

RayaResearch

¡El Metaverso llegó!
¿Dónde lo consigo?





Está al alcance de todos, pero al mismo tiempo
está muy lejos de consolidarse.

Desde Grupo Raya postulamos quiénes son los actores que
pueden construir los andamiajes de esta red virtual.

Si le hacemos caso a **Mark Zuckerberg**¹, y sus anuncios del metaverso, podemos hablar de mundos virtuales con gráficas de los 90s, o podemos etiquetarlo como la persona que tomó “**la selfie virtual más costosa de la historia**”.²

Si escuchamos a **John Carmack**, legendario programador de mundos virtuales plasmados en juegos como Doom y Quake, y ex CTO de Oculus (empresa de lentes de realidad virtual de Meta) el afirma que el primer paso consolidar el metaverso es uno de escala: lograr tener lentes de realidad virtual autosuficientes y con una experiencia “suficientemente buena” y con volumen significativo de dispositivos vendidos y activos.

¹ <https://fortune.com/2022/08/22/mark-zuckerberg-replaces-cringeworthy-metaverse-selfie-web3/>
² <https://fortune.com/2022/08/18/mark-zuckerberg-mocked-metaverse-selfie-10-billion-reality-labs/>



Aquí damos una muestra de solo dos de las múltiples visiones contrapuestas de la misma empresa debido a una infraestructura “inmadura” del mítico metaverso.
Ahora, si Meta no es el metaverso, ¿dónde lo encontramos?

Podemos decir que existen dos filosofías muy distintas que hacen que encontrarlo depende de lo que buscamos: el mundo **B2C** y **B2B**. Encontrar sus pistas requiere entender dónde se está desarrollando la infraestructura que cumpla con los principios del metaverso.

**En este artículo nos
concentraremos en
la vista B2C.**

Visión B2C

Bajo esta mirada, las empresas que operan en el metaverso lo hacen con una mentalidad foco en ser proveedores de contenido y experiencias para sus audiencias. **Los tres principales objetivos son: posicionar sus marcas (branding), conversión (performance) y gestión de lealtad (relacional).**

Sin embargo, no existe una única tecnología o “metaverso” que permita soportar cientos de miles - si no millones - de personas compartiendo experiencias en un solo lugar virtual de forma concurrente³. **Lo más cercano es el concierto de Marshmello en Fortnite, que convocó a más de 11 millones de personas...** pero sólo en grupos de 100 mil usuarios de forma concurrente.³ Esto va en contra de los principios base de lo que debe ser un metaverso. (Revisa **aquí** el artículo “**¡El Metaverso llegó!, ¿Dónde lo consigo?**”)



YouTube Marshmello “Marshmello Holds First Ever Fortnite Concert Live at Pleasant Park”.

“Principio de concurrencia: El metaverso no tiene límite de usuarios concurrentes y entrega a cada usuario una sensación de estar presente”.

³ <https://www.theverge.com/2019/2/2/18208223/fortnite-epic-games-marshmello-concert-exciting-bizarre-future-music>

Según **Nicolás Rencoret, director de Raya**, en general la infraestructura de internet actual fue pensada para ser asincrónica: un usuario publica en algún medio y llega a una audiencia de muchos. Su arquitectura no es nativa para generar relaciones de muchas personas a muchas personas. Hoy, lo más cercano cumplir con los principios base del metaverso (Revisa **aquí** el artículo “**¡El Metaverso llegó!, ¿Dónde lo consigo?**”) son juegos como el mencionado Fortnite, Eve Online o incluso el antiguo Second Life.

Lo que hay que entender es que la implementación del metaverso es **un reto computacional a una escala jamás vista** y cuyas piezas claves de su infraestructura no están cerca de estar listas.



Second Life, Official Image Promo.

Si a esto le agregamos un nuevo modelo de gobierno y etiqueta digital, hay temas no resueltos como censura, comunicaciones e incluso, impuestos (para ventas estilo NFTs), entre otros.

Por eso, el metaverso se construirá igual que como se construyó a internet: poco a poco evolucionando durante años hasta lograr un nivel operacional suficientemente bueno. Tal como ha sido la paulatina evolución de los juegos de video en cuanto a realismo gráfico. Es como construir una ciudad simulada: partimos con un pequeño pueblo hasta que tenemos una pujante metrópolis y después la conectamos con otras ciudades. Y como toda ciudad, tenemos que poblarla con ciudadanos digitales que quieran vivir en nuestro mundo digital.



Un punto de partida

Fortnite es un buen comienzo. Es un juego con más de 270 millones de usuarios y peaks de 24 millones de usuarios utilizándolo de forma concurrente⁴, que no sólo han visto Marshmello, sino también, un trailer exclusivo de la Guerra de las Galaxias, una isla de fiestas con la banda Weezer y hasta productos comerciales para la compra en el mundo virtual como las Zapatillas Air Jordan o productos digitales creados por los mismos usuarios.

⁴ <https://fictionhorizon.com/how-many-people-play-fortnite-user-growth-stats/#:~:text=According%20to%20Player%20Counter%2C%20the,game%20in%20a%20single%20day.>



Por eso, aun cuando Fortnite no es el metaverso, es lo más cercano a éste en espíritu. Este juego cuenta con cimientos de cómo el metaverso puede ser construido.

Detalle importante: para jugar Fortnite, **no requerimos lentes de realidad virtual o aumentada**; de hecho, podemos experimentarlo en computadores de escritorio, consolas, celulares bajo varios sistemas de gestión de identidad y pago de bienes.

¿Quiénes más podrían construir los andamiajes del Metaverso?



Tiene la infraestructura de punta a punta para B2B y B2C con Office, Xbox Live para PC y consolas, Hololens como hardware de realidad aumentada, Minecraft y sus datacenters Azure.



