Investigación de mercado en horas, no en semanas: la empresa brasileña que puso a un equipo de agentes de IA a hacer el trabajo de los analistas

Proficientia Research responde cualquier pregunta sobre cualquier mercado, para empresas de cualquier tamaño, con datos oficiales, fuentes citadas y revisión independiente antes de la entrega

27 DE OCTUBRE DE 2026

Toda empresa, grande o pequeña, se hace las mismas preguntas antes de decidir: cuál es el tamaño de ese mercado, quién ya está en él, si está creciendo o achicándose, cuánto cobrar, dónde abrir. Las respuestas suelen costar semanas de trabajo de analistas o un contrato de consultoría. En Proficientia Research, salen en pocas horas.

La empresa usa un equipo de agentes de inteligencia artificial para cruzar datos de la Receita Federal (el fisco brasileño), del IBGE (el instituto nacional de estadística), del Banco Central, del CAGED (el registro de empleo formal), de Ipeadata y de entidades sectoriales. El resultado es un estudio con las fuentes citadas en el texto: solo los informes del catálogo ya citan 909 fuentes distintas, desde bases oficiales hasta entidades sectoriales, estudios de mercado y prensa. Antes de la entrega, los números del texto se verifican automáticamente contra los datos de las fuentes, y el estudio pasa por una revisión independiente. Si no pasa la revisión, no se entrega.

El cliente escribe la pregunta, sigue la investigación mientras se hace y recibe el estudio en una a tres horas, con simulaciones y escenarios. Los informes ya publicados dan la medida del alcance: Brasil tiene 1 millón de establecimientos de transporte de carga, y en 2025 abrieron 1,9 empresas por cada una que cerró; el 93,9% de las tiendas de ropa son microempresas; de cada R$ 100 vendidos en el Plan Entrega de iFood, R$ 73,80 vuelven al restaurante. Estudios como estos sirven tanto a un área de estrategia que evalúa un nuevo mercado como a quien va a abrir su primer negocio.

“Toda decisión de negocio empieza con las mismas preguntas, y la mayor parte del trabajo para responderlas es reunir y verificar datos públicos. Eso es lo que los agentes hacen mejor, y con las fuentes a la vista. La persona se queda con lo que importa: la decisión”, dice el fundador, Tamer El Kutby.

La operación es en sí misma un experimento de empresa agéntica. El Kutby es el único humano. La gestión la hacen agentes virtuales con funciones de dirección (Helena, CEO; Caio, Ventas; Marta, Finanzas; Davi, Tecnología), que analizan el negocio a diario y llevan propuestas al fun-

dador, en el papel de consejo. Para cada investigación se arma un equipo de agentes especialistas en el tema.

“No importa si la pregunta viene del consejo de una multinacional o del dueño de un restaurante: merece la misma respuesta, con datos y fuentes”, afirma.

Formatos: estudios a pedido de R$ 147 a R$ 597, entregados en 1 a 3 horas; catálogo de informes sectoriales listos desde R$ 49; plan Enterprise para empresas con demanda recurrente. Los estudios e informes están en portugués.

Sobre Proficientia Research: empresa brasileña de inteligencia de mercado que combina datos oficiales, agentes de IA y revisión independiente de cada estudio para entregar investigación sectorial en horas, para empresas de cualquier tamaño y sector. Una empresa de Proficientia Tecnologia Ltda. Sitio: proficientia.com.

Contacto de prensa: imprensa@proficientia.com · proficientia.com/imprensa/es