



Metaverso em FSI

Abril 2023

Agenda

- 1 Por que metaverso e por que agora?
- 2 FSI no metaverso
- 3 Como o setor pode começar a se preparar?



1

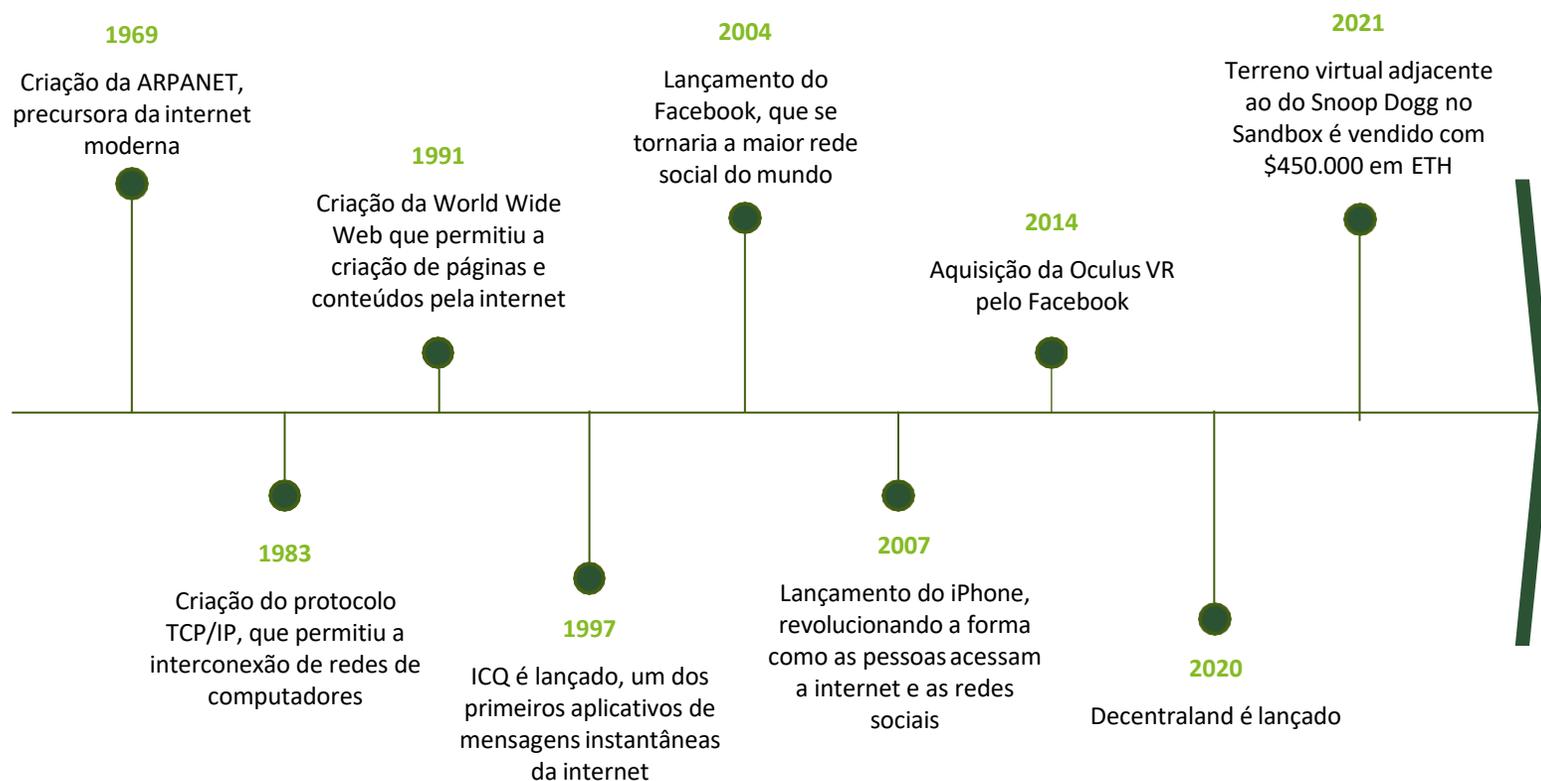
**Por que metaverso
e por que agora?**



Socialização online em ascensão

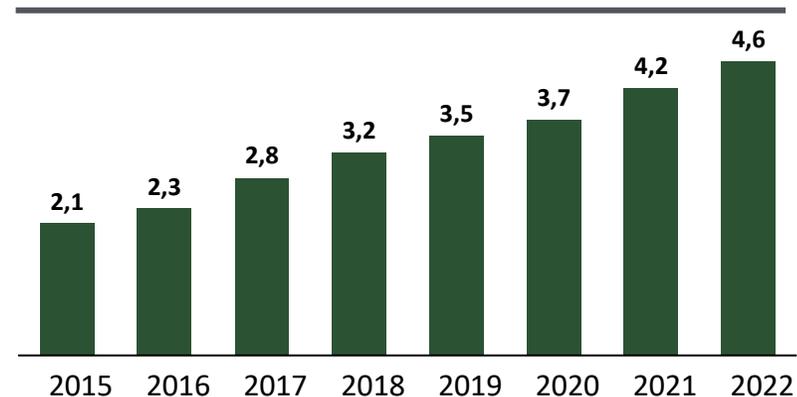
Com o passar dos anos, a tecnologia está alterando a forma como os seres humanos se comunicam e se relacionam uns com os outros, migrando cada vez mais para o ambiente digital

Principais marcos da utilização da internet



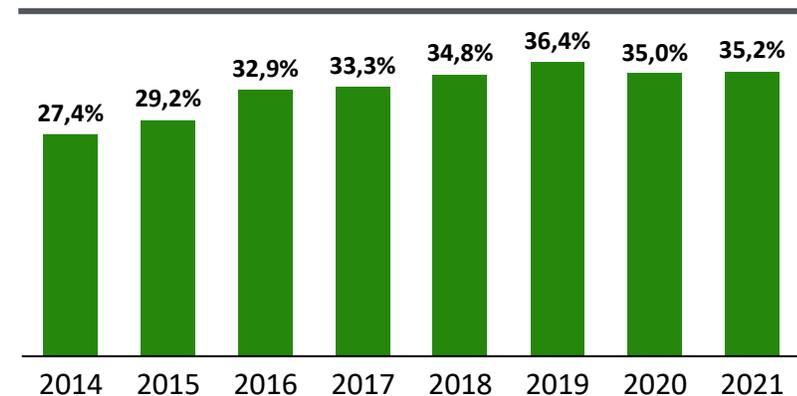
Número de usuários de mídias sociais no mundo

Bilhões de pessoas



Tempo de internet dedicado às redes sociais

% do total



Fontes: Digital 2022: Global Overview Report, Galaxy Digital Research, Clipping

Principais definições

O metaverso se apresenta como um ambiente digital imersivo que converge realidades físicas e virtuais em um só lugar, sendo caracterizado por diferentes atributos que permitirão uma nova forma de conexão entre empresas e clientes

O que é o metaverso?



