

An aerial, top-down view of a city street intersection at night. The image is heavily blurred to create light trails from moving vehicles, giving it a sense of motion and energy. The colors are dark, with highlights from streetlights and building lights. The text is overlaid in the center of the image.

Ingresando al Metaverso

Hugo Benedetti PhD
ESE Business School

¿Qué es un metaverso?

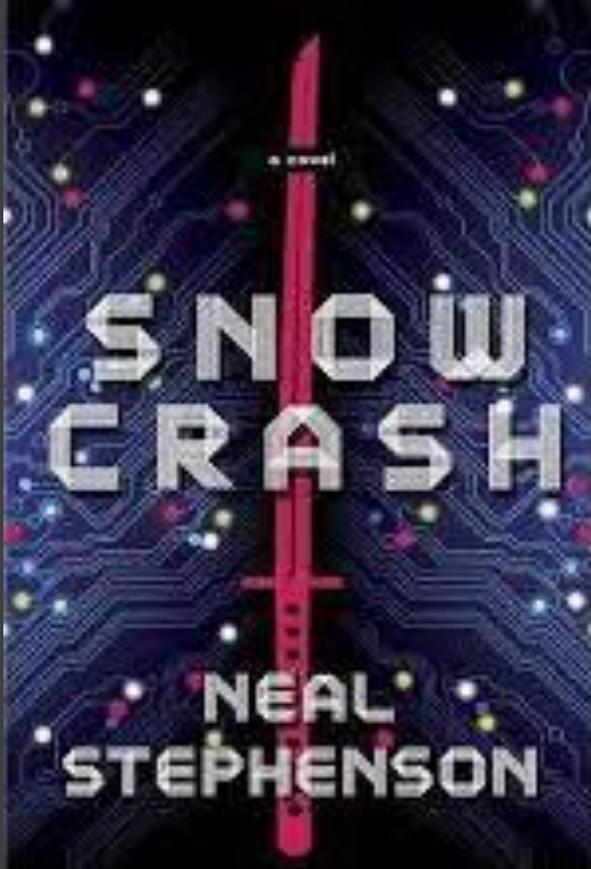
- Representación digital de un mundo permanente, inmersivo, interactivo, compartido, simultáneo y en tiempo real, con un set de reglas definidos y un contexto común, que permite la interacción de usuarios
- Percepción mutua de presencia al estar conectado y ausencia al estar desconectado



Un metaverso
es distinto a
juegos en
línea, VR y
redes sociales

NO son considerados “metaversos”:

- La gran mayoría de los juegos en línea, ya que estos suelen ser transitorios (las partidas terminan) y poseen experiencia compartida limitada (grupos pequeños de jugadores)
- Simulaciones cerradas de realidad virtual (por ejemplo capacitaciones), ya que el número de usuarios es limitado y la simulación es transitoria (Inicio, desarrollo, fin, re-inicio, etc)
- Redes sociales, ya que no son inmersivas, no hay un presencialidad, ni tienen un contexto común más allá del tipo de lenguaje de la red (texto, imagen, video)



Snow crash,
Neal Stephenson
(1992)



The matrix,
Lana Wachowski, Lilly Wachowski
(1999)



Ready player One, Ernest Cline
(2011)
Ready player One, Steven Spielberg
(2018)

