



Aplicación de la IA en el proceso de la investigación de mercados cualitativa

Workshop ACEDE Marketing 2025

Raul Montalvo
Enero 2025

1

El ponente



Raul Montalvo

Client Manager Qualitative

+34 91 432 88 61


raul.montalvo@kantartns.com

- Raúl es licenciado en Sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca, especialista en Investigación social aplicada y análisis de datos, por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y técnico en análisis del consumo, por el Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología.
- Máster en Innovación y emprendimiento por la OBS Business School y la Universidad de Barcelona, 2019.
- Tiene 20 años de experiencia en Investigación de mercados, habiendo trabajado en diversos institutos. En Febrero de 2007, se unió al grupo Kantar.
- Cuenta con amplia experiencia en estudios ad hoc de diversas áreas: FMCG, tecnología y telecomunicaciones, finanzas, etc.
- Especialista en la implantación y desarrollo de nuevas tecnologías a la investigación cualitativa: IA, Neurociencia, UX, comunidades on-line, investigación móvil, etc.

2

Consideraciones iniciales

**Estamos inmersos en un momento de
experimentación de la IA en cualitativo**



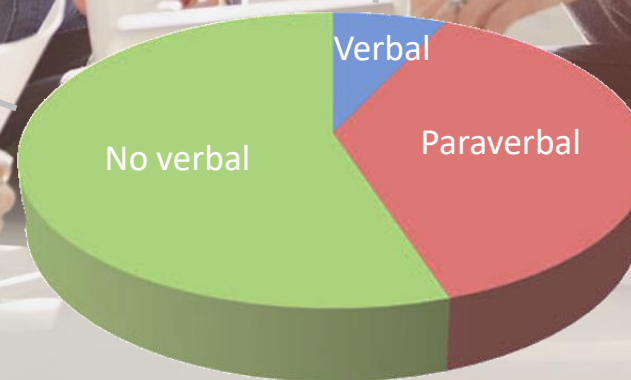
**Mentalidad de
constante
evolución.**

Las transcripciones representan sólo un 7% de la comunicación

Según la *Regla 55, 38, 7* de Albert Mehrabian (1967) solo el 7% del potencial de la comunicación recae en el lenguaje **VERBAL**: las palabras.

EL 55% de la comunicación recae en el lenguaje **NO VERBAL**: lenguaje corporal, utilización del espacio, expresiones, muecas, símbolos, imágenes, etc.

El 38% de la comunicación es **PARAVERBAL**: volumen, ritmo, tono de voz, repeticiones, silencios, etc.



**Del pensamiento
mágico al
compañero de viaje**

**De la confianza
ciega a la
necesidad de
supervisión**





Pensemos en la IA
como un súper junior.

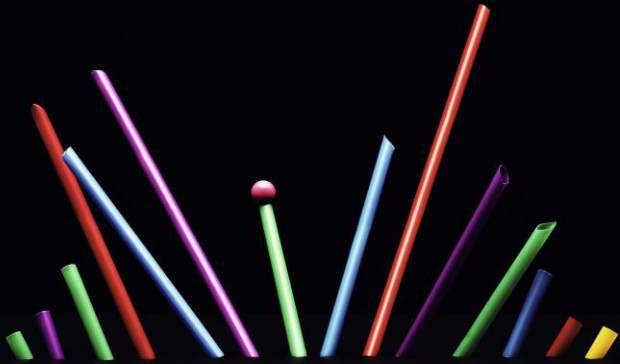
A photograph of two men in a kitchen. The man on the left, wearing a grey button-down shirt, is smiling and looking at the other man. The man on the right, wearing an orange and black plaid shirt over a white t-shirt, is drinking from a mug. They are standing at a kitchen counter. In the background, there is a window with a white frame, a clock on the wall, and a vase of red flowers. On the counter, there is a silver electric kettle, a white teapot, and some bread. The kitchen has wooden cabinets and a white tiled backsplash.

