

La inteligencia artificial se sienta a la mesa de Navidad

Cómo los asistentes de IA están transformando la forma en que los españoles eligen sus regalos navideños

Estudio sobre usuarios españoles de inteligencia artificial y análisis de las recomendaciones de ChatGPT para regalos de Navidad | Diciembre 2025

El eterno dilema navideño tiene un nuevo aliado

Cada año, millones de españoles se enfrentan al mismo ritual: encontrar el regalo perfecto para sus seres queridos. ¿Qué le regalo a mi madre, que dice que no necesita nada? ¿Qué le compro a mi padre, que ya tiene de todo? ¿Cómo sorprendo a mi pareja con algo que demuestre que realmente la conozco?

Este dilema, tan antiguo como la propia tradición de intercambiar regalos, tiene desde hace poco un nuevo aliado. Un consejero disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, que no se cansa de responder preguntas, que puede comparar miles de opciones en segundos y que, según los datos de este estudio, genera un nivel de satisfacción extraordinario entre quienes lo consultan.

Hablamos de la inteligencia artificial. De ChatGPT, de Gemini, de los asistentes que en apenas tres años han pasado de ser una curiosidad tecnológica a convertirse en compañeros cotidianos de millones de personas. Los usamos para escribir correos, planificar viajes, resolver dudas, aprender idiomas... y, cada vez más, para decidir qué regalar en Navidad.

Para analizar en profundidad este fenómeno, se ha llevado a cabo un estudio que combina dos aproximaciones complementarias. Por un lado, una encuesta a más de mil usuarios españoles de inteligencia artificial revela cómo piensan usar estos asistentes para elegir sus regalos navideños, cuánto confían en ellos y qué ventajas les encuentran. Por otro, un análisis de IA Listening —técnica que consiste en preguntar directamente a los asistentes de IA para conocer qué recomiendan— desvela qué regalos sugiere ChatGPT cuando los usuarios le piden ideas para madre, padre o pareja, y qué fuentes de información consulta para elaborar sus respuestas.

Los resultados anticipan una Navidad diferente: ocho de cada diez usuarios de IA la consultarán para elegir sus regalos, la satisfacción con sus recomendaciones roza el 70%, y cuando preguntamos directamente a ChatGPT qué regalar, descubrimos que la inteligencia artificial apuesta por las experiencias frente a los objetos materiales, aunque también refleja estereotipos de género sorprendentemente tradicionales.

Bienvenidos a la primera Navidad donde la inteligencia artificial se sienta, metafóricamente, a la mesa familiar. No para sustituir el calor humano de estas fiestas, sino para ayudarnos con ese momento de incertidumbre previo: el de elegir qué ponemos bajo el árbol.

BLOQUE 1: Lo que dicen los usuarios

1.1 El perfil del usuario de IA en España

Antes de hablar de Navidad, conviene entender quiénes son los usuarios de inteligencia artificial en España y cómo de integrada está esta tecnología en su día a día.

ChatGPT domina claramente el mercado: un 78% de los usuarios de IA en España lo ha utilizado en los últimos doce meses. Le sigue Gemini, el asistente de Google, con un 49%, y Meta IA —integrado en WhatsApp— con un 36%. Copilot alcanza el 19%, mientras que asistentes como Perplexity (8%) o Claude (4%) tienen todavía una presencia más reducida.

Herramientas de IA utilizadas en los últimos 12 meses

Base: Total usuarios de IA encuestados (n=1.006)

Asistente de IA	% de usuarios
ChatGPT	78%
Gemini (Google)	49%
Meta IA (WhatsApp)	36%
Copilot	19%
Perplexity	8%
Claude	4%

Pero lo más revelador no es qué herramientas usan, sino con qué frecuencia. Casi la mitad de los usuarios (48%) utiliza asistentes de inteligencia artificial al menos una vez al día. Uno de cada cuatro (25%) lo hace varias veces al día. Solo un 7% reconoce usarla con menor frecuencia que una vez al mes.

Frecuencia de uso de asistentes de IA

Base: Total usuarios de IA encuestados (n=1.006)

Frecuencia	%
Varias veces al día	25%
Al menos una vez al día	23%
Varias veces por semana	26%
Al menos una vez por semana	12%
Al menos una vez al mes	8%
Con menor frecuencia	7%

Estos datos dibujan un escenario claro: la inteligencia artificial no es una tecnología que se prueba una vez y se abandona. Para millones de españoles, consultar a ChatGPT o Gemini es ya tan habitual como mirar el correo electrónico o consultar el tiempo. Este hábito consolidado es la base sobre la que se construye el fenómeno que analizamos en este estudio.

