



AI FOR UNIFIED COMMERCE COMPETITION

Agentic Arena powered by Global Commerce Foundation

REGLAMENTO

DESCRIPCIÓN GENERAL

AI FOR UNIFIED COMMERCE COMPETITION es una iniciativa del eCommerce Institute, con el apoyo de la Global Commerce Foundation, que se desarrolla en el marco de AGENTIC WORLD LEAGUE, del eCommerce Day Tour 2026 y de los eventos de instituciones y de partners que forman parte de esta iniciativa.

La competencia tiene como propósito reconocer soluciones de inteligencia artificial que estén transformando el Unified Commerce en América Latina mediante casos de uso aplicados al retail y al comercio unificado.

La competencia distingue empresas que, mediante su propuesta de valor de IA, resuelvan casos desarrollados por el eCommerce Institute y presenten la solución ante un jurado de expertos. Se encuentra dirigida a organizaciones que presenten soluciones de inteligencia artificial agentic, predictiva, generativa, analítica, de optimización, de automatización inteligente o híbrida, siempre que demuestren implementación real, resultados verificables y la adecuación a uno de los casos oficiales.

OBJETIVOS

- Identificar soluciones innovadoras de IA aplicadas al Unified Commerce en América Latina.
- Reconocer empresas que demuestren un impacto real, medible y replicable en el ecosistema.
- Impulsar la integración inteligente de canales, datos, operaciones y la experiencia del cliente.
- Promover la innovación responsable, con foco en la trazabilidad, la privacidad, la seguridad y la gobernanza.
- Acelerar la adopción de soluciones de IA que aporten valor concreto al retail y al comercio unificado.
- Generar casos de referencia que inspiren aprendizajes regionales en el eCommerce Day Tour y en AGENTIC WORLD LEAGUE.

BASES Y CONDICIONES PARA PARTICIPAR

Podrán participar organizaciones del ecosistema de comercio unificado que cumplan con las presentes bases y condiciones y que postulen una solución elegible.

Cada postulación deberá inscribirse en un solo caso por formulario. Si una organización desea presentar más de una solución o participar en más de un caso, deberá realizar postulaciones separadas, sujetas a aprobación y admisibilidad.

SOLUCIONES ELEGIBLES

Serán elegibles las soluciones de inteligencia artificial que:

- Estén aplicadas al Unified Commerce o al retail;
- Correspondan a inteligencia artificial agentic, predictiva, generativa, analítica, de optimización, automatización inteligente o híbrida;
- Hayan sido implementadas en un contexto real de negocio;
- Demuestren resultados verificables o evidencia suficiente de impacto;
- Resuelvan uno de los cuatro casos oficiales de la competencia;
- Respeten las políticas de negocio, de privacidad, de seguridad y de manejo responsable de datos.

No serán consideradas elegibles las ideas exclusivamente conceptuales, las soluciones sin implementación real, las presentaciones puramente comerciales sin evidencia funcional, ni los casos que no puedan vincularse de forma clara con uno de los cuatro verticales oficiales.

BASES Y CONDICIONES PARA PARTICIPAR

La participación en AI FOR UNIFIED COMMERCE COMPETITION se registrará por las siguientes condiciones generales:

1. La organización participante deberá completar el formulario oficial de postulación con información veraz, completa y actualizada.
2. La solución presentada deberá abordar un caso oficial dentro de los definidos por la organización.
3. La postulación deberá demostrar que la solución tiene aplicación real en un contexto de comercio unificado.
4. La organización podrá solicitar información adicional, respaldos, demostraciones o aclaraciones para validar la admisibilidad o la evaluación de una postulación.
5. Las postulaciones incompletas, inconsistentes o que no cumplan con los requisitos mínimos podrán ser declaradas inadmisibles.
6. Las organizaciones seleccionadas como finalistas deberán preparar los materiales requeridos para presentar en vivo durante el evento.
7. La postulación implica la aceptación de las presentes bases, de la metodología de evaluación, de las reglas de votación y de las condiciones de difusión y uso de los materiales.

