

MEDIA WINK
iPROSPECT
a denodo company



Vodafone
Media Lab

METAVERSO

Vodafone Media Lab

BEATRIZ ABAD
iProspect/Strategy Director



Agenda

1. Introducción a Web.3
2. Metaverso, ¿qué es?
3. Primeros pasos de una revolución
4. Implicaciones para las marcas



METAVERSO

Introducción a Web 3.0

01

YMEDIA WINK
iPROSPECT
© 2024 Vodafone Media Lab

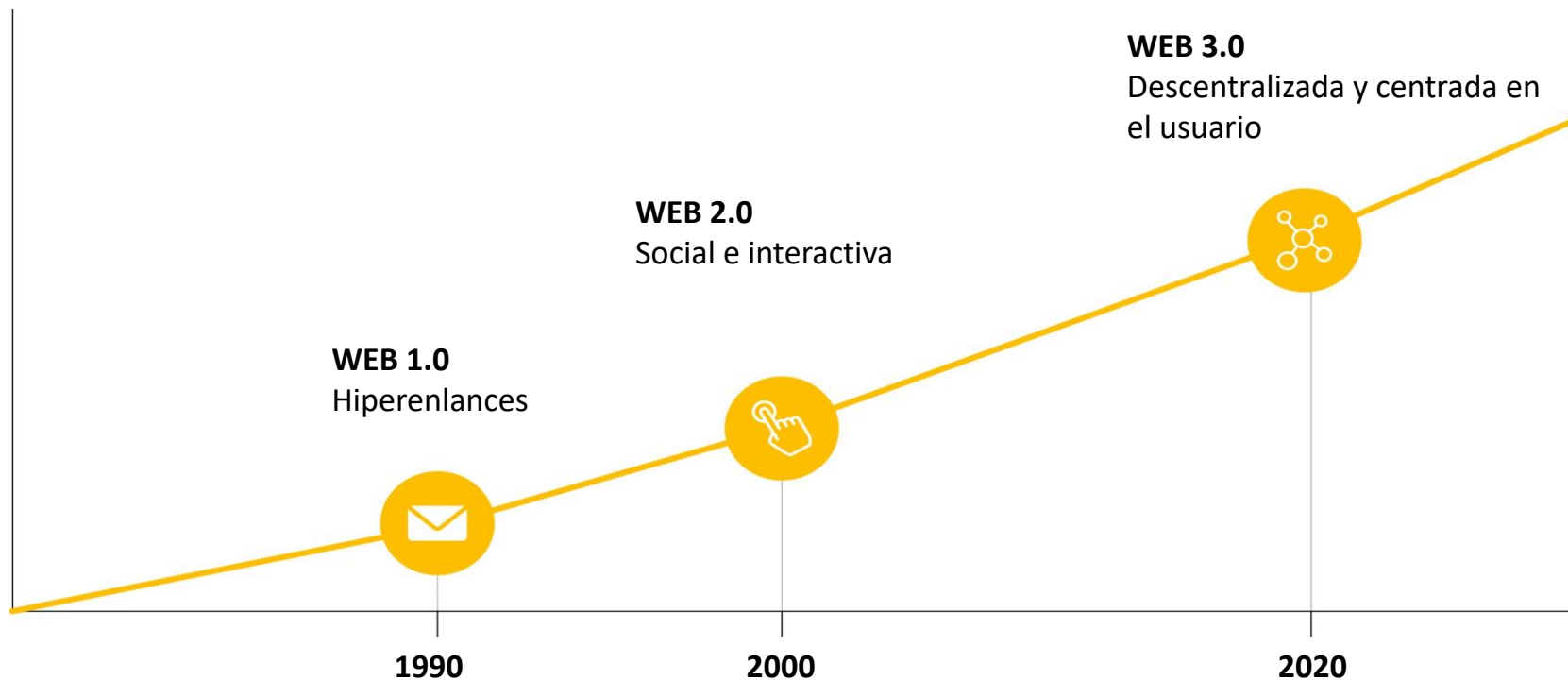


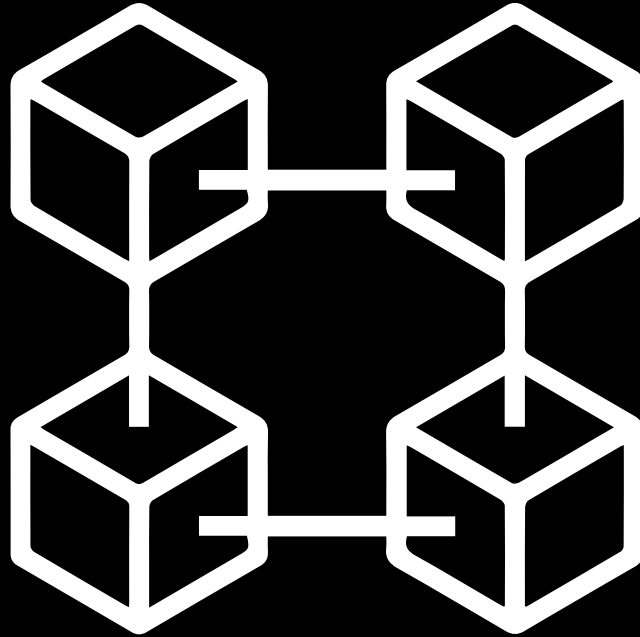
WEB 3.0

The text 'WEB 3.0' is rendered in a bold, white, sans-serif font. Each character has a 3D effect, with multiple semi-transparent purple shadows cast behind it, creating a sense of depth. The background behind the text is a dark purple grid pattern.

W E B S E M Á N T I C A

La evolución hacia la WEB 3.0





BLOCKCHAIN


DESCENTRALIZACIÓN


¿Cómo accederemos a la WEB 3.0?


Username

Password

WEB 1.0

Sign in with Google 

Sign in with Facebook 

Sign in with Twitter 

WEB 2.0

Connect wallet

WEB 3.0

Ecosistema WEB 3.0



