

CÓMO LA IA ESTÁ CAMBIANDO EL RETAIL.

LA BATALLA POR SER ELEGIDOS

NIQ

ANDI

🔍 ¿Qué necesito hoy?



CADA OLA LLEGÓ MÁS RÁPIDO QUE LA ANTERIOR.

Internet tardó una década en cambiar cómo compramos.

La IA lo está haciendo en tres años.



COLOMBIA EN CIFRAS

19M

compradores de bienes de consumo online

+1,3M

nuevos compradores digitales en 2025

45,6%

participación del móvil en compras online de consumo

EL E-COMMERCE YA REDIBUJA EL CRECIMIENTO.

En FMCG, el canal ya pesa 8,4% en LatAm y crece +26% en valor, pero la madurez sigue siendo desigual por país.



MÉXICO

7,2% participación | +28% valor
+1,4 pp



COLOMBIA

5,5% participación | +19,6% vr
+0,2 pp



PERÚ

5,3% participación | +7,3% valor
+0,1 pp



CHILE

9,0% participación | +22% valor
+1,4 pp



COSTA RICA

1,6% participación | +32,2% valor
+0,3 pp



BRASIL

6,6% participación | +34% valor
+1,0 pp



URUGUAY

7,2% participación | +17% valor
+0,5 pp



ARGENTINA

9,1% participación | +47% valor
+1,0 pp



La oportunidad ya no es entrar al canal. **Es acelerar su productividad país por país.**

EL RITMO DEL CAMBIO SE ACELERA RAPIDAMENTE

La IA transformará por completo el ecommerce



51%
Usaría la IA para
manejar los
gastos del hogar

LA IA ESTÁ REESCRIBIENDO EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA.

Primero recomienda. Después empieza a decidir.



74%

de los latinos acepta
sugerencias de compra
de IA basadas en su
historial

vs. 66% global

59%

de los colombianos se siente cómodo
con una plataforma de compras digital
que les haga **sugerencias de productos**.

44%

Boomers

73%

Millennials

23%

de los colombianos se siente cómodo
con una plataforma de compras digital
al tomar **decisiones de compra**.

15%

Boomers

33%

Millennials

EL SHOPPER YA NO ELIGE CANALES. ELIGE EXPERIENCIAS.

Las fronteras entre lo físico y lo digital se están borrando.
La compra fluye entre puntos de contacto, no entre silos.



La oportunidad no es optimizar canales por separado.
Es diseñar experiencias conectadas de punta a punta.

magalu

EL MUNDO REAL SE UNE AL DIGITAL

LA EXPERIENCIA COMO OFERTA DE VALOR

Eventos en vivo Influencers “Zona de podcast”



Zona Gamer



spot de fotos “Instragramameables”



Teatro de experiencia y Librería



EN BRASIL, LA IA AMPLIFICA LA EXPERIENCIA EN PUNTO DE VENTA.

Magalu convierte **tecnología + data + retail** en una experiencia que **diagnostica, recomienda y personaliza** en tiempo real.



IA que entiende tu piel
en segundos y recomienda
la **marca ideal** para ti.
En tienda. En tiempo real.

magalu

1



DIAGNÓSTICO
DE PIEL CON IA



El scanner analiza tu piel
y **detecta tus necesidades.**

2



RECOMENDACIÓN
PERSONALIZADA



La IA sugiere el tipo de crema
y la **marca específica.**



DEL E-COMMERCE
AL PUNTO FÍSICO



La experiencia digital aterriza
en tienda y **eleva el servicio.**



VALOR DIRECTO
AL CLIENTE



Promos, rutina sugerida
y **activación uno a uno.**

EN BRASIL, LA IA YA CONSTRUYE INFLUENCERS QUE VENDEN.

SOCIAL COMMERCE
IMPULSADO POR IA

 **9,5 MM**
seguidores

un influencer virtual al
servicio del retail

 Avatar propietario con
escala masiva

 Contenido social +
recomendación + venta

 La marca actúa como
media, asesor y punto
de conversión



✦ La oportunidad ya no es solo comunicar. Es diseñar personajes, contenido y experiencias que conviertan.

