



# Un vistazo al futuro:

## El Metaverso en México

Septiembre 2022.

# Información clave

## 01. Una nueva forma de hacer negocios

- El metaverso representa una tendencia moderna y tecnológica que permite generar recuerdo de marca y compromiso. Ofrece propuestas novedosas sobre el espacio publicitario que no se limitan al mundo 2D.

## 02. Mexa-verse

- 2030 es el año en el que el metaverso tendrá su auge en México. Las relaciones comerciales entre México, EE.UU. y Canadá ofrecen una rápida adopción del metaverso y un crecimiento de la audiencia en los próximos años. Así que, si no empezamos a sumergirnos en el metaverso ahora, mañana podría ser demasiado tarde.

## 03. Comunidad diversa

- El metaverso es un mundo digital que te acompaña en cualquier momento y lugar, gracias a las diferentes y amigables opciones de acceso, desde aplicaciones hasta sitios web. Sus principales actividades como el juego, la socialización, la creación y la especulación permiten llegar a diferentes públicos

## 04. Desafíos del metaverso

- A pesar de ser considerado un espacio para la especulación, los mexicanos se mantienen positivos ante las fluctuaciones de precios de las criptomonedas y el uso del metaverso. Las activaciones de marca deben considerar que México enfrenta retos en el acceso a la tecnología y la preocupación por la privacidad de los datos de los usuarios.

## 05. Oportunidades de marca

- Hay que tener en cuenta que el metaverso forma parte de los canales que complementan la publicidad digital. Se espera que las marcas más conocidas sigan siendo las que realicen activaciones en el metaverso.

# Lección de historia del metaverso y términos meta

1992 - Acuñado en el "Snow Crash" de Neal Stevenson

2002 - Microsoft lanza Halo en su plataforma de juegos Xbox

2003 - Lanzamiento de Second Life por Linden Labs

2004 - La Organización Internacional de Normalización aprueba la norma de la web 3D

2006 - Roblox se lanza como un metaverso gratuito y tokenizado

2011 - Lanzamiento de la novela Ready Player One, que describe un metaverso global

2021 - La empresa matriz de Facebook es ahora Meta <sub>1</sub>

## Metaverso

Una iteración de Internet que soporta entornos virtuales 3D persistentes en línea.

## Avatar

Representación gráfica de un usuario o de su carácter o personalidad.

## Web 3.0

Una versión de Internet descentralizada y basada en cadenas de bloques públicas.

## Blockchain

Un registro descentralizado\* de todas las transacciones (bloques) ocurridas que permite confirmar y llevar a cabo acuerdos de intercambio.

\*No está alojado en un solo servidor sino en muchos en todo el mundo.

## Criptomoneda

Valor virtual no falsificable capaz de ser intercambiado por otra moneda virtual o de curso legal.  
Son escasos.  
Único.  
Consumible.

## NFT

Un token no fungible, una unidad de datos única y no intercambiable almacenada en un libro de contabilidad digital (blockchain) <sub>2</sub>

METAVERSO es la próxima evolución de la conexión social:

La visión de Meta<sup>1</sup> es: Ayudar a dar vida al metaverso, que es una Internet corpórea en la que ya no vemos el contenido, si no que estamos dentro de él.



