

Notas

Esta presentación explica el área «El cliente agéntico» de SEVEN-G en diez slides. Está pensada para consejos, direcciones de atención al cliente, de riesgos y de tecnología, y para el aula de una escuela de negocio.

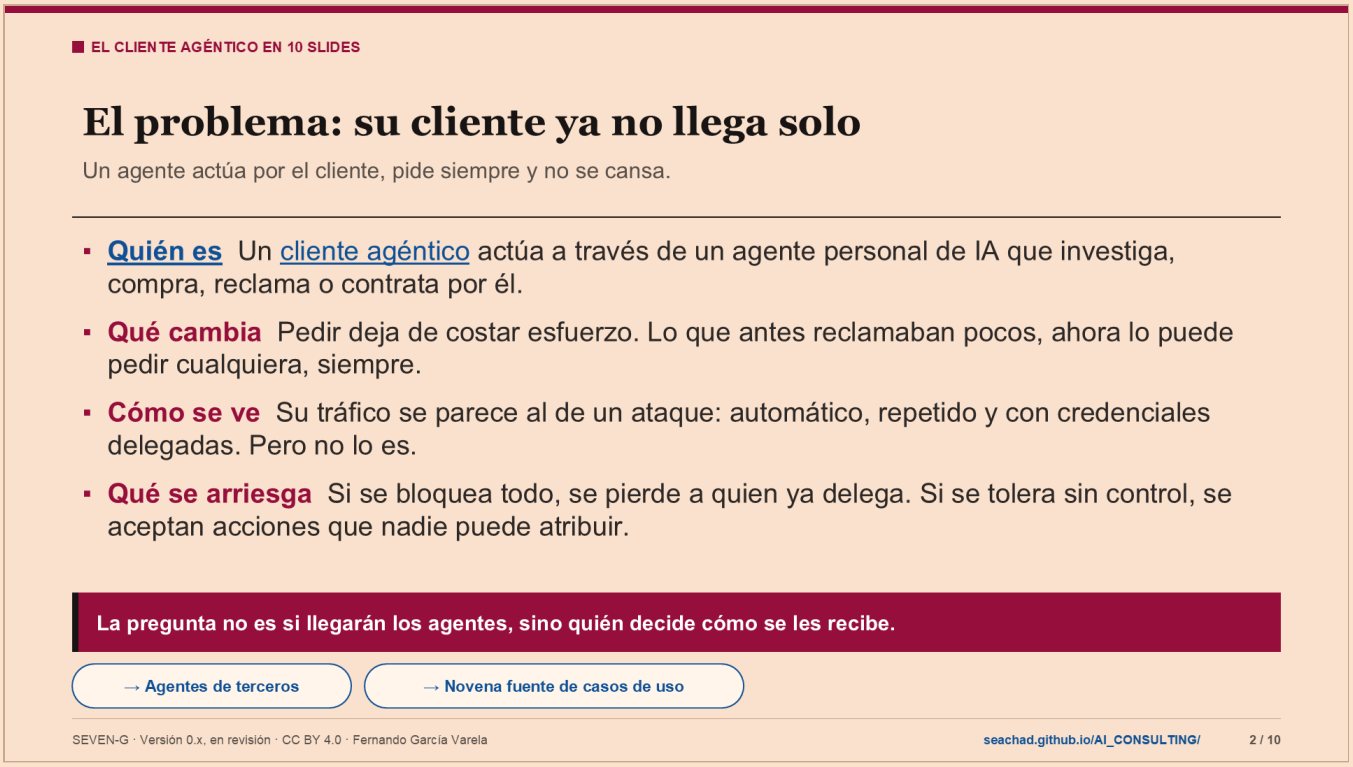
Un cliente agéntico es un cliente que actúa a través de un agente personal de inteligencia artificial: un asistente que investiga, compra, reclama o contrata en su nombre. La presentación recorre la decisión que esto obliga a tomar. Primero, el problema y las cuatro caras del cliente agéntico. Después, la postura por recorrido: bloquear, tolerar o atender por un canal identificado. Luego, lo que exige ese canal, el reparto de responsabilidad que propone el sector financiero europeo, lo que dice y lo que no dice la regulación, la economía de las concesiones, las pruebas con clientes sintéticos y, al final, cómo empezar.

Todo lo que se cuenta sale de los documentos de SEVEN-G: el 35 (seguridad de IA y agentes), el 13 (tesis y apetito de riesgo), el 40 (medición del valor), el 33 (riesgos), el 34 (regulación), el 52 (operación), el 54 (organización) y la plantilla de pruebas adversarias. Las cifras de ejemplo del sitio son ficticias. Los protocolos de agente son borradores y se citan solo como orientación.

