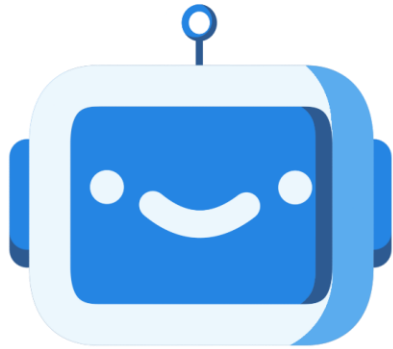
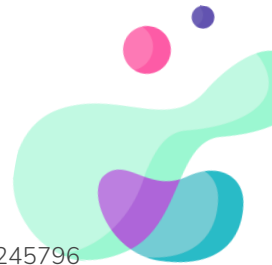
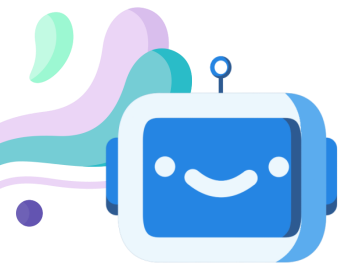




Co-funded by  
the European Union



# Bots4Business



# Paquete de trabajo n.º 2

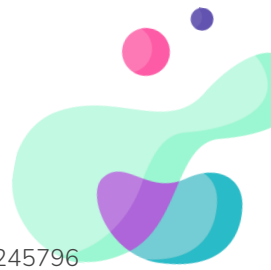
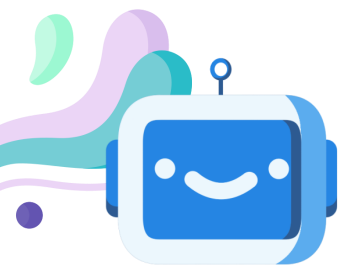
## Biblioteca de casos: España

### 1. Contexto español

La integración de la inteligencia artificial (IA) en las pequeñas y medianas empresas (pymes) españolas avanza de forma lenta pero constante. El interés ha aumentado notablemente en los últimos años, sobre todo con el auge de las herramientas de IA generativa accesibles, pero su adopción real sigue siendo limitada y desigual. Aunque algunas pymes han comenzado a explorar aplicaciones específicas, para muchas el uso de la IA sigue siendo un área emergente y experimental, más que un pilar estratégico.

La mayor parte de la adopción de la IA en las pymes españolas se produce a través de plataformas de terceros con funciones de IA integradas. Entre ellas se incluyen sistemas CRM, herramientas de automatización de marketing, software de diseño y plataformas de productividad. Este enfoque indirecto permite a las empresas beneficiarse de la IA sin necesidad de desarrollo interno ni de profundos conocimientos técnicos. Los usos más comunes son la automatización del servicio de atención al cliente a través de chatbots, la creación de contenidos asistida por IA para el marketing digital, la gestión de documentos y la automatización de procesos en finanzas o administración. Sectores como los servicios digitales, el comercio electrónico, la educación y las comunicaciones se encuentran entre los más activos en esta fase inicial de integración de la IA.

A pesar de la creciente concienciación, las pymes se enfrentan a varios obstáculos. Una de las principales barreras es la falta de conocimientos internos o de personal cualificado para evaluar, implementar y escalar soluciones de IA de forma eficaz. Muchas empresas dependen de un soporte informático limitado y se muestran cautelosas a la hora de invertir en tecnologías cuyo rendimiento puede parecer incierto. La resistencia cultural también influye: la IA se considera a veces disruptiva, ya que puede afectar a las funciones y requerir flujos de trabajo desconocidos. Además, las preocupaciones legales y éticas, especialmente en torno a la privacidad de los datos y la transparencia de los algoritmos, contribuyen a un enfoque conservador.



Para abordar estas carencias, España ha puesto en marcha varias iniciativas públicas destinadas a impulsar la transformación digital entre las pymes. El programa «Kit Digital», por ejemplo, ofrece ayuda financiera y servicios de asesoramiento a las pequeñas empresas que adoptan herramientas digitales, incluidos los sistemas basados en IA. Los centros de innovación nacionales y regionales, especialmente en ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, también promueven el intercambio de conocimientos, la experimentación con la IA y el acceso a redes de colaboración. A mayor escala, programas de la Unión Europea como Horizonte Europa y Europa Digital ofrecen financiación, apoyo técnico y marcos de innovación para las pymes de todos los Estados miembros, incluida España.

