

La IA se vuelve cotidiana: cómo redefine la experiencia de consumo

DESDE **SAMSUNG** EXPLICAN CÓMO LOS CONSUMIDORES ESTÁN ADOPTANDO DISPOSITIVOS INTELIGENTES QUE SIMPLIFICAN TAREAS, ANTICIPAN NECESIDADES Y TRANSFORMAN LA RELACIÓN CON LA TECNOLOGÍA Y CÓMO **LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL DEJÓ DE SER UN DIFERENCIAL PARA TRANSFORMARSE EN UN ESTÁNDAR ESPERADO POR LOS USUARIOS.**



Magda Grunwaldt
Directora de Marketing de **Samsung**

En pocos años, la inteligencia artificial pasó a convertirse en un atributo decisivo en la experiencia de consumo. Hoy, los usuarios no solo buscan dispositivos de alto desempeño, sino soluciones que simplifiquen su vida cotidiana, automaticen tareas y entreguen respuestas cada vez más personalizadas. En ese escenario, la IA se está posicionando como un facilitador clave en la toma de decisiones, la gestión del tiempo y la interacción con el entorno digital, redefiniendo las expectativas hacia las marcas tecnológicas.

Desde esa perspectiva, Samsung Chile ha orientado su propuesta hacia el desarrollo de ecosistemas conectados e intuitivos, donde la inteligencia artificial se integra de forma transversal en distintos dispositivos y momentos de uso. "La inteligencia artificial dejó de percibirse como una innovación futura para convertirse en una herramienta concreta que las personas buscan para simplificar su vida diaria", señala Magda Grunwaldt, directora de Marketing de la compañía. Así, la marca no solo responde a una demanda creciente, sino que también impulsa una evolución en la experiencia de consumo, donde la tecnología anticipa necesidades y se adapta dinámicamente a los hábitos de las personas.

Desde la experiencia de Samsung, ¿qué cambios concretos están observando en la demanda por dispositivos con capacidades de inteligencia artificial?

Observamos que la inteligencia artificial dejó de percibirse como una innovación futura para convertirse en una herramienta concreta que las personas buscan para simplificar su vida diaria. Hoy los consumidores valoran dispositivos que les permitan optimizar su tiempo, resolver tareas de forma más eficiente y acceder a experiencias más personalizadas, tanto en el trabajo como en el hogar.

En ese contexto, vemos un creciente interés por equipos que integran AI de manera transversal, desde la organización de contenidos y la gestión de tareas, hasta

la optimización del rendimiento de los dispositivos según los hábitos de uso. Esta tendencia responde a una necesidad cada vez más clara de contar con tecnología que se adapte a las personas, anticipando necesidades y facilitando la toma de decisiones cotidianas.

¿Cuáles son los usos de IA que efectivamente están impulsando la compra?

Actualmente, los usos de inteligencia artificial que más influyen en la decisión de compra están relacionados con productividad, creatividad y asistencia en el día a día. Por ejemplo, herramientas que permiten resumir información, organizar contenidos o mejorar la calidad de imágenes están facilitando tareas que antes requerían más tiempo o conocimientos técnicos.

También vemos una adopción creciente de funciones que ayudan a las personas a comunicarse de manera más eficiente, gestionar su agenda o mejorar su flujo de trabajo entre distintos dispositivos. Esto refleja un cambio en las expectativas de los usuarios, que hoy buscan equipos que no solo ofrezcan alto desempeño, sino que también aporten valor práctico en su rutina diaria.

¿Están viendo consumidores que utilizan sus dispositivos para tomar decisiones de compra, organización o consumo?

Hoy vemos que los usuarios integran cada vez más sus dispositivos en decisiones cotidianas, desde la organización del día hasta el consumo de contenidos o la búsqueda de información. Esto se refleja en el alto uso de funciones de inteligencia artificial en equipos Galaxy, especialmente en series como Galaxy S y Galaxy A, donde destacan herramientas de búsqueda como Circle to Search, con tasas de uso superiores al 80%.

La IA ya no es percibida como algo complejo, sino como una ayuda concreta para resolver tareas de forma rápida e intuitiva. A través de experiencias conectadas como SmartThings, los usuarios pueden además gestionar su hogar, monitorear consumos y organizar rutinas, integrando la tecnología de manera natural en múltiples momentos del día.

Este enfoque ha sido clave para consolidar nuestro liderazgo, proporcionando una experiencia de ecosistema conectado. Este comportamiento refleja una evolución hacia experiencias más intuitivas, donde la tecnología permite simplificar procesos y acceder a información relevante de manera más rápida.

¿Existen diferencias relevantes en la adopción de dispositivos con IA según edad o nivel de sofisticación digital?

Si bien la adopción inicial de tecnologías con inteligencia artificial suele estar liderada por usuarios más familiarizados con lo digital, hoy vemos una expansión mucho más transversal. En nuestro portafolio, por ejemplo, las funciones de IA tienen una fuerte presencia en usuarios de entre 20 y 39 años, especialmente en series como Galaxy S y Galaxy A, donde la adopción es significativa y equilibrada entre hombres y mujeres.

Funciones como Circle to Search u Object Eraser muestran altos niveles de uso, lo que refleja que la IA no se percibe como algo complejo, sino como una herramienta concreta y útil en el día a día. Esto demuestra que, más allá del nivel de sofisticación digital, cuando la tecnología resuelve necesidades reales de forma simple, su adopción se masifica rápidamente.

¿Hacia dónde se están moviendo los avances de Samsung en cuanto a dispositivos?

Hoy nuestra Inteligencia Artificial está marcada por experiencias cada vez más integradas y útiles en la vida diaria. Más que funciones aisladas, vemos cómo distintos dispositivos trabajan juntos para simplificar tareas y reducir pasos extra en el día a día.

Por ejemplo, en la casa, un refrigerador inteligente puede apoyar en la planificación de compras o gestionar alimentos, mientras que, desde el celular, a través de SmartThings, puedes monitorear y controlar el consumo energético de distintos equipos. En el caso de las lavadoras, la IA ajusta automáticamente los ciclos según el tipo de carga, optimizando tiempo, agua y energía.

Pero no solo eso, sino que también se suman los sistemas de aire acondicionado con IA, que aprenden de tus rutinas para ajustar automáticamente la temperatura y mejorar la eficiencia energética o para que duermas bien por las noches, y televisores inteligentes que optimizan imagen y sonido en tiempo real según el contenido, entregando una experiencia más inmersiva y personalizada.

En smartphones, funcionalidades como asistentes de búsqueda o edición inteligente de imágenes permiten resolver tareas cotidianas de forma rápida e intuitiva. En conjunto, estos avances reflejan un cambio clave: la tecnología deja de ser reactiva para anticiparse a las necesidades de las personas, haciendo la vida más simple, conectada y eficiente.

¿Qué tan presente está la preocupación por la privacidad en la decisión de compra?

La privacidad y la seguridad hoy son factores cada vez más relevantes en la decisión de compra, especialmente en dispositivos que integran inteligencia artificial. A medida que la experiencia se vuelve más personalizada, los usuarios exigen un mayor control y protección de su información.

Es por esto que en Samsung hemos desarrollado soluciones como Samsung Knox, una plataforma de seguridad integrada desde el hardware que protege los datos en todo momento. Esto se complementa con avances en el propio dispositivo, como pantallas con tecnología de privacidad a nivel de píxel en equipos como Galaxy S26 Ultra, que ayudan a proteger la información incluso en el uso diario.

Este enfoque permite que se adopten nuevas tecnologías con mayor confianza, entendiendo que la innovación debe ir acompañada con la protección de datos y la vida digital. **A**