

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**



Monografía

Modalidad vía diplomado para optar por el título de licenciado en ingeniería  
comercial

**Estrategias Innovadoras con Inteligencia Artificial para Impulsar las  
Ventas de "Creaciones Bichito" en la ciudad de Cobija**

Postulante: Fernanda Inés Clavijo Reyes

Tutor: Ing. Yelika Alave Cuellar

Cobija – Pando – Bolivia

2025

**Índice**

<b>Resumen</b>	<b>1</b>
<b>Abstract</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>1.JUSTIFICACIÓN</b>	<b>4</b>
<b>2.EL PROBLEMA A INVESTIGAR</b>	<b>4</b>
2.1.Descripción de la situación problemática	5
2.2.Delimitación del problema	6
2.2.1. Delimitación Temática	6
2.3.Planteamiento del problema científico	7
2.4.Definición del objeto de estudio	7
<b>3.OBJETIVOS</b>	<b>7</b>
3.1. Objetivo general	7
3.2. Objetivos específicos	7
<b>4.SUSTENTO TEÓRICO, DEBATE Y REFLEXIÓN</b>	<b>8</b>
4.1.Marco teórico	8
<b>5.DISEÑO METODOLÓGICO</b>	<b>13</b>
5.1.Línea de Investigación	13
5.2. Enfoque	13
5.3. Tipo de Investigación	13
5.4. Población y muestra	13
5.5. Técnicas de recolección de datos	14
5.6. Instrumentos	15
5.7. Resultados	15
<b>6.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>28</b>
6.1.Conclusiones	28
6.2. Recomendaciones	28
<b>7 APORTE CIENTÍFICO</b>	<b>29</b>

**BIBLIOGRAFÍA**

## Índice de Figuras

Figura 1 . Lugar de compra	20
Figura 2 . Frecuencia de compra	20
Figura 3 . Recomendaciones de productos	21
Figura 4 . Comodidad con chabots	21
Figura 5 . Importancia de la esencia artesanal	22
Figura 6 . Flujograma Base de datos	26
Figura 7 . Flujograma Chatbot	26
Figura 8 . Flujograma genear IA	27
Figura 9 . Flujograma Automatizar promociones y campañas personalizadas	27

## Índice de tablas

Tabla 1 . Análisis FODA	15
Tabla 2 . Percepción de los encuestados sobre el uso de IA en emprendimientos artesanales	19

## Resumen

Esta investigación explora el potencial de la inteligencia artificial como herramienta estratégica para impulsar las ventas y optimizar la gestión del emprendimiento artesanal Creaciones Bichito, ubicado en la ciudad de Cobija. Este negocio, centrado en la elaboración de productos tejidos a mano mediante la técnica de crochet, enfrenta desafíos típicos de los microemprendimientos artesanales como visibilidad comercial limitada, procesos de atención al cliente poco automatizados y dificultades para expandirse sin comprometer la autenticidad y calidad de lo hecho a mano.

La metodología empleada fue de tipo mixto, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos. Se realizaron encuestas a potenciales clientes, con el objetivo de comprender su disposición a interactuar con tecnologías inteligentes en contextos de compra artesanal. Asimismo, se llevó a cabo una entrevista en profundidad con la fundadora del emprendimiento para conocer sus percepciones, expectativas y temores respecto al uso de la IA. Los resultados evidenciaron una actitud mayoritariamente positiva hacia la integración de tecnologías digitales, especialmente en funciones como la atención al cliente automatizada, la personalización de recomendaciones de productos y la gestión eficiente del inventario. Sin embargo, también emergieron preocupaciones sobre la pérdida del contacto humano, la calidez del trato personalizado y la posible desnaturalización del trabajo artesanal.

Se analizó cómo las soluciones de IA, cuando son utilizadas de forma ética y con orientación humanista, pueden complementar en lugar de sustituir la dimensión emocional y creativa del trabajo manual.

La investigación concluye que la implementación progresiva de herramientas accesibles como chatbots para atención básica, sistemas de recomendación personalizada y análisis de datos de clientes puede mejorar significativamente la eficiencia operativa y la toma de decisiones, sin comprometer su esencia artesanal.

**Palabras Claves:** Inteligencia artificial, Emprendimiento artesanal, Ventas digitales

## Abstract

This research explores the potential of artificial intelligence (AI) as a strategic tool to boost sales and optimize the management of the artisanal venture Creaciones Bichito, located in the city of Cobija. This business, focused on the creation of handmade crochet products, faces common challenges typical of micro-artisan enterprises, such as limited market visibility, low levels of customer service automation, and difficulties in scaling without compromising the authenticity and quality of handmade work.

A mixed-methods approach was used, combining quantitative and qualitative methodologies. Surveys were conducted with potential customers to understand their willingness to engage with intelligent technologies in the context of artisan shopping. In addition, an in-depth interview was carried out with the founder of the business to gather insights into her perceptions, expectations, and concerns regarding the use of AI. The findings revealed a predominantly positive attitude toward the integration of digital technologies, especially in areas such as automated customer service, personalized product recommendations, and efficient inventory management. However, concerns also emerged regarding the potential loss of human contact, the warmth of personalized service, and the risk of undermining the essence of artisanal work.

The study analyzed how AI solutions, when used ethically and with a human-centered approach, can complement—rather than replace—the emotional and creative dimensions of manual craftsmanship.

The research concludes that the gradual implementation of accessible tools such as basic-service chatbots, personalized recommendation systems, and customer data analysis can significantly improve operational efficiency and decision-making, without compromising the artisanal essence of the business.

**Keywords:** Artificial intelligence, Artisanal entrepreneurship, Digital sales

## INTRODUCCIÓN

La evolución tecnológica ha modificado radicalmente el panorama comercial actual, permitiendo a las empresas acceder a herramientas avanzadas que mejoran la competitividad y eficiencia. En este contexto, la inteligencia artificial emerge como una de las tecnologías más eficientes de la era digital, ofreciendo soluciones que permiten optimizar los procesos de venta, mejorar la experiencia del cliente y generar estrategias de marketing más precisas y efectivas.

Creaciones Bichito es una empresa artesanal que se dedica a la creación de productos hechos a mano mediante técnicas de tejido, como crochet los productos ofertados son juegos de baño, juegos de tapetes, llaveros y artículos personalizados en crochet al gusto del cliente. Su propuesta de valor se basa en ofrecer piezas únicas, personalizadas y elaboradas con dedicación, lo cual le ha permitido consolidar una clientela fiel. Sin embargo, como todo emprendimiento en crecimiento, se enfrenta al desafío de impulsar sus ventas, llegar a nuevos mercados y optimizar su gestión sin perder su esencia artesanal.

Frente a este, surge objetivo de Proponer estrategias innovadoras basadas en inteligencia artificial que permitan impulsar las ventas y fortalecer la presencia digital de la empresa Creaciones Bichito en la ciudad de Cobija. La presente investigación se formula a partir de la siguiente pregunta: ¿Cómo puede la inteligencia artificial ser utilizada de manera efectiva en un emprendimiento artesanal como Creaciones Bichito para impulsar sus ventas y aumentar su competitividad en el mercado?

Este trabajo busca no solo aportar al crecimiento del emprendimiento objeto de estudio, sino también ofrecer una guía replicable para otros negocios similares en contextos regionales como el de Cobija, donde el emprendimiento artesanal tiene un fuerte componente cultural y económico.

## **1.JUSTIFICACIÓN**

En un mercado saturado de ofertas similares, diferenciarse a través de soluciones tecnológicas puede representar una ventaja competitiva. La IA permite a las empresas comprender mejor a sus clientes, optimizar la comunicación, automatizar tareas repetitivas y tomar decisiones basadas en datos. Para Creaciones Bichito, estas capacidades pueden traducirse en una mayor eficiencia operativa y un crecimiento en las ventas.

Además, la digitalización ha generado un cambio profundo en el comportamiento del consumidor, que ahora espera una atención personalizada, rápida y accesible en cualquier momento. La aplicación de herramientas de inteligencia artificial no solo responde a estas nuevas exigencias, sino que también permite a negocios pequeños competir y aprovechar recursos tecnológicos accesibles y eficaces.

La inteligencia artificial, aplicada estratégicamente, puede mejorar el rendimiento de campañas publicitarias, segmentar audiencias con mayor precisión, identificar patrones de compra y adaptar la oferta de productos a las verdaderas necesidades del cliente. En consecuencia, Creaciones Bichito podrá no solo vender más, sino también vender mejor, aprovechando los datos generados por las interacciones con sus clientes para refinar su propuesta de valor.