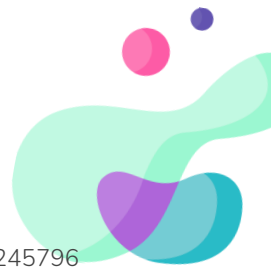
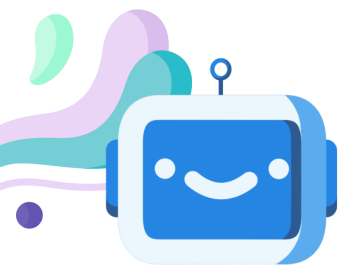
De cara al futuro, se espera que el uso de la IA en las pymes españolas se expanda considerablemente. La creciente disponibilidad de herramientas fáciles de usar, combinada con la creciente presión del mercado para innovar, está creando un entorno más favorable para su adopción. Paralelamente, las generaciones más jóvenes que acceden a puestos directivos suelen tener más conocimientos digitales y estar más abiertas a la experimentación. Sin embargo, para garantizar una adopción generalizada y responsable, será esencial invertir en formación, promover casos de éxito y proporcionar a las pymes hojas de ruta claras y prácticas. Sin ese apoyo, se corre el riesgo de que solo una pequeña parte de las pymes se beneficie plenamente de la transición a la IA, lo que ampliaría la brecha entre los innovadores y los que se quedan atrás.

La IA no debe considerarse una tecnología lejana o exclusiva, sino más bien un aliado accesible que, cuando se aplica de forma reflexiva, puede ayudar a las pequeñas empresas a aumentar su productividad, mejorar la toma de decisiones y ofrecer servicios más personalizados y competitivos.

## 2. Casos prácticos

<b>PYME nº 1</b>	<b>TÍTULO DEL CASO:</b>	Ecosistema de producción y desarrollo de contenidos mejorado con IA en Clictic		
	<b>Nombre de la pyme:</b>	Clictic S.L.		
	<b>Número de empleados:</b>	38	<b>Años en funcionamiento:</b>	18
	<b>Sector:</b>	Producción de contenidos audiovisuales, sitios web y aplicaciones.		





## 1. Descripción general y contenidos

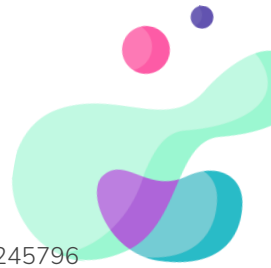
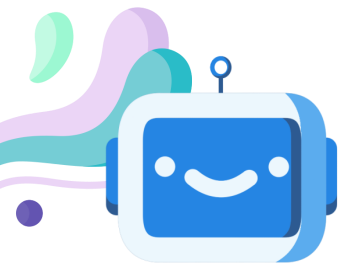
Clictic ha implementado una amplia estrategia de IA para transformar sus capacidades de producción de contenidos. Esto incluye la creación de herramientas propias, como un panel de control modular de IA y un asistente de contenidos jurídicos, así como la integración de tecnologías de IA generativa de vanguardia para mejorar la calidad, la flexibilidad y la escalabilidad de toda su cartera de productos digitales.

## 2. Antecedentes

Clictic es una empresa de servicios digitales especializada en el diseño y desarrollo de sitios web, aplicaciones móviles y contenidos multimedia. Fundada con una fuerte orientación creativa y tecnológica, la empresa ha crecido en un mercado cada vez más exigente, tanto en términos de plazos de entrega como del nivel de personalización e interactividad que se espera de los productos digitales. En España, al igual que en gran parte de Europa, las pymes y las instituciones están experimentando una transformación digital acelerada, lo que ha provocado un fuerte aumento de la necesidad de soluciones digitales de alta calidad, adaptables y receptivas. Este cambio ha afectado especialmente a sectores como la educación, la comunicación pública, el comercio electrónico y el marketing digital, precisamente las áreas en las que opera Clictic.

En este panorama en constante evolución, los clientes esperan cada vez más contenidos que no solo sean técnicamente sólidos, sino también visualmente atractivos, actualizados y adaptados a públicos específicos. El modelo tradicional de producción manual y flujos de trabajo lineales ha demostrado ser insuficiente para satisfacer estas expectativas a gran escala. Como resultado, Clictic se enfrentó al doble reto de aumentar su capacidad de producción y, al mismo tiempo, mantener —o incluso mejorar— la calidad creativa y técnica de sus productos. Al mismo tiempo, la empresa estaba decidida a evitar un aumento insostenible de los costes o una dilución de su identidad de marca.

En respuesta, Clictic inició un cambio estratégico hacia la integración de la inteligencia artificial (IA) en sus procesos creativos y de producción básicos. El objetivo no era solo automatizar las tareas repetitivas, sino dotar a sus equipos de herramientas flexibles e inteligentes capaces de mejorar la ideación, la generación de contenidos y la implementación técnica. Con ello, la empresa pretendía crear una cartera más ágil, escalable y competitiva que pudiera responder rápidamente a las necesidades de los clientes, al tiempo que se mantenía un alto nivel de originalidad y excelencia técnica. Esta transición ha permitido a Clictic posicionarse no solo como proveedor de servicios, sino como socio innovador para sus clientes, capaz de adaptarse y anticiparse a las nuevas demandas de la economía española, en rápida digitalización.



### 3. Enfoque e implementación

El enfoque de Clictic combinó el uso de herramientas de IA de terceros líderes con el desarrollo de plataformas propias para adaptar la experiencia de IA a sus necesidades operativas.