1.2 La IA como asesora de compras: satisfacción récord

Una cosa es usar la IA para resolver dudas generales y otra muy distinta es confiar en ella para decisiones que afectan al bolsillo. ¿Realmente los usuarios están satisfechos cuando piden consejo sobre compras?

Los datos son contundentes: siete de cada diez usuarios (70%) declara un nivel de satisfacción alto o muy alto con las recomendaciones que la IA les ha ofrecido en relación a compras. Solo un 3% expresa insatisfacción. El resto (27%) se sitúa en una posición neutral.

Nivel de satisfacción con las recomendaciones de IA para compras

Base: Usuarios que han usado IA para compras (n=894)

Nivel de satisfacción	%
Muy alto	19%
Alto	51%
Ni alto ni bajo	27%
Bajo	2%
Muy bajo	1%

Es un nivel de satisfacción extraordinario para una tecnología que apenas lleva tres años en el mercado masivo. Para ponerlo en perspectiva: ¿cuántos servicios, aplicaciones o herramientas pueden presumir de que solo un 3% de sus usuarios está insatisfecho?

Esta satisfacción se extiende también a las respuestas generadas por inteligencia artificial que Google muestra en la parte superior de sus resultados de búsqueda, conocidas como AI Overviews. Dos de cada tres usuarios (66%) recuerda haberlas visto. Y entre quienes las han visto, prácticamente la totalidad (97%) afirma que resuelven sus consultas: un 51% dice que lo hacen la mayoría de las veces, y un 45% adicional que lo hacen algunas veces.

¿Resuelven las respuestas de IA de Google sus consultas?

Base: Usuarios que han visto AI Overviews (n=666)

Respuesta	%
Sí, la mayoría de las veces	51%
Sí, algunas veces	45%
No suelen resolverlas	3%

Estos niveles de satisfacción no son casualidad. Responden a ventajas concretas que los usuarios perciben y valoran. Veamos cuáles son.

1.3 ¿Por qué confían tanto? Las ventajas que perciben los usuarios

Cuando se pregunta a los usuarios qué ventajas encuentran en las recomendaciones de compra que les ofrece la inteligencia artificial, sus respuestas dibujan un patrón claro. El estudio analizó 614 respuestas abiertas, identificando las razones que los propios usuarios expresan con sus palabras.

La rapidez es, con diferencia, la ventaja más valorada. Casi una de cada cuatro menciones (24%) destaca la capacidad de obtener respuestas de forma casi instantánea. En un mundo donde el tiempo es el recurso más escaso, la posibilidad de obtener información detallada "en segundos" o "al momento" representa un cambio cualitativo respecto a las búsquedas tradicionales.

Top 10 ventajas percibidas de la IA en compras

Base: 614 respuestas codificadas / Respuesta múltiple

Ventaja	% de menciones
Rapidez e inmediatez	24%
Facilidad de uso	16%
Información detallada y precisa	16%
Comparación de productos y precios	13%
Cantidad de información	12%
Ayuda en decisiones	11%
Ideas e inspiración	9%

Resolver dudas	8%
Ahorro de tiempo	8%
Fiabilidad y confianza	8%

Pero la rapidez no lo explica todo. Las ventajas relacionadas con la información — detallada, abundante, comparativa— suman un 41% de las menciones. Los usuarios valoran que la IA no solo responde rápido, sino que responde bien: con detalle, con múltiples opciones, con comparativas que les permiten tomar decisiones informadas.

Las palabras de los propios usuarios lo expresan mejor que cualquier estadística:

"Analiza muy rápidamente todas las alternativas disponibles y te las detalla todas."

"Te ayuda a comparar rápidamente entre varias opciones, desglosan los beneficios y los inconvenientes para que tú mismo puedas elegir con toda la información por delante."

"Las ventajas de la IA es que en pocos segundos te da una selección de lo que necesitas después de hacer una consulta a internet, algo que a ti te llevaría horas consultando."

