

IA Generativa: Solo el 15 % de líderes empresariales la emplea de manera diaria

En el mundo, solo el 15 % de los líderes empresariales emplea la Inteligencia artificial generativa (IA generativa) de manera diaria, lo que representa una notable resistencia y desafío pendiente para su adopción general.

Así lo manifestó, Jaime Montenegro, líder del Centro de Transformación Digital de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), durante la inauguración de la décima edición de la cumbre “**e-Summit Perú eCommerce 2025: “The Future of Digital Commerce”**”.

*“La **IA generativa** permite a las organizaciones y negocios resolver tareas complejas, mejorar la productividad y optimizar el tiempo. Por eso, la IA generativa no ha venido a reemplazar funciones, sino a potenciarnos”,* subrayó.

En esa línea, añadió que, el 84 % de las empresas que ha implementado la **IA** en e-commerce reporta mejoras significativas en su productividad y eficiencia. Del mismo modo, el 73 % de los clientes esperan experiencias más personalizadas al hacer una compra online.

En ese sentido, mencionó como ejemplo a Visa, empresa global de tecnología de pagos, que ya viene implementando agentes de inteligencia artificial, para la compra y pago de productos en nombre de los usuarios. Agentes que podrán realizar el proceso de forma autónoma, siguiendo las preferencias y autorizaciones del usuario.

*“Con ello, se espera una importante transformación en el diseño y posicionamiento de los sitios web, los que deberán ser atractivos y amigables para los agentes de **IA**”,* manifestó.

De igual manera, resaltó que la **IA generativa** (como ChatGPT) está transformando la economía, la educación y la sociedad de forma profunda que podría marcar el inicio de una *“quinta revolución industrial”*.

“Países como EE.UU. y China han anunciado la enseñanza obligatoria de la IA en colegios desde los niveles primarios y secundarios. Estas medidas van a transformar el sistema educativo para las próximas generaciones con el uso y comprensión de esta tecnología”, destacó.



El 84 % de las empresas que ha implementado la IA en e-commerce reporta mejoras significativas.

LEA TAMBIÉN: ChatGPT vs. Gemini vs. Copilot: ¿Cuál es el mejor asistente de IA en 2025?

Integrar la IA, Fintech y WhatsApp

Más adelante, Luis Loaiza, CEO de Jelou, abordó sobre cómo la inteligencia artificial está transformando el sector fintech. En sentido, mostró la importancia de integrar la IA, servicios financieros y plataformas de mensajerías de WhatsApp para potenciar el comercio electrónico en América Latina.

Señaló que esta combinación puede mejorar significativamente la experiencia de compra, expandir el acceso al crédito, y generar nuevas oportunidades para consumidores y empresas.

Esto, considerando que en la región el 92% de los usuarios utiliza WhatsApps, sumado al enorme potencial del mercado global e-commerce -que alcanzaría los US\$ 5.8 trillones al 2029-. Así mismo, debido a la creciente demanda de financiamiento digital, que podría superar los US\$ 52 000 millones en créditos de consumo al 2028.

Asimismo, participaron los ejecutivos Diego Montoya, country manager de Google Cloud; Pedro White, general manager de Mercado Libre; y Eliana Umbert, gerente de Negocios Online de Sodimac, en el panel “Redefiniendo el rol del liderazgo en la era de la inteligencia artificial”, moderado por Robinson Makiya, de Laureate Education Inc.



Democratización de la IA

Los expertos coincidieron que la **IA** se ha convertido en una herramienta estratégica que ya está transformando los negocios en Perú y América Latina, donde su democratización ha permitido que empresas grandes y pequeñas accedan a nuevas formas de competir, innovar y ofrecer experiencias personalizadas.

“Ello siempre que exista liderazgo ético en el uso de datos y una cultura de apertura al cambio organizacional”, subrayó Diego Montoya, country manager de Google Cloud.

Cabe mencionar que **E-Summit Perú eCommerce 2025** continuará el martes 17 de junio, en el Centro de Convenciones de la CCL, donde especialistas experimentados disertarán sobre

inteligencia artificial, el marketing digital y cómo las soluciones de pago inmediato están transformando el ecosistema del comercio electrónico en América Latina.

LEA MÁS:

El futuro de la inteligencia artificial en la medicina y la salud

10 usos de la inteligencia artificial que facilitan la vida diaria

Ecommerce en Perú: crecimiento acelerado y nuevas tendencias