THE DECISION SHIFT

EL CAMBIO YA EMPEZÓ

La IA está entrando en el
momento más valioso
del consumo: **la decisión.**



42%

ya usó IA para comprar
en el último mes

68%

ha considerado usar IA
para comprar

DE 100 RESULTADOS A 3 RECOMENDACIONES

La IA comprime el journey: menos búsqueda, más elección guiada.



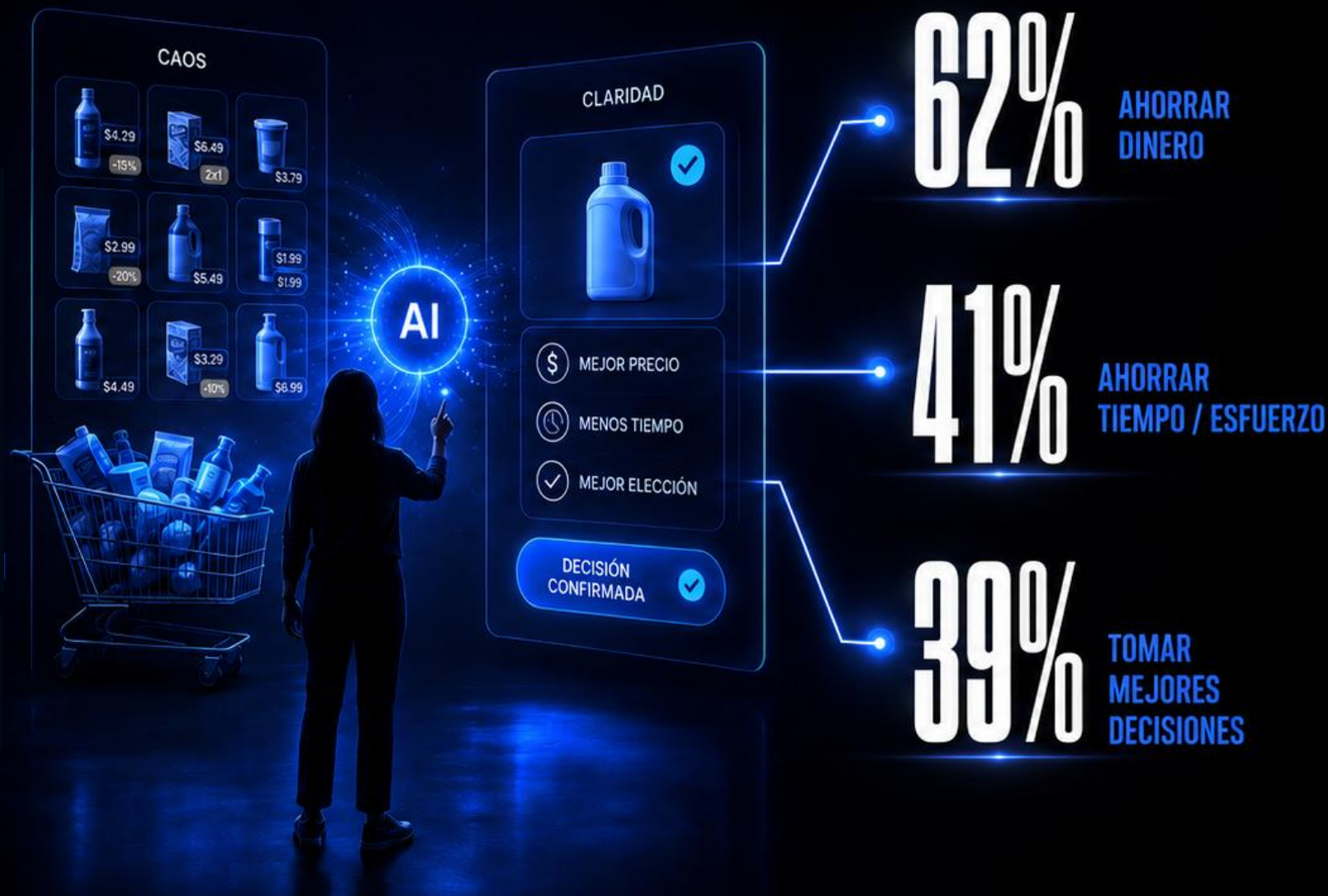
MEJOR VALOR ✓

MÁS RELEVANTE ✓

DISPONIBLE AHORA ✓

Menos FRICCION. Mas VALOR.

La IA entra al shopping cuando devuelve lo que más importa:
dinero, tiempo y mejores decisiones.



THE MISSION SHIFT

NO COMPITE LA CATEGORÍA. COMPITE LA MISIÓN.

La IA no busca productos. Resuelve objetivos de consumo.



DE PERSONALIZAR A DELEGAR.

La próxima frontera no es que
la IA nos conozca.

Es que decida con nosotros.



81%

de millennials cree que