"Puedes comparar entre muchos productos, calidades y precios. También te asesoran sobre opiniones de otros usuarios. Compré un móvil hace poco y pregunté entre varias marcas y modelos para ver cuál me podría ir mejor."

"Te dan soluciones rápidas y fáciles de entender para todo el público."

Un dato adicional resulta revelador: cada usuario menciona, de media, 1,6 ventajas diferentes. Esto indica que la satisfacción con la IA no se basa en un único factor, sino en una combinación de beneficios que se refuerzan mutuamente. Es rápida, es fácil, da información detallada, ayuda a comparar y a decidir. Este conjunto de ventajas configura lo que podríamos llamar un "círculo virtuoso": la IA funciona, por tanto satisface, por tanto se vuelve a usar, por tanto se integra en los hábitos cotidianos.

Y solo un 1% de los encuestados expresó críticas o dijo no percibir ventajas. La resistencia a esta tecnología, al menos entre quienes ya la usan, es prácticamente inexistente.

1.4 La Navidad 2025: la IA entra en la lista de regalos

Con este nivel de satisfacción y estas ventajas percibidas, ¿qué papel jugará la inteligencia artificial en las compras navideñas de este año?

Primero, el contexto: nueve de cada diez usuarios de IA (89%) tiene previsto hacer regalos estas Navidades. Un 55% dice que seguro que sí, y un 34% adicional que probablemente sí. Solo un 11% descarta o duda de hacer regalos.

¿Tiene previsto hacer regalos de Navidad?

Base: Total usuarios de IA encuestados (n=1.006)

Intención	%
Seguro que sí	55%
Probablemente sí	34%
Probablemente no	8%
Seguro que no	3%

Y aquí viene el dato central de este estudio: entre quienes harán regalos, ocho de cada diez (78%) usará la inteligencia artificial para buscar ideas sobre qué regalar. Un 33% dice que seguro que sí, y un 45% adicional que probablemente sí.

Pero el uso de la IA no se limita a buscar inspiración. Porcentajes similares la utilizarán para comparar precios (83%), para comparar entre distintos productos (76%) y para decidir en qué tienda comprar (72%).

Usos previstos de la IA para los regalos navideños

Base: Usuarios que harán regalos (n=893)

Uso de la IA	Seguro + Probablemente sí
Comparar precios y buscar mejor oferta	83%
Buscar ideas sobre qué regalar	78%
Comparar entre distintos productos	76%
Decidir la tienda donde comprar	72%

Estos datos revelan que la IA no es solo un punto de partida en el proceso de compra navideña, sino un acompañante en todas las fases: desde la inspiración inicial ("¿qué le regalo a mi madre?") hasta la decisión final ("¿dónde lo compro más barato?").

Pensemos en lo que esto significa en la práctica. Es la noche del 23 de diciembre. Faltan horas para la cena de Nochebuena y todavía no tienes claro qué regalarle a tu cuñado. Antes, las opciones eran limitadas: recorrer centros comerciales abarrotados, llamar a un familiar para pedir consejo, o resignarse a comprar una corbata genérica. Ahora, abres el móvil, escribes en ChatGPT "necesito ideas de regalo para un hombre de 45 años al que le gusta el running y la cocina, presupuesto máximo 60 euros", y en treinta segundos tienes cinco opciones detalladas con enlaces a tiendas.

Esta inmediatez, esta capacidad de resolver el "estrés navideño" en cuestión de segundos, explica por qué ocho de cada diez usuarios recurrirán a la IA estas Navidades.

1.5 ¿Para quién pedirán ayuda a la IA?

No todos los regalos generan la misma incertidumbre. Hay personas a las que es fácil acertar y otras que representan un auténtico desafío. ¿Para qué destinatarios piensan los usuarios pedir ayuda a la inteligencia artificial?

La pareja lidera el ranking: un 31% de los usuarios usará la IA para buscar ideas de regalo para su marido, mujer, novio o novia. Le sigue la madre (23%), los amigos (20%) y el padre (18%). Los hijos, en sus distintos tramos de edad, suman un 39% combinado.

Destinatarios para los que se usará IA para buscar ideas de regalo

Base: Total usuarios de IA encuestados (n=1.006)

Destinatario	%
Pareja / marido / mujer	31%
Madre	23%
Amigos	20%
Padre	18%
Hijos de entre 10 y 18 años	15%
Hijos mayores de 18 años	15%
Novio/a	12%
Hijos menores de 10 años	9%

Es significativo que la pareja ocupe el primer lugar. Se trata del regalo donde más presión hay por acertar, donde un fallo puede interpretarse como falta de atención o conocimiento del otro. Los usuarios confían en que la IA les ayude precisamente en los casos más difíciles.

