

DXC Technology identifica cinco escenarios en los que el metaverso transformará nuestras vidas y negocios en los próximos cinco años

DXC Technology (NYSE: DXC), empresa líder mundial de servicios tecnológicos incluida en la lista Fortune 500, ha desvelado cinco escenarios en los que el metaverso impactará en la vida cotidiana y en los negocios en los próximos 5 años

1. La colaboración en el lugar de trabajo nunca volverá a ser lo mismo

En todo el mundo, el metaverso formará parte del trabajo diario de millones de empleados. En lugar de mirar un conjunto de caras bidimensionales en una pantalla de videoconferencia, los asistentes podrán elegir su asiento en una mesa virtual, salir de la sala para un descanso e incluso dar un paseo virtual con su jefe.

Para acelerar los beneficios, muchas empresas están combinando las videoconferencias tradicionales con tecnologías de colaboración inmersiva. En DXC ya se ha comprobado el impacto positivo de su propio mundo virtual privado, con mayores niveles de productividad, compromiso y creatividad entre sus empleados.

"Las experiencias basadas en el metaverso están ayudando a los empleados a concentrarse mejor y retener más información. Los mundos virtuales pueden ayudarnos a salir de la rutina de las videoconferencias y abrir la puerta a una mayor colaboración e innovación", afirma Nathalie Vancluysen, responsable de Realidad Extendida de DXC Technology.

2. Los eventos profesionales a gran escala serán virtuales

El metaverso es un lugar donde miles de avatares de todo el mundo pueden reunirse para interactuar, conocerse y llegar a acuerdos. Controlados por las personas desde la comodidad del lugar que elijan, los avatares 3D personalizados pueden moverse libremente por un espacio casi infinito y teletransportarse de un lugar a otro de forma instantánea. En el futuro, cada vez más eventos a gran escala, como conferencias, exposiciones y cumbres, se celebrarán en mundos virtuales, lo que permitirá mayores oportunidades de colaboración a escala mundial y reducirá el tiempo, los recursos y la huella de carbono de los desplazamientos.

3. Los grupos de música, los DJs, los clubes deportivos y las citas pasarán al metaverso

Cada vez más personas y organizaciones de la industria musical y deportiva animan a los aficionados a unirse a ellos desde asientos virtuales en recintos virtuales, llevando la emoción de los conciertos y partidos al hogar del espectador. Además, algunas aplicaciones de citas como Nevermet y Flirtual ya ofrecen servicios en el metaverso. En los próximos cinco años, habrá una mayor oferta de actividades interactivas y con una experiencia "envolvente" a través de avatares digitales.

4. Las marcas se expresarán de nuevas formas

Las experiencias virtuales de los clientes se convertirán en algo habitual, ya que las marcas buscarán formas nuevas y más impactantes de relacionarse con sus clientes. Grandes marcas como Louis Vuitton, Adidas, Gucci, Coca-Cola y Nike, junto con empresas automovilísticas como Nissan, Toyota y Ferrari, ya están experimentando con entornos virtuales y realidad aumentada. En los próximos cinco años, DXC espera que cada vez más marcas ofrezcan a sus clientes la oportunidad de explorar sus marcas, soluciones y servicios en 3D desde cualquier lugar en el mundo.

5. La contratación y la incorporación sufrirán una metamorfosis

Reclutar talento es esencial para el éxito de cualquier empresa, y llegar a él es el primer paso. En los próximos cinco años, las organizaciones recurrirán cada vez más al metaverso para conectar con los candidatos de forma atractiva y seductora. El metaverso también puede ser bueno para fomentar la inclusión, ayudando también a facilitar la integración de empleados de perfiles más introvertidos. Celebrar la primera ronda de entrevistas en el metaverso puede ayudar a los responsables de la contratación a identificar a los candidatos con el perfil de comportamiento adecuado, y no limitarse a los que tienen las credenciales o el aspecto adecuados en su CV.

"Los particulares y las empresas deben abrir su mente a la posibilidad de utilizar cada vez más el Metaverso en las actividades cotidianas", resume Nathalie Vancluysen. "Muchos de los adultos y jóvenes de hoy han crecido socializando y jugando en línea, por lo que las empresas, las organizaciones gubernamentales y las marcas deben ser capaces de atraerlos con productos y servicios que les resulten a la vez familiares y emocionantes".

Datos de contacto:

María Guijarro
622836702

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Juegos Software](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>