

# CONSUMO ESPAÑA 2024

## LA INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO DE COMPRA DE LOS ESPAÑOLES

Datos extraídos de las encuestas online realizadas por Canal Sondeo en julio 2023 y 2024 a 2.200 consumidores españoles.

eobservatoriocetelem.es  
cetelem.es  
@Obs\_Cetelem\_ES

OBSERVATORIO  
Cetelem

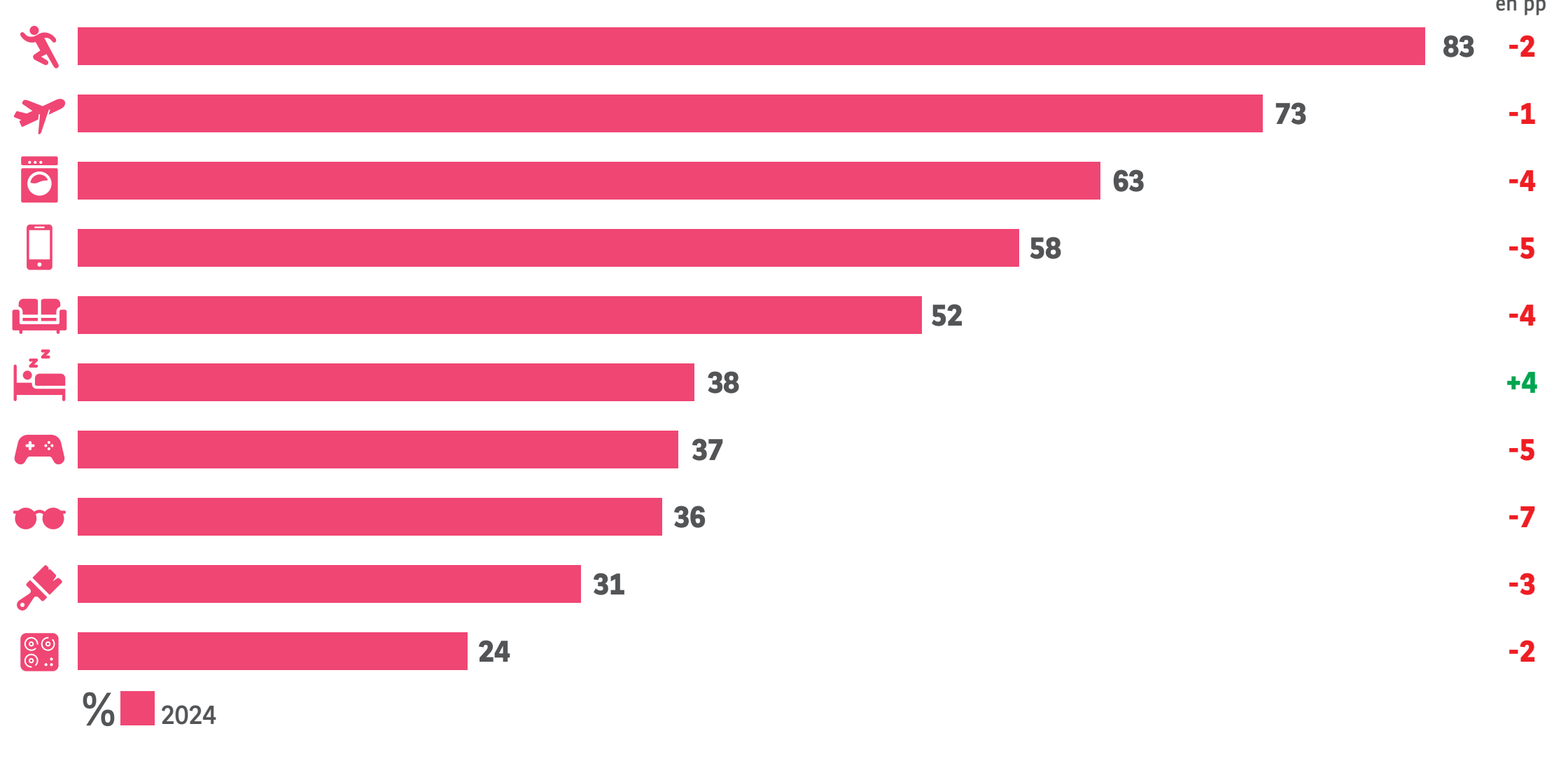


### Consumo en general

#### Variación en el número de consumidores, por sectores

Al contrario que el año anterior, en 2024 desciende el porcentaje de compradores en todos los sectores analizados, con la excepción de elementos de descanso que crece 4 puntos.