Imaginario del metaverso



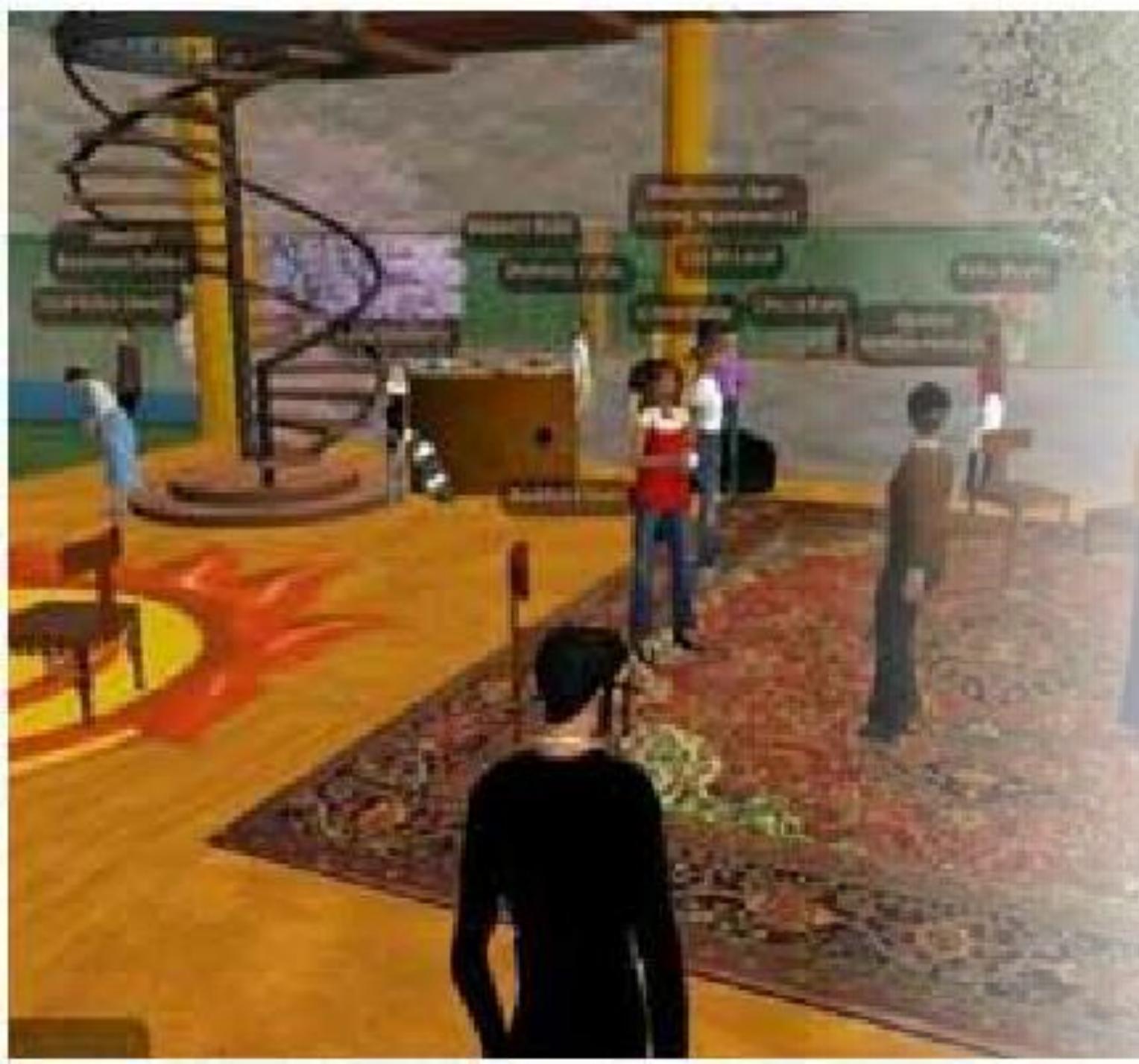
Basados en experiencias e interacción social



Basados en juegos

Implementación de metaversos

Experiencias / Juegos



Second Life experiencia e interacción



- Creado en 2003
- Actualmente 70 millones de usuarios registrados
- 200.000 activos diarios,
- GDP USD 600 millones
- Moneda interna: Linden dollar, respaldada por dólares

