

Aplican la Realidad Virtual, Aumentada y Mixta a áreas como el marketing, la medicina o la formación

VR CON PROYECCIÓN A FUTURO



Han conseguido destacar con su producto en un mercado tan innovador y plagado de mutinacionales como es la Realidad Virtual (VR). Y esto solo es el comienzo.

El nombre 6DLAB (www.6dlab.com) alude a los 6 grados de libertad necesarios para una experiencia de realidad virtual (VR): 3 para rotar la mirada y otros 3 para desplazarse, mientras que el sufijo LAB hace referencia a la naturaleza de sus desarrollos y su vínculo con la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), en cuyo Vivero de Empresas del Parque Científico se aloja esta startup.

Se trata de una empresa tecnológica especializada en transformar las últimas tendencias de I+D y convertirlas en productos mínimos viables para, posteriormente, validarlos en el mercado. Casos de éxito reúnen varios, pero el más sonado corresponde a **Cartonglass** (www.cartonglass.com), unas gafas VR de cartón de las que han vendido ya 400.000 dispositivos en todo el mundo y con las que han facturado un total de 900.000€.

CON MIRAS A LARGO PLAZO

La idea de negocio surge después de que en la conferencia de Google I/O de 2014 se presentaran unas gafas de VR hechas de cartón. Acto seguido, **Juan Rivas Morales**, fundador y CEO de 6DLAB, se puso manos a la obra. La principal dificultad que se le planteó en el desarrollo fue hallar unas lentes acordes a los cánones de calidad perseguidos. La resolvió gracias al asesoramiento de Indra. Así es como obtuvieron uno de los principales valores que distancian a sus gafas de la competencia.



De izqda. a dcha. y de arriba a abajo: Sabela Reig, Andrés Moreno, Daniel Rubio, Marcelo de la Cruz, Juan Rivas, Roberto Pereira, Javier López, Alejandro Checa y Hugo Pérez.



Gafas de realidad virtual Cartonglass, un caso de éxito con más de 400.000 unidades vendidas para grandes marcas

Con sede en Zaragoza y Madrid, y pronto presencia en Londres, la startup suma 9 empleados pero las miras son a largo plazo. En los próximos dos años generan productos de gran calidad y cuentan con una base de clientes estable con los que siguen colaborando en sus líneas de negocio de I+D. Esto proporciona una

perspectiva de proyectos innovadores en los sectores de medicina, biosanitario, turismo inteligente y *training* formativo. A medio plazo esperan que la parte de desarrollo propio y venta de licencias de software sea más importante para que, finalmente, el negocio principal se halle en esta línea estratégica.