También llama la atención que los hijos pequeños (menores de 10 años) ocupen el último lugar. Probablemente porque los niños suelen expresar con claridad qué quieren, o porque los padres conocen bien sus gustos. La IA se reserva para los destinatarios más "complicados": esas personas que dicen que no necesitan nada o que son difíciles de sorprender.

1.6 La IA como facilitadora de decisiones

Más allá de los usos concretos, ¿cómo perciben los usuarios el impacto general de la inteligencia artificial en sus decisiones de compra?

La respuesta es clara: ocho de cada diez (81%) creen que la IA facilita las decisiones de compra. Un 34% dice que las facilita mucho, y un 47% adicional que las facilita algo. Solo un 2% considera que las complica.

¿Facilita o complica la IA las decisiones de compra?

Base: Total usuarios de IA encuestados (n=1.006)

Percepción	%
Facilita mucho	34%
Facilita algo	47%
No influye	14%
Lo complica algo	2%
Lo complica mucho	0,3%

Y la percepción sobre el futuro es aún más contundente. Ocho de cada diez usuarios (82%) creen que la inteligencia artificial tendrá mayor influencia en las cosas que compremos en el futuro. Un 36% dice que mucho mayor, y un 46% adicional que mayor. Solo un 1% cree que tendrá menor influencia.

¿Tendrá la IA mayor o menor influencia en el futuro?

Base: Total usuarios de IA encuestados (n=1.006)

Percepción	%
Mucho mayor	36%
Mayor	46%
Igual	13%
Menor	1%

Los usuarios no solo están usando la IA para sus compras actuales: están convencidos de que esto es solo el principio. La inteligencia artificial no es una moda pasajera en su percepción, sino una herramienta que ha llegado para quedarse y para ganar peso en sus decisiones.

Los datos de la encuesta dibujan un panorama claro: alta satisfacción, uso masivo previsto para Navidad, percepción de que facilita las decisiones. Pero surge una pregunta inevitable: ¿qué recomienda exactamente la inteligencia artificial cuando alguien le pide ideas para regalos navideños? ¿Qué encuentra cuando millones de personas le preguntan "¿qué le regalo a mi madre?"?

Para responder a estas preguntas, le preguntamos directamente a la IA.

BLOQUE 2: Lo que recomienda la inteligencia artificial

2.1 Metodología: preguntando directamente a ChatGPT

Los datos anteriores muestran qué piensan los usuarios y qué piensan hacer. Pero hay una forma más directa de saber qué recomienda la inteligencia artificial: preguntárselo.

Esto es precisamente lo que hace la técnica conocida como IA Listening, que podría traducirse como "escucha de inteligencia artificial". Consiste en formular consultas a los asistentes de IA y analizar sistemáticamente sus respuestas, de forma similar a como tradicionalmente se monitorizan las menciones en medios de comunicación o redes sociales.

Para este estudio se realizaron 90 consultas a ChatGPT, distribuidas equitativamente entre tres destinatarios: 30 para regalos de madre, 30 para regalos de padre y 30 para regalos de pareja.

Pero hay un elemento que hace este análisis especialmente valioso: los prompts —las preguntas formuladas a ChatGPT— no fueron redactados por los investigadores. Son las frases exactas que los encuestados escribieron cuando se les preguntó cómo pedirían consejo a una IA para elegir regalos. Preguntas reales, formuladas tal y como lo haría cualquier usuario en su casa.

Así, ChatGPT recibió consultas del tipo: "Quiero hacer un regalo a mi madre de 65 años, le gusta viajar y leer, presupuesto unos 50 euros", o "Mi padre tiene 70 años, le gusta el vino y el bricolaje, ¿qué le puedo regalar?". Consultas auténticas, con la naturalidad y las especificaciones que cualquiera incluiría al pedir consejo.

El trabajo de campo se realizó el 28 de noviembre de 2025. Las respuestas fueron analizadas para identificar qué categorías de regalo recomendaba ChatGPT, codificándolas en 15 tipos diferentes. También se registraron las fuentes web que ChatGPT consultó para elaborar sus respuestas.