**Requiere un
pensamiento
conversacional**

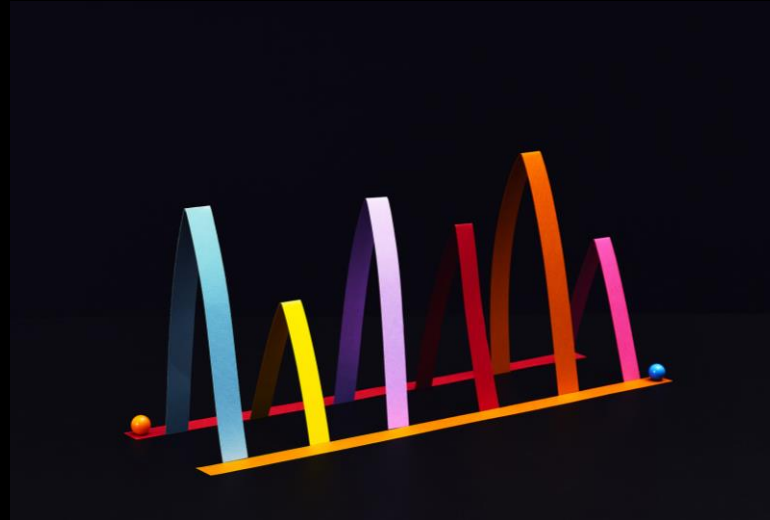
2

La IA en el proceso de investigación cualitativa

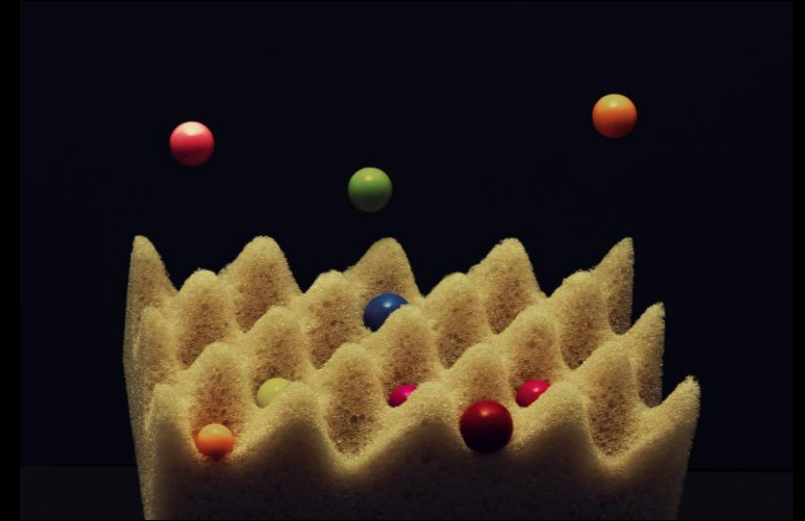
Existen diferentes formas de aplicar la IA



- Chat GPT
- Copilot
- Anthropic
- Perplexity



**GPTs o asistentes
personalizados**



Modelos paquetizados

Conviene controlar la temperatura

La temperatura en modelos de lenguaje es un **parámetro** que controla el **nivel de creatividad y precisión** en las respuestas generadas. Actúa como un regulador de la aleatoriedad al decidir qué palabras elegir.

0

Modelo determinista

Se enfoca en las **palabras más probables**. Respuestas más **precisas**. Idóneo **explicaciones científicas** o análisis de datos