# La localización y las relaciones comerciales permitirán a **México** mantenerse en la tendencia metaversa

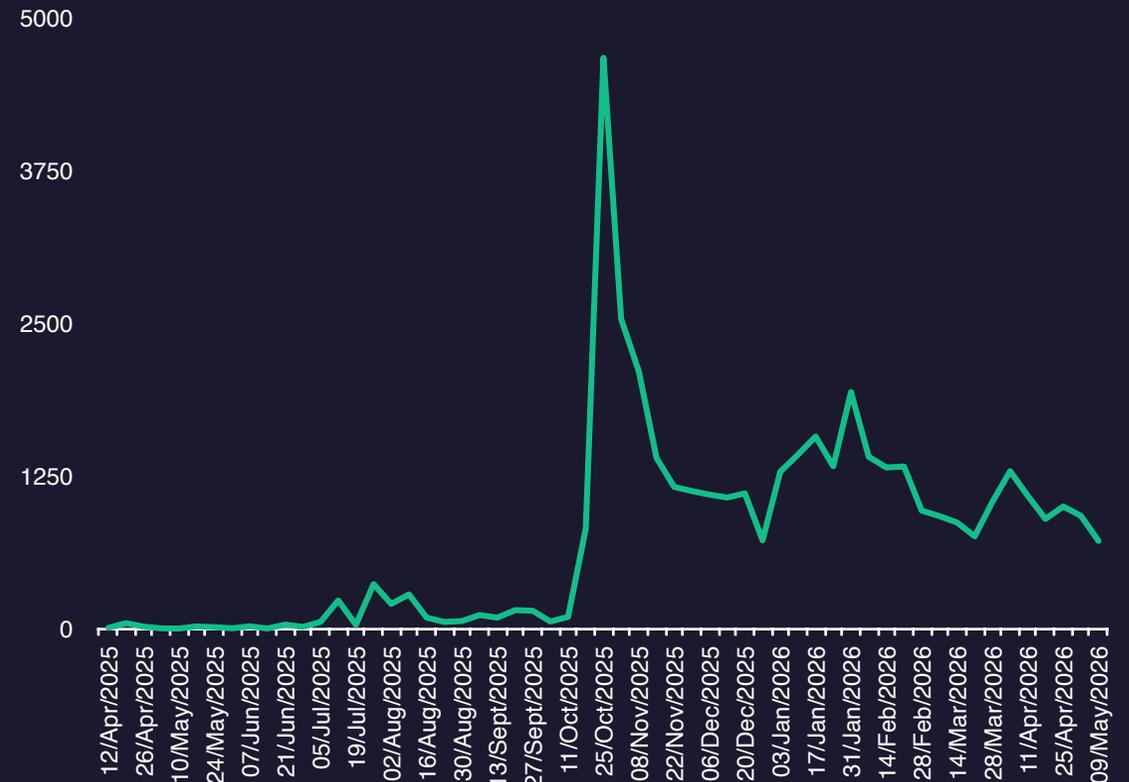
Dado que las principales plataformas del metaverso están en Estados Unidos y Canadá, México también tendrá una cuota de mercado dominante de 2022 a 2027 en el metaverso debido a sus relaciones comerciales.

Esta tendencia representa una etapa de adaptación de los usuarios y nuevas oportunidades de conexión para las marcas.

La conversación y las búsquedas relacionadas con el metaverso se han disparado y siguen siendo relativamente altas a día de hoy desde que Facebook anunció su cambio de nombre a Meta junto con el metaverso el 28 de octubre de 2021



Tendencia de búsqueda en el metaverso de México para abril de 2021-2022





Los consumidores buscarán **las marcas** en los espacios virtuales, del mismo modo que hoy las buscan en las redes sociales, **dando por hecho que están presentes.**

Si no empezamos a sumergirnos en el metaverso ahora, mañana podría ser demasiado tarde.

5.7 K

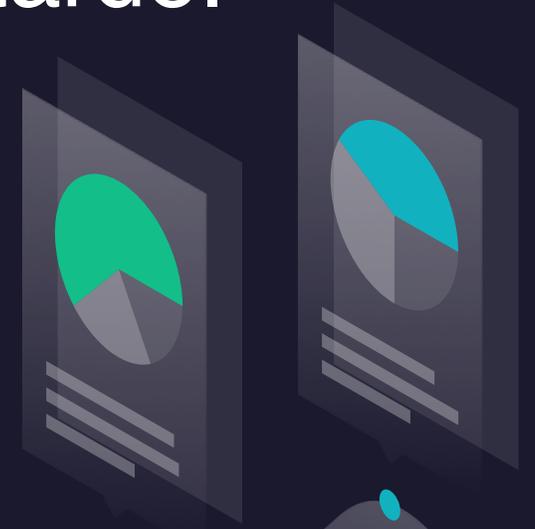
Menciones actuales<sup>1</sup>

30% y 50%

De crecimiento interanual hasta 2026<sup>2\*</sup>

2030

será el año en que el metaverso tendrá su mayor auge en México<sup>3</sup>.



