

Informe sobre IA en el comercio minorista: Power to the Marketer en México

La convergencia entre el sentimiento de los consumidores con respecto a la IA y cómo los especialistas en marketing desean usarla.



Sara Richter

Directora de Marketing,
SAP Emarsys



"A muchas personas les preocupa que la IA conduzca a un marketing más formulaico y a un contenido menos humano. Para mí, es lo contrario. La IA revolucionará el panorama del marketing, permitiendo a los profesionales del sector centrarse en esfuerzos estratégicos y creativos.

Encargamos una investigación para mostrar cómo los profesionales del marketing y los consumidores exigen estas mejoras, lo que fomenta nuestro compromiso continuo con la IA. Nuestras nuevas soluciones harán que el marketing sea más eficiente y satisfactorio, al tiempo que brindarán a los consumidores mejores experiencias en general".



Metodología de la investigación

La investigación fue realizada por 3Gem, a partir de una muestra de 2,000 consumidores y 150 mercadólogos en México. Los datos fueron recolectados entre el 10 y el 19 de junio de 2024. 3Gem se rige y emplea a miembros de la Market Research Society y sigue su código de conducta, basado en los principios de ESOMAR. Opinion Matters también es miembro del British Polling Council.

Estado actual del comercio minorista: ¿En qué se equivocan los minoristas?

40%

de los compradores creen que la mayoría de los correos electrónicos de marketing que reciben son irrelevantes

30%

de los compradores considera que es demasiado difícil devolver artículos

29%

de los compradores piensa que los minoristas no personalizan el contenido para satisfacer sus necesidades

20%

de los compradores afirma que los minoristas no les entienden como personas



Actitudes ante la IA en el comercio minorista: ¿Cómo la IA mejora la relación con los clientes?

83%

cree que las recomendaciones de la IA han mejorado su experiencia de compra en línea

77%

está satisfecho con los servicios personalizados por IA que reciben en el comercio minorista

80%

está satisfecho con las recomendaciones de productos por IA que reciben

67%

está satisfecho con los chatbots de IA en los sitios de venta al por menor



¿Cuál es la demanda de adopción de la IA?

- **82%**
se muestra optimista sobre el comercio minorista con IA
- **85%**
de los compradores está a favor de una mayor integración de la IA en el comercio minorista
- **79%**
apoyaría la adopción de "probadores virtuales" optimizados por IA en el comercio minorista de moda



Convergencia

Consumidores

- 88 %** considera que la IA está teniendo un impacto positivo en sus experiencias de venta al por menor
- 34 %** desea que la IA les ayude a encontrar nuevos productos
- 30 %** desea que la IA contribuya a las experiencias minoristas haciendo que el marketing sea más personal

IA

Profesionales de marketing

- 84 %** está de acuerdo en que el uso de la IA les ahorra una hora o más en el lanzamiento de una campaña típica
- 75 %** informó un aumento en la interacción de los clientes después de introducir la inteligencia artificial en sus campañas
- 70 %** ha aumentado su inversión en IA en 2024 para promover la interacción de los clientes
- 75 %** reportó un aumento en la lealtad de los clientes gracias a la IA
- 58 %** también está utilizando la IA para desbloquear información nunca antes vista de los datos de sus clientes

Estado del 2024

para los profesionales
de marketing

Consumidores
empoderados

Personalización
omnicanal centrada
en la privacidad

Disrupción
empresarial

Beneficios de la IA en el marketing

75%

de los profesionales de marketing informa un aumento de la fidelidad de los clientes desde que adoptaron la IA en sus campañas

75%

de los profesionales de marketing informa un aumento de la interacción de los clientes desde que adoptaron la personalización por IA en sus campañas

80%

de los profesionales de marketing considera que la IA es "esencial" para aumentar la interacción de los clientes en 2024

73%

de los profesionales de marketing reporta tasas de apertura más altas cuando las líneas de asunto de sus correos electrónicos son generados por IA



Tradición y Transformación

Tradición

es crear una experiencia de marca que la gente ame y recuerde.

MOMENTOS EXCEPCIONALES
DE LA MARCA

MOMENTOS EXCEPCIONALES
DE LA MARCA

Creatividad

Conexión

Recuerdos

Personalización

TRADICIÓN

Transformación

significa tomar las habilidades, recursos y procesos de marketing que ya posee y maximizarlos.