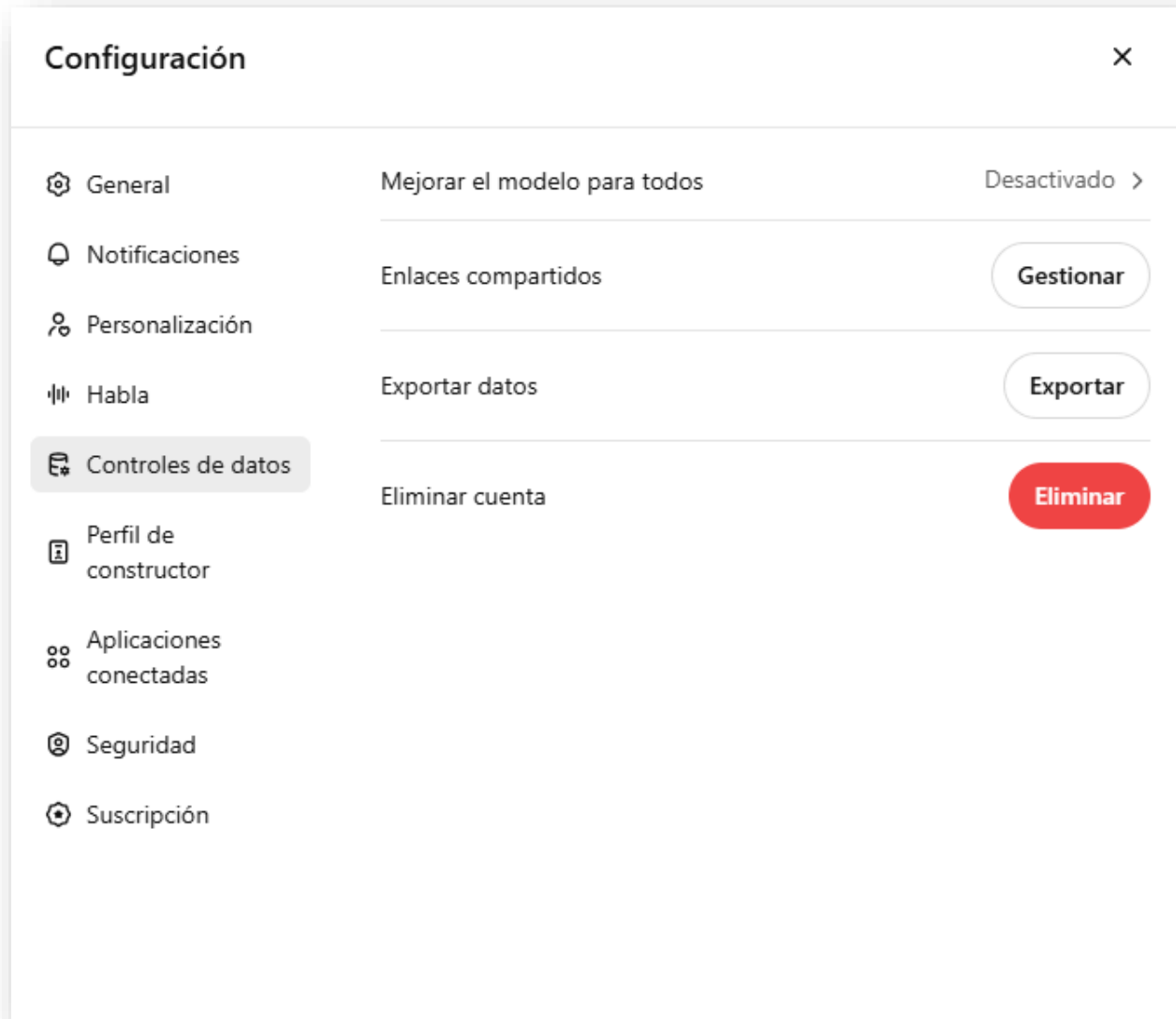


1

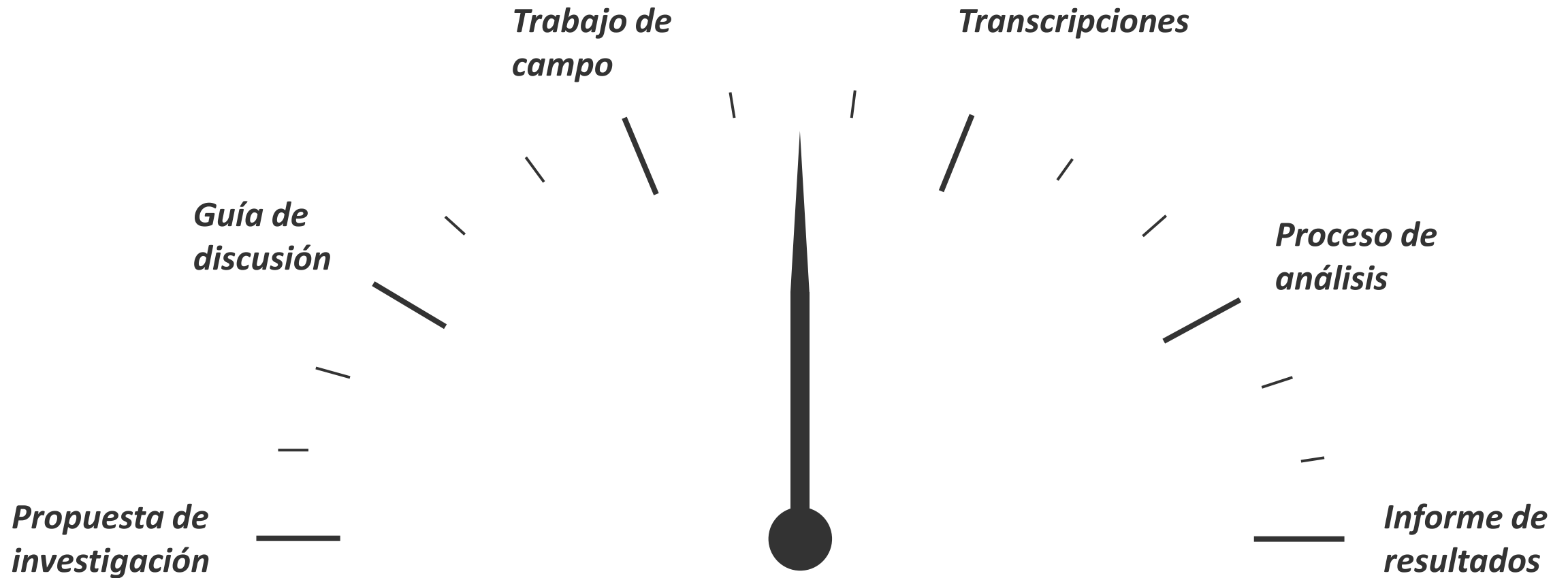
Modelo creativo

Se exploran **conexiones** entre **palabras menos probables**. Respuestas más **creativas**, menos predecibles.

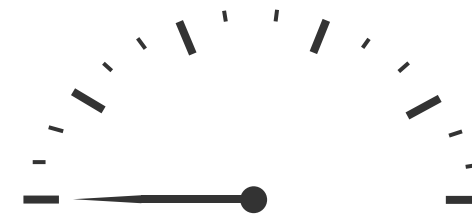
Antes de
empezar,
piensa en
configurar
la
privacidad
de los datos



El proceso de investigación cualitativa



Propuesta de investigación



Del prompt al briefing

Desarrollame un proyecto de investigación de mercados cualitativa basado en el briefing que te adjunto, elaborando los siguientes capítulos detallados:

1.Antecedentes y objetivos generales: Define el contexto y la finalidad principal del estudio.