# No es necesario estar en un ordenador para acceder al metaverso.

Cuatro formas de sumergirse en el metaverso:

## Aplicaciones del metaverso

El 87% de la población tiene un teléfono móvil para uso propio <sup>1</sup>

## Consola de juegos y PC

El 24% de la población en México utiliza una videoconsola para entrar en Internet <sup>2</sup>

## Realidad virtual y aumentada

Se espera un crecimiento del 40% en las ventas de unidades de auriculares de realidad virtual en 2022 frente a 2021 <sup>3</sup>

## Navegador web

El 75,6% de la población mexicana tiene acceso a Internet <sup>4</sup>

Los mexicanos esperan que el metaverso revolucione la interacción social y los mercados financieros.

## Acortar la distancia física y social



Entornos de trabajo virtuales 120 IDX

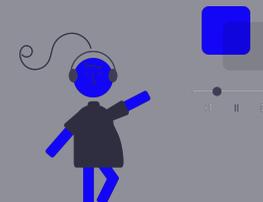


Recursos sanitarios digitales 116 IDX

## Especulaciones financieras



Comercio de activos digitales 124 IDX



Entretenimiento digital en realidad virtual 118 IDX



Aprendizaje virtual 114 IDX

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con que, en los próximos 10 años, el desarrollo de las siguientes aplicaciones metaversas que utilizan la realidad extendida cambiará significativamente la forma de vida de las personas?

# Sin embargo, el futuro del metaverso parece estar dividido entre los juegos y las experiencias virtuales en estado real.

Visitas mensuales al sitio web en junio de 2022.

