

El 53% de las empresas del metaverso invierte en criptomonedas

Un análisis de Bloomberg Intelligence, proyecta que para el 2024 el mercado para el metaverso podría llegar a mover los US\$800.000 millones. En un mundo digital donde hasta “tierras” se pueden adquirir, las oportunidades de negocio son inmensas. Su valor actual es de mínimo 500 mil millones de euros.

En esa línea, EAE Business School, perteneciente a Planeta Formación y Universidades, ha publicado el informe ‘Metaverso. Usos cotidianos y modelos de negocios’, donde analiza la situación del nuevo mundo virtual paralelo a la realidad y sus influencias en las empresas y la sociedad.

El documento señala que, entre las actividades que desarrollan las compañías en el metaverso, destacan las de criptomonedas, ya que el 53% invierte en este tipo de proyectos.

Le siguen el 44% de las empresas que apuesta por actividades de NFT (Non Fungible Token), el 40% en desarrollar el ambiente laboral y el trabajo remoto y el 30% en incrementar la imagen de marca y posicionamiento.

Las organizaciones también están presentes en el metaverso para comprar productos (un 27%), para la creación de producto y juego de azar (un 24%), y para los bienes raíces, y creación de su propio mundo virtual y entretenimiento.

El profesor de EAE Business School Eduard Garcia Rosicart y autor del informe constató, asimismo, que, en términos de productividad laboral, el metaverso aportará “grandes cambios y beneficios en el entorno laboral, sobre todo en la manera de trabajar en remoto y de trabajar equipo”.

De hecho, los principales sectores empresariales del mundo ya han empezado a apostar por este mundo virtual:

- El 17% de las empresas del sector informático y TI ya han invertido el metaverso
- El 12% del sector educativo y el 11% de las compañías financieras.

Otras actividades que despiertan interés en el metaverso son:

- Las empresas de anuncios de marketing (un 10% ya han invertido)
- Las de salud médica (un 9%)
- Las de tecnología e innovación (7%)
- Las compañías de viajes (6%)
- Las compañías de transporte y construcción (5%)
- Los servicios de atención al cliente (4%)
- Las empresas de servicios, comida y fabricación (3%).

Al respecto, Eduard Garcia Rosicart, profesor en Marketing Digital, Emprendimiento y Metaverso en EAE Business School, indicó: *“El desarrollo de universos virtuales implicará transformar la forma en la que las personas compran, juegan, se divierten, interactúan, comparten, trabajan, estudian, etc. Es, en pocas palabras, transformar la vida social de las personas»*, comentó.

Esto va estrechamente conectado con la transformación de los negocios quienes deberán adaptarse a la nueva realidad de la mayoría de sus consumidores, una realidad virtual. Esto supondrá el desarrollo de nuevos negocios y la reinención de los ya existentes”.

García Rosicart, agregó que hoy en día el metaverso se ha convertido “en un símbolo de la nueva revolución digital que busca conectar a las personas en un mundo virtual basado en diversas tecnologías, como lo son la realidad aumentada y la realidad virtual, creando con ello experiencias que prometen transformar el internet y la forma en la que se mueve el mundo”.

El metaverso en la economía

En el ámbito económico, tal y como indica García Rosicart, el metaverso busca impulsar “una economía descentralizada, más abierta, segura y justa para todos sus usuarios”. Esta economía estaría respaldada por el sistema blockchain (cadena de bloques), una especie de base de datos digital y pública cuya estructura es casi imposible de falsificar o hackear.

“El metaverso se convierte en una propuesta transformadora que sienta las bases de una nueva economía y de una nueva forma de relacionarse con las demás personas, creando con ello nuevas oportunidades de negocios que harán de la vida un entorno más eficiente, productivo y entretenido para las personas”, agregó el docente de EAE Business School.

Por último, el informe de EAE Business School indica que el metaverso es “un espacio sin dueño” y que actualmente existen más de 160 metaversos que conforman un ecosistema digital abierto.

“Este mundo virtual genera confusión. Y lo hace principalmente por dos motivos: aparentemente, no hay límites y, por otro lado, de haberlos, todavía aún no se han definido”, reflexiona Verónica Ferrer, profesora en el Máster de Big Data y Analytics de EAE Business School.

“Nos encontramos delante de un desafío legal, tecnológico, social y medioambiental sin precedentes”, concluyó Ferrer.