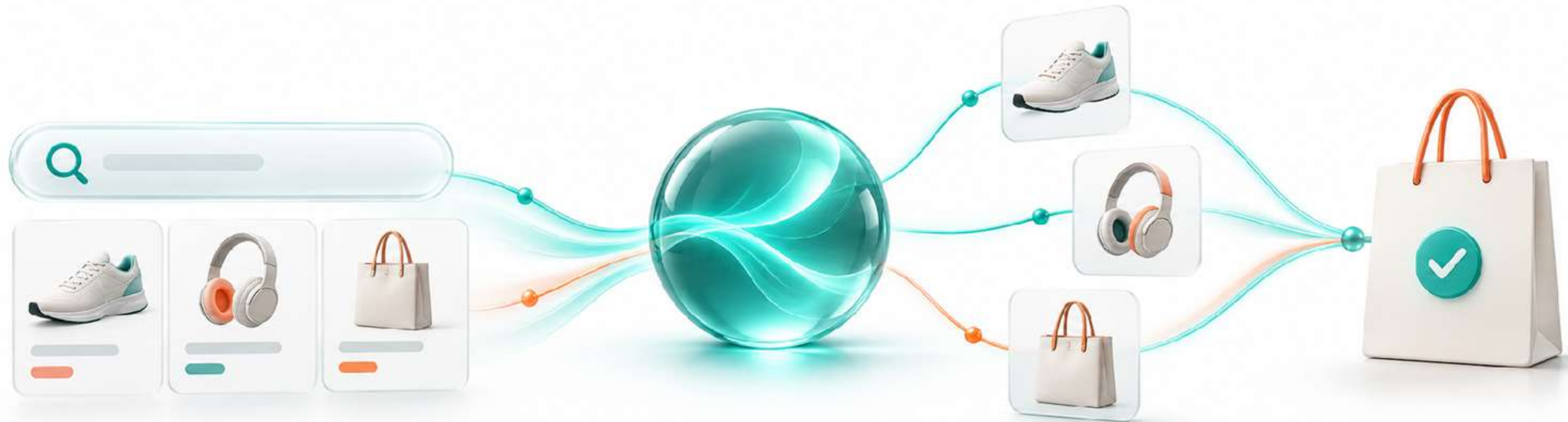


Búsqueda Agéntica en y su impacto en consumer behavior.



2020: un punto de inflexión para el e-commerce



TRES FACTORES CONVERGIERON



Más tráfico digital



Mayor liquidez en los hogares



Restricciones al comercio presencial

El e-commerce se aceleró.



No solo creció el e-commerce.
Se multiplicaron las formas de comprar.

Cuatro eras que transformaron la forma de comprar



01 Internet

"Puedo descubrir tiendas más allá de mi zona."



