadores de innovación en la región ha estado atravesado por la necesidad de adaptar modelos internacionales a las realidades locales. Mientras que el Manual de Oslo (OCDE) sentó las bases metodológicas en países desarrollados, en América Latina fue necesario complementar esta visión con instrumentos como el Manual de Bogotá, que permitió captar aspectos específicos del proceso innovador en la región, especialmente en sectores no manufactureros y en empresas con menor escala (Morcela, 2015; Olaya & Peirano, 2007).

Desde esta perspectiva, la innovación no es solo la generación de productos o procesos nuevos, sino también la incorporación de herramientas tecnológicas (como la IA) que permiten a las empresas responder de manera más eficiente a las demandas del mercado. Esto se vincula con el concepto de capacidades tecnológicas, entendidas como la habilidad de una organización para transformar conocimientos genéricos en específicos, a través de procesos de aprendizaje formal e informal (Lugones, Gutti & Le Clech, 2007). Estas capacidades son fundamentales para aprovechar el potencial de tecnologías disruptivas como la IA y pueden observarse en diferentes niveles: desde el dominio técnico hasta la gestión del cambio organizacional.

Por otro lado, los avances en la medición de innovación han permitido identificar el rol de las TIC y de los nuevos indicadores asociados a la sociedad de la información. En este sentido, Olaya y Peirano (2007) destacan la evolución de las

encuestas de innovación en América Latina como herramientas claves para visibilizar los esfuerzos en incorporación tecnológica, especialmente en contextos de recursos limitados y baja institucionalización del cambio tecnológico.

En suma, el enfoque actual sobre innovación en las PyMEs latinoamericanas reconoce que la apropiación de tecnologías como la IA requiere no solo inversión, sino también procesos de aprendizaje, articulación institucional, y una cultura organizacional abierta a la experimentación. Así, la incorporación de IA en empresas como Roots BTL puede interpretarse como parte de una estrategia de construcción de capacidades dinámicas y tecnológicas, en línea con los desafíos que enfrentan las economías emergentes para integrarse a la sociedad del conocimiento. A pesar del crecimiento de la producción científica sobre inteligencia artificial en la región desde 2018, la participación relativa de Iberoamérica en el total mundial disminuyó del 9% al 5%, lo que sugiere una menor especialización en la temática (Barrere, Matas, Sokil y Trama et al 2023).

DESARROLLO

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Roots BTL es una empresa local del sector publicitario, especializada en marketing experiencial, activaciones de marca y desarrollo de piezas de comunicación visual. Como agencia de tipo BTL (Below The Line), su actividad se centra en ofrecer soluciones personalizadas e innovadoras para sus clientes. La estructura organizacional es de pequeña escala, lo que permite una gran flexibilidad operativa y una rápida toma de decisiones.

Durante el último año, la empresa ha comenzado a incorporar herramientas de inteligencia artificial en distintas etapas de

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

sus procesos internos, lo cual constituye el eje central del presente análisis.

HERRAMIENTAS DE IA UTILIZADAS

El equipo de Roots BTL incorporó el uso de ChatGPT como principal asistente digital en tareas relacionadas con la redacción, generación de ideas creativas, elaboración de presupuestos y presentaciones comerciales. Además, utilizan DALL·E, integrada en la misma plataforma, para la creación de imágenes y renders. Estas herramientas han sido claves para agilizar los tiempos de respuesta hacia los clientes y para mejorar el aspecto visual y conceptual de las propuestas.

Las entrevistas revelan que uno de los principales beneficios fue la optimización del tiempo, especialmente en el área de diseño. El uso de IA permitió realizar tareas que anteriormente requerían más tiempo y esfuerzo, como generar bocetos, preparar presentaciones y construir presupuestos visualmente atractivos. Esto no solo mejoró la eficiencia interna, sino también la percepción del cliente sobre la calidad y velocidad del servicio.

En este sentido, la experiencia de Roots BTL se inscribe en un fenómeno más amplio que ha permitido democratizar el acceso a la inteligencia artificial. Tal como señalan Barrere, Matas, Sokil y Trama (2023), “la aparición de sistemas como ChatGPT, basados en modelos de lenguaje masivos, ha puesto la IA al alcance del uso cotidiano, lo que representa un cambio de paradigma en su apropiación social”. Este nuevo escenario ha facilitado que empresas sin estructuras formales de I+D comiencen a integrar tecnologías avanzadas en sus procesos diarios, como lo demuestra el caso analizado.