O metaverso é definido como uma **convergência de realidades físicas, virtuais e mistas capaz de criar um ambiente imersivo em tempo real** onde os **usuários podem se envolver uns com os outros, de forma contínua, entre atividade e ambientes**. Ele pode ser totalmente virtual (metaverso Virtual) ou pode existir como camadas de conteúdo virtual sobrepostas ao mundo real (metaverso aumentado).

Quais são suas alavancas de maturidade?



Padronização

Apesar da existência de diversas plataformas de metaverso, é necessária a **padronização** para informar os usuários sobre as **regras, processos, requisitos**, etc.



Transações contínuas

O metaverso fornecerá aos usuários a possibilidade de **realizar transações financeiras a qualquer momento, sem restrições/limitações**.



Aprovações automatizadas

Automatização de processos manuais como **verificações de antecedentes, aprovações de empréstimos**, etc, por meio de **contratos inteligentes¹**, verificando parâmetros/critérios específicos.



Verificação de dados

Ao contrário do **armazenamento de dados tradicional** (ou seja, em um data warehouse, por exemplo), os dados no metaverso serão armazenados por meio de **Blockchain**.



Marketing programático

No metaverso, os vendedores terão **visão abrangente e simplificada das ações e compras de um usuário** por meio de **avatars digitais** que direcionam **anúncios aos consumidores**.