Pregunta para el aula: ¿su compañía sabe hoy cuántos de sus contactos con clientes los hace ya un agente?

FUENTES Y ENLACES

- **Página del área El cliente agéntico** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/areas/cliente-agentico.html
- **Documento 35 · Agentes de terceros que actúan por el cliente** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente
- **Documento 13 · Postura ante agentes de clientes** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/13_SEVEN-G_Tesis_de_IA_ambicion_y_apetito_de_riesgo.html#5-6-postura-ante-agentes-de-clientes-por-recorrido
- **Página del área** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/areas/cliente-agentico.html
- **Agentes de terceros** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente



Notas

Un cliente agéntico es un cliente que delega en un agente personal de IA. El agente investiga productos, compara, compra, pide servicio y reclama. Lo hace por encargo del cliente y con los permisos que este le da.

Por qué es un problema de gobierno y no solo de tecnología. Hasta ahora, la fricción protegía a la compañía: pedir una devolución, una bonificación o una concesión exigía tiempo, y por eso muchas personas con derecho a ella no la pedían. Un agente elimina esa fricción. La brecha entre quien tiene derecho a un beneficio y quien lo pide se cierra, y el coste lo asume la compañía.

El tráfico de un agente se parece al de un ataque: es automatizado, repetido y con credenciales delegadas. Por eso la sección 9.4 del documento 35 de SEVEN-G separa este caso del de la sección 9.1, donde los agentes son una amenaza. Aquí actúan de forma legítima por el cliente.

En el documento 54, el agente del cliente es la novena fuente de casos de uso: llega como tráfico, no como propuesta, y nadie lo ha pedido ni lo patrocina. Por eso hace falta un dueño de negocio que fije la postura y responda de ella.

Por qué importa: si la compañía no decide, decide cada equipo por su cuenta, y las consecuencias aparecen en la cuenta de resultados.

Pregunta para el aula: ¿qué beneficios o concesiones de su compañía existen hoy solo porque pocos clientes los reclaman?

TÉRMINOS DE ESTA SLIDE

- **Cliente agéntico**: Cliente que actúa a través de un agente personal de IA: un asistente que investiga, compra, reclama o contrata en su nombre. Llega a la compañía por cuatro caminos: investiga con un asistente, compra, pide servicio y su agente habla con el de la compañía. El enlace abre la sección del documento 35 que lo trata. https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente

FUENTES Y ENLACES

EL CLIENTE AGÉNTICO EN 10 SLIDES

- **Documento 54 · Nueve fuentes de casos de uso** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/54_SEVEN-G_Organizacion_de_la_compania_para_la_IA.html#5-1-nueve-fuentes
- **Bain & Company: When Your Customer Sends an Agent (10-11-2026)** https://www.bain.com/insights/when-your-customer-sends-an-agent/
- **Novena fuente de casos de uso** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/54_SEVEN-G_Organizacion_de_la_compania_para_la_IA.html#5-1-nueve-fuentes



Notas

El gráfico muestra los cuatro caminos por los que un cliente agéntico llega a la compañía, y la base común que los sostiene. Es un modelo propio de SEVEN-G.

Primera cara, investigar. El cliente pregunta a un asistente de IA y este responde con lo que sabe. Si la compañía no aparece o aparece mal descrita, no entra en la lista de opciones. Es una cuestión de visibilidad y de calidad de la información que la compañía publica; no tiene un control de seguridad propio, pero sí un dueño de negocio.

Segunda cara, comprar. Un agente compara y cierra la compra por el cliente. El recorrido de venta tiene que poder atender a un agente: precios y condiciones legibles por una máquina, identificación y límites de lo que el agente puede comprar.

Tercera cara, pedir servicio. Atención, reclamaciones, devoluciones, concesiones y bajas. Aquí la economía cambia más, porque el agente pide siempre.

Cuarta cara, el canal entre agentes. El agente del cliente habla con un agente de la compañía. Hace falta identidad verificable, permisos concretos y registro de cada acción.

La base común es probar antes y siempre. Se usan clientes sintéticos, simulación de usuarios, pruebas de intrusión y red teaming, con el banco de pruebas corporativo y la plantilla de pruebas adversarias.

Por qué importa: las cuatro caras no las gestiona la misma persona. Verlas juntas evita que cada dirección resuelva solo su trozo.

Pregunta para el aula: ¿qué dirección de su compañía es hoy responsable de cada una de las cuatro caras?

