Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

Gestión de ingresos y preparación para la IA en pequeñas y medianas empresas B2B: integración entre CRM, procesos y automatización responsable.

Operaciones de ingresos y preparación para la inteligencia artificial en pequeñas y medianas empresas B2B: integración de CRM, procesos y automatización responsable.

Operaciones de generación de ingresos y preparación para la inteligencia artificial en pequeñas y medianas empresas. B2B: Integración de CRM, procesos y automatización responsable

Letícia Santos Ferreira

Administrador especializado en gestión comercial e inteligencia de mercado, con experiencia en datos, rendimiento y estrategia organizativa.

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas B2B suelen adoptar CRM, automatización e inteligencia artificial antes de estabilizar las definiciones, los flujos de trabajo y las responsabilidades. Este artículo presenta una revisión narrativa de la integración de marketing y ventas, las capacidades analíticas, la preparación organizacional para la inteligencia artificial y la gestión de riesgos. Propone una arquitectura educativa para las operaciones de ingresos, organizada en torno a la visibilidad, la estandarización, la integración, la automatización y la inteligencia aplicada.

Este marco no constituye un protocolo validado, una certificación de madurez ni una recomendación de plataforma. Se argumenta que la tecnología ofrece mayor valor cuando se complementa con la gobernanza de datos, el diseño de procesos, la experimentación y la supervisión humana. La preparación debe evaluarse mediante la capacidad de formular usos verificables, monitorear los efectos y detener la automatización inapropiada.

Palabras clave: Gestión de ingresos; CRM; pequeñas y medianas empresas; inteligencia artificial; automatización; marketing B2B.

ABSTRACTO

Las pequeñas y medianas empresas B2B a menudo adoptan CRM, automatización e inteligencia artificial antes de estabilizar las definiciones, los flujos de trabajo y la rendición de cuentas. Esta revisión narrativa examina la integración de marketing y ventas, las capacidades analíticas, la preparación organizacional para la inteligencia artificial,
y gestión de riesgos. Propone una arquitectura educativa de Operaciones de Ingresos organizada en torno a la visibilidad, la estandarización, la integración, la automatización y la inteligencia aplicada. Este marco no constituye un protocolo validado, una certificación de madurez ni una recomendación de plataforma. Se argumenta que la tecnología genera mayor valor cuando se combina con la gobernanza de datos, el diseño de procesos, la experimentación y la supervisión humana. La preparación debe evaluarse mediante la capacidad de definir usos verificables, monitorear los efectos y detener las automatizaciones inadecuadas.

Palabras clave: Gestión de ingresos; CRM; pequeñas y medianas empresas; inteligencia artificial; automatización; marketing B2B.

1. Introducción

Las empresas B2B dependen de la coordinación entre la generación de demanda, las ventas, la implementación,

Relación y retención. Cuando cada función utiliza sus propias definiciones, sistemas y prioridades,

La organización pierde visibilidad del ciclo de ingresos. El problema no se limita a la integración de

herramientas. Implica cumplir con los criterios, las responsabilidades, la calidad de los datos y la capacidad.

aprender de los resultados.

Homburg, Jensen y Krohmer (2008) demuestran que la interfaz entre marketing y ventas puede

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

asumir diferentes configuraciones, con efectos asociados al contexto. La integración no requiere
Eliminar la especialización, pero crear mecanismos de comunicación, estructura y procesos. Ingresos
Las operaciones, o revops, pueden entenderse como una respuesta contemporánea a esta necesidad, que articula las operaciones,
los datos y la tecnología en torno al ciclo de ingresos.1
La inteligencia artificial intensifica el desafío. Las pequeñas y medianas empresas pueden acceder a herramientas.
Las tecnologías avanzadas carecen de datos consistentes, procesos estables o capacidades de monitoreo.
Jöhnk, Weißert y Wyrtki (2021) identifican factores de preparación relacionados con la estrategia, los recursos,
Datos, tecnología y organización. Adoptar una aplicación no equivale a estar preparado para gobernar.
sus efectos.