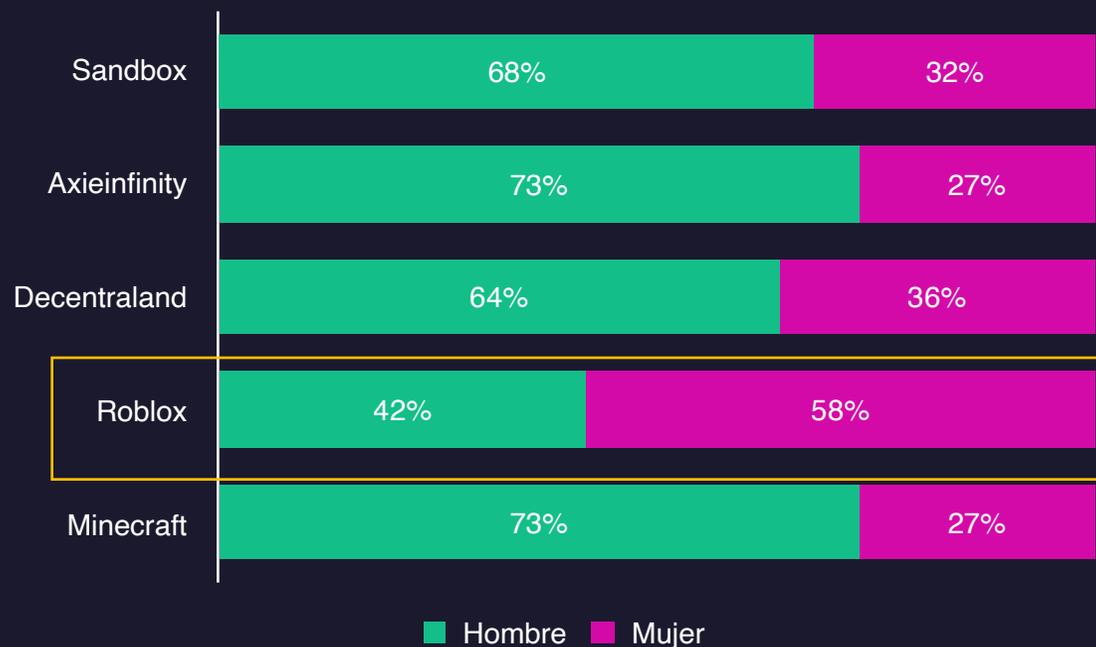


# Hay diferencias sobre el género y la edad de los usuarios en las plataformas.

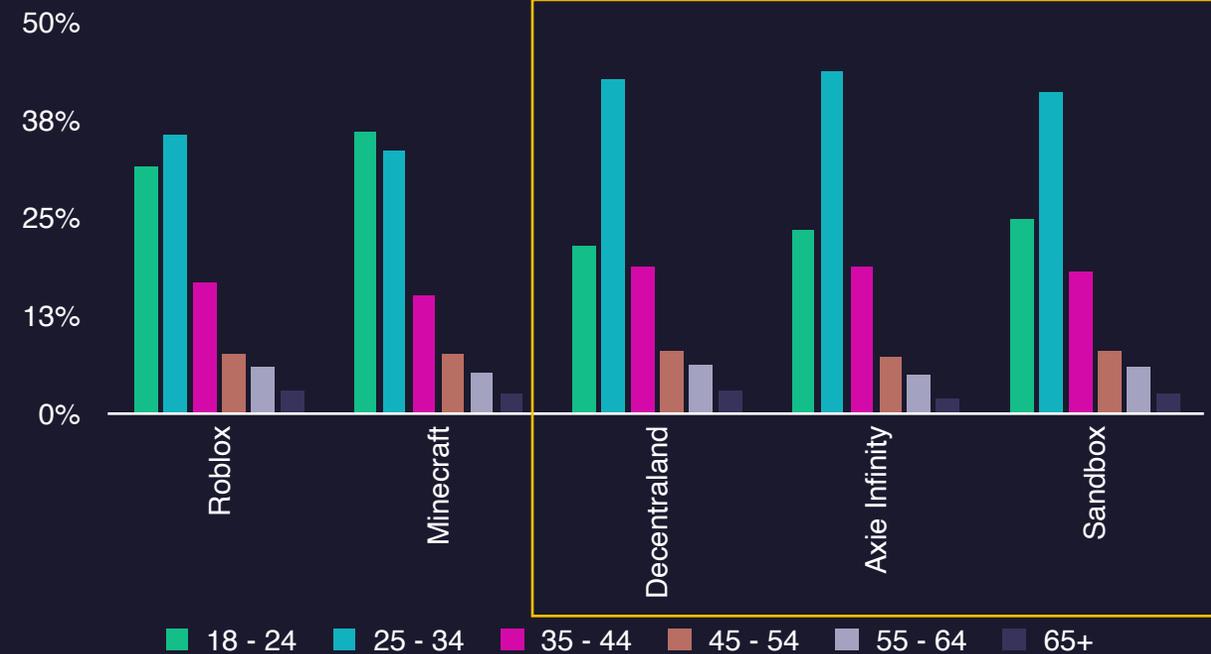
A diferencia de otras plataformas, el 68% de los usuarios de Roblox son mujeres.