Notas: (1) Contrato inteligente é um código de computador que pode ser incorporado ao blockchain para facilitar, verificar ou negociar um contrato que, ao atender condições pré-estabelecidas e aceitas pelas partes, é firmado de forma automática
Fontes: "Immersive FSI in the Metaverse" - Deloitte

Evolução do metaverso

Analisando o histórico do metaverso até os dias de hoje, incluindo seus principais questionamentos e drivers para o futuro, existem três cenários potenciais que podem representar a realidade do metaverso nos anos de 2030



Low orbit

Características:

- **Mercado fragmentado** sem um player dominante
- Interface do usuário funciona bem para alguns, mas há **dificuldade de integração com o dia a dia**
- Alta utilização de usuários que se interessam por **games, esportes, entretenimento e varejo**
- Utilização de empresas limitada para **colaboração dentro de times, conferências virtuais e treinamentos**
- **Regulação inconsistente entre nações e regiões**

O metaverso se destaca em alguns pontos e será usado por usuários específicos, mas não irá substituir outras tecnologias



Double star

Características:

- **Falta de interoperabilidade** exige que os usuários se comprometam com uma **plataforma “home”**
- Capital abundante e M&A levam a um **mercado altamente concentrado**
- Competição leva a uma **acelerada inovação tecnológica** relacionada a **hardwares e softwares**
- Ecossistemas competem pela atenção dos usuários por meio de **conteúdos exclusivos e parcerias**
- As plataformas promovem uma **autogovernança efetiva**

Não há um único metaverso, mas alguns players importantes competindo por uma parcela em um mercado dinâmico



Big bang

Características:

- A interface do usuário permite uma **operação relativamente perfeita entre os mundos físico e digital**
- **Identidade no metaverso** é considerada **equivalente à do mundo físico**
- Sem um provedor único, com um **sistema aberto e interoperabilidade**
- Adoção difundida entre casos de uso de **consumidores e empresas**
- **Governança forte com regras rígidas e exequíveis** sobre **propriedade digital e privacidade/segurança**

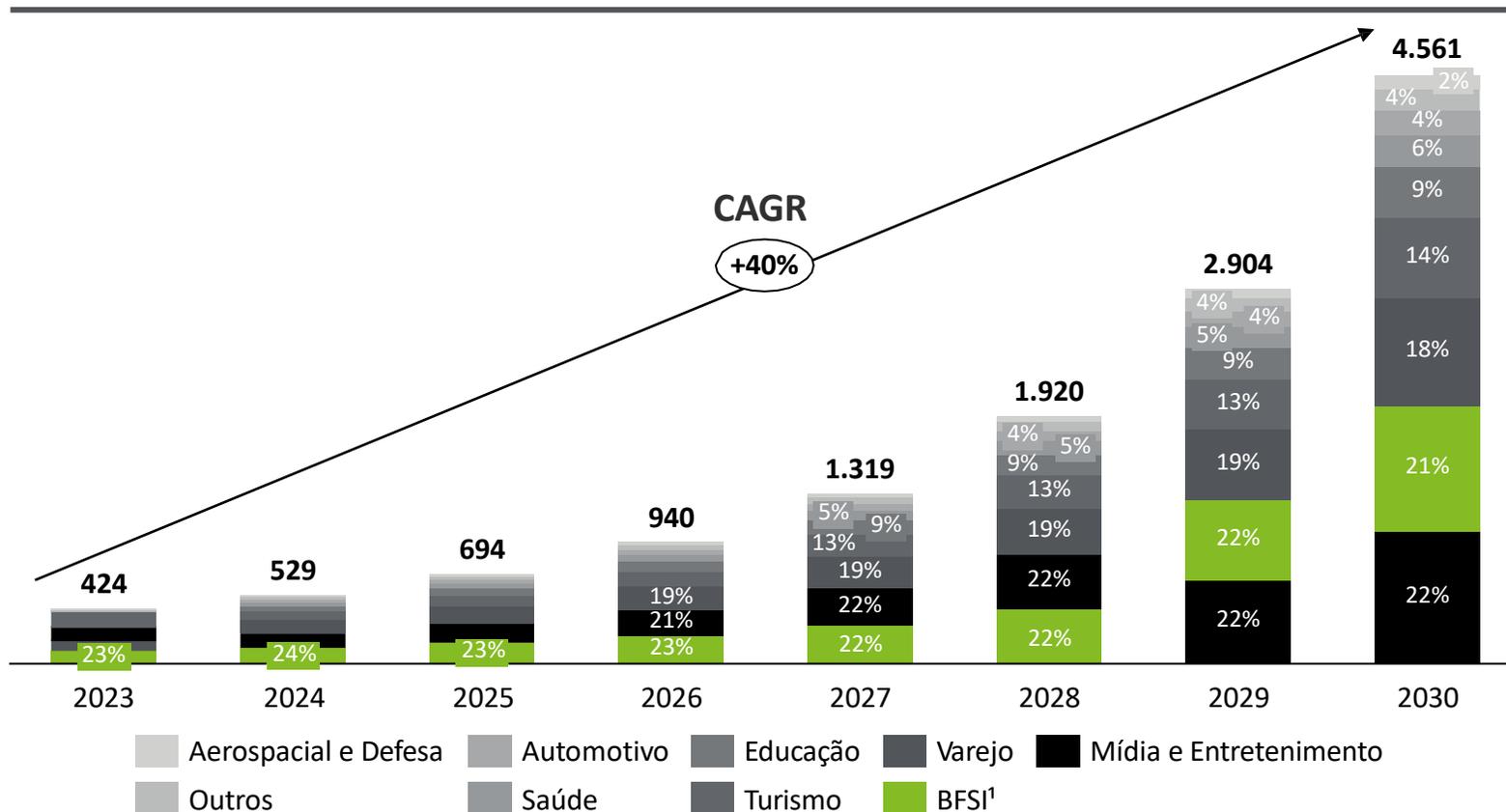
Metaverso aberto e interoperável se torna dominante, permitindo que empresas e consumidores operem a maior parte de suas atividades diárias