El objetivo de este artículo es proponer una arquitectura educativa para la preparación en operaciones revolucionarias e inteligencia artificial.
Inteligencia artificial en pequeñas y medianas empresas B2B. El texto no recoge experiencia profesional ni realiza evaluaciones...
La empresa no recomienda ningún proveedor. La contribución radica en integrar la literatura de marketing,
Sistemas de información y gobernanza de la inteligencia artificial en una progresión conceptual que
preservar la experimentación y el control.

2 Metodología

Se realizó una revisión narrativa interdisciplinaria. La selección incluyó artículos sobre interfaces.
marketing y ventas, CRM, automatización, capacidades analíticas, preparación para la inteligencia artificial y
Gestión de riesgos. Se utilizaron documentos de la OCDE y del Instituto Nacional de Normas y Tecnología.
Se incluyeron debido a su relevancia para las pequeñas y medianas empresas y para la gobernanza de la inteligencia artificial. La
redacción observó criterios de claridad y fundamentación de la sanra.2
Las búsquedas conceptuales utilizaron combinaciones de términos como interfaz de marketing-ventas y CRM.
capacidad, operaciones de ingresos, automatización de marketing, capacidad de análisis de big data, preparación para la IA, pymes
Adopción y gestión de riesgos de IA. Fuentes con DOI, publicaciones institucionales y
estudios ampliamente citados. El término revops tiene una literatura académica emergente, por eso
El análisis se construyó integrando campos adyacentes.
La síntesis se organizó en cinco etapas: visibilidad, estandarización, integración, automatización y
Inteligencia aplicada. Estas etapas no representan una escala validada ni una secuencia irreversible.
Se utilizan para examinar las dependencias. Una organización puede automatizar una actividad específica y aun así...
Puede presentar un bajo grado de madurez en la integración del ciclo de ingresos. También puede retroceder a una etapa anterior.

1En este artículo, el término Operaciones de Ingresos se utiliza para referirse a un acuerdo de integración entre procesos, datos, tecnología y responsabilidades a lo largo del ciclo de ingresos, y no para referirse a un puesto de trabajo, software o metodología propietaria.

2Esta revisión narrativa se guió por SANRA, sin puntuación formal ni pretensión de equivalencia con una revisión sistemática.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

Anteriormente, cuando un cambio de estrategia hacía que las definiciones quedaran obsoletas.

Las limitaciones incluyen la heterogeneidad de sectores, métodos y definiciones. Estudios de capacidad

Las organizaciones utilizan con frecuencia medidas autoinformadas y diseños transversales. Evidencia

La investigación sobre inteligencia artificial está evolucionando rápidamente y no respalda porcentajes universales de

productividad. Por lo tanto, el artículo no estima el rendimiento financiero ni atribuye causalidad a una

herramienta específica.

3. Operaciones de ingresos como capacidad de integración

Revops puede entenderse como la capacidad organizacional para alinear procesos, datos,

Tecnología y responsabilidades a lo largo del ciclo de ingresos. Esta definición cambia el enfoque de uno...

Organigrama para la calidad de la interfaz. Marketing, ventas y éxito del cliente se encargan de su mantenimiento.

Tienen diferentes áreas de especialización, pero comparten reglas con respecto a la cuenta, la oportunidad, la etapa, el origen y el valor.

y el resultado. La integración se produce cuando estas reglas permiten la continuidad y el aprendizaje.

La bibliografía sobre la interfaz marketing-ventas demuestra que la colaboración depende de la estructura.

comunicación y orientación compartida. Homburg, Jensen y Krohmer (2008) advierten que

Las configuraciones difieren según el contexto. Una empresa pequeña no necesita replicar departamentos de

Es una organización grande. Sin embargo, necesita dejar claro quién decide los criterios de calificación y quién acepta...

un pasaje y cómo se resuelven los desacuerdos.