la IA hará el shopping
online más personalizado

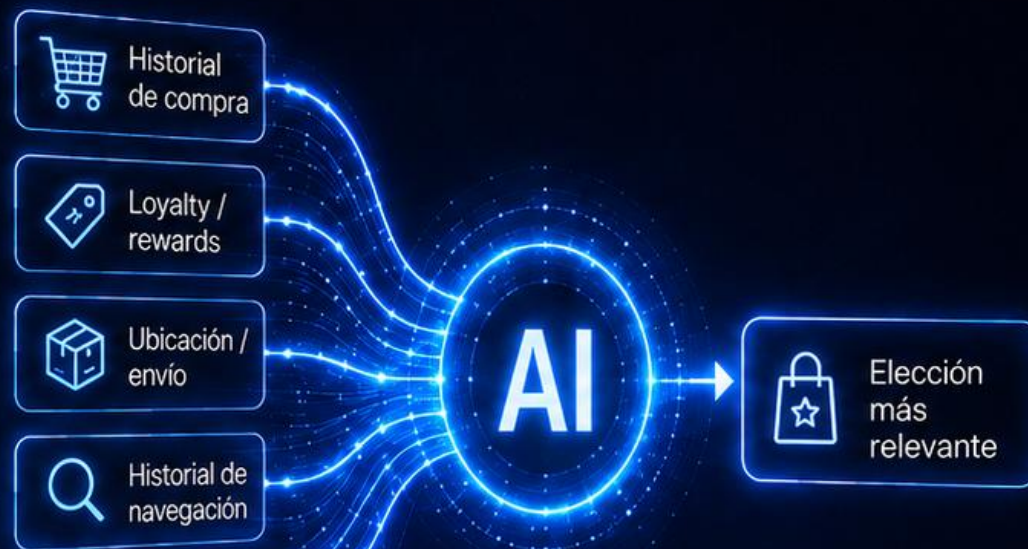
41%

usaría IA para recibir
recomendaciones
de compra

EL SHOPPER
COMPARTE SU
NECESIDAD.

LA IA LE DA FORMA A
LA ELECCION.

Historial de compra, loyalty, navegación y contexto se convierten en el brief que impulsa decisiones más relevantes.



86%

se siente cómodo
compartiendo parte de
su información con
herramientas de IA
para comprar mejor.



VOLVERSE RELEVANTE ES CRITICO.

Si la IA reduce 100 opciones a 3,
las marcas deben diseñarse para
ser una de esas 3.



NO BASTA CON SER GRANDE Y CONOCIDO.

Cuando la IA arma el shortlist, no premia la fama: premia la relevancia.

ANTES



AHORA



AI
SHORTLIST

10-20%

del e-commerce en EE. UU.
podría pasar por shoppers
agentic hacia 2030.

US\$190-385B en valor potencial.