En este sentido, el presente trabajo tiene relevancia al proporcionar un marco teórico y práctico que orienta a Creaciones Bichito en el aprovechamiento de la inteligencia artificial para escalar su negocio de forma sostenible, sin perder su esencia artesanal ni su cercanía con el cliente.

## **2.EL PROBLEMA A INVESTIGAR**

El crecimiento de los negocios artesanales como Creaciones Bichito se enfrenta a múltiples desafíos, entre los cuales se encuentra la dificultad para aumentar sus ventas en un mercado cada vez más competitivo y digitalizado. A pesar de contar con productos de alta calidad y valor artístico, muchas veces estos emprendimientos no logran alcanzar a su público objetivo de manera eficaz ni destacar frente a marcas más grandes con mayor presupuesto y presencia digital.

En el caso específico de Creaciones Bichito, la empresa ha notado una baja en el crecimiento de sus ventas, lo que puede atribuirse a factores como una limitada visibilidad en línea, la falta de estrategias de marketing innovadora y personalizadas y una escasa

automatización en sus procesos comerciales. Esto genera una dependencia excesiva en la venta directa y en el esfuerzo manual para la atención al cliente, lo que limita su capacidad de expansión y su eficiencia operativa.

La inteligencia artificial representa una solución potencial a estos problemas, ya que permite mejorar la segmentación del mercado, automatizar la interacción con clientes, personalizar las recomendaciones de productos y analizar grandes volúmenes de datos para tomar decisiones estratégicas. Sin embargo, la falta de conocimiento y orientación sobre cómo aplicar estas herramientas en un contexto artesanal representa una barrera para su aplicación efectiva, es por ello se pretende crear a través de la inteligencia artificial.

### **2.1.Descripción de la situación problemática**

Creaciones Bichito es una empresa que actúa en un rubro de productos artesanales y que gracias a la calidad de sus tejidos y por ser productos personalizados a logrado ser conocida en la Ciudad. Sin embargo, como toda empresa en etapa de crecimiento enfrenta alguna dificultades.

Creaciones bichito utiliza algunas estrategias de marketing para competir en el mercado, pero encuentra la necesidad de poder impulsar sus ventas y es ahí donde surge la falta de estrategias innovadoras para optimizar e impulsar su proceso de ventas y atención al cliente. Actualmente, sus ventas dependen en gran medida de la interacción directa a través de redes sociales, ya que las publicaciones realizadas captan a los cliente y se convierte en una venta.

La empresa no cuenta con una infraestructura tecnológica que le permita automatizar procesos clave como la promoción de productos, la atención de consultas frecuentes, la segmentación de mercado o el seguimiento del comportamiento de sus clientes. Esto genera, pérdida de oportunidades de venta y una experiencia de cliente que aunque cercana, no siempre es rápida ni eficiente, debido a que cada producto es realizado a mano y requiere de tiempo y dedicación lo que limita el tiempo en atender de manera mas eficiente a los clientes, o responder dudas.

Además, la competencia en el mercado digital exige una presencia activa y estratégica que va más allá de publicar imágenes de productos. Las marcas que utilizan inteligencia artificial pueden analizar patrones de consumo, lanzar campañas dirigidas y responder de forma inmediata a las necesidades del cliente, ganando así una ventaja competitiva en el

mercado. En este contexto, la empresa corre el riesgo de quedarse rezagada si no adopta herramientas tecnológicas adecuadas a su modelo de negocio.

La propietaria no cuenta con información sobre herramientas tecnológicas que puede contribuir a impulsar sus ventas ya que se cree ser muy costoso y que puede llegar a perder su esencia artesanal. Por ello, es fundamental identificar herramientas de IA accesibles y de fácil de aplicar que permitan a la empresa adaptarse al entorno digital sin comprometer su esencia artesanal ni su relación cercana con los clientes.

Esta situación plantea la necesidad de adoptar una nueva visión estratégica, a través de estrategias innovadoras con inteligencia artificial para lograr mejorar los puntos negativos e impulsar las ventas de Creaciones Bichito aprovechando al máximo su potencial en el mercado.

## **2.2. Delimitación del problema**

### **2.2.1. Delimitación Temática**

El estudio aborda una propuesta a la falta de estrategias innovadoras con inteligencia artificial para impulsar las ventas de Creaciones Bichito

### **2.2.2. Delimitación Espacial**

El estudio se da en a la ciudad de Cobija, capital del departamento de Pando, Bolivia, enfocándose en la empresa Creaciones Bichito ubicada en la avenida circunvalación Barrio Puerto alto.

### **2.2.3. Delimitación Temporal**

La investigación y el desarrollo de la propuesta se realizó de 3 meses de la gestión 2025, lo que permitió obtener datos representativos sobre la empresa y sus clientes.

### **2.2.4. Delimitación Poblacional**

Se considerarán como sujetos de estudio a 120 clientes frecuentes o potenciales, que serán consultados mediante encuestas cortas para comprender su experiencia de compra, uso de canales digitales y receptividad ante propuestas de IA.

### **2.3.Planteamiento del problema científico**

¿Cómo puede la inteligencia artificial ser utilizada de manera efectiva en un emprendimiento artesanal como Creaciones Bichito para impulsar sus ventas en la ciudad de Cobija?

### **2.4.Definición del objeto de estudio**

El objeto de estudio de esta investigación son las estrategias basadas en inteligencia artificial en el proceso de ventas dentro del contexto de un emprendimiento artesanal. Abarca tanto las herramientas tecnológicas disponibles como las metodologías de aplicación que permiten a un negocio artesanal aprovechar los beneficios de la IA sin desvirtuar su esencia creativa y personalizada. Se incluyen aspectos como la automatización de la atención al cliente, la personalización de la experiencia de compra, la segmentación de mercado, y la mejora en la toma de decisiones estratégicas basadas en datos.

## **3.OBJETIVOS**

### **3.1. Objetivo general**

Proponer estrategias innovadoras basadas en inteligencia artificial que permitan impulsar las ventas y fortalecer la presencia digital de la empresa Creaciones Bichito en la ciudad de Cobija.

### **3.2. Objetivos específicos**

- Identificar las principales limitaciones actuales en el proceso de ventas y atención al cliente de Creaciones Bichito.
- Determinar las herramientas de inteligencia artificial disponibles y accesibles para pequeños emprendimientos artesanales.
- Diseñar un conjunto de estrategias prácticas y adaptadas al contexto de Creaciones Bichito que integren herramientas de IA en su gestión comercial.

## **4.SUSTENTO TEÓRICO, DEBATE Y REFLEXIÓN**

### **4.1.Marco teórico**

#### **4.1.1.Inteligencia Artificial**

La inteligencia artificial se define como la capacidad de una máquina para imitar funciones cognitivas humanas como el aprendizaje, el razonamiento y la resolución de problemas. Según Russell y Norvig,(2020)“la IA puede clasificarse en varias ramas, entre ellas el aprendizaje automático (machine learning),el procesamiento del lenguaje natural (PLN), la visión computarizada y los sistemas expertos”.( p5).

#### **4.1.2.Aplicación de la IA en el Comercio y el Marketing**

Autores como Davenport y Ronanki (2018) señalan:

Que el mayor impacto de la IA en los negocios se ha visto reflejado en tres áreas clave: la automatización de procesos, la obtención de insights mediante análisis de datos y la interacción con clientes. En particular, herramientas como los asistentes virtuales, los sistemas de recomendación y los análisis predictivos permiten mejorar la experiencia del consumidor, aumentando así las tasas de conversión y fidelización (p 19).

En este contexto, plataformas como Shopify, WhatsApp Business y redes sociales como Instagram y Facebook han empezado a integrar IA para pequeñas empresas. Por ejemplo, los algoritmos de recomendación permiten a los emprendedores mostrar productos específicos a segmentos determinados de usuarios, basándose en su comportamiento de compra previo.

#### **4.1.3. IA y Emprendimientos Artesanales**

Estudios recientes como el de González y Rueda (2021) en microempresas latinoamericanas muestran que:

El uso moderado y estratégico de la IA puede aumentar las ventas hasta en un 30%, sin requerir grandes inversiones tecnológicas. Esto demuestra que es viable y beneficioso incorporar IA, incluso en negocios de baja escala (p34).

#### 4.1.4. Estrategias de Venta y Marketing Digital con IA

Según Kotler (2019), el marketing basado en IA se apoya en “el análisis de datos para segmentar audiencias, optimizar campañas publicitarias, automatizar respuestas y mejorar la experiencia del cliente”(p.130).

