

# La inteligencia artificial como herramienta para potenciar los pequeños y medianos negocios

*Artificial intelligence as a tool to enhance small and medium businesses*

Lady Natalia Castañeda Hurtado<sup>1</sup>  
Adriana María Rodríguez Torres<sup>2</sup>

---

1 Administradora de Empresas, Especialista en Gestión de Proyectos, Maestría en Administración de Organizaciones (En curso)

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

ORCID <https://orcid.org/0009-0006-3589-2717>

Correo electrónico: [ladyn.castaneda@unad.edu.co](mailto:ladyn.castaneda@unad.edu.co)

2 Economista, Especialista en Evaluación y Formulación Social de Proyectos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0078-1508>

Correo electrónico: [adriana.rodriquezt@unad.edu.co](mailto:adriana.rodriquezt@unad.edu.co)

## Resumen

¿Se puede considerar la inteligencia artificial como una herramienta para potenciar los negocios? ¿Cómo hacer provecho de la inteligencia artificial para mantener el negocio en el mercado? Actualmente nos encontramos en un mundo globalizado que se enfrenta a constantes cambios económicos, sociales, democráticos, educativos y sumado a ello transformaciones tecnológicas que están modelando el futuro de las organizaciones y de los negocios. Con este documento, se pretende responder a estos interrogantes y abordar desafíos relacionados con la inteligencia artificial a los que se exponen los comerciantes de pequeños y medianos negocios para continuar y posicionarse en el mercado.

### *Palabras Clave:*

Inteligencia artificial, transformación digital, marketing

## Abstract.

Can artificial intelligence be considered as a tool to boost business? How to take advantage of artificial intelligence to keep the business in the market? We are currently in a globalized world that faces constant economic, social, democratic, educational changes and added to it technological transformations that are shaping the future of organizations and businesses. This document aims to answer these questions and address challenges related to artificial intelligence to which traders of small and medium businesses are exposed to continue and position themselves in the market.

### *Keywords:*

Artificial intelligence, digital transformation, marketing, business intelligence

## Introducción

El documento presenta los desafíos a los que están expuestos los comerciantes de pequeños y medianos negocios al emplear la inteligencia artificial como herramienta para mantenerse en el mercado, potenciar sus ventas y aumentar su rentabilidad. Actualmente, es frecuente, encontrar como las organizaciones están empezando a emplear esta nueva tecnología desarrollando estrategias innovadoras que les permita llegar a sus clientes de forma oportuna y efectiva con el propósito de satisfacer sus necesidades y expectativas, impulsando la toma de decisiones y la productividad en las unidades de negocio.

La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en un punto de inflexión para empresas de todos los tamaños, incluidas las pequeñas y medianas. Las herramientas y tecnologías basadas en IA pueden ayudar a estas empresas a mejorar la eficiencia, reducir costos, mejorar la experiencia y el compromiso del cliente para obtener una ventaja competitiva. Entre otras ventajas, la automatización impulsada por IA puede reducir el trabajo manual y la probabilidad de ocurrencia de errores humanos, aumentando así la productividad y reduciendo los costos operativos. Como caso comparativo se puede mencionar que, los negocios pueden utilizar herramientas basadas en inteligencia artificial para automatizar tareas repetitivas como el ingreso de datos, la facturación y la gestión de inventario. Esto no sólo ahorra tiempo, sino que también reduce el riesgo de errores. Además, los algoritmos de IA pueden analizar datos y proporcionar información para optimizar los procesos comerciales, al analizar los datos de los clientes, las empresas pueden identificar tendencias y patrones que pueden mejorar las estrategias de marketing y ventas, asimismo, los chatbots y los asistentes virtuales también pueden gestionar las consultas y la asistencia de los clientes, ahorrando tiempo y recursos.

Otra ventaja de la IA en los pequeños y medianos negocios, es su capacidad para mejorar la experiencia y el compromiso del cliente, las recomendaciones personalizadas y las campañas de marketing específicas basadas en los datos de los clientes pueden ayudar a las organizaciones a construir relaciones más sólidas, estrechas y cercanas con sus clientes. Los chatbots y los asistentes virtuales tienen la posibilidad para la disponibilidad y capacidad de respuesta en

todo momento, por lo que es especialmente importante para las empresas que no cuentan con los recursos para brindar soporte las 24 horas del día. El análisis predictivo basado en IA también puede anticipar las necesidades y preferencias de los clientes, lo que permite a los negocios, adaptar sus productos y servicios para satisfacer las demandas de los clientes y las tendencias del mercado.

