

# 36% de mexicanos usará IA para comprar en línea esta Navidad

● El 52% de usuarios considera que la inteligencia artificial mejora la experiencia de compra, aunque los minoristas enfrentan 569,884 ciberataques diarios impulsados por IA, que buscan manipular precios, saturar recursos y vulnerar la seguridad de consumidores y tiendas

Rodrigo Riquelme  
rodrigo.riquelme@eleconomista.mx

**Este año**, las compras navideñas en México vienen con una novedad tecnológica: un 36% de los mexicanos planea usar herramientas de inteligencia artificial (IA) como ChatGPT para obtener ideas de regalos, de acuerdo con una reciente encuesta de la firma de ciberseguridad Norton.

Este dato marca un crecimiento notable frente al 32% que expresó

esta intención el año pasado, reflejando una creciente apertura de los consumidores hacia el uso de tecnología avanzada para facilitar sus decisiones de compra.

La encuesta de Norton, conducida en línea en México, revela además que el 41% de los consumidores planea realizar la mayor parte de sus compras de manera digital en esta temporada navideña.

Este cambio hacia lo digital es impulsado por varios factores, entre ellos el atractivo de las recomendaciones personalizadas que la IA ofrece. Casi la mitad de los encuestados (49%) afirmó que los resultados de búsqueda mejorados por IA han influido en sus decisiones de compra, aportando sugerencias ajustadas a sus gustos y necesidades.

La encuesta también reveló que más de la mitad (52%) de los encuestados en México cree que las herramientas de IA son útiles y mejoran la experiencia de compra en línea.

A pesar de la aceptación que va



ganando la IA, existen preocupaciones entre los consumidores. Según el estudio, aunque el 57% de los encuestados que han usado chatbots de IA en compras no han encontrado problemas de información inexacta, apenas el 37% se siente seguro de que su información privada está resguardada al interactuar con estas tecnologías.

## Ciberseguridad

Esta inquietud lleva a que una parte significativa de los mexicanos (66%) aún no haya interactuado con chatbots de IA, y el 54% de los consumidores manifiesta que prefiere abandonar una compra si no puede recibir asistencia de un representante humano.

Un análisis de Imperva Threat Research, realizado de abril a septiembre de 2024, muestra que los sitios web de minoristas han sido blanco

de un promedio de 569,884 ataques diarios impulsados por IA.

Los ciberdelincuentes han comenzado a utilizar herramientas como ChatGPT, Claude y Gemini, junto con bots avanzados, para extraer datos y explotar vulnerabilidades en las plataformas de comercio electrónico.

Entre los métodos de ataque más comunes, se destacan el abuso de lógica empresarial (30.7%), ataques DDoS (30.6%), y los bots maliciosos (20.8%), que buscan manipular los precios, saturar los recursos del sitio y acaparar inventario.

Estos ciberataques no solo afectan a los minoristas, sino también a los consumidores, cuyos datos personales, como la información de tarjetas de crédito, quedan en riesgo.

El estudio de Norton fue realizado por Dynata entre el 2 y el 11 de septiembre de 2024 a partir de encuestas a 1,003 adultos en México.

**El 49%** de los encuestados afirmó que los resultados de búsqueda mejorados por IA han influido en sus decisiones de compra. FOTO: SHUTTERSTOCK

**41%**

**DE CONSUMIDORES** planea realizar la mayor parte de sus compras de manera digital en esta temporada navideña