En la era agentic, entrar al *shortlist* importa más que liderar el awareness.

DEL ANAQUEL AL CHAT.

La nueva frontera ya no es solo ganar visibilidad.
Es convertirse en la **respuesta**.

ANTES



SHARE OF SHELF

Ganar en el anaquel.
Ser visto.

SHARE OF SEARCH

Ganar en la búsqueda.
Ser encontrado.

AHORA

AI

¿Qué protector solar
recomiendas para piel
sensible y deportiva?

Te recomiendo estos:



SHARE OF RECOMMENDATION

Ganar en la recomendación.
Ser la respuesta.

CASI
50%

de los resultados agentic
se ven influidos por señales de
YouTube, TikTok, Reddit,
Substack y otros
ecosistemas de creadores.



La conversación, los creadores
y la recomendación redefinen
el descubrimiento.

LA CANASTA SE REESCRIBE.

La IA deja de optimizar productos sueltos.
Empieza a optimizar la compra completa.

1. MISIÓN

“Necesito 5 cenas rápidas y saludables para una familia de 4”



2. IA

AI

Entiende el contexto:

- Familia de 4
- Cenas rápidas y saludables
- Preferencias y restricciones
- Presupuesto y disponibilidad

3. CANASTA INTELIGENTE

Tu canasta para 5 cenas completas

PROTEÍNA



2 opciones

VEGETALES



3 opciones

SALSA / CONDIMENTO



2 opciones

BEBIDA



2 opciones

COMPLEMENTO / SNACK / DESAYUNO



3 opciones

✓ Listo para tu semana. Balanceado. Variado. Práctico.



La IA puede recomendar productos, armar bundles y hasta proponer recetas.

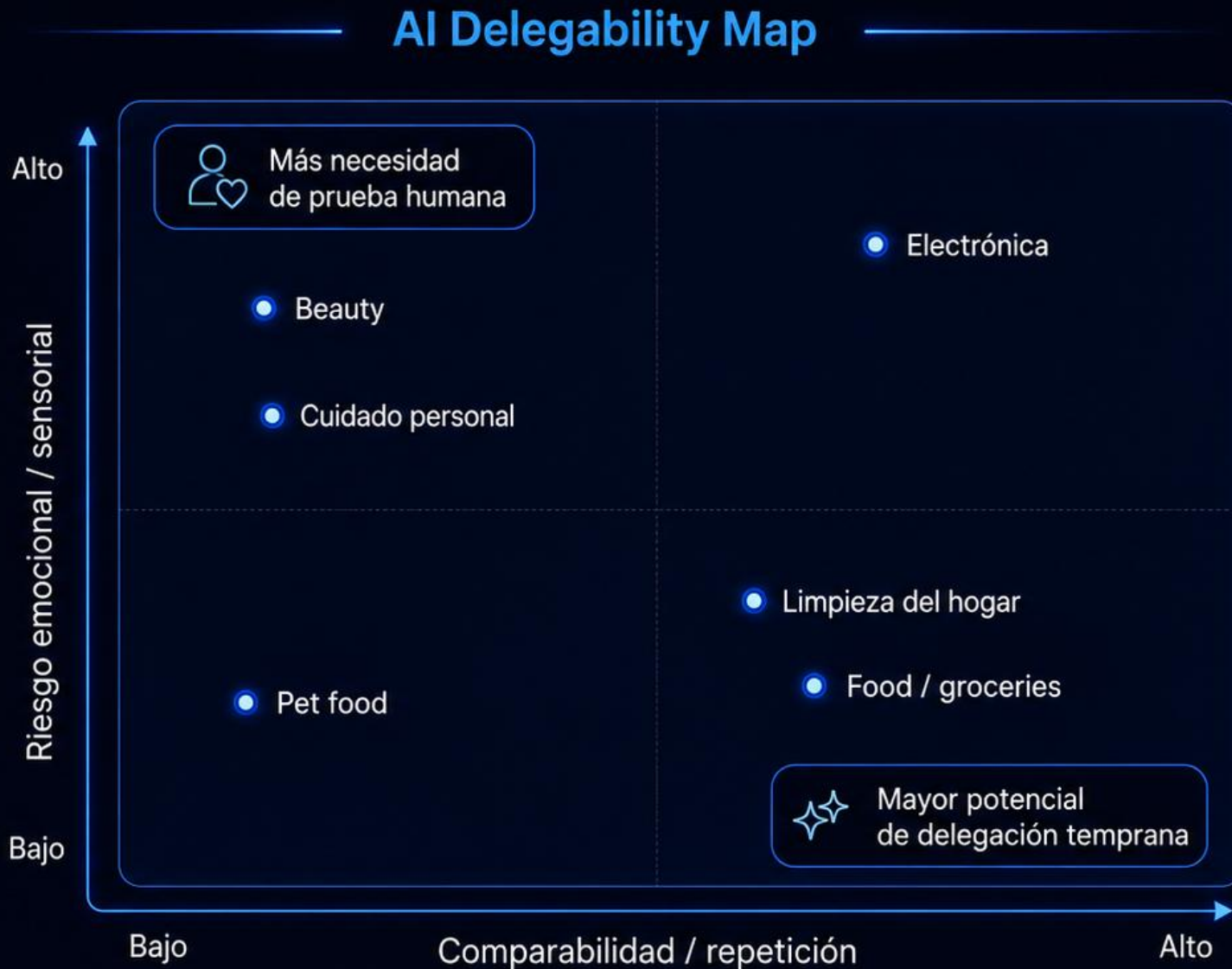
EL CARRITO EMPIEZA ANTES DEL SHOPPER.