REQUISITOS

Requisito clave de la solución

La solución presentada deberá:

- Haber sido implementado con una marca o retail, demostrando resultados verificables.
- Resolver un caso provisto por el eCommerce Institute previo a su presentación presencial en la competencia.
- Respetar políticas comerciales, privacidad, seguridad y escalamiento humano cuando corresponda.

Requisitos generales

- Tener operación comprobable en el país sede o en el mercado correspondiente a la edición en la que participa.
- Presentar una solución de IA implementada y aplicable al caso elegido.
- Incluir métricas verificables, evidencia operacional, resultados o aprendizajes relevantes.
- Completar el formulario oficial de postulación.
- Aceptar las condiciones de difusión y participación;
- En caso de ser finalista, preparar el material en ppt y llevarla en su notebook o pendrive para presentar durante el evento junto con el video demo del caso resuelto.

La organización podrá enviar a los participantes admisibles o finalistas un brief complementario con lineamientos, entregables y contexto adicional del caso seleccionado.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE CASOS

La competencia se organiza en cuatro casos oficiales. Cada participante deberá elegir uno y demostrar cómo su solución lo resuelve con claridad estratégica, con aplicación real y con evidencia suficiente.

Caso 1 — Ciclo end-to-end de Venta

Incluye IA generativa en preventa, venta y posventa

Objetivo del caso

Mejorar el ciclo comercial de punta a punta, desde la captación y calificación de oportunidades hasta el cierre, la atención posventa y la retención, en entornos omnicanales.

Qué se espera demostrar

La solución debe mostrar cómo asiste en decisiones y/o ejecuta acciones tales como recomendación de next-best-action, generación de propuestas, seguimiento comercial, soporte, resolución de incidencias y retención, respetando políticas de negocio, con trazabilidad y escalamiento a humano cuando aplique.

Evidencia pertinente

Conversión, win rate, tiempo de respuesta, tiempo de resolución, retención, recompra, NPS, CSAT, reducción de fricción, productividad comercial, consistencia de la atención entre canales.

Caso 2 — Optimización de Inventario, Fulfillment y Stock

Objetivo del caso

Coordinar demanda, inventario y logística para mejorar disponibilidad y cumplimiento de promesa al menor costo total posible.

Qué se espera demostrar

La solución debe mostrar cómo propone y/o automatiza decisiones de forecast, reposición, asignación de stock, promesa dinámica de entrega y rebalanceo ante quiebres o picos, considerando restricciones reales de red logística, servicio y operación.

Evidencia pertinente

Disponibilidad, fill rate, rotación, quiebres de stock, OTIF, cumplimiento de SLA, costo logístico, precisión de forecast, reducción de cancelaciones, mejora en la promesa de entrega.

Caso 3 — Precio, Promociones e Hiperpersonalización

Objetivo del caso

Optimizar precios y promociones con foco en el margen incremental y el crecimiento sostenible, definiendo qué ofrecer, a quién, cuándo y por qué canal.

Qué se espera demostrar

La solución debe evidenciar segmentación y personalización, límites de políticas comerciales, medición de impacto mediante experimentos o holdouts, y controles que eviten canibalización, descuentos ineficientes o erosión de margen.

Evidencia pertinente

Margen incremental, uplift, tasa de conversión, ticket promedio, eficiencia promocional, elasticidad, tasa de redención, canibalización, crecimiento de clientes o frecuencia de compra.

Caso 4 — Punto de venta físico**Concierge Commerce, optimización del uso de M2 y sucursales como centros de servicios****Objetivo del caso**

Elevar la conversión y la experiencia en tienda física mediante asistencia en tiempo real a vendedores y/o shoppers, integrada con inventario unificado, catálogo, promociones y contexto local.

Qué se espera demostrar

La solución debe habilitar recomendaciones, búsqueda de alternativas, endless aisle, reservas, devoluciones, continuidad omnicanal y uso más eficiente del punto de venta como espacio comercial y de servicio, con operación simple en dispositivos de tienda y resguardo de la privacidad.

Evidencia pertinente

Conversión asistida, ticket promedio, recuperación de ventas perdidas por falta de stock, adopción por parte del equipo de tienda, tiempos de atención, NPS, CSAT, continuidad entre canales y uso eficiente de sucursales como nodos de servicio.

IMPORTANTE: El desarrollo de cada caso a resolver y detalle de entregables serán enviados una vez su postulación sea aprobada.

