

**USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA REDUCIR LOS TIEMPOS DE PRODUCCIÓN EN LA GESTIÓN DE EVENTOS RECREATIVOS CORPORATIVOS**  
**USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TO REDUCE PRODUCTION TIMES IN CORPORATE RECREATIONAL EVENT MANAGEMENT**

**Giancarlo Castillo Ghiotto**

Universidad Internacional Iberoamericana, Perú

[[giancarlo.castillo@investigacion.uneatlantico.es](mailto:giancarlo.castillo@investigacion.uneatlantico.es)] [<https://orcid.org/0009-0008-9052-5391>]

---

**Información del manuscrito:**

**Recibido/Received:** 13/02/2026

**Revisado/Reviewed:** 20/04/2026

**Aceptado/Accepted:** 05/05/2026

---

**RESUMEN**

**Palabras clave:**

ChatGPT, inteligencia artificial generativa, gestión de eventos, productividad, Colombia.

Introducción. En agencias de eventos recreativos corporativos, los ciclos de producción suelen depender de rutinas manuales que elevan horas de trabajo y retrabajo. Este estudio analiza si la incorporación de IA generativa se asocia con una reducción del tiempo total de producción. Metodología. Se aplicó un diseño cuasi-experimental antes-después (caso único, fase pre y fase post) en una empresa del sector de eventos recreativos corporativos (Bogotá, Colombia), entre junio y septiembre de 2025. Se compararon tres eventos de naturaleza comparable producidos sin IA y luego con apoyo sistemático de ChatGPT en tareas creativas y administrativas (conceptualización, propuesta, presupuestación y selección de proveedores). La variable dependiente fue el tiempo total de producción (horas), medido desde la recepción del brief hasta la aprobación final. El análisis priorizó estimaciones de diferencias pareadas, intervalos de confianza y tamaños de efecto, dada la muestra reducida. Resultados. En los tres eventos se observó una reducción consistente del tiempo total (51 h, 60 h y 69 h), equivalente a un ahorro promedio de 60 h (19.1%). El mayor ahorro se concentró en Conceptualización (23.3 h) y Elaboración de propuesta (20.0 h). En Validación final se registró un leve aumento (+1.3 h), asociado a mayor revisión de calidad. Conclusión. Los hallazgos sugieren que la IA generativa puede funcionar como palanca de eficiencia en agencias medianas cuando se integra con gobernanza, capacitación y verificación humana. Las conclusiones deben interpretarse como evidencia aplicada y exploratoria por el tamaño muestral y tratarse de un único caso. Se recomienda replicar con más eventos y organizaciones y ampliar métricas (costo, calidad y satisfacción del cliente).

---

**ABSTRACT**

**Keywords:**

Introduction. Corporate recreational event agencies often rely on manual routines that extend production cycles and increase rework. This study examines whether adopting generative AI is associated with reduced event production time. Methodology. A quasi-

---

---

ChatGPT, generative artificial intelligence, event management, productivity, Colombia.

experimental before–after single-case design was conducted in a corporate recreational events company (Bogotá, Colombia) between June and September 2025. Three comparable events were produced under a traditional approach (no AI) and then with systematic ChatGPT support for creative and administrative tasks (concept development, proposal drafting, budgeting, and supplier selection). The dependent variable was total production time (hours) from brief reception to final approval. Given the small sample, the analysis prioritized paired differences, confidence intervals, and effect sizes. Results. A consistent reduction in total production time was observed across events (51 h, 60 h, and 69 h), yielding an average saving of 60 h (19.1%). The largest savings occurred in Concept Development (23.3 h) and Proposal Preparation (20.0 h), while Final Validation slightly increased (+1.3 h), reflecting additional quality checks. Conclusions. Findings suggest generative AI can be an efficiency lever for mid-sized agencies when combined with governance, training, and human verification. Results should be interpreted as applied and exploratory due to the small sample and single organizational setting. Future research should test replicability with more events and additional outcomes (cost, quality, and client satisfaction).

---

## **Introducción**

Este artículo contribuye en tres niveles. Primero, ofrece evidencia cuantitativa en condiciones reales sobre el impacto temporal del uso de IA generativa en la producción de eventos corporativos en Colombia, un contexto poco cubierto por la literatura. Segundo, desagrega el ahorro por fases del proceso, lo que permite identificar dónde la IA agrega más valor y dónde podría introducir sobrecostos por verificación. Tercero, integra indicadores de aceptación del equipo para discutir sostenibilidad de la adopción. El documento se organiza de la siguiente manera: la sección de Método describe el diseño cuasi-experimental y la intervención; Resultados presenta el efecto observado y el desglose por fases; y Discusión y conclusiones interpreta los hallazgos, sus implicaciones y limitaciones.

### ***Contribuciones y estructura del artículo***

La hipótesis principal (H1) plantea que la incorporación sistemática de IA generativa (ChatGPT) en tareas creativas y administrativas se asocia con una reducción del tiempo total de producción (horas) respecto a eventos producidos sin IA. La hipótesis nula (H0) plantea que no se observarán diferencias relevantes en el tiempo total.

Para precisar el mecanismo operativo, se plantean hipótesis secundarias: (H1a) el mayor ahorro se concentra en fases intensivas en redacción/ideación (Conceptualización y Elaboración de propuesta); (H1b) el ahorro es menor en fases con dependencia de terceros (Selección de proveedores); y (H1c) la Validación final puede mantener o aumentar levemente por mayores controles de verificación. Adicionalmente, (H2) la aceptación del equipo será alta (utilidad percibida y facilidad de uso), favoreciendo sostenibilidad de la adopción.

