

‘En lo profundo del metaverso’, el webinar de *another* que despejó dudas sobre ese mundo paralelo en construcción

Bogotá D.C. 17 de octubre de 2022.- Corría el año 1992 cuando en la novela de ciencia ficción *Snow Crash*, escrita por Neal Stephenson se empezó a hablar de “Metaverso”, un término que se refería a un mundo fantástico virtual, en el que se podía hacer lo mismo que en la vida real y mucho más, mediante el uso de un avatar personalizado. Y lo que para ese entonces era una fantasía, hoy en nuestros días es una realidad y una industria creciente en todo el mundo.

[*another*](#), el grupo independiente de comunicación estratégica con la oferta más grande en servicios en el mercado latinoamericano y presencia en 21 países, realizó un webinar titulado “***En lo profundo del metaverso***”. En el mismo **se abordaron los retos y las oportunidades que cada vez toman más relevancia en lo que el mundo conocerá como el *internet 3.0*.**

Datos y más datos

La información noticiosa del evento estuvo soportada por datos concluyentes de sondeos y encuestas realizados por *another* y por informes compartidos por consultoras de magnitud internacional como *Accenture*, *WGSN*, *Statistas*, *Bloomberg*, entre otras. Información mediante la cual obtuvieron información diversa y concluyente, sobre la percepción que tiene el usuario en línea latinoamericano sobre el metaverso. **Por ejemplo, se detalló cómo cerca de un 81% de los encuestados tiene nociones de qué es el metaverso y qué lo hace tan importante en este proceso de transformación digital de internet.**

Según Mariana Carreón, Strategic Planning Director de [*another*](#) “Estas herramientas estadísticas también nos permitieron esclarecer mitos y verdades sobre esta tecnología, por ejemplo, el imaginario colectivo de pensar que el metaverso únicamente es accesible para personas con grandes recursos económicos, afirmación que es parcialmente verdadera dado que **es tecnología que hasta ahora se está construyendo, pero que con el paso del tiempo se democratizará, haciendo que cada vez más personas de todas partes del mundo puedan acceder a este universo digital.**”

Sus oportunidades de negocio en expansión

Lejos de la idea colectiva de relacionar al metaverso únicamente con la industria de los videojuegos, sector que en efecto sí presenta mucho crecimiento y oportunidad de desarrollo

al interior de este. En el webinar se expuso a muchas otras industrias que también tienen oportunidades, y que pueden ser el nicho perfecto para que empresas y emprendedores se sumen. Sin importar cuál sea su core de negocio, pues van desde bienes consumibles, hasta automóviles o ropa para avatares personalizables, estas son:

- **Criptomonedas:** con un 15.5% de tasa de adopción a nivel mundial, estos activos financieros están cobrando gran relevancia en los mercados digitales que también participarán en el metaverso. Muestra de esto es que en **México tienen 15.2% de tasa de adopción por parte de hombres y mujeres, de edades entre los 18 a los 34 años. Caso que se repite en Colombia con un 14.5% y en Brasil con un 14.4%, una tendencia que va en aumento.**
- **NTFs (Not Fungible Tokens):** Al igual que las criptomonedas, estos son bienes con gran relevancia en el metaverso, dada su gran comercialización e innovación en su diseño artístico. **Es tal la magnitud que los NFTs tienen una tasa de adopción del 13% en Latinoamérica.**
- **Entretenimiento:** Se estima que **para 2028, la inversión en este nicho de mercado en el metaverso sea de 250 billones de dólares.** El reto será cómo captar por cada vez más tiempo la atención de los ciberusuarios, mediante formas novedosas de ocio y diversión. Entre las invenciones de este sector ya se encuentran por ejemplo: conciertos, fiestas y espacios de interacción entre artistas y espectadores en tiempo real en el ecosistema digital.
- **Belleza, lujo y moda:** La estética y el glamour también son parte del metaverso, sobre todo porque cada vez es más frecuente la inmersión de marcas muy reconocidas en el mundo real, como *Prada, Cartier, Tiffany, Louis Vuitton y Gucci*, en estas plataformas. **Quienes buscan vender sus productos de alta calidad y prestigio entre amantes de la moda.** El desafío que se presenta para estas compañías será mantener la autenticidad de sus colecciones en este ciberespacio.
- **El fitness:** Por último, también hay lugar para la salud y el bienestar de los internautas del metaverso. Por eso empresas relacionadas al acondicionamiento físico, a la meditación y a la terapia psicológica; como *XR Health, Bump Galaxy* o la danesa *Completion*, ya están migrando y adaptando sus actividades, **para que cada vez más usuarios puedan realizar su rutina, entrenamiento y deporte favorito, en este espacio virtual y desde la comodidad de sus casas.**

Pero mucho crecimiento, requiere mucha responsabilidad

Luego de haber presentado todo el universo de oportunidades y de experiencias disponibles o en desarrollo en el metaverso, los expositores cerraron el encuentro virtual con un apartado especial para mencionar los cuidados que los usuarios y desarrolladores deben tener en cuenta a medida que crece esta industria.

Por ejemplo, la reserva y obligatorio uso adecuado de los datos personales recopilados en cada sesión de los usuarios del metaverso. Al respecto, según *Statistas* 7 de cada 10 usuarios encuestados considera que Meta, la empresa de Mark Zuckerberg y pionera de esta tecnología, podría usar de manera indebida sus datos personales, lo cual es un imaginario que puede resultar en un riesgo latente para la industria.

Por su parte, Mariana Carreón, agregó que: “Otro factor importante son las posibles afectaciones que podría tener esta tecnología en la salud mental de las personas, pues su inadecuada implementación puede conllevar al aislamiento de los usuarios, y fungir como un escape temporal a la realidad, lo cual puede desencadenar en sentimientos de soledad, ansiedad y depresión.”

Un futuro optimista

Por ahora estos proyectos de ecosistemas digitales conocidos como metaversos, pintan un panorama que hace unos años parecerían algo imposible; pero gracias a la cooperación y a los avances tecnológicos, son una realidad alcanzable con gran efectividad.

Por supuesto, habrá que esperar un poco más, para que la inmersión total en esta tecnología esté al alcance de todos los cibernautas. Y para que se adapten, a su vez, alternativas para reducir la contaminación ambiental ligada a la operatividad energética que requiere esta gran industria. Lo cierto, es que esta revolución tecnológica ya está a la vuelta de la esquina, por eso es y será una oportunidad imperdible para empresas y ciudadanos de todo el mundo.

Acerca de another

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, another es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas, para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. [another](#) brinda servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, influencer marketing, social media, branding, content & inbound marketing, creatividad y diseño, Investigación e inteligencia de mercado y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en moda, belleza, estilo de vida, consumo masivo, tecnología, lujo, cultura, entretenimiento, salud y bienestar, turismo y corporativo. **another** forma parte de Constellation Global Network y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Casa another en Ciudad de México),

Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (FL), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Bolivia, Canadá, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Puerto Rico, República Dominicana, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita another.co y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [Linkedin](#).

Contacto para prensa

Iván Mora Rincón

Ivan.mora@another.co

316-3362-173