

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

NOMBRE DEL ALUMNO: Cristina Prieto López

PROGRAMA: E6

GRUPO: 5º

FECHA: 22/10/2024

**Director Asignado:** Sierra Moral, Laura

### **Título provisional del TFG:**

Inteligencia Artificial y Generación Z: Redefiniendo los Hábitos de Consumo en la Industria  
Cosmética

## **JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO:**

La IA ha revolucionado la vida de los seres humanos en todos los aspectos. Esta herramienta ha evolucionado de forma rápida en los últimos años y por su gran capacidad de procesar grandes volúmenes de datos e información además de aprender de patrones, le convierte en un arma muy poderosa que las empresas están utilizando para llevar a cabo estrategias de marketing digital que se centren en la personalización de los productos, que es algo que los consumidores demandan hoy en día.

De este modo, la IA está altamente ligada a la famosa Generación Z. Esta generación está formada por las personas nacidas entre 1990 y 2010 y han crecido en un entorno que gira alrededor de la tecnología, un entorno que evoluciona a pasos agigantados y son ellos los que son conscientes y se adaptan a cada uno de esos cambios. Es por esto que, las empresas tienen que estar a la altura de esta generación y ofrecer soluciones en las que la IA sea la protagonista.

Por lo tanto, este trabajo tiene como finalidad examinar y analizar cómo esta herramienta de la IA está cambiando e influenciando los hábitos de consumo de la Generación Z, generación en la que todas las marcas tienen puesto su foco. Entenderemos cómo algunas tecnologías de IA como la realidad aumentada y virtual, asistentes virtuales, chatbots o IoT entre otros, pueden llegar a influir en las decisiones de compra, preferencias y comportamientos de esta generación.

Igualmente, con este estudio se va a analizar cómo están cambiando los hábitos de consumo en la industria de cosméticos debido a que la generación Z está muy enfocada en la sostenibilidad, responsabilidad social o autenticidad y cómo la IA es capaz de dar respuesta a estas demandas.

La industria cosmética tiene que estar en constante evolución al ser un sector muy competitivo y enfrenta desafíos continuos en cuanto a la diferenciación de productos y satisfacción del cliente. La implementación de herramientas que utilicen la IA puede ofrecer recomendaciones personalizadas que mejoren la experiencia del consumidor y además mejorar las estrategias de marketing.

De este modo, el presente trabajo ofrece la oportunidad a la futura especialista de profundizar en las tecnologías emergentes que son el centro de todas las empresas y que van a marcar los cambios a los que el mercado se va a tener que ir adaptando.

## **OBJETIVOS**

El objetivo principal de este trabajo es analizar como la Inteligencia Artificial está transformando los hábitos de consumo de la Generación Z en una industria específica, la cosmética.

Como objetivos específicos podemos identificar los siguientes:

- Identificar las diferentes aplicaciones de la IA en la industria de cosméticos como el análisis

de datos, personalización de productos y estrategias de marketing digital

- Se determinarán cuáles son las preferencias de la Generación Z como consumidores y sobre todo en la industria de cosméticos para comprobar qué demandan y qué influye en sus decisiones de compra.
- Evaluar la influencia de la IA en la mejora de la experiencia del cliente y en las decisiones de compra.
- Investigar tendencias emergentes por parte de la Generación Z como el uso de tecnologías desarrolladas con IA, la importancia de la sostenibilidad o la demanda de experiencias personalizadas
- Proponer estrategias y recomendaciones para las empresas de cosméticos sobre cómo pueden adaptarse a estos cambios y mejorar sus estrategias de marketing, además de aprovechar todas las ventajas de la IA para atraer y retener a los consumidores de esta generación.
- Evaluar los desafíos más importantes a los que se enfrentan las marcas de cosméticos a la hora de implementar herramientas de la IA y las oportunidades que ofrecen para innovar en este mercado.

## **METODOLOGÍA**

Respecto a la metodología utilizada, se llevará a cabo una completa recopilación tanto de fuentes primarias como secundarias. Esas fuentes comprenden artículos académicos, páginas web, libros, noticias, revistas, así como otros documentos que puedan ser relevantes de cara a la investigación del tema. Esta indagación de la literatura existente nos ayudará a elaborar un análisis detallado de la IA, la Generación Z y el comportamiento del consumidor en la industria de la cosmética.