### ***Objetivo, preguntas e hipótesis***

Adicionalmente, la adopción efectiva de IA depende de la aceptación por parte de los usuarios. El Technology Acceptance Model plantea que la utilidad percibida y la facilidad de uso influyen en la intención de uso y en la adopción real (Davis, 1989). Modelos posteriores, como UTAUT2, incorporan factores como expectativas de desempeño, esfuerzo, influencia social y condiciones facilitadoras (Venkatesh et al., 2012). En consecuencia, una evaluación completa debe combinar métricas operativas (horas ahorradas) con indicadores de percepción del equipo, ya que una ganancia temporal podría ser insostenible si la herramienta es rechazada o genera sobrecarga cognitiva.

Este estudio interpreta la IA generativa como una capacidad habilitadora que puede fortalecer capacidades dinámicas organizacionales: la habilidad de percibir oportunidades, aprovecharlas mediante reconfiguración de recursos y adaptar rutinas para sostener desempeño superior en entornos cambiantes (Teece, 2007). En una agencia de eventos, la capacidad de reconfigurar rápidamente un concepto, reajustar un presupuesto o replantear la selección de proveedores frente a cambios del cliente se traduce en menor fricción, mayor velocidad y mejor calidad de respuesta.

### ***Marco conceptual: capacidades dinámicas y aceptación tecnológica***

En Colombia, la discusión sobre adopción de IA generativa en organizaciones se ha intensificado, y reportes de mercado apuntan a un interés creciente en la región. Aun así, persiste una brecha entre el entusiasmo por la herramienta y su integración efectiva en procesos operativos. En el sector eventos, han surgido iniciativas de “event tech” local,

pero la madurez de procesos y la disponibilidad de datos aún limitan una adopción sistemática (Bmotik, 2024). En este contexto, un enfoque pragmático consiste en introducir IA como apoyo en tareas de alto consumo de tiempo, medir su impacto con métricas claras y ajustar el proceso mediante aprendizaje organizacional.

### ***Estado del arte: aplicaciones de IA en la industria de eventos***

La investigación y la práctica profesional han propuesto múltiples aplicaciones de IA en la cadena de valor de eventos. En la etapa previa al evento, los algoritmos pueden apoyar el marketing y la comunicación mediante segmentación de audiencias y personalización de mensajes; por ejemplo, plataformas del sector han reportado mejoras en engagement cuando se aplican técnicas de segmentación asistidas por IA en campañas de email (Bizzabo, 2023). Asimismo, el análisis predictivo puede estimar asistencia y comportamiento de registro para ajustar logística y aforos; un caso ilustrativo es el uso de modelos de machine learning para predecir participación en eventos de sectores específicos, lo que permite optimizar recursos y reducir desperdicios (Bayne & Innala, 2024).

Durante el evento, se describen usos como chatbots para atención de asistentes, recomendadores para networking y sistemas de analítica en tiempo real para gestión de colas y movilidad. En el pos-evento, la IA puede automatizar reportes, análisis de satisfacción y generación de contenido de seguimiento. No obstante, parte importante de esta literatura se orienta a eventos masivos o conferencias con infraestructura digital robusta; en contraste, las agencias medianas que gestionan eventos recreativos corporativos enfrentan limitaciones de datos, heterogeneidad de requerimientos y alta dependencia de conocimiento tácito. En estos escenarios, la IA generativa es especialmente atractiva porque no requiere, en su versión básica, grandes volúmenes de datos estructurados para aportar valor: puede acelerar tareas de redacción, ideación y estructuración documental a partir de un brief relativamente corto.

A nivel regional, la adopción de IA generativa se encuentra en una fase temprana y desigual. Reportes periodísticos basados en análisis de plataformas de aprendizaje han señalado que países latinoamericanos muestran incrementos relevantes en interés y formación en IA generativa, aunque persisten brechas de implementación práctica en organizaciones (Albuquerque, 2025). Por ello, además de discutir potenciales beneficios, resulta necesario producir evidencia aplicada que pueda guiar decisiones de inversión en pequeñas y medianas empresas del sector.

En síntesis, aunque existe consenso en que la IA puede transformar la industria de eventos, la evidencia empírica sobre el impacto en productividad —medido de forma directa en horas de trabajo— es todavía limitada. Este artículo responde a esa brecha con un diseño cuasi-experimental centrado en el tiempo total de producción y en el desglose por fases, generando resultados accionables para gerentes de proyectos y directores de operaciones en servicios creativos.

Sin embargo, la adopción de IA en servicios intensivos en creatividad y coordinación presenta retos. Por un lado, existe el riesgo de producir contenido genérico que no capture el contexto del cliente; por otro, surgen preocupaciones de privacidad y uso de datos cuando se emplean sistemas externos para procesar información de participantes o detalles internos de la empresa. En la literatura se identifican preocupaciones sobre confianza, transparencia y protección de datos en eventos “aumentados” por IA (Adams, 2021). Además, experiencias de campo en trabajos de conocimiento sugieren que el impacto de IA no es uniforme: depende del tipo de tarea, del grado de estructuración, de la capacidad del usuario para formular instrucciones eficaces y de la necesidad de verificación posterior (Dell'Acqua et al., 2023).

La gestión de un evento corporativo recreativo puede analizarse como un proyecto de ciclo corto: inicia con un brief del cliente, sigue con conceptualización y diseño, pasa por construcción de propuesta y presupuesto, selección de proveedores, validación y cierre. Cada etapa contiene entregables concretos (conceptos, piezas visuales, cronogramas, propuestas económicas, contratos, planos de montaje) y decisiones que se retroalimentan. En este tipo de proyectos, el tiempo de respuesta y la iteración rápida son determinantes para ganar competitividad, especialmente cuando el cliente compara varias agencias. La IA generativa puede intervenir como “asistente” en tareas de ideación, redacción de propuestas, estructuración de presupuestos y evaluación comparativa de alternativas. En términos económicos, estas herramientas actúan como tecnologías de predicción y apoyo cognitivo que reducen el costo de producir y revisar información, alterando la frontera de productividad del trabajo de conocimiento (Agrawal et al., 2022).

