Más allá de los chatbots: la economía agéntica ya es una realidad



Un plan de ROI para las empresas estancadas entre la adopción de la IA y su valor

Con el punto de vista ejecutivo de

Alex Schultz,
director de datos de Meta

Meta

Acerca del informe

75 %

El 75 % de los líderes empresariales ya adoptaron la IA agéntica.[1]

Solo el 15 % obtiene beneficios.[2]

La mayoría de las organizaciones se encuentran estancadas hoy en día en la brecha entre adopción y valor.

En este informe, se aborda esa brecha y la infraestructura necesaria para cerrarla, con estadísticas de analistas de mercado independientes y el punto de vista ejecutivo de Alex Schultz, director de datos de Meta.

Tres preguntas marcan el camino que se debe seguir:

- ¿Qué es la economía agéntica y por qué se está formando ahora?
- ¿Qué infraestructura requiere?
- ¿Qué deberían hacer los líderes empresariales en los próximos 90 días?

En este informe, encontrarás un marco de preparación, un análisis de la oportunidad competitiva, casos de éxito reales de empresas que ya están en producción y un plan de trabajo práctico para directores ejecutivos, de operaciones y de experiencia del cliente que estén evaluando dónde invertir.

La economía agéntica se está formando ahora. Estos son los aspectos que se deben considerar a fin de crear su infraestructura.



Alex Schultz,
director de datos de Meta

Más allá de los chatbots: la economía agéntica ya es una realidad

1 La economía agéntica ya es una realidad. ¿Estás desarrollando infraestructura para ella? 3

2 El problema del 75/15: La brecha entre adopción y valor 9

3 Qué necesita la economía agéntica para generar ROI 14

4 Pioneros 17

5 Empieza aquí 20

6 Plataforma de Meta Business Agent 23

1 2 3 4 5 6

La economía agéntica ya es una realidad. ¿Estás desarrollando infraestructura para ella?



De los chatbots a los agentes; de la asistencia al ciclo de vida completo

El cambio que está ocurriendo ahora mismo en el mercado no tiene que ver con chatbots más inteligentes: respuestas más rápidas, una mejor coincidencia con preguntas frecuentes o guiones que suenen más naturales.

Se trata de agentes de IA que actúan de forma autónoma a lo largo de todo el recorrido del cliente, desde el descubrimiento hasta la compra, el servicio y la recuperación. Mientras que un chatbot responde una pregunta y espera, un agente responde, te da una recomendación personalizada de productos, cierra la venta, procesa la devolución, vuelve a pedir el producto y hace un seguimiento la semana siguiente. Esto es una reconfiguración estructural de cómo operan las empresas.

Las principales firmas de estrategia coinciden: el comercio agéntico se medirá en billones dentro de esta década. No obstante, el comercio es solo un sector dentro de una infraestructura económica más amplia que ahora está tomando forma: la economía agéntica. Este cambio supone un restablecimiento total de las plataformas y los servicios.[1]





Un cambio en el mercado que se mide en billones

3-5 billones de USD

Impacto económico global del comercio agéntico para 2030.[3]

