RETAIL Y CONSUMO MASIVO

Comercio Agéntico

Qué debe hacer hoy un ejecutivo de retail

El software ya compra por sus clientes: qué cambia y qué hacer este trimestre.



ADLER OLIVEIRA | PRINCIPAL ADVISOR · RETAIL/CPG | SANTOLIV@AMAZON.COM

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

01

El cambio

Qué es el comercio agéntico, por qué no es simplemente mejor e-commerce y a qué velocidad está llegando.



© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Un canal nuevo, del tamaño de un mercado

Comercio agéntico: software que compra en nombre de una persona.

COMERCIO AGÉNTICO GLOBAL, 2030

$5T

La estimación alta de McKinsey — y la llaman moderada. El piso son tres billones.



$1T
Solo retail B2C en EE. UU.
McKinsey, a 2030

$300B
Piso conservador, EE. UU.
Bain: 15–25% del e-commerce

430×
Transacciones, a 2031
Juniper, sobre $8B

Todos los pronósticos discrepan en el número y coinciden en la dirección. Fuentes: McKinsey QuantumBlack, octubre 2025 · Bain & Company, 2026 · Juniper Research, 2026

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Esto no es e-commerce con un chat

Cada supuesto bajo su tienda cambia cuando el comprador es software.

	COMERCIO DIGITAL	COMERCIO AGÉNTICO
INTERFAZ	Pantallas, clics, diseño	APIs, datos estructurados, lenguaje
QUIÉN DECIDE	Una persona navega y compara	Un agente investiga y ejecuta
CÓMO LO ENCUENTRAN	SEO, búsqueda paga, display	Catálogo legible por máquina y protocolos
EL RECORRIDO	Un embudo que usted diseñó	Una intención que el agente orquesta
QUÉ OPTIMIZA	Clics, sesiones, tiempo en sitio	Tarea cumplida, confianza ganada
DÓNDE GANA	Marca, UX, inversión en medios	Calidad de datos y ser legible

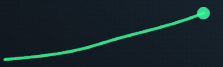
◆ Lea la columna derecha como una lista de cosas por las que hoy nadie en retail rinde cuentas.

Marco: McKinsey, *The agentic commerce opportunity*, 2025

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Esto ya está en su analítica

No es un pronóstico: es tráfico que llegó en los últimos cuatro trimestres.

13×	**Pedidos referidos por IA, año contra año** Shopify, Q1 2026	
693%	**Tráfico de IA al retail de EE. UU.** Adobe, temporada 2025	
$67B	**Ventas influidas por IA y agentes** Salesforce, Cyber Week 2025 — 20% de los pedidos	
+50%	**Conversión vs búsqueda orgánica** Shopify: y 14% más de ticket	

◆ El tráfico es pequeño y el crecimiento no. Pequeño y compuesto es cómo empezó cada canal.

Fuentes: Shopify Enterprise, 2026 · Adobe Analytics, enero 2026 · Salesforce, diciembre 2025

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Seis de estos siete llegaron en doce meses

Un hito en 2024, y después los protocolos, las plataformas y los productos de golpe.