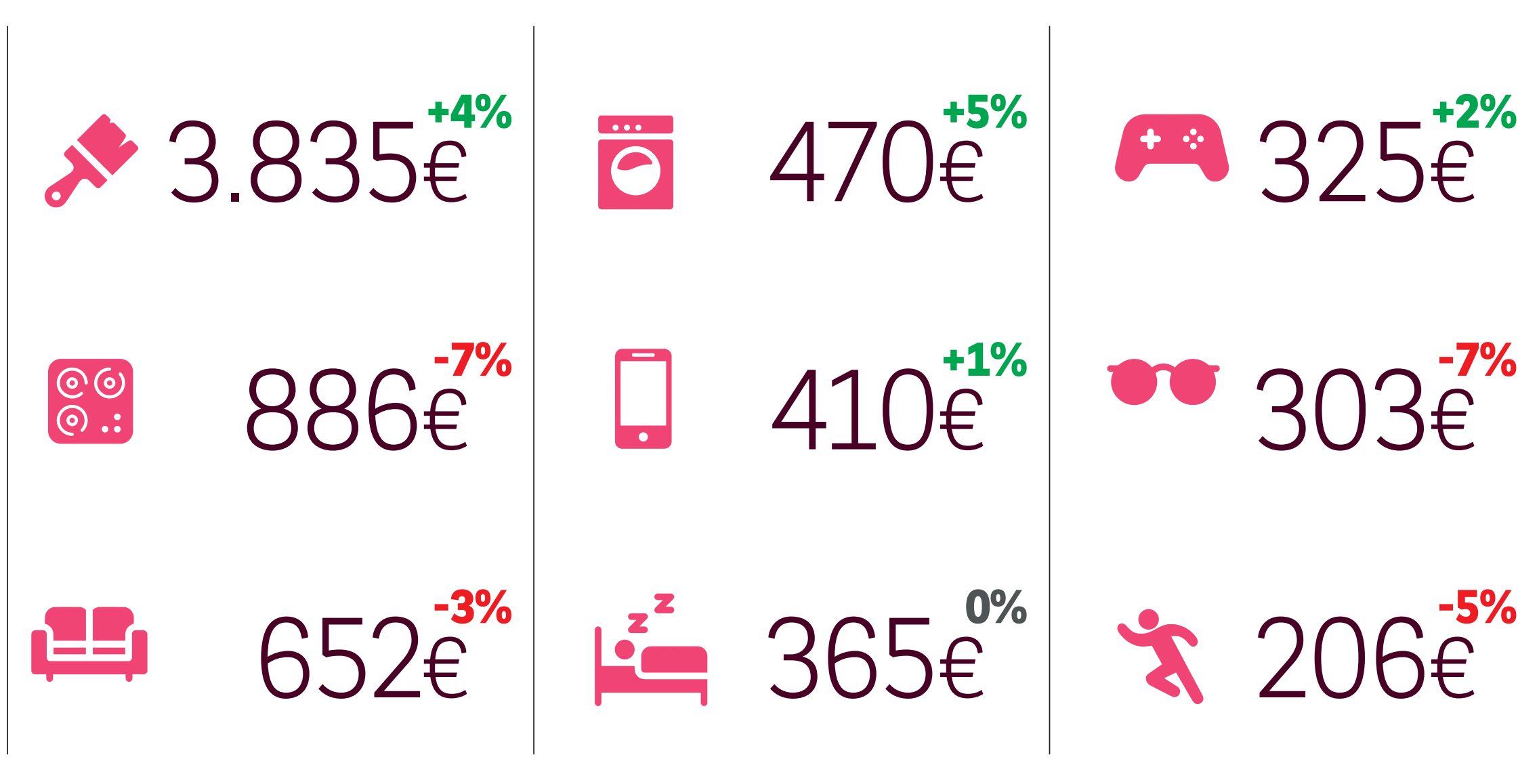
En los últimos 12 meses, ¿has comprado algunos de los productos/servicios que encuentras en la siguiente lista? (Respuesta única: sí - no)



### Gasto medio

Los gastos que aumentan respecto a 2023, son los de electro y tecnología, reformas y gaming.

