

Tirada: 34.928	CincoDías	Superficie: 956 cm²
Difusión: 25.112		
(O.J.D)	Economico	Ocupación: 84.82%
Audiencia: 87.892	Economía	Valor: 10.518,93 €
Ref: 7653872	2ª Edición	Página: 30
	Diaria	
	15/07/2016	



Realidad aumentada, algo más que un juego

La tecnología sobre la que se basa el éxito de 'Pokémon Go' también puede aplicarse a procesos internos en las compañías

JAVIER GARCÍA ROPERO *Madrid*

El fenómeno *Pokémon Go*, el juego para smartphones que ya utilizan más de 20 millones de usuarios, ha puesto de relieve, por un lado, que los animales ficticios inventados por Nintendo no han perdido tirón. Y por otro, que la tecnología sobre la que se basa el juego, la llamada realidad aumentada, tiene un potencial de negocio que aún no conoce techo. Una tecnología que no es nueva. Como analiza la experta en transformación digital, Silvia Leal, los primeros ejemplos se encuadran en el ámbito militar a mediados de siglo XX, en las pantallas transparentes de los aviones, sobre las que se proyectaba información del vuelo.

También el Sensorama, un invento patentado por Morton Heilig en 1962, consistente en una caja que proyectaba imágenes en tres dimensiones con sonido envolvente. O el ejemplo más popular: las tomas de la película *Terminator*, cuando el androide encarnado por Arnold Schwarzenegger miraba a su alrededor, y obtenía toda la información de quien

le rodeaba. "Se prevé que para este año, el negocio de la realidad aumentada alcance los 5.000 millones de dólares (4.500 millones de euros). Y que en los siguientes cuatro, se multiplique por 30. Es un nicho grandísimo para emprender", afirma Leal. Así lo hizo Roger Pastor, cofundador de Pangea Reality, una desarrolladora tecnológica española, creada en 2011 y centrada en proyectos de realidad aumentada y realidad virtual. "Es hace cinco años cuando nace la realidad aumentada móvil. Ahora es mucho más accesible, porque todo el mundo dispone de un smartphone y una tableta, de ahí su crecimiento, a lo que ayuda que una empresa como Nintendo se haya decidido a explotarla", explica Pastor.

La virtud de la realidad aumentada, frente a otras tecnologías como la realidad virtual, es que en la primera no se pierde la vista sobre lo que rodea al usuario. Sobre ella actúa la tecnología, como en el caso de *Pokémon Go*, o en una aplicación de Pangea para el zoo de Moscú, que permite ver a los animales fuera de su jaula, paseando por las instalaciones.

Pero su aplicación va más allá del entretenimiento. En Pangea también trabajan con empresas llevando esta tecnología a sus procesos. "Uno de los sectores que más se puede aprovechar de esta tecnología es el del comercio electrónico. Muchas veces, al comprar un mueble para casa, no te haces una idea de su tamaño. Con esta solución el cliente puede ver cuánto ocupará, si combina con el resto de elementos...", describe Pastor. También en las grandes superficies, en el llamado *trade marketing*, "para trabajar con los expositores en el mismo punto de venta sin necesidad de cajas".

El zoo de Moscú

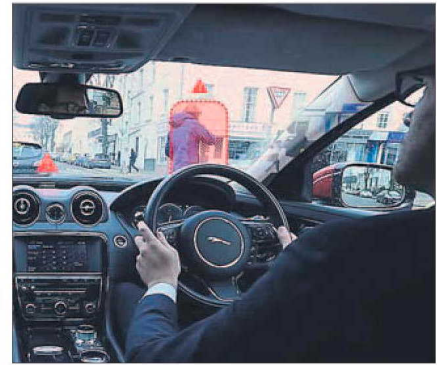
El sector de la automoción es otro ejemplo. En 2014, Jaguar Land Rover presentó su sistema 360 Virtual Urban Windscreen, en el que el cristal delantero del vehículo se convierte en una pantalla que avisa de la presencia de peatones y otros elementos, y, además, elimina los puntos ciegos de visión, creando la sensación de una ventana de 360

Se distingue de la realidad virtual en que en ningún momento se pierde el contacto visual con el entorno