El marketing digital ha evolucionado significativamente con la incorporación de la IA, permitiendo que las empresas personalicen su oferta en función del comportamiento del usuario.

**Las herramientas más comunes incluyen:**

- **CRM inteligentes:** predecir compras futuras.
- **Chatbots:** programas que interactúan automáticamente con los usuarios, resolviendo dudas y guiando el proceso de compra.
- **Análisis de sentimiento:** tecnología que interpreta emociones y opiniones del cliente a partir de sus comentarios en redes sociales
- **Sistemas de recomendación:** algoritmos que sugieren productos basados en el historial de navegación o compras anteriores.

Estas herramientas permiten no solo optimizar ventas, sino también fidelizar clientes, lo cual es crucial para pequeños negocios que dependen de relaciones cercanas y personalizadas. (P131).

#### 4.1.5. Negocios Artesanales en la Era Digital

Según estudios realizados por la CEPAL (2022):

Los microemprendimientos en América Latina muestran un bajo grado de digitalización, pero una alta capacidad de adaptación cuando reciben orientación adecuada.

La artesanía tiene un valor intrínseco basado en la identidad cultural, la personalización y la historia detrás del producto. La IA, en este contexto, no debe sustituir el componente humano, sino actuar como una herramienta para amplificar su valor. Así lo demuestran casos de éxito como pequeñas marcas textiles que han utilizado plataformas de comercio electrónico y asistentes automatizados para

responder consultas y concretar ventas en tiempo real, sin perder el contacto personalizado. (P.95).

#### **4.1.6.Integración de Tecnología en la Cultura Artesanal**

Como señala Florida (2022):

Uno de los aspectos más debatidos en la integración de tecnología en negocios creativos es la posible pérdida de autenticidad. Sin embargo, autores como Florida sostienen que las industrias creativas tienen una ventaja en la era digital precisamente por su carácter humano e irreplicable. La clave está en usar la tecnología para difundir, documentar y personalizar la experiencia del cliente sin automatizar lo que hace única a la creación artesanal. P.120).

#### **4.1.7.Atención al cliente**

Villegas (2023), sostiene que “La atención al cliente es el soporte que se brinda a los clientes antes, durante y después de la compra, con el objetivo de garantizar una experiencia satisfactoria con la empresa” (p.23).

#### **4.1.8.Herramientas de inteligencia artificial**

Según Eurinnova (2023), “Las herramientas de inteligencia artificial son tecnologías que permiten a las máquinas realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento y la toma de decisiones”(p.23).

#### **4.1.9.Productos artesanales**

Florida (2022), “Los productos artesanales son aquellos elaborados manualmente por artesanos, utilizando técnicas tradicionales y herramientas simples, sin la intervención de procesos automatizados”(p.90).

#### **4.1.10.Ventas**

Eurinnova (2023), “Las ventas son el conjunto de actividades destinadas a persuadir al cliente para que adquiera un producto o servicio, generando ingresos para la empresa”(p.87).

#### **4.1.11.Estrategias de marketing**

Como señala Acevedo (2024), “Las estrategias de marketing son planes de acción diseñados para alcanzar objetivos comerciales específicos, mediante la identificación de oportunidades de mercado y la implementación de tácticas adecuadas”(p.43).

#### **4.1.12.Gestión comercial**

Kotler (2019), “La gestión comercial es el conjunto de actividades y estrategias implementadas para promover y comercializar eficazmente los productos o servicios de una empresa, con el fin de alcanzar los objetivos de ventas y satisfacción del cliente”(p.122).

#### **4.1.13.Proceso de ventas**

Kotler (2019), “El proceso de ventas es la serie de pasos que debe seguir un representante de ventas desde la investigación del mercado y del producto hasta el cierre del negocio y más allá” (p.138).

#### **4.1.14. Impulsar Ventas**

Eurinnova (2023), “acciones y estrategias dirigidas a aumentar la cantidad de productos o servicios vendidos en un período determinado. Esto puede lograrse a través de diversas técnicas de marketing y promoción”(p.87).

### **4.2. Debate**

En este sentido, un emprendimiento como Creaciones Bichito puede integrar IA de forma ética y estratégica mediante soluciones simples, de bajo costo, y enfocadas en mejorar la eficiencia y la visibilidad sin alterar la esencia de sus productos hechos a mano.

Una de las posturas más críticas frente al uso de la IA en negocios como Creaciones Bichito argumenta que la tecnología puede despersonalizar el proceso de venta, alejando al cliente de la esencia artesanal del producto. Esta visión sostiene que la automatización de la atención al cliente o del marketing podría restarle valor emocional a la experiencia de compra, especialmente en un rubro donde lo hecho a mano implica cercanía, historia y dedicación.

Sin embargo, desde una perspectiva más progresista, se plantea que la IA no elimina lo humano, sino que lo potencia. Al automatizar tareas repetitivas como responder preguntas

frecuentes o recomendar productos según preferencias, se libera tiempo para que el emprendedor se enfoque en la creación, el diseño, y el contacto más profundo con sus clientes. De esta forma, la IA actúa como un asistente inteligente, no como un reemplazo de la interacción humana.

Esta investigación revela una necesidad de educación tecnológica para emprendedores. Si se reducen las barreras de entrada y se capacita a los pequeños negocios, la IA deja de ser un privilegio y se convierte en una herramienta democratizadora.

La clave está en usar la IA para mostrar más, no menos, del alma del emprendimiento como contar la historia detrás del producto, resaltar los valores del trabajo manual y acercar al cliente a esa narrativa de forma creativa e innovadora.

### **4.3. Reflexión**

En torno al uso de la inteligencia artificial en emprendimientos artesanales como Creaciones Bichito permite valorar, desde una mirada crítica, el rol que juega la tecnología en los procesos comerciales y creativos actuales. No se trata de una simple tendencia o moda, sino de un cambio estructural en la forma en que los negocios se relacionan con sus clientes y gestionan sus recursos.

Es importante destacar que la IA no debe ser entendida como un fin en sí mismo, sino como un medio estratégico que puede facilitar el crecimiento de negocios pequeños sin sacrificar su identidad. En este caso la elaboración artesanal de productos tejidos, la clave está en encontrar un equilibrio entre la automatización de ciertas tareas administrativas o promocionales y la preservación de la esencia manual, humana y única del producto.

Esta integración no solo es posible, sino también necesaria, considerando las exigencias del mercado digital actual inmediatez en la atención, personalización en las ofertas y eficiencia en la entrega. Sin estas herramientas, muchos emprendimientos corren el riesgo de quedarse atrás, incluso cuando ofrecen productos de alta calidad.

Finalmente, es posible repensar la relación entre innovación y tradición no como opuestos, sino como aliados. En vez de temerle a la tecnología, los pequeños negocios pueden aprender a usarla como una extensión de su creatividad, ampliando sus horizontes sin dejar de lado sus raíces. La verdadera innovación ocurre cuando el cambio tecnológico se pone al servicio de las personas y de los valores que las inspiran.

## **5.DISEÑO METODOLÓGICO**

### **5.1.Línea de Investigación**

La siguiente investigación se centra en la línea de economía, marketing empresarial y gestión de ventas, debido a analizar cómo es el funcionamiento de Creaciones Bichito y cómo la inteligencia artificial puede contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa a través de la aplicación de estrategias innovadoras generadas por la IA.

### **5.2. Enfoque**

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo, ya que se centra en la comprensión profunda de un fenómeno particular como las estrategias basadas en inteligencia artificial para potenciar las ventas en un emprendimiento artesanal como Creaciones Bichito. Este enfoque permite explorar no solo los aspectos técnicos y operativos de la IA, sino también las percepciones, experiencias y significados que esta tecnología genera en el contexto de un negocio manual y personalizado.

### **5.3. Tipo de Investigación**

La presente investigación se clasifica como una investigación aplicada, con un diseño descriptivo.

Este estudio es de carácter aplicado, ya que tiene como objetivo principal proponer soluciones prácticas que respondan a una necesidad específica de un emprendimiento real como Creaciones Bichito. A través del análisis y aplicación de herramientas basadas en inteligencia artificial, se busca contribuir de forma directa a mejorar la gestión de ventas del emprendimiento, haciendo uso estratégico de la tecnología sin perder su esencia artesanal.

La investigación también es de tipo descriptivo porque se enfoca en caracterizar el estado actual del emprendimiento en relación con su proceso de ventas, su interacción con los clientes, y su nivel de digitalización. Se pretende detallar cómo es el funcionamiento actual del negocio y cuáles son sus principales fortalezas y limitaciones en términos comerciales.