TÉRMINOS DE ESTA SLIDE

- **Canal entre agentes** (SEG-28): Canal por el que el agente personal de un cliente habla con un agente de la compañía, con identidad verificable, permisos del cliente concretos y revocables, límites, registro de cada acción y etiquetado del tráfico. Es la opción «atender» de la postura ante agentes. El enlace abre la sección del documento

35. https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente

FUENTES Y ENLACES

- **Plantilla de pruebas adversarias · Clientes sintéticos** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/plantillas/P53_SEVEN-G_Plan_e_informe_de_pruebas_adversarias.html#5-3-clientes-sinteticos-y-simulacion-de-usuarios
- **Bain & Company: When Your Customer Sends an Agent (10-11-2026)** https://www.bain.com/insights/when-your-customer-sends-an-agent/
- **Plantilla de pruebas adversarias** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/plantillas/P53_SEVEN-G_Plan_e_informe_de_pruebas_adversarias.html#5-3-clientes-sinteticos-y-simulacion-de-usuarios



Notas

La postura ante agentes es una decisión que toma la compañía con exposición directa a clientes, recorrido a recorrido: venta, servicio, concesiones y bajas. La toma el consejo con la dirección, junto con la tesis de IA y el apetito de riesgo, y se revisa cada año.

Hay tres opciones y ninguna es gratuita. Bloquear exige detectar al agente y no atenderlo: se protege el recorrido, pero se pierde el negocio de los clientes que ya delegan en su agente. Tolerar es dejarlo pasar como si fuera una persona: llega a la cola humana con más coste, y las concesiones que pide nadie las mide. Atender por un canal identificado es ofrecerle un canal propio con identidad, permisos, límites y registro: exige diseñar, probar y mantener el canal y fijar las reglas de elegibilidad y de concesión fuera del modelo de IA.

Para que la decisión se pueda aplicar, el tráfico de agentes se detecta por firma, cuando existe, y por conducta, y se etiqueta. Así se mide su volumen, su ruta y su coste, y se ve aparte del tráfico humano y del de los ataques.

La decisión se toma con datos: la exposición económica del documento 40, el tráfico etiquetado y el apetito de riesgo económico, legal y de seguridad. Se aplica en SEVEN-G a quien tiene exposición directa a clientes. No forma parte del núcleo ni de la intensidad Express.

Por qué importa: sin una decisión escrita, el equipo de ventas bloquea, el de atención tolera y nadie suma el coste.

Pregunta para el aula: ¿qué postura elegiría para el recorrido de bajas, y qué dato necesitaría para defenderla ante el consejo?

TÉRMINOS DE ESTA SLIDE

- **Postura ante agentes**: Decisión que toma la compañía con exposición directa a clientes, recorrido a recorrido (venta, servicio, concesiones, bajas): bloquear al agente del cliente, tolerarlo o atenderlo por un canal identificado. Cada opción tiene su coste. Es exigible con exposición directa a clientes. El enlace abre la sección del documento

13. https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/13_SEVEN-G_Tesis_de_IA_ambicion_y_apetito_de_riesgo.html#5-6-postura-ante-agentes-de-clientes-por-recorrido

FUENTES Y ENLACES

- **Documento 52 · Tráfico de agentes de clientes** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/52_SEVEN-G_Manual_de_operacion_de_IA.html#trafico-de-agentes-de-clientes
- **Documento 40 · Exposición económica** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/40_SEVEN-G_Reglas_de_medicion_del_valor.html#5-4-exposicion-economica-a-agentes-de-clientes
- **Bain & Company: When Your Customer Sends an Agent (10-11-2026)** https://www.bain.com/insights/when-your-customer-sends-an-agent/
- **Tráfico de agentes** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/52_SEVEN-G_Manual_de_operacion_de_IA.html#trafico-de-agentes-de-clientes



Notas

Atender al agente de un cliente por un canal identificado exige ocho cosas, que SEVEN-G reúne en un control de seguridad nuevo del documento 35. Se aplica solo a los casos de uso con exposición directa a clientes.

La identidad responde a tres preguntas: qué agente es, quién responde de él y qué puede hacer. La compañía no acepta un agente anónimo en un canal con efecto. Es la misma exigencia que el marco ya hace a los agentes propios, aplicada a los externos.

La firma permite verificar que las peticiones vienen de ese agente. Los permisos los concede el cliente a su agente ante la compañía: deben ser concretos, revocables y registrados. Los límites fijan qué acciones, de qué importe y con qué frecuencia puede hacer cada agente por cada cliente, y el registro anota cada acción con el agente, el cliente y el permiso aplicado.

Las reglas de elegibilidad y de concesión se aplican fuera del modelo de IA: el modelo no decide qué concesión se paga, lo decide la regla de la compañía, igual en todos los canales. La detección y el etiquetado permiten medir el tráfico y las concesiones que resuelve cada agente.