Entre sus principales desarrollos y herramientas de IA se incluyen:

1) DASHBOARD AI: una plataforma interna diseñada para generar módulos de contenido digital reutilizables y flexibles que se adaptan a diferentes productos basados en IA. Acepta documentos de Word como entrada, lo que permite a los usuarios guiar directamente la salida de la IA. El sistema también preformatea las entradas para mejorar la claridad de las indicaciones y aumentar la calidad y la relevancia del contenido generado.

2) Opogenia: una herramienta de IA propia que ofrece análisis de contenido jurídico actualizado y específico, especialmente para plataformas educativas destinadas a la formación de futuros empleados públicos. Opogenia no solo recupera las actualizaciones jurídicas pertinentes, sino que también recomienda contenido relacionado, lo que la convierte en un asistente de contenido inteligente para los equipos de productos educativos.

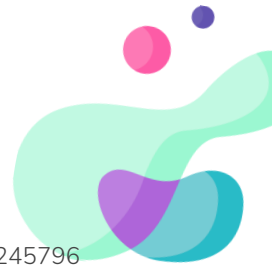
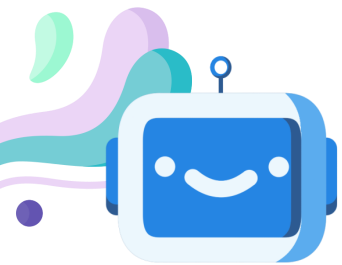
3) Herramienta interna que utiliza la API de OpenAI: El departamento de contenido está desarrollando actualmente un nuevo sistema interno basado en la API de OpenAI para modernizar y optimizar sus flujos de trabajo. El sistema se está diseñando desde cero teniendo en cuenta la modularidad y la escalabilidad. Cada tarea se está prototipando, probando y documentando para permitir la independencia y el mantenimiento en el futuro.

Herramientas de terceros utilizadas en los flujos de trabajo:

- Generación y revisión de texto: ChatGPT (OpenAI), Perplexity.
- Generación de vídeos e imágenes: Pictory.AI, Adobe Creative Suite, HeyGen (generación de vídeos con avatares de IA).
- Generación de música con IA para redes sociales: Suno.

Proceso de implementación:

El proceso de implementación comenzó con una auditoría exhaustiva de los flujos de trabajo existentes para identificar las tareas repetitivas y que requieren mucho tiempo que podrían beneficiarse de la automatización o el apoyo de la IA. Basándose en este análisis, el equipo seleccionó las herramientas adecuadas e inició la creación de prototipos internos utilizando ciclos de iteración ágiles, lo que permitió realizar ajustes y aprender rápidamente. Se desarrollaron paneles de control y canales de contenido personalizados utilizando una combinación de API y tecnologías sin código o con poco código, lo que facilitó la integración con los sistemas existentes y mantuvo la flexibilidad. A lo largo del proceso, se incorporó gradualmente a los miembros del equipo, lo que creó un ciclo continuo de retroalimentación interna que sirvió de base para las mejoras y fomentó la adopción. Al mismo tiempo, se



elaboró documentación sistemática para garantizar la escalabilidad, la modularidad y la independencia a largo plazo de las soluciones que se estaban desarrollando.

No se necesitaron asociaciones externas importantes más allá del uso de API y plataformas externas.

#### 4. Resultados e impacto

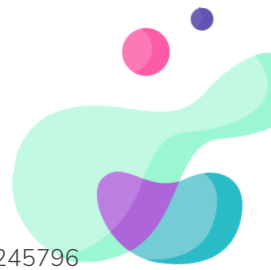
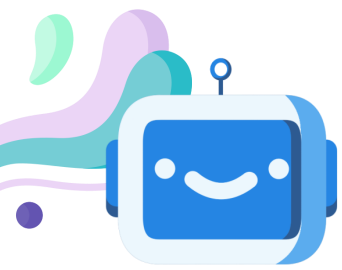
La estrategia de IA de Clictic ya ha producido resultados cuantificables, que han redimensionado tanto la variedad y la calidad de sus productos como la eficiencia del proceso de producción interno aplicado a su producción:

- Los tiempos de producción se han reducido en más de un 35 %, especialmente en la creación de contenidos y la elaboración de prototipos en las primeras fases.
- La diversidad y la personalización de los contenidos han aumentado significativamente, lo que ha permitido a Clictic ofrecer propuestas más ricas y atractivas a sus clientes.
- La calidad de los resultados de los sistemas de IA ha mejorado gracias a la ingeniería de prompts estructurados y al sistema de formateo de entradas del DASHBOARD.
- Opogenia ha proporcionado una ventaja estratégica en el nicho jurídico-educativo, permitiendo a Clictic cumplir con las exigencias normativas y de actualización de contenidos de forma más eficaz que los procesos manuales.
- El desarrollo de una herramienta de contenido interna personalizada ya ha mejorado la agilidad y está sentando las bases para la futura independencia de las plataformas de terceros.

