

La startup española Wildbytes crea una app de realidad aumentada para grandes eventos

La app se estrenó en esta edición del festival Primavera Sound bajo el nombre 'SEAT Lost&Sound'

Cada vez son más compañías las que apuestan por la realidad aumentada para mejorar la experiencia de cliente y la interacción con los consumidores. De acuerdo con IDC Research España, el 50% de las grandes empresas europeas habrán puesto en marcha una estrategia de realidad aumentada y/o realidad virtual en 2020. Así, la inversión mundial en realidad aumentada y virtual se estimaba para este año superior a los 20.000 millones de dólares en todo el mundo, según IDC, que apunta que se espera una tendencia al alza hasta 2022, con un crecimiento de un 69,6% desde 2012. Concretamente, en Europa Occidental se estima una inversión de 1.740 millones para 2022.

Una de las aplicaciones más interesantes de esta tecnología es para mejorar la experiencia del usuario en lugares concurridos o como forma de orientación sencilla y lúdica. En este contexto, la startup española de alcance mundial Wildbytes -agencia de innovación experiencial que diseña y produce lanzamientos y eventos basados en innovación, experiencias e instalaciones con tecnología digital de última generación- ha creado, en colaboración con Google, la primera app de realidad aumentada con geolocalización para grandes eventos que se estrenó en esta edición del festival Primavera Sound de la mano de SEAT.

"Actualmente la realidad aumentada es un tema candente. Ahora bien, lo que las personas buscan no es un uso meramente lúdico sino que las aplicaciones de esta tecnología les ayuden o les resuelvan un problema. Esta aplicación que hemos creado combina ambos elementos: el factor atractivo que tiene en sí el uso de la realidad aumentada, con una solución real y operativa a un problema al que se enfrentan los asistentes a un gran evento: ¿cómo encontrar a tus amigos entre miles de personas y divertirse en el camino?", declara Laia Zanon, directora de producción creativa de Wildbytes en Barcelona.

La app se estrena en esta edición del Primavera Sound

Tras 20 años de historia, el festival barcelonés -que espera convocar hasta este sábado a 200.000 personas en el Parc del Fòrum- en esta edición se ha renovado en muchos sentidos: ha abandonado su mítica estela indie que le había convertido en uno de los emblemas a nivel europeo, presenta un cartel más paritario y ha apostado por el uso de la tecnología.

Los festivales de música son lugares especialmente concurridos, donde a menudo es muy fácil perder a los amigos. "SEAT tiene una relación muy estrecha con el mundo de los festivales de música, y con esta aplicación estamos superando los límites en términos de lo que es posible lograr con tecnologías tan increíbles como la geolocalización y la realidad aumentada para hacer que la experiencia del festival de música sea aún más impresionante. La asociación entre SEAT, Google y Wildbytes ha sido clave para hacer realidad una aplicación tan increíble", afirma Susanne Franz, Global Marketing Director de SEAT.

Bajo el nombre de “SEAT Lost&Sound”, la app permite localizar a los amigos utilizando el smartphone gracias a la realidad aumentada, simplemente escaneando el espacio con la cámara del móvil. En caso de que se quiera encontrar algún amigo, al abrir la app aparece una señal en el cielo en forma del icono que se elija, indicando su posición dentro de la multitud y su distancia desde el buscador. Los usuarios pueden enviar una señal para que sus amigos sepan dónde están, además de solicitar que sus amigos compartan su señal. Si el usuario está inactivo en ese momento, recibirá una notificación para que puedan acceder a la ubicación de sus amigos la próxima vez que abran la aplicación. Además, la parte lúdica de la aplicación permite personalizar las señales personales mediante elementos 3D (una mano gigante, un trozo de pizza, un osito de gominola, un montón de globos etc.) que se desplazan sobre la ubicación.

Sobre el proceso de creación de la aplicación, Laia resalta que “los principales desafíos a los que nos enfrentamos fueron alrededor de la UX (experiencia de usuario) de la aplicación; aún es muy reciente la funcionalidad de usar la realidad aumentada para ubicar a personas en un espacio físico, por lo que tuvimos que pensar cómo hacer que la gente lo utilizara. Técnicamente, el desafío era obtener la mejor ubicación geográfica posible, que está limitada por la actual precisión que ofrece el GPS. Por último, también trabajamos para lograr el factor lúdico, lo que conseguimos gracias a las señales digitales y los iconos que los usuarios pueden elegir para representarse a sí mismos”.

Datos de contacto:

Wildbytes
916611737

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Cataluña](#) [Emprendedores](#) [Dispositivos móviles](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>