Los protocolos de agente que hoy se discuten en el sector, incluida la autenticación de bots en el IETF, son borradores. SEVEN-G los cita como orientación y no los usa para fundamentar ningún control.

Por qué importa: sin estos elementos, una disputa sobre quién autorizó una acción no se puede resolver. Por eso el catálogo de riesgos incluye la disputa de una acción hecha por el agente del cliente.

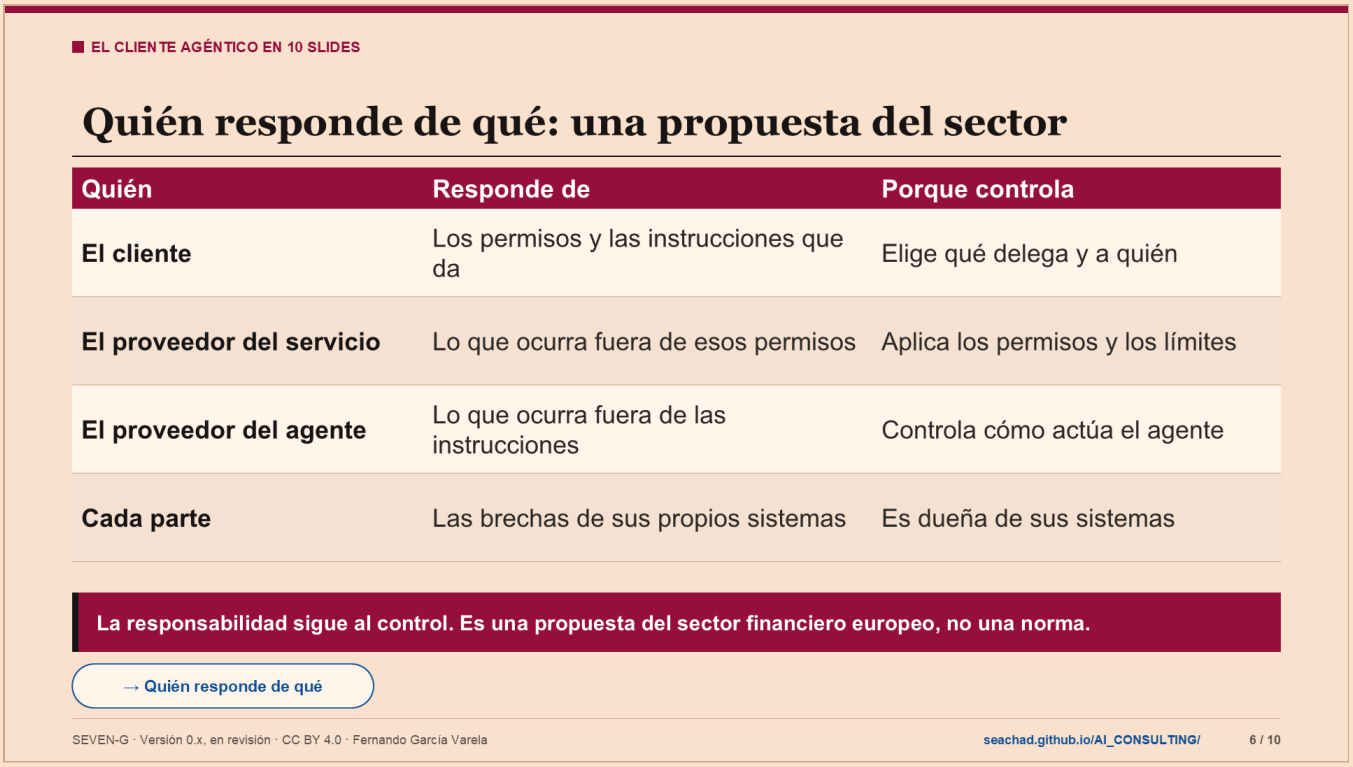
Pregunta para el aula: ¿con qué información podría hoy probar qué autorizó un cliente a su agente?

TÉRMINOS DE ESTA SLIDE

- **Conozca a su agente**: Principio por el que la compañía sabe qué agente de un tercero actúa en un canal, quién responde de él y qué puede hacer, antes de aceptar sus acciones. El enlace abre la sección del documento 35. https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente

FUENTES Y ENLACES

- **Documento 52 · Tráfico de agentes de clientes** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/52_SEVEN-G_Manual_de_operacion_de_IA.html#trafico-de-agentes-de-clientes
- **IETF · Web Bot Auth (borrador)** https://datatracker.ietf.org/wg/webbotauth/about/
- **Tráfico de agentes** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/52_SEVEN-G_Manual_de_operacion_de_IA.html#trafico-de-agentes-de-clientes



Notas

Un reparto de responsabilidad claro evita que, ante un problema, cada parte señale a las demás. La propuesta que recoge SEVEN-G liga la responsabilidad al control: responde quien controla.