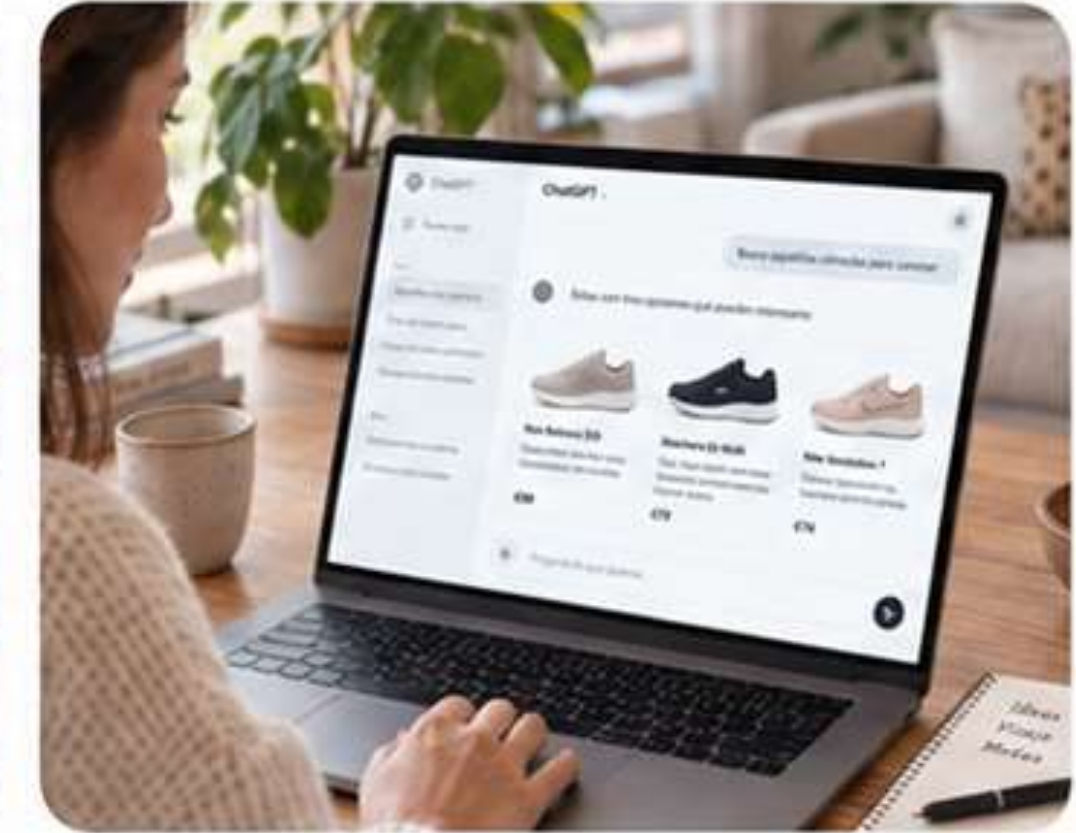
02 Mobile

"Puedo comparar precios, incluso dentro de una tienda."



03 Redes sociales

"Quiero ver cómo lo usan otros antes de decidir."



04 Inteligencia artificial

"Puedo explicar qué necesito y para qué."

QUE SIGNIFICABA ESTO PARA



Más consumidores. Más marcas.



El desafío: conectar a cada persona con la oferta relevante.