PROCESO DE SELECCIÓN

Se desarrollará en tres etapas principales:

1. Postulación online

Las empresas interesadas deberán completar el formulario oficial de inscripción, presentando la información del proyecto de IA implementado, así como sus resultados y métricas de impacto.

En esta etapa la organización verificará, entre otros aspectos:

- Integridad del formulario;
- Elegibilidad de la solución;
- Existencia de implementación real;
- Adecuación al caso seleccionado;
- Disponibilidad de evidencia mínima;

- Cumplimiento de las condiciones de participación.

Solo las postulaciones declaradas admisibles pasarán a la siguiente etapa.

2. Evaluación de finalistas

Las postulaciones admisibles serán revisadas por la organización y/o por un comité evaluador a partir de su ajuste al caso, solidez de la solución, evidencia presentada y potencial de impacto.

La organización podrá solicitar documentación adicional, aclaraciones o respaldos para profundizar la evaluación.

El número de finalistas por categoría y por edición será definido en cada convocatoria o evento correspondiente. La condición de finalista se comunicará oficialmente a las organizaciones seleccionadas.

3. Presentación en vivo y definición de ganadores

Los finalistas presentarán en vivo la resolución del caso durante el evento correspondiente, en formato de elevator pitch de 7 minutos.

El jurado integrado por expertos en Inteligencia Artificial, eCommerce, innovación digital y transformación empresarial evaluará las presentaciones y definirá al ganador, el que será anunciado en la ceremonia oficial de premiación junto con los eCommerce Award al finalizar el evento.

PERFIL DEL JURADO

El jurado estará conformado por un panel multidisciplinario integrado por expertos en inteligencia artificial, líderes de innovación, ejecutivos del ecosistema digital, especialistas en retail y en comercio unificado, académicos y referentes del negocio.

Su función será evaluar la calidad estratégica, la aplicabilidad real, la robustez, la gobernanza y el impacto de cada solución, utilizando la rúbrica oficial de la competencia.

Para preservar la integridad del proceso, los miembros del jurado deberán actuar con criterio independiente y declarar cualquier conflicto de interés potencial respecto de una organización participante. En caso de corresponder, podrán abstenerse de evaluar dicha postulación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación oficial se realizará mediante los siguientes ocho criterios:

1. Impacto de negocio y resultados verificables — 20

Evalúa si la solución demuestra un impacto concreto y medible en indicadores relevantes del caso presentado.

Se valorará especialmente la evidencia de mejora en los KPIs, resultados comparables, el contexto de negocio y la claridad en la atribución del impacto.

2. Calidad de decisiones y ejecución end-to-end — 15

Evalúa si la solución no solo recomienda, sino que también define acciones, prioriza alternativas y muestra cómo opera de punta a punta con controles apropiados.

Se valorará la claridad del flujo de decisión, la lógica de orquestación y la capacidad de ejecutar con trazabilidad.

3. Integración, factibilidad y tiempo a valor — 15

Evalúa el encaje con entornos operativos reales, la facilidad de integración con sistemas típicos del comercio unificado y el tiempo razonable para generar valor.

Se valorará la viabilidad de la implementación y el mantenimiento, más allá del demo.

4. Gobernanza, seguridad y privacidad — 15

Evalúa cómo la solución gestiona permisos, trazabilidad, auditoría, datos sensibles, cumplimiento y escalamiento a humano cuando corresponde.

Se valorará la madurez de los resguardos, no solo la promesa de que “todo está bajo control”.

5. Robustez y resiliencia operativa — 10

Evalúa el comportamiento de la solución ante datos incompletos, edge cases, picos de demanda, restricciones operativas o degradación controlada.

Se valorará la capacidad de seguir funcionando de forma confiable en condiciones reales, no solo en escenarios prolijos.

6. Experiencia de usuario y adopción — 10

Evalúa la claridad de uso, la facilidad de adopción por parte del equipo humano y la calidad de la experiencia para el cliente, el vendedor o el operador.

Se valorará que la solución reduzca la fricción y habilite la continuidad omnicanal con coherencia de marca.