El cliente responde de los permisos y las instrucciones que da a su agente, porque es quien decide qué delega y a quién. El proveedor del servicio, es decir, la compañía, responde de lo que ocurra fuera de esos permisos, porque es quien los aplica. El proveedor del agente responde de lo que ocurra fuera de las instrucciones del cliente, porque controla cómo actúa el agente. Y cada parte responde de las brechas de sus propios sistemas.

Esto procede de una tribuna de opinión de un presidente de banco publicada en 2026, que además propone que la ley obligue a los agentes a identificarse ante los servicios y prohíba la suplantación tras un periodo de transición, y que la credencial de un agente se base en la identidad digital europea. Son propuestas de su autor, no normas. SEVEN-G las recoge solo como criterio de diseño del canal identificado y propone escribir el reparto en las condiciones del canal, con revisión jurídica.

Por qué importa: si el reparto no está escrito, una disputa sobre una acción del agente de un cliente se resuelve sin pruebas. El catálogo de riesgos de SEVEN-G incluye ese caso.

Pregunta para el aula: ¿qué cambiaría en las condiciones de uso de su compañía si el cliente pudiera delegar en un agente?

FUENTES Y ENLACES

- **Documento 35 · Quién responde de qué** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente
- **Torres Vila: los agentes de IA no deberían «hacerse pasar» por nosotros (opinión, 2026)** https://www.expansion.com/economia/financial-times/2026/11/13/agentes-ia-deberian-necesitar-hacerse-pasar-nosotros.html
- **Quién responde de qué** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente



Notas

La regulación dice menos de lo que muchos creen sobre los agentes de clientes. Esta slide separa lo que existe de lo que es propuesta o borrador.

Lo que existe. La norma europea de pagos y su reglamento delegado exigen que los terceros proveedores puedan identificarse ante la entidad que gestiona la cuenta, y que la entidad asegure que pueden identificarse también en el mecanismo de reserva. SEVEN-G se limita a esos artículos: no afirma que la norma prohíba ni que permita por sí misma el acceso por pantalla. El artículo 50 del Reglamento Europeo de IA obliga a informar a las personas que interactúan con un sistema de IA. No obliga a un agente a identificarse ante un servicio. El reglamento de identidad digital europea crea el marco de las carteras de identidad y de las declaraciones electrónicas de atributos, y no regula la identidad de los agentes de IA.

Lo que es propuesta o borrador. Que la ley exija a los agentes identificarse ante los servicios es una propuesta del sector. Las reglas de pago en tramitación son una propuesta de la Comisión; su estado actual no se ha comprobado. Los protocolos de agente son borradores. Se citan como orientación y no fundamentan ningún control, ningún riesgo ni ninguna puerta.

Por qué importa: una compañía que espere a que la ley obligue a los agentes a identificarse esperará mucho. Mientras tanto, puede exigir identidad, permisos y registro en su propio canal, que es lo que propone SEVEN-G.