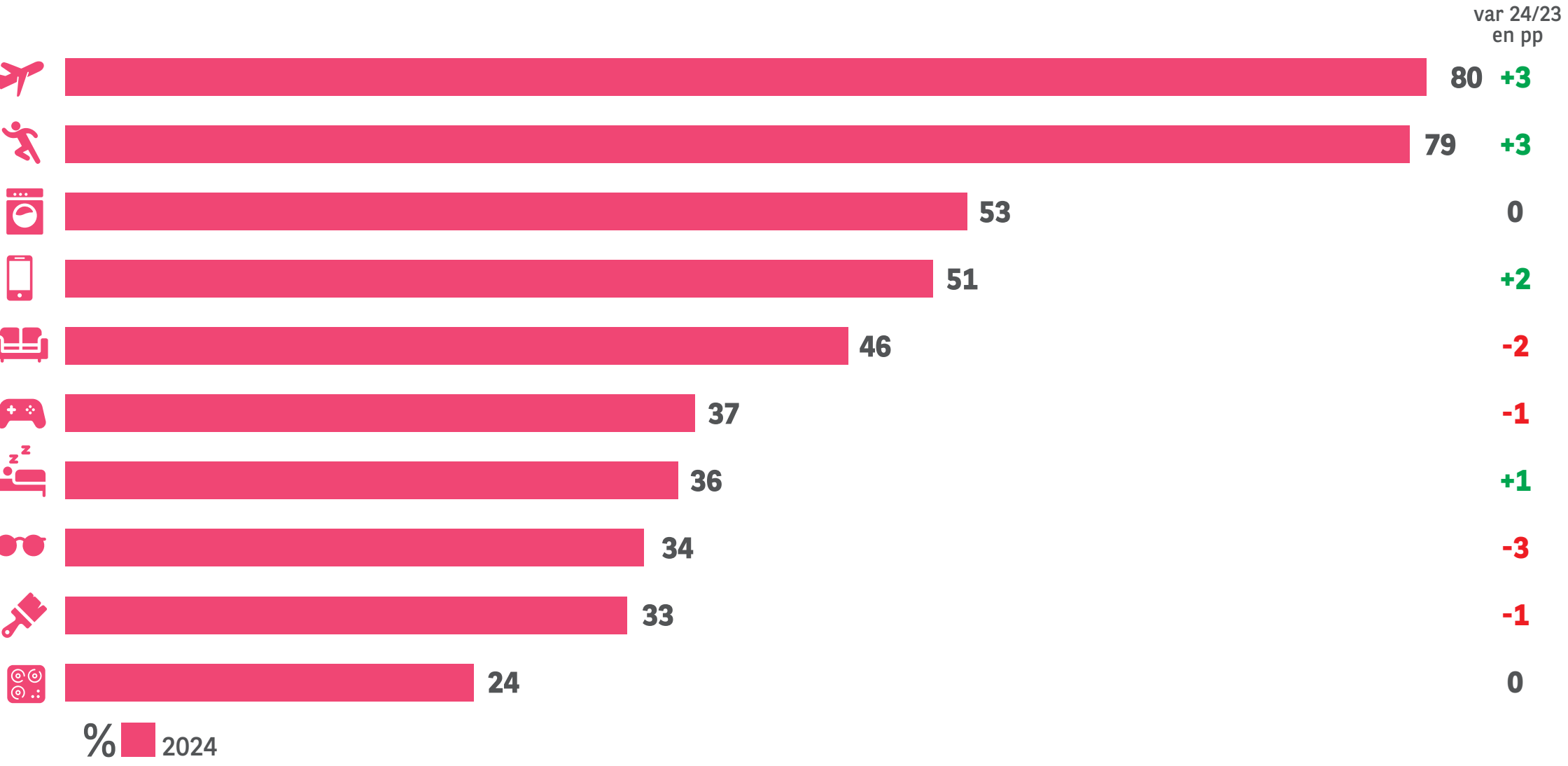
¿Qué gasto has realizado en los siguientes productos y servicios comprados en los últimos 12 meses? (Gasto medio en €)



### Intención de compra

Las intenciones de compra más elevadas y con más crecimiento respecto al año anterior son las relativas a viajes y deportes.

