

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**<sup>1</sup>, 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**”.<sup>2</sup>

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.

<sup>1</sup> <https://fortune.com/2022/08/22/mark-zuckerberg-replaces-cringeworthy-metaverse-selfie-web3/>  
<sup>2</sup> <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 concurrente<sup>3</sup>. **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.<sup>3</sup> 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”.

<sup>3</sup> <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 concurrente<sup>4</sup>, 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.

<sup>4</sup> <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.



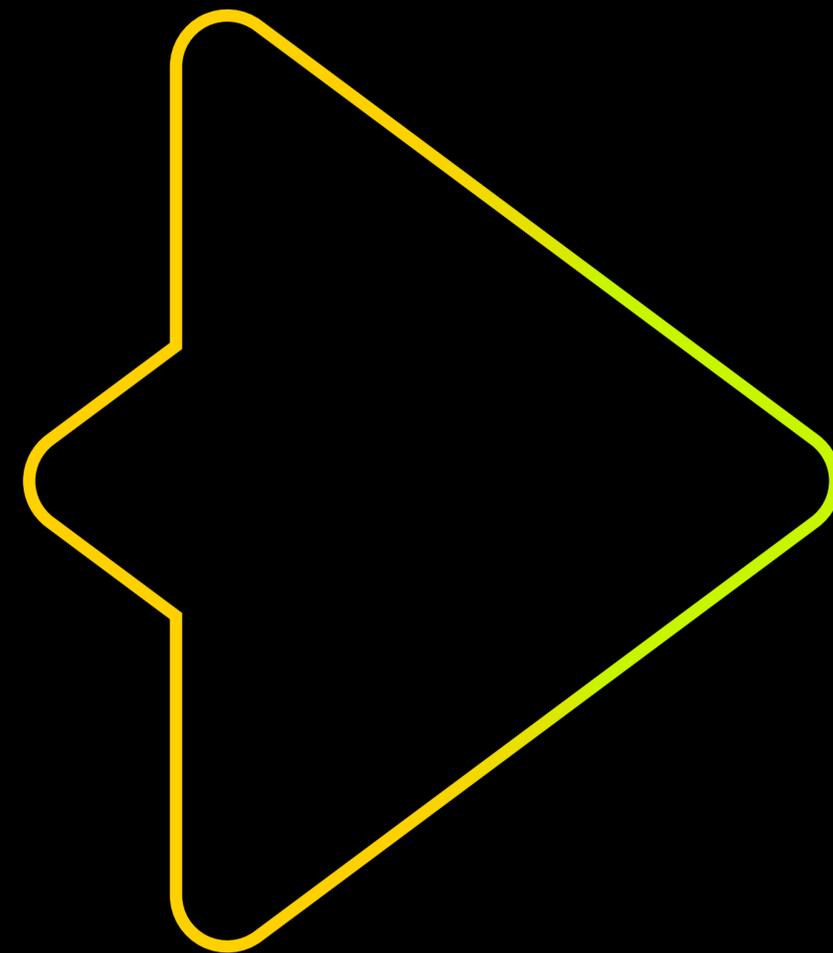
Con su ecosistema de login universal, sus plataformas de inteligencia artificial, Google Glass for business y su potente infraestructura de datacenters a nivel global.

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](mailto:hola@raya.cl)