2.Objetivos específicos: Desglosa los objetivos clave que guiarán la investigación.

3.Planteamiento metodológico:

3.1. Propuesta de la metodología cualitativa más adecuada, justificando su elección.

3.2. Distribución de la muestra, explicando los criterios de selección y segmentación.

4.Calendario: Presenta un cronograma detallado con las fases del proyecto.

5.Presupuesto: Estima los costos del proyecto, desglosados por categoría y etapa.

Requisitos clave:

- Basa tu propuesta en el briefing, pero utiliza un enfoque estratégico y disruptivo para ir más allá de lo que el cliente solicita. Queremos sorprender y aportar un valor diferencial.

- Justifica detalladamente cada capítulo y propuesta para asegurar que sean sólidas y respaldadas por experiencia e innovación.

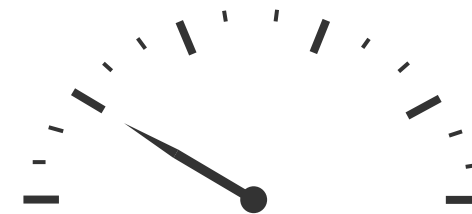
- Actúa como un investigador de mercados experto, demostrando creatividad y rigor en cada paso.

Forma de trabajar:

1.Haz preguntas iniciales para aclarar el briefing o el enfoque, si es necesario.

2.Desarrolla el proyecto paso a paso, detallando cada capítulo antes de pasar al siguiente.

¿Tienes alguna duda o información adicional que necesites antes de comenzar?



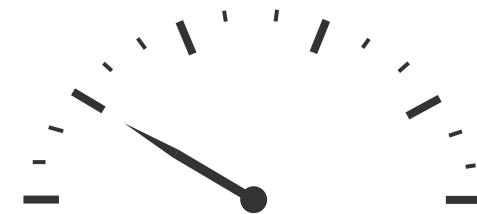
Elaboración de la guía de discusión

Diseña una guía de discusión detallada y estructurada para llevar a cabo grupos de discusión generacionales basados en el proyecto de investigación de la marca "Lúpulo Vivo". La guía debe estar organizada en fases claras y alinearse con los objetivos específicos del estudio.

Requisitos de la Guía:

1. Estructura General:

1. **Introducción:** Diseña un apartado breve y dinámico que permita romper el hielo, contextualizar a los participantes y explicar el propósito de la sesión de forma sencilla y atractiva.
2. **Exploración inicial:** Crea preguntas generales que exploren percepciones, emociones y comportamientos asociados con la cerveza y las bebidas en general, asegurando un clima de apertura.
3. **Temas principales:** Formula preguntas y dinámicas para abordar los siguientes aspectos clave:
 1. Motivaciones y barreras al consumo de cerveza.
 2. Contextos de consumo (dónde, cuándo, con quién).
 3. Asociaciones emocionales y culturales vinculadas a la cerveza.
 4. Preferencias entre cervezas artesanales e industriales.
 5. Interés por innovaciones en productos, empaques y experiencias.



Elaboración de la guía de discusión

4. Ampliación del marco conceptual: Integra ejercicios proyectivos o creativos que permitan explorar tendencias emergentes y su impacto en la industria cervecera. Ejemplos:

1. **"La Cerveza de Mis Sueños":** Los participantes describen su cerveza ideal del futuro.
2. **"Tendencias del Mañana":** Reflexionan sobre cómo factores como la sostenibilidad, la salud y la tecnología podrían transformar el consumo de cerveza.

5. Cierre: Incluye preguntas finales para resumir aprendizajes clave, recopilar ideas espontáneas y evaluar las impresiones sobre "Lúpulo Vivo" como marca.

1.Aspectos Prácticos:

1. Estima tiempos recomendados para cada sección para facilitar la organización del moderador.
2. Especifica materiales necesarios, si aplica (e.g., papel, rotuladores, fichas, etc.).
3. Diseña la guía para que sea flexible y permita profundizar en temas según las respuestas de los participantes.

2.Enfoque:

1. Garantiza que la guía fomente una conversación fluida, dinámica y profunda.
2. Diseña actividades y preguntas que sean inclusivas para todas las generaciones, considerando posibles diferencias culturales, emocionales y de experiencia.

Indicaciones:

- Sé creativo y justifica cada fase o actividad de la guía.
- Diseña preguntas abiertas y dinámicas que promuevan el pensamiento crítico y las respuestas espontáneas.
- Asegúrate de que el diseño sea intuitivo y fácil de aplicar por el moderador.

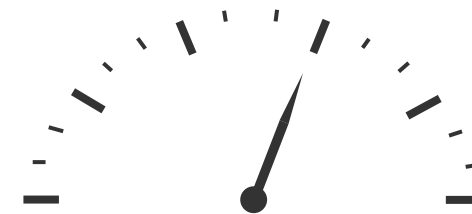
¿Tienes alguna pregunta o información adicional que necesites antes de empezar?