Metaverso



NFT



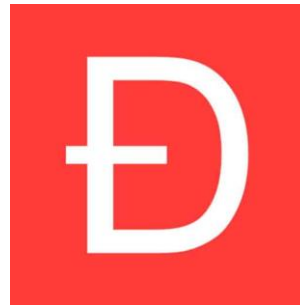
Criptomonedas



RRSS Descentralizadas



NFT Gaming



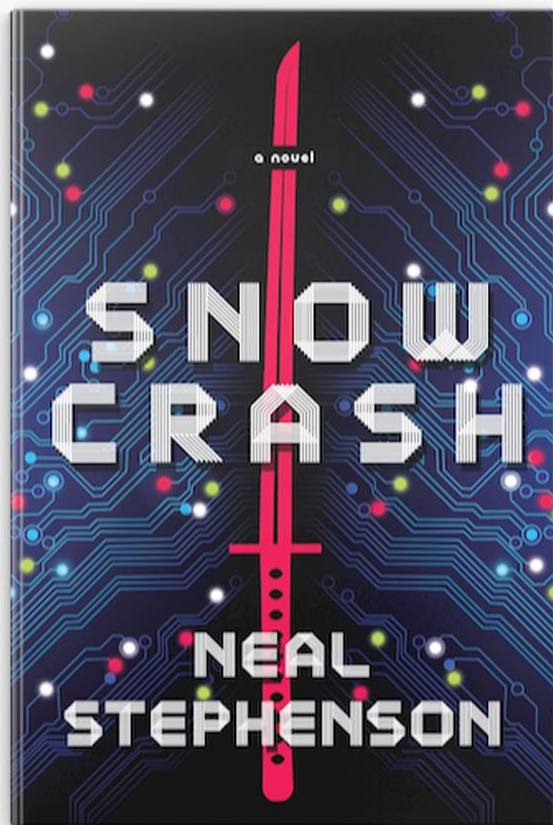
DAO

METAVERSO

Metaverso, ¿qué es?

02

METAVERSO





METAVERSO

Más que un término de una novela de ciencia ficción, el metaverso es una realidad que se está construyendo hoy en día y puede convertirse en la siguiente revolución de internet



Persistencia



El Metaverso no se detendrá y siempre estará ahí, el individuo **no puede detener este mundo** el cual seguirá funcionando a pesar de que el usuario decida retirarse y volver al mundo físico. Aunque un usuario se retire, los otros siguen activos viviendo en el Metaverso.



Escala masiva

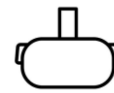
La tecnología de estas plataformas permite que los millones de usuarios activos en el mismo momento interactúen con el resto de usuarios y con el entorno de forma simultanea, en tiempo real y bajo una misma experiencia virtual.