Decentraland, Axie y Sandbox son visitados principalmente por personas mayores de 25 años

Usuarios por género

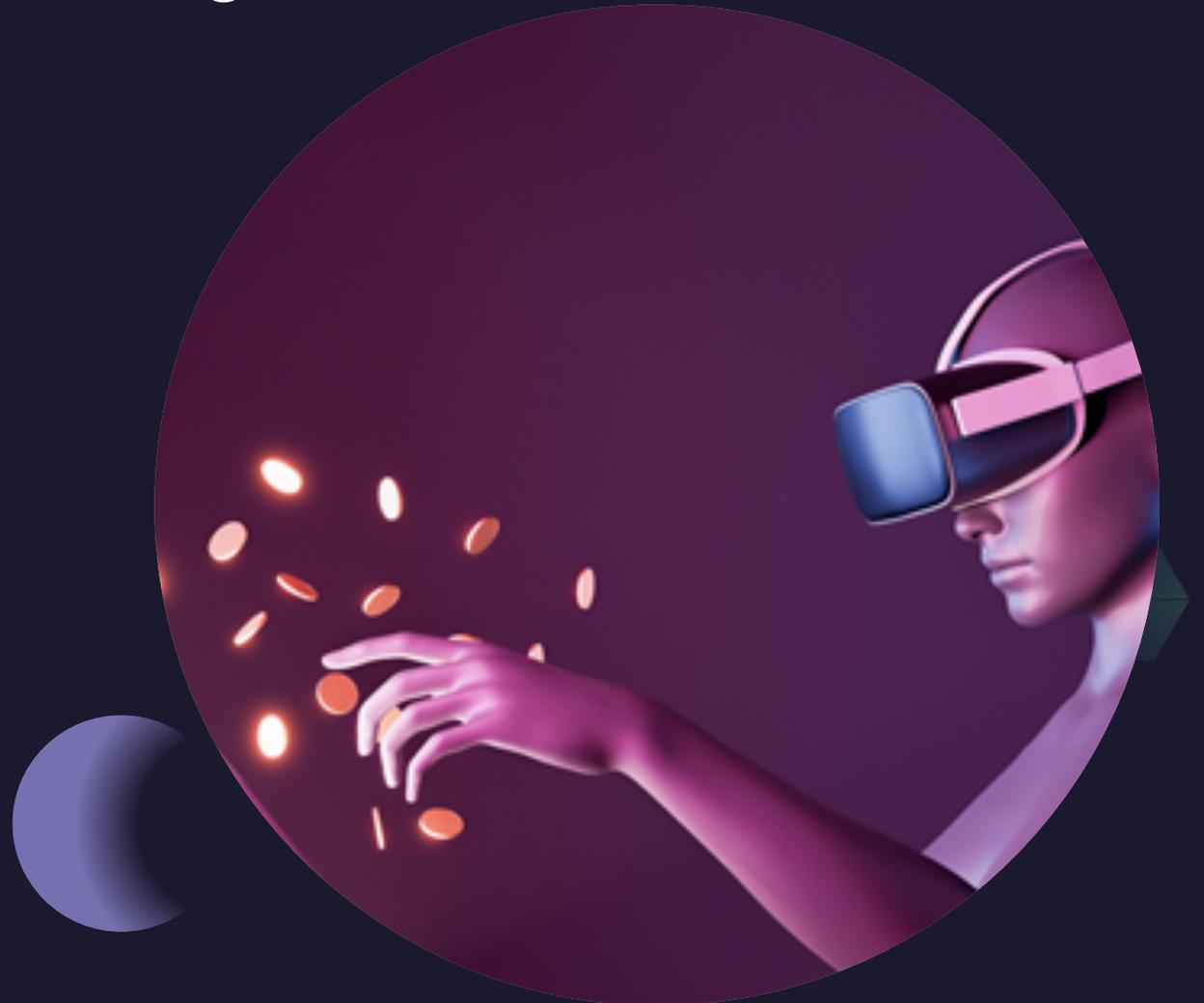


Usuarios por plataforma y género



# Aunque pueda parecer que el metaverso es sólo para jugar, es la siguiente forma de negocio.

A pesar del diseño amigable de la interfaz y los avatares de los metaversos, la mayor parte de ellos están hechos para ganar dinero y hay muchas opciones para monetizar y aprovechar estas nuevas tecnologías.