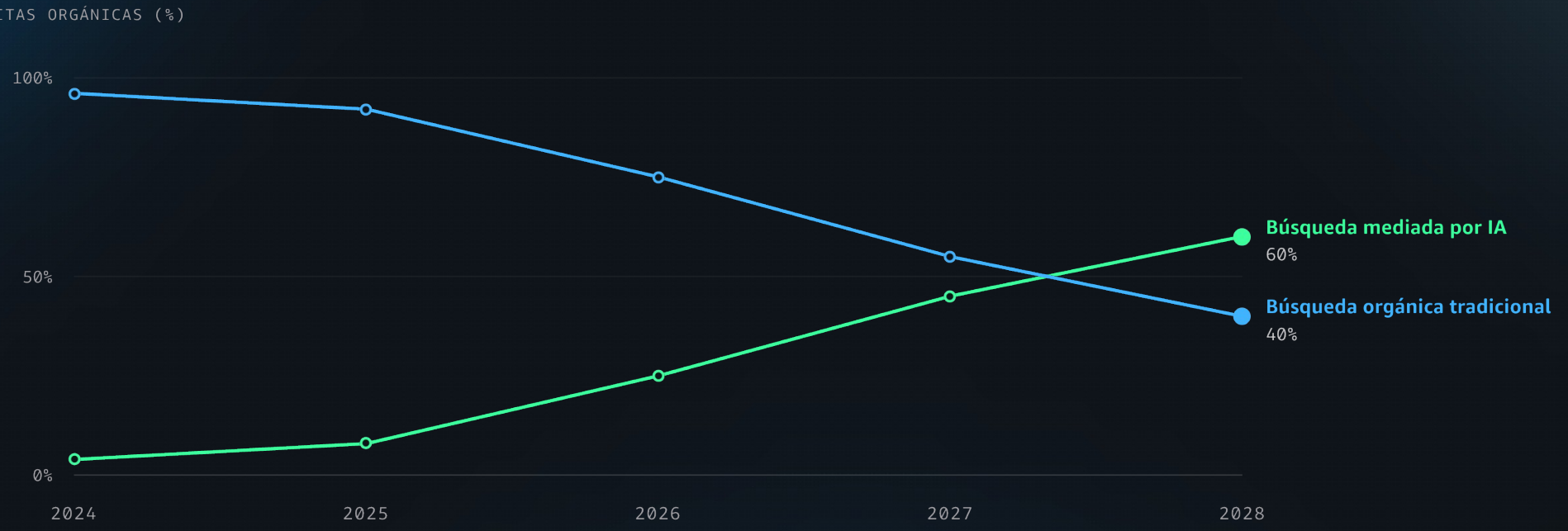
- Todos aterrizaron mientras ustedes ejecutaban un roadmap escrito antes de que existieran.

Fuentes: aboutamazon.com · agenticcommerce.dev · Shopify Editions, primavera 2026

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

El cruce cabe dentro de casi cualquier plan

Participación de visitas a sitios de retail que llegan por búsqueda mediada por IA, Europa.



Ambas series son participación del mismo total de visitas. 2027 y 2028 son proyecciones de BCG, no observaciones.

▲ BCG espera que las visitas mediadas por IA superen a la búsqueda orgánica en 2028 — el otro extremo de un plan a tres años.

Fuente: BCG, *European players must prepare for agentic e-commerce*, diciembre 2025

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

> To me, this is the most fundamental change in the way we do business in 50 years. If you are not a frontrunner, you will be a laggard, and then you will be gone.

— DIRECTOR EJECUTIVO, REWE GROUP — A MCKINSEY, 2026

Por qué citar a un supermercadista

REWE no es una empresa de tecnología y esta no es una afirmación tecnológica. Es un CEO europeo de retail describiendo un cambio de canal en los mismos términos que sus antecesores usaron para el hipermercado.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Dos caras, y casi todos ven solo una

El comercio agéntico llega desde dos direcciones a la vez, y cada una exige trabajo distinto.

01

Agentes propios

Su propio asistente, en su propia tienda, con su marca. Usted es dueño de la conversación, de los datos y del ranking.

— **Usted lo construye**

UNA CAPA DE INTELIGENCIA COMERCIAL

Las dos caras leen del mismo catálogo enriquecido

02

Agentes externos

El agente de otro — ChatGPT, Gemini, Perplexity, Copilot — comprando en su catálogo por cuenta de un cliente. Usted no es dueño ni de la interfaz ni del ranking.

— **Usted se expone a él**

◆ Dos canales, dos dueños, un requisito común. La capa que va debajo de ambos es donde está el trabajo real.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

02

Su propio agente

Qué aprendió Amazon operando un asistente de compras para 350 millones de clientes — y cómo eso ya está disponible para usted.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Este experimento lo hicimos primero con nosotros

Rufus, hoy Alexa for Shopping, está en producción en Amazon desde febrero de 2024.