IMPACTO EN LA ORGANIZACIÓN

Las áreas más beneficiadas por la incorporación de IA han sido las de diseño y compras. En diseño, el uso de imágenes generadas por IA facilita la elaboración de renders y propuestas visuales. En compras, permite mejorar la elaboración de presupuestos y ajustar propuestas comerciales con mayor precisión. La IA ha permitido automatizar tareas tales como la creación de diseños de merchandising, generación de renders y elaboración de presupuestos. Estas funciones, que antes requerían más intervención humana y tiempo, ahora pueden realizarse en menos pasos y con mejores resultados. Esto coincide con lo señalado en el informe Estado de la Ciencia 2023, que destaca que “la IA tiene un potencial importante para mejorar la eficiencia de los procesos internos en organizaciones públicas y privadas” (Barrere, Matas, Sokil y Trama et al 2023).

Capacitación e integración

El personal no recibió una capacitación formal para la implementación de estas tecnologías, pero sí llevó adelante un proceso de autoaprendizaje. La actitud proactiva del equipo fue clave para adaptarse rápidamente al uso de las herramientas y aprovechar sus funcionalidades. La experiencia se basa en el "ensayo y error", ajustando los pedidos a la IA para obtener mejores resultados con cada uso. Este tipo de apropiación informal es especialmente significativa si se tiene en cuenta que, como señalan Barrere, Matas, Sokil y Trama (2023), “una de las barreras más importantes para la adopción de IA en América Latina es la disponibilidad de infraestructura tecnológica y recursos humanos capacitados, lo que afecta especialmente a las pequeñas empresas”. En este contexto, la experiencia de Roots BTL demuestra que, a pesar de estas limitaciones

estructurales, es posible avanzar en la integración de tecnologías emergentes mediante estrategias de aprendizaje autónomo.

Si bien todavía no puede hablarse de un cambio cultural profundo, se observa una predisposición favorable hacia la experimentación con nuevas tecnologías. El equipo de Roots BTL mantiene una postura abierta al aprendizaje y a la integración de herramientas emergentes que les permitan mejorar su desempeño.

DIFICULTADES Y APRENDIZAJES

Uno de los principales obstáculos fue el ingreso tardío a la adopción de estas herramientas. No hubo grandes barreras en cuanto a costos ni resistencia interna, aunque sí se identificó la necesidad de aprender a formular los pedidos de manera adecuada para obtener mejores resultados por parte de IA. Actualmente no existen indicadores formales para medir el impacto de la IA en la empresa. Esta situación refleja una tendencia general, ya que “en muchos casos, las tecnologías se adoptan sin un análisis previo ni una planificación estratégica, lo que dificulta la evaluación posterior de su impacto” (Barrere, Matas, Sokil y Trama et al 2023).

Sin embargo, todos los miembros del equipo coinciden en que hubo una mejora clara en la calidad y velocidad de los entregables. Esto sugiere una percepción positiva y un reconocimiento implícito del valor que la IA aporta al trabajo diario.

CONCLUSIONES

La experiencia de Roots BTL evidencia cómo incluso las pequeñas y medianas empresas del sector creativo pueden iniciar procesos de incorporación de inteligencia artificial que, aunque son nuevos, se traducen en mejoras concretas de productividad, eficiencia y calidad en los entregables. La

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

utilización de herramientas como ChatGPT y DALL·E muestra un primer paso hacia el fortalecimiento de capacidades tecnológicas, entendidas como la habilidad para transformar conocimientos genéricos en específicos mediante procesos de aprendizaje y adaptación organizacional (Yoguel, 2000; Lugones et al., 2007).

Desde una perspectiva más amplia, este caso se inscribe en los desafíos que enfrentan las economías latinoamericanas para avanzar en la construcción de capacidades innovativas. Tal como advierten Morcela (2015) y Olaya y Peirano (2007), la innovación en la región requiere superar una lógica imitativa de modelos externos, adaptando las herramientas disponibles a contextos institucionales y productivos específicos. La experiencia de Roots BTL muestra que, sin indicadores formales ni estructuras complejas, es posible comenzar a desarrollar dinámicas de innovación apoyadas en el uso estratégico de tecnologías digitales, especialmente cuando existe una actitud proactiva del equipo hacia la experimentación.

Asimismo, el proceso observado se alinea con el enfoque de innovación interactiva (Morcela, 2015), en el que la mejora continua surge del aprendizaje en el hacer y de la realimentación entre tareas, más que de estructuras rígidas o inversiones intensivas en I+D. En este marco, la innovación no es un evento aislado, sino una construcción progresiva que requiere tiempo, capacidades organizativas y una cultura orientada al cambio.