De los 90 prompts, 83 generaron recomendaciones concretas de productos. Los 7 restantes (8%) recibieron preguntas aclaratorias de ChatGPT en lugar de sugerencias directas, lo que indica que la IA también sabe cuándo necesita más información antes de recomendar.

2.2 El gran hallazgo: la IA prefiere regalar experiencias

Cuando se analizan todas las recomendaciones de ChatGPT, independientemente del destinatario, emerge un hallazgo que dice mucho sobre las tendencias actuales de consumo: la inteligencia artificial apuesta por regalar experiencias antes que objetos materiales.

Las experiencias —escapadas, cursos, tratamientos de spa, cenas especiales, viajes— representan el 13% de todas las sugerencias de regalo, la categoría más mencionada. Le siguen la ropa y moda (10%), los artículos de hogar y decoración (9%), los recuerdos personalizados (8%) y la tecnología (8%).

Categorías de regalo recomendadas por ChatGPT (global)

Base: 272 recomendaciones codificadas en 83 respuestas

Categoría	%
Experiencias	13%
Ropa y moda	10%
Hogar y decoración	9%
Recuerdos personalizados	8%
Tecnología personal	8%
Libros y lectura	7%
Belleza y cuidado personal	7%
Gastronomía gourmet	6%
Cocina y menaje	6%
Deporte y fitness	6%
Joyería	5%
Viaje y outdoor	4%
Bolsos y complementos	4%
Audio y música	4%
Calzado	3%

Este predominio de las experiencias refleja —o quizás impulsa— una tendencia social más amplia: el paso del "tener" al "vivir". Regalar un fin de semana en un hotel rural, un curso de cocina, un día de spa o una cena especial se percibe cada vez más como superior a regalar un objeto que acabará en un cajón.

ChatGPT menciona frecuentemente opciones como Smartbox, escapadas a Paradores, viajes sorpresa o experiencias gastronómicas. No son regalos baratos necesariamente, pero sí regalos que prometen crear recuerdos duraderos.

Otro dato significativo: los recuerdos personalizados ocupan el cuarto lugar. Álbumes de fotos, objetos grabados con nombres o fechas, regalos que demuestran que el que

regala ha pensado específicamente en el destinatario. La IA parece entender que, en Navidad, el valor sentimental pesa tanto o más que el valor económico.

En el extremo opuesto, el calzado es la categoría menos recomendada (3%). Probablemente porque requiere conocer la talla exacta y los gustos muy específicos del destinatario, lo que lo convierte en un regalo arriesgado.

2.3 Regalos para madre: emoción y cuidado personal

Cuando los usuarios piden a ChatGPT ideas de regalo para sus madres, las recomendaciones tienen un marcado componente emocional y de cuidado personal.

La ropa y moda lidera con claridad: un 15% de las sugerencias para madres corresponden a prendas como bufandas, chales, batines o ropa cómoda de calidad. ChatGPT menciona frecuentemente marcas como Ralph Lauren para este tipo de regalos, asociándolas con elegancia y durabilidad.

Categorías de regalo recomendadas para MADRE

Base: 97 recomendaciones en 27 respuestas codificadas

Categoría	%
Ropa y moda	15%
Hogar y decoración	11%
Experiencias	10%
Recuerdos personalizados	9%
Joyería	9%
Belleza y cuidado personal	8%
Libros y lectura	7%
Gastronomía gourmet	5%
Cocina y menaje	5%
Tecnología personal	5%

Lo más llamativo es el fuerte componente sentimental: joyería y recuerdos personalizados suman un 18% de las recomendaciones. ChatGPT sugiere collares de Pandora con iniciales grabadas, pulseras con el nombre de los hijos, álbumes de fotos familiares, placas decorativas con mensajes madre-hija. Regalos que van más allá de lo material para expresar afecto.

La belleza y el cuidado personal también tienen presencia destacada (8%), con sugerencias de cosmética, perfumes o sets de spa. La tecnología, en cambio, aparece en un discreto quinto lugar (5%), generalmente limitada a tablets o lectores de libros electrónicos para madres que viajan o leen mucho.

El perfil de regalo que dibuja ChatGPT para las madres combina lo práctico (ropa cómoda, artículos para el hogar) con lo emocional (joyería personalizada, álbumes de recuerdos) y el autocuidado (cosmética, experiencias de bienestar).

