



IA EL NUEVO MATERIAL DEL SECTOR

IA + CX: El nuevo cimiento del éxito comercial

Norma Mena

Tech & Cx Strategist

EL CLIENTE DE LA ERA DIGITAL

¿Quién compra hoy en el sector y cómo se definen sus decisiones?

GRANDIOSA

SILENCIOSA

BABY BOOMERS

X

Y

Z



GENERACIONES

Colombia y sus generaciones



16%	24%	26%	34%
Análogos	Inmigrantes digitales	Nativos digitales	
 Baby Boomers 1946-1964 Conservadores y ordenados Experiencia análoga Tecnología en el hogar Grandes lectores	 Generación X 1965-1980 Enfoque en preparación académica Niñez análoga y adultez digital Fácil adaptación a los cambios tecnológicos Gusto por las manifestaciones culturales	 Generación Y Millennials 1981-2000 Emprendedores Alto uso de dispositivos móviles Alto manejo de las TIC Rechazo a los medios tradicionales	 Generación Z 2001-2016 Multitareas Acceso a internet Alto manejo de las TIC Generan nuevos contenidos Redes sociales, principal medio de comunicación

EL CAMBIO GENERACIONAL



Los compradores tradicionales con paciencia de semanas ya no definen las ventas del sector. Estamos ante la consolidación del consumidor tecnológico masivo.

64%

DE LAS COMPRAS SON
MILLENNIALS (25-40 AÑOS)

95%

SIN HIJOS AL MOMENTO DE
COMPRAR VIVIENDA

** Fuente: Estudios Consolidados de Oferta y Demanda de Vivienda de CAMACOL, adaptado a lógicas de consumo 2025/2026.*

| ¿CÓMO COMPRA Y DEFINE HOY?



- 📱 **La decisión es 90% Digital**
- 🏠 **Espacios Multidinámicos**
- ⚡ **Cero Tolerancia a la Fricción**



LA REVOLUCIÓN COGNITIVA EN LA CONSTRUCCIÓN

Impacto de la Inteligencia Artificial en la experiencia del cliente y en el éxito comercial.



IA EL NUEVO MATERIAL DEL SECTOR

| EL CHOQUE DE REALIDAD

Durante décadas, la industria ha dominado con maestría las **estructuras físicas** de ladrillo, acero y concreto.

Hoy, el éxito comercial se decide en las **estructuras digitales**. El comprador moderno exige la misma inmediatez que experimenta con plataformas globales de consumo ágil.

¿Es momento de despertar el concreto inerte con Inteligencia Artificial?





EL COSTO DE UN LEAD FRÍO

La Ecuación del Decaimiento de Atención

Un prospecto interesado que escribe en fin de semana y es atendido hasta el lunes por un asesor, tiene una probabilidad de conversión cercana a cero.

$$P(\text{Conversión}) = P_0 \cdot e^{-\lambda \cdot T_{\text{respuesta}}}$$

100X

Mayor probabilidad de contacto efectivo si la respuesta ocurre dentro de los primeros 5 minutos.

40%

De los compradores en preventiva abandonan el embudo debido a lentitud o falta de información.

| 1. AUTOMATIZACIÓN Y CALIFICACIÓN



CALIFICACIÓN Y VISITAS AUTÓNOMAS CON IA



Lennar Corporation

El Gigante Inmobiliario Líder de EE.UU.

Lennar revolucionó la venta masiva de vivienda unificando ****Inteligencia Artificial**** con cerraduras inteligentes ****IoT****. El cliente es calificado financieramente en línea 24/7 por un agente conversacional cognitivo y, si califica, recibe una llave digital de un solo uso para visitar el proyecto físico totalmente solo, sin vendedor humano presencial.



Perfilado 24/7

Filtro de capacidad financiera instantáneo y ágil.



Visitas IoT

Acceso físico seguro a salas mediante llaves digitales.

EFICIENCIA OPERATIVA

85%

INCREMENTO EN PRODUCTIVIDAD COMERCIAL

El equipo comercial humano eliminó los traslados y el perfilado manual estéril, enfocando sus esfuerzos únicamente en el cierre de contratos calificados.