¿Tienes intención de adquirir alguno de los siguientes productos en los próximos 12 meses? (Respuesta única: sí - no)

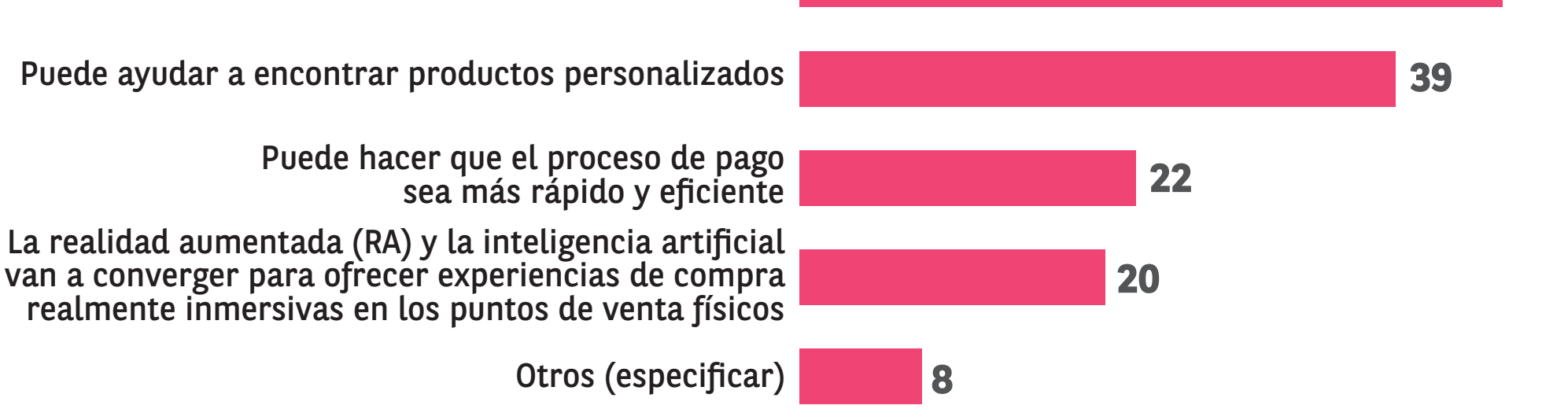


## LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL CONSUMO

### El impacto de la inteligencia artificial en el proceso de compra

La ayuda para encontrar productos adecuados a la necesidad de compra es lo más valorado.

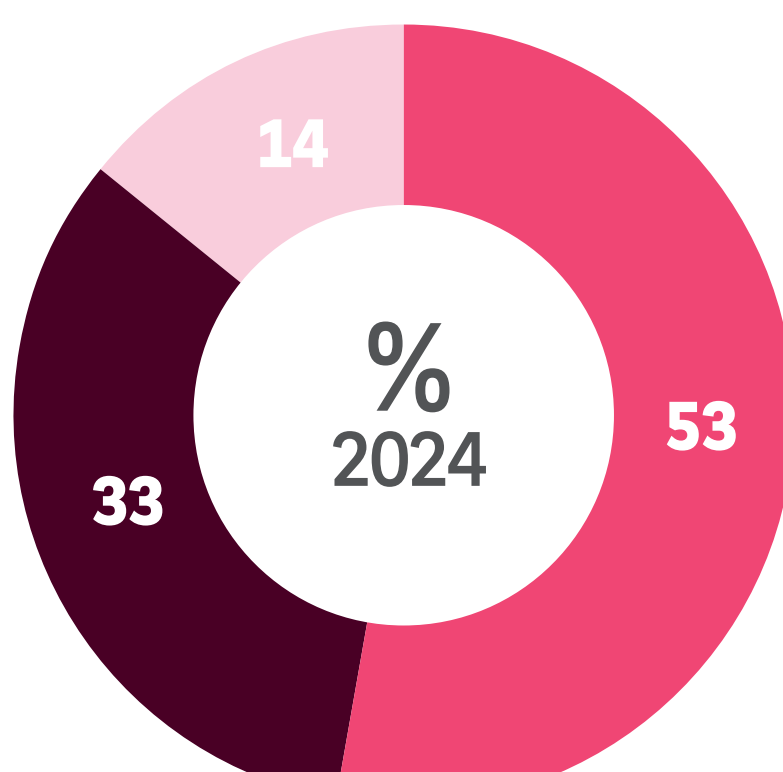
¿Cómo cree que la inteligencia artificial puede influir en tu experiencia de compra (online y física)? (% respuesta múltiple)



### La implementación de la IA en el proceso de compra

Sólo el 14% de los consumidores se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría.

