



Las Breves

Ven 'futuro' de ventas digitales

La siguiente gran disrupción del comercio electrónico será la llegada de agentes de Inteligencia Artificial (IA) capaces de realizar compras en nombre de los consumidores, un cambio que obligará a las empresas a rediseñar sus estrategias comerciales, de marketing y operación si quieren seguir siendo competitivas. Durante dos décadas, los retailers optimizaron sus plataformas para captar la atención de las personas mediante promociones, imágenes y publicidad emocional, el siguiente paso consistirá en convencer a algoritmos que tomarán decisiones con base en precio, disponibilidad, tiempos de entrega, reputación de la marca y calidad.

Martín Malievac, director de Tecnología (CTO), Producto y Soporte Global de TOTVS Napse, explicó que el llamado e-commerce agéntico representa un cambio de paradigma para la industria del retail.

"Los sistemas hoy están pensados para una navegación humana. Pero el paradigma cambiará porque los productos tendrán que ser encontrados por agentes de IA y no por personas. Quien no adapte sus plataformas, en unos años puede desaparecer", advirtió.

Señaló que durante "NRF Retail's Big Show", el encuentro más importante de la industria

minorista, se presentaron protocolos que permitirán a estos agentes

comprar de forma autónoma como si fueran un consumidor.



Ganan mujeres 53% menos: Banxico

La brecha de ingresos laborales entre hombres y mujeres

se ubica en 53 por ciento, lo que significa que por cada peso

que perciben los hombres, las mujeres reciben 47 centavos, reveló el Informe Trimestral del Banco de México (Banxico). Aunque la brecha se ha reducido en los últimos 20 años, la diferencia continúa siendo amplia; desde 2005, la brecha pasó de 66 por ciento del ingreso masculino a 53 por ciento en 2025. Banxico explicó que esta diferencia está determinada por la proporción de mujeres y hombres que tienen un empleo remunerado, las horas que trabajan y la remuneración que reciben por cada hora laborada. En todos estos componentes,

las mujeres se encuentran en desventaja. El componente de ocupación es particularmente relevante. En 2005, la tasa de ocupación de los hombres era de 90.6 por ciento, frente a 46.1 por ciento de las mujeres. Para 2025, las tasas fueron de 88.1 y 55.3 por ciento, respectivamente. El banco central señaló que una mayor proporción de población con educación media superior completa se relaciona con una menor brecha de ocupación. Añadió que impulsar una mayor participación laboral femenina, junto con inversiones en capital humano y condiciones laborales más flexibles, podría ayudar a reducir la brecha de ingresos y generar un impacto positivo en la actividad económica.

