NOTA DE PRENSA

Madrid | 25.01.2022

Metaverso: una realidad inminente para empresas y consumidores

Expertos de diversa índole reflexionan en Roca Madrid Gallery sobre los desafíos y posibilidades de negocio del metaverso

El evento contó con la participación de Edgar Martín-Blas Méndez, cofundador, CEO y director creativo de Virtual Voyagers; Álvaro G. Onieva, arquitecto y cofundador de MRGO Arquitectos; Carlos Yanes Díaz, CEO de art.army y Elisa Martínez, Roca Madrid Gallery Manager

Roca Madrid Gallery acogía este jueves 20 de enero 'Metaverso: el ecosistema de una nueva realidad', donde se expusieron las necesidades y oportunidades que la nueva esfera digital brinda a las empresas y a un nuevo perfil de consumidor más exigente en la búsqueda de experiencias. Una mesa redonda en la que arquitectos, artistas y diseñadores se impusieron como miembros clave para diseñar este nuevo universo en el que el usuario tiene un papel activo e influyente.

Roca | Roca Gallery

Cada vez son más las empresas que se suman a la tendencia del metaverso, siendo conscientes que la sociedad actual está sufriendo un cambio de paradigma, donde las nuevas generaciones son más exigentes y tienen mayor poder de decisión. A su vez, los jóvenes son nativos digitales, por lo que una empresa sin presencia digital está destinada al olvido.

Gigantes tecnológicos como **Epic Games** o **Roblox** ya han apostado por el metaverso como una forma de integrar a los usuarios, quienes ya están camino de convertirse en miembros activos y con poder de decisión en las empresas.

Tras la pandemia, el universo *e-commerce* ha experimentado un gran crecimiento en ventas y prescriptores. Un hecho que ha llevado a toda empresa a cuestionarse **cuáles son las mejores herramientas para construir y gestionar un negocio en la era digital**, **qué nuevos conceptos deben dominar y cuál será el futuro papel del usuario en su actividad.** En definitiva, las empresas buscan conocer cómo enfrentar esta transición en la que se integrará la economía digital a la economía real y, no menos importante, cómo destacar ante un target donde el porcentaje de nativos digitales es cada vez mayor.

A través de la voz de distintos expertos, Roca Madrid Gallery ponía en el punto de mira la importancia de la realidad virtual y de la transformación digital en su sesión de debate '**Metaverso: El ecosistema de una nueva realidad**'. Una mesa redonda que giró en torno a temas como el ecosistema del metaverso, su economía y negocio, la tecnología Blockchain, las criptomonedas, el arte, la arquitectura y el diseño.

Los ponentes invitados trataron cuestiones como: **los retos y herramientas ante esta nueva economía digital, el papel que arquitectos y diseñadores tendrán en el metaverso y las oportunidades que supone para su industria, el creciente mercado donde operan NFT** (certificados de autenticidad asociados a artículos digitales mediante la tecnología *blockchain*), entre otros.

El evento, presentado por **Elisa Martínez**, Roca Madrid Gallery Manager, contó con la participación de **Edgar Martín-Blas Méndez**, cofundador, CEO y director creativo de Virtual Voyagers; **Carlos Yanes Díaz**, CEO de art.army; y **Álvaro G. Onieva,** arquitecto y cofundador de MRGO Arquitectos, como moderador.

Sendos profesionales establecieron el metaverso como un nuevo mundo que afectará a todos los sectores. "*Es un nuevo internet que rompe con el mundo plano que conocíamos y, de repente, lo convierte en algo volumétrico a escala 1:1 con el ser humano, en el que podemos entrar. Y una vez dentro el usuario puede realizar muchas actividades, dejar de ser pasivo*", explicaba Edgar Martín Blas.

Una nueva realidad que requerirá también nuevas estructuras y miembros activos de la economía: "*Lo interesante es que se está generando una economía virtual real, y no hay mejor tecnología para generar este tipo de economía que el blockchain. Nosotros particularmente nos dimos cuenta de que por fin tenemos una tecnología que ayudará a que el mercado del arte contemporáneo se actualice*", añadía Carlos Yanes.