Además, a través de un análisis empírico, llevaré a cabo encuestas y entrevistas para conocer mejor cuáles son las percepciones y actitudes de la Generación Z hacia la IA en la industria de la cosmética.

Por último, realizaré un estudio de caso de una marca de cosmética que ha implementado, con éxito, herramientas de IA en sus estrategias de marketing y esto servirá como un ejemplo de cómo la IA influye en el comportamiento de los consumidores.

## **ÍNDICE PRELIMINAR**

### 1. Introducción

#### 1.1 Contexto del estudio

#### 1.2 Justificación del estudio

#### 1.3 Objetivos del trabajo

#### 1.4 Estructura del TFG

## 2. La Generación Z

2.1 Definición y características de la Generación Z

2.2 Hábitos de consumo de la Generación Z

2.3 Sostenibilidad y responsabilidad social en la Generación Z

2.4 Relación de la Generación Z y las tecnologías emergentes

## 3. Inteligencia Artificial y la Industria Cosmética

3.1 Definición de Inteligencia Artificial

3.2 Transformación digital en la industria cosmética

3.3 Evolución de la IA en el marketing digital

3.3.1 Análisis de datos

3.3.2 Personalización de productos

3.3.3 Estrategias de marketing digital con IA

3.4 Impacto de la IA en la experiencia del cliente

## 4. Metodología

4.1 Diseño del estudio

4.2 Muestra

4.3 Fuentes de información utilizadas

4.4 Elaboración

## 5. Análisis de Resultados

5.1 Encuestas

5.2 Estudio de caso: implementación de IA en una marca de cosméticos

## 6. Conclusión

## 7. Bibliografía

## 8. Anexos

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Braun, J. (2023, 19 abril). Los consumidores de la generación Z ven la belleza como un medio de autoexpresión y autocuidado, según un informe. FashionNetwork.com. Recuperado de: <https://es.fashionnetwork.com/news/Los-consumidores-de-la-generacion-z-ven-la-belleza-como-un-medio-de-autoexpresion-y-autocuidado-segun-un-informe,1507949.html>
- García, M. (2024, 13 febrero). 7 campañas con IA en el sector cosmético y dermocosmético.

Idearium. Recuperado de: <https://www.idearium.es/7-campanas-ia-sector-cosmetico-y-dermocosmetico/>

- La Generación Z y la Inteligencia Artificial marcarán el rumbo del futuro del marketing digital. (s. f.). PuroMarketing. Recuperado de: <https://www.puromarketing.com/30/212418/generacion-inteligencia-artificial-marcaran-rumbo-futuro-marketing-digital>
- Nunez, L. (2023, 17 enero). Hábitos de consumo de la generación Z: Instagram y Mobile First. EMMA. Recuperado de: <https://emma.io/blog/habitos-consumo-generacion-z/>
- Palacios, M. F., Paz, I. & Sánchez, T. S. (2024). Las tecnologías de la cuarta revolución industrial que contribuyen al proceso de marketing en la industria cosmética. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/11994>
- Simoes.Ch. (2024). Estrategias y herramientas de IA para la personalización de campañas. ITDO. <https://www.itdo.com/blog/estrategias-y-herramientas-de-ia-para-la-personalizacion-de-campanas/>
- Teamcore. (2021). Millennials y Gen Z: Transformando la industria de la belleza. Teamcore. <https://www.teamcore.net/es/noticias/millennials-y-gen-z-transformando-la-industria-de-la-belleza/>
- Team, K. (2022, 10 noviembre). *Cómo la Inteligencia Artificial y el Machine Learning han cambiado la industria cosmética*. Blog de Kraz | Data Solutions. Recuperado de: <https://blog.kraz.ai/marketing/inteligencia-artificial-e-industria-cosmetica-aplicaciones-del-machine-learning/>
- Vieyra, P. G. (2024, 2 enero). *Tendencias en cosmética 2024: IA revoluciona el cuidado personal*. Perfumería Moderna. Recuperado de: <https://www.perfumeriamoderna.com/en-portada/tendencias-en-cosmetica-2024-ia-revoluciona-el-cuidado-personal/>
- Ziemianska, J. (s. f.). *El poder de la IA: cómo influye en la preferencia de la Generación Z por productos personalizados*. Recuperado de: <https://www.fespa.com/es/medios-de-comunicacion/el-poder-de-la-ia-como-influye-en-la-preferencia-de-la-generacion-z-por-productos-personalizados>