

Como as realidades virtual e aumentada impactarão os ambientes de trabalho

Enviado por Leandro Laporta
04-Dez-2017

Muitas empresas já estão reconhecendo que as realidades virtual e aumentada podem ter diferentes funções dentro do ambiente corporativo, mas, para fazer um bom uso de suas capacidades, é necessário entender o funcionamento de cada uma. Enquanto a realidade virtual dá a sensação de integrar, literalmente, um filme, jogos de ação ou salas de conferência, a aumentada adiciona camadas ao que estamos fazendo no mundo real.

Essas realidades já estão transformando experiências, impulsionando os negócios, aprimorando os processos de produção e otimizando lucros. E ainda há muitas áreas que podem aproveitar essas tecnologias para inovar. Veja algumas delas:

1. Comunicações

As reuniões realizadas por meio de ferramentas de comunicações unificadas podem ser incrementadas com realidade aumentada e virtual, como, por exemplo, com o compartilhamento de imagens em 3D entre os participantes. Já existem robôs montados sobre rodas que podem se locomover por grandes espaços para captar imagens e transmiti-las em tempo real para diversas plataformas.

2. Recrutamento

Possibilitar que as pessoas se sintam dentro da organização pode ser um diferencial na hora de recrutar os melhores talentos. Empresas como a Cisco e a mineradora Rio Tinto Kennecott oferecem tours que projetam as instalações utilizando realidade virtual, para que os candidatos se sintam familiarizados com o ambiente sem precisar se deslocar até lá.

3. Treinamentos

Essa é uma das áreas com mais possibilidades de implementações. A Cruz Vermelha está introduzindo a realidade virtual para treinamentos de primeiros socorros em zonas de combate. O Walmart também está investindo na tecnologia, enquanto a Boieng afirmou recentemente que reduziu o tempo de treinamentos em 75% com a realidade virtual.

4. Esportes

O uso da realidade virtual por times e marcas esportivas traz um novo universo de experiências para os fãs. Um bom exemplo foram as olimpíadas no Rio de Janeiro, que

forneceram acesso a alguns jogos por meio de recursos de realidade virtual. A NBA já anunciou que investirá na tecnologia em transmissões especiais para assinantes do programa de fidelidade.

5. Logística e Transporte

A DHL tem usado a realidade aumentada para reduzir erros e aumentar a velocidade nos centros de distribuição para o gerenciamento de estoque. Já a Orange Business Services está trabalhando com a WayRay Navion, no sistema pioneiro de navegação para carros, com tecnologia holográfica que aciona a realidade aumentada quando acoplada ao para-brisa dos veículos.

6. Design de produto

Empresas como Dell EMC, Nike e Boeing têm investido em soluções de realidade virtual para que os designers possam trabalhar na inovação e criação de novos produtos. Os protótipos virtuais podem ser testados antes da fabricação e otimizam custos e os processos de produção.

7. Medicina

Médicos cirurgiões já estão usando realidade virtual e realidade aumentada para treinamentos, diagnósticos e até mesmo em salas de operação. No ano passado, a NHS Trust utilizou a realidade virtual para transmitir um resgate salva-vidas para estudantes de medicina do mundo inteiro.

8. Indústria 4.0

Essa é outra área de grandes oportunidades para a realidade virtual. Com ela, é possível fazer diagnósticos e tomar decisões antes mesmo de acessar as plantas industriais. Em casos extremos, como em uma enchente, por exemplo, é possível monitorar o nível da água e verificar as áreas mais afetadas.

9. Agricultura

Um estudo da fabricante de alimentos Arla identificou diversas possibilidades para a utilização de realidade virtual na agricultura, incluindo wearables que conseguem rastrear animais, monitorando a saúde e consumo de alimentos.

10. Varejo

Os varejistas estão explorando as novas tecnologias para aumentar as vendas e também proporcionar melhores experiências aos clientes. A IKEA já anunciou a intenção de trabalhar com a Apple em um aplicativo para que os consumidores possam visualizar a instalação de móveis em suas casas. A Starbucks utiliza a realidade aumentada para oferecer descontos aos clientes que passam pelas lojas e corretores utilizam realidade virtual para fazer visitas em imóveis.

Apesar de bastante difundidos, podemos dizer que esses são os primeiros passos no uso dessas tecnologias. As empresas que explorarem seu potencial, oferecendo produtos e serviços inovadores para trazer experiências que transformem a percepção do usuário, terão vantagem competitiva em seus mercados. Além disso, existem possibilidades para o serviço público, que beneficia aos cidadãos, independente da infraestrutura física do Estado.

Em resumo, as realidades virtual e aumentada são possibilidades para experimentarmos a sensação do teletransporte, visto que permitem a interação com ambientes diferentes aos que estamos fisicamente, sem a preocupação de enfrentar as dificuldades de mobilidade como desgaste físico, trânsito e filas de espera.

Leandro Laporta é gerente de pré-vendas Brasil da Orange Business Services