Cockburn, 2018 indica que “la inteligencia artificial tiene la capacidad de aumentar a un nivel insospechado la eficiencia de la actual economía.” dado que esta herramienta cambia la forma en que se realizan las tareas, permitiendo a las empresas avanzar y adoptar un enfoque más estratégico para lograr resultados positivos y tener un negocio adaptado a los desafíos de las tendencias mundiales

Rouhiainen (2018) conceptualiza la inteligencia artificial como “la capacidad que tienen las máquinas para usar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo aprendido en la toma de decisiones tal y como lo haría un ser humano”; sin embargo, es importante aclarar que la IA no se da de la misma forma, teniendo en cuenta que existen diferentes tipos con su propio enfoque, como por ejemplo la IA Machine learning que proporciona algoritmos para aprender a partir de los datos y la IA bajo el método de reglas predeterminadas para la toma de decisiones.

## Metodología

El aporte teórico se fundamenta en la búsqueda bibliográfica actualizada que permita tener un acercamiento sobre la Inteligencia artificial como herramienta para potenciar los pequeños y medianos negocios dedicados a la oferta de productos y servicios en el mercado. En esta revisión se usan libros, artículos de revistas, tesis de pregrado y posgrado y páginas web como fuentes de información que usan estas palabras clave: inteligencia artificial, transformación digital, marketing, inteligencia de negocios; haciendo una selección con la relevancia de dichos artículos y publicaciones y relación con el tema central abordado.

## Discusión y resultados

Actualmente, la nueva era digital ha permitido que se creen nuevas tecnologías, que poco a poco las empresas han adoptado para cumplir con sus objetivos y garantizar nuevas experiencias a sus clientes; pero, en muchos casos, no ha sido fácil apropiarse de esos cambios tecnológicos, lo que ha obligado a empresarios y comerciantes a capacitarse para entender estas nuevas tendencias disruptivas y aprovechar los beneficios que genera su uso dentro del negocio.

Hernández et al., (2017) consideran que “La innovación es parte de las estrategias que pueden implementar los negocios como agente diferenciador que se destaque entre la multitud para afrontar la competencia, captar clientes, aumentar sus ingresos y tener mayor crecimiento”; Es así como la innovación y Inteligencia artificial le permiten al empresario generar nuevas ideas y adaptarlas para mejorar el rendimiento y funcionamiento del negocio. Es importante resaltar que para que exista innovación dentro del negocio se requiere que el comerciante este en la disposición de ofertar un nuevo producto o servicio, implementar nuevos métodos de comercialización, nuevos procesos o nuevos métodos de administración o en su efecto se evidencie un mejoramiento significativo para el negocio.

También, es importante indicar que, con las grandes transformaciones tecnológicas, la inteligencia artificial ha jugado un papel importante dentro de las finanzas y la economía de los negocios ya que cada día los procesos se encuentran mucho más automatizados y más ágiles dado que la intervención humana cada vez es menor y son menos los riesgos que se corren financieramente. Con el procesamiento de datos que realiza la IA, las tomas de decisiones financieras se hacen más estratégicas optimizando la asignación de los recursos y las inversiones.

Sánchez et al. (2016) infiere que “las finanzas son la mejor forma en que una empresa o entidad puede obtener dinero, buscando siempre optimizar el bienestar común.” un ejemplo claro son las entidades financieras quienes han optimizado sus procesos, digitalizado la banca, analizan el comportamiento y preferencias de sus clientes y por medio de los algoritmos analizan el historial

de transacciones y operaciones de sus clientes, quedando atrás los modelos tradicionales de trabajo. De esta manera se demuestra como la usabilidad de la IA hace que las entidades financieras sean mucho más robustas y competitivas.

Gómez (2017), con respecto de la IA para los pequeños y medianos negocios, señala lo siguiente: “no solo las grandes empresas pueden hacer uso de tecnología puntera y aprendizaje automático. También es posible que las pymes se suban a la ola de la inteligencia artificial con aplicaciones para ellos” sin duda, las pymes para subir este eslabón se ven enfrentadas a grandes retos en comparación con organizaciones que ya están estructuradas y con estabilidad financiera; sin embargo, no es imposible, pero se requiere hacer grandes esfuerzos para que la inteligencia artificial haga parte del negocio teniendo en cuenta que estas dinamizan y contribuyen a la economía de un país como Colombia.

