



## ¿De qué manera la realidad virtual está revolucionando el mundo corporativo peruano?

- *En el marco del Día Mundial de la Realidad Virtual, Mariano Orihuela de Claro analiza de qué manera esta tecnología puede ser aprovechada por las empresas*

**Lunes, 21 de noviembre del 2022.-** Hace algunos años, cualquier historia sobre espacios digitales en 3D, en donde los usuarios pueden interactuar entre sí y tener diferentes experiencias virtuales, parecía sacada de un guión de ciencia ficción. Hoy, sin embargo, la última encuesta de Ipsos para el Foro Económico Mundial revela que el 93% de peruanos consultados asegura estar familiarizado con esta tecnología y un 82% presenta un gran entusiasmo por incorporarla en sus vidas laborales.

En este escenario, el Perú se ha convertido en un mercado atractivo para el ingreso de tecnologías 3D en la escena empresarial y un foco en Latinoamérica para la innovación corporativa. Por ello, en el marco del Día Mundial de la Realidad Virtual, Claro explora las distintas maneras que las empresas peruanas pueden sacar provecho de esta tecnología, ofreciendo experiencias únicas para colaboradores y públicos objetivos.

Actualmente, la realidad virtual ofrece una ventana inagotable de escenarios, personajes y actividades para los distintos públicos de una empresa. Es una página en blanco que permite diseñar de cero la experiencia deseada y sumergir al consumidor en un universo infinito de narrativas e historias diversas.

Un ejemplo de ello lo emprendió Claro en setiembre de este año en PERUMIN 35, donde invitó a los asistentes a usar sus visores y vivir la experiencia de probar la realidad virtual a través de unos visores y sumergirse en un mundo irreal, internarse en medio de la selva y hasta ingresar a un socavón minero.

*"La realidad virtual bloquea el mundo exterior y muestra imágenes en 360 grados para crear una simulación para el usuario. Esto permite no solo transportar al usuario a lugares extraordinarios, sino que puede ser una herramienta para crear un storytelling más completo. Es así que la realidad virtual también nos permitió llevar a los asistentes a visualizar los hitos de la empresa en el sector telecomunicaciones nacional",* comentó **Mariano Orihuela, director de Mercado Corporativo** de Claro.

Por otro lado, la realidad virtual no solo se reduce, en el mundo corporativo, a una herramienta de comunicación con clientes finales, sino que también es una alternativa para la dinámica laboral interna en las empresas.

*"La pandemia dejó un punto de inflexión en la forma cómo concebimos el ambiente laboral y la interacción con los colaboradores. De alguna manera, forzó una migración a plataformas digitales y hoy nos brinda una oportunidad de reducción de costos importante para muchas empresas, algo que puede ser optimizado considerando los últimos avances en realidad aumentada",* agrega **Orihuela**.

De esta manera, la tecnología de realidad virtual puede ser utilizada para brindar capacitaciones de manera remota y recuperar parte de la interacción cercana con los colaboradores, un factor importante que se perdió con el *home office*. Además, le permite a



las empresas generar contenido virtual en poco tiempo y a costos accesibles para proporcionar acceso masivo.

*"La llegada del Metaverso ya marcó la pauta en lo que puede significar la realidad virtual en el día a día de las personas, especialmente en un contexto corporativo con altas competencias digitales como el que dejó la pandemia. Las condiciones están dadas para empezar a ver un giro tecnológico en el escenario empresarial peruano en los próximos años", finaliza el* **directivo.**

#### **Acerca de América Móvil**

América Móvil es la empresa líder en servicios integrados de telecomunicaciones en Latinoamérica. El despliegue de su plataforma de comunicaciones de clase mundial le permite ofrecer a sus clientes un portafolio de servicios de valor agregado y soluciones de comunicación mejoradas en 23 países de América y Europa. Al 30 de septiembre de 2022, la compañía contaba con 383,3 millones de líneas de acceso, que incluyen 307,8 millones de suscriptores móviles y 74,5 millones de unidades generadoras de ingreso fijas (telefonía fija, banda ancha y televisión de paga). Conozca más en [www.americamovil.com](http://www.americamovil.com)