

Avances tecnológicos aplicados al comercio:

# Robots y probadores virtuales están transformando la experiencia de comprar

La robotización y la realidad aumentada permiten probarse ropa sin desvestirse y recibir paquetes de compra.

J.M

Entrar al probador, cambiarse, ver que la talla o el modelo no funcionan y tener que vestirse, salir y buscar otra prenda. Eso es lo que pretenden solucionar los probadores virtuales, una tecnología que permite visualizar las prendas en el cuerpo sin probarse.

El cliente las elige en un espejo táctil, y estas aparecen sobre su figura en la pantalla.

Algo que podría parecer ficción es una realidad en varias tiendas del mundo. La empresa coreana FXMirror ha habilitado este tipo de probadores en más de 30 locales en Estados Unidos, Japón, China, Dubái y Corea del Sur, según comenta su gerente de marketing, Su-Min Nam. Y el año pasado la firma Max Mara los incorporó a una de sus tiendas en Hong Kong.

"Esto lo que hace es aplicar el reconocimiento corporal", dice Cristian Hernández, director comercial de Nexar, empresa chilena que fabrica los *software* que hacen posible esta tecnología. "A través de sensores de profundidad y de realidad aumentada, el probador identifica la forma corporal de la persona y superpone las prendas que ella elige y las muestra en pantalla", explica. Aunque estos probadores aún no existen en Chile, Hernández asegura



Ejemplo de los probadores virtuales de la empresa coreana FXMirror. Estos permiten visualizar las prendas en el cuerpo sin necesidad de probarse.



El robot que instaló la firma Zara en una de sus tiendas se compone de una pantalla táctil que esconde detrás un sistema que ubica un paquete y lo entrega al cliente.

que su compañía está negociando con una marca que pronto los instalaría en Santiago y Viña del Mar.

Entre la gama de probadores digitales también están los "inteligentes". Estos vienen con una pantalla táctil en el espejo que se activa al escanear el código de barra de un producto. Allí se pueden consultar tallas y colores, así como sugerencias para completar un *look*.

También sirven para hacer peticiones al personal, quienes reciben las solicitudes en un re-

loj inteligente.

Hace dos meses, la firma española Mango implementó este probador en una de sus tiendas de Barcelona, un paso que ya había dado la marca estadounidense Rebecca Minkoff.

"Los avances en las tecnologías como Internet de las Cosas y la maduración de métodos de inteligencia artificial han dado mejores condiciones para que proyectos queden mejor justificados, ya sea en costo o mejora de experiencia de compra", opina Marcel Goic, director del

Centro de Estudios del Retail (Ceret) acerca de las razones por las que las empresas adoptan estos sistemas.

Un estudio publicado en septiembre pasado por la consultora estadounidense Digital Bridge arrojó que un tercio de los consumidores estaría más dispuesto a comprar algo después de usar tecnologías para previsualizar los productos.

"La gracia de los probadores es que te permiten hacer combinaciones y elegir qué te gusta antes de probártelo de forma clásica. Ahorras tiempo, por lo que es conveniente", agrega Goic.

## Robots asistentes

Otra tecnología que busca facilitar la vida de los compradores son los robots de servicio. Por ejemplo, la marca Zara ubicó este mes un robot en una de sus tiendas en España, donde los clientes recogen compras realizadas por internet. El sistema busca la prenda en un almacén, para luego entregarla al comprador, quien solo interactúa con una pantalla táctil.

"El punto oculta una estructura de 8 metros de largo por 4

metros de alto. Detrás de la pantalla, un sistema robotizado se encarga de ubicar las prendas en casilleros internos y dejarlas en el buzón", explica a "El Mercurio" el equipo de comunicaciones de la compañía, vía correo electrónico.

Un caso parecido es el de Lowe's, una tienda estadounidense de productos para el hogar que en agosto de 2016 presentó su robot de servicio: el LoweBot, una máquina de 1,5 metros de altura que, sin ser humanoide, acompaña a los clientes por los pasillos y los ayuda a localizar artículos. El LoweBot cuenta con un escáner 3D para detectar a los humanos y con reconocimiento de voz para interactuar con ellos.

Para Marcel Goic, la automatización de procesos "llegó para quedarse", mientras que la integración de las máquinas con los clientes irá avanzando progresivamente. "Aún no sabemos cómo madurarán estas tecnologías, aunque algunas muestran cierto nivel de madurez y es esperable que en los próximos años sigan incorporándose otras como la tecnología ponible o la realidad virtual", puntualiza.