

# Nuevas fronteras de la IA

De la IA generativa a la IA conductual: qué cambia cuando la inteligencia ya está al alcance de todos.

## QUIÉN LES HABLA



# Ronny Groisman S.

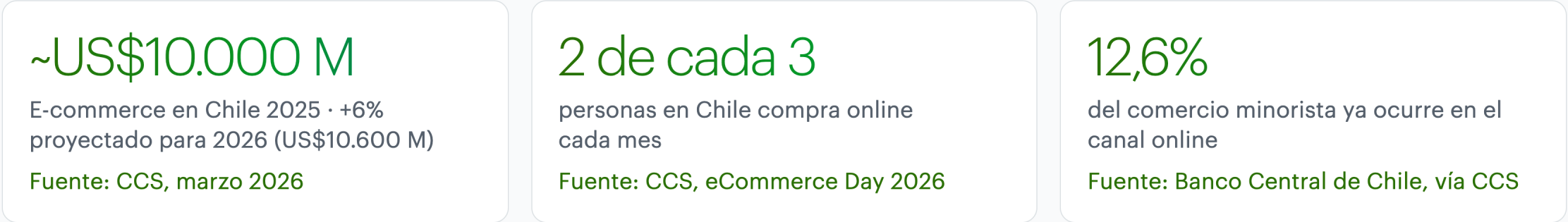
**Partner Growth Manager LATAM · Synerise**

Desarrollo de partners y negocio en Latinoamérica.

Trabajo con integradores, grandes compañías en diversas industrias y marcas de la región para llevar datos e IA a producción.

CONTEXTO · CHILE

# Chile ya compra en digital, pero la IA predictiva sigue siendo minoría



Más del 80% de las grandes empresas ya usa IA (Entel Digital / CENIA, 2025). Pero en usos específicos, la adopción se desploma:



Fuente: CCS, Ecosistema Digital Chileno 2026 (eCommerce Day, abril 2026). Porcentaje de empresas en Chile.

## EL CAMBIO

# Las ventajas del modelo ahora expiran en meses, no en años

### 6 lanzamientos frontera en casi 2 años



### 6 lanzamientos frontera en 8 meses



**100×** más barato por token en 2 años: de US\$30 a menos de US\$1 por millón

**~3 meses** de rezago del open source frente a la frontera

## DÓNDE INVIERTE CHILE

# Chile invierte en IA, pero la fragmentación le quita el retorno

### La inversión tecnológica va hacia:

- **Inteligencia artificial**  
Prioridad n.º 1 de las empresas chilenas en 2026 · SAP Insights
- **Seguridad y ciberseguridad**  
Principal prioridad de inversión en servicios TI (51%) · Bain & Company
- **Hiperpersonalización**  
Eje que redefine el retail en Chile, junto con la IA · CCS
- **Datos y analítica**  
Integración de datos y decisiones predictivas · SAP Insights

### Pero el retorno no llega:

- 61% de las empresas en Chile no obtiene retorno de sus iniciativas de IA
- 79% dice que la fragmentación tecnológica limita sus proyectos de IA
- 14 herramientas tecnológicas usa en promedio cada organización

Fuente: ManageEngine, El Estado de la Transformación Digital en América Latina 2026, resultados Chile (150 líderes de TI y negocio)

# Si todos tienen la misma inteligencia, ¿cuál es tu ventaja?

No son mejores prompts. Ni el fine-tuning. Ni el modelo.

LA RESPUESTA

Tu ventaja es lo que solo tú sabes de tus clientes: cómo se comportan

|            | IA generativa             | IA conductual                            |
|------------|---------------------------|------------------------------------------|
| Aprende de | Texto público de internet | Las interacciones reales de tus clientes |
| Entiende   | Lo que el cliente escribe | Lo que el cliente hace                   |
| Entrega    | Contenido y respuestas    | Predicciones y decisiones en tiempo real |
| Ventaja    | Disponible para todos     | Propia y difícil de copiar               |

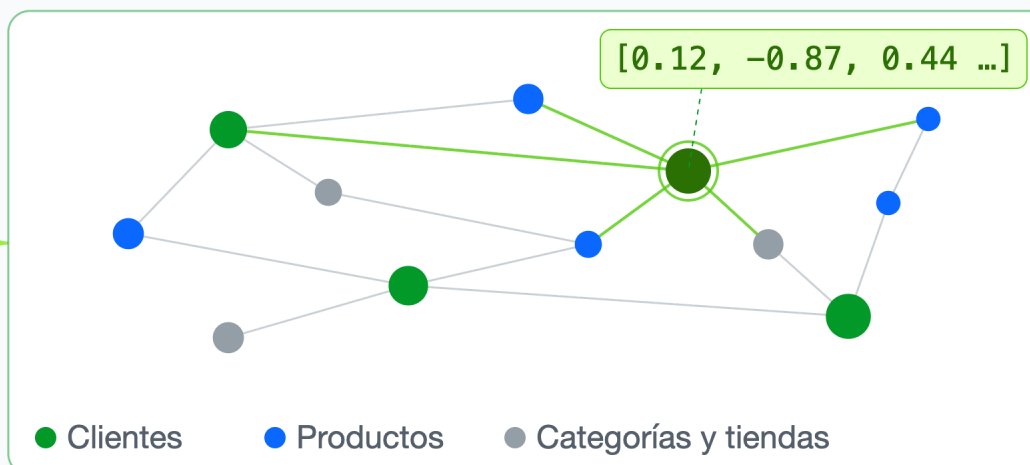
## CÓMO FUNCIONA LA IA CONDUCTUAL

# Cada interacción alimenta un perfil vivo

### 1 · CADA SEÑAL



### 2 · PERFIL DE COMPORTAMIENTO



### 3 · PREDICCIONES



#### 01 · Todas las señales

Web, app, tienda, fidelización y conversaciones llegan a un solo perfil.