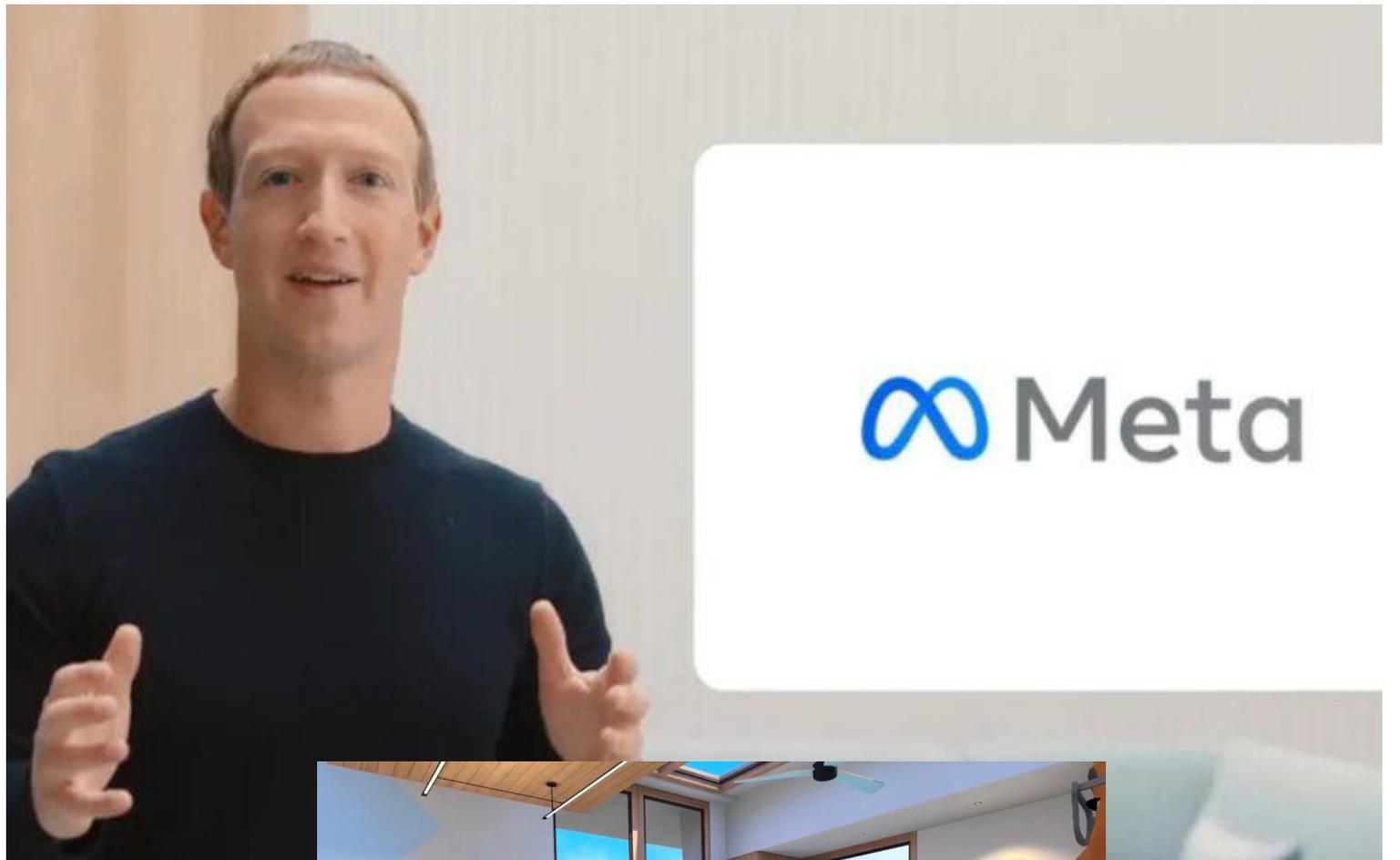
Roblox - juegos infantiles

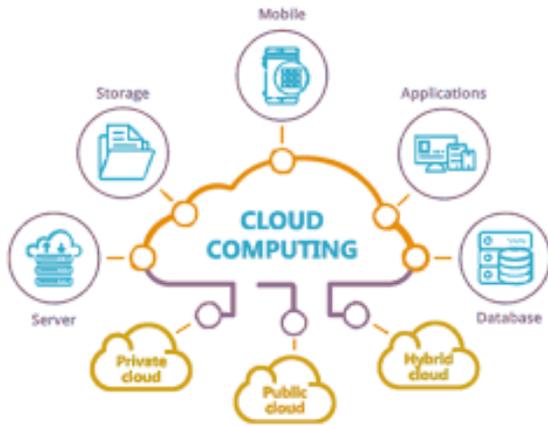
- Creado en 2006
- Enfocado en 164 millones de usuarios registrados
- 43 millones de usuarios diarios
- 9.5 millones de desarrolladores de experiencias
- 24 millones de “experiencias”- Multimetaverso
- Moneda interna Robux
- En 2020, USD\$ 1 billón en ingresos para la compañía, a lo que se suma todo el comercio interno

ROBLOX
POWERING IMAGINATION™



¿Por qué
estamos
hablando de
esto ahora?