Accesibilidad



Accesible desde cualquier dispositivo independientemente del sistema operativo, por lo que podrás conectarte desde cualquier lugar



Economía virtual



Los usuarios pueden tener acceso a **activos digitales** mediante **criptomonedas**. La tecnología **blockchain** permite transacciones encriptadas completamente seguras en una red neuronal, donde la premisa es la descentralización.

No solo puedes comprar sino que puedes crear



Interoperabilidad

Puedes pasar de una experiencia a otra de forma fluida con la misma identidad y sin que tus posesiones pierdan valor.

Este hecho crea el primer conflicto con las compañías ya existentes, las cuales deben:



Dejar de mirar por sí mismas y estar abiertas a participar en un **mundo abierto con mismos protocolos y estándares**.









Romper con la compra/venta de **datos personales y posesiones** individuales.



Que las **propiedades adquiridas por un usuario sean tuyas** no de la plataforma o juego en el que se han comprado.



PARA ENTENDER EL METAVERSO DEBEMOS ENTENDER QUE...

-  NO ES CIENCIA FICCIÓN, PUEDE CONVERTIRSE EN REALIDAD
-  ESPACIO VIRTUAL QUE REPLICA DIGITALMENTE NUESTRO MUNDO
-  PUEDO CREAR DE CERO MI PROPIO YO. HABRÁ GEMELOS DE TODO
-  ES DE TODOS Y TODOS SOMOS IGUALES
-  ES LA CULMINACIÓN DE TODO EL DESARROLLO AR VR
-  NO ES NI 3D NI 2D, ES LA DESMATERIALIZACIÓN DE LO FÍSICO

CADENA DE VALOR



Metaverse Market Map



METAVERSO

Primeros pasos de una revolución

03

YMEDIA WINK
iPROSPECT
© 2022 Vodafone Media Lab



Vodafone
Media Lab

PRIMEROS PASOS
DE UNA
REVOLUCION

¿ES FACTIBLE?

OF COURSE

LOS INICIOS

SECOND LIFE EL PRIMER TESTEO ASCENSO Y DECLIVE

Second life fue la primera aproximación al Metaverso hecho realidad. Una comunidad virtual lanzada en 2003 donde reinaba el “todo vale”.

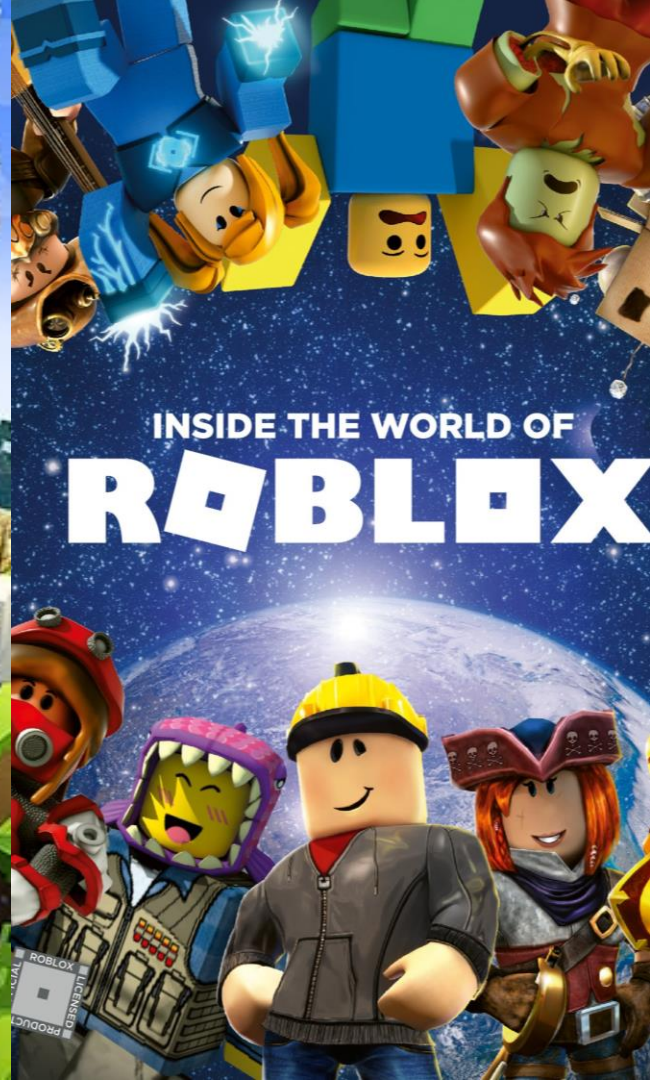
Pese a que este mundo virtual tuviera el ojo de diferentes empresas pusieran y se convirtiera por una época en la “niña bonita” de Silicon Valley, fenómenos como Facebook o Twitter lo eclipsaron captando la atención de los mas grandes.