	Participante sintético	Moderador sintético
¿QUÉ ES?	Una representación virtual de un usuario o consumidor, generada a partir de datos reales, combinada con herramientas de inteligencia artificial.	Herramientas de IA que facilitan discusiones de grupos focales o entrevistas en lugar de un moderador humano.
¿CUÁL ES SU PROPÓSITO?	Replicar el comportamiento de participantes humanos.	Hacer preguntas, guiar la conversación y recoger datos de manera sistemática.
UTILIDAD REAL	No parece ser todavía una realidad fiable, pero hay que seguir monitorizándolo.	Puede tener su nicho, aunque aún está lejos de convertirse en una herramienta de uso masivo.

Pueden tener sentido para obtener información previa que nos sirva para pensar y **generar hipótesis** que puedan ayudar en la investigación posterior con participantes y moderadores humanos.

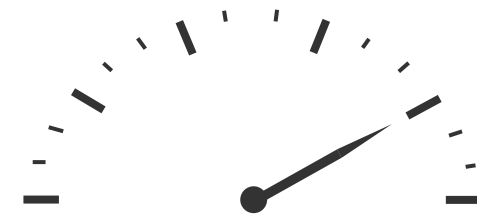
Transcripciones



Las transcripciones automáticas han alcanzado un nivel de calidad más que aceptable

The screenshot shows the homepage of Happyscribe, a platform for transcription and subtitles. The header includes the logo, navigation links for 'Servicios', 'Empresa', and 'Precios', and buttons for 'Iniciar sesión', 'Contactar con ventas', and 'Pruébalo Gratis'. The main section features the title 'Plataforma de Transcripción y Subtítulos' and a subtext 'Tecnología punta (inteligencia artificial) trabajando con los mejores profesionales de la lengua.' Below this is a large blue 'Empezar' button. Two Gartner award badges are displayed: 'Leader SPRING 2023' and 'Momentum Leader WINTER 2023'. At the bottom, there is a five-star rating and the text 'Valoración de 4,8/5 basada en 850+ opiniones'. The page is decorated with colorful speech bubble illustrations.

Proceso de análisis



Análisis en Chat gpt

Te voy a subir dos transcripciones correspondientes a grupos de discusión generacionales (Millennials y Baby Boomers) relacionados con el consumo de cerveza. Quiero que analices a fondo ambos documentos y estés preparado para responder preguntas específicas sobre los temas discutidos.

Preguntas para el análisis:

1. Puntos en común y diferencias:

1. Identifica los puntos en los que ambas generaciones coinciden y difieren en cuanto a sus motivaciones para consumir cerveza.

2. Contextos de consumo:

1. Describe cuáles son los contextos de consumo más comunes para cada generación según las transcripciones.

3. Recomendaciones para la marca 'Lúpulo Vivo':

1. Propón recomendaciones clave basadas en los insights obtenidos de ambas transcripciones.

4. Barreras al consumo:

1. Analiza las barreras más relevantes al consumo de cerveza para cada grupo generacional.

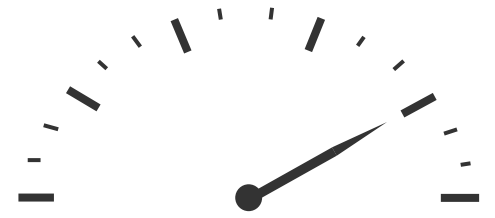
5. Sostenibilidad e innovación:

1. Explica cómo perciben ambas generaciones los temas de sostenibilidad e innovación en el mercado cervecero y sugiere cómo 'Lúpulo Vivo' podría abordar estas perspectivas.