2.4 Regalos para padre: tecnología y placeres gourmet

El contraste con las recomendaciones para padres es notable. Donde para las madres domina lo emocional y el cuidado personal, para los padres emerge un perfil más orientado a la tecnología, la gastronomía y lo experiencial.

Las experiencias ocupan el primer lugar con un 13% de las sugerencias, por encima incluso de la tecnología (12%). ChatGPT recomienda con frecuencia Smartbox o Wonderbox como opciones seguras, además de experiencias específicas como catas de vino, cursos de cocina o escapadas rurales.

Categorías de regalo recomendadas para PADRE

Base: 82 recomendaciones en 28 respuestas codificadas

Categoría	%
Experiencias	13%
Tecnología personal	12%
Gastronomía gourmet	11%
Hogar y decoración	9%
Cocina y menaje	9%
Libros y lectura	6%
Viaje y outdoor	6%
Deporte y fitness	6%
Belleza y cuidado personal	6%
Ropa y moda	6%

La tecnología, con un 12%, incluye tablets, altavoces inteligentes como Amazon Echo, smartwatches y gadgets diversos. Es más del doble que el porcentaje recomendado para madres (5%).

Pero quizás lo más distintivo sea la gastronomía gourmet, que alcanza un 11% frente a solo un 5% para madres. ChatGPT sugiere cestas con productos ibéricos, vinos con denominación de origen, sets de copas o decantadores, aceites de oliva premium. Un universo de placeres gastronómicos que raramente aparece en las recomendaciones para madres.

El dato más revelador del contraste: los recuerdos personalizados suponen solo un 4% de las sugerencias para padres, frente al 9% para madres. La IA parece asumir que los

regalos para padres deben ser más funcionales y menos sentimentales. ¿Refleja esto la realidad de lo que los padres prefieren, o perpetúa un estereotipo cultural?

2.5 Regalos para pareja: experiencias compartidas y personalización

Las recomendaciones para pareja tienen un carácter distintivo: el énfasis está en lo compartido y lo personalizado.

Las experiencias dominan de forma abrumadora, representando un 16% de todas las sugerencias, el porcentaje más alto de los tres destinatarios. Y tiene sentido: una escapada romántica, un viaje sorpresa o una cena especial se disfrutan juntos. ChatGPT recomienda frecuentemente destinos como París o Venecia, noches en Paradores, o experiencias para dos.

Categorías de regalo recomendadas para PAREJA

Base: 93 recomendaciones en 28 respuestas codificadas

Categoría	%
Experiencias	16%
Recuerdos personalizados	12%
Libros y lectura	9%
Deporte y fitness	9%
Ropa y moda	8%
Hogar y decoración	6%
Belleza y cuidado personal	6%
Tecnología personal	6%
Viaje y outdoor	5%
Audio y música	5%

El segundo lugar lo ocupan los recuerdos personalizados (12%), el porcentaje más alto de las tres categorías de destinatario. Aquí ChatGPT muestra creatividad: además de los clásicos álbumes de fotos o joyería grabada, sugiere opciones como Funko Pops personalizados, merchandising relacionado con aficiones compartidas (equipos de fútbol, películas favoritas, videojuegos), mapas para rascar con los lugares visitados juntos.

También destaca la presencia del deporte y fitness (9%), con sugerencias de equipamiento para pádel, ropa deportiva de marcas como Lululemon o Nike, o smartwatches. Esto refleja probablemente que las parejas de los encuestados tienden a ser más jóvenes y activas.

La distribución de recomendaciones para pareja es la más equilibrada de las tres, con menos concentración en las primeras categorías. Esto sugiere que ChatGPT percibe más diversidad de gustos e intereses en este segmento, adaptándose mejor a las especificaciones concretas de cada consulta.

2.6 El espejo de los estereotipos

Cuando se comparan las recomendaciones de ChatGPT para los tres destinatarios, emerge un patrón que invita a la reflexión: la inteligencia artificial refleja —y posiblemente refuerza— estereotipos de género tradicionales.