### **5.4. Población y muestra**

La población de esta investigación está conformada por dos grupos principales los cuales van a ser:

- La emprendedora de "Creaciones Bichito", quien representa el núcleo del negocio artesanal y es la responsable de la toma de decisiones, creación de productos y gestión de ventas. Su visión, experiencia y percepción sobre el uso de herramientas tecnológicas son fundamentales para el desarrollo del estudio.
- Clientes actuales y potenciales del emprendimiento, que interactúan con la marca a través de redes sociales, ferias artesanales o plataformas digitales. Este grupo es relevante porque permite identificar patrones de consumo, nivel de satisfacción, expectativas y nivel de aceptación hacia estrategias basadas en inteligencia artificial. De acuerdo algunos registros de ventas encontrados se cuenta con aproximadamente 205 clientes reales que son aquellos que realizaron por lo menos una compra o la realizan frecuentemente y de acuerdo al número de interacción en redes como instagram lo cual el algoritmo puede detectar los clientes potenciales llegan a 180, de acuerdo a la interacción.

### **Muestra**

La muestra será no probabilística y de tipo intencional, ya que se seleccionarán los participantes de forma deliberada en función de su conocimiento y relación directa con el objeto de estudio.

Se prevé trabajar con:

- Emprendedora (la fundadora y gestora de Creaciones Bichito), a través de entrevistas semiestructuradas para conocer sus perspectivas sobre la aplicación de la inteligencia artificial.
- 120 clientes frecuentes o potenciales, que serán consultados mediante encuestas cortas para comprender su experiencia de compra, uso de canales digitales y receptividad ante propuestas tecnológicas.

### **5.5. Técnicas de recolección de datos**

Dado el enfoque cuantitativo de esta investigación, se emplearán técnicas que permitan obtener información contextual y subjetiva sobre la percepción, uso e impacto de la inteligencia artificial en el emprendimiento, Las técnicas seleccionadas nos permitirán comprender tanto la experiencia de la emprendedora como la de los clientes, facilitando una visión integral del fenómeno investigado.

### **Entrevista semiestructurada**

Se utilizará la entrevista semiestructurada como técnica principal para obtener información directa de la emprendedora. Para conocer las experiencias, expectativas, dificultades y aspiraciones de la emprendedora en relación con el uso de inteligencia artificial para mejorar las ventas.

### **Encuesta con preguntas abiertas y cerradas**

Se aplicará una encuesta sencilla a una muestra de clientes actuales o potenciales. Esta incluirá tanto preguntas cerradas para obtener datos concretos, como abiertas para recoger opiniones y sugerencias, logrando así explorar el nivel de satisfacción de los clientes, sus preferencias de comunicación, uso de plataformas digitales y disposición a interactuar con sistemas automatizados (por ejemplo, chatbots o recomendaciones personalizadas).

## **5.6. Instrumentos**

Los instrumentos de recolección de datos son herramientas concretas que permiten aplicar las técnicas seleccionadas y obtener información relevante para el análisis. En esta investigación se utilizarán los siguientes:

Guía de entrevista y cuestionario para encuestas.

## **5.7. Resultados**

### **5.7.1 Principales limitaciones actuales en el proceso de ventas y atención al cliente de Creaciones Bichito.**

Se realizó un análisis foda para identificar Principales limitaciones actuales en el proceso de ventas y atención al cliente

Tabla 1. Análisis FODA

<b>Fortalezas (Internas)</b>	<b>Debilidades (Internas)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos artesanales únicos y hechos a mano</li> <li>• Buena reputación local y fidelidad de algunos clientes</li> <li>• Creatividad e innovación en diseños</li> <li>• Producción personalizada a pedido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa presencia digital organizada</li> <li>• Limitado conocimiento sobre herramientas de IA</li> <li>• Atención al cliente poco automatizada</li> <li>• Falta de un sistema estructurado para gestión comercial</li> </ul>

### **Oportunidades (Externas)**

- Creciente interés por productos artesanales auténticos
- Acceso a herramientas de IA accesibles y fáciles de usar
- Mayor digitalización de consumidores en Cobija
- Posibilidad de capacitarse y formar alianzas locales

### **Amenazas (Externas)**

- Competencia en redes sociales y marketplaces masivos
- Acelerada transformación digital del comercio
- Cambios en las preferencias del consumidor
- Dependencia de plataformas externas (como Facebook/Instagram)

---

Fuente: Elaboración propia

El análisis muestra que Creaciones Bichito cuenta con atributos valiosos como su autenticidad artesanal y creatividad, pero necesita mejorar su infraestructura digital y gestión comercial. Frente a un entorno competitivo, tiene la oportunidad de diferenciarse aún más si logra incorporar tecnologías como la inteligencia artificial para fortalecer su atención al cliente, automatizar procesos y escalar sus ventas sin perder su esencia.

### **Limitaciones**

Se detalla a continuación las limitaciones identificadas

#### **Baja digitalización del proceso de ventas**

Actualmente, las ventas se realizan de forma manual a través de mensajes directos en redes sociales, lo que limita el alcance del negocio, genera demoras en la atención y dificulta la gestión simultánea de múltiples clientes.

#### **Ausencia de automatización en la atención al cliente**

La emprendedora debe responder personalmente a cada consulta, lo que no permite una atención continua ni eficiente. Esto puede generar pérdida de oportunidades de venta por falta de respuesta oportuna.

#### **Falta de una base de datos de clientes (CRM)**

No se lleva un registro organizado de los clientes ni de sus preferencias o historial de compras, lo que impide personalizar la oferta o mantener una relación constante que **fomente la recompra.**

#### **Limitado conocimiento sobre herramientas digitales e inteligencia artificial**

La emprendedora reconoce que no tiene formación técnica en estas áreas, lo cual representa una barrera para implementar soluciones modernas que podrían optimizar la gestión del negocio.

### **Temor a perder el carácter artesanal del negocio**

Existe preocupación de que incorporar tecnología como la inteligencia artificial pueda despersonalizar el trato con los clientes y restarle autenticidad al producto hecho a mano.

### **Dificultades para escalar sin perder calidad**

La producción es personalizada y hecha a mano, por lo que escalar las ventas sin apoyo tecnológico representa un desafío operativo importante.

Estas limitaciones no solo afectan la eficiencia operativa, sino que también restringen el potencial de crecimiento del emprendimiento. Superarlas mediante el uso adecuado y gradual de herramientas tecnológicas, incluyendo inteligencia artificial, representa una oportunidad concreta para impulsar su sostenibilidad y competitividad en el mercado artesanal digital.

### **5.7.2. Herramientas de inteligencia artificial disponibles y accesibles para pequeños emprendimientos artesanales.**

Se determina las 4 herramientas más accesibles para la empresa:

- **Chatbots automatizados**

ManyChat, Chatfuel, WhatsApp Business API

Automatizan la atención al cliente en redes sociales o WhatsApp, respondiendo preguntas frecuentes, guiando el proceso de compra y mejorando los tiempos de respuesta.

Ventaja: No requieren programación y tienen planes gratuitos o de bajo costo.

Aplicación en Creaciones Bichito: Puede responder consultas sobre productos, precios y entregas 24/7 sin intervención directa de la emprendedora.

- **CRM Inteligentes**

HubSpot CRM, Zoho CRM, Bitrix24

Permiten gestionar clientes, registrar historial de compras y automatizar seguimientos.

**Ventaja:** Existen versiones gratuitas y muy intuitivas.

**Aplicación en Creaciones Bichito:** Podría organizar los datos de clientes y enviar mensajes automáticos de agradecimiento o promociones.

- **Herramientas de análisis de datos y comportamiento**

Google Analytics, Meta Insights, Plerdy

Analizan el comportamiento de los visitantes en redes sociales o sitios web para saber qué productos interesan más.

**Ventaja:** Gratuitas y fáciles de integrar a Instagram, Facebook o tiendas online.

**Aplicación:** Detectar patrones de navegación o interacción para adaptar las ofertas a lo que más buscan los clientes.

- **Generadores de contenido con IA**

Canva AI, Copy.ai, ChatGPT

Ayudan a crear textos publicitarios, descripciones de productos, mensajes de promoción, correos, etc.

**Ventaja:** Son económicos y optimizan el tiempo.

**Aplicación:** Creaciones Bichito puede generar contenido atractivo sin tener que contratar un redactor.

### **Criterios de selección para implementación de herramientas de inteligencia artificial**

- Bajo costo o versión gratuita
- Fácil uso, sin necesidad de programar
- Integración con redes sociales y WhatsApp
- Idioma disponible en español
- Soporte y tutoriales en línea

Estas herramientas pueden ser implementadas progresivamente en Creaciones Bichito, comenzando por las más sencillas (chatbots y generadores de contenido) y avanzando hacia un CRM o sistema de recomendación según se incremente la experiencia y el volumen de ventas.

