

Adaequo lanza su rompedora apuesta por la impresión 3D de gran formato

La diferenciación del 3D es una ventaja competitiva clave en entornos como el retail gracias a su atractivo visual y sus posibilidades experienciales

El universo de posibilidades que abre la impresión 3D es tan inabarcable como la propia imaginación. Para plasmar esta idea, Adaequo ha presentado su nuevo servicio en el mejor escenario posible: el Observatori Fabra de Barcelona, sede del magnífico telescopio refractor Mailhat.

Adaequo ha ampliado los límites del Observatorio y lo ha convertido por un día en un auténtico cosmos de personajes y elementos de ficción: desde un astronauta explorador hasta un alien gigante de más de 3 metros de altura, pasando por un detallado busto del adivino Zoltar en pleno éxtasis de predicción. Todo ello, presidido por un cohete de gran formato (4 metros de altura) a punto de despegar.

La apuesta de Adaequo por la impresión en formato 3D es ambiciosa: permite crear figuras de dimensiones inusuales (hasta 1,50 de ancho por 1,80 de alto). En realidad, las estructuras pueden ser tan altas y voluminosas como se requiera, ya que es posible ensamblar bloques, figuras y estructuras creadas por separado. Adaequo ha querido además aportar su toque de calidad, con detalles de precisión, acabados de lujo e incluso la creación gráfica, ya que cuenta con su propio equipo de diseño.

Entre las aplicaciones de esta nueva línea de negocio juega un papel destacado el retail, donde se libra una batalla por la diferenciación que exige formatos llamativos y creativos. “Se trata de crear experiencias y apelar a las emociones de las personas, de llamar su atención con propuestas novedosas que estimulen sus ganas de saber más, porque sin emoción no hay comercio”, explica Rafael González, CEO de Adaequo.

Junto al retail, la impresión 3D tiene un enorme potencial para crear ambientes propicios en segmentos como el interiorismo, decoración, arquitectura, espectáculos, escenografía, Street-ambient marketing y un largo etcétera.

Para lograrlo, Adaequo ha adquirido la máquina super size Massivit 1800, única en la península por sus características. Su capacidad para la producción unitaria permite hacer tiradas cortas y personalizar cada una de las piezas hasta el detalle más insignificante. Esto la convierte en una solución idónea para la gama Premium.

Con el universo como hilo conductor, el evento ha contado con una exclusiva ambientación creada ad hoc para la ocasión. Rafael González ha abierto el acto con una explicación sobre las posibilidades de la impresión 3D, seguido de Isabelle Marelly, en representación de Massivit, y Susana Zühr,

responsable de 3D Printing Projects de Adaequo.

Vender desde las emociones

El evento ha contado también con la intervención de Ivo Güell, reconocido experto en neuromarketing. “El 85% de la respuesta comercial que tienen tus clientes no la hacen con el neocortex; hay que llegarles a través de las emociones”, ha explicado Güell. El experto en neuromarketing ha insistido en la necesidad de reforzar aspectos como novedad, curiosidad, cambio, sorpresa. “Debemos acercar el producto a nuestros clientes”, ha concluido.

El evento se ha cerrado con una proyección mapping sobre la fachada del Observatorio Fabra, con el cohete 3D como gran protagonista, en una conjunción de una estructura arquitectónica centenaria y un grafismo avanzado.

Datos de contacto:

Míriam Garcés

932 376 434

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing](#) [Cataluña](#) [Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>