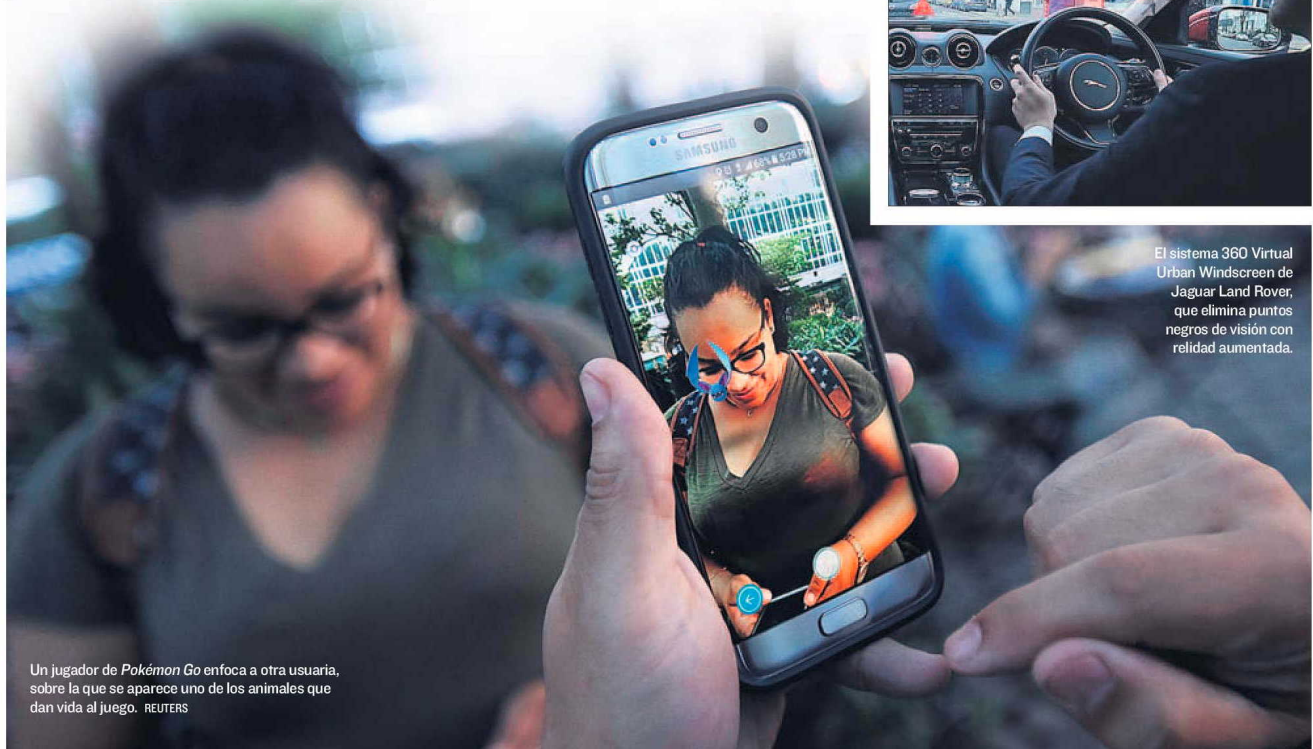
grados. Los sectores educativos y culturales, y también el turismo, pueden aprovecharse de la capacidad de esta tecnología.

La experta en transformación digital Silvia Leal defiende que el coste "no es una excusa" para su aplicación. Por ejemplo, en museos, en los que se pueda ampliar información enfocando un cuadro con la cámara del móvil, o con unas Google Cardboard, unas gafas de cartón que cuestan 14 euros. La directora académica de IMF Business School, que imparte sus cursos a través de internet, Francisca Morán, cree que la realidad aumentada ayudará a acercar el aprendizaje de tareas complejas. "Todo lo que acerque la oferta formativa a distancia a una experiencia más cercana a la física, acelera la curva de aprendizaje del alumno", señala.

Para ello, será necesario algo más que un smartphone o una tableta. El profesor IE Business School Enrique Dans cree que las aplicaciones que han despegado "han sido las asociadas a un dispositivo determinado. No creo que el móvil deba ser el centro de todo", y apunta a las gafas HoloLens de Microsoft, como el proyecto más prometedor. En ese sentido, Roger Pastor, de Pangea, vincula el crecimiento de la realidad aumentada al mayor uso de dispositivos vestibles, o *wearables*, como gafas o lentillas. Para Silvia Leal, el momento actual, con el boom de *Pokémon*, marca "su despegue definitivo".



El sistema 360 Virtual Urban Windscreen de Jaguar Land Rover, que elimina puntos ciegos de visión con realidad aumentada.



Un jugador de *Pokémon Go* enfoca a otra usuaria, sobre la que se aparece uno de los animales que dan vida al juego. REUTERS