350M+

Clientes atendidos

A Q2 2026

5×

Interacciones, año contra año

Q2 2026 vs Q2 2025

$12B

Ventas incrementales

Atribuidas, anualizadas

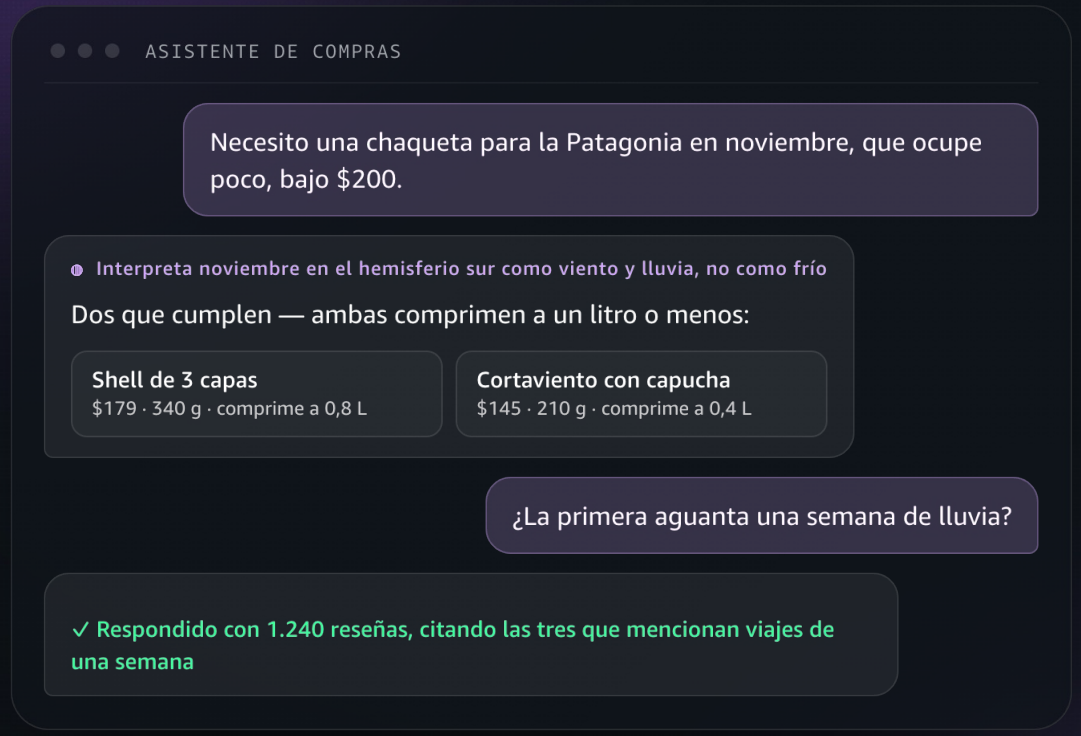
◆ Amazon fue el cliente cero. Todo lo que viene en este acto lo pagamos con errores propios.

Fuentes: aboutamazon.com, 2026 · GeekWire, mayo 2026

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Lo que el comprador realmente ve

Una pregunta con cuatro restricciones, resuelta en un turno.



01 **Lee intención, no palabras clave**

"Patagonia en noviembre" se resuelve como viento y lluvia: el catálogo conoce la estación y el lugar.

`Ontología`

02 **Sostiene las restricciones**

Precio, volumen y peso sobreviven la conversación en vez de reiniciarse cada turno.

`Multiturno`

03 **Responde con datos propios**

Reseñas, especificaciones y devoluciones: fuentes que usted ya tiene y hoy no expone.

`Fundamentado`

04 **Sabe decir no**

Rechaza por construcción lo sin stock, fuera de política y fuera de marca.

`Barandas`

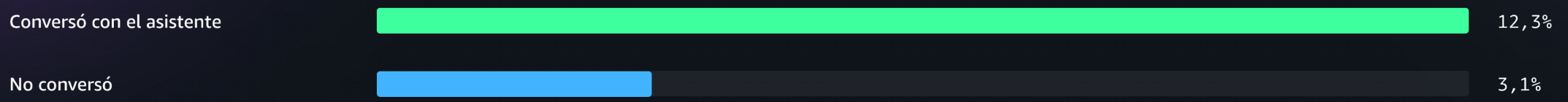
◆ Nada aquí es un producto nuevo. Es su catálogo actual, por fin legible.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Quien conversa, convierte

Tasa de conversión según si la sesión incluyó una conversación con IA.