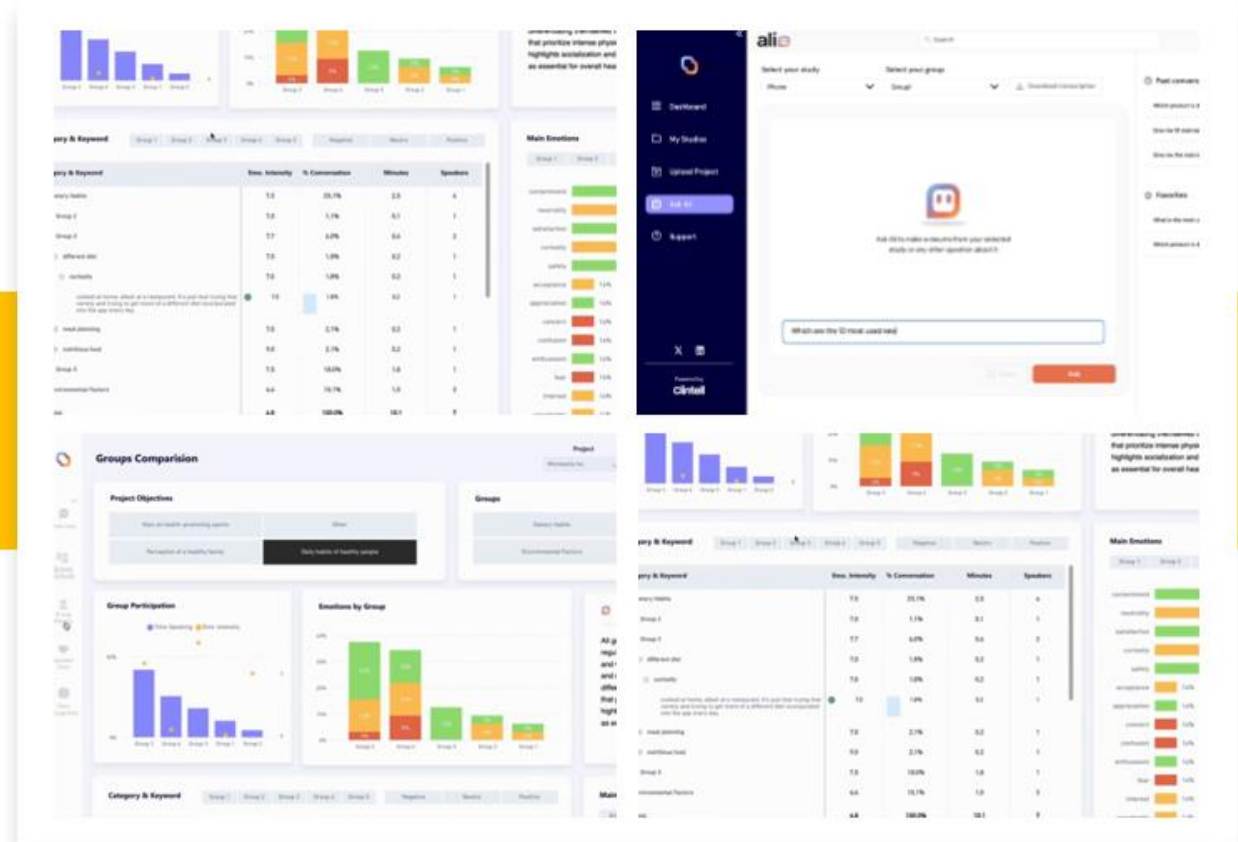
Indicaciones adicionales:

- Si algún punto de las transcripciones no queda claro, pídemle que amplíe detalles o que te proporcione mayor contexto.
- Si identificas temas importantes o patrones que no hayan sido contemplados en las preguntas anteriores, indícalo y explora cómo pueden enriquecer el análisis.