### 5.7.3. Diseñar un conjunto de estrategias prácticas y adaptadas al contexto de Creaciones Bichito que integren herramientas de IA en su gestión comercial.

Se realizó una pequeña encuesta a clientes de la empresa creaciones bichitos y una entrevista a propietaria para poder identificar algunos gustos y preferencias acerca de la IA en este tipo de negocios, para posteriormente diseñar estrategias que vayan de acorde al gusto de los clientes.

A continuación se detalla los resultados:

Los resultados de la encuesta muestran una actitud generalmente positiva hacia la integración de herramientas digitales e inteligencia artificial, siempre que estas tecnologías complementen, y no sustituyan, los valores esenciales del negocio artesanal. Existe interés real por la personalización y mejora del servicio, y el uso de IA puede representar una ventaja competitiva para Creaciones Bichito, siempre que se mantenga el enfoque humano y el carácter único de cada producto.

#### Resultado mas relevantes de la encuesta a clientes potenciales

Tabla 2. Percepción de los encuestados sobre el uso de IA en emprendimientos artesanales

Ítem	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Conoce qué es la inteligencia artificial	84	70.0 %
Ha utilizado herramientas de IA	36	30.0 %
Considera que la IA puede ayudar a aumentar las ventas	108	90.0 %
Cree que la IA podría afectar lo artesanal del producto	72	60.0 %
Estaría dispuesto a comprar si el negocio usa IA (ej. chatbot)	96	80.0 %
Prefiere atención personalizada a automatizada	78	65.0 %

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Resultados basados en una muestra de 120 personas encuestadas en la ciudad de Cobija.

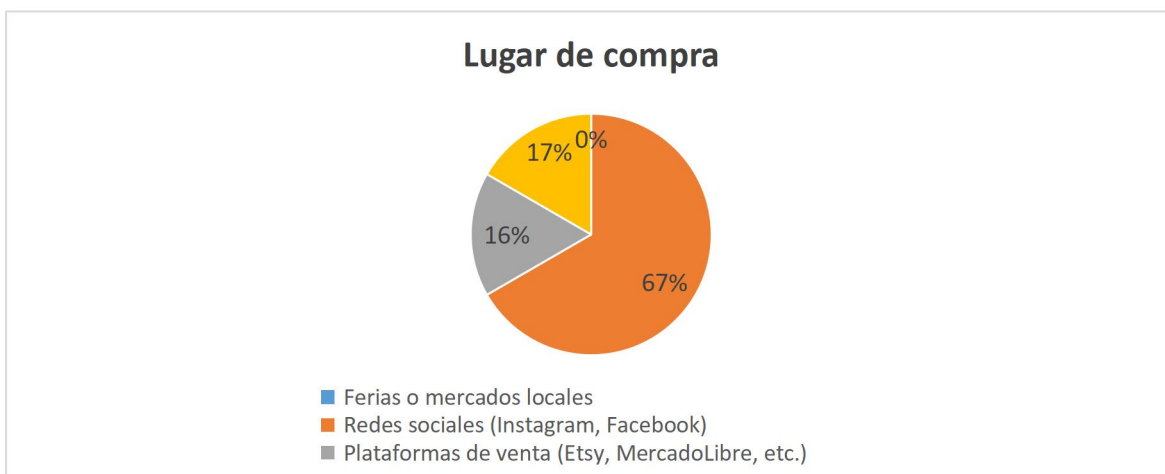


Figura 1. Lugar de compra

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que el 67% de las personas encuestadas prefieren realizar sus compras a través de redes sociales, 17% en tienda física y un 16% en plataformas de ventas.

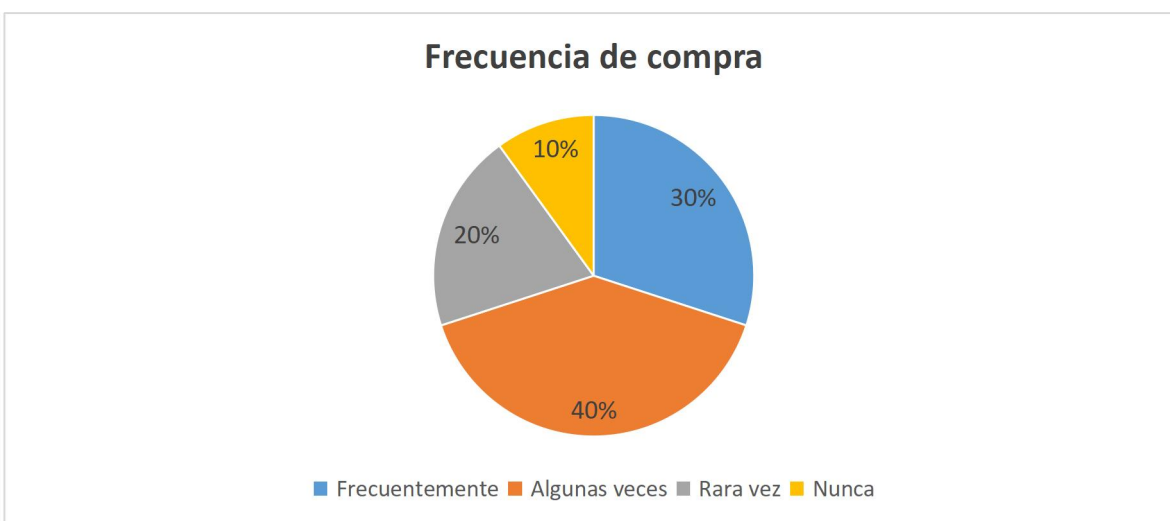


Figura 2. Frecuencia de compra

Fuente: Elaboración propia

El 40% afirma que compra algunas veces este tipo de productos, 30% realizan sus compras frecuentemente, un 20% compra rara vez y un 10% nunca.



Figura 3. Recomendaciones de productos

Fuente: Elaboración propia

Observamos que un 60% si le gustaría recibir sugerencias de productos según sus gustos, 30% tal vez y 10% no le gustaría.

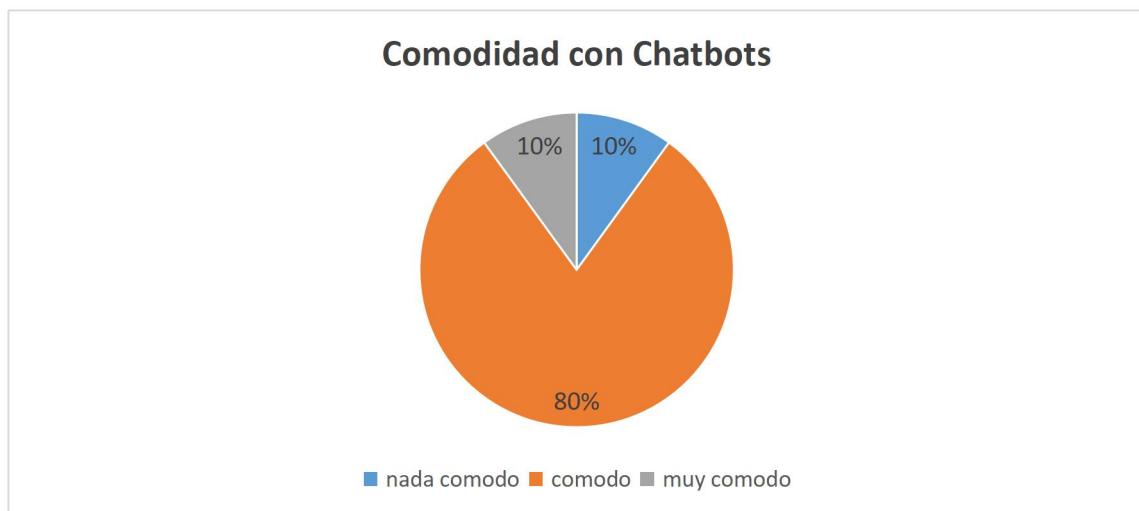


Figura 4. Comodidad con chabots

Fuente: Elaboración propia

Podemos evidenciar que un 80% se sentiría cómodo al ser atendido a través de un chat bot, 10% se sentiría muy cómodo y 10% no le gustaría.

