



EXPERTA EN DISEÑO Y EXPERIENCIAS INMERSIVAS:

# Kristi Woolsey: “La tecnología de visión transformará nuestra forma de vivir y trabajar”

**La arquitecta y profesora adjunta en la Universidad Carnegie Mellon advierte sobre la necesidad de que las organizaciones estén preparadas para el cambio, ya que la realidad virtual (VR) y la realidad extendida (XR) serán herramientas fundamentales en la experiencia diaria.** FERNANDA GUAJARDO

**K**risti Woolsey, arquitecta, profesora adjunta de la Universidad Carnegie Mellon y directora de Diseño de Experiencia Inmersiva en Boston Consulting Group (BCG), se ha enfocado en los últimos años en la relación entre las tecnologías emergentes, la reinención de servicios y procesos y el diseño de los espacios físicos, profundizando, por ejemplo, en temas como el impacto que la realidad virtual (VR) y la realidad extendida (XR) tendrán en el futuro del trabajo y el consumo. Desde nuevas formas de colaboración en entornos virtuales hasta experiencias inmersivas para los consumidores, Woolsey destaca cómo estas herramientas cambiarán la forma en que las empresas operan y los usuarios interactúan con las marcas. Además, aborda los retos éticos relacionados con la privacidad y la personalización, subrayando la importancia de preparar a las organizaciones para este cambio tecnológico que ya está en marcha.

“Estoy profundamente comprometida con la idea de que la tecnología de visión, como los visores y gafas inteligentes, transformará nuestra forma de vivir y trabajar”, sostiene Woolsey, quien advierte que las empresas deben entender “que esta tecnología ya es una realidad”, por lo tanto, asegura que las compañías deben prepararse para “este futuro cercano donde el uso de estas herramientas será clave para mejorar las experiencias tanto de trabajo como de consumo”.

—¿Cree que la realidad virtual y la realidad extendida jugarán un papel crucial en el futuro del trabajo?

“Estoy convencida de que estamos entrando en una nueva era del trabajo donde la realidad virtual (VR) y la realidad extendida (XR) serán herramientas fundamentales. En BCG hemos probado más de 40 plataformas de colaboración en VR, lo que nos ha permitido descubrir una gran flexibilidad en estas tecnologías, adaptándolas según el tipo de interacción. Muchos de los participantes sintieron una mayor conexión con los demás, incluso más que con plataformas tradicionales como Zoom.

Aunque los visores actuales siguen siendo un poco pesados, empresas como Meta y Lenovo están desarrollando versiones más ligeras que pronto serán parte de nuestra vida diaria, haciendo la colaboración remota más inmersiva y eficiente. Veo un gran impacto en sectores técnicos como el mantenimiento de maquinaria, donde un técnico podrá recibir asistencia en tiempo real mientras realiza una reparación, lo que transformará completamente el panorama laboral”.

—También están los consumidores. ¿Cómo estas tecnologías transformarán la interacción con las marcas?

“Estoy emocionada por el momento que estamos viviendo en la evolución tecnológica. La manera en que interactuamos con marcas y productos está a punto de cam-

biar radicalmente. En lugar de utilizar nuestros teléfonos para hacer compras, imagina tener unas gafas inteligentes conectadas a tu mundo *online*. Estas gafas sabrían qué productos tienes en tu carrito y te guiarían hacia ellos en la tienda física. Si algo no está disponible, te ofrecerían alternativas o la posibilidad de hacer un pedido, como si tuvieras un asistente personal.

Además, estas gafas podrían facilitar tareas cotidianas, como cocinar, sugiriéndote recetas basadas en los ingredientes que ya tienes

en casa. Todo esto sería posible gracias a la inteligencia artificial, que aprendería de tus preferencias y te ofrecería recomendaciones personalizadas. Sin embargo, es crucial que estas interacciones respeten la privacidad del usuario. La clave es asegurarnos de que estas tecnologías mejoren nuestras vidas sin comprometer nuestra privacidad”.

—Ha mencionado la ética y la privacidad como aspectos clave. ¿De qué manera aborda estos temas en su trabajo?

“Este es uno de los grandes desafíos de la tecnología moderna: el cómo manejamos los datos personales cuando usamos inteligencia artificial y computación visual. Aquí es donde entra en juego la ética, ya que es fundamental diseñar estas tecnologías de manera que respeten la privacidad de los usuarios. Creo que las personas deben tener control sobre qué información comparten y cómo se usa, como ya ocurre con las *cookies* en los sitios web. Esto también debe aplicarse a las tecnologías emergentes como las gafas inteligentes. Lo importante es que los usuarios sientan que obtienen un valor real a cambio de compartir sus datos, y que esa decisión sea consciente, y las empresas deben asegurarse de que el valor que ofrecen esté claro para el usuario”.

—Siendo arquitecta ha abordado el diseño físico. En ese sentido, ¿cómo ve la convergencia entre lo digital y lo físico en los espacios?

“El diseño físico ha sido mi pasión por muchos años, y siempre me ha intrigado cómo los espacios en los que nos movemos influyen en nuestro comportamiento. Me interesa cómo podemos guiar experiencias, como ocurre en los supermercados, organizados para asegurarse de que compres un poco más de lo que planeabas originalmente. Lo más fascinante ahora es que podemos combinar esos principios con el diseño digital para mejorar aún más esa influencia. De hecho, lideré un proyecto global que fusionaba lo físico y lo digital en propiedades inmobiliarias. No se trataba solo de lo que veías cuando entrabas en un edificio, sino de cómo podías interactuar con el espacio a través del teléfono o, en un futuro, a través de gafas inteligentes. La combinación de lo físico y lo digital es lo que realmente impulsará el futuro del diseño de espacios”.

—¿Cómo las tecnologías emergentes afectarán las relaciones personales?

“La tecnología está cambiando las relaciones, y lo estamos viendo ya. Una de mis mejores amigas vive en Austin y aunque estamos a miles de kilómetros, la realidad virtual nos permite compartir experiencias como si estuviéramos juntas. Nos ponemos los visores y es como estar en la misma habitación, haciendo cosas juntas como ir de compras o simplemente charlar. Aunque estemos físicamente separadas, la conexión sigue siendo muy cercana. Esta capacidad de conectar a través de la distancia será uno de los mayores regalos de la tecnología, tanto para las relaciones personales como profesionales. Las empresas ya están aprovechando los espacios virtuales para colaborar de forma más eficiente, sin importar la ubicación física, lo que abrirá nuevas oportunidades en todos los ámbitos”.