Porque ahora la tecnología nos permite re-diseñar el “modelo actual” de metaverso



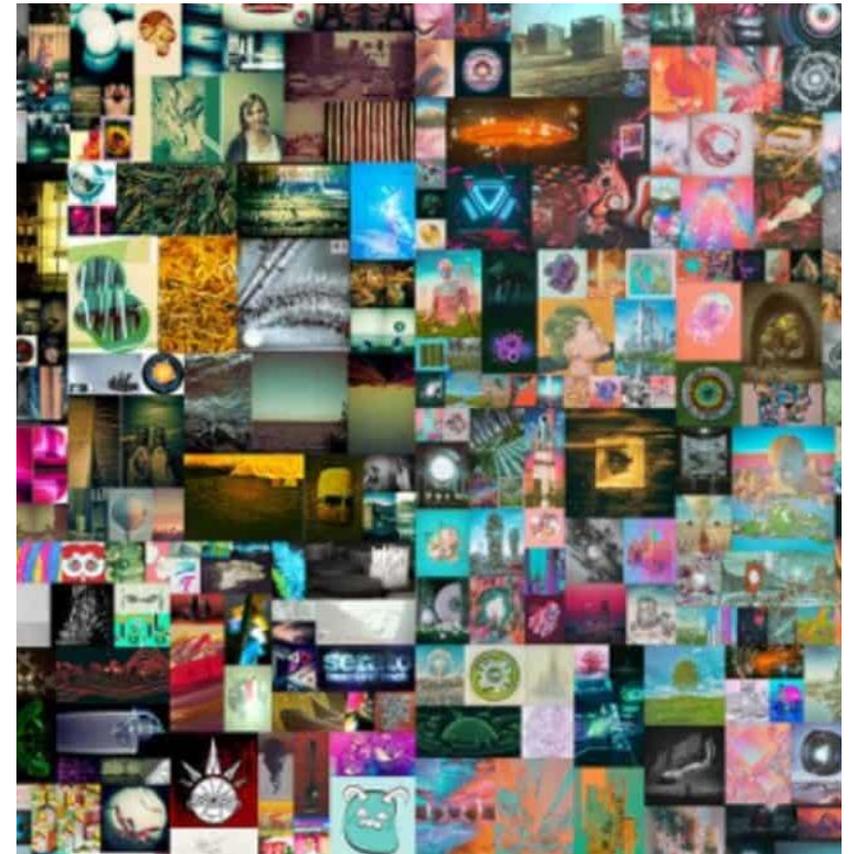


Decentraland

- Metaverso de experiencias, creado por los argentinos Ari Meilich and Esteban Ordano, en operación desde 2020
- Usuarios adquieren terrenos virtuales (NFTs) usando criptomonedas de emisión propia
- Compañías como Samsung, Adidas, Atari, PricewaterhuseCoopers han adquirido terrenos
- \$2.4 millones por un terreno en 2021
- Conciertos, desfiles, remates, etc

NFTs (non-fungible tokens): Activos digitales

- Permiten comprobar el origen y singularidad/pluralidad de un objeto digital y compararlo con todos los activos existentes. Podemos demostrar que un objeto es único o el grado de exclusividad (escasez) en relación a todos los objetos en existencia.
 - Avatars: Representación de la persona “identidad” información del usuario y su historia virtual
 - “Skins”: Representación visual de la persona
 - Accesorios: Items, ejemplo vestimenta
 - Cosas: Arte, edificios, mobiliario, etc.(Beeple “5000 days”, rematado por Christie’s en \$69.3 millones en 2021)



¿Para qué?

- Expandir las capacidades y mecanismos de interacción a través de la tecnología
- Diseñar nuevas formas de interacción y por lo tanto, nuevos modelos de negocios:
 - Físicos comercializados a través de un canal digital (abrir una cuenta en la sucursal virtual de un banco)
 - Híbridos: físicos + digital: comprar en Sotheby's un cuadro físico y además una versión digital compatible con metaverso
 - Digitales: asistir a un concierto virtual
- Lo más importante es lo que no hemos diseñado, porque aún no sabemos que ya es posible



¿Cómo afecta a mi empresa?

- En Chile estamos en fases incipientes, a pesar del nivel de avance y adopción internacional
- Existen experimentos locales, liderados por áreas de marketing e innovación => Foco en metaverso como canal de comunicación, interacción y branding, menor foco en venta
- Hay espacios para productos digitales e híbridos, pero requieren diseñarlos pensando en las características de cada metaverso
- La recomendación, al igual que con cualquier tecnología, es aprender, explorar y evaluar cómo puede complementar la estrategia de la empresa





Gracias!

Hugo Benedetti PhD
ESE Business School