Cuenta con la infraestructura de datacenters más escalable del mundo, tiene el marketplace #1 del mundo atado a millones de tarjetas de crédito, cuenta con un motor 3D muy poderoso en Lumberyard y tiene un sistema de streaming de juegos Luna.



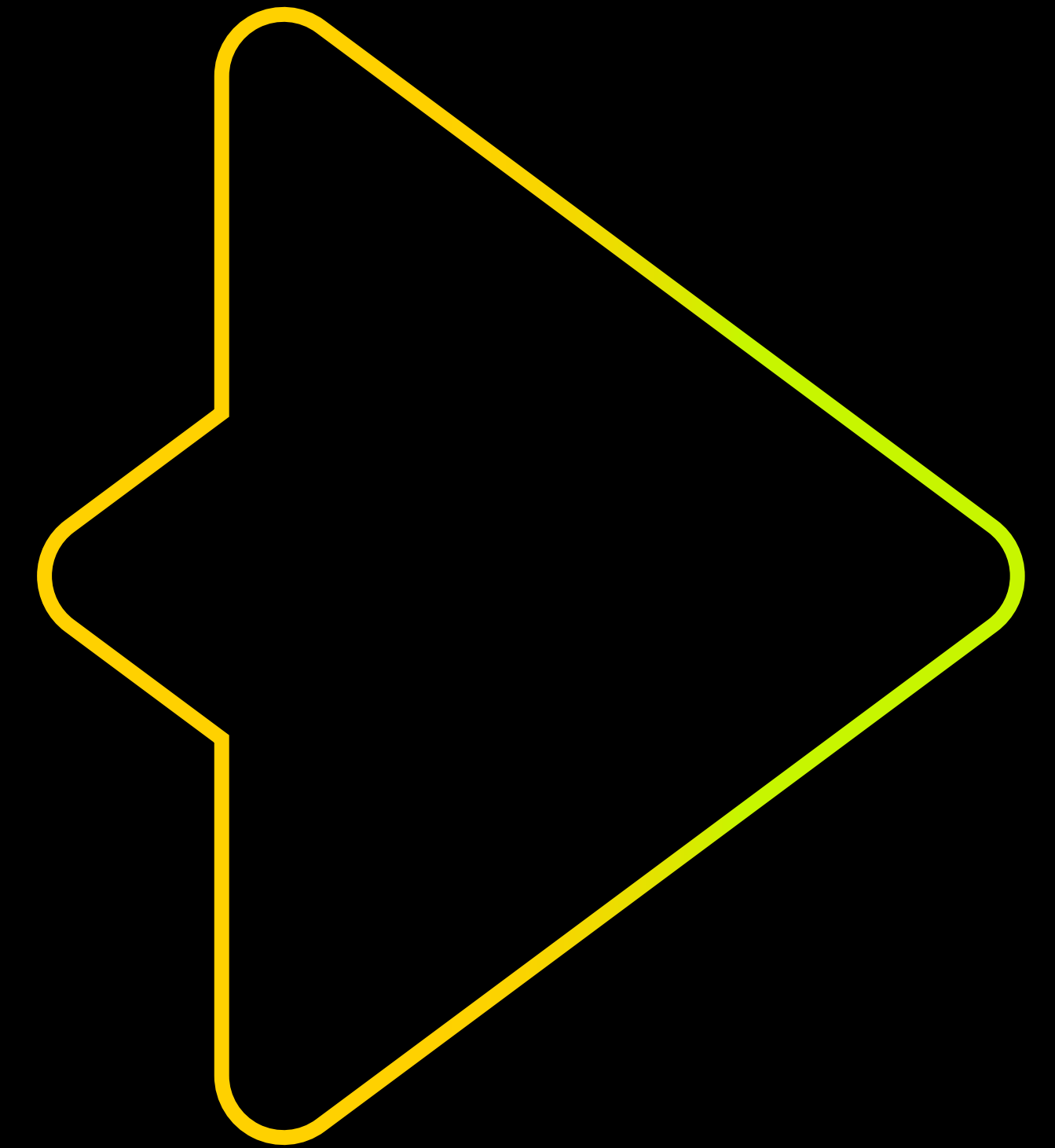
Con su ecosistema de login universal, sus plataformas de inteligencia artificial, Google Glass for business y su potente infraestructura de datacenters a nivel global.

Sin embargo, aun cuando podemos partir “encontrando” migas de pan de donde está el metaverso, siempre es importante recordar que hoy hay sólo cimientos. Es importante evitar:

- 1 Desarrollos propietarios a nivel de estándares, tecnología y transferencia de activos como NFTs .
- 2 Plataformas autocontenidas (es decir que solo un actor sea dueño del metaverso creando un ecosistema cerrado).
- 3 Tomar tecnologías como cascos de realidad virtual como mínimos hardware viable para acceder al metaverso.
- 4 Desarrollar estrategias en el metaverso que no consideren políticas de datos personales con políticas de privacidad robustas entre los actores del metaverso.
- 5 Generar plataformas o componentes del metaverso que no se conecten de forma transparente entre sí con un conjunto de reglas, modelo de gobierno, económico y de credenciales común entre todos.

Esto tomará años, por lo que será importante seguir quienes son las empresas que están resolviendo los grandes problemas de cómputo, concurrencia, privacidad, credenciales e interoperatividad.

Al igual que internet, esto ocurrirá de manera relativamente invisible por algunos años, hasta que todas las piezas del rompecabezas calcen y haya una explosión en donde todos nos sintamos obligados a ser parte del metaverso.





RayaResearch

¿Quieres transformar con **disrupción** tu negocio?
Hablemos: hola@raya.cl