55 %

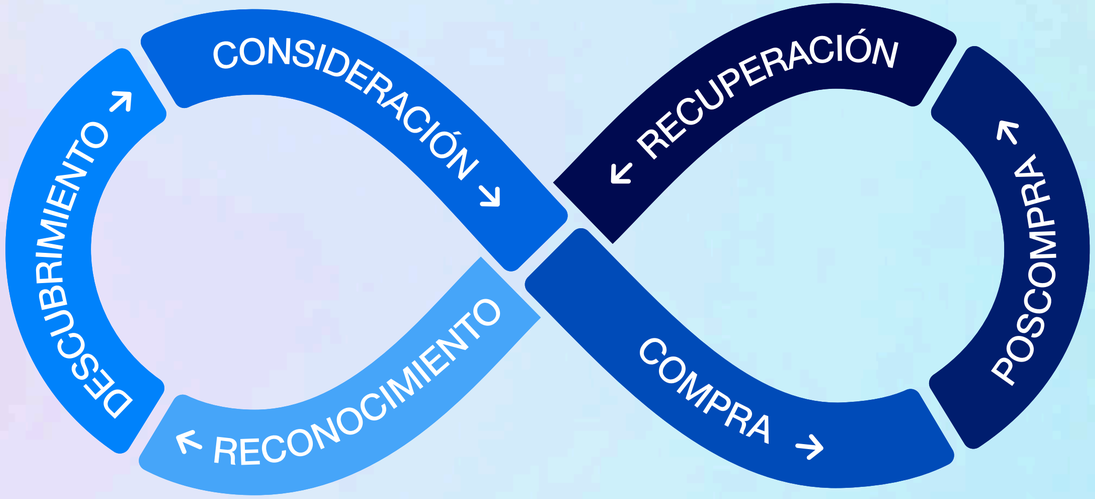
Los consumidores pasan de usar los motores de búsqueda a los macromodelos lingüísticos para descubrir productos.[5]

60 %

Gartner® predice que "para 2028, más del 60 % de las interacciones de servicio de atención al cliente en las empresas serán administradas de extremo a extremo por la IA agéntica, frente al 20 % en 2026".[4]

+1 M

Empresas que usan Meta Business Agent cada semana en Messenger y WhatsApp.



Descubrimiento: los consumidores cada vez más empiezan su búsqueda de productos en plataformas de IA en lugar de usar los buscadores tradicionales.

Generación de clientes potenciales: los agentes de IA califican a los clientes potenciales que vienen de anuncios y mensajes de forma automática y les hacen un seguimiento.

Ventas: navegación, comparación y finalización de compra sin salir de la conversación.

Asistencia: los agentes de IA resuelven las consultas de extremo a extremo, incluida la solución de problemas y la aplicación de soluciones.

Recuperación: los estímulos conductuales impulsan las compras recurrentes y el valor a largo plazo del cliente.



"La IA simplifica los recorridos y reorienta la influencia al facilitar el descubrimiento, las decisiones y el servicio antes de la interacción humana".[6]



"Lo que viene ahora son agentes que no solo responden, sino que actúan en nombre de la empresa en cada conversación, en cada canal y ante cada necesidad del cliente.

Esa es la 'economía agéntica' de la que todos hablan.

Porque lo que la IA hace posible no es solo una mejor conversación. Es un agente que conoce al cliente, no solo por un clic, una llamada o el CRM, sino por toda la relación".[7]

Nicola Mendelsohn, *directora mundial de Business Group de Meta*

Todo el recorrido comercial (y, con el tiempo, toda una infraestructura económica) se está volviendo una serie de "operaciones nativas de agentes". Las primeras muestras de esta economía agéntica ya están en marcha.

Más de un millón de empresas usan chatbots con IA en Messenger y WhatsApp para interactuar con sus clientes cada semana.

La implementación de chatbots que pueden responder preguntas frecuentes, confirmar horarios y comprobar existencias es la base de una nueva etapa en el avance agéntico: agentes que no solo responden, sino que actúan.

Programar citas, procesar devoluciones y cerrar ventas: los agentes están tomando medidas de forma autónoma a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente. Este cambio no es gradual, sino estructural.

LA VISIÓN

Interacciones entre agentes

El punto de conexión lógico de los agentes autónomos es una economía en la que cada empresa y cada consumidor cuente con agentes que realicen transacciones en su nombre. Esto se deriva de las funcionalidades que ya existen en el mercado.

