

REALIDAD VIRTUAL EN CERÁMICA: NUEVO PARADIGMA DE MARKETING

© 2011 Antonio Quesada Hervás

DEMBeta, S.L. (Spain)

1. SUMARIO

La Industria Cerámica ha avanzado mucho, pero sus tecnologías de marketing están obsoletas. La Realidad Virtual se presenta como el nuevo camino de la visualización de producto, capaz de lograr un tremendo impacto en el público y reducir los gastos en marketing.

La tecnología en el mundo de la cerámica ha evolucionado de una forma impactante en los últimos años: Nuevos materiales, nuevos procesos que logran productos inimaginables hace unos años. Suelos radiantes, formas complejas, nuevas texturas y colores hacen de la cerámica un material revolucionario en muchos campos. Sin embargo, el modo de mostrar estos productos al público no ha variado apenas en los últimos 50 años (con la excepción de Internet, que por otra parte, se ha quedado estancada desde hace demasiado tiempo).

Llegamos así a un punto de fractura, donde se hacen necesarios nuevos medios, acordes a la modernizada Industria Cerámica, y a la nueva Sociedad Tecnológica del siglo XXI.

2. ¿EN QUÉ CONSISTE?

Por una parte necesitamos un software que recree entornos virtuales de una manera realista, que permita al Usuario moverse con total libertad e interactuar con ese mundo. Aplicado a la industria cerámica, el espectador podrá moverse por una casa virtual y cambiar a su gusto el pavimento, revestimiento o los complementos cerámicos. Además lo hará con gafas 3D (activas o anaglíficas) que permitan la sensación de volumen y profundidad.



Fig.1 - Gafas activas y anaglíficas

Por otra parte necesitaremos un medio audiovisual para mostrar esas imágenes, esos ambientes al espectador. Existen varios niveles de complejidad y tamaño de la instalación necesaria para disfrutar de una experiencia de inmersión virtual, desde instalaciones envolventes hasta sistemas basados en 1 sólo ordenador personal, en smartphones o tablets.

3. ¿POR QUÉ SE IMPONDRÁ ESTA TECNOLOGÍA?

El motivo fundamental es que el Mundo avanza en esta dirección. Virtualización. 3D. Inmersión. Tecnología Visual. El primero que implante estas soluciones estará a la vanguardia. Después llegará el resto.

4. VENTAJAS/AVANCES

En líneas generales, las ventajas de este tipo de sistemas son claras:

- **Impacto en el público**, imprescindible en un marketing moderno.
- **Ahorro de costes** en transporte, logística y muestras.
- **Ecología**, minimizando el uso del papel.
- **Alcance global**, a nivel mundial gracias a Internet.
- **Control exhaustivo del marketing**, integrando tecnologías como Google Analytics.
- **Facilita la visualización**, acerca la venta.
- **Mantiene al espectador en foco**. La atención del espectador es el valor más cotizado en publicidad.

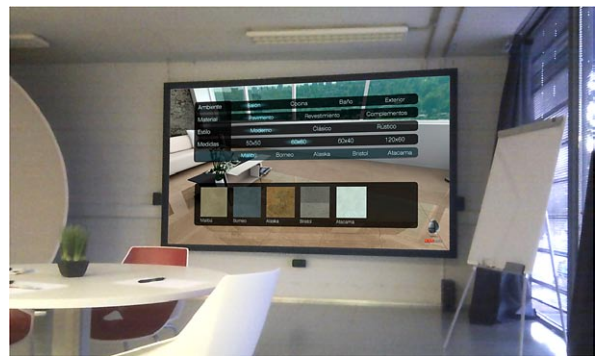
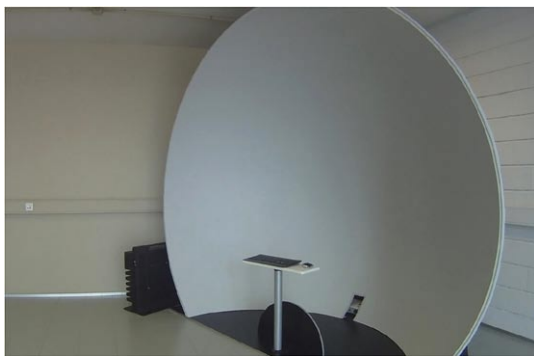


Fig.2 - Sistemas VR: Domo hemisférico 3D y Pantalla de proyección 3D

5. CONCLUSIONES

En definitiva, el Mundo avanza rápido, y el 3D y la Realidad Virtual son tecnologías que han llegado para quedarse. El Sector Cerámico ha de subirse a este tren y permanecer a la vanguardia de un futuro que ya está aquí.

Antonio Quesada Hervás
antonio@dembeta.com
Abril 2011