**1.KPI's y Métricas para medir el impacto:**

Los KPI's (Indicadores Clave de Desempeño) son fundamentales para medir el éxito del proyecto de RA. Estos incluyen datos analíticos y estadísticos que nos permitirán evaluar el rendimiento del filtro de gorras. Los datos pueden dividirse en:

**Cuantitativos** Puede ser el número de usuarios que interactúan con el filtro, cuánto tiempo lo utilizan o cuántos de ellos terminan comprando una gorra tras probarla virtualmente.

**Cualitativos:** La satisfacción del usuario, la experiencia que les ofrece la aplicación, o si encuentran valor en la interacción con la RA. Para obtener estos datos, se podrían utilizar encuestas de satisfacción o analizar reseñas y comentarios.

**2. Métricas de Éxito:**

El éxito del proyecto se puede medir en tres grandes áreas:

**Métricas Técnicas:**

**Que funcione:** La aplicación o el filtro de RA funcione sin errores. Para ello, es esencial medir la tasa de errores, el tiempo de respuesta de la aplicación y cómo afecta esto a la experiencia del usuario.

**Compatibilidad:** El filtro debe ser compatible con una amplia gama de dispositivos móviles, ya que el público objetivo, en su mayoría jóvenes, utiliza distintos tipos de smartphones. La compatibilidad de dispositivos debe ser amplia.

**Uso eficiente de recursos:** La aplicación de RA no debe consumir en exceso la batería o los datos móviles, ya que esto podría desincentivar su uso.

**Métricas del Usuario:**

**Tasa de retención:** Cuántos usuarios vuelven a utilizar el filtro tras haberlo usado una primera vez. Una alta tasa de retención indica que la experiencia es atractiva y útil.

**Tiempo de uso:** Saber cuánto tiempo pasan los usuarios interactuando con la aplicación es importante. Si el tiempo es bajo, podría significar que algo no está funcionando bien, como la carga del filtro o la facilidad de uso.

**Nivel de satisfacción:** Mide directamente a través de encuestas o comentarios en redes sociales. Si el nivel de satisfacción es alto, probablemente los usuarios recomendarán el filtro.

**Tasa de abandono:** Refleja cuántos usuarios dejaron de usar el filtro antes de completar la experiencia. Una alta tasa de abandono puede señalar problemas técnicos o una mala experiencia de usuario.

**Métricas del Mercado:**

**Número de descargas:** Lo importante es saber cuántas personas descargan la aplicación o utilizan el filtro en redes sociales.

**Conversión de usuarios:** ¿Cuántos de los usuarios que prueban las gorras virtualmente terminan comprando? Si la tasa de conversión es alta, significa que el filtro está logrando su objetivo comercial.

**Alcance de visibilidad:** Cuántas personas han visto o interactuado con el filtro a través de diferentes plataformas. Aquí se miden las campañas publicitarias y su éxito en redes sociales o sitios web.

**Retorno de inversión (ROI):**¿Cuánto dinero se ha ganado comparado con el dinero invertido en el desarrollo del filtro RA? Si el retorno de inversión es positivo, el proyecto es rentable.

**3. Procesos para definir las métricas:**

**Definir objetivos:** Mejorar la experiencia del cliente e incrementar las ventas de gorras.

**Establecer parámetros medibles:** Los objetivos deben traducirse en parámetros que se puedan medir, como el número de usuarios, las ventas generadas o la satisfacción del cliente.

**Seleccionar métricas y definir metas:** Nuestra con el proyecto es que pasemos de un 50% de compra a un 80% de compra implementando la RA.

**Conclusión:**

El proyecto de realidad aumentada para probar gorras tiene alta viabilidad porque:

**Socialmente y culturalmente**, los jóvenes, que son los principales consumidores de gorras, están familiarizados con la tecnología y el uso de filtros en redes sociales, lo que facilitará su adopción.

Técnicamente, los avances en RA permiten desarrollar filtros efectivos y fáciles de usar que no requieren de una infraestructura costosa.

Económicamente, la RA puede ser una excelente herramienta para aumentar las ventas, ya que mejora la experiencia de compra online al permitir probar los productos antes de comprarlos.

Legalmente, será necesario asegurarse de proteger los datos de los usuarios y cumplir con las normativas de privacidad, especialmente en lo que respecta a la captura de imágenes mediante cámaras.

**Sostenibilidad:** Este proyecto puede reducir la cantidad de devoluciones, ya que los clientes pueden probar las gorras virtualmente antes de comprarlas, lo que reduce el impacto ambiental de la logística inversa.