



Compras de temporada 2025

# Es la temporada para una inversión más inteligente y una confianza renovada

Explora los insights de nuestra 19.ª Encuesta Anual de Compras de Temporada y descubre cómo ayudar a los consumidores a pasar de sentirse abrumados a comprar con confianza.

## Los consumidores buscan valor y la búsqueda los está estresando

Ya comenzaron a comprar regalos y están buscando ofertas y promociones. Pero la cantidad de ofertas que están recibiendo es abrumadora.



Una mayoría significativa (un 85 %) de los compradores dice que es probable que abandone sus carritos por completo debido a su frustración o indecisión.

## Convertir la presión en potencial

A medida que los consumidores buscan claridad en las tiendas y además esperan recibir inspiración, los empleados de primera línea están bajo una presión cada vez mayor.

70 %

cita a los clientes enojados o impacientes como su principal fuente de estrés

9 de 10

informan agotamiento después de una conversación difícil con un cliente

51 %

informa una insuficiencia de personal durante las fiestas

Sin embargo, las herramientas y el apoyo adecuados pueden potenciar a los trabajadores de línea frontal para que conviertan el caos de las fiestas en conexión con el cliente.



## La IA generativa puede reducir el estrés y ayudar a mejorar el ánimo en todo el mundo

Una gran mayoría (77 %) de las personas dice que planea pedirle ayuda a la IA generativa para hacer las compras festivas. Las tres principales demandas de consumidores relacionadas con la IA generativa:

1. Mostrar ofertas junto con las recomendaciones
2. Hacer que las herramientas sean menos robóticas y más “humanas”
3. Proporcionar mejores comparaciones de productos con ventajas y desventajas resumidas.

67 %

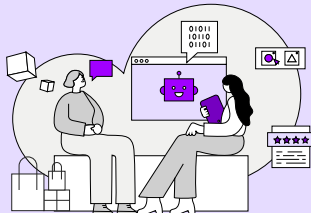
del personal de ventas de primera línea cree que la IA generativa podría facilitar sus tareas

9 de 10

dicen que las herramientas de IA generativa serían valiosas para responder preguntas o revisar las existencias

38 %

cree que es más fácil ayudar a los clientes que utilizan herramientas de IA



**MediaMarktSaturn**, una cadena europea de tiendas de artículos electrónicos, ha desarrollado un prototipo de agente de inteligencia artificial (IA) con reconocimiento de voz para apoyar a sus empleados en las tiendas. El agente permite que el personal de atención al cliente acceda a la información del producto en tiempo real, incluso cuando interactúa con el consumidor.

Sin embargo, solo el 5 % de los minoristas estadounidenses espera estar completamente optimizado para interacciones con clientes impulsadas por IA generativa para el 2026.

~70 %

trabajadores de primera línea solo tienen acceso a herramientas digitales básicas, como sistemas de programación y aplicaciones de administración de inventario

3 de 4

no tienen acceso a tecnología avanzada como asistentes impulsados por IA generativa o tecnologías de escaneo de estantes

## ¿Cómo pueden los retailers ganar en esta temporada de compras?

### 01. Simplificar

Simplifica el proceso de compra reduciendo el ruido. Utiliza la IA generativa y el contenido personalizado en la medida de lo posible para guiar a los compradores hacia la elección correcta más rápidamente.

### 02. Recomendar

Desarrolla la IA generativa como un amigo del comprador en esta era de recomendaciones para habilitar una experiencia omnicanal exitosa. El uso de la IA en el comercio minorista debe ser más humano, inspirar confianza y reflejar el tono de la marca.

### 03. Conectar

Fortalece las conexiones humanas empoderando al personal de la tienda con herramientas avanzadas cuando sea posible y brindándoles la capacitación que necesitan para utilizar esas herramientas con confianza. Cuando los equipos de primera línea se sienten apoyados, los clientes también lo sienten.

Cuando cada interacción (digital o en la tienda) reduce la fricción y genera confianza, tanto los compradores como el personal se quedan con algo invaluable: una mejor temporada.