Y ahora.. **¿Nos encontramos ante un contexto óptimo para que las empresas apuesten por el metaverso?**

FACEBOOK Y
TWITTER QUITARON
EL PROTAGONISMO
AL “PRIMER
METAVERSO”



MINECRAFT



The classic red LEGO logo with the word "LEGO" in white, bold, sans-serif font.

WORLDS

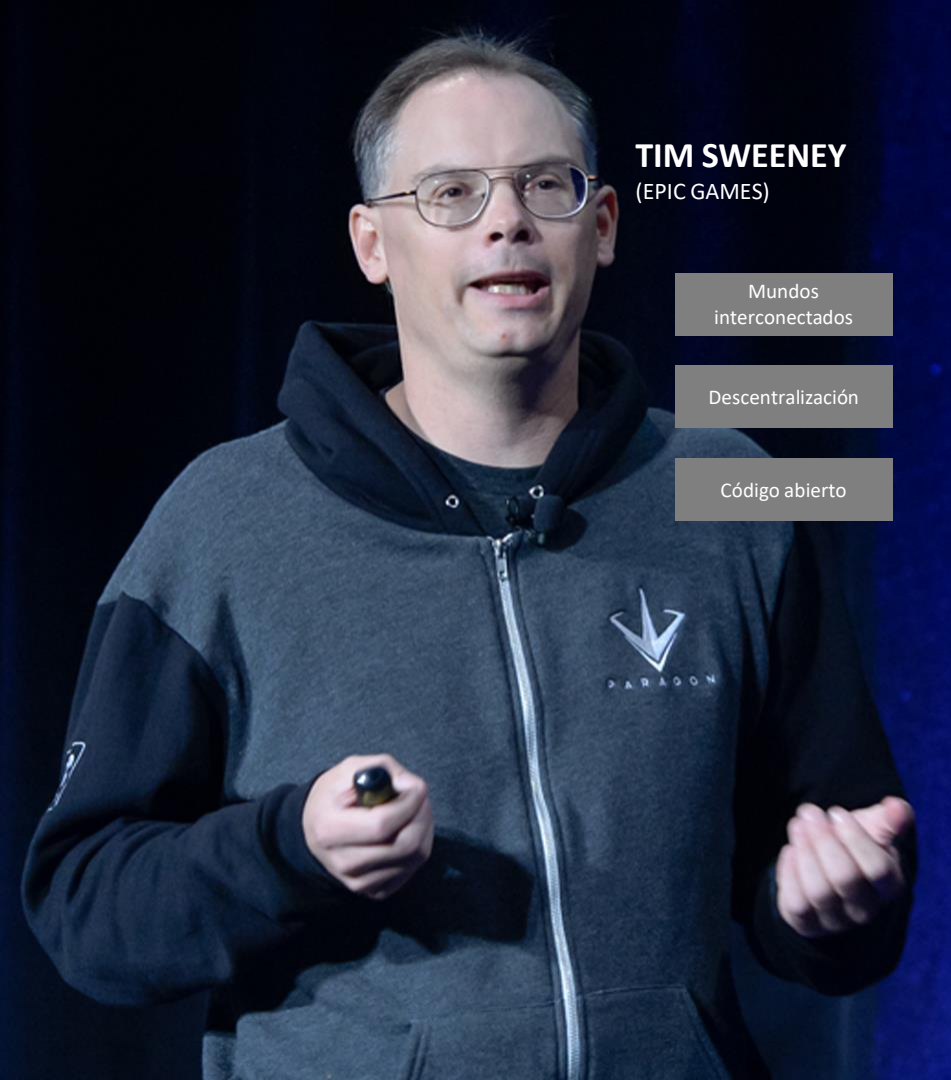


THE
SANDBOX



horizon
World

∞ Meta

A man with glasses and a grey hoodie with a Paragon logo is speaking on a stage. He is holding a small object in his right hand.

