

REALIDAD AUMENTADA: VENTAJAS Y POTENCIAL

POR CONSTANZA GARÍN

La asistencia en línea en caso de una falla eléctrica, o una asistencia programada de un molino SAG -equipo que tritura roca en minería- desde Santiago hacia otra región de Chile, son alternativas que hoy está utilizando el sector minero y que son posibles gracias a la Realidad Aumentada (AR, por sus siglas en inglés).

Se trata de una tecnología que permite superponer elementos virtuales sobre nuestra visión en la vida real, característica clave según Eduardo Nilo, senior Vice President Pacific Rim Metso y gerente general de Metso Chile.

“Poner un especialista a la distancia en una faena, hace que el operador pueda recibir indicaciones en tiempo real de cómo resolver un problema o cómo realizar una tarea de mantenimiento de equipos”, explica el ejecutivo.

En la minería, ese no es el único beneficio de la AR. La gerente general de Minnovex AG, Alejandra Molina, añade que esta tecnología está apo-

La tecnología es mayormente utilizada en el sector minero en Chile, pero los expertos afirman que tiene mucho potencial en otros rubros, como el retail y la industria de la construcción.

yando fundamentalmente en la etapa de instalación previa de equipos y también en el diseño industrial de una infraestructura específica dentro de una faena. De esta manera, “la realidad aumentada permite reducir riesgos y llevar a cabo procesos de forma más eficiente”, subraya Molina.

Junto con ello, Patricio Cofré, socio de Consultoría en Data Analytics de EY Metric Arts, destaca el rol que esta tecnología puede tener en las capacitaciones y en el entrenamiento



del personal, pues permite que las personas ensayen las actividades que deben realizar, sin la necesidad de entrar a una mina.

“Es posible ofrecer una experiencia contextual ampliada respecto a las situaciones que se enfrentarán, pudiendo así mejorar su capacidad de descubrimiento y alerta”, detalla Cofré.

Hacia dónde avanzar

Pese a todas estas ventajas, especial-

ción, turismo, manufactura e incluso en medicina, asegura Sandra Barros, socia de Deloitte.

“China también es líder en este tipo de tecnologías. Ahora, en tiempos del Covid-19, la están utilizando para medir la temperatura de miles de personas, mostrándola en lentes especiales en dos minutos”, ejemplifica.

La mayor experiencia de uso en otras latitudes puede ayudar a Chile a visualizar donde más incluir a la Realidad Aumentada y así crear nuevas soluciones “en pro de nuestro desarrollo futuro”, comenta Barros.

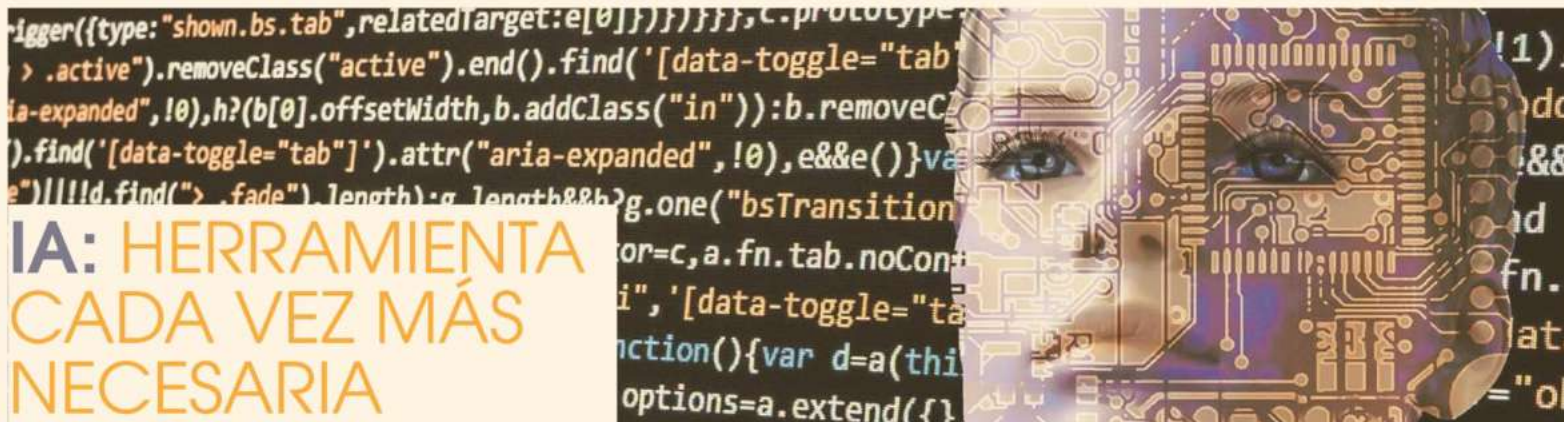
El retail, por ejemplo, es otro sector que ha empezado a aplicar soluciones de AR, con innovaciones como probadores de ropa virtuales. La ejecutiva de Deloitte explica que su mayor integración en las áreas comerciales acelerará el fortalecimiento de la relación entre clientes y productos/servicios, haciendo un “*journey* más interactivo, relevante y personalizado”, especifica, agregando que esto será fundamental para “marcar la diferencia” en la expansión del e-commerce.

