

Modaes

Equipamiento

Reconstrucción 3D del cuerpo: el sastre del siglo XXI

Las empresas se lanzan al desarrollo de herramientas para predecir las tallas con el objetivo de reducir la tasa de devoluciones en la Red.

Martí Ventura
4 jul 2017 - 04:45

Reconstrucción 3D del cuerpo: el sastre del siglo XXI

Image not found or type unknown

Disminuir la tasa de devoluciones de las compras online y aumentar las ventas. Esta es la principal meta de algunas empresas tecnológicas que han desarrollado herramientas para conocer las medidas corporales a través del ordenador y los dispositivos móviles y así seleccionar la talla correcta.

La bilbaína Naiz, por ejemplo, permite hacer un reconocimiento del cuerpo a través de un escaneo 3D. Para utilizar esta tecnología, el usuario debe hacerse una foto frontal y lateral de su cuerpo. Naiz, junto con el centro de investigación Vicomtech, ha desarrollado esta herramienta que, a partir de agosto, estará disponible en los ecommerce de los dispositivos móviles de varias empresas españolas. Según afirma Borja Cembrero, fundador de Naiz, “la aplicación tiene un ratio de error por debajo del centímetro”. El emprendedor también explica que Israel es uno de los principales polos de desarrollo de estas nuevas tecnologías.

El sector del calzado es uno de los que más está desarrollando aplicaciones y maneras de conocer bien las medidas del pie para ajustar sus zapatos o *sneakers* a la forma del pie de sus clientes, ya que si la tasa media de devolución en el ecommerce es de entre el 17% y el 25%, en el caso del comercio electrónico de calzado asciende al 33%.

El calzado es uno de los sectores que más está desarrollando aplicaciones para tomar medidas

Una de las herramientas para solventar esta problemática es la propuesta por el Instituto de Biomecánica de Valencia. La institución ha desarrollado 3D Avatar Feet,

Modaes

una tecnología que permite capturar la forma del pie en tres dimensiones con sólo tres fotografías desde cualquier *smartphone*.

Además del reconocimiento mediante el escaneo, otras compañías apuestan por conocer el cuerpo de los consumidores mediante la estadística, como Fitanalytics. Inditex, Hugo Boss o Nike permiten a sus usuarios conocer mejor qué medida escoger de su ropa o calzado. A través de un test en el que se preguntan cuestiones como la altura, el peso, la edad o la forma del cuerpo, la herramienta de Fitanalytics indica la talla que más se adecúa a la forma del cliente. Y, más allá de una simple propuesta, el mecanismo presenta el porcentaje de gente con las mismas características corporales que no ha devuelto el producto.

El ecommerce estadounidense de moda íntima True&Co, que este año ha pasado a manos de PVH, realiza una batería de preguntas a sus usuarias para conocer todos los elementos necesarios para ajustar perfectamente sus sujetadores a sus clientas y proponerles tres modelos que se adecúan a sus necesidades y cuerpos.