

## Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Isabel Samos Rivas		
PROGRAMA: E2 +AN	GRUPO: B	FECHA: 18/09/2024

**Director Asignado:** Rosendo Ríos \_\_\_\_\_, Verónica \_\_\_\_\_  
Apellidos Nombre

**Título provisional del TFG:**

El efecto que tienen las diferentes características de la Inteligencia Artificial en la fidelidad, experiencia del consumidor e intención de compra en las marcas de lujo.

**ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)**

Firma del estudiante:



Fecha: 18/09/2024

# Propuesta trabajo fin de grado de Business Analytics

**Alumno:** Isabel Samos Rivas

**Curso 5ºE2+AN**

**TÍTULO DEL PROYECTO:** El efecto que tienen las diferentes características de la Inteligencia Artificial en la fidelidad, experiencia del consumidor e intención de compra en las marcas de lujo.

**OBJETIVO:** El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado (TFG) es analizar cómo variables específicas de la inteligencia artificial influyen en la intención de compra, la fidelidad y la experiencia del consumidor. Este estudio investigará cómo las características tecnológicas que utilizan las marcas de lujo, tales como el estilo de comunicación de los e-agentes (antropomorfismo), la precisión en la resolución de problemas a través de la calidad de la información y del sistema, la interacción con los clientes, la personalización y el diseño de la interfaz (colores vivos, formalidad, tipo de agente), afectan a la intención de compra, la fidelidad y la experiencia del cliente. Mediante este análisis, se busca comprender cómo la IA, puede fortalecer la relación entre las marcas de lujo y sus consumidores, asegurando que se mantengan los altos estándares de excelencia y exclusividad que caracterizan a este sector.

**METODOLOGÍA:** Con el fin de alcanzar los objetivos previamente expuestos se llevará a cabo una investigación que constará de:

1. Obtención de las variables: identificación y selección de las variables que se analizarán en el estudio basado en una revisión bibliográfica sobre la IA y el sector del lujo.
2. Formulación de hipótesis: formulación de hipótesis específicas que relacionen estas variables con las métricas de interés: intención de compra, fidelidad y experiencia del consumidor.
3. Recolección de datos: la recolección de los datos se hará a través de un cuestionario
4. Creación de modelos: para analizar los datos y probar las hipótesis se utilizarán modelos supervisados y no supervisados.
  - a. No supervisado: clúster
  - b. Supervisado: árbol de decisión y de regresión

## ÍNDICE PROVISIONAL

1. Introducción
2. Marco teórico
  - a. La inteligencia artificial y el lujo
  - b. Características de la IA que afectan a la experiencia, fidelidad e intención de compra del consumidor
    - i. Antropomorfismo
    - ii. Calidad de la información y del sistema
    - iii. Personalización
    - iv. Interacción con el consumidor
    - v. Diseño
  - c. Experiencia del cliente
  - d. Fidelidad
  - e. Intención de compra
3. Modelo
  - a. Supervisado
  - b. No supervisado
4. Análisis de los resultados
5. Conclusiones (Implicaciones directivas)
6. Bibliografía