En el corto plazo, Paola Ricordi, gerente de Desarrollo de Negocios de Gimo, observa también que esta tecnología tiene potencial en la construcción.

“Se podrán generar hologramas y revisar la estructura sobreponiéndose en tamaño real, asegurando en un 100% el control del proceso constructivo”, acota. ■

mente si se considera lo estratégico del sector minero, la penetración de la Realidad Aumentada todavía es baja, según los expertos, principalmente porque “aún hace falta” una mayor masa crítica de profesionales especializados en el desarrollo de tecnologías de este tipo, sostiene Patricio Cofré, de EY.

Pero no hay dudas de que el potencial es muy grande. Estados Unidos es el país que más la ha implementado, principalmente en educación, forma-



La pandemia del Covid-19 ha puesto de manifiesto la urgencia por una mayor incorporación de esta tecnología.

POR ÁLVARO VERGARA

Las tecnologías basadas en datos han transformado la forma en que se estructuran los negocios y el trabajo de un sinnúmero de industrias, porque “han logrado dar una respuesta tan satisfactoria como atractiva al desafío que implica saber cómo explotar las enormes cantidades de datos que hoy manejan las organizaciones”, explica el líder de Innovación en Arcadis, Fernando Calle, agregando que, en ese contexto, la inteligencia artificial (IA) es “quizás la apuesta de nombre

más seductor”.

De hecho, su uso ya es parte de la vida cotidiana, sin que las personas necesariamente se den cuenta, acota el gerente general de Previsión, Alex Cabrera. “Cada vez que buscamos algo en Google o pedimos ayuda a Siri en un iPhone, usamos IA”, grafica.

A nivel productivo, son varios los sectores en Chile que la han incorporado en sus operaciones, destacando la banca, el retail, las telecomunicaciones y la minería. Andrés Awnetwan, socio de Deloitte experto en IA, explica que “la necesidad imperiosa” de ser más ágiles en servicio y calidad de res-

puesta, impulsa a tener presencia de chatbots, sistemas de recomendación y capacidades de personalización en sus plataformas digitales y call centers.

Nayat Sánchez Pi, socia de la Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información (ACTI) y CEO de Inria Chile, dice que la adopción normalmente viene aparejada del aumento de los ingresos y la reducción de costos, “que se ve reflejado desde las áreas de marketing y ventas, desarrollo de productos y la cadena de suministro, hasta áreas como RRHH y análisis estratégico”.

La ejecutiva añade que desde el punto de vista de la aplicación, “un algoritmo de *machine learning* puede optimizar ciertas funciones, como maximizar las ventas u optimizar la sostenibilidad de algunos procesos”.

Implementación acelerada

Hoy en día, a raíz de la pandemia del nuevo coronavirus (Covid-19), se ha internalizado el sentido de urgencia de acelerar aún más la incorporación de tecnologías de este tipo, ya que “el tiempo y el período de validación disponible de cada acción es prácticamente cero”, afirma Fernando Calle, de Arcadis.

Para la socia de ACTI, el escenario actual ha evidenciado que “debemos ir mucho más allá de la transformación digital y la adopción de herramientas tecnológicas. Necesitamos conseguir la automatización integral de algunos procesos productivos y prepararnos progresivamente para ello”.

El uso de la IA se ha intensificado en Japón, Rusia, Israel o Estados Unidos, donde gran parte de la banca utiliza

Trading Algorítmico en cerca del 70% de sus transacciones, o China, que ha decidido invertir US\$ 150 mil millones en IA.

Oswaldo Travieso, associate partner de Consultoría en Estrategia Digital de EY, cree que el principal obstáculo para incorporarla en las empresas locales es cultural.

“Es cierto que se requieren grandes cantidades de datos y mucho conocimiento especializado, pero lo más difícil será adaptarnos a trabajar con estos sistemas”, dice, añadiendo que el uso de esta tecnología podría mejorar el PIB nacional “en más de un punto porcentual”, por lo que las compañías que aprendan a manejar este tema “serán las ganadoras absolutas”, ya que crearán ventajas competitivas que sus rivales no podrán emular. ■