Comparativa: qué recomienda ChatGPT según el destinatario

Categoría	Madre	Padre	Pareja
Joyería	9%	0%	4%
Tecnología	5%	12%	6%
Gastronomía	5%	11%	3%
Ropa y moda	15%	6%	8%
Belleza	8%	6%	6%
Rec. personalizados	9%	4%	12%

Los números hablan por sí solos. La joyería representa un 9% de las recomendaciones para madres, pero un 0% para padres. La tecnología supone un 12% para padres, más del doble que para madres (5%). La gastronomía gourmet alcanza un 11% para padres frente a un 5% para madres.

¿Significa esto que ChatGPT es "sexista"? No exactamente. La inteligencia artificial no inventa sus recomendaciones: las construye a partir de millones de páginas web, artículos, reseñas y contenidos que reflejan lo que la sociedad considera apropiado o deseable. Si internet está lleno de artículos titulados "Los mejores regalos tecnológicos para padres" o "Joyas perfectas para mamá", ChatGPT absorberá y reproducirá esos patrones.

El resultado es una especie de espejo cultural: la IA nos devuelve lo que colectivamente hemos escrito y publicado sobre regalos. Y lo que hemos escrito, aparentemente, sigue muy marcado por roles de género tradicionales.

Esto plantea una pregunta incómoda: cuando millones de personas piden consejo a la IA sobre qué regalar, ¿está la tecnología ayudando a superar estereotipos o a perpetuarlos? El debate está abierto.

2.7 ¿De dónde saca la IA sus ideas? Las fuentes que consulta

Una de las preguntas más frecuentes sobre la inteligencia artificial es: ¿de dónde saca su información? El análisis de IA Listening permite responder a esta pregunta. ChatGPT, cuando tiene activada la función de búsqueda web, consulta fuentes en internet y las cita en sus respuestas. Analizando más de 2.000 menciones de dominios web, podemos saber qué tipos de páginas influyen en sus recomendaciones.

Las tiendas online son la principal fuente de información, representando el 27% de las menciones. Les siguen los portales especializados en ideas de regalo (21%) y las webs de lifestyle y hogar (19%). Los medios de comunicación tradicionales ocupan el cuarto lugar con un 12%.

Distribución de fuentes por tipo de dominio

Base: 2.037 menciones de dominios web

Tipo de dominio	Dominios únicos	% menciones
Tiendas online	227	26,5%
Portales de regalos	102	21,2%
Lifestyle y hogar	198	19,2%
Medios de comunicación	63	11,6%
Seniors y salud	48	5,5%
Tecnología y reviews	37	4,6%
Marcas/Fabricantes	25	4,4%
Experiencias y viajes	36	4,2%
Otros	37	2,9%

Un dato significativo: aunque las tiendas online lideran como categoría, este porcentaje se reparte entre 227 comercios diferentes. Ninguna tienda individual domina. Amazon, pese a su hegemonía en el comercio electrónico, apenas representa un 0,4% de las menciones.

Esta fragmentación de las fuentes comerciales indica que ChatGPT no tiene una "tienda favorita": consulta cientos de comercios diferentes para elaborar sus recomendaciones, lo que sugiere que no existe un sesgo hacia ningún retailer en particular.

BLOQUE 3: Conclusiones y reflexiones

El círculo virtuoso de la IA navideña

Los datos de este estudio dibujan un fenómeno que va mucho más allá de una moda tecnológica pasajera. Lo que observamos es la integración de la inteligencia artificial en uno de los rituales más arraigados de nuestra cultura: el intercambio de regalos navideños.

El mecanismo es lo que podríamos llamar un "círculo virtuoso": la IA funciona bien (70% de satisfacción alta), por lo tanto genera confianza, por lo tanto se usa más (78% la usará estas Navidades), por lo tanto se integra en los hábitos cotidianos, por lo tanto se vuelve imprescindible.

La rapidez juega un papel central en este círculo. En una época del año caracterizada por el estrés —compras de última hora, reuniones familiares, compromisos sociales—, disponer de un asistente que resuelve el eterno "¿qué le regalo a...?" en cuestión de segundos tiene un valor incalculable. No es casualidad que la rapidez sea la ventaja más mencionada por los usuarios (24%).

