

## El metaverso en la industria bancaria

El potencial que tendría el uso del metaverso en el ámbito bancario no termina de corresponderse con su grado de adopción. Por el momento, son pocas entidades financieras las que están apostando por el mismo. Además, cuando se usa, no se termina de aprovechar todo el potencial de esta tecnología.



Hace menos de un año, el metaverso irrumpió como una de las tendencias más relevantes en el sector bancario. La posibilidad de crear espacios virtuales, permitiendo a los bancos relacionarse con sus clientes con el fin de ampliar o mejorar su negocio y servicios, suponía una importante oportunidad de negocio para las entidades financieras. De hecho, ante el elevado cierre de sucursales bancarias que se está produciendo en muchos países, el metaverso puede ofrecer la posibilidad de mantener la conexión con los

clientes y brindar servicios bancarios básicos. Además, la creación de “oficinas virtuales” ofrece la posibilidad de establecer un canal adicional de relación con los clientes más digitalizados.

Actualmente, el número de bancos involucrados en el metaverso es reducido. Además, aquellos que sí lo han hecho se han limitado a comprar un terreno en The Sandbox o Decentraland, los dos principales metaversos, y abrir un espacio de actuación allí. El desarrollo de estos espacios ha sido muy limitado. En la mayoría de los casos, los bancos solo tienen espacios de representación en el metaverso, pero no permiten que los visitantes virtuales puedan interactuar con ellos.

Por ejemplo, HSBC tiene un terreno en The Sandbox desde marzo de 2022. Aunque su intención es que dicho espacio pueda servir para interactuar con los fanáticos de los deportes *online*, la realidad es que, en la actualidad, el espacio carece de uso<sup>1</sup>. Otro ejemplo es el de JP Morgan. El banco de inversión americano ha indicado que el metaverso supone una oportunidad de negocio de 1.000 millones de dólares. Por el

<sup>1</sup> Banking In The Metaverse – The Next Frontier For Financial Services. Forbes. 16 noviembre 2022. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/11/16/banking-in-the-metaverse-the-next-frontier-for-financial-services/?sh=6180daba22d1>

momento, ha adquirido un espacio comercial en el centro comercial virtual Metajuku en Decentraland. A pesar de ello, la experiencia de uso y la operativa que se ofrece actualmente es limitada. Los visitantes pueden pasearse por la sede virtual del banco, pero no pueden llevar a cabo operaciones. Algo similar ocurre con los espacios virtuales que han adquirido bancos como Standard Chartered, CaixaBank o Siam Commercial Bank.

Aunque es difícil predecir cuál será la evolución de esta tendencia, lo que sí parece es que, por el momento, y a tenor de su reducido nivel de adopción y uso, ha perdido algo de interés por parte del sector financiero.



Por el momento, como indican los expertos, el uso del metaverso se limita a una cuestión de imagen. Está íntimamente ligado a los más jóvenes. Los bancos están usando el metaverso para atraer a estas generaciones. Una vez lograda la atención el reto consiste en proporcionarles una experiencia de uso similar a la que ya tienen cuando visitan otros metaversos no financieros.