Cuando un agente de IA puede obtener cotizaciones del agente de un espacio para eventos, coordinar horarios y presentar un conjunto de opciones listas para decidir en segundos, la dinámica competitiva cambia por completo. Un equipo de tres personas tiene la misma funcionalidad ininterrumpida que una gran empresa. El costo de ofrecer la mejor experiencia del cliente se reduce. Lo que diferencia a una empresa de otra es si tiene la infraestructura necesaria para ello.



"Las capacidades actuales de los agentes están en el nivel más básico que veremos. Si desarrollas infraestructura para su estado actual, en seis meses te quedarás atrás".[8]

Alex Schultz, *director de datos de Meta*

1 2 3 4 5 6

El problema del 75/15: la brecha entre adopción y valor



La oportunidad está clara; la ejecución, no tanto

75 % de los líderes empresariales afirma haber adoptado la IA agéntica. Pero la adopción por sí sola no genera valor.[8]

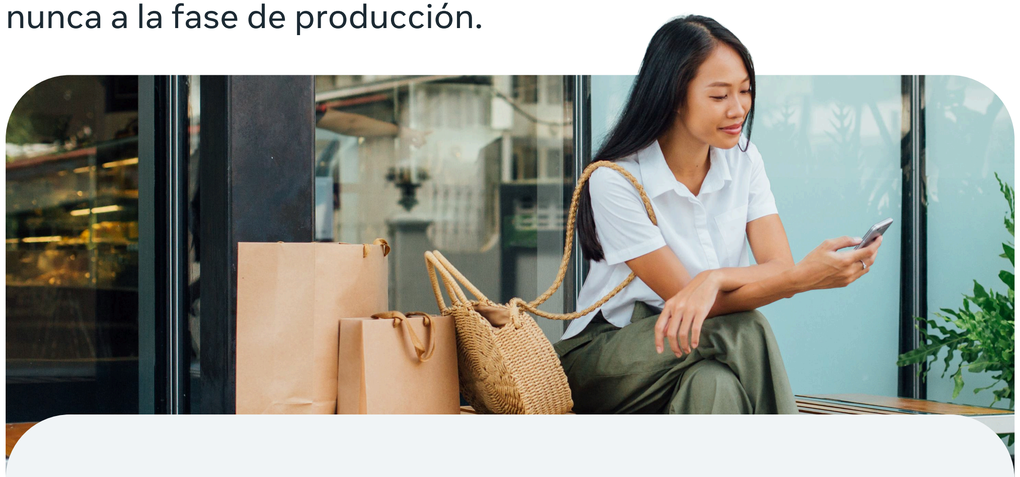
40 % sigue atascado en pruebas piloto que nunca se amplían, generando informes que nadie toma en cuenta y sin lograr que los agentes se conecten con el trabajo que realmente importa.[9]

Solo **el 15 %** alcanzó lo que Forrester llama el "territorio agentesco" o la zona de ROI donde se obtiene un valor significativo de los agentes.[9]



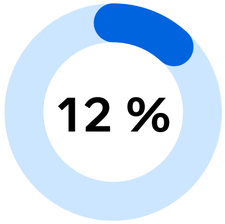
Tu limitación no es el modelo

Lo que impide que el 40 % de las empresas aprovechen el valor de la IA no es el modelo, sino la infraestructura subyacente. Sin una orquestación madura, datos unificados y una gobernanza clara, los programas piloto siguen dando vueltas sin llegar nunca a la fase de producción.

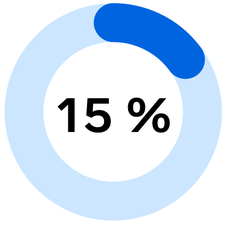


"Demasiadas implementaciones de agentes de IA tienen dificultades para obtener un ROI. El problema se debe a una integración deficiente de los modelos de agentes con los flujos de trabajo de la empresa".[2]

Las empresas que se quedan estancadas en la etapa de "prueba de concepto" tienen un patrón común: usan agentes que ofrecen estadísticas, pero que aún necesitan que las personas conecten manualmente los flujos de trabajo por el agente. Esa distancia entre la recomendación y la ejecución es donde se genera (o se pierde) el ROI.