Las capacidades de integración también implican velocidad en la toma de decisiones. Las reuniones operativas pueden abordar

Excepciones y capacidad, mientras que los foros estratégicos analizan segmentos, canales y asignación. Mix

Los dos niveles hacen que las emergencias consuman la planificación. Separarlos no significa crear

burocracia, pero protegiendo cuestiones con diferentes perspectivas. La evidencia utilizada en cada foro.

Deben ser compatibles con la decisión.

La responsabilidad compartida no puede significar la ausencia de un propietario. Cada paso requiere...

Es necesario que exista un responsable del proceso, y cada elemento de datos crítico necesita a alguien que se responsabilice de su significado.

Cuando todos pueden cambiar las definiciones, se pierde la comparabilidad. Cuando solo un área puede cambiar las definiciones, se pierde la comparabilidad.

Controlarlo todo genera colas y soluciones paralelas. El diseño debe equilibrar la autonomía local y los estándares.

común.

El resultado esperado no es maximizar una sola tasa, sino mejorar la capacidad de percepción.

Decidir y ejecutar. Esta capacidad puede producir diferentes efectos según la oferta, el mercado y el equipo.

Revops no repara un producto defectuoso ni crea demanda por sí mismo. Su función es hacer que el sistema...

Una receta más visible, coordinada y verificable.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

4. CRM como sistema sociotécnico

El CRM suele ser tratado como un repositorio o una herramienta de ventas. Trainor et al. (2014)
Sin embargo, demuestran que las capacidades de CRM dependen de la combinación de tecnología y sistemas.
Centrado en el cliente. La calidad del resultado involucra personas, procesos y uso. Una implementación
Puede que esté técnicamente disponible, pero seguirá siendo poco informativo cuando los campos no reflejen la
trabajo, o cuando los beneficios son percibidos únicamente por la gerencia.
El diseño debe comenzar con el recorrido y las decisiones. Los objetos, los campos y las etapas representan un...
Modelo de negocio. Los campos excesivos aumentan la carga de trabajo y reducen la exhaustividad; los campos insuficientes
Limitan el análisis. La cuestión no es cuántos datos recopilar, sino qué datos se necesitan para realizar el análisis.
Coordínate y aprende. Cada área necesita un propósito, una persona responsable y un calendario de actualizaciones.
La adopción mejora cuando el sistema reduce el esfuerzo o devuelve valor al usuario. Alertas relevantes,
La información de contexto accesible y la preparación de las reuniones pueden facilitar el trabajo. Demandas irrevocables.
Fomentan los registros tardíos y las hojas de cálculo paralelas. La gobernanza debería ir más allá de la tasa de
No solo el proceso de llenado, sino también el uso real, el tiempo que lleva y la calidad. La capacitación debe explicar...
el proceso y no solo la interfaz.
Los datos heredados requieren procesamiento antes de la migración. Duplicados, nombres conflictivos y...
Los registros inactivos pueden transferirse a la nueva plataforma y comprometer las automatizaciones.
La limpieza no es un proceso que se realiza una sola vez. También se necesitan reglas de deduplicación, validación y archivado.
Continúe después del despliegue. El código fuente debe conservarse para que las correcciones sean reproducibles.
Las integraciones aumentan la utilidad y reducen el riesgo. Marketing, facturación, soporte y producto pueden compartir recursos.
La información es importante, pero las sincronizaciones requieren precedencia, frecuencia y manejo de errores. Una
Un campo actualizado en dos sistemas sin una regla de autoridad genera un conflicto silencioso. La arquitectura
Debe declarar el sistema de registro, flujo y contingencia.