# Hay una sensación de incertidumbre debido a la percepción de la especulación.

La conversación está impulsada principalmente por temas como los bienes virtuales, las NFT y las criptomonedas, lo que provoca una percepción del metaverso como un espacio para la especulación y el comercio.

Sopesar la conversación relacionada con el uso del metaverso.



Además, México se enfrenta a problemas de accesibilidad tecnológica y los usuarios están preocupados por la privacidad de los datos.

## ACCESO A LA TECNOLOGÍA

27

\$400 - \$25,000

Precio de un gadget de RV  
Los aparatos asequibles son muy limitados en comparación con los líderes de la categoría, que son muy caros.



%



Fuente: Statista, La fibra óptica se abre paso en el mundo de forma desigual, 2021.

Fibra óptica de banda

## PRIVACIDAD DE LOS DATOS

39

%

A los jóvenes de 18 a 35

# Sin embargo, los usuarios digitales se mantienen positivos ante las fluctuaciones económicas de las criptomonedas y el uso del metaverso

 **69%**  
POSITIVO

La criptomoneda se considera una buena opción de inversión



 **31%**  
NEGATIVO

La caída de los precios y la posibilidad de ser defraudados les mantiene en alerta.



Por último, pero no menos importante: El metaverso es un hito en el marketing digital experiencial

## OPORTUNIDADES DE MARCA EN EL METAVERSO

El metaverso podría considerarse la pieza que faltaba para el marketing omnicanal.

Se espera que las marcas más conocidas sigan siendo las que realicen activaciones en el metaverso.

La concienciación y el compromiso serán los pilares actuales proporcionados por los universos digitales del metaverso.



# ¿Quién es **Publicis BI**?

Publicis Groupe -la tercera agencia de comunicación más grande del sector- es una red global de creativos y estrategias dedicada a ayudar a las principales marcas del mundo a mantenerse relevantes y a la vanguardia del mercado.

Dentro del grupo, alineamos nuestro pensamiento e inteligencia a través del equipo de **Business Intelligence**, un conglomerado de expertos centrados en la extracción de datos, la conexión de los puntos y el diseño de estrategias alimentadas por el comportamiento de millones de personas.

## **NUESTRA FÓRMULA DE ÉXITO**

Decisiones basadas en datos +

Equipo de especialistas y expertos multidisciplinares +

Fuerza global con cientos de herramientas de copia de seguridad +

Apoyo a la estrategia

Resultados **del BI de Publicis**

**SOLUCIONES EMPRESARIALES ORIENTADAS A LOS DATOS**

# Cómo podemos ayudarle a aprovechar las oportunidades

Soluciones y servicios de investigación y estrategia probados por los clientes

## 01. TARGETING (MAPAS DE EMPATÍA)

Conocimiento de los diferentes públicos de una marca, de los canales que frecuentan, comportamientos y prioridades desde una perspectiva cuantitativa

## 03. SEGUIMIENTO DEL RENDIMIENTO

Análisis del comportamiento y la percepción de una marca por parte de los consumidores/audiencia mediante el seguimiento de su conversación digital.



Soluciones de BI  
de Publicis para el  
metaverso

## 02. EVALUACIÓN CREATIVA DE ACTIVOS (CAE)

Evaluación cuantitativa centrada en el usuario para comprender las impresiones, los puntos fuertes y los puntos débiles de los esfuerzos de creación de contenidos de la marca.

Si su marca está preparada para **unirse al metaverso**, póngase en contacto con nosotros:

**Omar Lázaro**, Director de BI -

[omar.lazaro@publicisgroupe.com](mailto:omar.lazaro@publicisgroupe.com)

**Gabriela Rodríguez**, BI Manager

[-gabriela.rodriguez@publicisgroupe.com](mailto:-gabriela.rodriguez@publicisgroupe.com)

Colaboradores:

Dulce Ayala, Mauricio Guerrero,  
Ildfonso Manzanilla, Joshua Pimentel  
Miriam Santos, Ismael Torres