Se requiere que las pequeñas y medianas empresas evalúen los costos y los beneficios potenciales que tiene la IA para el negocio y sus clientes teniendo en cuenta que las ventas pueden llegar a ser más eficientes, se crea una nueva experiencia para el consumidor, la atención de servicio al cliente es mucho más oportuna y efectiva, se optimizan las campañas de mercadeo, se analizan los datos para conocer las reacciones, preferencias y comportamientos del cliente con respecto al emprendimiento. Estas unidades de negocio pueden plantearse interrogantes como: ¿Cuál es la utilidad de la IA para los consumidores? ¿cual es la ventaja competitiva para el negocio? ¿Qué oportunidades tendrá mi negocio? ¿Cómo se mejora el proceso comercial?, respondiendo a lo anterior, puede que el empresario determine la importancia de implementar estas nuevas herramientas tecnológicas en la empresa y considerar que no es un lujo sino una necesidad para mantenerse en el mercado, estar posicionadas, ser más competitivas y tener éxito.

Dentro de este contexto las pymes pueden iniciar implementado la IA a través de de experiencias multicanal para sus clientes, crear contenido de valor en su website, sistemas que permitan tener reportes automáticos y en tiempo real sobre las ventas, gastos, costos, inventarios y liquidez de la empresa. Se trata de reinventarse y aprovechar la inteligencia artificial para conectar con el usuario

como nunca antes y satisfacer sus necesidades de mucho más rápida, este tipo de empresas pueden llegar a crear promociones (real time) hasta el control y administración de sus inventarios por ejemplo a través de la nube ya que esta permite administrar y almacenar gran cantidad de datos quedando obsoleto los métodos tradicionales que utilizan los minoristas. La Inteligencia artificial puede fortalecer los servicios posventa del negocio permitiendo identificar lo que el cliente compro y su frecuencia con el fin de ofrecer nuevos productos o servicios para un cliente determinado, y de esta manera es posible fidelizar sus clientes.

Así, cuando la empresa viabiliza la Inteligencia artificial en su negocio, puede lograr que la empresa sea más inteligente y se logren resultados satisfactorios en el mercado.

## Conclusiones

En conclusión, la IA tiene el potencial de transformar las pequeñas y medianas empresas al mejorar la eficiencia, reducir los costos, optimizar la experiencia y el compromiso del cliente y obtener una ventaja competitiva. Si bien existen algunas preocupaciones y limitaciones en la adopción de la IA, estas pueden abordarse con una planificación e implementación adecuadas. Las organizaciones que adoptan la IA pueden beneficiarse de una mayor productividad, una mayor satisfacción del cliente y un crecimiento a largo plazo, que va a permitir la transformación de sus actividades productivas conforme a las tendencias del mercado.

La inteligencia artificial está cambiando la forma en que operan las empresas en todas las industrias. Aunque inicialmente se pensó que la IA sólo estaba disponible para las grandes empresas, cada vez más empresas más pequeñas la utilizan.

Aunque la implementación de la inteligencia artificial puede parecer que requiere muchos recursos, hay soluciones cada vez más disponibles y adaptadas a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas.

# Referencias

- Afcha, S. (2011). Innovaciones organizacionales y su efecto sobre el desempeño empresarial. *Venezolana de Gerencia*, 16(56), 544-563. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29020563003.pdf>
- Benjamins, R. (2019). *Artificial Intelligence in small and medium-sized enterprises*. Luca Data Speaks. <https://business.blogthinkbig.com/artificial-intelligencein-small-and-medium-sized-enterprises/>
- Cockburn, I.M., Henderson, R., & Stern, S. (2018). The impact of artificial intelligence on innovation. NBER Working Paper, 1–38. <http://www.nber.org/papers/w24449%0A>
- Gamez, M. (2017). ¿Qué puede hacer la inteligencia artificial por tu empresa? *Hablemos de Empresas*. <https://hablemosdeempresas.com/empresa/inteligencia-artificial-empresa/>
- Hernández-Fuentes, S., y Sánchez-Mojica, K. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial en Cúcuta. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 23-33 [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2027-83062017000200023](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062017000200023)
- Juan F. Samaniego. (2018). La inteligencia artificial es para todos (sí, también para las pymes). *Hablemos de Empresas*. <https://hablemosdeempresas.com/pymes/inteligenciaartificial-para-pymes/>
- Lopez, S. (2018, September). Inteligencia Artificial y Robots para modernizar las pymes. *Unidad Editorial Revistas*, 1. <http://search.proquest.com.upc.remotexs.xyz/abiglobal/docview/2104878973/C3649B41E6034BD1PQ/58?accountid=43860>
- Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia artificial 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Editorial Planeta
- Sánchez, P., Suriaga, S., y Bonilla, F. (2016). Finanzas en los negocios inteligentes. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/03/finanzas.html>