

Más allá de los videojuegos:

# La verdadera oportunidad que presenta el metaverso

Reimaginar la forma en que nos comprometemos y creamos valor



El metaverso está reconfigurando la forma en que las empresas y los consumidores se relacionan, hacen transacciones, socializan y trabajan. KPMG ha realizado una encuesta para recoger las perspectivas, expectativas y sentimientos hacia la participación en el metaverso. **Descubre los resultados a continuación.**

## Acelerando el mundo "phygital"

El metaverso ofrece una experiencia única de inmersión y autenticidad en la que se unen los mundos digital y físico, abriendo nuevas vías para que las empresas, la sociedad civil y los individuos creen valor, formen comunidades y resuelvan problemas.

**59%** de los consumidores afirman que esperan un impacto significativo del metaverso en los próximos **cinco años**.

**48%** de los consumidores prevén un impacto significativo en los próximos **12 meses**.

El impacto significativo neto incluye respuestas de: extremadamente, muy y algo importante.

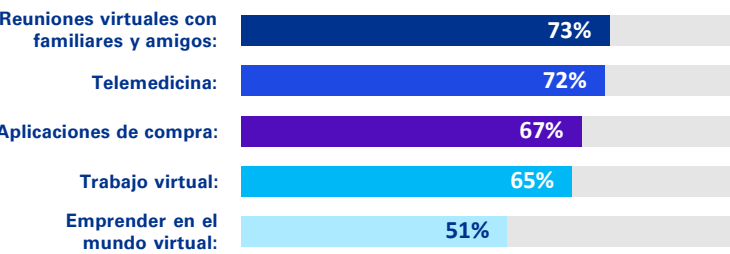


Este mundo virtual está remodelando la forma en que nos relacionamos con los demás, ya que el 77% de los encuestados afirma que les permite o podría permitir conectarse personalmente con amigos y familiares. El 76% afirma que mejora o podría mejorar las oportunidades de aprendizaje, como la formación laboral y la educación.

## Una amplia gama de posibilidades

Los encuestados ven casos de uso para el metaverso, desde la telemedicina y las compras hasta la participación cívica y el emprendimiento.

La mayoría de los adultos estadounidenses, sea cual sea su nivel de participación en el metaverso, están interesados en las experiencias virtuales.



**41%** de los encuestados preferiría aprender sobre el metaverso a través de las redes sociales, y el **39%** lo haría a través de la familia y los amigos. Solo el **15%** quiere informarse sobre el metaverso a través de su empleador.

## Construir un metaverso responsable

Debemos promover la inclusión y la accesibilidad en el metaverso desde un principio.

El acceso asequible a la tecnología del metaverso y las opciones de personalización de los avatares se citan como los factores más importantes para una experiencia equitativa e inclusiva en el metaverso.



**38%**  
Asequibilidad a la tecnología del metaverso



**36%**  
Opciones de personalización para los avatares

## Responder a las preocupaciones

**80%** declara que la **privacidad** es su principal preocupación cuando se utiliza el metaverso.

**79%** señala que la **seguridad de la información personal** es una preocupación para ellos.

Sentirse seguro respecto a la privacidad y la seguridad de la información personal son los factores más importantes para fomentar la participación.

## Cómo puede ayudar KPMG

KPMG está en una posición única para ayudar a los clientes a aprovechar las oportunidades que representa esta transformación digital. Obtenga más información en [visit.kpmg.us/metaverse](https://www.kpmg.us/metaverse).

Source: KPMG in partnership with KRC Research conducted a 20-minute online survey among 1,000 U.S. adults (ages 18 to 65). The survey took approximately 20 minutes to complete. KPMG was not identified as the sponsor.

Demographic quotas were put in place for the following to ensure a sample that is approximately representative of the U.S. population: gender (women and men), region (Northeast, South, Midwest, and West), age (18- 25, 26-41, 42- 57, and 58-65), and race and ethnicity. The survey was fielded from July 5 to July 11, 2022.

The views and opinions expressed herein are those of the survey respondents/authors and do not necessarily represent the views and opinions of KPMG LLP.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act upon such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2022 KPMG LLP, a Delaware limited liability partnership and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved. The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.