7. Medición, experimentación y aprendizaje continuo — 10

Evalúa si la solución incorpora métricas, monitoreo, experimentación, validación y mecanismos de mejora continua.

Se valorará la capacidad de aprender y de ajustarse con evidencia, en lugar de operar como una caja negra decorativa.

8. Diferenciación e innovación aplicable — 5

Evalúa si la solución aporta una ventaja clara frente a automatizaciones tradicionales o enfoques convencionales.

Se valorará la innovación útil, defendible y aplicable, no la novedad vacía.

Puntaje total: 100.

La tabla detallada de la rúbrica, las preguntas guía y la evidencia sugerida se incluyen en el Anexo.

DESEMPATES

En caso de empate, el Presidente del Jurado seleccionará al ganador de la competencia.

FORMATO DE PRESENTACIÓN EN VIVO

Cada finalista contará con **7 minutos totales**, que pueden distribuirse de la siguiente manera:

1. Video Demo – Máximo 2 minutos

- Presentación audiovisual obligatoria de la solución que resuelva el caso seleccionado.
- Debe evidenciar claramente funcionalidad, diferenciación y resultados.

2. Presentación Final – 5 minutos

- Exposición complementaria con apoyo opcional de PPT.
- Debe centrarse en:
 - Caso seleccionado y problema detectado
 - Solución aplicada
 - Impacto en Unified Commerce



- Métricas concretas
- Escalabilidad

El jurado podrá interrumpir la presentación al vencer el tiempo máximo. El exceso de tiempo no genera puntaje adicional.

CALENDARIO

Las fechas específicas de cada edición se publicarán en la convocatoria correspondiente.

Como referencia operativa general, el calendario podrá organizarse de la siguiente manera:

- Apertura de postulaciones: T-90
- Cierre de postulaciones: T-7
- Selección finalistas: T-6
- Presentaciones en vivo (deberán llevarla en su notebook y/o pendrive): Día del evento
- Premiación: al cierre del evento

PREMIOS

En cada evento se otorgará:

- 1 Reconocimiento a la empresa ganadora.
- Hasta 2 menciones de honor.

Los ganadores obtendrán:

- Reconocimiento oficial del eCommerce Institute y la Cámara Local que co-organiza el evento.
- Difusión regional en los canales del eCommerce Day Tour.
- Becas de acceso a programas de capacitación y networking.
- Participación en la selección del Gran Premio Anual.

Cualquier beneficio adicional específico de una edición se informará en la convocatoria correspondiente.

RECONOCIMIENTO ANUAL

Al finalizar el año, entre los ganadores de cada país y de los eventos del tour o de instituciones partner que integren la iniciativa, se seleccionarán:

- **Ganador Anual del AGENTIC WORLD LEAGUE 2026**

Este reconocimiento distinguirá las soluciones de IA más sobresalientes del año en el ecosistema regional de Unified Commerce.

El ganador anual podrá presentar su caso en un webinar online coordinado con la organización, que será difundido a la comunidad del eCommerce Institute.

ACEPTACIÓN DE CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

Al completar y enviar la postulación, la organización participante declara que:

- Ha leído y aceptado las presentes bases y condiciones;
- La información presentada es veraz y puede ser respaldada;
- La solución postulada se aplica a uno de los casos de uso definidos por la organización;
- Acepta la metodología de evaluación;
- Acepta los términos de difusión y uso de materiales previstos en este reglamento;
- Acepta que la organización podrá requerir respaldos, validaciones o aclaraciones antes, durante o después de la competencia.
- En caso de resultar finalista, la organización se compromete a presentar su solución en el formato y plazo establecidos por la convocatoria correspondiente.

El **detalle completo de los casos, junto con los lineamientos y entregables esperados**, será enviado a las empresas una vez confirmada su participación en la competencia.

DIFUSIÓN, USO DE MATERIALES Y AUTORIZACIONES

Los participantes autorizan al eCommerce Institute a publicar y difundir información del proyecto, resultados, imágenes, videos, presentaciones y materiales asociados a la participación, con fines de comunicación, promoción, documentación, contenidos editoriales, estudios y divulgación del AI FOR UNIFIED COMMERCE COMPETITION, del eCommerce Day Tour y de AGENTIC WORLD LEAGUE.