En definitiva, la incorporación de IA en Roots BTL pone de relieve que las ventajas competitivas no derivan sólo de la escala o del sector de actividad, sino de la capacidad de aprendizaje y adaptación frente a las oportunidades tecnológicas disponibles. Para que estas experiencias tengan impacto sistémico, será clave avanzar en mecanismos de articulación institucional, formación de recursos humanos y

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

medición del impacto, tal como sugieren los lineamientos planteados en la bibliografía de la cátedra.

REFERENCIAS

Olaya, Dora; Peirano, Fernando. (2007). “El camino recorrido por América Latina en el desarrollo de indicadores para la medición de la sociedad de la información y la innovación tecnológica”. Revista CTS. Volumen 3, número 9, págs. 153-185. Buenos Aires, Argentina.

Lugones, Guillermo E.; Gutti, Paula; Le Clech, Nathalie. (2007). Indicadores de capacidades tecnológicas en América Latina. México, D.F. CEPAL: Unidad de Comercio Internacional e Industria.

Morcela, Oscar A. (2005). Análisis del impacto de la inversión en I+D como fracción del PBI en la capacidad productiva de los RRHH. Mar del Plata. UNMDP: OTEC.

Yoguel, Gabriel. (2000). Carpeta de trabajo. Capítulo 6. Buenos Aires. UNGS.

Barrere, Rodolfo; Matas, Lautaro; Sokil, Juan; Trama, Laura. (2023). “Desarrollo de la inteligencia artificial: desafíos y oportunidades para la ciencia y la tecnología en Iberoamérica”. En El Estado de la Ciencia 2023. Principales Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericanos / Interamericanos. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y UNESCO. Montevideo, Uruguay.

ANEXO

En el marco del trabajo, se llevó a cabo una entrevista con las encargadas de planificar y coordinar las activaciones. Estas profesionales tienen un rol clave, ya que se vinculan directamente tanto con los clientes como con los proveedores, lo que les permite tener una visión integral del proceso. Estas fueron las preguntas que se realizaron.

1- ¿Actualmente están utilizando alguna herramienta basada en inteligencia artificial? ¿Cuál/es? Sí, con ChatGPT como nuestra herramienta principal de IA, tanto para redacción y generación de ideas como para la creación de imágenes mediante DALL-E, integrada en la misma plataforma.

2- ¿Cuáles fueron los motivos por los que decidieron incorporar IA? Lo decidimos incorporar para optimizar nuestros procesos y tiempos principalmente del área de diseño. También para dar respuesta más rápida a los clientes y proponer ideas mas innovadoras.

3- ¿Qué áreas de la empresa se ven o se verán impactadas por el uso de IA? (Ej: ventas, producción, atención al cliente, logística, etc.) Diseño y compras, ya que muchas veces nos ayuda a mejorar presupuestos, y propuestas comerciales a nuestros clientes.

4- ¿Se generaron ahorros de tiempo /mejoras en la eficiencia ? Si, sin dudas ayudó mucho a dar respuesta pronta al cliente y mostrar cosas que, sin el uso de esta herramienta, no se llegan a apreciar tanto. Además, al incorporar la versión premium nos permite acceder a mejores funciones.

5- ¿Qué tareas o procesos fueron automatizados gracias a la IA? Renders, diseños de merch, y todo tipo de propuestas que necesitemos mandarle a los clientes. Presupuestos, presentaciones, etc.

6- ¿El personal recibió capacitación para adaptarse al uso de IA? No realizamos capacitaciones formales, pero si nos instruimos para mejorar nuestras respuestas a las necesidades particulares de cada cliente.

7- ¿Cree que la adopción de IA implicó un cambio cultural en la empresa? Siendo totalmente honesta, no hace tanto que lo tenemos incorporado, por lo que de momento no podría decir que implique un cambio cultural. Pero si, tenemos una actitud proactiva para experimentar el uso de nuevas tecnologías en el equipo de trabajo.

8- ¿Qué obstáculos encontraron al implementar IA? (Ej: costo, resistencia interna, falta de conocimientos técnicos, etc.) Ninguno muy puntual, si podemos decir que nos subimos tarde a esta gran adquisición. Pero, tenemos que seguir aprendiendo a comunicarle de la manera correcta lo que necesitamos.

9- ¿Miden el impacto de la IA en la empresa? No lo medimos con indicadores formales, pero si todos notamos mejoras en la calidad y velocidad de los entregables.