cyber.cl

CAMBIO DE LA UX

INTRODUCCIÓN DE LA BÚSQUEDA INTELIGENTE

AMPLIACIÓN DE CATEGORÍAS

LANZAMIENTO DE CYBER APP

MAPA INTERACTIVO DE TIENDAS FÍSICAS

LIVES CON CONTENT CREATORS

OFERTAS DESTACADAS

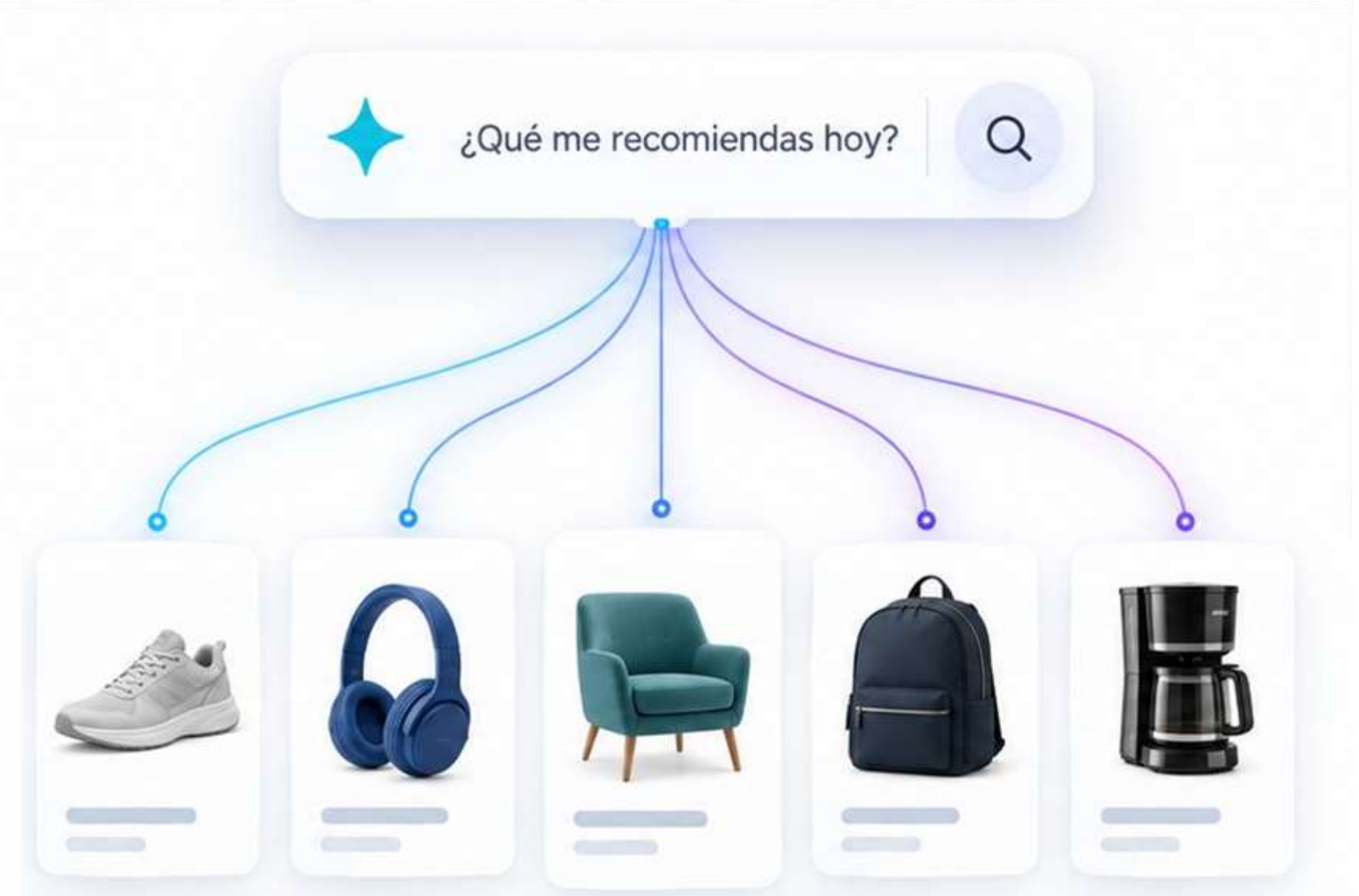
NUEVOS VERTICALES

ESPACIOS PUBLICITARIOS

LA IA YA INFLUYE EN EL DESCUBRIMIENTO

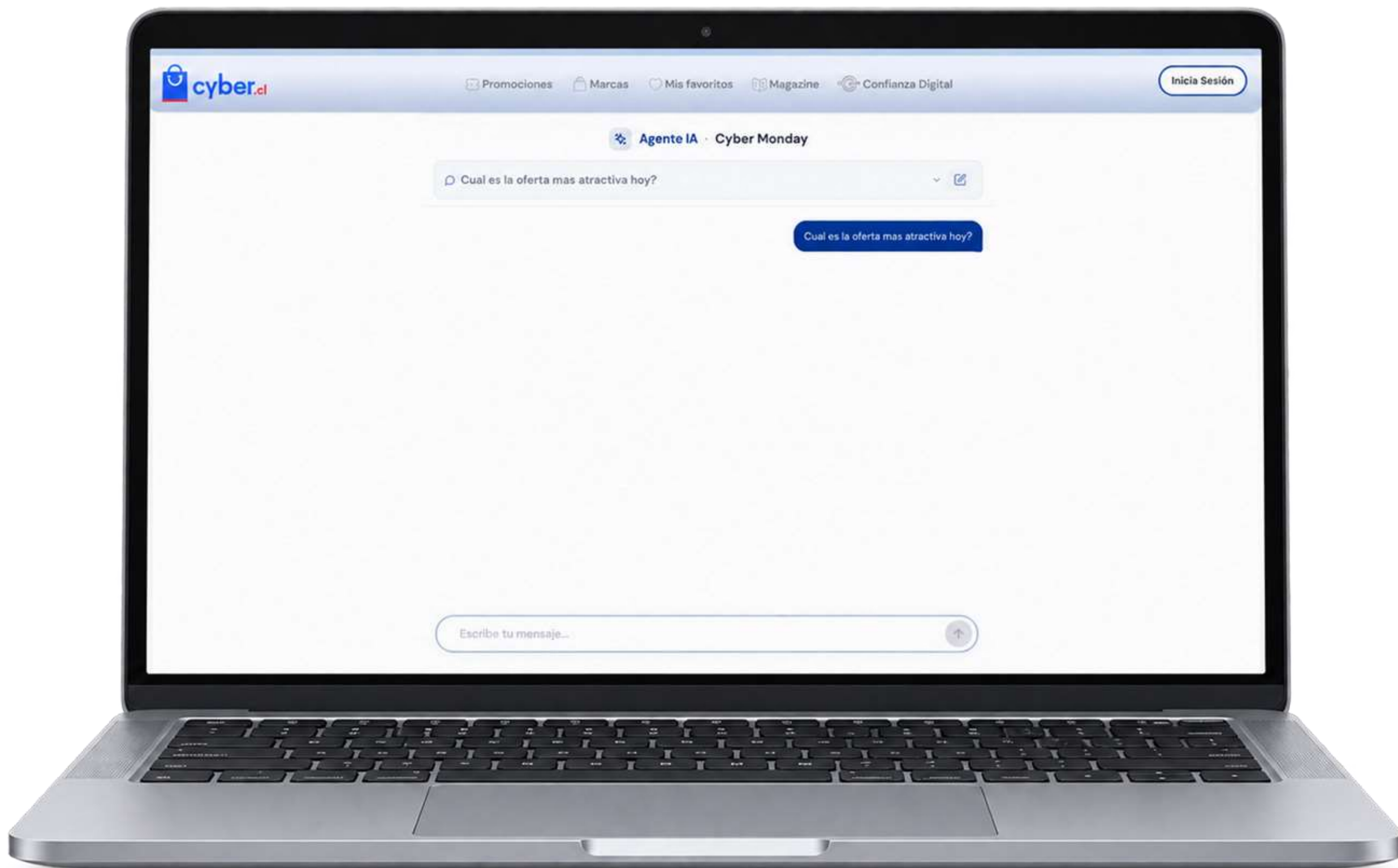
48%

de los encuestados en Chile descubrió o consideró nuevas marcas, productos o canales de compra gracias a la IA generativa.



La oportunidad para Cyber: conectar esta nueva forma de buscar con nuestras marcas.

Fuente: Cadem, 6–10 de agosto de 2026. 1.000 encuestas online. Publicado por ANDA, 7 de septiembre de 2026.
El dato mide descubrimiento o consideración, no compras realizadas.



Una nueva forma de buscar

Uso de la búsqueda en Lookweek

+559%

más uso frente al
buscador tradicional

Buscador tradicional · 2025

 **990** búsquedas

Agente IA · 2026

 **6.523**
conversaciones