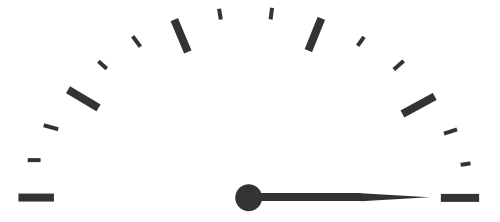
Proceso de análisis



Clintell, la
comodidad
de los
modelos
paquetizados



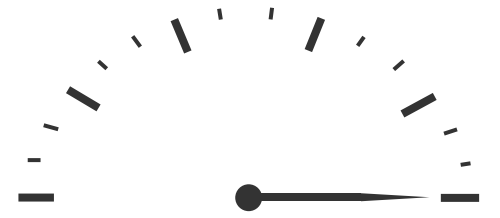
Informe de resultados



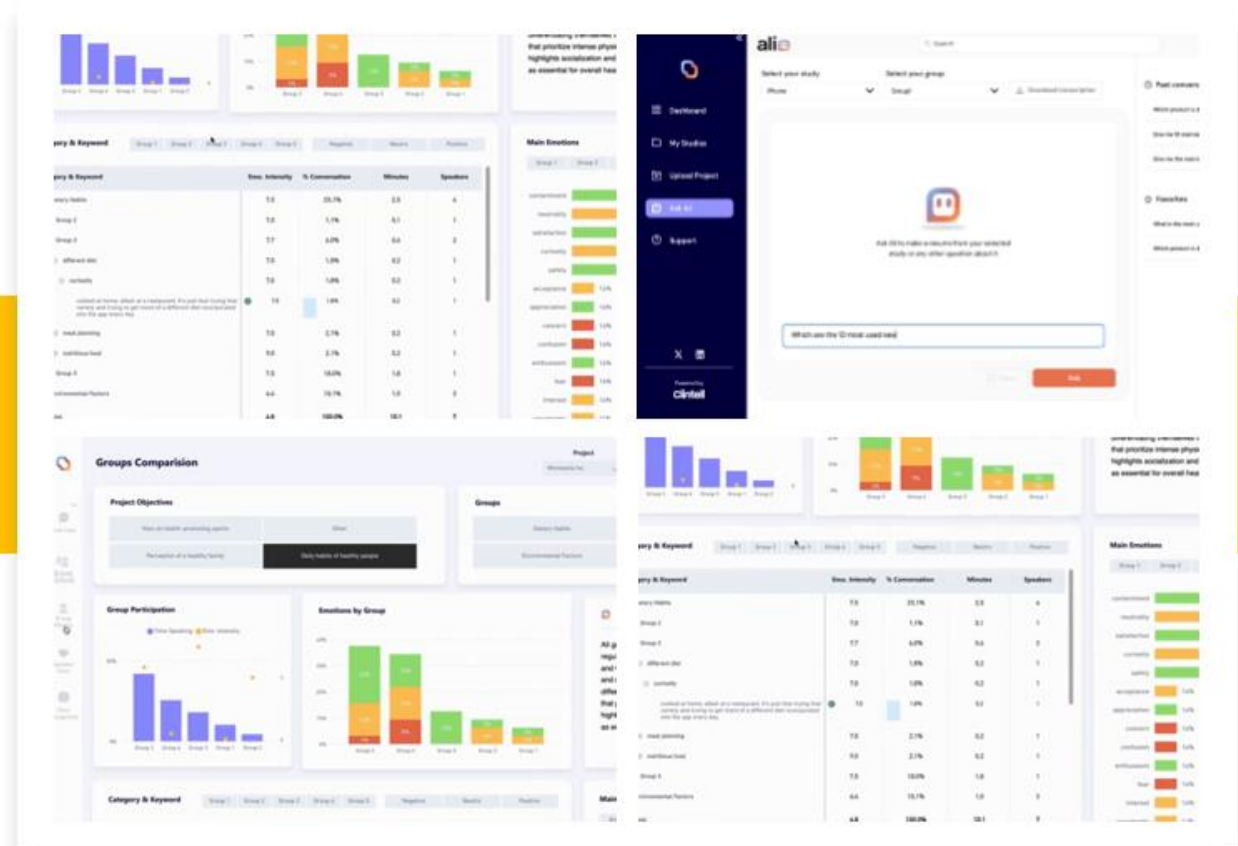
Exportar los
resultados
en ppt ya es
posible



Informe de resultados



Clintell, la
comodidad
de los
modelos
paquetizados



2

Consideraciones finales

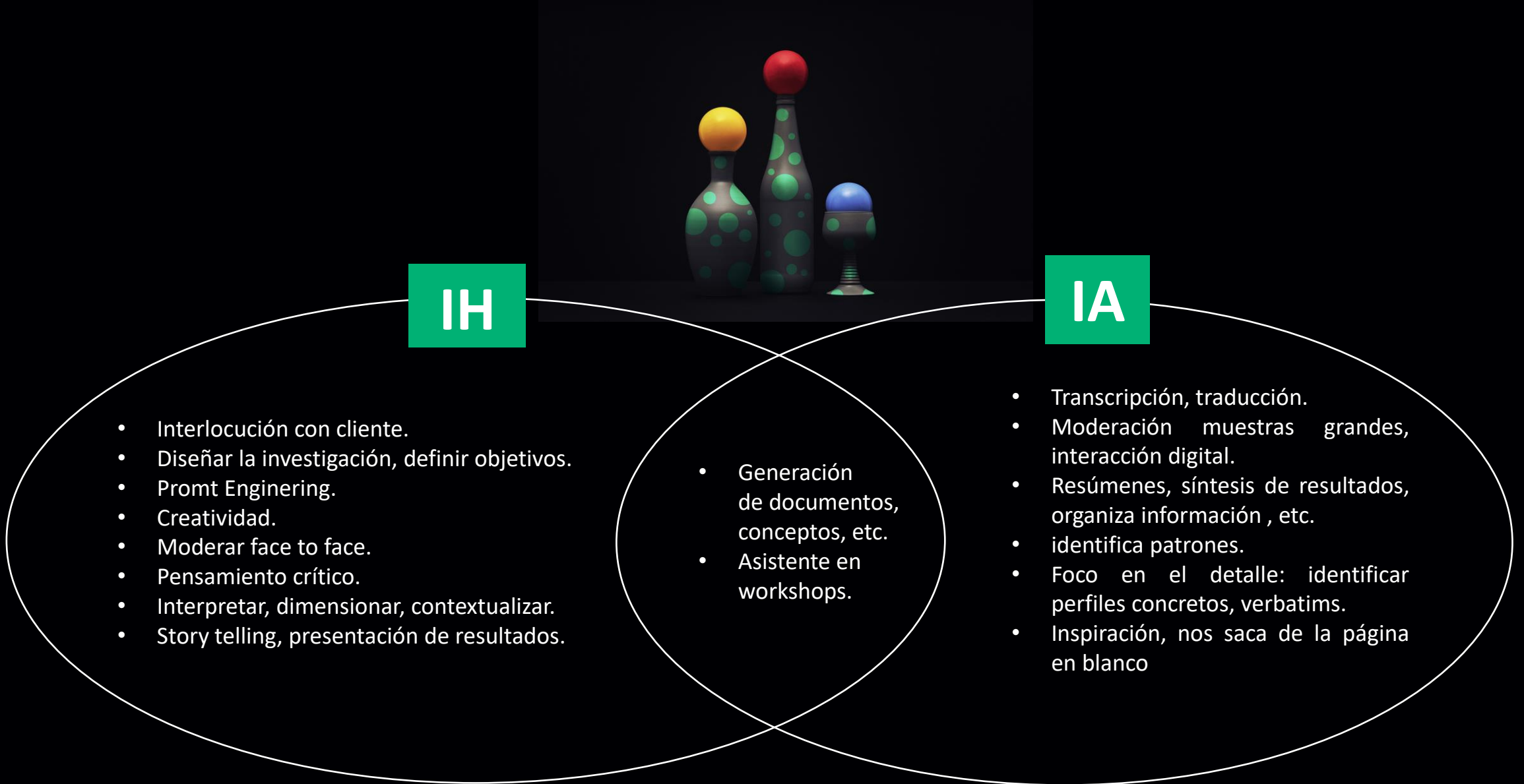
Peligros de la IA en investigación cualitativa.