Solo el **12 %** de los directores ejecutivos afirma que la IA les proporcionó beneficios tanto en costos como en ingresos.[9]



El **15 %** que obtiene valor de los agentes a gran escala se está distanciando. El resto, que sigue optimizando modelos de una sola indicación, está observando.[2]

El mercado no va a esperar

De acuerdo con Gartner:

Para 2028:

Más del 60 % de las interacciones de servicio de atención al cliente en las empresas serán administradas de extremo a extremo por la IA agéntica, frente a aproximadamente el 20 %.[11]

Para 2030:

El 80 % de los líderes de ventas y marketing considerarán la integración de la IA agéntica en los flujos de trabajo de ventas y marketing como un factor clave para obtener una ventaja competitiva. Esto representa un aumento respecto a menos del 50 % en 2026.[11]

Tus clientes, compradores y competidores ya están desarrollando infraestructura en torno a este cambio. Ya no les vendes solo a las personas, sino a los agentes de tus compradores.

Y la infraestructura en la que inviertes hoy (identidad, orquestación, bases de datos y gobernanza) se fortalece con cada interacción.



Tres preguntas que los líderes empresariales deberían plantearse



Para directores de experiencia y los líderes de servicio de atención al cliente:

¿Tienes conversaciones o solo estás transmitiendo?

El 55 % de los consumidores ya empiezan sus recorridos en plataformas de IA.[5] La IA basada en sesiones suele empezar de cero. En cambio, las empresas que mantienen conversaciones continuas acumulan inteligencia, lo que hace que las interacciones sean más relevantes y que cada dólar que se gasta sea más eficiente.



Para directores y líderes de operaciones:

¿Tu centro de atención al cliente podría triplicar mañana su volumen sin tener que triplicar el número de empleados?

Los agentes de IA ya gestionan **entre el 40 % y el 60 %** de las consultas de extremo a extremo en las implementaciones más importantes.[11] Los traspasos manuales entre la IA y la acción que recomienda merman el ROI. Las empresas que están en la zona de valor automatizaron las etapas entre la recomendación y la ejecución.



Para directores ejecutivos y líderes organizativos:

¿La IA es un elemento más del presupuesto o una fuente de ingresos?

Solo **el 12 %** de los directores ejecutivos afirma que la IA les genera beneficios tanto en costos como en ingresos.[9] Cada conversación de un agente genera información que mejora la siguiente. Si te demoras en empezar, la brecha se amplía con cada interacción que tenga tu competidor y que tú no tengas.

1 2 3 4 5 6

Qué necesita la economía agéntica para generar ROI



Cinco capas de infraestructura que te preparan para el nuevo futuro agéntico

La economía agéntica acabará exigiendo una infraestructura totalmente nueva: mecanismos de búsqueda para que los agentes puedan encontrarse entre sí, protocolos de negociación para que puedan realizar transacciones rápidamente, identidades verificadas para que los compromisos sean confiables, contratos vinculantes creados para mandantes automáticos y un mercado donde los agentes adquieran funcionalidades a petición.[12]

Varias de esas capas ya están tomando forma. Para pasar de los chatbots que solo responden a los que realmente actúan, hoy en día se necesitan cinco funcionalidades que trabajen juntas. Estos son los criterios de preparación.

1

Identidad:
Cuando un agente representa a una empresa, tiene que haber una identidad verificada detrás. Cuando un agente se compromete en tu nombre, la otra parte necesita confiar en ese compromiso. **La identidad verificada a gran escala es la base.**

2

Relaciones:
El descubrimiento se basa en la confianza, es decir, en quién confía tu red, a quién conoces y quién te conoce a ti. **Así como las personas descubren cosas a través de sus redes, los agentes necesitan un directorio para encontrar a otros agentes y empresas.**

Cuando el agente de un comprador evalúa las opciones, consulta datos estructurados. Las empresas que no tienen catálogos legibles por máquinas, credenciales verificadas y precios accesibles no aparecen en los resultados. La visibilidad ante los agentes se considera ahora un factor competitivo.