5 Métricas de embudo y economía de la decisión

Las métricas de ingresos deben representar estados y transiciones. Volumen por paso, conversión, tiempo,
El valor y la pérdida ofrecen perspectivas diferentes. Un embudo agregado puede ocultar segmentos y cohortes.
Las comparaciones deben mantener los criterios de entrada y salida. Si la definición de oportunidad cambia,
La tasa histórica ya no es directamente comparable. La transparencia con respecto al cambio es más importante.
esa aparente continuidad.
La atribución de marketing se ve limitada por la multiplicidad de contactos y la ausencia de contrafactuales.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
IRCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

Los modelos de primer contacto o último contacto distribuyen el crédito según la regla; no muestran...
Causalidad. Los experimentos, cuando son factibles, ofrecen pruebas más sólidas, pero requieren un diseño cuidadoso y...
tamaños apropiados. En su ausencia, el lenguaje debe distinguir entre asociación, contribución y efecto.
estimado.

La eficiencia debe tener en cuenta el costo del servicio y la capacidad. Aumentar los clientes potenciales sin la capacidad para...
El seguimiento puede reducir las tasas de conversión y empeorar la experiencia del cliente. Automatizar los contactos puede...
Incrementar el volumen y reducir los rechazos. Las métricas deben conectar la adquisición, la productividad, la calidad y...
retención. El objetivo es optimizar el sistema, no transferir la presión de una etapa a otra.
La previsión empresarial depende de los criterios de la etapa, el historial y el comportamiento. Probabilidades
Las plantillas estandarizadas pueden facilitar la agregación, pero no sustituyen la revisión de la cartera de proyectos.
Los datos estadísticos pueden complementar el juicio y deben evaluarse fuera de la muestra. Los escenarios resultan útiles.
representa la incertidumbre y la dependencia de pocas oportunidades.
La presupuestación y la priorización deben vincular la inversión con la hipótesis y la evidencia. Proyectos de
La tecnología puede evaluarse en función de la reducción de riesgos, el tiempo ahorrado, la calidad y la capacidad.
La toma de decisiones, además de los ingresos. No todos los beneficios son inmediatamente monetizables, pero todo proyecto debería tener alguno.
mecanismo de verificación.

6. Diseño de automatización y control comercial

Järvinen y Taiminen (2016) analizan cómo la automatización puede integrar el marketing de contenidos y
Ventas B2B. El potencial depende de procesos que transformen la interacción en acciones relevantes.
Automatizar la entrega sin comprender la intención aumenta el ruido. El diseño debe especificar el público objetivo.
Disparador, contenido, frecuencia, resultado y responsabilidad por excepciones.
Las automatizaciones de enrutamiento, recordatorios y enriquecimiento pueden reducir los tiempos de espera, pero requieren...
Pruebas. Se deben simular los casos límite antes de la activación. Entornos de prueba, muestras y lanzamiento.
Los controles graduales reducen el impacto. Los registros permiten reconstruir qué regla estaba vigente. Sin estos controles,
Una vulnerabilidad puede permanecer invisible hasta que afecte a un gran número de cuentas.
La automatización debería ofrecer un mecanismo de pausa y reversión. Propietario, condición de interrupción y
Es necesario definir planes de contingencia. Una integración crítica no debe depender de una sola persona.
o credenciales sin sucesión. La gestión del cambio debe evaluar los efectos posteriores. Cambio menor
Las prácticas profesionales pueden plantear problemas relacionados con la presentación de informes, la remuneración o la comunicación.
La experiencia del cliente necesita integrar el control. Frecuencia, consentimiento, preferencia y
El contexto afecta la legitimidad. La eficiencia interna no justifica el contacto inapropiado. Indicadores de
La entrega debe combinarse con la cancelación de la suscripción, las quejas y las respuestas. La gobernanza debe evitar

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

que los objetivos de actividad fomentan el volumen sin relevancia.

La mejora continua requiere una revisión de las reglas. Una automatización creada para una cartera puede convertirse en...

Insuficiente tras un cambio de producto o segmento. Inventario de automatizaciones, responsables y último recurso.

Las revisiones ayudan a prevenir flujos huérfanos. La desactivación también es una capacidad de gestión.

7. Preparación para la inteligencia artificial

Jöhnk, Weißert y Wyrtki (2021) describen la preparación para la inteligencia artificial como un conjunto de

Factores estratégicos, organizativos, tecnológicos y relacionados con los datos. Esta perspectiva impide...

