

Pedir comida en el Metaverso, pagar con criptomonedas o comprar NFTs: la hostelería virtual en HIP 2022

Hospitality 4.0 Congress lanza el primer foro dedicado a las oportunidades del pago con bitcoins y el Metaverso en el entorno hostelero: Emerging Technologies Summit

HIP 2022 presenta nuevos modelos como Flyfish Club, el primer restaurante NFT del mundo, que ya ha recaudado 14 millones de dólares, o el caso español de un agricultor de la trufa que vendió un ejemplar en NTF por 10.000€

El mercado de las NFTs alcanzó los 23 billones de dólares en 2021, y se estima que el Metaverso llegue a los 700 billones de dólares en 2024

Madrid, 8 de marzo de 2022 – [HIP – Horeca Professional Expo 2022](#) abrió las puertas de su sexta edición ayer con el mismo espíritu que las cinco anteriores: ofrecer a los profesionales el mayor conocimiento sobre las últimas tendencias que están impactando en el sector. Por ello, este año ha acogido un foro pionero dedicado al **metaverso**, el pago con **bitcoins** y las **NFTs**, en el nuevo foro Emerging Technologies Summit, que se ha celebrado en el marco del Hospitality 4.0 Congress.

Alberto Gil de la Guardia, CEO de Le Crypto Club, ha arrojado luz sobre estas nuevas tecnologías con un mensaje claro: no hay edad para entrar en el mundo crypto o blockchain, y no hace falta ser un experto para utilizar estas tecnologías; de hecho, cada vez son más útiles y más fáciles de usar. En esta línea, **Marius Robles**, Chief Visionary Office de Food by Robots, ha subrayado que el reto del sector ahora mismo es no perder este tren. Cada vez más empresas destinarán un presupuesto más importante a experimentar con estos desarrollos y quien se quede atrás no podrá recuperar el tiempo perdido. Y es que el mercado de las NFTs alcanzó los 23 billones de dólares en 2021, y se estima que el Metaverso llegue a los 700 billones de dólares en 2024.

El metaverso puede cambiar la restauración de múltiples formas: platos físicos que se integran en el mundo virtual dando lugar a un modelo híbrido, la posibilidad de mejorar los programas de fidelización, la creación de Marketplace donde las apps ya no son el único canal virtual, la realización de menús para la realidad virtual, o pagos con criptomonedas, son solo el principio de las aplicaciones que veremos en este nuevo universo.

Casos de éxito de crypto-restaurantes y firmas líderes que entran en el Metaverso

HIP2022 ha dado a conocer diferentes casos de éxito de los llamados crypto-restaurantes, como el **Flyfish Club, primer restaurante NFT del mundo**. Es el único club gastronómico privado donde la pertenencia se compra a través de NFT y es propiedad del titular del token, que le da acceso al restaurante y a servicios culinarios, culturales y experiencias sociales únicas. Para 2023 estiman haber vendido 1500 NFT de *membership* con una recaudación de 14 millones de dólares.

Otro ejemplo es **CHFTY Pizzas**, dirigido por dos expertos culinarios que se lanzan de cabeza al metaverso. Tom Colicchio y Spike Mendelsohn venden porciones de pizza virtuales al mismo tiempo que construyen una comunidad centrada en conectar a los propietarios de estas NFTs con sus chefs y alimentos favoritos.

Pero no solo los nuevos modelos negocio tienen cabida en este universo. En España, un agricultor dedicado a la trufa convirtió en **NFT una trufa negra de 1,2kg por 10.000€**, que también incluía una experiencia física.

También firmas líderes mundiales están realizando sus primeras incursiones en estos mercados, como **Burger King**, que ha anunciado el lanzamiento de un nuevo token NFT en colaboración con el mercado NFT Sweet como parte de la iniciativa Burger King Real Meals NFT. O el caso de **McDonald's**, cuya idea es vender comida tanto virtual como en el mundo real a través del metaverso, pensando en los usuarios que están en el metaverso y no tienen que salir de él para pedir su comida y recibirla en su domicilio.

Patrik Bergareche, Managing director Just Eat Take Away, ha reconocido que *“en un futuro veremos que el Blockchain se usará para generar valor en el ecosistema de la restauración. Por ejemplo, puede permitir elementos de trazabilidad en la compra muy potentes, siendo la forma en la que el consumidor vea utilidad y valor en esta tecnología, siendo así un desencadenante para el uso de criptomonedas más ampliamente”*.

Por su parte, **Carlos Gelabert**, fundador de The Fitzgerald Burger Company, única marca que admite a día de hoy pagos con criptomonedas, ha afirmado que *“el mundo crypto abre una nueva ventana y es una oportunidad para seguir creando experiencias únicas en los restaurantes”*.

Además, para demostrar que crear un NFT no es tan complicado como pueda parecer, **el chef Paco Roncero ha creado uno en directo en HIP con uno de sus platos**, mostrando así que es algo accesible y que todos podemos hacer con un simple ordenador.