3

Mensajes:
Más de mil millones de mensajes al día en Messenger, Instagram y WhatsApp. La mejor interfaz para los agentes es la que ya están usando.[13] **Las personas se comunican con la IA de la misma manera que se comunican entre sí: a través de mensajes.**



"Así como creamos una tienda de apps para las personas, necesitamos una tienda de apps para los agentes. Así como hoy en día tienes una infraestructura de pagos para los consumidores, vas a necesitarla para los agentes. Así como hoy en día tienes una estructura legal, vas a necesitarla para los agentes".[12]

Alex Schultz, *director de datos de Meta*

Sin embargo, los mensajes solo funcionan como canal de interacción si son conversacionales. Las empresas que tratan estos canales como notificaciones unidireccionales pueden conseguir conversiones iniciales, pero luego el interés va disminuyendo. La ventaja de la infraestructura es bidireccional: chats persistentes que acumulan inteligencia con cada interacción.

4

Comercio:
Catálogos, mercados y procesos de finalización de compra. La capa de transacciones que ya existe a escala global. **Cuando los agentes negocian precios, comparan opciones y toman decisiones a gran velocidad, necesitan una infraestructura que les siga el ritmo.**

5

Modelos y protocolos:
Los modelos de IA ya tienen capacidad y cada vez son mejores. **Lo que se necesita ahora es un mercado de funcionalidades, herramientas especializadas y otros agentes en los que puedan confiar.**

1 2 3 **4** 5 6

Pioneros



Empresas pioneras con la plataforma de Meta Business Agent: en sus propias palabras

"La conversación está pasando de '¿cómo llego a más personas?' a '¿cómo creo y administro cada relación con el cliente a gran escala?'".[7]

Nicola Mendelsohn, *directora mundial de Business Group de Meta*

trendyol.com

Venta minorista y comercio electrónico | EMEA

Rendimiento de las interacciones:

- Más de **123 000** clientes alcanzados a través de WhatsApp en una sola semana mediante mensajes de marketing en WhatsApp y Meta Business Agent.*
- **13 %** de las conversaciones dio lugar a recomendaciones personalizadas de productos que se mostraron como secuencias de compra, cada una con un enlace de un solo toque para la finalización de compra.*
- El promedio de tiempo de respuesta fue de menos de **7** segundos, lo que brindó a los compradores asistencia instantánea y personalizada.*

"Con el agente de IA en WhatsApp, esa misma inteligencia [un agente integrado con el sistema de comercio electrónico de Trendyol] ya forma parte de la conversación. Ahora está disponible para todos los compradores de forma instantánea y a gran escala. Con Meta, no solo respondemos preguntas. Estamos consolidando relaciones duraderas con nuestros millones de compradores en toda la región".

Erk Kalender, *administración de relaciones con los clientes de Trendyol*

Ver su historia >

* Los resultados se autodeclaran, por lo que no se pueden repetir de manera identificable. Por lo general, los resultados previstos pueden variar.

SEM PARAR

Servicios financieros | LATAM

Rendimiento de las interacciones:

- **70 %** de porcentaje de pagos completados por conductores que iniciaron un pago PIX durante la conversación.*
- **13 %** de porcentaje de conversiones de consultas a pagos en todas las sesiones.*
- **32 %** de las sesiones incluyeron una oferta de venta cruzada, lo que convirtió el cobro de peajes en oportunidades de suscripción a dispositivos de pago.*

"La plataforma de Meta Business Agent ofrece un recorrido fluido e intuitivo que se desarrolla íntegramente dentro de WhatsApp, por lo que combina comodidad, confianza y escala. Esto es verdadero comercio agéntico y representa el futuro de la interacción con los clientes, el servicio y los pagos celulares".