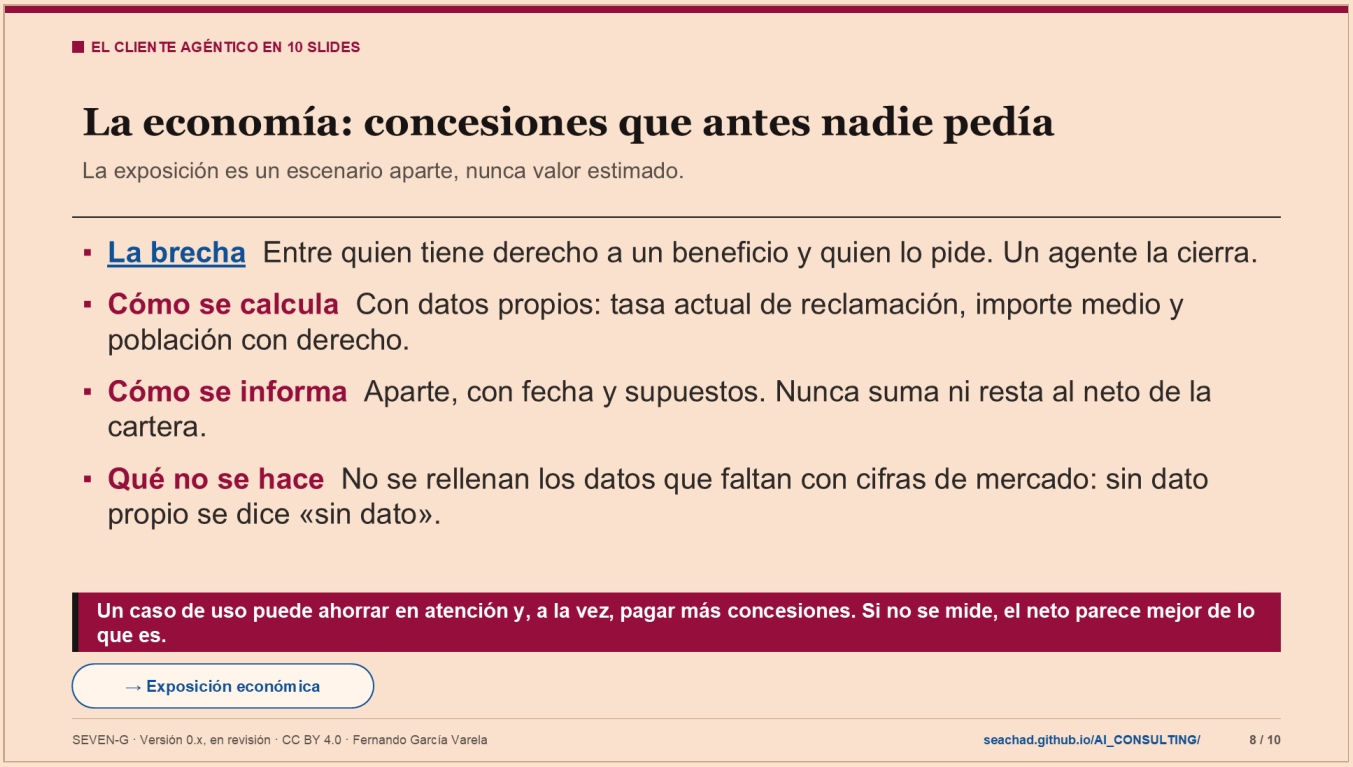
Aviso: esta slide no es asesoramiento jurídico. Cada organización debe verificar la normativa que le aplica.

Pregunta para el aula: ¿qué parte de su canal de atención tendría que cambiar si la ley exigiera mañana que los agentes se identifiquen?

FUENTES Y ENLACES

- **Documento 34 · Mapeo regulatorio (transparencia y anexo B)** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/34_SEVEN-G_Mapeo_regulatorio.html#3-11-transparencia-art-50
- **Directiva (UE) 2015/2366 (PSD2) en EUR-Lex** https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2015/2366/oj/spa
- **Reglamento Delegado (UE) 2018/389 en EUR-Lex** https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2018/389/oj/spa

- **Reglamento (UE) 2024/1183 (eIDAS 2) en EUR-Lex** https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1183/oj/spa
- **Mapeo regulatorio** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/34_SEVEN-G_Mapeo_regulatorio.html#3-11-transparencia-art-50



Notas

Esta slide trata el efecto económico de los agentes de clientes. Las reglas de medición del valor de SEVEN-G dicen que cada importe tiene fórmula y estado, que lo que no se puede poner en euros se informa aparte y que «sin dato» no es cero. La exposición a agentes de clientes aplica esas reglas.

La brecha es la distancia entre quien tiene derecho a un beneficio (una concesión, una devolución, una bonificación) y quien lo pide. Hasta ahora la fricción mantenía esa brecha abierta. Un agente la cierra porque pide siempre.

La exposición se calcula como un escenario, con los datos propios de la compañía: la tasa actual de reclamación, el importe medio del beneficio y la población con derecho a él. El resultado es el coste de conceder lo que se pediría si pedir no costara esfuerzo. Se informa aparte, con su fecha y sus supuestos. No suma ni resta al neto de la cartera, y nunca es valor estimado.

Hay un error frecuente que SEVEN-G recoge expresamente: el neto inflado por no restar las concesiones que resuelve un agente. Un caso de uso que atiende a agentes de clientes presenta el ahorro de atención y omite el aumento de concesiones pagadas. La corrección es restar las concesiones adicionales y compararlas con la línea base humana.

Por qué importa: el consejo decide la postura con esta cifra delante. Sin ella, se decide a ciegas. Lo que después ocurre de verdad se mide con un indicador de concesiones resueltas por agentes.

Pregunta para el aula: ¿qué datos necesitaría para estimar cuántos clientes con derecho a un beneficio no lo piden hoy?