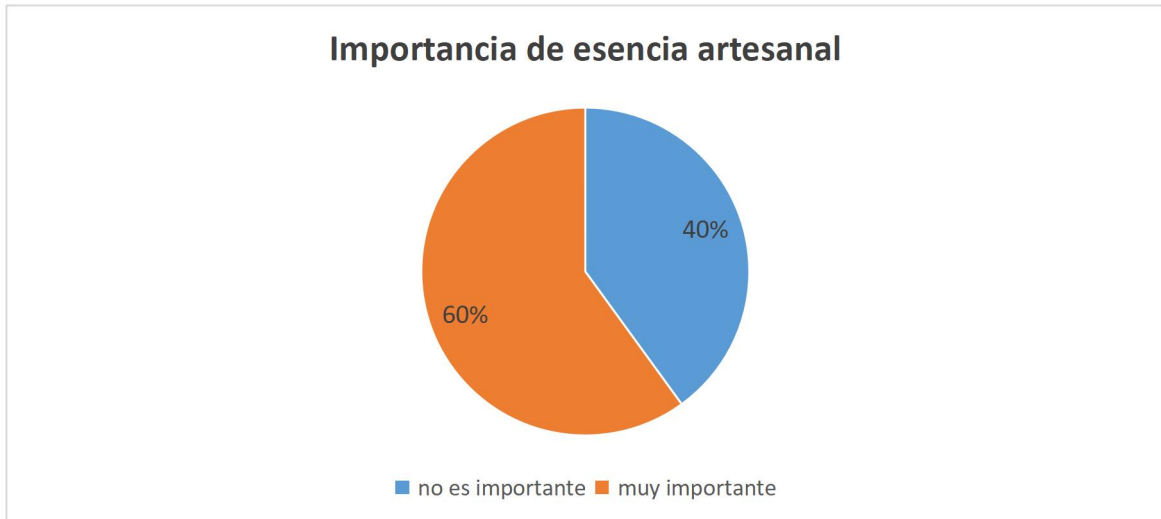


Figura 5. Importancia de la esencia artesanal

Fuente: Elaboración propia

Podemos ver que un 60% considera muy importante no perder la esencia artesanal del producto y un 40% no considera importante.

### **RESULTADO MAS RELEVANTES DE LA ENTREVISTA A LA FUNDADORA DE CREACIONES BICHITO**

La emprendedora muestra una disposición positiva hacia la tecnología, especialmente cuando esta puede aliviar la carga operativa del negocio y mejorar la atención al cliente. Sin embargo, también expresa preocupaciones comunes como el desconocimiento técnico, el costo de implementación y el temor a perder el contacto humano.

Su perspectiva refleja una visión equilibrada que está dispuesta a incorporar la IA, pero valora profundamente la esencia artesanal, lo que implica que cualquier adopción tecnológica debe respetar y reforzar la identidad de su marca.

#### **1. ¿Cuáles considera que son los principales desafíos a la hora de vender productos hechos a mano?**

“Creo que el principal desafío es el tiempo. Cada pieza lleva muchas horas, y competir con precios de productos industriales es difícil. También cuesta mucho llegar a más personas si uno no tiene tiempo ni dinero para invertir en publicidad.”

#### **2. ¿Ha utilizado herramientas digitales (redes sociales, tiendas online, chatbots, etc.) para apoyar las ventas de su emprendimiento? ¿Cómo ha sido su experiencia?**

“Sí, uso Instagram y Facebook. Publico fotos de lo que hago y a veces vendo directamente por mensajes. Es útil, pero lleva tiempo y no siempre hay respuesta inmediata. No he usado chatbots ni tiendas online todavía.”

**3. ¿Qué sabe o ha escuchado sobre inteligencia artificial aplicada al comercio o marketing digital?**

“He oído que hay programas que responden mensajes, hacen sugerencias de productos o crean imágenes automáticamente. Me parece interesante, pero no sé cómo usarlo ni si está al alcance de alguien como yo.”

**4. Desde su punto de vista, ¿cómo podría la inteligencia artificial beneficiar a un emprendimiento artesanal como Creaciones Bichito?**

“Podría ayudar a responder consultas más rápido, recomendar productos o guardar información de clientes. Me permitiría tener más tiempo para tejer sin dejar de atender a la gente.”

**5. ¿Cree que es posible mantener la esencia artesanal de un negocio al mismo tiempo que se incorporan tecnologías avanzadas como la IA? ¿Por qué?**

“Sí, si la tecnología se usa como herramienta y no para reemplazar el trabajo humano. Mientras los productos sigan siendo hechos con dedicación, creo que la esencia se mantiene.”

**6. ¿Qué preocupaciones o barreras identifica para que un pequeño emprendimiento implemente inteligencia artificial?**

“Principalmente, la falta de conocimientos técnicos. A veces uno no sabe ni por dónde empezar. También los costos pueden ser una barrera, y el miedo a que el trato humano se pierda.”

**7. ¿Qué tipo de apoyo considera que sería útil para que los emprendedores puedan usar IA en sus negocios?**

“Capacitaciones prácticas, con ejemplos reales. También herramientas sencillas y gratuitas, y tal vez asesorías personalizadas para entender cómo aplicar todo eso al negocio propio.”

**8. ¿Está dispuesta a adoptar tecnologías como la IA si eso ayudara a mejorar la relación con sus clientes o las ventas? ¿Por qué?**

“Sí, claro. Todo lo que me ayude a mejorar sin dejar de ser yo misma como emprendedora, lo considero. Me interesa sobre todo si eso me da más tiempo para lo que me gusta: tejer.”

### **9. ¿Qué consejo le daría a otros emprendedores artesanales que están considerando usar herramientas digitales o de inteligencia artificial?**

“Que no tengan miedo. Que empiecen por cosas simples como redes sociales y que no duden en pedir ayuda o capacitarse. Las herramientas digitales no quitan lo artesanal, lo potencian.”

Los resultados de la encuesta aplicada reflejan una actitud positiva y abierta hacia el uso de herramientas de inteligencia artificial en emprendimientos artesanales como Creaciones Bichito. Un alto porcentaje de los encuestados manifestó interés en una atención al cliente más rápida y personalizada, y mostró disposición a interactuar con tecnologías como chatbots o recomendaciones automáticas si esto facilita la experiencia de compra.

## **PROPUESTA ESTRATEGIAS PRÁCTICAS CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA CREACIONES BICHITO**

**A continuación se detalla las estrategias:**

### **Estrategia 1**

- ◆ Implementar un Chatbot para atención al cliente automatizada

Herramienta sugerida: ManyChat o WhatsApp Business con Flokzu.

Objetivo: Brindar respuestas inmediatas a consultas frecuentes sobre precios, disponibilidad, tiempo de entrega y formas de pago.

Ventaja: Mejora la experiencia del cliente, reduce tiempos de espera y permite atención 24/7.

Como impulsa las ventas: a través de la atención inmediata se genera mas oportunidad de ventas, ya que el cliente no espera por una respuesta tanto tiempo hasta tener que buscar otras opciones.

### **Estrategia 2**

- ◆ Crear una base de datos de clientes con un CRM inteligente

Herramienta sugerida: HubSpot CRM o Zoho CRM (versión gratuita).

Objetivo: Registrar contactos, historial de compras y preferencias para personalizar ofertas y hacer seguimiento a los clientes.

Ventaja: Fidelización del cliente mediante recordatorios automáticos y promociones personalizadas.

Como impulsa las ventas: Conocer mejor a los clientes permite saber quien compro, cuantas veces compro, que compro, Esto genera información valiosa para ofrecer justo lo que cada cliente quiere y aumentar la probabilidad de que te vuelva a comprar.

### **Estrategia 3**

- ◆ Usar un generador de contenido con IA para redes sociales

Herramienta sugerida: Canva AI o ChatGPT + Copy.ai.

Objetivo: Crear publicaciones atractivas y descripciones de productos para redes sociales y catálogos digitales.

Ventaja: Ahorra tiempo y mejora la calidad del contenido sin necesidad de contratar personal externo.

Como impulsa las ventas: Atrae más clientes con publicaciones atractivas, El contenido que se ve bonito, profesional y llamativo en redes sociales llama la atención de más personas y tiene mas probabilidad de convertirse en una venta.

### **Estrategia 4**

- ◆ Automatizar promociones y campañas personalizadas

Herramienta sugerida: Mailchimp con IA o Notion AI.

Objetivo: Enviar correos electrónicos o mensajes promocionales segmentados a clientes según intereses.

Ventaja: Mejora la tasa de conversión y reduce el esfuerzo de ventas manuales.

Como impulsa las ventas: Llega directamente al cliente con ofertas relevantes, Cuando envías promociones personalizadas el cliente Recibe un mensaje pensado especialmente para él y se siente tomado en cuenta y valora la atención.

## FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PROPUESTAS

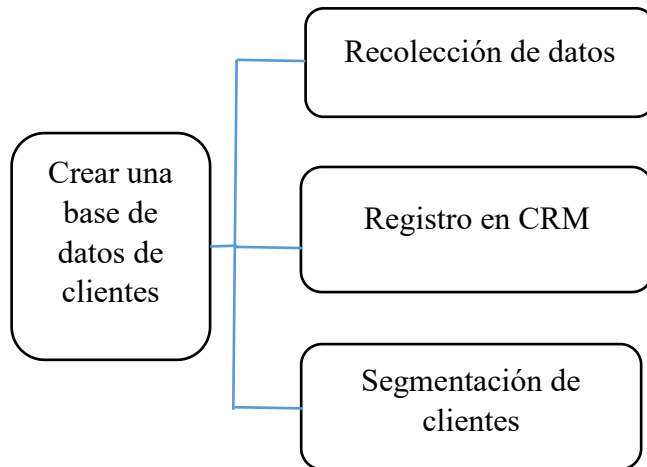


Figura 6. Flujograma Base de datos

Fuente: Elaboración propia

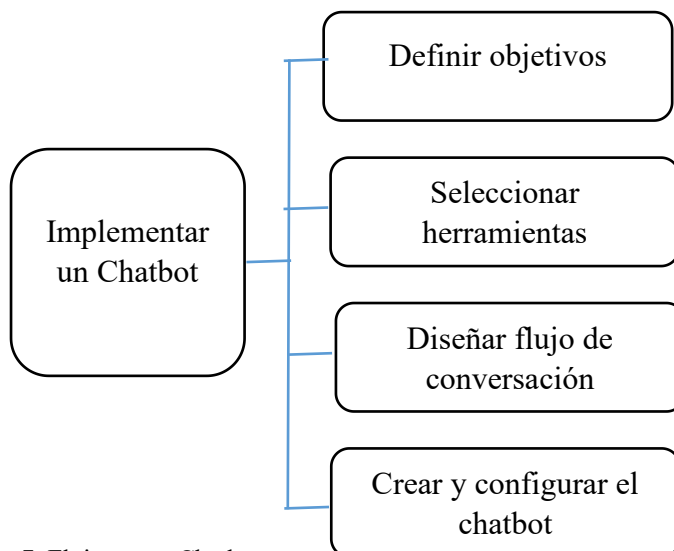


Figura 7. Flujograma Chatbot

Fuente: Elaboración propia

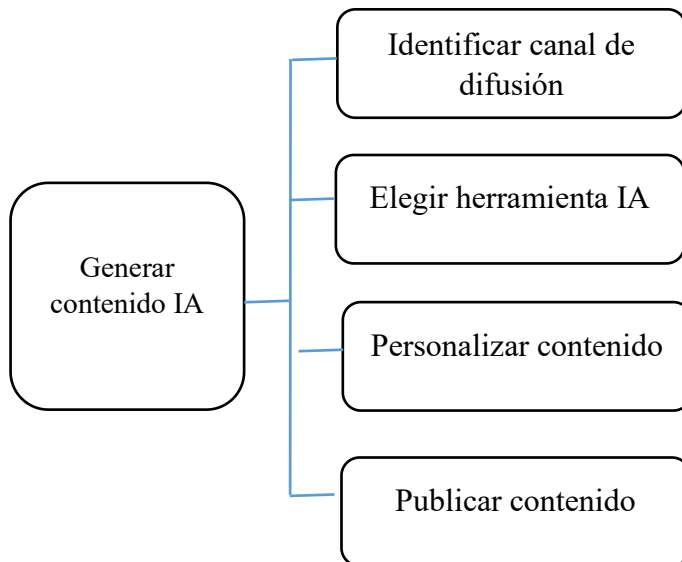


Figura 8. Flujograma generar IA

Fuente: Elaboración propia

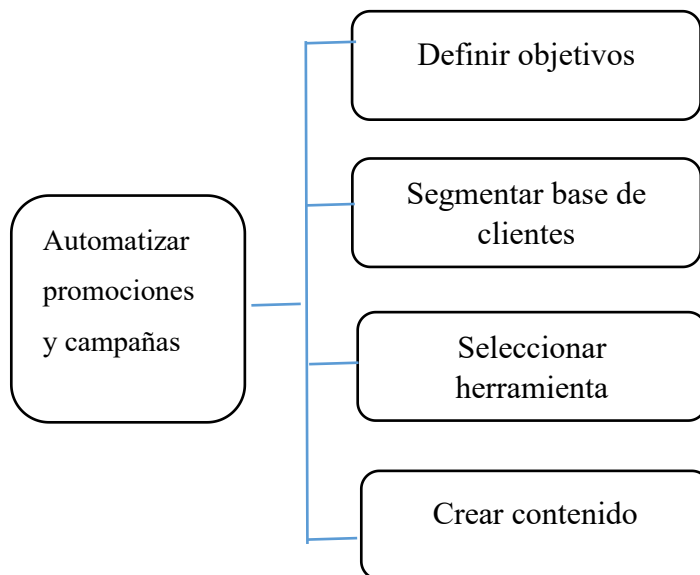


Figura 9. Flujograma Automatizar promociones y campañas personalizadas

Fuente: Elaboración propia

## **6.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1.Conclusiones**

En base a los resultados de la investigación, se las siguientes conclusiones:

Se concluye que Creaciones Bichito enfrenta limitaciones comunes que se dan en pequeños emprendimientos artesanales, tales como la gestión manual de pedidos, la atención al cliente limitada por disponibilidad horaria, baja visibilidad en entornos digitales y la falta de segmentación de sus clientes. Estos factores dificultan el crecimiento de las ventas y reducen la competitividad frente a negocios con presencia digital más estructurada. La encuesta reveló que muchos clientes potenciales esperan respuestas rápidas, opciones de compra online como realizar sus compras a través de redes sociales con un 67%.y una comunicación constante, lo cual evidencia la necesidad de modernizar los canales de atención ya que que un 60% si le gustaría recibir sugerencias de productos según sus gustos.

Durante la investigación se identificaron múltiples herramientas de inteligencia artificial de bajo costo o gratuitas que son apropiadas para pequeños negocios como Creaciones Bichito. Entre ellas destacan los chatbots para atención automatizada, los CRM inteligentes para gestionar relaciones con clientes, los generadores de contenido con IA para redes sociales, y los sistemas de recomendación que permiten ofrecer productos personalizados. Estas herramientas son escalables, intuitivas y no requieren conocimientos avanzados en programación, lo cual facilita su adopción gradual por emprendedores con recursos limitados.

Se diseñó un conjunto de cuatro estrategias innovadoras orientadas a modernizar la gestión comercial de Creaciones Bichito mediante IA, sin comprometer su identidad artesanal. Estas estrategias abarcan desde la automatización de respuestas y segmentación de clientes hasta la creación de contenido optimizado y el análisis de opiniones en redes sociales. La implementación progresiva de estas acciones no solo es factible, sino que también contribuirá a aumentar las ventas, fidelizar a los clientes y mejorar la eficiencia operativa, siempre y cuando se acompañe con capacitación básica y una visión estratégica.

### **6.2. Recomendaciones**

A continuación, se presentan algunas recomendaciones clave para Creaciones Bichito con el objetivo de optimizar sus ventas mediante las estrategias basadas en inteligencia

artificial, manteniendo su autenticidad artesanal y mejorando su competitividad en el mercado digital:

Se recomienda Para superar las limitaciones actuales en ventas y atención al cliente, Digitalizar los canales de comunicación incorporando WhatsApp Business o un chatbot para brindar atención rápida y disponible en todo momento, así como buscar Capacitación en el uso básico de herramientas digitales para mejorar la gestión de pedidos y seguimiento de clientes

También es de vital importancia crear un calendario regular de publicaciones en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes adoptandoprogresivamente las estrategias propuestas, priorizando aquellas que generen mayor impacto con menor inversión, como la automatización de respuestas y la personalización mediante CRM.

Por lo tanto se recomienda mantener siempre la identidad artesanal en la comunicación y en la atención, resaltando el valor único de los productos hechos a mano, iniciando con herramientas gratuitas o de bajo costo como HubSpot CRM o ManyChat para automatizar y organizar la atención al cliente.