Datos unificados de los clientes

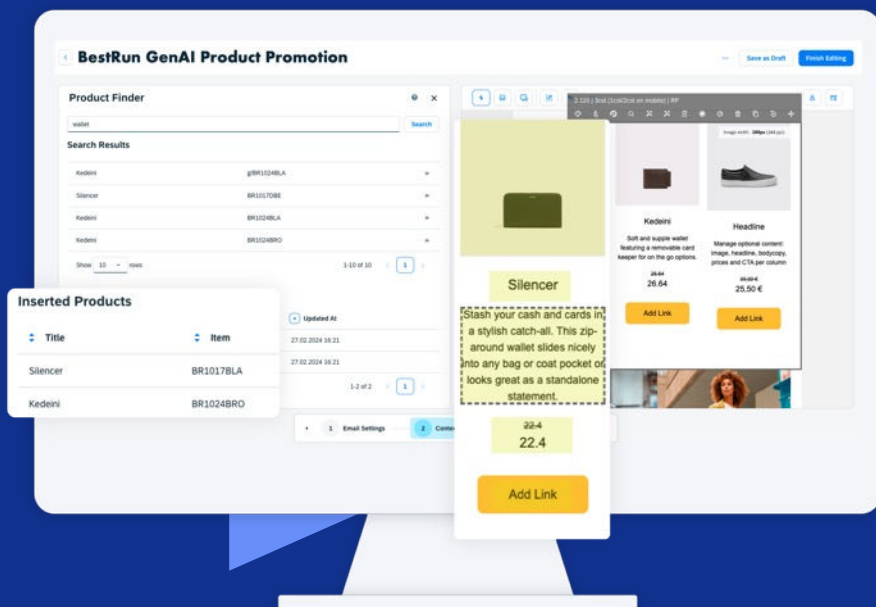
Automatización
IA predictiva y generativa

TRANSFORMACIÓN



SAP Emarsys está capacitando a los profesionales del marketing con la AI Generativa

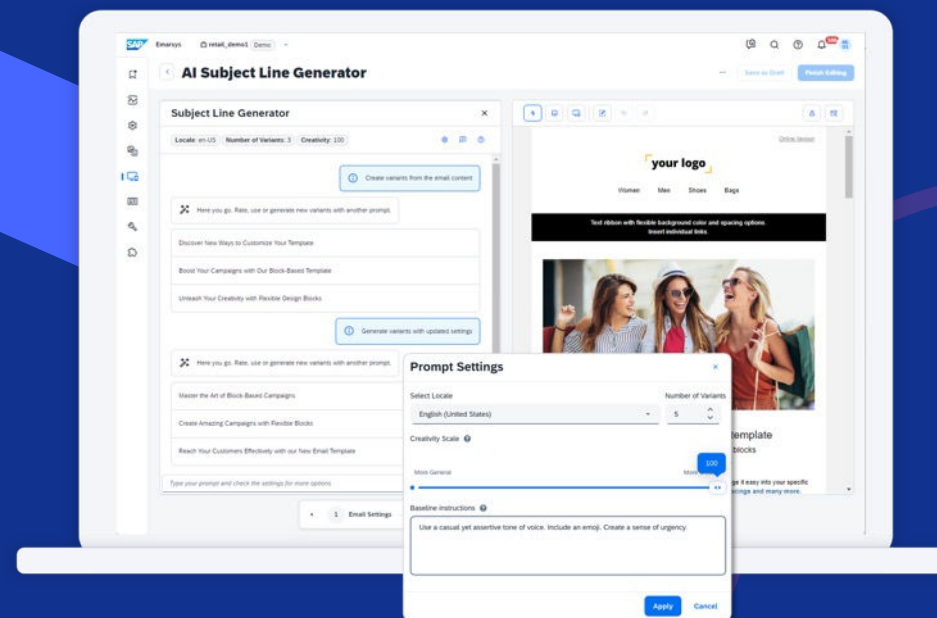
34% de los consumidores afirma que la IA les ayuda a encontrar productos



Anuncio del buscador de productos con IA

Recupere fácilmente la información del catálogo de productos mediante comandos en lenguaje natural para crear rápidamente campañas atractivas y personalizadas basadas en productos

73% de los especialistas en marketing también indica que las líneas de asunto de correo electrónico generadas por IA tienen tasas de apertura más altas



Generador de líneas de asunto con IA

Cree campañas de manera más eficiente y efectiva con líneas de asunto óptimas, potenciadas por IA generativa

Protección de datos y privacidad

77% de los consumidores está preocupado por el uso de sus datos personales durante las compras al por menor

Solo el 34% reporta un alto nivel de confianza en los servicios minoristas con IA

48% declara tener un alto nivel de confianza en que los minoristas protejan su información personal

95% considera importante que los minoristas sean transparentes sobre el uso de sus datos personales

91% considera importante que los minoristas prioricen el uso ético de la IA

- **47%** considera que esto es "muy importante"

77% confía en la privacidad de los datos de la IA

- **Solo el 3%** no confía en absoluto en la privacidad de los datos de la IA



La privacidad de los datos y la Ley de IA de la UE



- ✓ El marco de la nueva Ley de IA de la UE se centra en fomentar una IA confiable a través del cumplimiento de la normativa, al tiempo que permite flexibilidad para innovar
- ✓ SAP Emarsys cree que estas nuevas regulaciones son positivas para las empresas y los consumidores.

77%

de los consumidores confían en las leyes de privacidad de datos que regulan a la IA

84%

de los profesionales de marketing está de acuerdo en que esta legislación es un paso importante en dirección al uso responsable de la IA

84%

de los especialistas en marketing considera que aumentará la confianza de los consumidores en las marcas que utilizan IA



Más información en

**Respuesta de SAP Emarsys
a la normativa de IA de
la UE**



qrco.de/eu-ai



Vea la

**Power to the Marketer
Omnichannel Masterclass**

Bajo demanda



qrco.de/pttm24

GRACIAS

PROFESIONALES DE MARKETING | CLIENTES | SOCIOS | LÍDERES DE OPINIÓN