



Bogotá D.C. 10 de mayo de 2022

COMUNICADO DE PRENSA 10 de MAYO de 2022

Casi el 80% ya escuchó hablar del metaverso

Este y otros datos sorprendentes en expedia22, el primer estudio del metaverso en el país, lanzado esta semana por brandstrat.

Casi el 80% de los colombianos ya ha escuchado hablar del metaverso, y están dispuestos a comprar y asistir a conferencias en esta nueva frontera tecnológica a través de sus avatares.

Este y otros datos se encuentran en el estudio expedia22, presentado por brandstrat el pasado 27 de abril como parte de la agenda académica y profesional del seminario Consumer Immersion, en la capital.

“¿Qué tan dispuestos están los consumidores colombianos a vivir experiencias digitales avanzadas? Necesitamos datos recientes y confiables para responder a esta pregunta y finalmente los tenemos”, afirma Rafael López, fundador y gerente general de brandstrat, quien decidió lanzar esta nueva línea de investigación para celebrar los 20 años de su empresa en el mercado. “Nuestros clientes ya se están moviendo hacia la nueva internet: ahora podrán tomar decisiones más certeras sobre qué hacer y cómo hacerlo”, agrega López.

Más y más sectores de la economía del país se están transformando digitalmente, y para algunos ya ha llegado la hora de asomarse al metaverso. “Es la próxima generación de internet” afirma Paolo Miscia, especialista del tema y experto de medios digitales quien dirige el estudio “y en los próximos años todos vamos a empezar a adoptarlo. Estamos muy orgullosos de poder ser los primeros en traer data fresca a la mesa para que entre todos avancemos rápidamente y en la dirección correcta”.

Impacta por ejemplo registrar que frente al conocimiento difuso de esta evolución también hay preocupaciones: un 20% ve el metaverso con desconfianza, mientras que un 50% de los encuestados (personas entre 18 y 55 años, de estratos 3 al 6, en Bogotá y Medellín) se dicen preocupados por el impacto de los servicios digitales sobre el medio ambiente.

El estudio expedia22 está siendo presentado a la industria colombiana del mercadeo y de la publicidad. En las próximas semanas se extenderá a México, Chile y Argentina para ampliar el conocimiento del fenómeno por nuestras latitudes. Sus resultados permiten medir la inclinación de los colombianos a vivir experiencias digitales avanzadas, con base en su acceso a la tecnología y a qué tan abiertos están a tener relaciones personales y profesionales en entornos virtuales.

Esta inclinación se mide con un dato sintético, el Índice expedia, que oscila entre 0 (nada dispuestos) a 100 (inmersos en una realidad completamente digital). El Índice expedia para Colombia para el año 2022 quedó en 31, un nivel que demuestra apertura - pero que deja vislumbrar con claridad que falta mucho camino por recorrer. “En la construcción de este futuro digital el rol de las marcas y de los medios es clave” afirma Paolo Miscia; “arrancar de primeros les dará una ventaja competitiva y permitirá el crecimiento en el país de las industrias del futuro”.

“Por ser un estudio especializado” agrega López “hemos podido llegar a una profundidad que no está al alcance de estudios más generalistas”; se registró por ejemplo que:

- El 90% de los encuestados juega en su móvil, computador o consola; la mayoría en sesiones de dos horas o más de duración.
- Un 11% de los jugadores considera que sus pertenencias digitales son igual o más importantes que las físicas.
- El 62% juega con otras personas, a confirmación del rol social importante que ha adquirido el gaming durante la pandemia.
- Entre quienes ya han comprado ropa o muebles online, hay una gran disposición al uso de aplicaciones de Realidad Aumentada (más del 60% estaría muy interesado en probarlas)
- Uno de cada 3 estaría dispuesto a cambiar su celular por unas gafas que tuvieran las mismas funciones (más los hombres que las mujeres)
- El 14% afirma ya haber comprado o utilizado criptomonedas, el 6% NFTs (Non Fungible Tokens).
- A la mitad de los encuestados no le gustaría un mundo sin dinero en efectivo - aunque un 73% ya usa monedero o billetera digital (tipo Nequi o Daviplata)