Cuando IA + retailer entienden el ritmo de consumo, el journey comienza **antes de la búsqueda**.



NO TODAS LAS CATEGORÍAS SE DELEGAN IGUAL.

La delegación empieza donde comparar es fácil y el riesgo percibido es bajo.



Framework conceptual basado en apertura por categoría entre usuarios de IA.

DEL RETAIL AL CENTRO DE DECISIONES DEL HOGAR.

La IA puede convertir al retailer en el sistema que **anticipa, recomienda y resuelve** la compra del hogar.



350 BILL US

hasta US\$350 BILL del retail B2C en EE. UU. Podría ser orquestado por **agentic commerce** hacia 2030.



El retailer deja de reaccionar a la visita. Empieza a **orquestar** la vida del shopper.

¿TU MARCA ESTÁ LISTA PARA SER RECOMENDADA?

AI-READY BRAND CHECK



20–50%

del tráfico tradicional podría estar en riesgo si la decisión se captura antes en **AI search**.

-  **1 FINDABLE**
Encontrable
-  **2 UNDERSTANDABLE**
Entendible
-  **3 COMPARABLE**
Comparable
-  **4 RECOMMENDABLE**
Recomendable
-  **5 AVAILABLE**
Disponible

La nueva tarea de la marca: **producir señales** que la **IA** pueda **leer, confiar y recomendar**.

EL PRECIO YA NO SE PUEDE ESCONDER.

Cuando la IA compara por mí, la ecuación de valor queda expuesta.



62%

usa IA para
ahorrar dinero.



El shopper no busca tecnología. Busca una mejor ecuación de valor.

EL SHOPPER YA APRENDIÓ A CAMBIAR.

Bajo presión de bolsillo, compara más, cambia más fácil y optimiza su canasta.

5 DE CADA 10



en Latinoamérica está **preocupado** por el alza en precios de alimentos.

56%



de shoppers en Colombia dice que compra **más marcas propias** que nunca.

+14.2%

crecimiento en valor de marcas propias en Latinoamérica.



El shopper **no compra en automático**. Ya demostró que puede cambiar cuando encuentra una **mejor ecuación de valor**.

Eso abre la puerta a un **mundo agentic**: la IA no tiene que enseñarle a optimizar; puede ayudarlo a hacerlo más rápido.