Reducir la disposición para la compra de herramientas. Una organización necesita identificar el problema.

Calidad, responsabilidad, riesgo y competencia requeridas. El uso debe ser compatible con el objetivo y...

la capacidad de supervisar.

La OCDE (2025) señala que la adopción de inteligencia artificial por parte de las pequeñas y medianas empresas

Sigue siendo inferior a la de las empresas más grandes y está condicionada por las habilidades, los datos y la infraestructura.

y financiación. Las herramientas generativas reducen las barreras de acceso, pero no las eliminan.

La necesidad de gobernanza. La facilidad de uso puede ampliar la adopción informal antes de que se cumplan los criterios.

Se definen la seguridad y la validación.

El Marco de Gestión de Riesgos de IA del NIST organiza la gestión en gobernar, mapear, medir y administrar.3 Estas funciones pueden orientar

Usos de los ingresos. La gobernanza define roles y tolerancia; el mapeo describe el contexto y los afectados; la medición

Evalúa el desempeño y el riesgo; la gerencia prioriza la respuesta y el monitoreo. El marco es voluntario y

Esto no sustituye la legislación específica, los contratos ni las evaluaciones.

Los casos iniciales deben ser limitados, reversibles y verificables. Resumen de cuenta, clasificación asistida.

Las sugerencias para las próximas acciones pueden someterse a revisión humana. El uso influye en el precio y el acceso.

o evaluar a las personas requiere controles más estrictos. La elección debe considerar el daño potencial,

Dependencia y capacidad de contestación.

La figura 1 presenta una progresión conceptual de la madurez. La visibilidad y la estandarización preceden...

La integración y la automatización aumentan la escala; la inteligencia aplicada requiere supervisión. El progreso no es

Se trata de una certificación. Los errores en los datos o en el proceso pueden requerir volver a una etapa anterior.

La versión 1.0 del Marco de Referencia de Materiales (RMF) para IA del NIST seguía publicada al 24 de agosto de 2026 y se encontraba en proceso de revisión. La versión actual deberá revisarse nuevamente en la fecha de presentación.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