#### 5. Lecciones aprendidas

A lo largo del proceso de implementación surgieron varias ideas importantes. Una de las más claras fue la importancia de la personalización: aunque las herramientas de IA estándar pueden aportar un valor inicial, a menudo se quedan cortas a la hora de abordar las necesidades y los flujos de trabajo específicos de un entorno de producción creativa. El desarrollo de sistemas internos adaptados a casos de uso bien definidos resultó mucho más eficaz, ya que permitió una mayor flexibilidad y un valor a largo plazo.

Una segunda lección clave se refería a la estructuración de las entradas: un formato cuidadoso de las indicaciones y unos flujos de entrada bien diseñados eran esenciales para obtener resultados coherentes y de alta calidad de los modelos de IA generativa. Igualmente importante era el factor humano: la integración de la IA en los equipos creativos requería tiempo y un enfoque reflexivo. El escepticismo inicial del personal se superó gradualmente demostrando claramente las ventajas prácticas de las herramientas de IA e involucrando a los miembros del equipo directamente en la configuración de la evolución de dichas herramientas.



Por último, el equipo reconoció la ventaja estratégica de diseñar sistemas modulares desde el principio. Aunque la creación de herramientas escalables y reutilizables exige tiempo y profundos conocimientos técnicos, especialmente cuando se pretende reducir la dependencia de API de terceros o plataformas propietarias, las ventajas a largo plazo en términos de flexibilidad, independencia y sostenibilidad quedaron claras desde el principio.

## 6. Orientaciones futuras

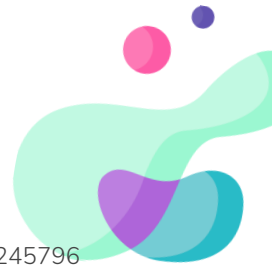
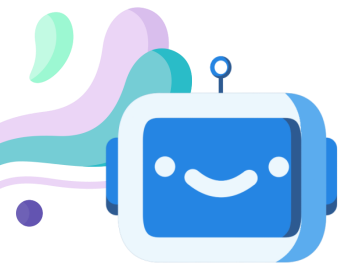
De cara al futuro, Clictic ha trazado una hoja de ruta clara para ampliar y consolidar su estrategia de IA. Una de sus principales prioridades es el desarrollo continuo de su sistema de contenido interno modular, con el objetivo de lanzar una versión totalmente operativa que sea reutilizable, escalable e independiente, capaz de dar soporte a diversos equipos y productos en toda la organización. Paralelamente, la empresa tiene previsto ampliar las capacidades de Opogenia, su herramienta de IA para interpretar y recomendar contenidos relacionados con la legislación del sector público. El objetivo es ampliar su cobertura de conocimientos y comenzar a integrarla en plataformas de aprendizaje electrónico en vivo para prestar un mejor servicio a los usuarios que se preparan para el empleo público.

También se prevén nuevas mejoras en el AI DASHBOARD, que se potenciará para admitir formatos multimedia adicionales y permitir flujos de trabajo de edición colaborativa en tiempo real. En una línea más experimental, Clictic está empezando a explorar el uso de la IA para la personalización dinámica de la experiencia del usuario y la adaptación de contenidos en tiempo real en sitios web y aplicaciones, lo que abre nuevas vías para el diseño interactivo y adaptado al público.

Estos esfuerzos continuos no solo refuerzan las capacidades internas de Clictic, sino que también posicionan a la empresa como un punto de referencia para las mejores prácticas en la implementación de la IA dentro del sector de los servicios creativos y digitales, especialmente para los equipos ágiles que buscan crecer sin comprometer la calidad o la adaptabilidad.

<b>PYME nº 2</b>	<b>TÍTULO DEL CASO:</b>	IA para optimizar el contacto inicial en campañas publicitarias		
	<b>Nombre de la PYME:</b>	Bootcamp Formación y Consultoría S.L.		
	<b>Número de empleados:</b>	12	<b>Años en funcionamiento:</b>	3
	<b>Sector:</b>	Servicios empresariales		





## 1. Resumen y contenido

Este caso describe cómo la empresa Bootcamp implementó una solución de inteligencia artificial para realizar llamadas iniciales automatizadas a personas interesadas en sus campañas publicitarias, clasificarlas por nivel de interés y derivarlas de manera eficiente al equipo de telemarketing. El objetivo era optimizar el flujo de trabajo de ventas y los tiempos de respuesta.

## 2. Antecedentes

Bootcamp es una dinámica empresa de servicios de marketing y tecnología especializada en proporcionar soluciones digitales y de marketing para respaldar una amplia gama de operaciones comerciales. Con un equipo de 12 profesionales, además de un servicio externalizado de telemarketing y back office, y tres años de crecimiento constante, Bootcamp ha acumulado una sólida trayectoria en la entrega de herramientas y aplicaciones personalizadas que mejoran el rendimiento empresarial. La empresa se centra en la optimización de los procesos de marketing.