FUENTES Y ENLACES

- **Documento 40 · Exposición económica a agentes de clientes** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/40_SEVEN-G_Reglas_de_medicion_del_valor.html#5-4-exposicion-economica-a-agentes-de-clientes
- **Documento 35 · Indicadores para el consejo** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#indicadores-para-el-consejo

EL CLIENTE AGÉNTICO EN 10 SLIDES

- **Bain & Company: When Your Customer Sends an Agent (10-11-2026)** https://www.bain.com/insights/when-your-customer-sends-an-agent/
- **Exposición económica** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/40_SEVEN-G_Reglas_de_medicion_del_valor.html#5-4-exposicion-economica-a-agentes-de-clientes



Notas

Los clientes sintéticos son la forma de probar el canal con agentes antes de que lleguen los de verdad. Son agentes de cliente simulados. Piden concesiones, prueban los límites del canal, encadenan peticiones para ver si se rompe una regla y suplantan a otro cliente.

Se usan junto con la simulación de usuarios, las pruebas de intrusión y el red teaming. Los escenarios se versionan en el banco de pruebas corporativo de agentes y se registran en la plantilla de pruebas adversarias, por recorrido: cuántos escenarios tuvieron éxito, cuántas concesiones se dieron fuera de regla, qué límites se superaron y qué acciones quedaron sin registro. Cada hallazgo tiene responsable y fecha, y se vuelve a probar tras corregirlo.

El límite es claro: una simulación no sustituye a clientes reales. Un estudio académico con agentes generativos construidos con respuestas de más de mil personas reprodujo con alta consistencia sus respuestas de encuesta. Pero eso no se extrapola a la conducta de compra, y por eso la simulación se contrasta siempre con una muestra de contactos reales.

La base común de las cuatro caras es probar antes y siempre: antes de la puesta en producción y después de cada cambio relevante.

Por qué importa: un canal que no se ha probado contra agentes que intentan abusar de él se prueba, de hecho, con los clientes.

Pregunta para el aula: ¿qué tres escenarios pediría a un cliente sintético que probara en el recorrido de concesiones de su compañía?