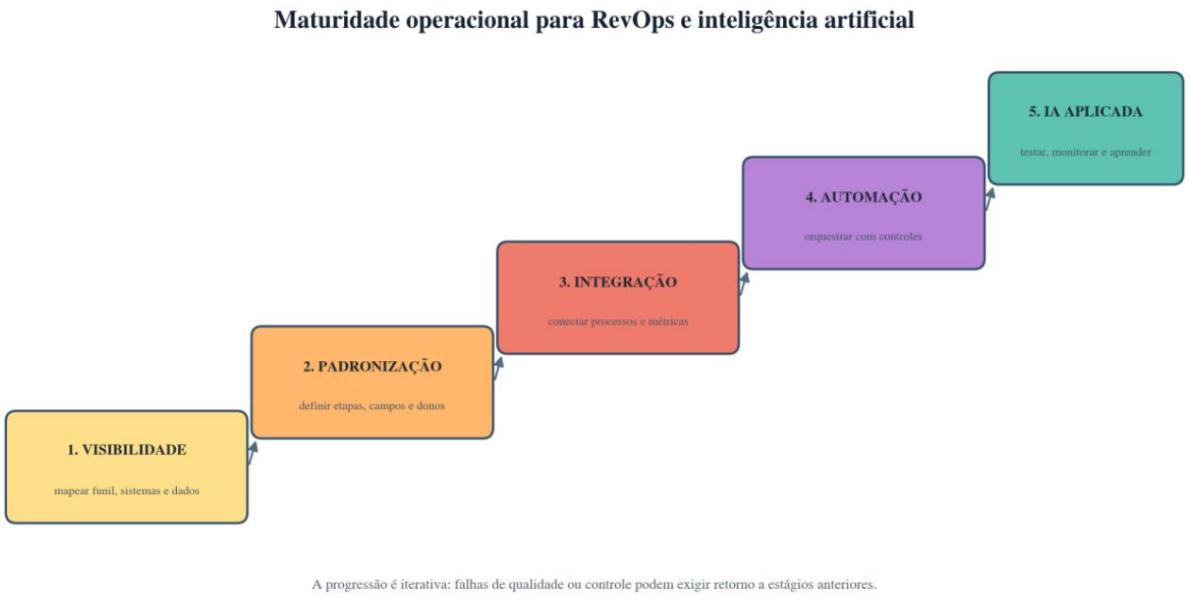

Figura 1. Progresión conceptual de la madurez para RevoOps e inteligencia artificial.

Fuente: elaboración propia con base en Homburg, Jensen y Krohmer (2008), Jöhnk, Weißert y Wyrtki (2021) y NIST (2023).

8. Habilidades analíticas, liderazgo y aprendizaje.

Mikalef et al. (2020) relacionan las capacidades de análisis de big data con el rendimiento a través de capacidades dinámicas. La implicación es que la tecnología produce valor cuando nos permite percibir Oportunidades, movilización de recursos y reconfiguración de procesos. Poseer una herramienta no es lo mismo que tener... Capacidad. Las personas, las prácticas y los recursos complementarios determinan el resultado.

El liderazgo debe traducir la estrategia en una cartera de iniciativas. Los criterios pueden incluir impacto, riesgo, Esfuerzo, dependencia y aprendizaje. Muchos proyectos simultáneos fragmentan la atención y dificultan... Estabilización. Una cartera pequeña, con supuestos claros y responsables definidos, facilita la evaluación.

Las decisiones de paralizar proyectos deben reconocerse como un acto de disciplina, no como un fracaso. automático.

Los equipos interdisciplinarios reducen las brechas entre los negocios y la tecnología. Marketing, ventas, operaciones, Los profesionales de datos, seguridad y derecho pueden participar dependiendo del riesgo que implique. La participación no significa que todos... Decidirlo todo. Es necesario definir los roles y los periodos de evaluación. La diversidad de perspectivas. Ayuda a identificar efectos que un equipo homogéneo podría pasar por alto.

La formación debe combinar conocimientos sobre datos, diseño de procesos, experimentación y asunción de riesgos.

Los usuarios deben reconocer las limitaciones del modelo y proporcionar comentarios. Expertos técnicos

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

Necesitan comprender el ciclo de ingresos. Los líderes deben interpretar las métricas y evitar fijar objetivos poco realistas.
inducir manipulación. El aprendizaje ocurre cuando la organización altera su práctica en respuesta a
evidencia.

La implementación proporcional puede comenzar con un flujo crítico. Se planifican los pasos, los datos y otros elementos.
Sistemas, fallos y decisiones. A continuación, se selecciona una mejora cuantificable y se prueba a gran escala.
Es limitado y está supervisado. La expansión se produce cuando se demuestran los controles y los beneficios.
Este método reduce la brecha entre la ambición tecnológica y la capacidad operativa.

