enfokamer euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO
TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

ABRIL 2026

Enfoka-Trends

Low-touch retail: la automatización con alma

Low-touch retail: la automatización con alma

Los negocios del sector retail están buscando el equilibrio entre eficiencia tecnológica y conexión humana en la nueva era del contacto mínimo.

En la actualidad el comercio está atravesando una segunda etapa en su relación con la automatización. Tras la euforia de las tiendas sin caja de cobro y los pagos invisibles o contactless, se ha comprendido que la eficiencia no basta. La tecnología ha hecho posible comprar más rápido y con menos fricción, pero la clientela quiere algo más: sentir que, detrás de cada innovación, sigue habiendo una mirada humana.

El concepto low-touch retail, modelo de tienda que combina automatización y autoservicio con atención humana selectiva, no implica ausencia de contacto, sino un tipo de relación diferente. Las personas consumidoras valoran la rapidez y la precisión, pero también la empatía y una atención cercana, donde la tecnología se ponga al servicio del vínculo entre clientela y empresa, no en su lugar.

El nuevo enfoque del low-touch retail consiste en automatizar sin perder la cercanía del contacto humano. Los establecimientos integran sensores, sistemas predictivos o robots que operan en segundo plano, mientras el equipo humano asume un papel distinto.

Ya no se trata de cobrar o reponer, sino de acompañar, escuchar y aportar criterio. La automatización cubre las tareas repetitivas, mientras que las personas conservan la parte más emocional y creativa del servicio.

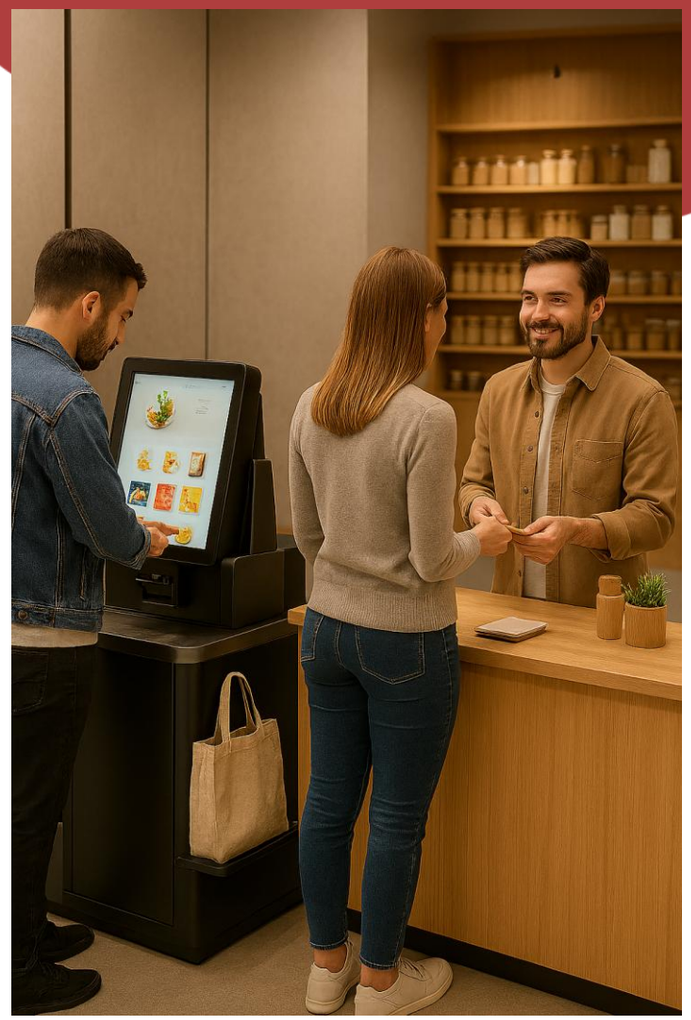

Imagen generada con Inteligencia Artificial

Low-touch retail: la automatización con alma

Algunas de esas tareas repetitivas a las que nos referimos serían:

- El cobro de compras sencillas: la clientela que sabe lo que quiere no desea esperar, en esos casos un sistema de autocobro o pago por móvil agilizaría la operación. Pero si se compra un regalo que se desea sea envuelto, o se quiere que el producto se envíe a una dirección a una hora concreta, o se tiene que realizar una factura compleja, un empleado intervendría.
- La confirmación de la disponibilidad de productos en stock: pantallas interactivas o códigos QR nos pueden ofrecer un catálogo digital en el punto de venta a través del que consultar cuestiones básicas como tallas, colores, stock o productos relacionados sin tener que preguntárselo al personal de tienda que queda libre para un asesoramiento real.
- El etiquetaje del precio de los productos: etiquetas inteligentes colocadas en las estanterías o lineales pueden dar esta información actualizándola cada vez que sea necesario.
- El inventario: ya existen herramientas digitales que permiten prever roturas de stock, detectar productos lentos y automatizar pedidos básicos. La automatización en inventario reduce errores y mejora la capacidad de reacción comercial.
- La gestión de pedidos online: cada vez es más habitual la clientela que compra online y recoge en tienda. Un sistema automatizado avisa al o a la compradora de cuando está el producto preparado para ser recogido, al entrar al local no solo recoge, también puede descubrir nuevos productos.