- Alucinaciones**
- Sesgo**
- Seguridad**
- Obsolescencia**
- Estandarización**
- Huella ecológica**

La IA nos da superpoderes,
más allá de la mera eficiencia.



Nueva redistribución de roles

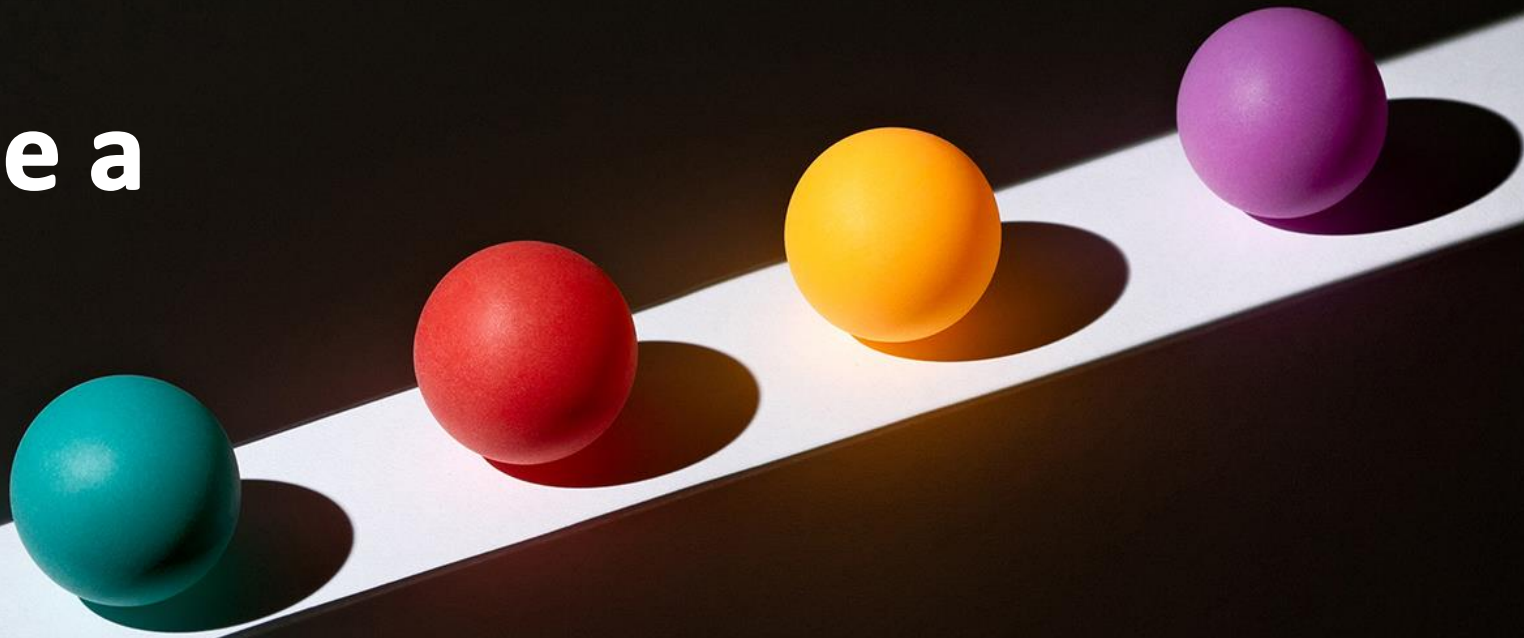


Claves para hacer un buen prompt

- Sé directo y claro
- Sé específico
- Estructura el prompt
- Usa formato para resaltar
- Incluye ejemplos
- Solicita confirmación



**Y si tienes dudas
sobre cómo
hacer un buen
prompt,
pregúntale a
chat GPT**



**La IA en
cualitativo exige
un cambio de
mentalidad.**