La evidencia empírica específica en eventos está creciendo, pero aún es limitada en métricas operativas. Estudios recientes reportan mejoras de eficiencia en planificación y producción de contenidos con apoyo de IA generativa, siempre que se mantenga verificación humana para asegurar precisión y pertinencia (Keiper, 2023). Revisiones sistemáticas en gestión de eventos también señalan que la mayor parte de aplicaciones se concentra en personalización, analítica y automatización, y recomiendan más estudios cuantitativos con indicadores directos de productividad en entornos reales (Kumar & Ratten, 2025). En este marco, medir horas de producción por fase aporta evidencia accionable para agencias medianas.

### ***IA generativa y gestión de eventos como proyectos***

El problema central que motiva este artículo es la ausencia de evidencia empírica, en condiciones reales de operación, sobre cuánto puede reducirse el tiempo de producción de eventos recreativos corporativos al incorporar IA generativa como herramienta de apoyo en tareas clave del proceso. La pregunta no es únicamente tecnológica: para que la IA genere valor, debe integrarse en un flujo de trabajo con roles claros, criterios de calidad, control de versiones y mecanismos de verificación. En ese sentido, la investigación se plantea como un estudio aplicado que cuantifica el impacto temporal de una intervención concreta (uso de ChatGPT) en una empresa real, con un diseño cuasi-experimental apropiado cuando no es posible asignar aleatoriamente tratamientos en un entorno productivo (Shadish et al., 2002).

En paralelo, la aparición de modelos de lenguaje de gran escala y herramientas de inteligencia artificial (IA) generativa ha abierto oportunidades para automatizar y acelerar tareas cognitivas en múltiples industrias. Estudios recientes evidencian que estos sistemas pueden mejorar productividad en tareas de redacción, síntesis, atención al cliente y apoyo analítico, con variabilidad según el tipo de trabajo y la experiencia del usuario (Brynjolfsson et al., 2025; Eloundou et al., 2024). En el ámbito de eventos, la literatura muestra un creciente interés por IA aplicada a personalización, análisis predictivo, optimización de comunicaciones y soporte creativo, aunque predominan abordajes descriptivos y falta evidencia causal en contextos latinoamericanos (Abdul Halim et al., 2023).

La industria de eventos corporativos en Colombia ha recuperado dinamismo en los últimos años, pero su operación cotidiana continúa apoyándose en prácticas intensivas en trabajo manual: coordinación por correo y mensajería, elaboración de propuestas en documentos no estandarizados, presupuestos construidos desde cero y búsqueda de proveedores basada en experiencia previa. Estas rutinas, aunque funcionales, tienden a prolongar el ciclo de producción y a elevar el costo indirecto por horas hombre,

especialmente en agencias medianas donde una misma persona asume múltiples roles (diseño, logística, compras y atención al cliente). Diversas fuentes han resaltado la relevancia económica del sector y su necesidad de modernización mediante soluciones digitales, en un entorno en el que los clientes exigen respuestas más rápidas, propuestas personalizadas y trazabilidad en costos (Forbes Staff, 2024).

## Método

El estudio utilizó información operativa interna de la empresa y no recolectó datos personales de participantes del evento. Las interacciones con IA se limitaron a información necesaria para conceptualización y construcción de propuestas, evitando compartir datos sensibles. Se adoptaron prácticas de verificación humana de todo contenido generado por IA, reconociendo que la herramienta puede producir respuestas plausibles pero incorrectas, lo cual demanda controles de calidad y responsabilidad profesional (Dell'Acqua et al., 2023).

### ***Consideraciones éticas y de gobernanza***

El análisis se realizó a dos niveles. Primero, se estimó el ahorro absoluto y relativo por evento y el promedio del periodo. Segundo, se evaluó la diferencia promedio mediante un contraste t pareado con  $n=3$  pares ( $gl=2$ ). Se reportó el intervalo de confianza al 95% con distribución t y el tamaño de efecto mediante Cohen dz. Dada la baja potencia estadística con  $n$  pequeño, se complementó con un intervalo bootstrap percentil sobre las diferencias. También se calculó un contraste no paramétrico (Wilcoxon) como verificación conservadora, reconociendo su limitada capacidad con  $n=3$ . Finalmente, se desagregó el ahorro por fases y se calculó la contribución de cada fase al ahorro total promedio. Los datos de percepción se resumieron con medias y porcentaje de acuerdo (4-5).

### ***Análisis de datos***

El análisis se realizó en tres pasos. Primero, se estimó el ahorro absoluto y relativo por evento y el promedio del periodo, además del desglose por fases para identificar dónde se concentra el cambio. Segundo, se reportaron estimaciones complementarias (intervalo de confianza y tamaño de efecto) sobre las diferencias pareadas. Dado el tamaño muestral ( $n=3$  pares), cualquier inferencia estadística se interpreta como exploratoria; por ello, el énfasis se coloca en la consistencia direccional del cambio, la magnitud del efecto y la coherencia con la lógica del proceso. Tercero, se resumieron los datos de aceptación con medias y porcentajes de acuerdo (4-5) en escala Likert.

### ***Control de comparabilidad y calidad de medición***

La comparabilidad entre eventos es un desafío recurrente en estudios aplicados de gestión de proyectos, ya que cada cliente introduce variaciones en alcance, urgencia y número de iteraciones. Para mitigar esta amenaza, la selección de los tres casos buscó similitud en el tipo de servicio (eventos recreativos corporativos), en la estructura de entregables y en el flujo general de aprobación (brief → concepto → propuesta y presupuesto → validación). Asimismo, se mantuvo el mismo equipo núcleo de producción y se utilizó el mismo esquema de registro de horas antes y después de la intervención.

