



KüchenHouse abre el primer metaverso de la historia del sector

¿Sabías que vender una cocina nunca volverá a ser lo mismo? La franquicia sumerge a sus tiendas oficiales en el primer metaverso desarrollado en el sector, sumándose a la lista de empresas más innovadoras del mundo.

Imaginas ir al cine y poder introducirte en la película, ver, tocar y participar en la historia con un simple chasquido de dedos? **Todo el mundo habla del metaverso en futuro. Lo que pocos saben es que ya es el presente.** Se estima que en 2030 la facturación de las empresas a través del metaverso se traducirá en **billones de euros**. Igual que Internet lo fue en su día, el metaverso es el nuevo hito social, cultural y empresarial de la Historia. **Küchen-**

House es la primera empresa del sector del mueble en introducir a sus tiendas en las ventajas de la nueva realidad inmersiva. La franquicia de cocinas ha desarrollado su propio metaverso al mismo tiempo que las multinacionales más innovadoras del mundo.

¿Qué es el metaverso? La realidad virtual que está cambiando el mundo

El metaverso es una convergencia de la realidad física y la realidad virtual en un espacio compartido en línea. Esta definición parece sacada de un libro de ciencia ficción, pero el metaverso lleva entre nosotros mucho más tiempo del que pensamos. Por ejemplo, los videojuegos en línea son un metaverso, un mundo digital paralelo en línea. Entonces, ¿cuál es la diferencia? **César Losada**, gerente de KüchenHouse, lo explica: *“Siempre ha habido multiversos. Lo que cambia es que **ahora vivimos dentro de ellos**. No somos meros espectadores, como sucede con el 3D. Podemos caminar, tocar cosas, interactuar con otras personas, vender y comprar”*.

Muchos piensan que el metaverso son esas famosas gafas que cubren media cara y nos sumergen en ese nuevo mundo. Pero **la realidad es más compleja**. *“Las gafas no son el metaverso, sino la*

herramienta que nos permite introducirnos en él a través del sentido de la vista y el oído. Y no es la única. Por ejemplo, se han desarrollado plataformas para poder correr en el metaverso, moviendo nuestras piernas en el mundo real. Y aparecerán más herramientas para poder sentir las texturas de los objetos, el frío, el calor o, incluso, para percibir olores. Más pronto que tarde podremos pasear por un bosque, sentir el tacto de los árboles, coger flores y oler el bosque exactamente igual que en la vida real. También ir al teatro sin salir de casa o comprar una cocina”, cuenta César Losada.

Así es el metaverso que KüchenHouse ha desarrollado para sus estudios

En el metaverso desarrollado por KüchenHouse se ha creado **un centro comercial para cada tienda**, que los clientes y posibles clientes pueden visitar con libertad en cualquier día y a cualquier hora. *“Cualquier usuario que tenga las gafas para acceder al metaverso puede descargarse la aplicación de KüchenHouse y visitar la extensión virtual de nuestras tiendas”*, explica César Losada. Estos centros comerciales **multiplican el espacio físico de la tienda y, por tanto, su número de exposiciones**. *“Imagina que en una tienda física pudiéramos cambiar una exposición de cocina por*

“Imagina que en una tienda física pudiéramos cambiar una exposición de cocina por otra para enseñársela al cliente con solo pulsar un botón. En el metaverso de KüchenHouse es posible”



otra para enseñársela al cliente con solo pulsar un botón. En el metaverso de KüchenHouse esto es posible. No hay límites al número de exposiciones". Si el cliente que está visitando el centro comercial desea hablar con el profesional, de nuevo solo con dar a un botón se transmitirá el aviso y **el profesional se introducirá con él en el metaverso** desde la tienda física. Pero el metaverso de KüchenHouse no acaba aquí, nos advierte César Losada. "Una de las plantas del centro comercial está destinada a la creación de los proyectos de cada cliente particular. En este espacio el diseñador establece las medidas y diseña la cocina. Después, facilitamos al cliente el código del diseño de su cocina para que pueda sumergirse en ella junto al diseñador. Con este código también puede enseñar su cocina a otras personas que tengan las gafas". Dentro de la cocina el cliente puede pasear para percibir los espacios con exactitud, abrir los muebles y experimentar **la sensación de estar en su cocina**. Asimismo, el diseñador puede introducir cambios en el proyecto a tiempo real para mostrar otras opciones al cliente. "No se trata de realizar el proceso exclusivamente en el metaverso, sino de complementarlo", puntualiza César Losada. "Un cliente puede visitar el centro comercial virtual de KüchenHouse, ir a la tienda física a tocar la textura de una cocina KüchenStars by Martín Berasategui o a hablar con el vendedor y después ver el proyecto de su cocina desde su casa. Sus opciones de interacción se multiplican. Le damos más facilidades". El metaverso de KüchenHouse da ventajas a sus clientes, pero también sus estudios de cocina.