Gabriel Porto, *director de marketing y productos de Sem Parar*

Ver su historia ›

movida

Sector automotor | LATAM y EMEA

Rendimiento de las interacciones:

- **54 %** de aumento en el porcentaje de conversiones en comparación con la mejor tasa histórica de Movida (14,9 % frente a 9,7 %) durante la cuarta semana de la prueba, lo cual se atribuye al agente comercial.*
- **85 %** de las conversaciones con los clientes se resolvieron por completo gracias al agente comercial, sin necesidad de ayuda del equipo.*

"Cuando Meta nos presentó esta idea de un agente de IA en WhatsApp, supimos que iba a ampliar los límites de lo que puede ser el comercio conversacional. La conexión de nuestros sistemas de reservas, precios, pagos y datos biométricos ayudó a que todo encajara. El agente administró las reservas, el historial de los clientes y los pagos, todo con el toque personal de un asistente de verdad".

Gustavo Moscatelli, *director ejecutivo de Movida*

Ver su historia ›

* Los resultados se autodeclaran, por lo que no se pueden repetir de manera identificable. Por lo general, los resultados previstos pueden variar.

1 2 3 4 5 6

Empieza aquí





Ámbito y conexión

- Ponte en contacto con tu socio de Meta para hablar sobre tus objetivos de interacción con los clientes.
- Identifica el caso de uso que tenga mayor impacto para tu empresa.
- Elige tu camino: desarrolla infraestructura de forma nativa con la plataforma de Meta Business Agent o integra tu agente de IA existente mediante las funcionalidades de integración entre agentes, que estarán disponibles próximamente.



Configuración e integración

- Haz que el agente se base en tu conocimiento de la empresa: sube catálogos, documentos y contenido del sitio web a través de la consola.
- Establece pautas de respuesta para cada situación: tono de voz, reglas de escalamiento y cobertura temática.
- Integra tus sistemas mediante conectores de Meta Business Agent para que el agente pueda consultar el estado de los pedidos, verificar la disponibilidad u obtener información de la cuenta en tiempo real.



Lanzamiento y medición

- Realiza el lanzamiento en las conversaciones con el volumen más alto.
- Mide lo que importa: el costo por resultado, el valor promedio del pedido y la satisfacción del cliente.
- Amplíate a distintos mercados y casos de uso.

Qué obtienes al desarrollar infraestructura con Meta

Personalización basada en IA a gran escala

Experiencias personalizadas basadas en la memoria entre sesiones y señales propias que ayudan a impulsar las conversiones, fortalecer la fidelidad y ampliarse de manera eficiente, todo dentro de una sola conversación.

Cumplimiento y controles integrados para sectores regulados

Cumple las normas ISO 27001, el RGPD y la CCPA. Cuenta con medidas de seguridad empresariales configurables y funcionalidades para la intervención humana.

Integración fluida de la API

Integra la API de la nube, alojada por Meta, con tu conjunto de tecnologías (sistemas de CRM, comercio y base de conocimientos) a través de los conectores de Meta Business Agent, con cambios mínimos.

Varias formas de realizar el lanzamiento

Desarrolla la integración directamente con Meta, contrata a un socio de integración certificado o usa tu propio agente y conéctate a través de la integración entre agentes.

1 2 3 4 5 6

Plataforma de Meta Business Agent



20 años de infraestructura, desarrollada para este momento

Las cinco capas de infraestructura necesarias para la economía agéntica ya existen a escala global en todas las plataformas de Meta. En la plataforma de Meta Business Agent, convergen esas capas: una interfaz única para que las empresas pasen de la implementación de chatbots a contar con un agente ininterrumpido, que ya funciona en WhatsApp y se extenderá a Messenger e Instagram.