El registro de tiempos se realizó mediante bitácoras internas por evento, en las que cada responsable registró horas efectivas dedicadas a tareas del proyecto. Para fortalecer la consistencia del dato, los registros se contrastaron con evidencias operativas: versiones

de documentos (propuesta y presupuesto), marcas temporales de archivos y cronología de comunicaciones con cliente y proveedores. El objetivo no fue estimar productividad individual, sino capturar el esfuerzo agregado del equipo por fase, evitando incentivos a subregistro o sobre registro.

Respecto a la intervención, se definieron prácticas mínimas de uso de ChatGPT para evitar que el resultado dependiera de un uso esporádico o improvisado. Entre estas prácticas se incluyeron: (a) uso de prompts con estructura (contexto, rol, restricciones, formato de salida), (b) iteración breve para mejorar precisión (máximo de tres rondas por entregable), (c) validación humana obligatoria antes de enviar al cliente, y (d) registro de horas de interacción con IA como variable auxiliar. Estas prácticas buscan balancear velocidad y control de calidad, considerando que la IA puede producir textos persuasivos con errores si no se verifica.

Finalmente, se reconoce que un diseño antes-después puede estar expuesto a efectos de aprendizaje (maduración): el equipo mejora naturalmente con la práctica. No obstante, el periodo de observación fue acotado y el cambio operativo fue explícito (incorporación de IA generativa), por lo que la magnitud del ahorro y su concentración en fases específicas constituyen señales compatibles con un efecto de intervención más que con una mejora gradual. Aun así, futuras réplicas con mayor número de observaciones podrían modelar tendencias preexistentes con mayor precisión.

### ***Procedimiento***

Para evaluar aceptación y barreras, se aplicó una encuesta interna al equipo (n=10) con escala Likert de 1 a 5, construida a partir de dimensiones de utilidad percibida y facilidad de uso propuestas por el TAM y extendidas por UTAUT2 (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012). La encuesta incluyó ítems sobre facilidad, eficiencia, calidad percibida y disposición a continuar usando IA.

La variable dependiente fue el tiempo total de producción (en horas), definido como el número de horas transcurridas invertidas por el equipo desde la recepción del brief hasta la aprobación de la propuesta final. El tiempo se registró mediante bitácoras internas y trazabilidad de entregables. Además, el tiempo se desagregó en cinco fases del flujo real de trabajo: (1) Conceptualización, (2) Elaboración de propuesta, (3) Presupuestación, (4) Selección de proveedores y (5) Validación final. La variable independiente se operacionalizó como “uso de IA generativa” (sin IA vs. con IA) y, de forma complementaria, se registraron horas efectivas de interacción con ChatGPT por evento.

### ***Variables e instrumentos***

La intervención consistió en incorporar ChatGPT como herramienta de apoyo en tareas específicas: (a) conceptualización y generación de ideas temáticas y guiones de experiencia; (b) redacción y estructuración de la propuesta comercial; (c) apoyo a la presupuestación mediante estructuración de rubros, supuestos y verificación de coherencia; y (d) apoyo en la selección de proveedores a través de matrices comparativas, criterios y redacción de comunicaciones. El uso se guió por prompts estandarizados y por criterios de calidad internos (relevancia para el cliente, coherencia con la marca, viabilidad logística).

### ***Intervención: uso de IA generativa (ChatGPT)***

El estudio se realizó en una empresa del sector de eventos recreativos corporativos, agencia de eventos ubicada en Bogotá, Colombia, especializada en eventos recreativos corporativos. La unidad de análisis fue el proceso completo de producción de

un evento, desde la recepción del brief hasta la aprobación de la propuesta final por parte del cliente. Se seleccionaron tres eventos comparables producidos bajo un enfoque tradicional (sin IA) y luego producidos con apoyo de IA generativa durante el periodo junio-septiembre de 2025. Los eventos analizados fueron: Día del Padre, Quinquenios y Festival del Viento.

### ***Caso de estudio y unidad de análisis***

Se utilizó un diseño cuasi-experimental antes-después (caso único, fase pre y fase post) con lógica de interrupción: la interrupción corresponde a la adopción sistemática de ChatGPT como apoyo en tareas específicas del flujo de producción. La unidad de análisis fue el proceso completo de producción de un evento (del brief a la aprobación final). En total se observaron seis mediciones temporales agregadas (tres eventos en fase pre sin IA y tres eventos en fase post con IA), seleccionadas por comparabilidad de entregables, flujo de aprobación y equipo núcleo.

Dado el número limitado de observaciones, el diseño se asume como aplicado y exploratorio: permite estimar magnitud del cambio y localizar en qué fases se concentra el ahorro, pero no pretende una atribución causal fuerte equivalente a diseños con series largas o grupos control.

## **Resultados**

No obstante, se identificaron barreras organizacionales (PI-4) asociadas a resistencia inicial, necesidad de capacitación para formular prompts efectivos y preocupación por errores o contenido genérico. Asimismo, emergió la necesidad de políticas claras sobre qué información puede compartirse con sistemas externos y cómo documentar el proceso de verificación, en línea con preocupaciones de privacidad reportadas en estudios cualitativos del sector (Adams, 2021).

La encuesta interna (n=10) muestra una aceptación alta de la herramienta. La facilidad de uso obtuvo una media de 4.2 (DE=0.9) y la percepción de mejora en eficiencia 4.4 (DE=0.8). La afirmación "Continuaría usando herramientas de IA en proyectos futuros" obtuvo 4.8 (DE=0.6) y 90% de acuerdo (4-5). Estos resultados son coherentes con el TAM: la utilidad percibida y la facilidad de uso son altas, lo que favorece intención de uso (Davis, 1989).