EL SHOPPER YA CAMBIÓ. EL E-COMMERCE **TODAVÍA NO.**

La expectativa ya está en el shopper. La brecha está en la experiencia.

66%

de los consumidores en
Latinoamérica espera más
experiencias personalizadas
impulsadas por IA.



1 de cada 3

e-commerce
recomienda productos
según el historial de
navegación del cliente.



5 de 25

chatbots entendieron
preferencias y
recomendaron
productos de manera
relevante.



1 de 30

e-commerce
permitió búsqueda
por imagen con
resultados efectivos.



La oportunidad no es explicar la IA. Es **cerrar la brecha** entre lo que el shopper espera
y lo que la experiencia hoy entrega.

**NO ESTAMOS PREDICIENDO EL FUTURO,
ESTAMOS VIENDO LO QUE YA ESTA
PASANDO...**

UNA MIRADA A LA NUEVA "NORMALIDAD" EN CHINA

EN CHINA, LA IA YA INFLUYE ANTES DEL CHECKOUT.

La transacción aún no es totalmente autónoma; la influencia ya ocurre cuando el shopper **aprende, compara y descubre**.



La batalla empieza **antes** de la transacción.

50%+

de consumidores en China reporta usar GenAI en **etapas tempranas** del journey de compra.

20%

la usa en actividades de **checkout**.

EN CHINA, LA IA YA SALE A LA CALLE.

Ya no solo recomienda. Maneja, entrega y asiste.



1. ROBOTAXIS IA QUE CONDUCE.



22M

viajes públicos acumulados
de Apollo Go a abril de 2026.



3.2M viajes **driverless**
en Q1 2026.



2. DRONES DE ENTREGA IA QUE ENTREGA.



1M+

órdenes entregadas
por drones de Meituan
a julio de 2026.



3. ESCALA DE RED IA QUE CONECTA.



65

rutas urbanas activas
en la red de drones
de Meituan.



1.500+ marcas aliadas.



Cuando la **IA** se vuelve **física**, deja de parecer **futuro**. Se vuelve **hábito**.

Fuentes: Baidu, Q1 2026 Results | Meituan Technology, datos a jul. 2026.

CHINA NORMALIZA LA IA ÚTIL.

Robots, drones y agentes físicos ya están entrando en hoteles, calles y servicios.



1. IA ENCARNADA A ESCALA
PRODUCCIÓN REAL. IMPACTO REAL.



15.000

robots producidos
por AGIBOT a
junio de 2026.



2. SERVICIO REAL, TODOS LOS DÍAS
ROBOTS QUE YA ATIENEN PERSONAS.



1º

hotel de servicio
completo atendido
por robots, lanzado
por Pudu en Shenzhen.



3. CASOS DE USO QUE YA OPERAN
IA FÍSICA EN ENTORNOS COTIDIANOS.



RETAIL



HOSPITALES



FARMACIAS



SUPERMERCADOS



Lo importante no es el gadget. Es el **nuevo estándar**: servicio inmediato, **fricción mínima** y **ayuda visible**.

Fuentes: AGIBOT, jun. 2026 | Pudu Robotics, jun. 2026 | UBTECH, Commercial Service Solutions, consultado ago. 2026.



LA **IA** YA ENTRÓ EN LA DECISIÓN.

No espera al checkout:
aprende, compara y recomienda antes.



LA NUEVA BATALLA ES SER **ELEGIDOS**.

Ya no basta con awareness;
hay que entrar en el shortlist de la IA.



GANAR SERÁ DAR MÁS **VALOR**.

Menos fricción, más relevancia y
una mejor ecuación para el shopper.



LA PRÓXIMA VENTAJA COMPETITIVA: **SER LA RESPUESTA.**

La pregunta ya no es como hago para vender más... es como hago para ser elegido.

INCLUSO CUANDO EL CLIENTE, YA NO ES QUIEN ELIGE...