

A person is seen in profile, looking out of a train window. The view outside is a blurred landscape, suggesting motion. The entire image has a blue tint. A white box with a dark border is centered in the lower half of the image, containing the main title.

EL VALOR EMPRESARIAL  
DE LA REALIDAD AUMENTADA



## EL VALOR EMPRESARIAL DE LA REALIDAD AUMENTADA

La aparición de productos conectados a Internet tiene el potencial de remodelar radicalmente las empresas, exponiéndolas a nuevas oportunidades y amenazas. Ahora se pueden recopilar, almacenar y analizar cantidades masivas de datos de uso de productos mediante una variedad de aplicaciones. Pero aquí está el problema, según Michael Porter, profesor de la Universidad de Harvard, y James Heppelmann, director ejecutivo de PTC Inc., una empresa de consultoría industrial: gracias a la Internet de las cosas, la limitación de tratar con productos complejos ya no es una falta de datos y conocimientos. En cambio, el cuello de botella radica en cómo los humanos los asimilan mejor y actúan sobre ellos.

"Existe una desconexión fundamental entre la gran cantidad de datos digitales disponibles para nosotros y el mundo físico en el que los aplicamos", escribieron en "A Manager's Guide to Augmented Reality" en Harvard Business Review. "Si bien la realidad es tridimensional, la gran cantidad de datos que tenemos ahora para informar nuestras decisiones y acciones permanece atrapada en páginas y pantallas bidimensionales".

Una posible solución: realidad aumentada. Es la interfaz clave entre humanos y máquinas la que ayudará a cerrar la brecha entre el mundo digital y el físico, escriben.

La RA comprende un conjunto de tecnologías que superponen datos, imágenes y animaciones digitales generados por computadora sobre objetos del mundo real. La tecnología se encuentra en sus primeras etapas. Hoy en día, la mayoría de las aplicaciones de RA se centran en el entretenimiento

y se entregan a través de aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas, pero la tecnología se utiliza cada vez más en aplicaciones comerciales e industriales. Y, además de los teléfonos inteligentes y las tabletas, se entrega a través de dispositivos de manos libres como gafas inteligentes AR, pantallas montadas en la cabeza y pantallas en los automóviles.

"Al superponer información digital directamente sobre objetos o entornos reales, la RA permite a las personas procesar lo físico y lo digital simultáneamente, eliminando la necesidad de unir mentalmente los dos", escriben los Sres. Porter y Heppelmann. "Eso mejora nuestra capacidad para absorber información de manera rápida y precisa, tomar decisiones y ejecutar las tareas requeridas de manera rápida y eficiente". El artículo analiza tres capacidades clave de AR: visualizar, instruir y guiar e interactuar. Aquí hay una breve explicación de cada capacidad:

Visualizar. "Las aplicaciones de RA proporcionan una especie de visión de rayos X, revelando características internas que serían difíciles de ver de otra manera", escriben. Por ejemplo, una empresa de dispositivos médicos, AccuVein, utiliza AR para convertir la firma de calor de las venas de un paciente en una imagen superpuesta en la piel, mejorando las tasas de éxito de las extracciones de sangre y otros procedimientos vasculares.

Instruir y orientar. Esta es una de las aplicaciones más importantes de AR, que puede proporcionar una guía visual en tiempo real, paso a paso, sobre el ensamblaje de productos, tanto para aplicaciones industriales como de consumo. Además, los dispositivos habilitados para AR pueden transmitir las imágenes en tiempo real que ve un usuario en el sitio a un experto remoto, quien puede brindar más

ayuda con una guía detallada.

Interactuar. "AR lleva la interfaz de usuario a un nivel completamente nuevo. Se puede superponer un panel de control virtual directamente sobre el producto y operar con un auricular AR, gestos con las manos y comandos de voz ... Un trabajador que use lentes inteligentes, por ejemplo, podrá recorrer una línea de máquinas de fábrica, ver su parámetros de rendimiento y ajustar cada máquina sin tocarla físicamente ", escriben.

La RA está teniendo un impacto en casi todos los aspectos de la cadena de valor de un producto. En el desarrollo de productos, la RA permite superponer modelos 3D realistas en el mundo físico como hologramas, lo que ayuda a los ingenieros a evaluar y mejorar los diseños. En la fabricación, donde los procesos suelen ser complejos y los errores son costosos, la RA puede entregar la información correcta a los trabajadores de la fábrica en el momento en que se necesita, al tiempo que hace visibles los datos importantes de cada máquina, lo que reduce los errores, mejora la productividad y evita el tiempo de inactividad. En marketing y ventas, la RA puede mostrar a los clientes cómo se verán los productos en sus hogares u otros entornos antes de comprar.

"Si bien los avances en inteligencia artificial y robótica son impresionantes, creemos que la combinación de las capacidades de las máquinas con las fortalezas distintivas de los humanos conducirá a una productividad mucho mayor y a una creación de valor mayor que la que cualquiera de las dos podría generar por sí sola", concluyen. "Lo que se necesita para aprovechar esta oportunidad es una poderosa interfaz humana que sirva de puente entre el mundo digital y el físico. Vemos la realidad aumentada como una innovación histórica que proporciona esto " .

Fuente: <https://blogs.wsj.com/cio/2019/07/05/the-business-value-of-augmented-reality/>





**ACCELERALIA**  
acceleration platform