TIM SWEENEY
(EPIC GAMES)

Mundos
interconectados

Descentralización

Código abierto

A portrait of a man with short brown hair wearing a blue sweater, set against a blue background.

Walled gardens

Control

Código propio

MARC ZUCKERBERG
(META)

MARCAS

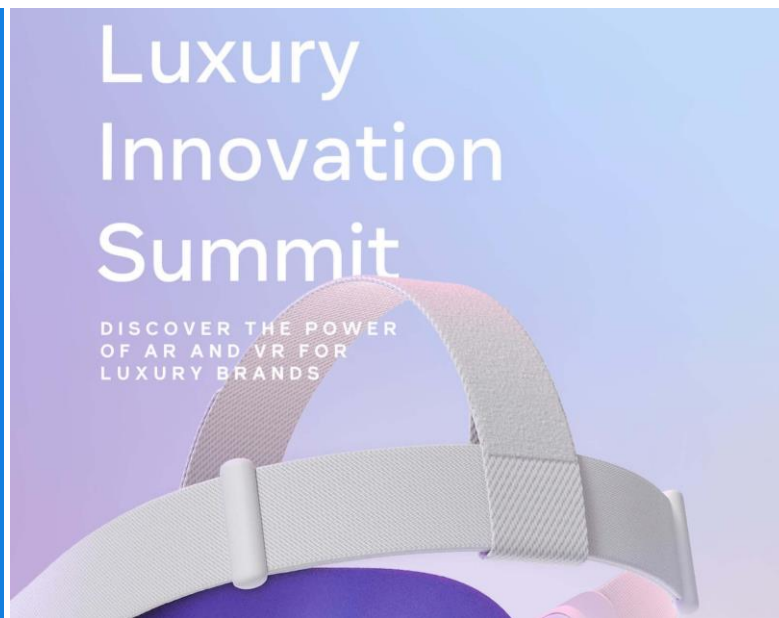
EN METAVERSO

NO SOLO ES UN MUNDO DE VIDEOJUEGOS | EVENTOS



LINKEDIN

ENTRA EN EL METAVERSO AL ALOJAR EL EVENTO FUTURE OF WORK EN ALTSPACEVR



FACEBOOK

CELEBRA UNA CONFERENCIA EN LA SEDE VIRTUAL "HACKER SQUARE" USANDO OCULUS QUEST 2

NO SOLO ES UN MUNDO DE VIDEOJUEGOS | ENTRETENIMIENTO



WARPSOUND, UN COLECTIVO DE ARTISTAS VIRTUALES POR EL METaverso

CO-CREAN EXPERIENCIAS EN VIVO EN TIEMPO REAL ALREDEDOR DEL METaverso. DEBUTARON EN EL FESTIVAL DE CINE DE TRIBECA



WARNER BROS PROMOCIONA UNA PELICULA EN EL METaverso DE ROBLOX

PRESENTARON 'IN THE HEIGHTS' BLOCK PARTY, UN EVENTO VIRTUAL FLASH MOB CON MÁS DE 900,000 PARTICIPANTES BAILANDO EN LAS CALLES DE WASHINGTON HEIGHTS

NO SOLO ES UN MUNDO DE VIDEOJUEGOS | PRODUCTOS

STELLA ARTOIS entra en el metaverso con carreras de caballos con NFTs



La cervecera belga Stella Artois se ha asociado con la plataforma virtual de carreras de caballos ZED RUN, La marca además de patrocinar el juego, tendrá una serie NFT de edición limitada creando varias razas de caballos únicas para la plataforma, en NFT, así como una pista de carreras 3D para que los usuarios disfruten.

NO SOLO ES UN MUNDO DE VIDEOJUEGOS | PRODUCTOS

GUCCI The Gucci Garden Experience Lands on Roblox



Gucci Garden fue un evento de Roblox que se celebró en mayo de 2021.