Cinco hallazgos clave

1. La IA ya es el nuevo consejero navideño. Ocho de cada diez usuarios la consultarán para elegir sus regalos. No estamos hablando de una minoría tecnófila o de early adopters: es un comportamiento mayoritario entre quienes usan inteligencia artificial.
2. La rapidez es el superpoder. En el contexto navideño, donde el tiempo apremia y las opciones abruman, la capacidad de obtener ideas en segundos es la ventaja más valorada. La IA no solo informa: ahorra horas de búsqueda.
3. Las experiencias ganan a los objetos. Cuando ChatGPT recomienda regalos, apuesta por vivencias (escapadas, cursos, spa) más que por cosas materiales. Refleja —o impulsa— una tendencia social hacia el "regalar momentos".
4. Los estereotipos de género persisten. La IA recomienda joyería para madres y tecnología para padres en proporciones muy diferentes. El algoritmo refleja lo que encuentra en internet, y lo que encuentra son patrones culturales arraigados.
5. Las tiendas online lideran, pero fragmentadas. ChatGPT consulta cientos de comercios diferentes, sin favorecer a ninguno en particular. Amazon apenas representa el 0,4% de las menciones.

Mirando al futuro

Los datos son claros: el 82% de los usuarios cree que la inteligencia artificial tendrá mayor influencia en sus compras futuras. Esta Navidad de 2025 puede que sea recordada como el punto de inflexión, el momento en que pedir consejo a ChatGPT para elegir regalos dejó de ser algo novedoso y se convirtió en lo normal.

¿Qué implica esto? Por un lado, promete Navidades con menos estrés: mejor información, decisiones más rápidas, regalos más acertados. Por otro, plantea preguntas que la sociedad deberá responder: ¿perderemos la serendipia del regalo inesperado, ese acierto imprevisto que surge de conocer realmente al otro? ¿Delegaremos tanto en los algoritmos que dejaremos de esforzarnos por entender a quienes queremos?

Probablemente, el futuro no sea tan binario. La IA no sustituirá el conocimiento íntimo que tenemos de nuestros seres queridos, pero sí puede complementarlo. Puede darnos ideas que no se nos habrían ocurrido, comparar opciones que no teníamos tiempo de evaluar, resolver ese regalo de compromiso para el amigo invisible que apenas conocemos.

Lo que parece claro es que la inteligencia artificial ya se ha sentado, metafóricamente, a la mesa de la Navidad española. No para sustituir el calor humano de estas fiestas, sino para ayudarnos con ese momento de incertidumbre que las precede: el de decidir qué ponemos bajo el árbol.

Y a juzgar por los datos de satisfacción, lo está haciendo bastante bien.

FICHAS TÉCNICAS

Ficha técnica: Encuesta a usuarios de inteligencia artificial

Concepto	Detalle
Universo	Usuarios de asistentes de IA generativa en los últimos 12 meses, mayores de 18 años
Ámbito geográfico	España
Tamaño muestral	1.006 entrevistas
Tipo de muestreo	Aleatorio, con cuotas de sexo y edad representativas de la población española de 18 a 65 años
Error muestral	±3,1% para un nivel de confianza del 95% y p=q=50%
Tipo de encuesta	Encuesta online sobre panel de usuarios de QuestionPro
Trabajo de campo	Del 14 al 17 de noviembre de 2025
Dirección técnica	Víctor Gil

Programación y campo	QuestionPro
----------------------	-------------

Ficha técnica: Análisis IA Listening - Recomendaciones de regalo

Concepto	Detalle
Técnica	IA Listening (auditoría de recomendaciones algorítmicas)
Modelo de IA consultado	ChatGPT (con búsqueda web activa)
Número de consultas	90 prompts (30 madre + 30 padre + 30 pareja)
Origen de los prompts	Respuestas textuales de los encuestados sobre cómo pedirían consejo a una IA
Trabajo de campo	28 de noviembre de 2025
Respuestas codificadas	83 (92% del total)
Respuestas con preguntas aclaratorias	7 (8% del total)
Categorías de regalo identificadas	15
Total de recomendaciones codificadas	272
Promedio de recomendaciones por respuesta	3,3

Ficha técnica: Análisis IA Listening - Fuentes web consultadas

Concepto	Detalle
Técnica	Análisis de citations en respuestas de ChatGPT
Total de menciones de dominios	2.037
Dominios únicos identificados	773
Clasificación de dominios	9 categorías (tienda online, portal de regalos, medio de comunicación, lifestyle, tecnología, marcas, experiencias, seniors, otros)
Trabajo de campo	28 de noviembre de 2025

Estudio realizado por Science 4 Insights en colaboración con QuestionPro

Diciembre 2025