CONVERSIÓN POR SESIÓN (%)



▲ Cerca de cuatro veces. Parte es autoselección: quien pregunta ya tenía intención.

3,5×
Conversacional vs búsqueda por palabras
AWS, en despliegues de ASA

+53%
Valor de un visitante referido por IA
Forbes, junio 2026

−36%
Tasa de rebote, referidos por IA
Misma fuente

Fuentes: estudio de conversión vertical de Alhena.ai, 2026 · AWS · Forbes, 2026

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

03

La puerta

Los protocolos que permiten que el agente de otro compre en su catálogo — y qué implica de verdad implementarlos.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Comprar ya tiene estándar

ACP se replegó al descubrimiento. Falta la identidad: quién actúa por el cliente y con qué permiso.

UCP

Universal Commerce Protocol · consolidado

Lo descubre → Arma el carro → Paga y sigue el pedido

- Consejo técnico: Google, Shopify, Amazon, Meta, Microsoft, Stripe y cuatro más.
- Carro, catálogo en vivo y vínculo de cuenta desde marzo 2026.
- Checkout nativo en AI Mode y Gemini, por defecto en Shopify (EE. UU.).
- Usted sigue siendo el comercio de registro.

Ya es el piso, no una apuesta.

PAP

Personal Agent Protocol · "Poppy"

El agente se identifica → El cliente autoriza → Actúa con permisos

- Sierra y Meta, octubre 2026. Borrador 0.1, abierto.
- Se publica en /.well-known/poppy.json.
- El cliente decide qué acceso da; usted, qué puede hacer el agente.
- Más de 40 socios de diseño: Walmart, Target, Shopify, Stripe, OpenAI, Visa.

Temprano. Cubre quién actúa, no qué se compra.

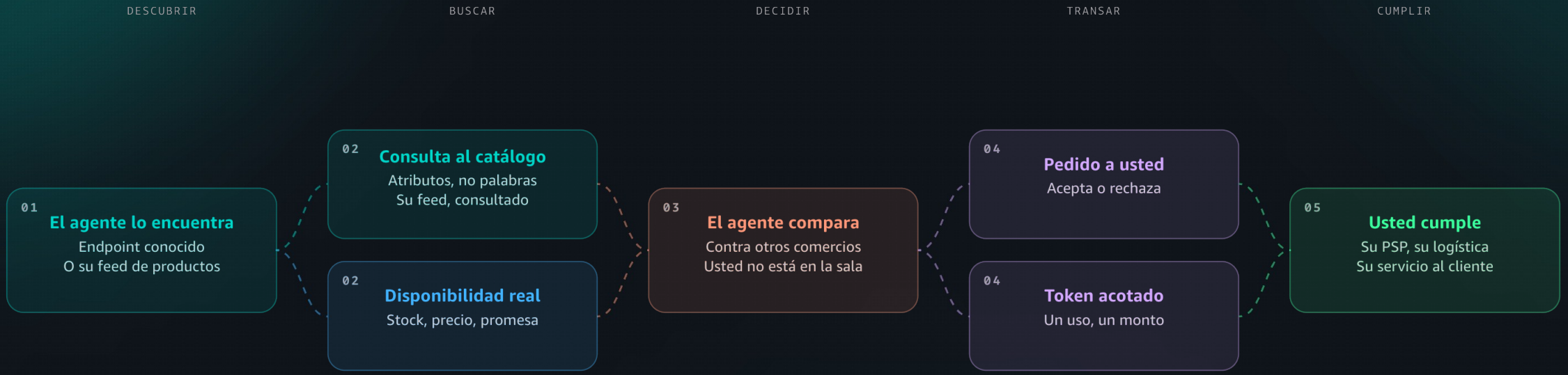
◆ UCP ya es el estándar: tenga el catálogo listo antes de que llegue a su mercado. PAP: sígalo de cerca.

Fuentes: UCP Tech Council, abril 2026 · Google Merchant Center y Shopify, septiembre 2026 · sierra.ai/blog/poppy, octubre 2026 · Forrester, abril 2026

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Qué pasa realmente en una compra agéntica

Cinco etapas. Usted es dueño de dos y debe ser legible en las cinco.