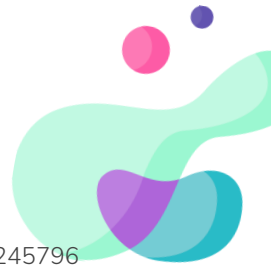
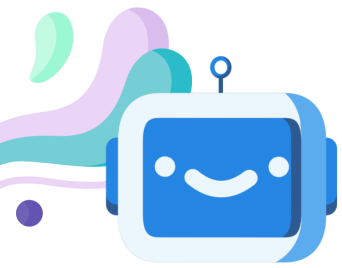
La empresa identificó ineficiencias en la gestión y calificación de grandes volúmenes de clientes potenciales procedentes de campañas de marketing, lo que provocaba retrasos y pérdida de oportunidades. El objetivo principal era agilizar el proceso de calificación de clientes potenciales, reducir la carga de trabajo manual de los agentes de telemarketing y mejorar las tasas de conversión.

## 3. Enfoque e implementación

Bootcamp desarrolló e implementó una IA especializada, que incluye lenguaje natural, procesamiento (NLP) y reconocimiento de voz automatizado, para crear un sistema de llamadas impulsado por IA que se aplica en sus procesos empresariales y servicios de marketing ofrecidos a socios y clientes.

Este sistema inicia las primeras llamadas de contacto con los clientes potenciales, lleva a cabo una interacción estructurada para evaluar su interés y sus necesidades, y clasifica los clientes potenciales en consecuencia. La implementación siguió estos pasos clave:

- Diseño y entrenamiento de modelos de IA basados en datos históricos de interacción con clientes potenciales.
- Integración con las plataformas de CRM y telemarketing existentes para una transferencia fluida de clientes potenciales.
- Pruebas piloto con campañas seleccionadas para perfeccionar el comportamiento y la precisión de la IA.
- Despliegue completo junto con una supervisión continua y mejoras iterativas.



Al implementarlo en sus servicios de marketing habituales, la colaboración con sus equipos de telemarketing fue esencial para alinear los guiones de interacción de la IA y los criterios de clasificación.

De esta manera, han pasado de lo que solía ser un primer contacto rutinario y sistemático a centrarse en el trabajo puramente comercial o administrativo.

#### 4. Resultados e impacto

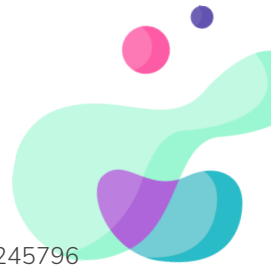
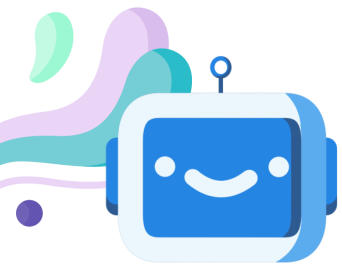
El sistema de IA se encargó de la calificación inicial de más del 80 % de los clientes potenciales entrantes, lo que redujo la carga de trabajo de los agentes de telemarketing en aproximadamente un 40 %. La precisión en la clasificación de los clientes potenciales superó el 85 %, lo que garantizó un enrutamiento de alta calidad. Esta automatización aceleró los tiempos de respuesta, lo que se tradujo en un aumento del 20 % en las tasas de conversión de los clientes potenciales calificados y en una reducción significativa de los costes operativos asociados a las llamadas manuales.

#### 5. Lecciones aprendidas

Entre las ideas clave se encontraba la importancia de alinear los guiones de llamadas de IA con los flujos de trabajo de telemarketing y actualizar continuamente los modelos de IA con nuevos datos de interacción. Surgieron retos a la hora de gestionar las diversas respuestas de los clientes y garantizar la adaptabilidad de la IA, que se abordaron mediante una formación incremental y mecanismos de retroalimentación con intervención humana. La colaboración temprana con los equipos de ventas resultó fundamental para la aceptación y el uso eficaz del sistema de IA.

#### 6. Orientaciones futuras

Bootcamp tiene previsto ampliar la solución de IA mediante la expansión de sus capacidades lingüísticas y la integración de análisis predictivos para dar prioridad a los clientes potenciales con mayor probabilidad de conversión. El desarrollo posterior se centrará en la automatización integral del embudo de interacción con el cliente, lo que podría transformar las operaciones de telemarketing en todo el sector al establecer un nuevo estándar de eficiencia en la calificación de clientes potenciales y la experiencia del cliente.



<b>PYME nº 3</b>	<b>TÍTULO DEL CASO:</b>	Innovación impulsada por la IA en la industria textil española		
	<b>Nombre de la PYME:</b>	Máquinas de Coser Salamanca S.L. (Entre máquinas de coser)		
	<b>Número de empleados:</b>	5	<b>Años en funcionamiento:</b>	27
	<b>Sector:</b>	Comercio electrónico / Minorista especializado		

## 1. Descripción general y contenido

Este estudio de caso analiza cómo la pyme española «Entre Máquinas de Coser» ha integrado con éxito las tecnologías de inteligencia artificial (IA) en sus operaciones, transformando su enfoque de la costura industrial y estableciendo un referente de innovación en el sector textil en España y Portugal.

