

Los cromos del futuro que se pagan a precio de oro: qué son y cómo funcionan los NFT

Al contrario de lo que ocurre con las criptodivisas, los tokens no fungibles no se pueden intercambiar entre sí, ya que no existen dos iguales y todos contienen información exclusiva de su creador y su comprador.

Ainoa Erdozain 24 sep 2021 - 04:52



No se tocan y no pueden ponerse en un álbum, pero hay quien paga decenas de miles de euros por ellos. La fiebre de los activos digitales no fungibles (NFT, en sus siglas en inglés) hace un tiempo que ha llegado al deporte de la mano de entidades como NBA, LaLiga, el Real Madrid o el Bayern de Múnich. Pero ¿qué son y cómo funcionan estos nuevos activos digitales?

Al contrario de lo que ocurre con las criptodivisas, los tokens no fungibles no se pueden intercambiar entre sí, ya que no existen dos iguales y todos contienen información exclusiva de su creador y su comprador. Los NFT son personales y únicos y, aunque puedan compartirse a través de la red, el comprador también puede certificar que es el propietario único y real de esa obra digital.

Los tokens o vales pueden ser monedas, cromos, sellos, obras de arte, prendas de ropa, artículos de lujo y le sigue una infinita lista de posibilidades interminable. Los NFT están protegidos con una estructura blockchain y están basados en los estándares de la Red. Esto facilita que solo se puedan comprar y vender a través de servicios que compatibles con la plataforma.

Los NFT son bienes indivisibles, tienen un valor completo y, debido al contrato inteligente con el que están creados, no se pueden destruir, eliminar o replicar.

A diferencia de la música, al adquirir un NFT, el bien intangible se obtiene en propiedad y pasa a formar parte de una única persona. Los NFT se guardan en wallets o monederos digitales, como ocurre con las criptomonedas o bitcoins. Los más conocidos son Metamask, Enjin, Math Wallet, Trust Wallet o Alpha Wallet.

A su vez, los NFT son objetos interoperables, es decir, no se pueden usar en otra plataforma u otros juegos que no sean el original. Por otro lado, también son objetos verificables. El blockchain permite registrar todo el historial del bien y verificar quién fue su creador original y a quién se compró el activo digital.

El primer NFT de la historia fue la obra Quantum, una animación en forma de octágono del artista neoyorquino Kevin McCoy. Quantum se convirtió en la primera obra en ser asociada a un certificado digital de propiedad en 2014 y salió a subasta el pasado junio.

El primer NFT de la historia alcanzó un valor de 140.000 dólares al día siguiente de ser sacado a subasta

En 2013, McCoy mostró su interés en el sector de las criptomonedas. Un año más tarde, el artista presentó su primera obra digital y fue acogida con bastante frialdad, provocando su retirada del mundo de los tokens no fungibles hasta el año pasado. Al día siguiente de su sacada a subasta por Sotheby's, la obra de McCoy alcanzó los 140.000 dólares. Actualmente, los NFT se venden por miles de millones de dólares.

La rápida expansión de esta ola virtual se ha producido gracias a las redes sociales. Desde la última primavera, el interés por la oferta digital se ha disparado. Asimismo, sigue aumentando tras la pandemia la demanda de artículos virtuales en videojuegos, *alter egos* digitales y realidad aumentada.

En deporte, las principales plataformas son Bitci, Sorare y Depper Labs. A principio de mes LaLiga anunció un acuerdo con la patronal para lanzar tokens no fungibles (NFT) de todos sus jugadores, lo que **supuso la creación de una vía adicional de**

ingresos a través de una nueva categoría de licencias. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido.

En deporte, las principales plataformas son Bitci, Sorare y Depper Labs

Actualmente, **los planes de Sorare pasan por firmar acuerdos similares con cada una de las veinte principales ligas de fútbol antes de que finalice 2022.** La compañía cuenta con la mayoría de los cien principales clubes del mundo bajo licencia, incluyendo el Liverpool FC, el FC Bayern Munich, el Paris Saint-Germain FC, la Juventus FC, Boca Juniors y River Plate.

Sorare ha alcanzado un volumen de ventas de tarjetas de 110 millones de euros en lo que llevamos de año, con presencia en 160 países y ha sido financiada por organizaciones como Benchmark, Accel Partners, Headline y futbolistas como Gerard Piqué, Antoine Griezmann y Rio Ferdinand. De hecho, ayer, Kosmos, compañía presidida por el blaugrana y Sorare, anunciaron un acuerdo con varias leyendas del mundo del fútbol.

Por otro lado, la compañía turca de tecnología *blockchain* Bitci.com llegó a un en julio para convertirse en patrocinador del Campeonato Mundial FIM MotoGP hasta 2023. La compañía también ha firmado acuerdos con el Real Betis, Atlético de Madrid, FC Barcelona o Sevilla.

Estas criptomonedas dan derecho a sus aficionados a conseguir experiencias del club, entrar en sorteos especiales y otras acciones. En julio, la Rfef se apoyó en Bitci para lanzar *fan tokens* de la selección por valor de 12,5 millones; sin embargo, a escala global el referente en a escala global son **los fan tokens de la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF)**, que vendió treinta millones en apenas 19 minutos a mediados de julio.

Este miércoles, tras cerrar un acuerdo de patrocinio con LaLiga, Depper Labs cerró una ronda de financiación de 250 millones de dólares, en la que participaron los fondos Coatue o Bond. Con la operación, **la compañía está valorada en 7.600**

millones de dólares, triplicando así su valor en apenas seis meses, cuando levantó 305 millones de dólares con los cromos de la NBA.