

Claro RA: la apuesta de la operadora por la Realidad Aumentada

La operadora Claro ha publicado un informe analizando un mercado en que ha incursiones y que es la Realidad Aumentada. La Compañía de telecomunicaciones irrumpe con su desarrollo **Claro RA**, un aplicativo de realidad aumentada concebido para la revista '15 minutos'. Recuerda un comunicado de prensa emitido por los voceros de la marca en Colombia que según la consultora IDC, **junto con la Realidad Virtual, la Realidad Aumentada alcanzará los 13.900 millones de dólares en el mercado mundial en 2017.**



“Con la aplicación, **la compañía de telecomunicaciones busca ofrecer contenido adicional y exclusivo a la versión impresa de la revista**, como videos en alta definición, animaciones en 3D, links a páginas web o conversaciones en redes sociales”, explican desde la empresa. Este desarrollo tecnológico está disponible de forma gratuita e independientemente del operador, se puede descargar en los sistemas operativos iOS o Android.

“Nuestra publicación recientemente celebró su edición número 100 y nuestro alcance nos permite adaptarnos y aprovechar con la Realidad Aumentada las ventajas del uso de teléfonos móviles que cada vez es más extendido, convirtiendo los impresos en un contenido multimedia”, declaró Jorge Concha, jefe de contenido audiovisual de Claro.

El directivo considera que la operadora tiene una ventaja y es que su herramienta Claro RA es un aplicación propia, desarrollada por la compañía. “Comercialmente, las expectativas son altas y el próximo paso es **iniciar conversaciones con grandes superficies y empresas del sector retail** para, por ejemplo, implementar soluciones en empaques de comida o productos de aseo y a través de la realidad aumentada, ofrecer a los consumidores recetas a base de esos productos, tratamientos de belleza o videos asociados a las marcas”.

De acuerdo con cifras de Play Store, Claro RA ya tiene más de 10.000 descargas y en App Store está clasificada por encima de 4.