Los usuarios de la Plataforma podía pasear por el entorno y ver una serie de bolsos que se pusieron a la venta por unos 475 Robux cada uno que solo estuvieron disponibles durante una hora. La respuesta inicial de la comunidad no fue muy buena. La locura de precios vino después. Una vez finalizada la compra limitada, los artículos empezaron a revenderse y estos bolsos de Gucci comenzaron a alcanzar precios muy superiores a los originales establecidos por la firma de moda. El Gucci Dionysus Bag se vendió por 4.321€

NVIDIA PREPARA SU 'METAVERSO' OMNIVERSE UN ENTORNO PARALELO DE PRUEBAS



OMNIVERSE generará una réplica virtual de nuestro mundo y PERMITIRÁ USARLO COMO UN ENTORNO DE PRUEBAS PARA EL MUNDO REAL.

NVIDIA se alía con BMW PARA CREAR UNA RÉPLICA EXACTA DE SU FÁBRICA DE REGENSBURG, en Alemania, donde experimentar con nuevos flujos de trabajo.

VODAFONE 5G REALITY, EL PRIMER METAVERSO CREADO EN ESPAÑA



Un gran mundo virtual en el que poder hacer lo que queramos con nuestros amigos, desde ver películas a simplemente charlar. En la versión para VR, habrá miles de opciones de personalización para nuestro avatar, junto a 6 zonas principales (Viajes, Aventura, Conciertos, Relax, Cine y Juegos Sociales). Estará abierta a todo el mundo, sean clientes de la compañía o no, aunque éstos podrán acceder antes del lanzamiento comercial a principios de 2022.

LA PUBLICIDAD EN EL METAVERSO ES RELATIVAMENTE SENCILLO EN COMPARACIÓN CON MUCHOS OTROS MÉTODOS



LA CARTELA | En colaboración con la empresa especializada en tecnología «in-play» Admix, la compañía británica **Ocean Outdoor** implementará campañas de publicidad exterior digital sincronizadas con el mundo real en el espacio virtual Somnium Space.













OFICINA VIRTUAL



EVENTOS



EXPERIENCIAS

RECOMPENSAS																			
 <p>Vision Wars #9493 05-Oct-2028 Virtual event</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	5	6	 <p>DEEP SESSIONS - COLLECTORS EDITION - ... #9450 04-Oct-2024 The Citadel</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>59</td> <td>61</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	59	61	 <p>DEEP SESSIONS 2 - Proof of Protection #8997 01-Oct-2024 The Metaverse</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>2807</td> <td>2837</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	2807	2837	 <p>Eden's First 100 Supporters #8251 23-Sep-2024 Virtual event</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>8</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	8	8
SUPPLY	TRANSFERS																		
5	6																		
SUPPLY	TRANSFERS																		
59	61																		
SUPPLY	TRANSFERS																		
2807	2837																		
SUPPLY	TRANSFERS																		
8	8																		
 <p>Warp Drive - Quest Item #7724 15-Sep-2024 Virtual event</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	5	6	 <p>Ooli Miami #15498 26-Nov-2023 Virtual event</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	5	6	 <p>BossHeadz @ Les Arts Pro 2021 #12674 04-Nov-2023 Valencia</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	5	6	 <p>Halloween Music Night @ the SugarClub 20... #11551 31-Oct-2023 Virtual event</p> <table border="1"> <tr> <td>SUPPLY</td> <td>TRANSFERS</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </table>	SUPPLY	TRANSFERS	5	6
SUPPLY	TRANSFERS																		
5	6																		
SUPPLY	TRANSFERS																		
5	6																		
SUPPLY	TRANSFERS																		
5	6																		
SUPPLY	TRANSFERS																		
5	6																		