La organización participante será responsable de contar con las autorizaciones internas y externas necesarias respecto del contenido que decida presentar o compartir, especialmente cuando involucre información de clientes, marcas, retailers, imágenes, datos o terceros.

No deberán exhibirse datos personales sensibles, información confidencial sin autorización, ni materiales cuya difusión contravenga obligaciones contractuales, regulatorias o de compliance.

CAUSALES DE INADMISIBILIDAD, PENALIZACIÓN Y DESCALIFICACIÓN

A. Causales de inadmisibilidad

Una postulación podrá ser declarada inadmisible cuando ocurra cualquiera de las siguientes situaciones:

- El formulario esté incompleto o contenga información esencial faltante;
- La organización no encuadra en una de las categorías definidas;
- La solución no tenga implementación real o no presente evidencia mínima de aplicación;
- La postulación no se vincula de manera clara con uno de los cuatro casos oficiales;
- No exista operación comprobable en el país sede o mercado correspondiente a la edición;
- No se acepten las condiciones de participación y difusión;
- No se enviaron la documentación o los respaldos requeridos dentro del plazo establecido.

B. Penalización o afectación del puntaje

Los incumplimientos no graves que no justifiquen la descalificación podrán afectar el puntaje en los criterios correspondientes.

Esto incluye, entre otros ejemplos:

- métricas sin contexto o difícilmente interpretables;
- evidencia insuficiente para sostener claims relevantes;
- falta de claridad sobre integración, operación o gobernanza;
- demo que no evidencia adecuadamente el funcionamiento real;
- presentación incompleta respecto del caso seleccionado;
- exceso de tiempo que obligue a interrumpir la exposición.

En estos casos no se aplicará una sanción separada del sistema de evaluación: el incumplimiento se reflejará en un menor puntaje en la rúbrica y, cuando corresponda, en la interrupción operativa de la presentación.

C. Causales de descalificación

La organización podrá descalificar a una postulación, finalista o ganador cuando se verifique cualquiera de las siguientes situaciones:

- falsedad, manipulación o imposibilidad de sustentar afirmaciones materiales del caso presentado;

- exposición de datos personales sensibles o información confidencial sin autorización;
- prácticas inseguras o contrarias a políticas de privacidad, seguridad o compliance;
- uso de material o evidencia que vulnere derechos de terceros o compromisos de confidencialidad;
- incumplimiento grave del formato o de las reglas del evento;
- conducta que afecte de manera seria la integridad de la competencia o de su metodología de votación.

Si una causal de descalificación se detecta después del evento o de la premiación, la organización podrá dejar sin efecto la condición de finalista o revocar el reconocimiento otorgado.

Anexo: tabla de rúbrica de evaluación

AI for Unified Commerce Competition

Planilla de evaluación - Jurados

Eje de evaluación	Valor Maximo	Preguntas guía	Solución 1
Impacto de negocio y resultados verificables	20	¿La solución mejora KPIs relevantes? ¿El impacto está contextualizado? ¿Se puede sostener con evidencia?	
Calidad de decisiones y ejecución end-to-end	15	¿La solución decide y actúa o solo sugiere? ¿Se ve la lógica de decisión? ¿Existe control del flujo?	
Integración, factibilidad y tiempo a valor	15	¿Encaja con operación real? ¿Se integra con sistemas típicos? ¿Puede generar valor en tiempos razonables?	
Gobernanza, seguridad y privacidad	15	¿Hay trazabilidad, permisos y auditoría? ¿Cómo maneja datos sensibles? ¿Sabe escalar a humano cuando corresponde?	
Robustez y resiliencia operativa	10	¿Cómo responde ante fallas, edge cases o datos incompletos? ¿Se degrada de forma controlada?	
Experiencia de usuario y adopción	10	¿La experiencia es clara y usable? ¿Reduce fricción? ¿Es adoptable por equipos reales?	
Medición, experimentación y aprendizaje continuo	10	¿La solución mide, compara y aprende? ¿Hay experimentos o monitoreo?	
Diferenciación e innovación aplicable	5	¿La solución aporta ventaja real? ¿Hace algo mejor que una automatización tradicional? ¿La innovación es defendible?	
TOTAL	100	-	