

Se estima que en 2020 cien millones de personas compraron utilizando realidad aumentada

El mercado de la realidad aumentada alcanzará los 198 mil millones de dólares para 2025, especialmente gracias al despegue de la tecnología Web AR, según apuntan desde Wildbytes

Una de las tecnologías que lleva ya varios años en la cresta de la ola es la realidad aumentada, siendo cada vez más precisa e interactiva. De hecho, se estima que 100 millones de personas utilizaron realidad aumentada para comprar algo en 2020 y el 78% de los consumidores ya prefieren este tipo de tecnología por encima de las experiencias audiovisuales*. Ante esta situación, no es de extrañar que el 67% de las agencias estén interesadas en implementar la realidad aumentada en sus campañas de marketing.

La realidad aumentada en web dará un salto de gigante gracias al 5G

El mercado de la realidad aumentada está actualmente valorado en torno a 16,6 mil millones de dólares y se prevé que alcance los 198 mil millones para 2025, especialmente gracias al despegue de la tecnología de Web AR. De hecho, según Wildbytes, agencia de innovación experiencial que diseña y produce lanzamientos y eventos basados en innovación, experiencias e instalaciones con tecnología digital de última generación, esta tecnología se va a consolidar en 2021, convirtiéndose en una de las tecnologías clave para la consolidación de experiencias digitales disruptivas, además de convertirse en una de las herramientas fundamentales para llevar a cabo acciones especiales en marketing.

“La realidad aumentada está generalmente asociada a apps de terceros o filtros de redes sociales, y rara vez se puede utilizar sin la necesidad de preinstalar algún tipo de software en nuestro teléfono móvil. Así nació la Web AR, una tecnología con bastante recorrido en las redes 4G y la cual dará un salto cualitativo gracias al 5G. Con ella los usuarios pueden ir a sitios web y disfrutar de una experiencia de realidad aumentada haciendo clic en una imagen, un enlace o a través de un código QR en unos pocos segundos, eliminando así una de las principales barreras de entrada de este tipo de iniciativas”, según Laia Zanon, directora de producción creativa de Wildbytes.

De igual manera, este tipo de tecnología no sólo es beneficiosa para los usuarios sino también para las propias empresas. Así, entre las ventajas se encuentran la velocidad de desarrollo ya que mientras una app de realidad aumentada puede llevar 6 meses de trabajo, una de WebAR puede desarrollarse en apenas unas semanas, lo que permite optimizar en gran medida los costes.

“Es esencial que las empresas tengan en mente la aplicación de realidad aumentada en web a la hora de diseñar sus estrategias. El coste de desarrollar una campaña de WebAR, y el tiempo que se invierte en ello, son bastante más reducidos y por tanto es más beneficioso. Y, al igual que en una experiencia de realidad aumentada en una app, puedes ver cuántas personas han interactuado, el tiempo que han dedicado, o cuántos clics han hecho, lo que te permite conocer el retorno de tu inversión”, revela Daniel Torrico, Managing Director de Wildbytes.

De esta forma, la agencia de innovación experiencial Wildbytes ha desarrollado activaciones de web AR para gigantes tecnológicos de la comunicación y grandes clubes deportivos, entre otras compañías, convirtiéndose en una tecnología por la que cada vez más compañías están apostando.

Fuente: informe realizado por Aircards

Datos de contacto:

Wildbytes
916611737

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

Categorías: [Marketing E-Commerce](#) [Consumo](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>