METAVERSO

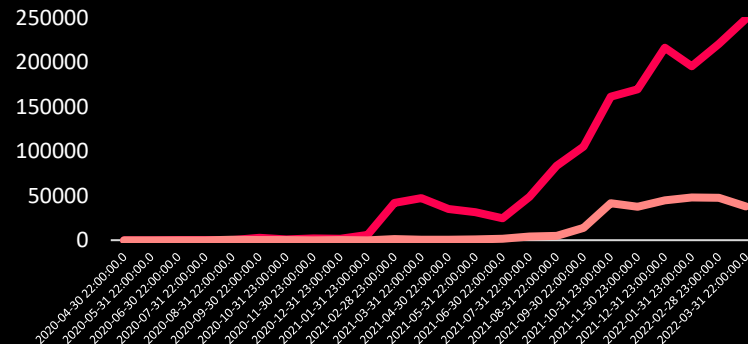
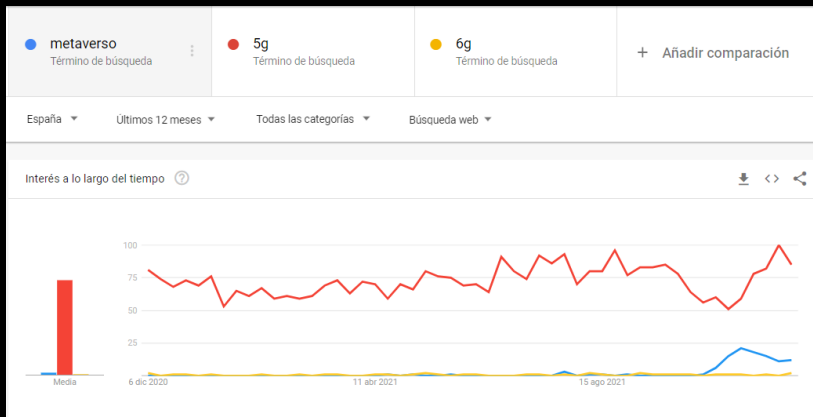
Implicaciones para las marcas

04

¿CÓMO EMPEZAR?

✖ En ESPAÑA comienza a ser conocido el concepto

Nichos avanzados tecnológicos, profesionales y el mundo de videojuegos/e-sports



¿CÓMO PUEDEN ACTUAR LAS MARCAS? Y MÁS ALLÁ

ROL DE MARCA

- El papel que puede jugar una marca en el Metaverso puede ser muy variado, desde generar experiencias a proveer de conectividad o hardware

AVATAR ≠ PERSONA

- Un nuevo modelo Direct-to-Avatar. La personalidad digital no tiene porqué coincidir con la del mundo físico lo que obliga a las marcas a desarrollar Marketing para avatares donde priman otras reglas

MODELOS DE NEGOCIO

- La economía del metaverso, en la que se puede comprar pero también crear, hace que las marcas deban replantearse su negocio allí

METAVERSO y NFTS

¿CÓMO PUEDEN ACTUAR LAS MARCAS?

1

PRESENCIA
VIRTUAL EN
METAVERSO

- Lanzarse de lleno y crear un mundo virtual propio o tener presencia total y en continuidad en alguno de los mundos ya creados

comunidad

2

CREACIÓN DE
EXPERIENCIAS

- Celebrar un evento de marca para interactuar con los usuarios y generar engagement

engagement

3

CREACIÓN DE
PRODUCTOS

- Generar activos digitales NFTs para comercializar en el universo digital: desde objetos a skins

innovación

4

MODELO
EXPOSICIÓN

- Presencia en las plataformas digitales como una canal más para acceder a tu audiencia. Desde Patrocinio de eventos o vallas publicitarias

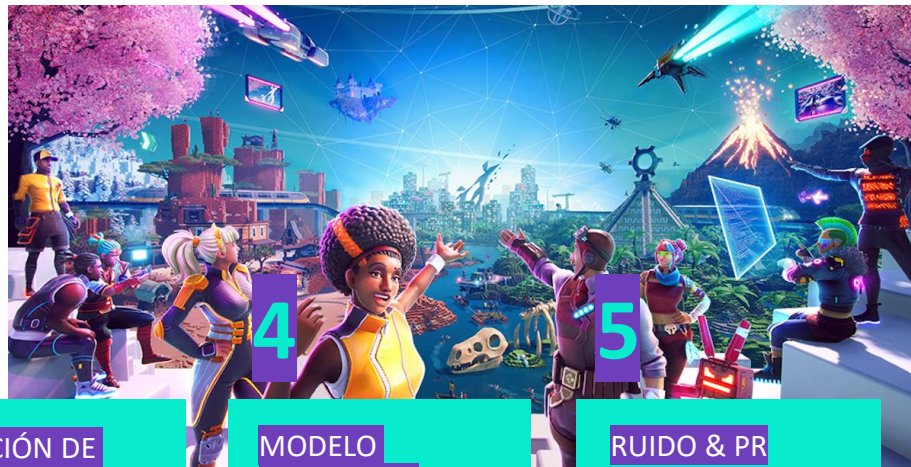
alcance

5

RUIDO & PR

- Anunciar un proyecto de marca en entorno metaverso a futuro

buzz



Gracias!