¿Estarías dispuesto a implementar la IA (inteligencia artificial) en tus compras? (% respuesta única)

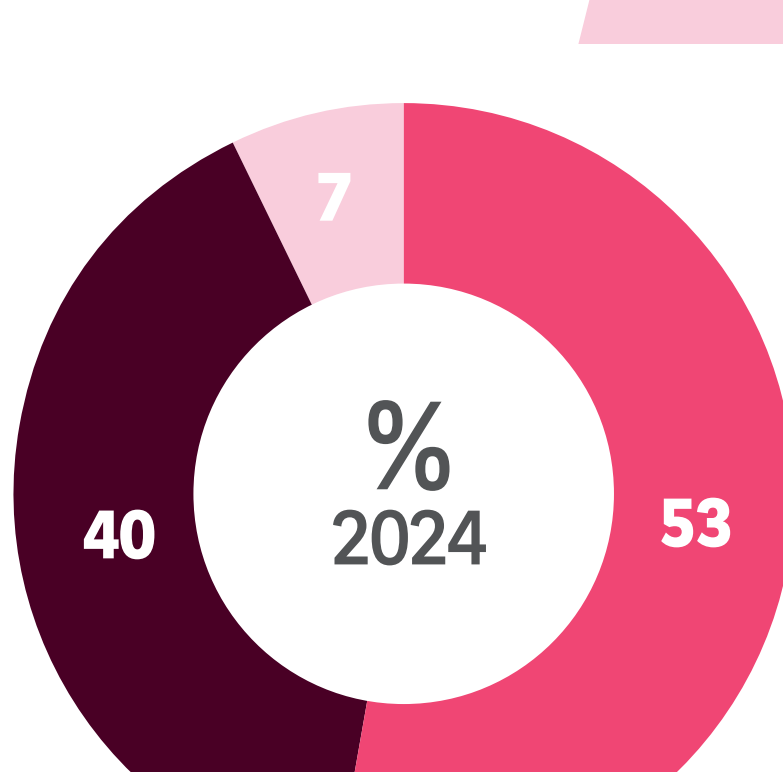


- Podría considerar la adopción de IA (inteligencia artificial) si veo beneficios claros
- Soy reacio a adoptar nuevas tecnologías de IA (inteligencia artificial) en mi comportamiento de compra
- Estoy dispuesto a adoptar nuevas tecnologías de IA (inteligencia artificial) para mejorar mi experiencia de compra

### Chatbox impulsados por IA

5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbox como medio para rechazar sus consultas.

¿Prefieres interactuar con chatbots impulsados por IA (inteligencia artificial) para resolver consultas de servicio al cliente? (% respuesta única)