Además de la eficiencia percibida, el equipo reportó mejoras en calidad del trabajo/propuesta (media 4.0; DE=0.7) y un alto nivel de comodidad al incorporar la herramienta (media 4.3; DE=0.8). Los porcentajes de acuerdo (respuestas 4-5) fueron 80% para eficiencia, calidad y comodidad. Estos resultados sugieren que, pese a la necesidad de verificación, la IA fue valorada como un apoyo que mejora la velocidad sin deteriorar la calidad percibida del entregable.

En cuanto a barreras, las principales se agrupan en tres categorías: (1) barreras de competencia (aprendizaje de prompting y criterios para evaluar salidas), (2) barreras de proceso (definir en qué puntos se usa IA y dónde se requiere aprobación humana), y (3) barreras de gobernanza (privacidad, manejo de información confidencial y registro de decisiones). Estas barreras son consistentes con experiencias del sector que señalan que la tecnología debe acompañarse de cambios organizacionales para materializar beneficios (Abdul Halim et al., 2023).

### **Percepción del equipo y barreras emergentes**

Adicionalmente, se registró el tiempo efectivo de interacción con ChatGPT por evento (Tabla 1). En promedio, se utilizaron 14.7 h de IA por evento. Este registro permite interpretar la IA como un insumo productivo: se invierten horas en interacción (prompts, iteraciones y refinamiento) para obtener horas de ahorro en el proceso total. Si bien con  $n=3$  no se establece una relación funcional robusta, la métrica sugiere que el retorno temporal de la herramienta puede variar según la complejidad del evento y el grado de estructuración del brief. A nivel operativo, esto refuerza la necesidad de desarrollar competencias de prompting y plantillas reutilizables para aumentar la eficiencia marginal del uso de IA.

Al relacionar el ahorro con las horas de uso de IA se obtiene un indicador de productividad denominado IA-Leverage (horas ahorradas por cada hora de interacción con IA). En Día del Padre, el IA-Leverage fue 5.10; en Quinquenios, 5.00; y en Festival del Viento, 3.14. El promedio fue 4.41. La variación sugiere que, aunque la IA genera ahorros en todos los casos, eventos más complejos pueden requerir mayor tiempo de interacción para lograr salidas adecuadas, reduciendo el apalancamiento por hora de IA. En la práctica, esto refuerza que la IA no es “automática”: su rendimiento depende de la claridad del brief, de la calidad de los prompts y de la disponibilidad de insumos internos para contextualizar respuestas (listas de proveedores, tarifas, restricciones del venue).

### **Indicadores derivados: intensidad de uso y productividad**

Un hallazgo relevante es que, en Validación final, el tiempo aumenta levemente (+1.3 h; -6.7% relativo). Este incremento sugiere un desplazamiento de esfuerzo hacia la revisión y ajuste final de insumos generados con IA (por ejemplo, verificación de supuestos de costos, adaptación del lenguaje a la cultura del cliente y control de coherencia narrativa). En términos de gestión, esto es consistente con la evidencia de campo sobre el “frente tecnológico irregular”, donde la IA puede acelerar ciertas tareas pero introduce necesidad de verificación y edición humana para asegurar calidad (Dell'Acqua et al., 2023).

Para responder directamente a las preguntas PI-1 a PI-3, el tiempo total se desagregó en cinco fases operativas. La Tabla 1 resume los promedios por fase para los tres eventos, así como el ahorro absoluto, el ahorro relativo y la contribución al ahorro total promedio (60 h). Los mayores ahorros se concentran en Conceptualización (23.3 h; 29.2% relativo) y en Elaboración de propuesta (20.0 h; 22.2%), que en conjunto explican aproximadamente el 72% del ahorro total. En Presupuestación se observa un ahorro medio (13.0 h; 15.6%), mientras que en Selección de proveedores el ahorro es menor (5.0 h; 12.5%).

**Tabla 1**

*Promedios por fase: horas sin IA vs. con IA, ahorro relativo y contribución al ahorro total*

Fase	Promedio sin IA (h)	Promedio con IA (h)	Ahorro (h)	Ahorro relativo (%)	Contribución al ahorro total (%)
Conceptualización	80.0	56.7	23.3	29.2%	38.9%
Elaboración de propuesta	90.0	70.0	20.0	22.2%	33.3%
Presupuestación	83.3	70.3	13.0	15.6%	21.7%

Selección de proveedores	40.0	35.0	5.0	12.5%	8.3%
Validación final	20.0	21.3	-1.3	-6.7%	-2.2%

*Nota.* Contribución calculada como (Ahorro fase / 60 h). Valores negativos indican aumento de tiempo con IA en esa fase. Elaboración propia.

### **Desglose del ahorro por fases del proceso**

La Tabla 2 presenta estimaciones complementarias sobre la diferencia promedio (Sin IA - Con IA). El contraste t pareado y el tamaño de efecto se reportan como aproximaciones exploratorias dada la muestra (n=3 pares). En paralelo, la prueba exacta no paramétrica (Wilcoxon) no alcanza significancia (p=0.25), resultado esperable por baja potencia con n pequeño. En consecuencia, la interpretación se apoya principalmente en (i) la consistencia del ahorro en los tres eventos, (ii) la magnitud práctica del cambio (60 h promedio; 19.1%), (iii) el intervalo de confianza de la diferencia promedio y (iv) la concentración del ahorro en fases específicas del proceso.

