

## **‘¿QUIÉN ES QUIÉN DE LA REALIDAD VIRTUAL EN ESPAÑA?’: UNA NUEVA HERRAMIENTA PARA CONOCER A LOS IMPULSORES DE ESTA INDUSTRIA**

- **The App Date y Fundación Telefónica presentan la única base de datos ‘online’ -abierta y colaborativa- que pretende identificar a todas las empresas implicadas en nuestro país con esta tecnología.**
- **Conocimos la ‘VR Explorers by San Miguel’, un maridaje VR que propone una fusión entre la gastronomía del mundo y un viaje único a través de los sentidos.**
- **Los hermanos Acosta mostraron su trabajo para Google creando experiencias inmersivas para ‘Expeditions’, su plataforma educativa.**

**Madrid, 15 de marzo de 2017.-** The App Date, evento de referencia sobre apps y realidad virtual, presentó este martes junto a Fundación Telefónica, el ‘Quién es quién de la Realidad Virtual en España’. Se trata de una novedosa iniciativa que “pretende identificar a todas las empresas involucradas con esta industria, que se encuentra en plena fase de despegue en nuestro país”. El proyecto se presentó en el Espacio Fundación Telefónica, institución con la que App Date colabora desde 2014 y junto a la que creó hace un año el primer espacio de experimentación VR gratuito en Madrid.

Esta base de datos -disponible para consulta pública en **espacio.fundaciontelefonica.com**- es un proyecto abierto y colaborativo que nace con la vocación de convertirse en la guía de referencia sobre los trabajos realizados por empresas nacionales. “En España estamos produciendo a un gran nivel, tanto en número como en calidad. A finales del pasado año ya se habían desarrollado más de 500 experiencias inmersivas por empresas nacionales”, comentó Óscar Hormigos, fundador de The App Date.

De esta manera, el ‘Quién es quién de la Realidad Virtual en España’ recoge más de 85 empresas, con todo lo necesario para poder conocer a todos aquellos actores involucrados en el desarrollo de un proyecto VR. “Creo que la diversificación que se plasma en la plataforma es la mejor señal de la posición que España está empezando a adoptar en este sector”, añadió Hormigos en el evento de este martes.

El ‘Quién es quién de la Realidad Virtual en España’ de The App Date y Fundación Telefónica está repartido en un total de siete categorías: productoras, desarrollo,

### **Para más información**

**Fundación Telefónica**  
Dirección de Comunicación  
  
Gran Vía, 28, 7ª planta  
28013, Madrid

eva.solansgalobart@telefonica.com /  
sguemes@atrevia.com  
Tlfno: 676 470 587 / 616 15 73 44  
espacio.fundacion.telefonica.com

consultoría, divulgación, formación, alquiler y hardware. Una estructura capaz de reflejar el estado de la industria pero susceptible de crecer y ampliarse según vayan surgiendo nuevas compañías y especialidades.

Esta iniciativa “se enmarca en el esfuerzo” de estos dos actores por profundizar en la divulgación de la Realidad Virtual. En la investigación y planificación de esta base de datos se ha aprovechado todo el ‘know how’ acumulado en los meses de trabajo conjunto en el Espacio de Realidad Virtual del Espacio Fundación Telefónica, por el que han pasado ya más de 15.000 personas hasta la fecha.

El año pasado se estima que las empresas dedicadas a la VR en España sumaron una facturación superior a los 45 millones de euros y casi todas (un 95%) pretenden contratar nuevos empleados a lo largo de este año. “Aunque todavía es pronto para pensar en experiencias, grandes marcas están apostando por la Realidad Virtual para activaciones en puntos de venta, eventos, venta de proyectos”.

En este The VR Date no se quiso pasar tampoco por alto el buen ritmo de adopción de dispositivos por parte del mercado. Por ejemplo, las Gear VR de Samsung han vendido hasta febrero 4,3 millones de unidades a finales de 2016) y PlayStation VR, en unos pocos meses en el mercado, ya cuentan con 975.000 unidades vendidas.

### **‘VR Explorers by San Miguel’: maridaje VR**

La cita también fue el marco perfecto para conocer una nueva iniciativa que pretende profundizar en la fusión perfecta entre la tecnología y la gastronomía. Se trata de ‘VR Explorers by San Miguel’, una experiencia de realidad virtual desarrollada en conjunto por San Miguel y el estudio The Vrain, dentro del marco del Gastrolab. “La realidad virtual es una nueva forma de contar historias, algo que es muy importante para San Miguel”, aseguró Miguel Ángel Cabrero, director de marketing corporativo de San Miguel.

‘VR Explorers’ propone es un maridaje VR: un juego de exploración con los sentidos a través de un viaje a Japón en 360º, la cerveza San Miguel Selecta y un ingrediente tan simbólico de la gastronomía nipona como el wasabi.

“Se trata de llevar la gastronomía a un nuevo espacio. Si, junto al sentido del gusto, potenciamos estímulos con la vista y el oído proporcionamos una experiencia única”, valora Alberto Triano, director creativo de The Vrain y director del proyecto. “Se trata de una inmersión que marca el espíritu explorador y viajero de San Miguel a través de los sentidos”, remacha Cabrero.

Ambos estuvieron acompañados por Julio Cerezo, ‘beer sommelier’, que ofreció las claves para percibir todo el sabor de una cerveza a través de una experiencia tan novedosa como este maridaje 360. “La habilidad para apreciar los matices de una cerveza se incrementan cuando viene acompañada de un maridaje con algo tan sencillo como un guisante de wasabi y una experiencia sensorial tan especial por Japón”, analizó. “Poder introducir en el mundo de las catas de cervezas esta nueva tecnología, crea una experiencia de exploración del sabor demostrando el carácter intrépido, innovador y vanguardista de este preciado producto”, compartía el experto.

#### **Para más información**

**Fundación Telefónica**  
Dirección de Comunicación  
Gran Vía, 28, 7ª planta  
28013, Madrid

eva.solansgalobart@telefonica.com /  
sguemes@atrevia.com  
Tlfno: 676 470 587 / 616 15 73 44  
espacio.fundacion.telefonica.com

## **La 'vida inmersiva' de los hermanos Acosta**

El broche al evento lo pusieron Raúl y Eduardo Acosta, dos hermanos asturianos que han trabajado creando experiencias en realidad virtual para Google y su plataforma educativa 'Expeditions'. "La inmersión produce un efecto mágico. La retención de información es maravillosa. Los estímulos audiovisuales son muy importantes para recordar, entender", explicaron sobre proyectos como 'Human Body' e 'Insects'.

Sin embargo, los Acosta pusieron el acento en las barreras que tiene que superar esta herramienta para estar presentes realmente en las aulas. "Creemos que existe un desconocimiento por parte de la comunidad educativa. La idea general es que este tipo de experiencias son caras y aparatosas o que están en un estadio poco avanzado, inmaduro, y se duda de su eficacia", concluyeron.

### **Para más información**

**Fundación Telefónica**  
Dirección de Comunicación  
Gran Vía, 28, 7ª planta  
28013, Madrid

eva.solansgalobart@telefonica.com /  
sguemes@atrevia.com  
Tlfno: 676 470 587 / 616 15 73 44  
espacio.fundacion.telefonica.com