## 2. Antecedentes

«Entre Máquinas de Coser» es una pyme con sede en Salamanca fundada hace seis años como tienda online especializada en máquinas de coser industriales. Con el tiempo, la empresa ha crecido de forma constante y recientemente ha abierto su primera tienda física para ofrecer demostraciones en directo y asistencia personalizada. El sector textil español es muy competitivo y tradicionalmente reacio a la transformación digital.

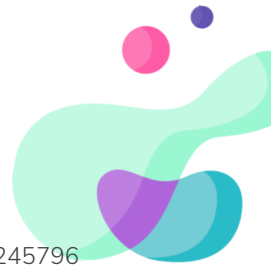
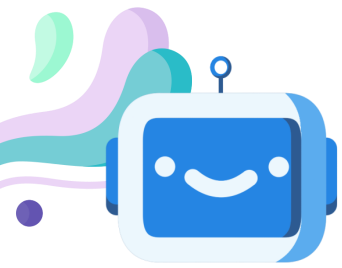
Sin embargo, la creciente demanda de precisión, velocidad y adaptabilidad en la producción textil ha creado nuevas oportunidades para la innovación. Para mantenerse a la vanguardia, la empresa invirtió en tecnologías inteligentes para aumentar el valor de su oferta sin incrementar los costes operativos. La integración de la IA se convirtió en una estrategia clave para mantener la calidad y, al mismo tiempo, ampliar la capacidad de producción y la satisfacción de los clientes.

## 3. Enfoque e implementación

El uso de la IA por parte de la empresa se centra en la incorporación de chips inteligentes en máquinas de coser industriales. Estos chips analizan los tejidos en tiempo real y ajustan automáticamente la configuración de la máquina para optimizar la calidad y la uniformidad de las costuras. En colaboración con el fabricante chino líder Jack Technology, la empresa distribuye y exhibe modelos avanzados con IA, como la Jack A5e-amh y la máquina overlock Jack Urus C7, diseñada en colaboración con Porsche.

Estas implementaciones fueron posibles gracias a la estrecha colaboración y el intercambio de conocimientos entre las empresas. El proceso también incluyó la formación del personal y





la adaptación de los flujos de trabajo para incorporar estas nuevas capacidades de forma fluida en las operaciones diarias.

#### 4. Resultados e impacto

La adopción de la IA ha dado resultados tangibles. Las máquinas ofrecen ahora una mayor precisión y menores índices de error, lo que mejora significativamente la calidad del producto final. El tiempo necesario para los ajustes y las pruebas también ha disminuido, lo que aumenta la productividad general.

Como resultado, «Entre Máquinas de Coser» ha sido reconocida como el principal distribuidor de productos Jack en la Península Ibérica durante dos años consecutivos. Esto no solo demuestra el éxito de la adopción de la tecnología, sino que también consolida el liderazgo de la empresa en su nicho de mercado, especialmente entre las empresas que buscan soluciones textiles eficientes e inteligentes.

#### 5. Lecciones aprendidas

Durante esta transición se extrajeron varias lecciones importantes.

En primer lugar, las alianzas estratégicas fueron cruciales: la colaboración con fabricantes de tecnología experimentados aceleró el desarrollo y la implementación de herramientas avanzadas.

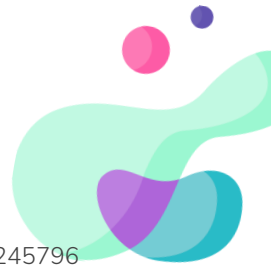
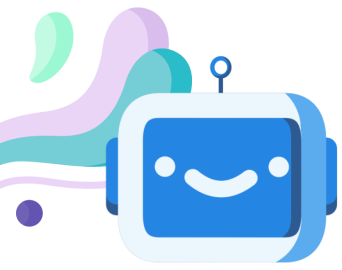
En segundo lugar, el éxito de la integración de la IA depende de la preparación del personal y de la formación continua, ya que el escepticismo inicial puede reducirse con resultados prácticos y la participación en la innovación.

Por último, la adaptación a los sistemas modulares desde el principio ha demostrado ser acertada, ya que favorece la escalabilidad y la preparación para el futuro, especialmente en un entorno tecnológico en rápida evolución.

#### 6. Orientaciones futuras

La empresa tiene como objetivo ampliar aún más el uso de la IA en nuevos modelos de máquinas, aumentar su gama de productos y mantener su ventaja competitiva mediante la innovación continua. Los planes incluyen mejorar la inteligencia de los chips para admitir una gama más amplia de tejidos y automatizar más aspectos del proceso de costura.

«Entre Máquinas de Coser» también tiene la intención de reforzar sus alianzas estratégicas y explorar oportunidades en ecosistemas de fabricación inteligente. Se espera que estos avances no solo mejoren sus operaciones, sino que también inspiren las mejores prácticas en la adopción de la IA para otras pymes de los sectores creativo y manufacturero de España.