**Tabla 2**

*Inferencia estadística de la reducción del tiempo total (n=3 eventos)*

Estadístico	Resultado
Diferencia promedio (Sin IA - Con IA)	60.0 h
IC 95% (t, df=2)	[37.6 h, 82.4 h]
t de Student (pareada)	t(2)=11.54; p=0.0074
Tamaño de efecto (Cohen dz)	dz=6.67 (muy grande)
Bootstrap IC 95% (percentil; n=3)	[51 h, 69 h]
Wilcoxon pareado (exacto; n=3)	W=0; p=0.25 (baja potencia con n pequeño)

*Nota.* El IC 95% se estimó con distribución t (gl=2). El bootstrap reporta el intervalo percentil sobre las diferencias (n=3).

La Tabla 3 presenta los tiempos totales de producción en horas para los tres eventos analizados, comparando el enfoque tradicional (sin IA) y el enfoque con apoyo de IA generativa. En los tres casos se observa una reducción sustantiva del tiempo total: Día del Padre pasó de 300 h a 249 h (51 h menos), Quinquenios de 360 h a 300 h (60 h menos) y Festival del Viento de 280 h a 211 h (69 h menos). El ahorro promedio fue de 60 h, equivalente a una reducción relativa del 19.1% sobre el tiempo sin IA.

**Tabla 3**

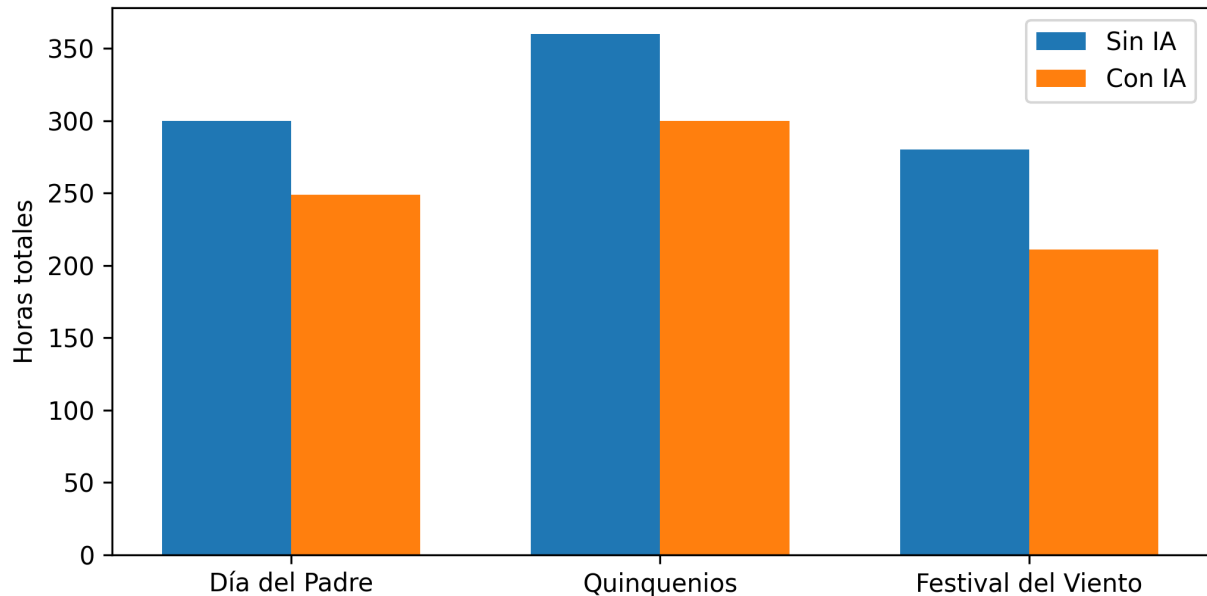
*Tiempos totales de producción por evento (horas)*

Evento	Tiempo sin IA (horas)	Tiempo con IA (horas)	Diferencia (horas)	Horas de uso de IA
Día del Padre	300 h	249 h	51 h ↓	10 h
Quinquenios	360 h	300 h	60 h ↓	12 h
Festival del Viento	280 h	211 h	69 h ↓	22 h
Promedio	313.3 h	253.3 h	60 h ↓	14.7 h

*Nota.* Diferencia expresada como (Sin IA - Con IA). Elaboración propia con base en registros internos de una empresa del sector de eventos recreativos corporativos (Bogotá, Colombia).

**Figura 1**

Comparación de horas totales de producción sin IA vs. con IA



*Nota.* Barras más bajas indican reducción del tiempo total con apoyo de IA generativa.

## Discusión y conclusiones

En conclusión, la incorporación de IA generativa (ChatGPT) en el flujo de producción de eventos recreativos corporativos en Bogotá, Colombia, se asoció con una reducción promedio del 19.1% en el tiempo total de producción, concentrada principalmente en conceptualización y elaboración de propuesta. La evidencia sugiere que la IA puede ser una palanca de eficiencia para agencias medianas, siempre que se acompañe de capacitación, estandarización de prompts, gobernanza y verificación de calidad. Para investigación futura se recomienda: (a) ampliar el número de eventos y organizaciones para evaluar replicabilidad; (b) incorporar métricas de costo y calidad (no solo tiempo); (c) comparar diferentes herramientas y modos de uso (asistido, automatizado, con plantillas); y (d) evaluar impactos en satisfacción del cliente y en desempeño comercial a mediano plazo. En un entorno donde la IA generativa está transformando el trabajo de conocimiento, generar evidencia aplicada en contextos latinoamericanos resulta clave para orientar una adopción responsable y efectiva (Brynjolfsson et al., 2025; Eloundou et al., 2024).

### Conclusiones y líneas futuras

El estudio presenta limitaciones relevantes. La principal es el tamaño muestral reducido (tres eventos), lo que limita potencia estadística y generalización. Sin embargo, la consistencia direccional en los tres casos, el tamaño de efecto muy grande y el intervalo de confianza aportan evidencia pragmática útil para decisiones internas. En segundo lugar, se trata de un solo caso organizacional; agencias con procesos más maduros o con distinta tipología de eventos podrían experimentar impactos diferentes. En tercer lugar, aunque se buscó comparabilidad, cada evento tiene particularidades que pueden influir en tiempo; por ello, la interpretación se centra en el efecto combinado con controles razonables, no en causalidad perfecta.