2. COPILOTOS CONVERSACIONALES



BÚSQUEDA SEMÁNTICA Y PREDICCIÓN DE COMPRA



Compass Real Estate

Pioneros en PropTech de Lujo & NLP

Compass integró algoritmos de ****Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP)**** de alta gama. Su plataforma analiza las búsquedas conversacionales y semánticas de los clientes (ej. **"un apartamento iluminado, cerca de un parque pero silencioso"**), y las cruza al instante con inventarios de proyectos en preventa, prediciendo cuándo un comprador está listo para firmar.



Búsqueda Semántica

NLP para comprender los deseos reales y matices del cliente.



Match Predictivo

Cruces inteligentes de inventario y probabilidad de cierre.

RETENCIÓN DIGITAL

45%

AUMENTO EN LA RETENCIÓN DE COMPRADORES

Los clientes potenciales pasan un 45% más de tiempo interactuando con sugerencias personalizadas por la IA, disminuyendo la tasa de rebote web.

3. MODELOS DE VALORACIÓN (AVM)



VALORACIÓN AUTOMATIZADA E IBUYING



Opendoor / Zillow

Pioneros Mundiales en Liquidez Inmobiliaria

Opendoor resolvió el mayor dolor de cabeza del cliente de preventa:
vender su casa usada actual para pagar la cuota inicial de su nuevo hogar. Mediante modelos avanzados de valoración automatizada (AVM) que analizan millones de transacciones de mercado en segundos, cotizan y compran la propiedad usada al instante desde el celular.



Algoritmos AVM

Avalúos ultra-precisos generados mediante Machine Learning.



iBuying Instantáneo

Liquidez inmediata que dinamiza todo el mercado de vivienda nueva.

TIEMPO DE LIQUIDEZ

<10d

DÍAS DE TRANSACCIÓN VS. MESES TRADICIONALES

Dinamiza radicalmente la preventa de constructoras aliada permitiendo al comprador desembolsar la cuota inicial de forma ágil y digital.



ESTRATEGIA PRÁCTICA DE ADOPCIÓN

¿Cómo implementar esta hoja de ruta
en su constructora el próximo lunes?

EDIFICAR CON INTELIGENCIA



1. EL TERRENO

Datos Estructurados. La IA es tan inteligente como los datos que la alimentan. Organizar su CRM es el primer paso antes de programar cualquier algoritmo.



2. LA ESTRUCTURA

Cultura & Copilotos. La IA no reemplaza al asesor comercial humano; le quita tareas repetitivas para concentrarlo en la empatía y la confianza con la familia compradora.



3. LOS ACABADOS

Enfoque Obsesivo. Evite implementar tecnología por moda. Identifique el mayor cuello de botella actual (¿prevención o postventa?) y resuelva una sola fricción a la vez.

| LA CURVA DE VALOR EN CX + IA



Moverse del servicio analógico al cognitivo incrementa exponencialmente el retorno financiero y fidelización.

| PREGUNTAS PARA EL LUNES



¿Cuánto tarda hoy su constructora en responder un lead nuevo en WhatsApp?

Si excede los 5 minutos, su probabilidad de conversión decae un 391% de forma inmediata.

¿Qué porcentaje de los leads que agendan cita vienen pre-perfilados financieramente?

La IA debe pre-clasificar al cliente para enfocar al asesor humano únicamente en el cierre de alta empatía.

¿Cuánto estrés y vacío informativo experimenta su comprador durante la fase de obra?

Mantener una comunicación predictiva y limpia mediante datos automatizados reduce disputas y blinda su marca.

| EDIFICAR EL MAÑANA

LA VENTAJA COMPETITIVA DE ESTA DÉCADA

Las marcas de construcción que perduren no serán las que edifiquen las torres más altas, sino las que estructuren las experiencias de cliente más ágiles, empáticas y memorables del mercado.



[Conectemos en LinkedIn](#)

Escanee el código para acceder al material y continuar la conversación.

iGracias!

2019
CUMBRE

IA EL NUEVO MATERIAL DEL SECTOR