Fuente: Cyber AI Agent / REM · Lookweek 2026 vs. 2025
Comparación entre ediciones: conversaciones con IA y búsquedas tradicionales.

Los usuarios expresaban lo que necesitaban

65%

de las conversaciones
buscaba

ofertas o rutas definidas

45% ofertas + 20% rutas específicas

Consultas reales de usuarios

hola necesito vuelos stgo a buenos aires ida y vuelta pa 2, del 20 al 24 de noviembre, cual es el mas barato con maleta?

que ofertas hay con 50% de dcto o mas

que opciones hay para cankun con un presupuesto de un millon? x una semana

El usuario también viene a comparar y decidir

Consultas reales de usuarios

COMPARAR OPCIONES

Compara Dynablast con Kayano

EVALUAR NECESIDADES ESPECÍFICAS

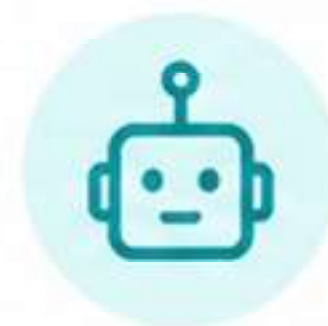
Mejores zapatillas para personas operadas de la columna

La relevancia necesita información

- Comparar entre marcas con información verificable.
- Responder según lo que las fuentes permiten.
- Reconocer cuando falta información.