## **7 APORTE CIENTÍFICO**

Esta investigación representa un aporte significativo al campo del conocimiento al vincular dos áreas tradicionalmente distantes la artesanía manual y la tecnología basada en inteligencia artificial. El trabajo proporciona un análisis innovador sobre cómo las pequeñas empresas artesanales pueden integrar soluciones tecnológicas de manera accesible, estratégica y ética para mejorar sus procesos comerciales.

El estudio amplía el marco teórico relacionado con el uso de inteligencia artificial en microemprendimientos, especialmente en contextos donde predomina el trabajo manual y personalizado y genera conocimiento aplicable sobre herramientas tecnológicas de bajo costo que pueden ser implementadas por pequeños negocios artesanales, lo que puede servir de base para futuras investigaciones o replicarse en otros casos similares.

Propone un modelo de aplicación gradual y adaptativo, útil para emprendedores que desean transformar digitalmente su negocio sin perder su identidad y Contribuye al estudio interdisciplinario entre áreas como marketing digital, inteligencia artificial, comportamiento del consumidor y sostenibilidad artesanal.

En el plano social, esta investigación busca empoderar a emprendedores artesanales mediante el conocimiento y la aplicación de tecnologías accesibles. En un contexto donde muchos pequeños negocios enfrentan desafíos de visibilidad, ventas y competencia en el mercado digital, este trabajo ofrece alternativas reales para mejorar su sustentabilidad económica sin renunciar a sus valores.

Entre los aportes sociales más relevantes destacan:

- Fortalecimiento de la economía local y familiar, al mejorar la rentabilidad de un negocio artesanal como Creaciones Bichito, promoviendo la independencia financiera y la generación de ingresos sostenibles.
- Promoción de la inclusión digital, al mostrar cómo la inteligencia artificial puede ser una herramienta útil también para emprendedores que no tienen formación tecnológica avanzada.
- Rescate y valorización del trabajo artesanal, ya que lejos de sustituir el trabajo humano, la IA se presenta como una aliada para potenciar su alcance y preservar su valor cultural.
- Fomento de la equidad de género, dado que muchos emprendimientos artesanales están liderados por mujeres, el acceso a herramientas tecnológicas puede representar un paso importante hacia su empoderamiento y autonomía económica.

Esta investigación demuestra que la innovación tecnológica no es exclusiva de las grandes empresas, sino que también puede ser accesible, útil y transformadora para negocios pequeños, tradicionales y creativos como Creaciones Bichito. El equilibrio entre la artesanía y la tecnología es posible, y su integración consciente puede aportar beneficios duraderos a la sociedad y al conocimiento académico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Mateo, L. E. (2024). Inteligencia Artificial y Customer Relationship Management (CRM): Innovaciones y Desafíos. *Business Innova Sciences*, 5(1), 114–130. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13308769>
- Barroso Osuna, J., & Cabero Almenara, J. (2021). *Inteligencia artificial y educación: Retos y posibilidades*. Octaedro.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y desafíos estructurales para su transformación productiva*. Santiago: CEPAL. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf)
- Eurinnova U. T. (2023). *Algoritmos de Recomendación para tu Estrategia de Comunicación*. <https://juanjoselarrea.com/algoritmos-de-recomendacion-para-tu-estrategia-de-comunicacion/>
- Florida Jorge (2022). *La digitalización en emprendimientos locales: Un enfoque práctico para emprendedores creativos*. Editorial santos.
- García Peñalvo, F. J., & Conde González, M. Á. (2020). Inteligencia artificial: Perspectivas desde el ámbito empresarial. *Revista de Educación a Distancia*, 20(62), 1-15. <https://doi.org/10.6018/red.407661>
- Ghosh, A., & Ghosh, S. (2023). Chatbots in Digital Marketing: Enhanced Customer Experience and Reduced Customer Service Costs. En S. S. Raut & V. H. Gaikwad (Eds.), *Artificial Intelligence in Marketing* (pp. 45–66). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-1234-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-981-99-1234-5_3)
- González, A. y Rueda, B. (2021). *gestion empresarial. Gestion de ventas*, , volumen (3), 1-100 <https://juanjoselarrea.com/algoritmos-de-recomendacion-para-tu-estrategia-de-comunicacion/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Dirección de marketing* (15.ª ed.). Pearson Educación.
- Martínez, J. A., & Fernández, E. (2019). *Marketing digital para emprendedores artesanales*. Editorial Emprende.

- Larrea, J. J. (2023, septiembre 23). Algoritmos de Recomendación para tu Estrategia de Comunicación. <https://juanjoselarrea.com/algoritmos-de-recomendacion-para-tu-estrategia-de-comunicacion/>
- Pérez, D. (2022). La digitalización de los pequeños negocios: Un enfoque práctico para emprendedores creativos. Editorial Trillas.
- Russell y Norvig (2021) explican que la inteligencia artificial abarca una amplia gama de técnicas, desde el aprendizaje automático hasta la lógica formal.
- Sánchez, M., & Ramírez, L. (2020). Aplicación de la inteligencia artificial en las micro empresas: Retos y beneficios. *Revista de Emprendimiento e Innovación*, 8(2), 35-47. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3776532>
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2018). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Portfolio Penguin.
- Vargas, R. (2021). Transformación digital de las MYPES: Casos en América Latina. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 16(47), 52-68. <https://doi.org/10.53087/cts.47.v16.n2.03>
- Villegas Ch., W., Guambo Heredia, J., Sánchez-Viteri, S., & Gaibor Naranjo, W. F. (2023). Análisis de sentimiento en redes sociales a través de un marco de Big data. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E56), 638–651.

## ANEXOS

### Guía de entrevista semiestructurada

- 1.- ¿Cuáles considera que son los principales desafíos a la hora de vender productos hechos a mano?
- 2.- ¿Ha utilizado herramientas digitales (redes sociales, tiendas online, chatbots, etc.) para apoyar las ventas de su emprendimiento? ¿Cómo ha sido su experiencia?
- 3.- ¿Qué sabe o ha escuchado sobre inteligencia artificial aplicada al comercio o marketing digital?
- 4.- Desde su punto de vista, ¿cómo podría la inteligencia artificial beneficiar a un emprendimiento artesanal como Creaciones Bichito?
- 5.- ¿Cree que es posible mantener la esencia artesanal de un negocio al mismo tiempo que se incorporan tecnologías avanzadas como la IA? ¿Por qué?
- 6.- ¿Qué preocupaciones o barreras identifica para que un pequeño emprendimiento implemente inteligencia artificial?  
  
(Por ejemplo: costos, falta de conocimientos técnicos, pérdida del trato humano, etc.)
- 7.- ¿Qué tipo de apoyo (capacitación, asesoría, herramientas accesibles) considera que sería útil para que los emprendedores puedan usar IA en sus negocios?
- 8.- ¿Está dispuesto(a) a adoptar tecnologías como la IA si eso ayudara a mejorar la relación con sus clientes o las ventas? ¿Por qué?
- 9.- ¿Qué consejo le daría a otros emprendedores artesanales que están considerando usar herramientas digitales o de inteligencia artificial?

### Cuestionario de encuesta para clientes

Se diseñó un cuestionario mixto con preguntas abiertas y cerradas para ser aplicado a clientes frecuentes o potenciales. Se realizará preferiblemente de forma digital (vía Google Forms o WhatsApp).

- 1.- ¿Con qué frecuencia compra productos artesanales (hechos a mano)?

Frecuentemente

Algunas veces al año

Rara vez

Nunca

2.¿Dónde prefiere comprar este tipo de productos? (Puede marcar más de una opción)

Ferias o mercados locales

Redes sociales (Instagram, Facebook)

Plataformas de venta (Etsy, MercadoLibre, etc.)

Tiendas físicas

Otro: \_\_\_\_\_

3.¿Le gustaría recibir sugerencias personalizadas según sus gustos?

Sí

No

Tal vez

4.¿Cómo se sentiría si un chatbot lo atendiera para consultas o compras?

(1 = nada cómodo, 5 = muy cómodo)

1  2  3  4  5

5.¿Qué tan importante es para usted que el emprendimiento mantenga su esencia artesanal aunque use tecnología?

Muy importante

Medianamente importante

Poco importante

No importa

6.¿Qué valora más cuando compra productos artesanales?

7.¿Qué opina sobre que un emprendimiento como Creaciones Bichito utilice inteligencia artificial para mejorar su atención o ventas?

8.¿Cree que el uso de tecnología puede mejorar su experiencia como cliente? ¿Por qué?

9.¿Qué tipo de mejoras tecnológicas le gustaría ver en un emprendimiento artesanal?

10.¿Alguna recomendación o sugerencia para mejorar el servicio de atención en negocios como Creaciones Bichito?