<b>PYME nº 4</b>	<b>TÍTULO DEL CASO:</b>	Cómo snapADDY utiliza la IA para mejorar la calidad de los datos de CRM y la eficiencia de las ventas		
	<b>Nombre de la pyme:</b>	snapADDY GmbH		
	<b>Número de empleados:</b>	100	<b>Años en funcionamiento:</b>	10
	<b>Sector:</b>	Tecnología de ventas B2B / Software como servicio (SaaS)		

## 1. Resumen y contenido

Este caso práctico analiza cómo la empresa alemana de software snapADDY ha integrado con éxito la IA en su conjunto de herramientas de automatización de CRM, lo que ha ayudado a miles de equipos de ventas de toda Europa a mejorar la calidad de los datos de clientes potenciales, reducir el trabajo manual y optimizar los procesos comerciales.

## 2. Antecedentes

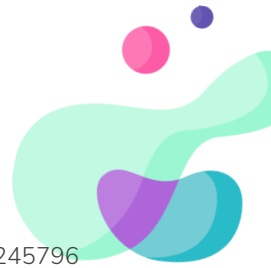
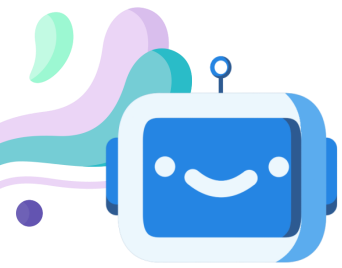
snapADDY es una pyme alemana con sede en Würzburg, fundada en 2015, que se dedica a proporcionar herramientas de software inteligentes para equipos de ventas. En los últimos años, las empresas de toda Europa, especialmente en el sector B2B, han tenido que lidiar con datos CRM de mala calidad y procesos ineficaces de captura de clientes potenciales, lo que a menudo se traduce en oportunidades perdidas y pérdida de tiempo. Consciente de este problema generalizado, snapADDY se propuso modernizar los flujos de trabajo de ventas mediante la automatización de la introducción de datos, el enriquecimiento y la generación de informes a través de herramientas basadas en IA.

La visión de la empresa era capacitar a los equipos de ventas para que trabajaran de forma más rápida e inteligente, al tiempo que se mantenía el control sobre la precisión y el cumplimiento de los datos, un reto especialmente relevante en el panorama empresarial europeo, donde predominan las pymes, pero que a menudo carecen de la capacidad para implementar soluciones tecnológicas complejas.

## 3. Enfoque e implementación

Para hacer frente a estos retos, snapADDY integró tecnologías de IA en su ecosistema de productos principales. El elemento central de esta iniciativa es la herramienta basada en IA «snapADDY DataQuality», que captura, valida y enriquece de forma inteligente los datos de contacto de diversas fuentes, lo que garantiza que los equipos de ventas trabajen siempre con información actualizada y precisa. Otro producto clave, «VisitReport», ayuda a los representantes de campo a registrar sus reuniones y generar informes estructurados





conectados directamente a sus sistemas CRM, mientras que «BusinessCards» utiliza la visión artificial y el procesamiento del lenguaje natural para digitalizar instantáneamente los datos de contacto de las tarjetas físicas.

El proceso de implementación fue gradual e iterativo. En lugar de intentar una transformación completa desde el principio, snapADDY introdujo la IA en áreas específicas en las que era posible obtener claras mejoras de eficiencia. Los comentarios de los clientes piloto se utilizaron para entrenar y perfeccionar los algoritmos, especialmente en tareas de análisis, deduplicación y enriquecimiento. El equipo de la empresa garantizó una estrecha integración con plataformas CRM ampliamente utilizadas, como Salesforce y Microsoft Dynamics, lo que ofreció una usabilidad inmediata y una baja barrera de adopción. Además del desarrollo de productos, snapADDY también dio prioridad a la seguridad y la transparencia de los datos, y obtuvo la certificación ISO 27001 para garantizar a los clientes su compromiso con el cumplimiento normativo y el tratamiento seguro de los datos.

#### 4. Resultados e impacto

El impacto de estas integraciones de IA ha sido considerable. En la actualidad, snapADDY presta apoyo a más de 3800 empresas, entre las que se encuentran clientes importantes como Siemens y Bosch. Los clientes informan de un ahorro significativo de tiempo en la introducción de datos y la gestión de contactos, así como de una mejora en la orientación de las campañas y una reducción de los errores administrativos.

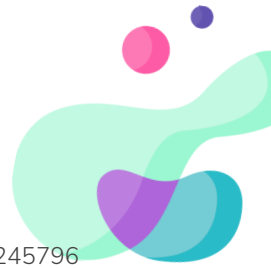
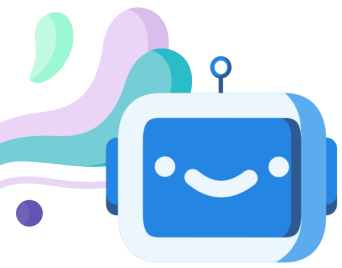
La automatización de la captura y el enriquecimiento de clientes potenciales no solo mejora la productividad, sino que también contribuye a una canalización de ventas más fiable y a una mejor salud general del CRM. El mercado ha reconocido este éxito: snapADDY fue incluida entre las principales startups de IA de Alemania en ventas por IA aplicada y en la lista Technology Fast 50 de Deloitte por su innovación y crecimiento.