### **Limitaciones**

Un aspecto crítico es la gobernanza de datos. Aunque este estudio evitó el uso de datos personales de asistentes, en la práctica muchas agencias manejan bases de participantes y detalles sensibles del cliente. Por ello, las políticas de privacidad y el manejo responsable de información deben acompañar la adopción, considerando preocupaciones reportadas en el sector (Adams, 2021). Adicionalmente, la organización debe definir criterios de uso: qué tareas se delegan a IA, qué tareas requieren validación obligatoria, y cómo documentar decisiones y fuentes.

### **Recomendaciones de implementación para agencias medianas**

A partir de los resultados y de la experiencia operativa del caso, se proponen cinco recomendaciones para implementar IA generativa en agencias medianas de eventos corporativos. Primero, definir casos de uso priorizados por consumo de tiempo y frecuencia. En este estudio, la mayor ganancia provino de conceptualización y propuesta; por tanto, esas áreas deberían ser el punto de entrada. La recomendación es mapear el proceso “as-is”, estimar horas por fase y seleccionar tareas repetitivas o parcialmente estructurables (por ejemplo, redacción de secciones estándar, matrices de opciones, borradores de cronogramas).

Segundo, construir una biblioteca de prompts y plantillas por tipo de evento e industria del cliente. La evidencia sugiere que la calidad de los resultados depende de la precisión del contexto entregado a la IA. Estandarizar prompts reduce la variabilidad entre usuarios, acelera la curva de aprendizaje y permite replicar mejores prácticas. En eventos, la estandarización puede incluir plantillas de storytelling, guiones de experiencia, listas de deliverables y formatos de propuesta, alineados con recomendaciones prácticas sobre cómo la IA generativa puede apoyar la organización de eventos (Estanyol, 2024).

Tercero, fortalecer la “base de conocimiento” interna. Aunque la IA puede producir estructuras útiles sin datos, su precisión aumenta cuando se alimenta con información propia: tarifarios, históricos de costos, catálogos de proveedores, restricciones de venues y políticas del cliente. Esta recomendación conecta con la economía de la IA como tecnología de predicción: el valor surge cuando se reduce el costo de producir decisiones informadas, pero requiere insumos y supuestos calibrados (Agrawal et al., 2022). En la práctica, esto implica tener repositorios ordenados y accesibles, además de protocolos para actualizar información crítica.

Cuarto, instaurar compuertas de calidad (quality gates) y trazabilidad. El leve incremento de tiempo en Validación final refleja la necesidad de revisar outputs. En lugar de percibirlo como pérdida, puede interpretarse como inversión en control de riesgos (errores en presupuesto, incoherencias con el brief, promesas inviables). Se recomienda definir checklists por entregable (propuesta, presupuesto, selección de proveedores) y registrar qué partes fueron asistidas por IA y cómo se verificaron. Este enfoque ayuda a evitar dependencia acrítica y a mejorar aprendizaje organizacional.

Quinto, gestionar el cambio y la capacitación. La encuesta mostró alta aceptación, pero también barreras de competencia y gobernanza. Para sostener beneficios, es necesario capacitar al equipo en formulación de prompts, evaluación crítica de respuestas y adaptación al tono del cliente. Desde el enfoque de aceptación tecnológica, reforzar utilidad percibida y reducir esfuerzo percibido aumenta la intención de uso y la adopción real (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012). Adicionalmente, el liderazgo debe promover un uso responsable: la IA como complemento del talento humano, no como sustituto de criterio profesional, en línea con la discusión sobre cómo las tecnologías digitales

amplifican capacidades cuando se rediseñan procesos y se desarrollan nuevas habilidades (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

En conjunto, estas recomendaciones permiten convertir la IA generativa en una palanca operativa sostenible: no solo acelerar tareas, sino institucionalizar un modo de trabajo más rápido, consistente y verificable. Para organizaciones que compiten por velocidad de respuesta, esta capacidad puede traducirse en ventaja comercial (más propuestas atendidas, mayor tasa de conversión) y en liberación de tiempo para diseñar experiencias de mayor impacto.

El desglose por fases indica un mapa claro de priorización. Primero, integrar IA en conceptualización y propuesta ofrece el mayor retorno temporal. Aquí, prácticas como plantillas de prompts por tipo de cliente, generadores de storytelling por industria, y checklists de coherencia pueden estandarizar calidad y acelerar iteración. Segundo, en presupuestación, la IA aporta al estructurar rubros y verificar coherencia, pero requiere acceso a datos internos (tarifas, históricos) para maximizar precisión. Tercero, en selección de proveedores, el beneficio es menor, probablemente porque existen restricciones externas (tiempos de respuesta de proveedores, negociación humana) que la IA no puede eliminar.

### ***Implicaciones operativas: dónde integrar IA y cómo gobernarla***

Asimismo, el hallazgo de alta intención de continuidad sugiere que la adopción es viable cuando los usuarios perciben utilidad y bajo esfuerzo. En línea con TAM y UTAUT2, la estrategia de adopción debería reforzar condiciones facilitadoras: capacitación, estándares de prompts, bibliotecas de ejemplos, y soporte de liderazgo para reducir ansiedad y resistencia (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012). En organizaciones donde la rotación es alta o la curva de aprendizaje es pronunciada, estas condiciones pueden ser determinantes para sostener los beneficios observados.