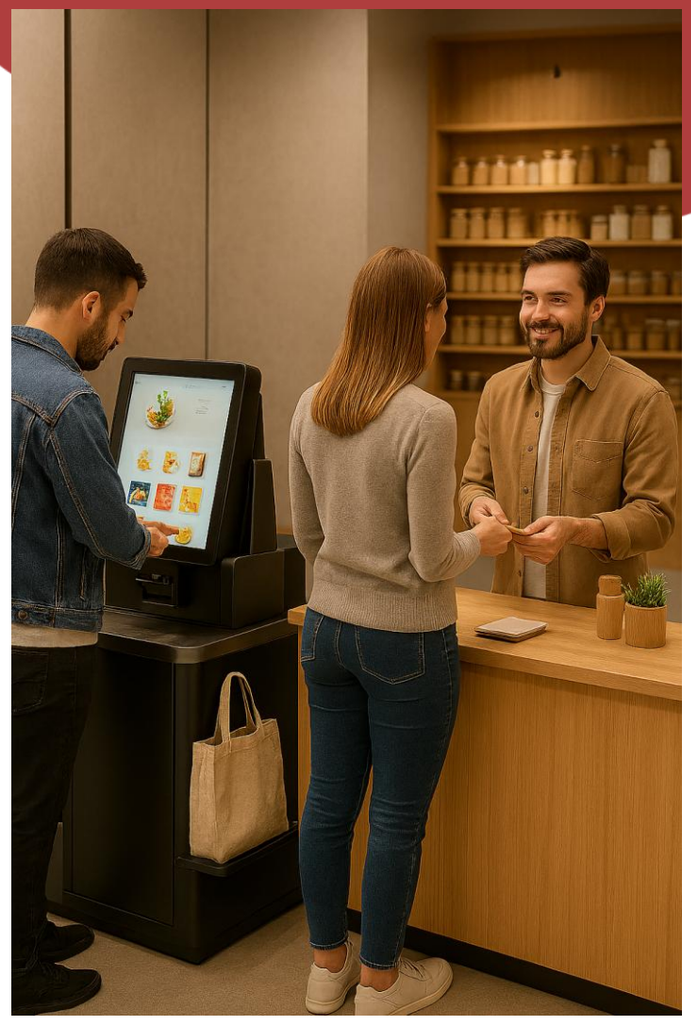

Imagen generada con Inteligencia Artificial

Low-touch retail: la automatización con alma

- La respuesta a consultas básicas por teléfono o WhatsApp: un chatbot telefónico o las respuestas automatizadas del propio WhatsApp Business pueden facilitar respuestas a cuestiones básicas como:
    - Horario
    - Ubicación
    - Como llegar
    - Política de cambios y devoluciones
    - Gestión de cita previa

Con el enfoque low-touch gran cantidad de tareas pueden automatizarse, permitiendo que el equipo humano se concentre en lo importante: asesorar, cerrar la venta y crear relación.

Lo que nunca se podrá automatizar es:

- Recordar a la clientela habitual
- Recomendar con criterio
- Escuchar una necesidad concreta
- Resolver una incidencia con empatía y trato cercano
- Generar confianza antes de comprar
- Crear comunidad local