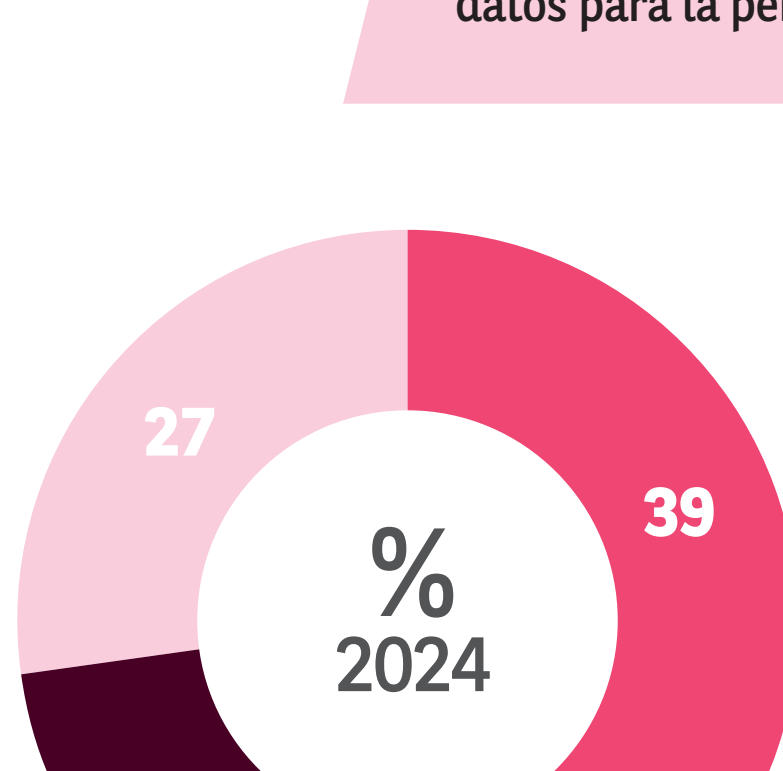


- No me gustan los chatbots, prefiero hablar con un humano
- Depende de la complejidad de mi problema, para asuntos simples, los chatbots están bien
- Prefiero los chatbots porque están disponibles 24/7 y responden rápidamente

### La preocupaciones que genera la IA

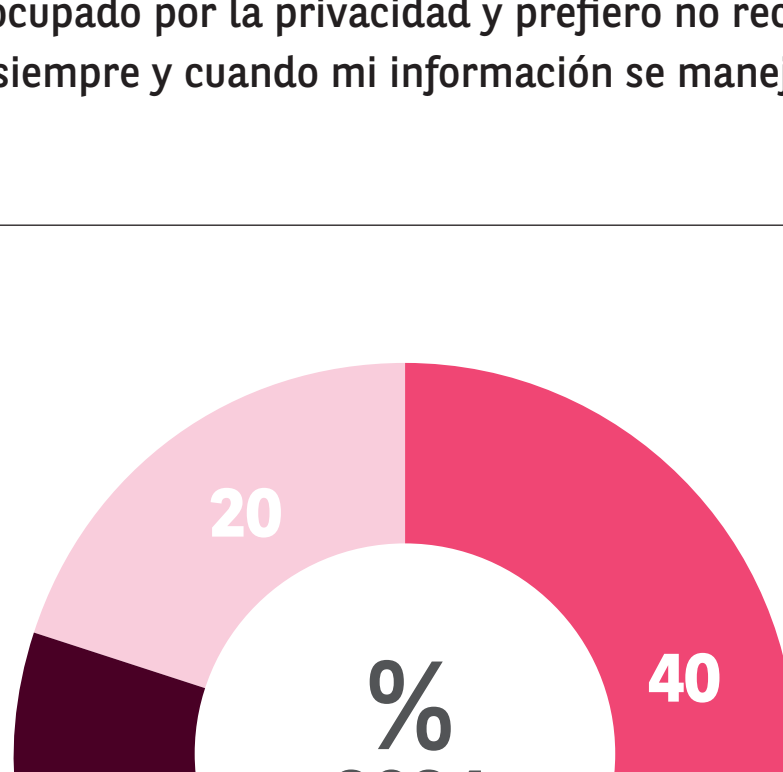
Existe cierta preocupación sobre el tratamiento de los datos para la personalización de la publicidad con IA.

¿Tienes preocupaciones sobre cómo las empresas utilizan tus datos para personalizar la publicidad con IA (inteligencia artificial)? (% respuesta única)



- Tengo algunas preocupaciones, pero el beneficio de la personalización supera estas
- Estoy muy preocupado por la privacidad y prefiero no recibir publicidad personalizada
- Estoy cómodo siempre y cuando mi información se maneje de manera segura y privada

¿Cuál es tu opinión acerca de la IA (inteligencia artificial) en la seguridad de sus transacciones online? (% respuesta única)



- No estoy seguro de cómo la IA (inteligencia artificial) afecta la seguridad de mis transacciones
- Prefiero métodos de seguridad tradicionales sin IA (inteligencia artificial)
- Confío en que la IA (inteligencia artificial) mejora la seguridad de mis transacciones en línea

Existen muchas dudas sobre la seguridad de las transacciones online con Inteligencia Artificial

### Leyenda