▲ La etapa tres es la incómoda: la comparación ocurre donde usted no puede verla ni pujar.

Fuente: documentación de integración de comercios de ACP, developers.openai.com/commerce

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Usted decide cuánto abre la puerta

Cuatro posturas sobre las mismas cuatro etapas. Es un dial, no un interruptor.

	DESCUBRIR	EXPLORAR	CARRO	PAGAR	QUÉ SIGNIFICA PARA USTED
Cerrado	Usted	Usted	Usted	Usted	Los agentes no pueden leerlo. Invisible, no protegido.
Descubrible	Agente	Usted	Usted	Usted	El agente lo encuentra y lo cita; el comprador llega a su sitio. Empiece aquí.
Explorable	Agente	Agente	Usted	Usted	El agente compara su catálogo real. Usted conserva el checkout.
De punta a punta	Agente	Agente	Agente	Agente	El comprador nunca sale del agente. Máxima conversión, mínima relación.

Agente · Usted

◆ Casi todos deberían estar en la fila dos dentro de un trimestre, y decidir la fila tres deliberadamente.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Qué cuesta y qué devuelve

La versión honesta, incluidas las partes molestas.

QUÉ LE CUESTA 5

01 Un feed de productos completo, no casi completo

02 Inventario y precio en tiempo real, sincronizados en minutos

03 Cinco endpoints y un webhook, más alguien que los mantenga

04 Estándares que todavía se mueven bajo sus pies

05 Devoluciones y servicio de pedidos que usted no vio llegar

QUÉ LE DEVUELVE 5

01 Presencia en un canal donde no hay página dos

02 Tráfico que convierte por encima de su base de búsqueda

03 Un catálogo que mejora todas las demás superficies que opera

04 Reputación temprana ante los propios agentes

05 Opcionalidad: un adaptador, todas las plataformas del estándar

◆ Note que cuatro de los cinco costos son trabajo de catálogo que igual necesitaba.

Reportes de practicantes de 12–30% de alza en sesiones atribuidas a agentes: wearepresta.com, 2026 — dato de proveedor, tómelo como direccional

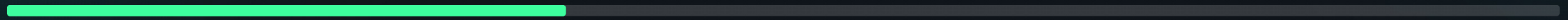
aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

La puerta técnica se abre rápido. Sus datos, no

De 3 millones de tiendas online de EE. UU. analizadas por InMobi, octubre 2026:

36%

ya puede recibir una compra de un agente, de punta a punta



Otro 27% está a medio camino; 37% aún sin medir

3 millones de tiendas online de EE. UU.

◆ Las plataformas abren la puerta por defecto. Lo que el agente encuentra adentro sigue siendo su trabajo.

19%

de los grandes comercios califica como listo para agentes

PYMNTS y Visa, junio 2026

29%

de los retailers aún no formaliza una estrategia

Deloitte, 2026

59%

vende menos del 5% de su canal directo vía agentes

HFS Research, 2026

Fuentes: InMobi, octubre 2026 — dato de proveedor · PYMNTS Intelligence y Visa, junio 2026 · Deloitte, 2026 · HFS Research, 2026

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

04

La nueva invisibilidad

Se puede estar perfectamente optimizado para Google y ser completamente invisible para un agente. Otro lector, otras reglas.



© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

La mayoría de las marcas ya es invisible

No penalizada: ilegible. El agente no puede interpretar lo que no puede interpretar.

CONTENIDO DE LA HOME INVISIBLE PARA RASTREADORES DE IA

34%

Un tercio de lo que sus clientes ven en su portada no existe desde el punto de vista de un agente.

62%

de las marcas es técnicamente invisible para la búsqueda con IA

Bloqueada, sin estructura o no interpretable

12,4%

de las Fortune 1000 publica un schema Organization válido

La corrección más barata de esta diapositiva

36%

de las tiendas de EE. UU. ya acepta una compra de un agente

La puerta abierta no arregla un catálogo ilegible

◆ Nada de esto es una penalización de ranking. Es una falla de lectura, y esas se arreglan en semanas.