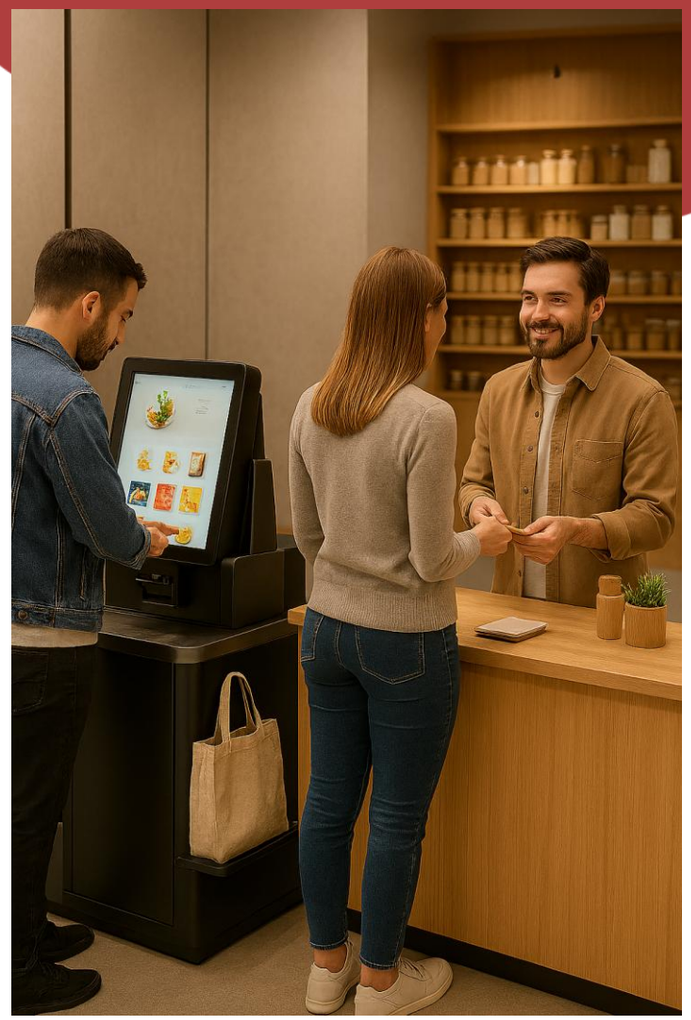

Imagen generada con Inteligencia Artificial

Low-touch retail: la automatización con alma

Para comenzar con el enfoque Low-touch no hace falta una gran inversión, se debe empezar por donde más tiempo se está perdiendo, para ello en primer lugar se deben detectar las fricciones existentes actualmente:

- Llamadas repetidas
- Colas de cobro
- Errores de stock
- Reservas caóticas
- Preguntas frecuentes

Y posteriormente empezar por automatizar una sola área, por ejemplo:

- WhatsApp Business
- Reservas online
- TPV de autocobro
- Catálogo digital
- Recogida en tienda

Paradójicamente, el low-touch puede beneficiar más al pequeño negocio que a la gran cadena ya que esta automatiza para ahorrar costes mientras que un pequeño comercio lo hace para ganar tiempo y dedicarlo a cuidar a su clientela. Y ahí está la diferencia, la tecnología no debe convertir su tienda en una máquina, debe convertirla en un negocio más ágil, rentable y cercano.

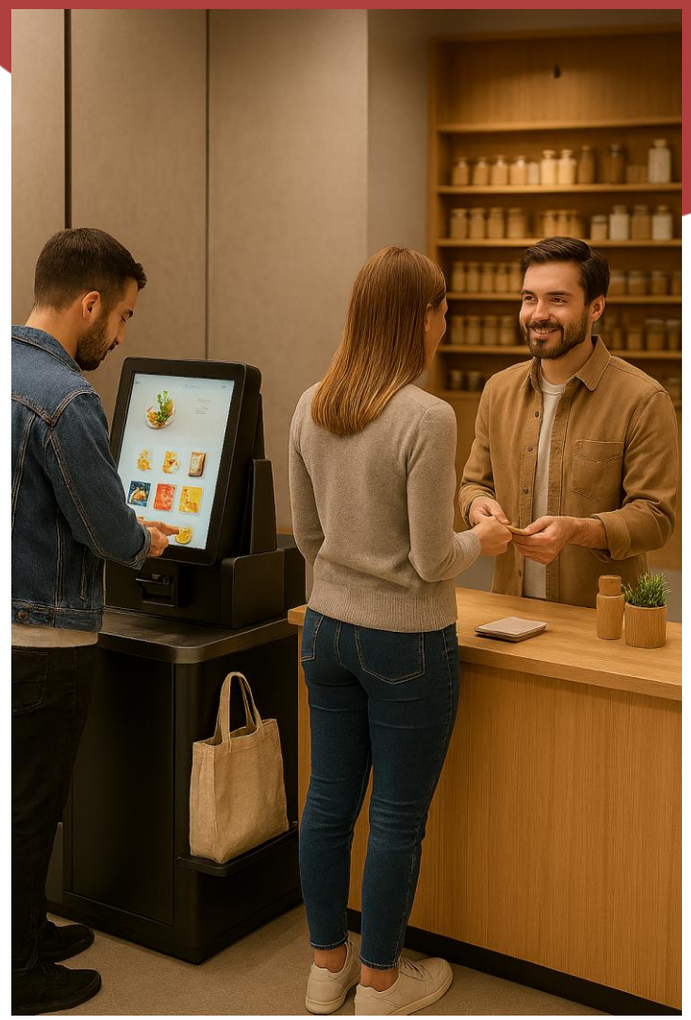

Imagen generada con Inteligencia Artificial

Low-touch retail: la automatización con alma

Las y los clientes quieren:

- Rapidez cuando tienen prisa
- Autonomía cuando saben lo que buscan
- Trato humano cuando necesitan confianza

El modelo low-touch responde exactamente a esa nueva realidad: mínimo contacto innecesario, máximo valor humano cuando importa.

