

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

NOMBRE DEL ALUMNO: Cristina Alonso de Ozalla

PROGRAMA: E2 Bilingüe

FECHA: 30/10/24

**Director Asignado:** Maria Olga Bocigas Solar

**Título provisional del TFG:**

**Realidad Aumentada y Personalización en la Industria Cosmética: Innovación en la Experiencia del Cliente**

### **OBJETIVOS:**

Objetivo principal: Nivel de conocimiento y aceptación de la realidad aumentada en el sector cosmético

1. Analizar el conocimiento y aceptación de la realidad aumentada en cosmética
2. Estudiar la influencia de la realidad aumentada en la decisión de compra de una marca de cosmética
3. Evaluar el impacto (efecto) de la realidad aumentada en la satisfacción del cliente y en su lealtad hacia la marca, lo que incluye identificar las características de la realidad aumentada que los consumidores consideran más atractivas o determinantes en su experiencia de compra

### **METODOLOGÍA:**

Para fundamentar esta investigación teórica se recurrirá a fuentes académicas confiables, como publicaciones disponibles en Google Scholar, artículos, trabajos de investigación y revistas especializadas (Harvard Business Review)

Key words: Realidad aumentada, Cósmeticos, experiencia de cliente, lealtad, percepción de marca.

### **ENFOQUE CUANTITATIVO:**

Para Obetivo 1:

Encuestas Online:

- Cuestionario que evalúe el uso de AR en aplicaciones de cosmética, nivel de satisfacción, nivel de personalización y percepción de marca.

- Distribuir la encuesta en redes sociales, foros de cosmética, o plataformas como SurveyMonkey o Google Forms.
- La encuesta se distribuirá a una muestra demográficamente diversa, abarcando individuos de distintas edades y género, permitiendo una evaluación más completa y representativa.

Para objetivo 2:

Análisis de los resultados obtenidos de las encuestas con herramientas como Excel o Google Sheets, y calcula medidas de tendencia central y frecuencias.

Entrevistas:

- Entrevistas (virtuales) antes de lanzar las encuestas con una selección de usuarios que hayan tenido experiencia probando cosméticos con AR.
- Entrevistas a profesionales del sector de marketing en la industria de cosmética

## **ÍNDICE PROVISIONAL:**

- **CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN**

1. Elección del tema y relevancia.
2. Objetivos del trabajo.
3. Metodología utilizada.
4. Estructura del trabajo.

- **CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO**

1. La Realidad Aumentada en el sector cosmético:
  1. Definición de realidad aumentada (AR) y características generales
  2. Evolución y aplicación en el mundo de la cosmética
2. Personalización con la AR en la industria de la cosmética:
  1. Concepto y relevancia de la personalización.
  2. Cómo la AR potencia la experiencia personalizada
3. Experiencia del cliente en entornos cosméticos digitales:
  1. Beneficios y Desventajas de AR para el cliente
  2. Factores clave de satisfacción

3. Impacto de AR en la decisión de compra.

- CAPÍTULO 3: ANÁLISIS

1. Metodología de investigación:

1. Descripción del proceso de recopilación de datos a través de encuestas en Google Forms, análisis de casos de marcas de cosmética y entrevistas a expertos

2. Entrevistas con expertos de la industria cosmética y consumidores

1. Guión de Puntos

2. Conclusiones a las que llegamos de como la RA afecta al cliente en su experiencia.

3. Encuestas mediante cuestionario a consumidores

1. Análisis de la familiaridad, percepción y satisfacción de los consumidores con herramientas de AR en cosmética.

2. Resultados de la muestra: demografía, nivel de uso, aceptación de la tecnología y su impacto en la decisión de compra.

4. Análisis de casos de éxito en la industria

- CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

1. Síntesis de los hallazgos sobre AR y personalización en cosmética.

2. Implicaciones para las marcas en términos de adopción de AR.

3. Recomendaciones para mejorar la experiencia del cliente a través de AR.

- CAPÍTULO 5: BIBLIOGRAFÍA

- ANEXOS

---

**BIBLIOGRAFÍA PROPUESTA:**

A través de Scopus, Google Scholar, Science direct entre otras

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698916304477>

[https://www.researchgate.net/publication/378380632\\_The\\_Impact\\_of\\_Augmented\\_Reality\\_AR\\_Technology\\_on\\_Consumers'\\_Purchasing\\_Decision\\_Processes](https://www.researchgate.net/publication/378380632_The_Impact_of_Augmented_Reality_AR_Technology_on_Consumers'_Purchasing_Decision_Processes)

[https://www.irjmets.com/uploadedfiles/paper//issue\\_5\\_may\\_2024/57151/final/fin\\_irjmts1716353526.pdf](https://www.irjmets.com/uploadedfiles/paper//issue_5_may_2024/57151/final/fin_irjmts1716353526.pdf)

<https://www.mdpi.com/2079-9284/11/4/135>

<https://www.researchgate.net/publication/357755598> **La realidad aumentada como llave para abrir la tienda física al mobile-assisted showroomeer presente o futuro del retail**

<https://www.researchgate.net/publication/372757444> **Study of the Influence of Augmented Reality Toward Consumer's Satisfaction and Repurchase Intention**

<https://hbr.org/2022/03/how-augmented-reality-can-and-cant-help-your-brand>

<https://poplar.studio/blog/augmented-reality-cosmetics-6-experiences-to-inspire-you/>

<https://www.indigo9digital.com/blog/2019/3/27/how-beauty-brands-use-augmented-reality-to-provide-a-better-customer-experience>

<https://www.revieve.com/>

<https://www.voguebusiness.com/technology/google-bets-big-on-ar-beauty#:~:text=Mac%2C%20Urban%20Decay%20and%20Covergirl,for%20at%20Home%20hair%20colour.>

<https://technolynx.com/post/how-augmented-reality-is-transforming-beauty-and-cosmetics>

<https://innowise.com/es/blog/augmented-reality-for-ecommerce/>

<https://www.loreal-finance.com/eng/news-release/loreal-acquires-modiface-further-expanding-its-worldwide-expertise-beauty-tech>

<https://www.marketingdive.com/news/deal-of-the-year-loreal-buys-modiface/542049/>

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Finance/gx-retail-beauty-pov.pdf>

<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/augmented-and-virtual-reality-the-promise-and-peril-of-immersive-technologies>

<https://www.marketingdive.com/news/yx-professional-makeup-spring-2023-collection-roblox/639097/>