Fuentes: estudio de visibilidad con IA de Semrush, 2026 · InMobi, octubre 2026

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

El SEO compraba posición, no una respuesta

El agente no elige un enlace para pulsar; elige una respuesta para actuar.

OPTIMIZACIÓN PARA BUSCADORES	OPTIMIZACIÓN PARA AGENTES
Una lista de diez enlaces	Una sola respuesta
Palabras clave y autoridad	Atributos, entidades, relaciones
Un humano lee y decide	Un modelo lee y decide
Se mide en posición y clics	Se mide en citas y tareas cumplidas
Gana atención	Gana la decisión

▲ Un agente cita unas seis marcas por respuesta. El anuncio va al lado; la cita hay que ganarla.

Fuente: estudios de citación de Profound y BrightEdge, 2026 — los agentes citan ~5,84 marcas por respuesta

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Cómo decide realmente un agente

Ponderación aproximada de qué determina que un producto sea recomendado, por señal.

Respuesta del agente

Qué se cita en una respuesta con IA



Domina la calidad de datos. El agente necesita hechos sobre los que actuar.

Búsqueda tradicional

Qué se posiciona en la primera página



Domina la autoridad. El humano juzgará la página por sí mismo.

QUÉ SIGNIFICA PARA USTED

- La completitud de atributos vence al volumen de contenido
- Un feed de stock viejo se lee como un comercio poco confiable
- Las reseñas son evidencia, no prueba social
- La autoridad de dominio sigue ayudando, y ayuda menos
- Nada de esto se compra: se construye una vez

◆ Los dos perfiles son casi espejos. Por eso no basta con apuntar al equipo de SEO a este problema.

Síntesis direccional de estudios de Profound, BrightEdge y Semrush 2026 — no es una ponderación publicada

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

05

La capa de inteligencia

Todo lo de los cuatro actos anteriores lee del mismo lugar. Este es ese lugar, y es la parte que nadie puede comprarle.



© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

La brecha entre lo que se pregunta y lo que se guarda

Toda pregunta de un agente llega en términos humanos. Todo catálogo responde en términos de SKU.

QUÉ PREGUNTA EL COMPRADOR

- “Para caminar con lluvia en la Patagonia”
- “Un regalo para alguien que hornea”
- “¿Le queda a un niño de dos años?”
- “¿Sirve en cocina de inducción?”

QUÉ FALTA EN MEDIO

- Ontología: conceptos y relaciones
- Grafo: producto, uso, material
- Búsqueda por significado
- Sentido común: lluvia implica impermeable

QUÉ GUARDA EL CATÁLOGO

SKU 8842119

TÍTULO	Chaq Shell 3L Hom Ngr M
MATERIAL	PL 100%
ATTR_44	20000mm
CATEGORÍA	Abrigos > Shells
CASO_DE_USO	(vacío)

▲ Nadie buscó nunca “20000mm”. Ese número responde “¿me mantiene seco?”, y ningún agente lo sabe.

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Tres formas de describir el mismo producto

Cada una responde algo que las otras no. Necesita las tres; casi todos tienen una.

	QUÉ ES	QUÉ RESPONDE	QUÉ NO PUEDE HACER
Taxonomía	Un árbol: un padre por nodo, dibujado para la tienda.	"¿Dónde va esto en el menú?"	Decir que un producto sirve para dos ocasiones.
Ontología	Conceptos y las relaciones entre ellos.	"¿Qué es impermeable y qué lo prueba?"	Saber algo de su stock real.
Grafo	Sus productos, conectados a esos conceptos.	"¿Qué productos míos sirven para lluvia?"	Ser mejor que el enriquecimiento que lo creó.

◆ Una taxonomía ordena la tienda. Una ontología explica el mundo. Un grafo une las dos — esa es la capa.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Cómo lo construyó Amazon

COSMO — el grafo de conocimiento de sentido común bajo la búsqueda de Amazon, publicado en 2024.