**Información
de las
marcas**



Agente Cyber



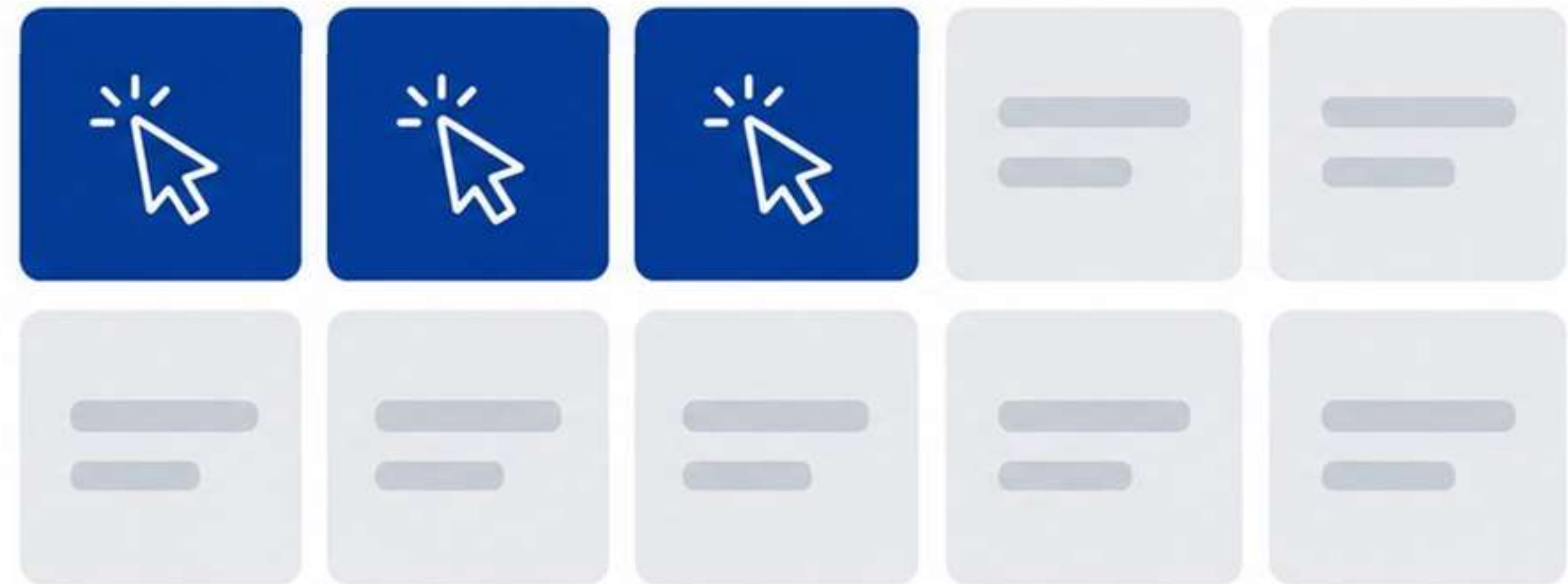
**Decisiones
mejor informadas**

Fichas, especificaciones, condiciones y límites de uso disponibles y actualizados.

¿Y esas recomendaciones eran relevantes?

