

Estudio Sortlist: El metaverso se está convirtiendo en un lugar para unos pocos privilegiados

Un nuevo estudio de Sortlist, la plataforma de matchmaking B2B, ha revelado algunas estadísticas sorprendentes sobre el metaverso y su lugar para las marcas. Según una encuesta que la empresa realizó a 200 marcas de toda Europa y Estados Unidos que ya habían empezado a invertir en el metaverso, más del 55% de las empresas reconocen que es un riesgo que "merece la pena asumir", sobre todo porque el 36% cree que es "el futuro"

Sin embargo, esas mismas empresas ven estos mundos virtuales como lugares dirigidos sobre todo a los hombres (64%), a las grandes marcas (60%) y a los usuarios de la Generación Z (56%), así como a los millennials (52%), quienes constituyen la fuerza de trabajo actual y son ávidos concededores del mundo digital.

Además, el 47% de las marcas que ya invierten en el metaverso afirman que son sus departamentos de innovación los más interesados en esas iniciativas. Esta cifra cobra mayor significado por el hecho de que, normalmente, son las empresas más grandes las que cuentan con el presupuesto y los recursos necesarios para crear un departamento de innovación interno, especialmente para tecnologías nuevas como el metaverso.

Los resultados parecen corroborar la idea de que el metaverso está, a día de hoy, reservado para un nicho de mercado.

El estudio también incluye algunas conclusiones interesantes que podrían hacer que las marcas evalúen sus inversiones en el metaverso a largo plazo:

Contrario a la creencia popular de que la iniciativa de Facebook de hacer un metaverso accesible para todos impulsaba el dinero detrás de las inversiones en el metaverso, el 92% de las empresas encuestadas revelaron que, en realidad, fue la pandemia la que las aceleró.

El 52% de las marcas cree que los usuarios están preparados para el metaverso. Sin embargo, un segundo estudio realizado por Sortlist al público general muestra que el 54% de los usuarios no confiaría en un mundo virtual.

El 26% de las marcas espera ver un retorno de la inversión en el metaverso, mientras que el 17% espera recolectar datos valiosos.

La mayoría de las marcas encuestadas (68%) cree que la tecnología estará en auge en tan solo 5 años.

El 47% de las marcas afirma que es su departamento de innovación el más interesado en las iniciativas en el metaverso.

Puede leer el estudio completo aquí: <https://www.sortlist.es/blog/metaverso-para-marcas/>

Acerca de Sortlist

Sortlist es el mayor mercado de Europa en el sector del marketing. La empresa se fundó en 2014 en Bélgica como una start-up para facilitar las compras B2B en el sector del marketing. Hoy en día, Sortlist tiene oficinas en siete países.

Datos de contacto:

Jorge Uceda
634735380

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>