COMPORTAMIENTO
Miles de millones de sesiones reales de búsqueda y compra
Señal real, no una encuesta

↓

GENERACIÓN
Un LLM propone relaciones; un modelo crítico y humanos las podan
Solo 30.000 ejemplos anotados

↓

EL GRAFO
6,3M de nodos y 29M de aristas, 15 tipos de relación
18 dominios de producto

↓

SERVICIO
En el ranking de búsqueda y la recomendación por sesión
En vivo en amazon.com

QUÉ CAMBIÓ

- Ranking de búsqueda
- Comprensión de consultas
- Recomendación por sesión
- Navegación
- Ítems sin historial
- Preguntas de producto

Fuente: COSMO, Amazon Science, KDD/SIGMOD 2024 — amazon.science/publications

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Cuánto valió el grafo

Medido en vivo contra un control, y offline contra un benchmark público.

+0,7%	**Ventas relativas de producto, A/B en vivo** Sobre ~10% del tráfico de Amazon EE. UU. — cientos de millones al año	
+8%	**Tasa de interacción en navegación** Mismo experimento	
+60%	**Macro F1 en emparejar consulta y producto** Benchmark público ESCI, con intención inyectada	
+3,8%	**NDCG@10 en recomendación por sesión** Dominio vestuario, COSMO-GNN	

◆ Cero coma siete por ciento parece poco hasta que lo aplica a su propia línea de ingresos. Haga esa cuenta ahora.

Fuente: paper de COSMO, tablas 1–8 — la prueba en vivo corrió sobre cerca del 10% del tráfico de EE. UU.

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

06

Qué hacer ahora

Cuatro cosas, en orden, ninguna de las cuales exige replatformar y todas las cuales se pagan solas.

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Tres fases, valor en cada paso

Cada fase entrega retorno por sí sola. No se requiere un big bang.

Semana 0 — Semana 6 — Semana 12 — Semana 16

4–6 semanas

Fundación

Enriquecer con IA el catálogo prioritario, corregir el schema Organization y Product, desplegar búsqueda inteligente.

Mejor búsqueda, más conversión, un catálogo legible por IA

4–6 semanas

Inteligencia

Construir la ontología y el grafo sobre el catálogo enriquecido, y poner su propio asistente en la tienda.

Un asistente con su marca, y todas las superficies leyendo de una capa

2–4 semanas

La puerta

Publicar el endpoint conocido, exponer el feed, implementar descubrimiento. Decidir el checkout deliberadamente.

Descubrible por toda plataforma agéntica que siga los estándares

◆ **Diez a dieciséis semanas hasta estar listo para el comercio agéntico.** Cada fase entrega algo que sus clientes ven, y ninguna espera a la siguiente.

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Empiece este mes

Dos cosas que un equipo puede terminar antes de su próximo directorio.

Logro rápido 01

1 semana

Enriquecimiento de catálogo con IA

- Tome los 1.000 productos que más venden
- Genere con un LLM los atributos que faltan
- Agregue uso, ocasión, material y compatibilidad
- Mida la conversión de búsqueda antes y después

Corre en paralelo a producción. Nada queda en riesgo.

Logro rápido 02

1–2 semanas

Vuélvase descubrible

- Corrija el schema Organization y Product
- Publique un feed de productos completo
- Desbloquee los rastreadores de IA
- Pregunte a ChatGPT y Gemini qué dicen de usted

Es la fila dos de la puerta, sin decidir el checkout.

◆ Las dos se miden en quince días. Ninguna necesita un caso de negocio de más de una página.

aws © 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

La ventana está abierta. El trabajo es fundacional.

PRINCIPIO

Enriquecer una vez

Todas las superficies leen de una capa

URGENCIA

13× año contra año

Tráfico pequeño, compuesto rápido

POSTURA

Ser legible

Descubrible ahora, transaccional cuando usted decida

Las plataformas ya abren la puerta por defecto. Lo que el agente encuentra adentro depende de usted.

COMERCIO AGÉNTICO · ESTRATEGIA EJECUTIVA | AWS · RETAIL Y CONSUMO MASIVO

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

Gracias

Con gusto profundizo en cualquier parte de esto: la arquitectura, los protocolos o dónde empezar con su propio catálogo.

Adler Oliveira

PRINCIPAL ADVISOR · RETAIL/CPG

santoliv@amazon.com

© 2026, Amazon Web Services, Inc. o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.