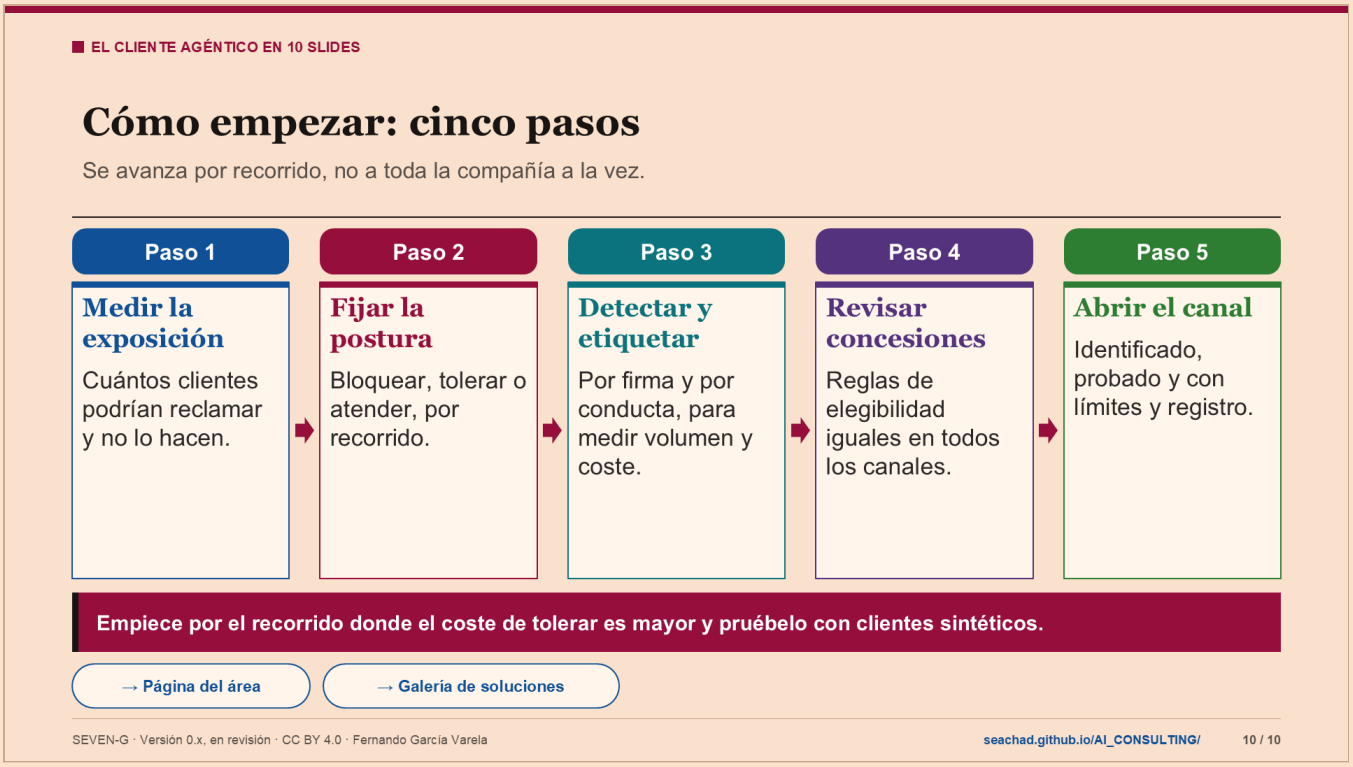
TÉRMINOS DE ESTA SLIDE

- **Cliente sintético**: Agente de cliente simulado que se usa para probar un sistema antes y durante su operación: pide concesiones, prueba límites, encadena peticiones y suplanta a otro cliente. Una simulación no sustituye a clientes reales. El enlace abre el apartado de la plantilla de pruebas adversarias. https://seachad.github.io/AI_CONSULT

ING/SEVEN-G/html/es/plantillas/P53_SEVEN-G_Plan_e_informe_de_pruebas_adversarias.html#5-3-clientes-sinteticos-y-simulacion-de-usuarios

FUENTES Y ENLACES

- **Documento 35 · Base común de pruebas** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/35_SEVEN-G_Seguridad_de_IA_y_agentes.html#9-4-agentes-de-terceros-que-actuan-por-el-cliente
- **Park et al. (2024): simulación de individuos con agentes generativos** https://arxiv.org/abs/2411.10109



Notas

Estos cinco pasos siguen las cinco acciones que propone una consultora internacional en un estudio de noviembre de 2026, adaptadas al lenguaje y a los controles de SEVEN-G. Son una guía de partida, no una receta.

Primero, medir la exposición: estimar cuántos clientes podrían reclamar un beneficio hoy y no lo hacen, y calcular el coste de atender esas reclamaciones si pedir costara poco. Segundo, fijar la postura por recorrido, con el consejo y la dirección. Tercero, construir la detección: identificar los contactos de agentes por señales de conducta y por verificación de identidad cuando exista, y etiquetarlos para seguir su volumen, su ruta y su coste. Cuarto, revisar las políticas de concesión: dónde el derecho supera a lo que realmente se pide, qué costaría que se pidiera más y qué beneficios discrecionales conviene ajustar, aplicándolas igual en todos los canales. Quinto, abrir un canal entre agentes con interfaz autenticada, permisos definidos y registro de acciones, encaminado aparte de las colas humanas y con decisiones automáticas dentro de límites.

La galería del sitio recoge compañías y soluciones de mercado para cada cara del cliente agéntico, con lo que dice su página oficial. Es una lectura de mercado, no una recomendación: antes de usar cualquiera con datos de la compañía, también para probarla, se aplica la evaluación de proveedor.

Por qué importa: empezar por un recorrido permite aprender con poco riesgo y con datos reales antes de decidir para toda la compañía.

Pregunta para el aula: ¿por cuál de los cinco pasos empezaría su compañía, y quién sería el dueño de negocio de la postura?

FUENTES Y ENLACES

- **Página del área El cliente agéntico** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/areas/cliente-agentico.html
- **Galería de compañías y soluciones** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/herramientas/T17_panel_consejo/galeria/index.html#es-cliente-agentico
- **Bain & Company: When Your Customer Sends an Agent (10-11-2026)** https://www.bain.com/insights/when-your-customer-sends-an-agent/

EL CLIENTE AGÉNTICO EN 10 SLIDES

- **Página del área** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/html/es/areas/cliente-agentico.html
- **Galería de soluciones** https://seachad.github.io/AI_CONSULTING/SEVEN-G/herramientas/T17_panel_consejo/galeria/index.html#es-cliente-agentico

AVISO LEGAL

Aviso legal: ayuda metodológica genérica y gratuita, «tal cual» y con fines informativos; no es asesoramiento jurídico ni está revisada jurídicamente para ningún caso. Cada organización la adapta y es responsable de su revisión legal y de su cumplimiento regulatorio; puede no recoger cambios normativos recientes. En la máxima medida permitida por la ley, el autor no asume responsabilidad alguna por los efectos de su aplicación. No otorga certificación de ningún tipo. Detalle en el documento 93.

CC BY 4.0 (contenidos) · MIT (código) · Fernando García Varela · seachad.github.io/AI_CONSULTING/