Desde la perspectiva de capacidades dinámicas, la IA generativa puede interpretarse como un recurso complementario que habilita reconfiguración más rápida de rutinas: acelera la creación de propuestas, facilita exploración de alternativas y soporta decisiones bajo presión de tiempo. Al reducir el ciclo de producción, la empresa puede responder a más oportunidades comerciales o dedicar más tiempo a actividades de alto valor (relación con el cliente, diseño experiencial, negociación estratégica). Esto se alinea con la idea de que el rendimiento sostenible proviene de microfundamentos organizacionales que permiten sentir y aprovechar oportunidades en entornos cambiantes (Teece, 2007).

### ***Implicaciones para capacidades dinámicas y ventaja competitiva***

El incremento leve en Validación final aporta una lección importante: la IA no elimina la responsabilidad profesional ni el control de calidad. La agencia debe invertir tiempo en verificar y adaptar la salida de la herramienta al contexto específico, lo que coincide con hallazgos de campo sobre la necesidad de “calibrar” la IA y gestionar sus limitaciones (Dell'Acqua et al., 2023). En términos prácticos, una implementación madura debería incorporar listas de verificación, revisión por pares y control de versiones para capturar el beneficio neto sin comprometer calidad.

Estos resultados son coherentes con la literatura sobre IA generativa y productividad en trabajo de conocimiento. Investigaciones en contextos corporativos encuentran que la IA puede acelerar tareas de redacción y análisis, y que el beneficio suele ser mayor cuando el trabajo es parcialmente estructurable y cuando se combinan capacidades humanas con apoyo de IA (Brynjolfsson et al., 2025). De forma

complementaria, la evidencia sobre impactos potenciales en el mercado laboral sugiere que los modelos de lenguaje tienen alta exposición en tareas administrativas y de soporte, que son precisamente componentes relevantes en la producción de eventos (Eloundou et al., 2024).

El principal aporte empírico del estudio es la evidencia de una reducción promedio del 19.1% (60 h) en el tiempo total de producción de eventos recreativos corporativos en Bogotá, Colombia, tras introducir IA generativa como apoyo sistemático. El patrón de ahorro por fases sugiere que la IA agrega mayor valor en actividades de alta carga cognitiva y de iteración rápida: conceptualización y elaboración de propuesta. En estas etapas, la herramienta funciona como un acelerador de generación de alternativas, estructuración de textos y síntesis de ideas, lo que reduce el tiempo de producir una primera versión y facilita iteraciones con el cliente.

## Agradecimientos

Se agradece a la empresa del sector de eventos recreativos corporativos (Valorabien S.A.S.) por facilitar el acceso a registros operativos y por la disposición del equipo para documentar tiempos y participar en la encuesta interna.

## Referencias

- Abdul Halim, A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali, A. R. (2023). The transformative role of artificial intelligence in the event management industry. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 8(2), 98–106. <https://doi.org/10.24191/jibe.v8i2.24045>
- Adams, K. (2021). Privacy concerns in AI-enhanced events: A qualitative study of participant sentiments. *Journal of Data Privacy*, 14(2), 99–115.
- Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2022). *Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence* (Updated and expanded ed.). Harvard Business Review Press.
- Albuquerque, A. (2025, julio 12). Chile lidera en adopción de IA generativa en Latinoamérica, según Coursera. La Tercera. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/chile-lidera-en-adopcion-de-ia-generativa-en-latinoamerica-segun-coursera/>
- Asociación Colombiana de Congresos y Convenciones. (2021). Cifras del sector eventos (contracción 2020-2021) [Como se citó en Forbes Staff, 2024]. En Forbes Staff. (2024, 10 de julio). Sector de eventos aporta US\$3.400 millones a la economía del país, según datos del Dane. *Forbes Colombia*. <https://forbes.co/2024/07/10/actualidad/sector-de-eventos-aporta-us3-400-millones-a-la-economia-del-pais-segun-datos-del-dane>
- Bayne, A., & Innala, J. (2024). *Predicting attendance at events within the life-science sector using machine learning*. KTH Royal Institute of Technology Bachelor Thesis. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1884568/FULLTEXT01.pdf>
- Bizzabo. (2023). Optimizing email engagement with AI segmentation. *Bizzabo Blog*. <https://www.bizzabo.com/blog/ai-audience-segmentation>
- Bmotik. (2024, 11 de noviembre). Bmotik: la primera startup de Event Tech corporativo en Shark Tank Colombia. *Bmotik Blog*. <https://bmotik.com/bmotik-la-primera-startup-de-event-tech-corporativo-en-shark-tank-colombia/>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W.W. Norton & Co.

- Brynjolfsson, E., Li, D., & Raymond, L. (2025). *Generative AI at work*. *Quarterly Journal of Economics*, 140(2), 889–942. <https://doi.org/10.1093/qje/qjae044>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dell'Acqua, F., McFowland III, E., Mollick, E. R., Lifshitz-Assaf, H., Kellogg, K. C., & Rajendran, S. (2023). *Navigating the jagged technological frontier: Field experimental evidence of the effects of AI on knowledge work (HBS Working Paper No. 24-013)*. Harvard Business School. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4573321>
- Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P., & Rock, D. (2024). GPTs are GPTs: Labor market impact potential of LLMs. *Science*, 384(6702), 1306–1308. <https://doi.org/10.1126/science.adj0998>
- Estanyol, E. (2024, julio). ¿Cómo puede ayudar la IA generativa en la organización de eventos? (I). *Revista COMeIN*, (145). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9701954>
- Keiper, M. C. (2023). ChatGPT in practice: Increasing event planning efficiency through artificial intelligence. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 33, 100454. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100454>
- Kumar, D., & Ratten, V. (2025). *Artificial intelligence in event management: A systematic literature review*. *Event Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.3727/152599525X17483017436968>
- Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Houghton Mifflin. <https://doi.org/10.1198/jasa.2005.s22>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>