#### 5. Lecciones aprendidas

A lo largo de su trayectoria en el campo de la IA, snapADDY ha adquirido varios conocimientos valiosos. En primer lugar, abordar un problema bien definido y común, como es la baja calidad de los datos de CRM, fue esencial para su adopción y relevancia. En segundo lugar, el equipo aprendió que los componentes de IA disponibles en el mercado rara vez son suficientes; se requiere una cuidadosa personalización e integración para que aporten un verdadero valor empresarial.

El personal y los clientes se mostraban más dispuestos a adoptar nuevas herramientas cuando se demostraba claramente el propósito de la IA y se comprendían sus limitaciones. La empresa también se dio cuenta de que la creación de herramientas modulares teniendo en cuenta la interoperabilidad generaba flexibilidad y escalabilidad a largo plazo, lo que resultó esencial a medida que evolucionaban las necesidades de los clientes.





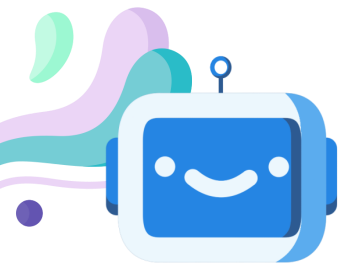
## 6. Orientaciones futuras

De cara al futuro, snapADDY está trabajando en la ampliación de las capacidades de sus herramientas de IA mediante la incorporación de más fuentes de datos contextuales, como las señales sociales y la intención de comportamiento, en los perfiles de los clientes potenciales. También pretenden ofrecer funciones predictivas que ayuden a los representantes de ventas a priorizar los clientes potenciales en función de su probabilidad de conversión. La empresa está explorando nuevas asociaciones en toda Europa para aumentar su alcance y localizar sus herramientas para diferentes mercados. Su visión a largo plazo incluye el desarrollo de un flujo de trabajo de ventas totalmente aumentado por IA que combine la automatización, la generación de conocimientos y la toma de decisiones humanas, una ambición que refleja las tendencias más amplias de la transformación digital de las pymes europeas.

## 3. Conclusión

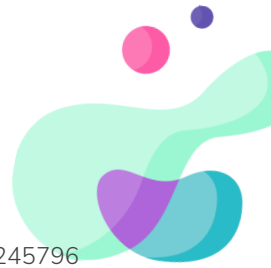
El análisis de la implementación de la IA en las pymes españolas revela un panorama de adopción creciente pero desigual, caracterizado por un gran interés, pero también por lagunas de conocimiento, capacidades internas limitadas y restricciones financieras. A pesar de estos retos, los ejemplos examinados demuestran que la adopción estratégica y bien definida de la IA puede tener un impacto significativo incluso para las pequeñas organizaciones.

Clictic ilustra cómo una empresa de servicios digitales puede mejorar la producción creativa y la competitividad de los productos mediante la integración de herramientas de IA modulares y personalizables, especialmente cuando estas herramientas se desarrollan internamente y de forma iterativa. Bootcamp, por su parte, muestra cómo la IA puede optimizar la gestión de clientes potenciales en contextos de marketing intensivo, reduciendo la carga de trabajo humano y aumentando el potencial de conversión mediante sistemas inteligentes de clasificación y enrutamiento. Entre Máquinas de Coser representa un caso de microempresa en el que la IA se utiliza de forma pragmática para enriquecer la experiencia del usuario y personalizar el contenido, lo que demuestra que incluso las empresas muy pequeñas pueden beneficiarse de una integración de IA ligera y rentable cuando se vincula a un objetivo empresarial claro. Por último, aunque snapADDY tiene su sede en Alemania, su relevancia radica en mostrar cómo las pymes pueden convertirse en referencias sectoriales en la adopción de la IA mediante un desarrollo de productos específico y una fuerte alineación con los puntos débiles de los clientes.



# Bots4Business

2024-1-AT01-KA220-VET-000245796

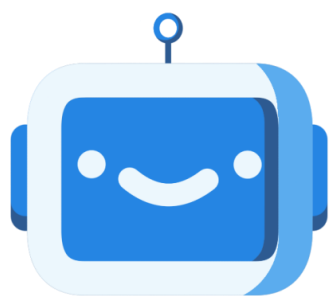


En conjunto, estos casos confirman que la clave para el éxito de la adopción de la IA no es la escala, sino la claridad de objetivos, la flexibilidad y el compromiso con el aprendizaje interno. También reflejan una tendencia más amplia en la que las herramientas modulares, de bajo código o sin código, y las API abiertas permiten a las pymes aprovechar la IA incluso sin grandes equipos técnicos. En el caso concreto de España, esto apunta al potencial de fomentar ecosistemas colaborativos, reforzar las competencias digitales y apoyar la experimentación para acelerar la adopción de la IA entre las empresas más pequeñas, especialmente aquellas con la agilidad necesaria para convertir rápidamente la innovación en valor.



Co-funded by  
the European Union

Cofinanciado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de ellos.



# Bots4Business