Qué hereda Meta Business Agent:

- Identidades verificadas o perfiles de empresas en los que los clientes ya confían, que operan en **más de 180 países**.
- Memoria entre sesiones para dar contexto a las relaciones a partir del primer mensaje.
- **Más de mil millones de conversaciones B2C diarias** ya tienen lugar en las tecnologías de Meta. La infraestructura ya está lista. El público ya está aquí.
- Navegación, selección y finalización de compra en la conversación. Sin redireccionamientos.
- Señales propias que permiten la personalización en tiempo real.



Qué ofrece:

- **Servicio ininterrumpido, en varios idiomas, sin necesidad de ampliar el personal.** Atención inmediata a los clientes, sin importar las zonas horarias, los idiomas o los picos de demanda.
- **Resolución de extremo a extremo a gran escala.** Desde la automatización de las preguntas frecuentes hasta la finalización de compra en la conversación, gestiona miles de conversaciones al mismo tiempo con el tono de tu marca y con la intervención de un agente humano cuando ofrezca valor agregado.
- **Comercio conversacional en el hilo.** Explorar, comparar y comprar. Sin la fricción de los redireccionamientos.
- **Inteligencia acumulativa.** Cuanto más contexto proporciones (catálogos, políticas e historial de conversaciones), más relevante será cada interacción.



Controles configurables, desarrollados para sectores regulados:

Protecciones personalizables, intervención humana para situaciones delicadas, controles de transparencia de la IA y cumplimiento normativo:

- ISO 27001
- RGPD
- CCPA

Una arquitectura de seguridad desarrollada desde cero para sectores regulados.

¿Todo listo para empezar?



Analiza una prueba piloto e identifica tu caso de uso de mayor impacto con tu socio de Meta para personalizar un agente en WhatsApp que se adapte a tu empresa.



Regístrate para recibir actualizaciones y recursos de la plataforma de Meta Business Agent y desarrollar la infraestructura del futuro.

Empezar ›



Trabaja con un Meta Business Partner para asegurarte de contar con una base de mensajes comerciales que te permita integrar o configurar la plataforma de Meta Business Agent con tu infraestructura actual.

Empezar ›

El mercado se está formando *ahora*

La economía agéntica premia a los pioneros. La información que le das al agente (catálogos, políticas y contexto del cliente) se convierte en una ventaja de personalización que tus competidores no pueden conseguir de forma directa. Empieza pronto y aprende más rápido.



"Si aprovechas este momento, puedes adelantarte a tus competidores".[8]

Alex Schultz, *director de datos de Meta*

Fuentes

1. Forrester, "The State of Agentic AI, 2026", mayo de 2026.
2. Forrester, "Mind The Agentic Action Gap", diciembre de 2025.
3. McKinsey and Company, "Agentic Commerce: How Agents Are Ushering in a New Era", 2025.
4. Gartner, "Emerging Tech: Agentic AI Adoption Trends", junio de 2026. GARTNER es una marca registrada de Gartner, Inc. o sus filiales.
5. Deloitte, "Agentic Commerce in CPG: Winning the Algorithmic Shelf", 2026.
6. Forrester, "Navigate AI-Mediated Disruption With A Customer-Obsessed B2B2C Strategy", 2026.
7. Nicola Mendelsohn, "Winning the Agentic Age", Meta Conversations, 2026.
8. Alex Schultz, "The New Era of Customer Engagement", Meta Conversations, 2026.
9. PwC, "29th Annual Global CEO Survey", 2026.
10. McKinsey and Company, "New front door to the internet: Winning in the age of AI search", 2025.
11. Forrester, "The Great AI Agent Rationalization: The Tortoise, The Hare, And The Sloth", 2026.
12. Alex Schultz, "The Agentic Economy Is Here, It’s Just Not Evenly Distributed Yet", LinkedIn, 2026.
13. Datos internos de Meta, mayo de 2025.

Every connection is an opportunity.

Meta