Por otro lado, se habló también de las oportunidades que existen para este sector. Álvaro G. Onieva destacó cómo, desde MRGO Arquitectos, se dieron cuenta de todas las posibilidades que ofrecía el metaverso para una nueva manera de hacer y de experimentar arquitectura y, por otro lado, dar nuevas salidas a los conocimientos que tienen, como arquitectos, en modelado en 3D. "*Nosotros al principio subcontratábamos visualizaciones 3D y cuando ya empezamos a tener volumen de trabajo creamos un equipo inhouse de especialistas, pero nos acabamos dando cuenta de que lo único que hacíamos era sacarle una foto o un video a algo que ya habíamos modelado para mostrar al cliente, no íbamos más allá. Con el metaverso, intuimos que aquí hay nuevos caminos para algo que ya estábamos haciendo y nos pusimos a explorar qué necesitábamos, qué obstáculos hay y qué podíamos aportar. Ahora que ya más o menos hemos entendido las nuevas reglas del juego, pero que sabemos que van cambiando constantemente, vamos a lanzar un servicio de visualización 3D para empresas. Muy pronto lo comunicaremos en más detalle"*.

Se habló también de cuál sería el papel de arquitectos y diseñadores dentro de todo este ecosistema. Edgar Martín Blas, por su parte, destacó el papel fundamental de este perfil profesional: "*Al crear un metaverso siempre consultamos a arquitectos para saber cómo diseñar y distribuir el espacio, para que tenga un sentido visual, la iluminación*...", explicaba el CEO de Virtual Voyagers, empresa que ya está recibiendo peticiones de proyectos de metaverso de gigantes como Vodafone y que han colaborado en la creación de conciertos virtuales para artistas como Steve Aoki, Major Lazer o Jaden Smith.

Todos ellos expusieron las posibilidades y oportunidades que ofrece este universo paralelo, donde el consumidor no sólo podrá experimentar con una marca de forma memorable, sino que se convertirá en un miembro activo que podrá incluso pujar e invertir en bienes. Durante la sesión se trataron además otros factores aún pendientes, como la importancia de regular esta nueva economía y establecer unos límites a esa infinitud de posibilidades, sobre todo ante usuarios menores de edad, y la necesidad de mejorar la usabilidad de los NFT.

La sesión contó con aforo presencial reducido e ilimitado desde el directo en la cuenta de Instagram **@rocamadridgallery.**

Sobre Roca Madrid Gallery

Los Roca Galleries son un punto de encuentro y de diálogo constante con el conjunto de la sociedad y con aquellos profesionales con los que comparte la inquietud y el interés por la innovación en el espacio de baño. Más allá de un espacio físico, Roca Gallery es un concepto que expresa la realidad actual y los retos de futuro de Roca, transmitiendo a su vez la esencia de la marca y sus valores: diseño, innovación, sostenibilidad y bienestar. Los distintos Roca Gallery representados en singulares edificios en Londres, Shanghái, Barcelona, Madrid y Lisboa, son parte de la estrategia internacional de Roca y configuran una red global en continua expansión. El Roca Madrid Gallery, ubicado en la calle José Abascal, ha sido diseñado por el Estudio de Arquitectura Lamela y fue inaugurado en abril de 2011. Se trata de un espacio funcional y flexible en el que la exposición de la gama de producto Roca se complementa con presentaciones, encuentros profesionales y eventos de interés sobre la arquitectura, el diseño y la sostenibilidad. rocamadridgallery.com

Sobre Roca

Roca es una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de productos de baño para la arquitectura, la construcción y el interiorismo. Fundada en 1917, combina la tradición y el conocimiento con la pasión por la innovación y el respeto por el entorno, con el objetivo de satisfacer las necesidades de las personas y contribuir a la mejora del bienestar de la sociedad. Con la sostenibilidad presente en todos sus procesos de producción y con el compromiso de preservar un planeta mejor para las generaciones futuras, Roca ha implementado esta filosofía en los 170 países en los que opera y en sus 84 fábricas y la transmite a diario a sus más de 24.000 profesionales. La empresa familiar es líder del mercado en Europa, Latinoamérica, India y Rusia. Además, tiene una fuerte presencia en China y el resto de Asia, Oriente Medio, Australia y África. Como resultado, es líder mundial en su negocio. roca.es

||||||||||||||

Contactos

Roca:

Nuria Vall-llovera, Communications Manager

nuria.vall.llovera@roca.net

Agencia:

Ulled Asociados – T. +34 93 481 36 20

Sara Navarrete – snavarrete@ulled.com M. 670 665 428

Meritxell Fernández – mfernandez@ulled.com M. 633 400 367