34,4%

CTR del agente

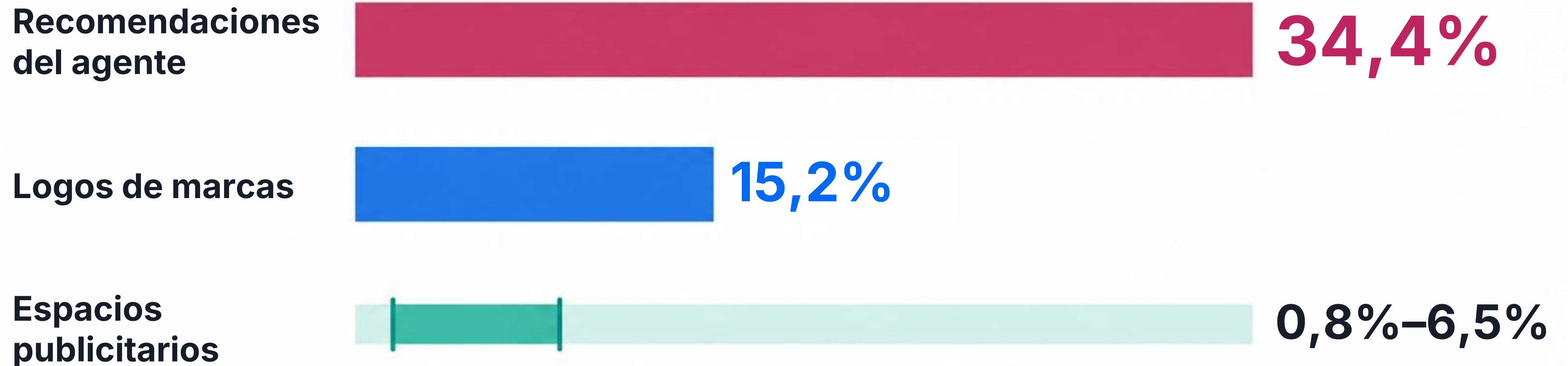


Más de 3 clics por cada 10 impresiones de marca en el chat

La búsqueda se convirtió en visitas a las marcas.

¿Y esas recomendaciones eran relevantes?

CTR por espacio en Cyber



La intención expresada se tradujo en clics hacia las marcas.

La oportunidad llegó a más marcas

86%

de las marcas mostradas
por el agente recibió clics

50 de 58 marcas · Pyme Day 2026



Con clics Sin clics

33 marcas

con menos de 500 clics en logos
superaron las 1.000 impresiones en el
agente

CyberDay 2026 · Visibilidad en el agente

La búsqueda específica abrió espacio a otras marcas

Lookweek 2026 · Marcas que lideraron los clics en cada experiencia

Navegación por logos

Top 3 por clics

1 Paris.cl

2 Adidas

3 H&M

Recomendaciones del agente

Top 3 por clics

1 Block

2 Dermotienda

3 Sokobox

Una nueva vía para conectar marcas con necesidades concretas.

La demanda también nos mostró lo que faltaba

4,2%

de consultas con brechas
de inventario e información

Travel Sale, marzo de 2026



Hoteles sin aliados



Rutas sin disponibilidad



Temporadas sin precio



Una oportunidad para marcas + CCS

Ampliar la oferta y hacer accesibles
precios,
disponibilidad y condiciones actualizadas.

Cada consulta sin resolver señala una oportunidad de mejora.

Volumen y respuesta: dos dimensiones del resultado

CyberDay 2026 · Evolución de la tasa de clics del agente

CTR · Escala ampliada: 27%–30%



La tasa de clics aporta una lectura complementaria al volumen de visitas.

¿Qué logra el usuario durante su visita?

La conversación añade una **nueva dimensión al éxito**

La actividad que antes veíamos entre páginas también puede ocurrir dentro del chat.

Navegación del sitio

-  Visitas y sesiones
-  Páginas vistas
-  Tiempo de permanencia
-  Profundidad de scroll



Experiencia en el agente

-  Necesidades expresadas
-  Comparaciones y consultas resueltas
-  Clics hacia marcas y CTR
-  Consultas sin respuesta

¿Qué pudo resolver el usuario durante su visita?

Lo que viene: un agente más conectado, útil y accesible



Integración con las marcas

Catálogos, precios, disponibilidad y condiciones actualizadas.



Conversaciones por voz

Explicar lo que necesitas de forma natural, hablando.



Mejores preguntas

Aclarar presupuesto, preferencias y requisitos antes de recomendar.



Comparaciones completas

Diferencias, costos totales y condiciones, con fuentes.



Continuidad de la búsqueda

Guardar opciones y retomar conversaciones, con autorización.



Aprender de lo que falta

Detectar consultas sin resolver y trabajar las brechas con marcas y CCS.

La próxima etapa se construye con las marcas y los usuarios.

Antes mostrábamos el
catálogo al consumidor.

**Hoy, el consumidor
quiere
conversar con él.** 