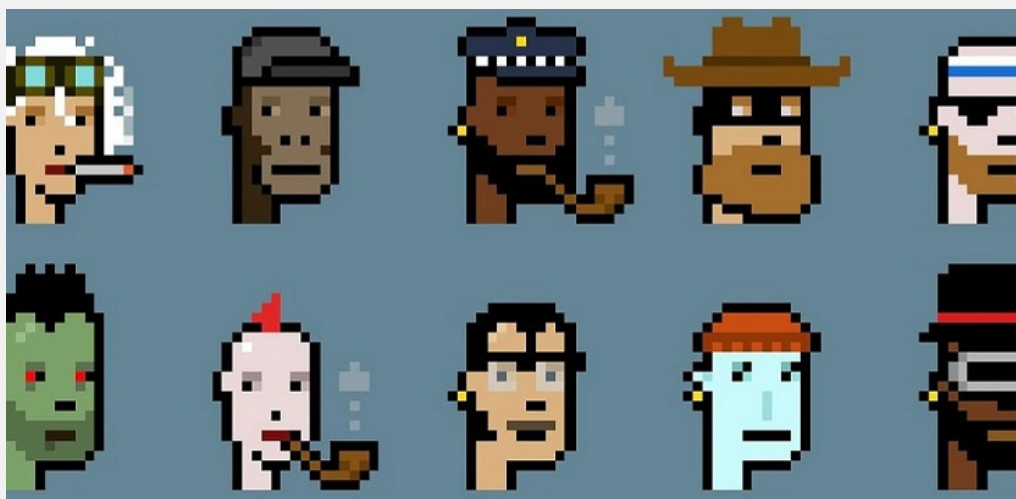


## Los NFT ganan el oro

El diccionario Collins ha nombrado “NFT” la palabra del año 2021, por encima de términos como “metaverso” y “teletrabajo”. La abreviatura de *non-fungible token* ha sido buscada en Internet un 11.000% más en el último año que en el anterior.

Modaes  
26 nov 2021 - 05:00



Los NFT lideran el año. Por encima de “metaverso” y “teletrabajo”, la abreviatura de *non-fungible tokens* ha ganado el título de La Palabra de 2021, otorgado por Collins, diccionario británico que nació en 1979. **El término ha sido buscado en Internet un 11.000% más en el último año que en el anterior.**

**En 2020, el oro se lo llevó la palabra “confinamiento”, mientras que el diccionario de Oxford premió “vax”, diminutivo de “vacuna” en inglés.** Este año, la pandemia ha quedado en segundo plano y ha sido remplazada por el universo virtual. Alex Beecroft, director de Collins, ha señalado que “los NFT lograron destacar entre el ruido del Covid-19”.

# Modaes

Frente a la decisión de otorgar el título a “NFT” y no al término completo, “*non-fungible token*”, Beecroft opinó que **“el concepto quizás disminuya su popularidad en el futuro, pero las siglas serán recordadas”**.

**En el último año, la moda se ha sumado también a la tendencia de los NFT**, que se definen como activos digitales indivisibles, de valor completo y que no pueden ser destruidos, intercambiados o replicados.

Hasta ahora, el mayor NFT en la industria de la moda ha sido creado por Dolce&Gabbana, que lanzó una colección de nueve piezas virtuales, cinco de ellas vendidas con objetos físicos. Karl Lagerfeld se sumó también a la tendencia el último año y subastó una colección digital de activos virtuales con la imagen del difunto diseñador.

## **El término NFT ha sido buscado en Internet un 11.000% más en el último año que el anterior**

**Según estimaciones de la consultora estadounidense Morgan Stanley, el mercado de los NFT crecerá hasta 300.000 millones de dólares hasta 2030**, y, más concretamente, los artículos híbridos de lujo (digitales pero complementados con objetos físicos) alcanzarán una facturación de hasta 25.000 millones de dólares.

En sólo una década, el negocio generado por las marcas de lujo a través del universo digital pasará de “insignificante”, en palabras de Morgan Stanley, a **una sólida oportunidad de crecimiento, especialmente para las compañías de moda, calzado y joyería**.

**Otra de las grandes oportunidades de crecimiento para la moda en el entorno digital es el gaming**, que podría suponer un 40% de la facturación total del metaverso de cara a 2030, según Morgan Stanley. Sin embargo, los NFT suponen un mayor resultado bruto de explotación (ebit), señala la consultora.