El metaverso integra todos los servicios de KüchenHouse para las tiendas en uno solo

KüchenHouse es la franquicia líder del mercado de cocinas y baños por los múltiples servicios que aporta a sus estudios oficiales en la búsqueda de local ideal, recursos humanos, producto, formación técnica en diseño, formación en ventas o marketing local con el objetivo de que **los gerentes de sus tiendas obtengan la máxima rentabilidad** del negocio. "El metaverso nos permite unir todos nuestros servicios en uno solo y facilitar las ventas para cada tienda", afirma César Losada.

El metaverso, por sí mismo, supone ya muchas **ventajas** para un estudio. "Para ir a una tienda tenemos que desplazarnos en un mundo donde cada vez tenemos menos tiempo y donde cada vez estamos más acostumbrados a que todo nos llegue a casa. Ahora la **distancia es cero**. El elemento pereza desaparece y aumenta el flujo de clientes

en tienda". La **reducción de costes** es otro de los beneficios: "Las tiendas ya no necesitan un local grande para tener más exposiciones con los gastos que ello supone. El metaverso es la extensión de su tienda." Además, los **errores** de entendimiento con el cliente y de diseño se reducen. "Probamos un coche antes de comprarlo, pero no podemos probar una cocina hasta que ya se ha hecho la reforma, sin vuelta atrás. Ahora el cliente sabe exactamente cómo vivirá en su cocina", dice César Losada.

Pero la ventaja estrella, según KüchenHouse, es que las tiendas tienen el **respaldo de los equipos de la central de KüchenHouse in situ en el metaverso**. "Un vendedor de una tienda puede tener una cita con un cliente en el metaverso y contar con la presencia del comercial de central para ayudarlo a cerrar la venta. Un interiorista puede elaborar un proyecto en el espacio del cliente con la ayuda de nuestros diseñadores. Podemos hacer formaciones en la sala de reunión privada del metaverso KüchenHouse igual que como se harían presencialmente. **El equipo de la central se traslada a cada tienda** para atender mejor sus necesidades con todos nuestros servicios", explica César Losada.

El tren del éxito en cocinas ahora se llama metaverso

Hace años muchos dijeron que llegar a la luna era ciencia ficción. Hace menos años, muchos veían imposible que en pocas horas una empresa llevara hasta nuestra casa todo lo pidiésemos en un clic. Ahora muchas personas y negocios tienen la misma sensación con el metaverso. "En menos una década las herramientas de acceso al metaverso se habrán popularizado como el smartphone, y las empresas que lo ignoren correrán el **riesgo de desaparecer** frente a la competencia que aproveche las ventajas del metaverso. **Imagina una tienda pequeña compitiendo con millones de centros comerciales**", especifica César Losada. "Innovar mirando al futuro o continuar en el pasado y arrepentirse. En KüchenHouse optamos por lo primero". El número de empresas desarrolladoras de metaversos ha proliferado en el último año. "En poco tiempo las tiendas del sector tendrán que lanzarse a diseñar sus metaversos con estas empresas con el coste que supone. **Los empresarios que abran su tienda KüchenHouse de ahora en adelante, ya contarán con un metaverso propio junto los demás servicios, sin inversiones complementarias**". La Historia ha demostrado en numerosas ocasiones que el futuro es de los que innovan en el presente. Con su metaverso, hoy KüchenHouse se corona como la firma más innovadora en el sector del mueble. ■

"Las tiendas ya no necesitan un local grande para tener más exposiciones con los gastos que ello supone. El metaverso es la extensión de su tienda."

"En el metaverso los clientes pueden introducirse en las cocinas, interactuar con los vendedores y comprarlas"

"En el metaverso el equipo de la central se traslada a cada tienda para atender sus necesidades con todos nuestros servicios como si de verdad estuviera allí"