El futuro del retail no será totalmente automático al estilo de las tiendas Amazon Go que a través de cámaras y sensores detectan los productos cogidos y cobra automáticamente, ni completamente tradicional al estilo clásico, será un híbrido de ambos.

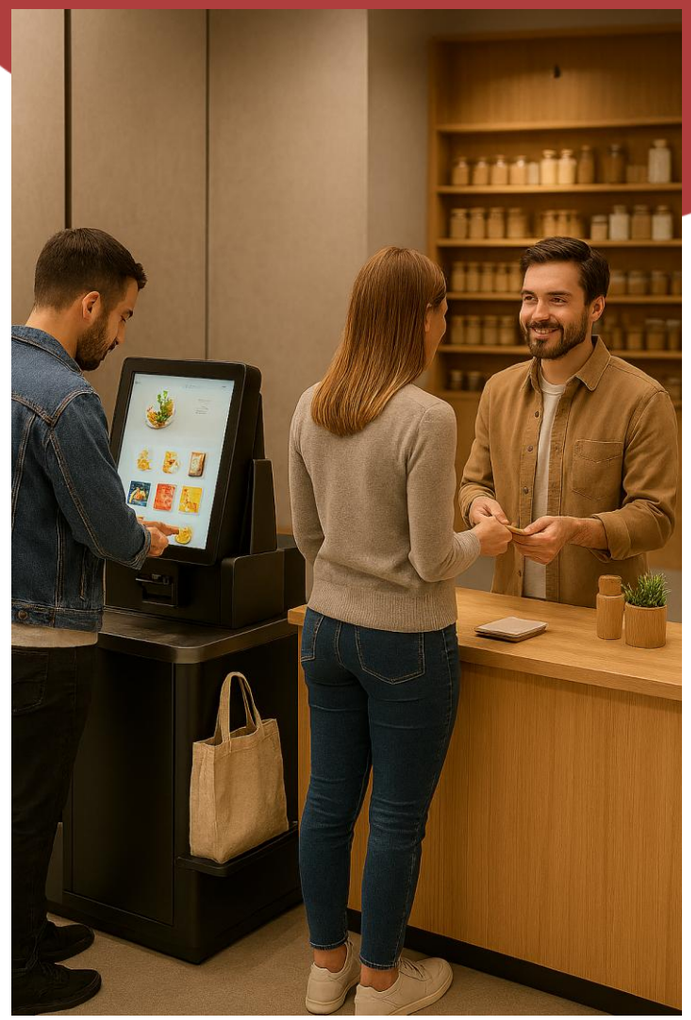

Imagen generada con Inteligencia Artificial

Bibliografía

- **Reme C. Romero (The new retail news, 2026)** *Low-touch retail, la automatización que conserva el alma en tienda.* Recuperado el 29 de abril de 2026 de **https://tnrnews.es/claves-para-entenderlo/low-touch-retail-automatizacion-tienda/**
- **Helen Kom (Leafio, 2025)** *Automatización del comercio minorista: Desvelando los beneficios, mostrando ejemplos y obteniendo perspectivas de futuro.* Recuperado el 29 de abril de 2026 de **https://www.leafio.ai/es/blog/automatizacion-del-comercio-minorista-desvelando-los-beneficios-mostrando-ejemplos-y-obteniendo-perspectivas-de-futuro/**
- **Retail actual (2025)** *Inteligencia artificial y automatización: palancas de innovación en el sector minorista.* Recuperado el 29 de abril de 2026 de **https://www.retailactual.com/articulos/20250410/inteligencia-artificial-automatizacion-comercios-auraquantic**
- **Automated Transactions (2025)** *La inteligencia artificial en el comercio minorista: qué esperar en 2025*. Recuperado el 29 de abril de 2026 de **https://www.at-cash.com/la-inteligencia-artificial-en-el-comercio-minorista-que-esperar-en-2025/**
- **Jack Larson (Leafio, 2025)** *Tendencias tecnológicas que determinan el futuro del comercio minorista de alimentación.* Recuperado el 29 de abril de 2026 de **https://www.leafio.ai/es/blog/tendencias-tecnologicas-que-determinan-el-futuro-del-comercio-minorista-de-alimentacion/**
- **Asoc. Comerciantes Petrer (2025)** *Cómo la IA puede ayudar al pequeño comerciante y los negocios locales.* Recuperado el 29 de abril de 2026 de **https://comerciopetrer.es/como-la-ia-puede-ayudar-al-pequeno-comerciante-y-los-negocios-locales/**