Conclusión

Las operaciones de ingresos pueden entenderse como la capacidad de integrar el ciclo de ingresos, y no
Podría tratarse simplemente de una reorganización de puestos o la adquisición de una plataforma. Su valor reside en su coherencia.
entre procesos, datos, tecnología y responsabilidad. La visibilidad resultante permite el diálogo.
Cuellos de botella y decisiones basadas en definiciones compartidas.
La interfaz entre marketing y ventas requiere mecanismos adaptados al contexto. Especialización
La integración continua es necesaria, pero los pasos y criterios deben estar claros. Integrar no significa eliminar.
Diferencias. Significa crear las condiciones para que se produzca coordinación en lugar de conflicto.
permanente.
El CRM es un sistema sociotécnico. Su diseño representa la empresa e influye en el comportamiento.
Los campos, los pasos y las integraciones deben reducir la ambigüedad y ofrecer valor a los usuarios. Adopción
Los procesos formales que carecen de calidad de uso generan datos frágiles y limitan cualquier automatización posterior.
Las métricas del embudo deben preservar la cohorte, el denominador y la definición. La atribución no debe ser...
Presentado como causalidad automática. Las predicciones requieren validación y escenarios. Decisiones de
Las inversiones deben tener en cuenta la capacidad, la experiencia y el riesgo, no solo el volumen de actividad.
La automatización puede aumentar la coherencia y la productividad, pero multiplica los errores cuando las reglas son...
Inadecuado. Las pruebas, la grabación, la pausa y la reversión son componentes del diseño. La experiencia de
La satisfacción del cliente y la capacidad de impugnar problemas son partes integrales de la evaluación de la calidad.
La preparación para la inteligencia artificial es una condición organizacional, no un estado binario. Estrategia, datos,
Las personas, la tecnología y la gobernanza deben ser compatibles con el uso. Limitar los casos iniciales y
Los métodos verificables fomentan el aprendizaje. Los usos de mayor impacto requieren más controles y supervisión.
robusto.

La arquitectura propuesta es didáctica y no ha sido validada empíricamente. La revisión narrativa no permite
Para estimar el retorno financiero o el efecto causal. La aplicación requiere evaluación local, requisitos legales,
seguridad y participación de las zonas afectadas. Ninguna pasantía debe ser tratada como certificación de

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google

Año VII, vol. 2, 2026 | Envío: 14 de julio de 2026 | Aceptación: 17 de julio de 2026 | Publicación: 20 de julio de 2026

madurez.

Futuras investigaciones podrían desarrollar medidas para integrar revops, comparando configuraciones en pequeñas y medianas empresas y evaluar los efectos longitudinales de la automatización. También es necesario Estudios sobre la calidad de la supervisión humana, la controversia y la relación con la preparación organizacional. y los resultados de la inteligencia artificial.

REFERENCIAS

Baethge, C.; Goldbeck-Wood, S.; Mertens, S. Sanra, una escala para la evaluación de la calidad de los artículos de revisión narrativa. Research Integrity and Peer Review, vol. 4, art. 5, 2019. DOI: 10.1186/s41073-019-0064-8.

Homburg, C.; Jensen, O.; Krohmer, H. Configuraciones de marketing y ventas: una taxonomía. Journal of Marketing, vol. 72, n.º 2, págs. 133-154, 2008. Doi: 10.1509/jmkg.72.2.133.

Järvinen, J.; Taiminen, H. Aprovechar la automatización del marketing para el marketing de contenidos b2b. Gestión de Marketing Industrial, vol. 54, pág. 164-175, 2016. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.07.002.

JÖHNK, J.; weißert, M.; WYRTKI, K. Preparados o no, la IA llega: un estudio de entrevistas sobre los factores de preparación organizacional para la IA. Business & Information Systems Engineering, vol. 63, págs. 5-20, 2021. DOI: 10.1007/s12599-020-00676-7.

MIKALEF, P. et al. Explorando la relación entre la capacidad de análisis de big data y el desempeño competitivo: los roles mediadores de las capacidades dinámicas y operativas. Information & Management, vol. 57, n.º 2, art. 103169, 2020. DOI: 10.1016/j.im.2019.05.004.

NIST. Marco de gestión de riesgos de inteligencia artificial, AI RMF 1.0. Gaithersburg: Instituto Nacional de Estándares y Tecnología, 2023. DOI: 10.6028/NIST.AI.100-1.

OCDE. Adopción de la IA por parte de las pequeñas y medianas empresas. París: Publicaciones de la OCDE, 2025. DOI: 10.1787/426399c1-en.

TRAINOR, KJ et al. Uso de la tecnología de redes sociales y rendimiento de la relación con el cliente: un examen basado en capacidades del CRM social. Journal of Business Research, vol. 67, n.º 6, pág. 1201-1208, 2014. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.05.002.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.