

ADN

## Eduardo Herranz (Utopía): “Quedan seis años para que el metaverso alcance su madurez”

El cofundador y responsable de operaciones de la compañía española Utopia Voyagers y profesor asociado en IE y en la Universidad Complutense de Madrid considera que el metaverso tendrá cabida en todos los sectores.

A. Escobar  
23 feb 2023 - 04:58



# PlantaDoce.

Eduardo Herranz considera que el metaverso es negocio y no márketing, ya que según su opinión las tecnologías que subyacen a este mundo virtual “trascienden a muchos sectores, siendo transversal”. Herranz es diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (Uned) y máster en Ciencia y Tecnología Informática por la Universidad Carlos III de Madrid, además de profesor asociado en IE y en la Universidad Complutense de Madrid. El experto en metaverso afirma que, para alcanzar la rentabilidad, la “tecnología tiene que mejorar, se necesitan ecosistema de creación de valor y que los contenidos sean de mayor calidad”.

**Pregunta: El metaverso se define como un espacio interoperable y descentralizado. ¿Estamos en ese punto? ¿Cuándo llegará su maduración?**

**Respuesta:** No es interoperable. La aspiración es que lo sea y existen algunas iniciativas en marcha como el Metaverse Standards Forum. Tampoco es descentralizado, aunque en algún caso concreto pueda ser así. Por lo que respecta a sectores como la salud, se antoja más complicado un modelo descentralizado porque hay que ver cómo se equilibra con la protección de datos de los pacientes. A escala global, para que el metaverso alcance su maduración quedan entre seis años y ocho años.

**P.: ¿El metaverso es negocio o sólo márketing?**

**R.:** Es negocio. Existen aplicaciones desde hace tiempo. Sí que ha habido márketing con el metaverso de Meta y con otra gente oportunista. Pero las tecnologías que subyacen al metaverso trascienden a muchos sectores, siendo transversal. Algo de humo con el metaverso ha habido porque hay gente que no sabe realmente qué es o dónde se mete. El mercado es muy impaciente y cortoplacista.

**P.: ¿Todos los sectores de actividad tienen cabida en el metaverso?**

**R.:** Casi todos o todos los sectores tienen cabida. De hecho, es complicado encontrar alguno en el que no. Después, obviamente, hay que buscar los distintos casos de uso que puede tener el metaverso, hacer números y ver si se puede sacar rendimiento. Pero para eso, es importante tener equipos bien formados. Hay gente que piensa que el metaverso es *plug and play* y para nada. Metaverso no es únicamente entretenimiento.

**“Con el metaverso, el mercado es muy impaciente y cortoplacista”**

---

# PlantaDoce.

---

**P.: ¿En qué sectores puede tener mayor recorrido el metaverso?**

**R.:** Ocio, entretenimiento, formación y marketing. Son los sectores que primero han entrado en el metaverso. Ahora el área de la salud está haciendo sus pinitos, entrando en la parte de formación.

**P.: ¿Existen los perfiles necesarios para que las organizaciones puedan llevar a cabo tareas que requieran el uso del metaverso?**

**R.:** No, porque hay una demanda alta en el mercado. Realmente, la gente se está formando ahora en metaverso, pero todavía son pocas las personas o los perfiles que se dedican a ello. No hay un referente europeo que sobresalga, aunque España está haciendo las cosas bien. En la parte de *hardware* destacan Estados Unidos y China. Si el análisis parte de los hábitos de consumo, el ganador es Corea del Sur.

**P.: ¿Hay industrias que corren riesgo como consecuencia de esta revolución tecnológica?**

**R.:** No, porque realmente el metaverso potencia la parte visual. Siempre agrega valor. El riesgo puede venir por la inteligencia artificial (IA), porque lo que antes lo hacía una persona ahora lo lleva a cabo un robot. También por la parte de *blockchain*, pero son conceptos distintos.

**“La tecnología siempre va más rápida y es el mercado el que va adoptando los cambios poco a poco”**

**P.: ¿Van más rápidas las empresas que los consumidores?**

**R.:** No es de extrañar porque siempre ha sido así. La tecnología siempre va más rápida y es el mercado el que va adoptando los cambios poco a poco.

**P.: En sectores como el sanitario, ¿el metaverso tiene una aplicación más formativa que no de práctica real?**

**R.:** Se puede hacer formación y más cosas. Puedes entrenar para una operación, sólo o con un equipo, para prepararte para un caso real. Pero el metaverso no sirve únicamente para el preoperatorio, sino también para el postoperatorio. Con esta tecnología puedes seguir y medir la gestión del dolor de un paciente, puedes llevar un control de enfermedades neurodegenerativas como la demencia. Existen gafas que realizan una medición en tiempo real y estimulan el cerebro de estos pacientes, por

---

# PlantaDoce.

---

ejemplo.

**P.:** ¿Va lenta la legislación para adaptarse al metaverso?

**R.:** La regulación es necesaria. Pero no hay un caso en el que, por el momento, una aplicación en metaverso se haya visto truncada por ese hecho.

**P.:** ¿Qué falta para hacer rentable el metaverso?

**R.:** La tecnología tiene que mejorar, se necesitan ecosistema de creación de valor, y que los contenidos sean de mayor calidad. Una gran masividad de metaverso es imposible que se alcance, pero sí se aplicará dentro y en pequeñas comunidades.

**P.:** ¿Qué pasará cuando los Z se hagan mayores?

**R.:** Tendrán incorporada toda esta tecnología. En este caso en particular, el tiempo corre a favor.