#### 02 · Cada cliente es un vector

Resume todo su comportamiento y se mueve con cada nueva señal.

#### 03 · Un modelo, todas las predicciones

Sin un modelo distinto por canal ni por caso de uso.

## EL PROBLEMA DE HOY

# Ocho herramientas, ocho versiones distintas del mismo cliente

× Recolección y almacenamiento de datos

× Automatización de marketing

× Plataforma de datos de clientes

× Motor de personalización

× Búsqueda en el sitio

× Software de fidelización

× Analítica de producto y BI

× Modelos de IA propios

### Una sola capa de comportamiento

Cada punto de contacto lee el mismo perfil y el mismo modelo. Lo que aprende uno mejora a los demás.

## 83%

de las empresas en Chile planea consolidar sus proveedores de TI en los próximos 24 meses

Fuente: ManageEngine 2026, resultados Chile

## EL EFECTO COMPUESTO

Cuando todos los canales comparten un modelo, las mejoras se acumulan

---

+7–9%

ingresos

---

+4–17%

ticket promedio

---

+5–30%

conversión vs. grupo  
de control

---

–4–30%

fuga de clientes

---

+12–19%

valor de vida del cliente

## LA PRÓXIMA FRONTERA: COMERCIO AGÉNTICO

Tus clientes pronto comprarán a través de agentes de IA

63%

de los consumidores espera comprar  
con ayuda de IA

US\$3-5T

en comercio agéntico hacia 2030,  
según McKinsey

Google y Amazon ya integran el checkout con IA, y las marcas despliegan sus propios agentes de compra.

## NO TODO ASISTENTE ES UN AGENTE

# La mayoría de los asistentes de compra con IA son chatbots disfrazados

### CHATBOT GENÉRICO

#### Una capa de configuración sobre el modelo de otro

Sin contexto de comportamiento. Sin optimización de costos. Sin agencia real: un intermediario estático entre una API y tu tienda.

### AGENTE CON CONTEXTO

#### Inteligencia real, basada en comportamiento

Cada respuesta usa señales en tiempo real, predicciones y tu surtido vivo. Busca, compara, recomienda y vende.

**Agente que vende + IA conductual = IA que funciona** entiende al cliente, predice y actúa en el momento justo

## DE LA DEMO A PRODUCCIÓN

# Un agente de compra listo para producción es infraestructura, no un prompt

### ✓ Contexto del perfil

Sabe quién es el cliente y qué ha hecho.

### ✓ Recomendaciones nativas

Usa los mismos modelos que el resto del sitio.

### ✓ Pruebas A/B entre agentes

Compara prompts, reglas y exclusiones.

### ✓ Respuestas rápidas

Ayuda a refinar la búsqueda sin escribir.

### ✓ Herramientas externas

Se conecta a otros sistemas vía MCP o API.

### ✓ Historial de conversación

Retoma donde el cliente lo dejó.

### ✓ Control de uso

Límites por sesión y por IP.

### ✓ Engagement proactivo

Inicia la conversación según escenarios.

### ✓ Baja latencia

Razona en varios pasos sin hacer esperar.

# MCP, skills y agentes: la IA entra a la operación diaria del equipo

01

## MCP

Protocolo estándar que conecta agentes de IA con los datos y operaciones de una plataforma, en tiempo real.

02

## Skills

Instrucciones reutilizables que enseñan al agente a hacer bien una tarea: una campaña, un reporte, una pieza.

03

## Agentes de plataforma

Un experto que analiza, explica y construye dentro de tus sistemas, siempre con aprobación.

### Casos de uso que ya funcionan

Auditar A/B tests activos

Detectar dónde se pierde el checkout

Monitorear el riesgo de fuga

Ver qué recomendaciones generan más ROI

## FIDELIZACIÓN

# La lealtad se orchestra: ocho piezas que deben trabajar juntas

01

### Recolectar datos

Todas las fuentes, ordenadas y accesibles vía API.

02

### Crear la economía

Acumular, canjear y vencer: el earn & burn es la clave.

03

### Automatizar procesos

Un ecosistema que opera solo.

04

### Personalizar la comunicación

Mensaje, canal y momento para cada socio.

05

### Personalizar las ofertas

Beneficios según comportamiento, no solo nivel.

06

### Aumentar el engagement

Misiones, retos y razones para volver.

07

### Predecir el futuro

Anticipar fuga, próxima compra y valor.

08

### Medir y reaccionar

Ajustar el programa con datos reales.

# Tres movimientos para empezar el lunes

01

## Unifica las señales

Junta web, app, tienda y fidelización en un perfil por cliente, actualizado en cada evento.

02

## Predice antes de automatizar

Decide a quién, qué y cuándo con modelos de comportamiento; luego automatiza.

03

## Prepara tus datos para agentes

Expón catálogo, stock y perfil de forma segura: los agentes de tus clientes ya vienen.

Si tu competencia usa el mismo modelo que tú, ¿qué sabe tu IA que la suya no?

# ¡Gracias!

---

**Ronny Groisman S.**

Partner Growth Manager LATAM · Synerise

✉ [ronny.groisman@synerise.com](mailto:ronny.groisman@synerise.com)

📞 [+56 9 8188 2132](tel:+56981882132)

💼 [linkedin.com/in/ronny-groisman-sobocki](https://www.linkedin.com/in/ronny-groisman-sobocki)

