

## ECONOMÍA

**S**omos hijos del azar. A lo largo de la vida fértil de una mujer se generan 750.000 óvulos, pero no más de dos o tres por española se enfrentará a una avalancha de 250 millones de espermatozoides. Sólo uno de estos intrépidos alcanzará la meta y aún tendrá que vérselas con el destino para consumar la procreación. Hay loterías con más probabilidades, pero, si no se juega, no se gana.

Al hecho venturoso que ocurre de forma casual se le denomina serendipia y, aunque parezca una palabra griega, viene realmente

MAREA BAJA

alvaro.mohorte@lasprovincias.es

## LA REINA DE LA NOCHE

ÁLVARO MOHORTE



del antiguo nombre de Sri Lanka, que los británicos llamaban Serendip. Sin embargo, que tenga este sentido es fruto del cuento 'Los tres príncipes de Serendip'. En él, tres príncipes adivinan por

unas huellas que por su camino había pasado un camello tuerto del ojo derecho, que cargaba miel y mantequilla, llevando en su lomo a una mujer embarazada.

Al describirlo con tanta exactitud, el mercader que lo había perdido (junto a su esposa), los llevó ante la justicia acusados del robo y logró que los condenaran a muerte. Sólo la casualidad hizo que la mujer lograra llegar a tiempo para esclarecer el problema y salvar a los tres inocentes.

Lo curioso es que sucesos como éste ocurren a diario, generando los más dispares efectos.

Sin ir más lejos, una chica llamada Diana tuvo que cuidar de sus hermanos al salir sus padres a cenar. En el comedor de casa, la muchacha empezó a pasar los canales de la tele, pero nada le gustaba.

Sus hermanos trasteaban en la alfombra con la perra hasta que vieron como Diana, fervorosa admiradora de New Kids On The Block, se quedaba embobada viendo y escuchando algo que estaban echando en la televisión pública.

Diana empezó a imitar los complejos gorgoritos que una



Una trabajadora muestra un programa de realidad aumentada. :: AUMENTATY

# Una empresa virtual para hacer negocio real

**Aumentaty factura un millón de euros frente a los 300.000 de la mayoría del sector y sitúa 2017 como un año de crecimiento**

Entre los desarrollos de la mercantil valenciana se encuentra una tecnología capaz de introducir al usuario en una realidad inmersiva

:: ELÍASBETH RODRÍGUEZ

**VALENCIA.** Conceptos como realidad virtual, aumentada, tecnología de inmersión e interacción tienen un halo futurista que, en ocasiones, se relacionan a la ciencia ficción. Sin embargo, estas aplicaciones constituyen uno de los campos de negocio más punteros que hay a día de hoy. El ejemplo más cerca-

no es Aumentaty, una compañía valenciana que, con once años de historia, comienza a hacer ruido en los medios tras haber lanzado varios desarrollos muy innovadores.

Uno de sus productos más recientes es una tecnología nueva de realidad inmersiva que introduce al usuario, sin necesidad de cables, cascos o cromas, en un entorno virtual. «Con tecnologías inmersivas podemos conseguir que en lugar de ver, por ejemplo, un plano se pueda ver el piso que vas a comprar. O configurar por completo un salón o una cocina en clientes que tenemos de retail», explican desde la firma valenciana, que factura un millón de euros al año frente a los

**«Podemos conseguir que, en lugar de un plano, se pueda ver el piso que vas a comprar»**

300.000 que registran el 80% de las empresas del sector en España.

Justo este año, la empresa ha tomado la decisión de cambiar de nombre y, a su vez, dar un impulso a su promoción tras más de una década de trabajo realizado desde la discreción. En concreto, fue el pasado mes de marzo cuando deja-

ron de llamarse Bienetec para pasar a ser Realidad Virtual Aumentaty, ya que la marca es más conocida que la empresa. Además, de este modo alinea productos y razón social.

La compañía fue fundada en el año 2006 por Esteban Anguita, director general y accionista único al poseer el 100% de la propiedad. La mercantil nació con la vocación de dedicarse al mercado de la realidad virtual, «un mercado de nicho en aquellos años, haciendo proyectos adhoc», según cuentan desde la firma.

## Cambio de rumbo

Sin embargo, a raíz del hundimiento de la tecnología tradicional en contraposición a los bajos precios y popularidad de los nuevos dispositivos, Aumentaty optó por cambiar la dirección de su negocio. La compañía de Esteban Anguita planteó centrarse en el desarrollo de soluciones software basadas en realidad virtual y aumentada ad hoc para clientes. Esto se conoce en el gremio como B2B.

A partir de 2012, focaliza su actividad en el B2B pero muy especialmente en la creación de soluciones de realidad aumentada bajo la marca Aumentaty. «El conjunto de soluciones Aumentaty están pensadas para que los usuarios puedan utilizarlas de manera fácil y con una curva de aprendizaje muy rápida y sin conocimientos técnicos ni de programación ni de creación de modelos 3D», cuentan. En concreto, las soluciones de realidad virtual presentadas en 2012 cuentan con más de 100.000 usuarios activos, según indica la compañía. Su principal nicho se encuentra en el sector educativo y de formación.

Actualmente, Aumentaty tiene proyectos en marcha con Ikea, Adif, el instituto cartográfico de Chile, Pamesa Valencia, Leroy Merlin y otras empresas multinacionales. Cabe destacar que uno de sus desarrollos más llamativos es una herramienta para elaborar tácticas de combate. Se trata de una aplicación para el ejército de Chile y que ha sido desarrollada junto a la empresa ITrag International. «Hemos unificado dos tipos de tecnología: la

## Principal objetivo de la compañía: el público mayoritario

**Este año 2017 se ha convertido en el ejercicio clave para Aumentaty, que establece como principal objetivo llegar al público mayoritario. «Además del rebranding total, queda presentar nuestra apuesta para conseguir que la realidad aumentada se popularice por completo. Esto es: actualizar nuestras aplicaciones (apps) existentes desde 2012 después de escuchar a los usuarios durante años», apuntan desde la mercantil. «Hay que pensar en la gente que no sabe programar. Tenemos que hacer que la creación de realidad aumentada se consiga con tres clicks de ratón», sostienen. Por ello, Aumentaty va a lanzar en unas semanas las aplicaciones de RA (Aumentaty Creator, para crear, y Aumentaty Scope, para ver. «Esperamos convertirnos en el standard de visualización y creación para el público mayoritario», concluyen.**

multitáctil y el entorno de realidad aumentada. El usuario se pone unas gafas y visualiza en una pantalla el holograma de un punto geográfico concreto, que en este caso sería el campo de batalla», explicó el director comercial de la empresa, Juan Vicente Moret, a LAS PROVINCIAS el pasado año cuando se lanzó la aplicación. «Lo novedoso es que, al ser táctil, puedes colocar los marcadores, que representan un carro de combate o un helicóptero, donde quieras. De este modo, ayudas a definir las estrategias», añadió.

La compañía está compuesta por una plantilla de 12 profesionales entre técnicos, comerciales, programadores y diseñadores. «Es hora de entender que las tecnologías inmersivas ya no son el futuro. Son una herramienta más a nuestro alcance para conseguir nuestros objetivos comerciales y satisfacción de nuestros clientes», afirman desde Aumentaty.