Por que metaverso e por que agora?

Apesar de ser uma tecnologia ainda em desenvolvimento, posicionar-se previamente pode garantir oportunidades competitivas para as empresas e contribuir para o aproveitamento do seu valor de mercado crescente

Valor de mercado anual do metaverso no Brasil por segmento

Milhões de dólares



Vantagens competitivas de participar no metaverso

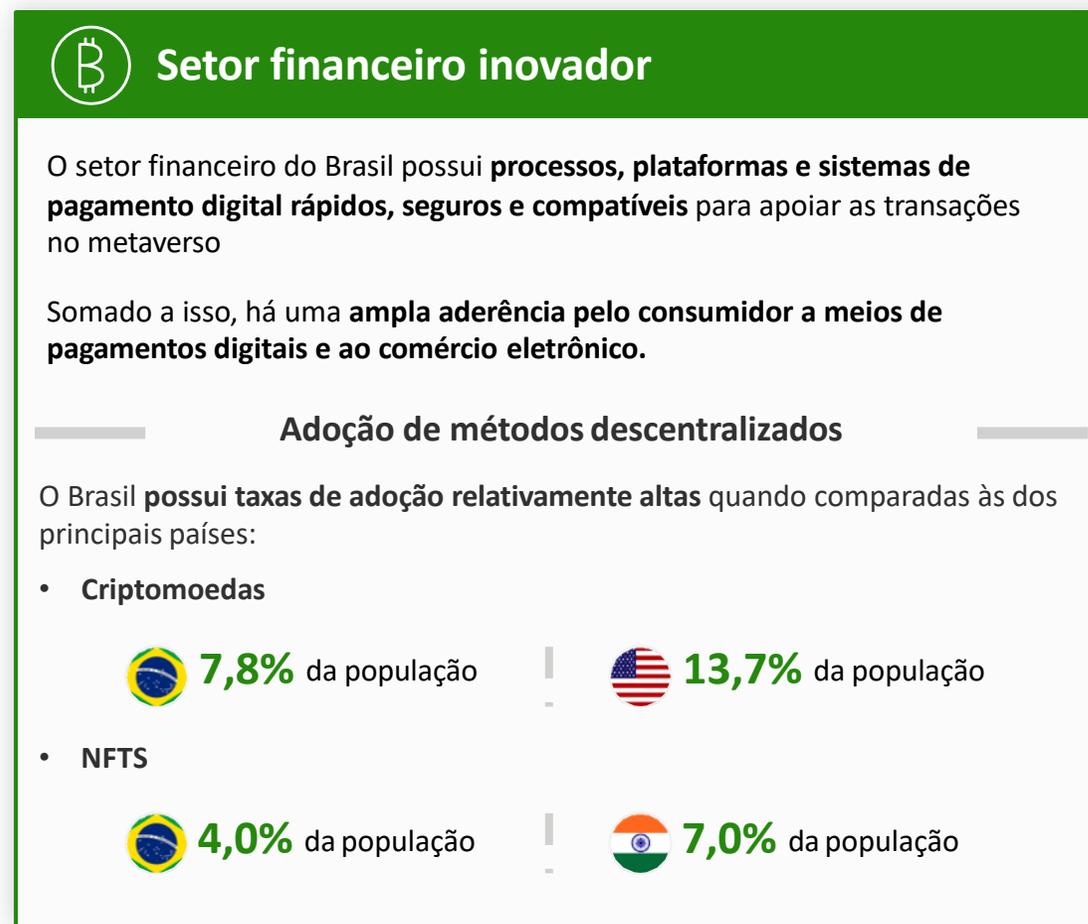
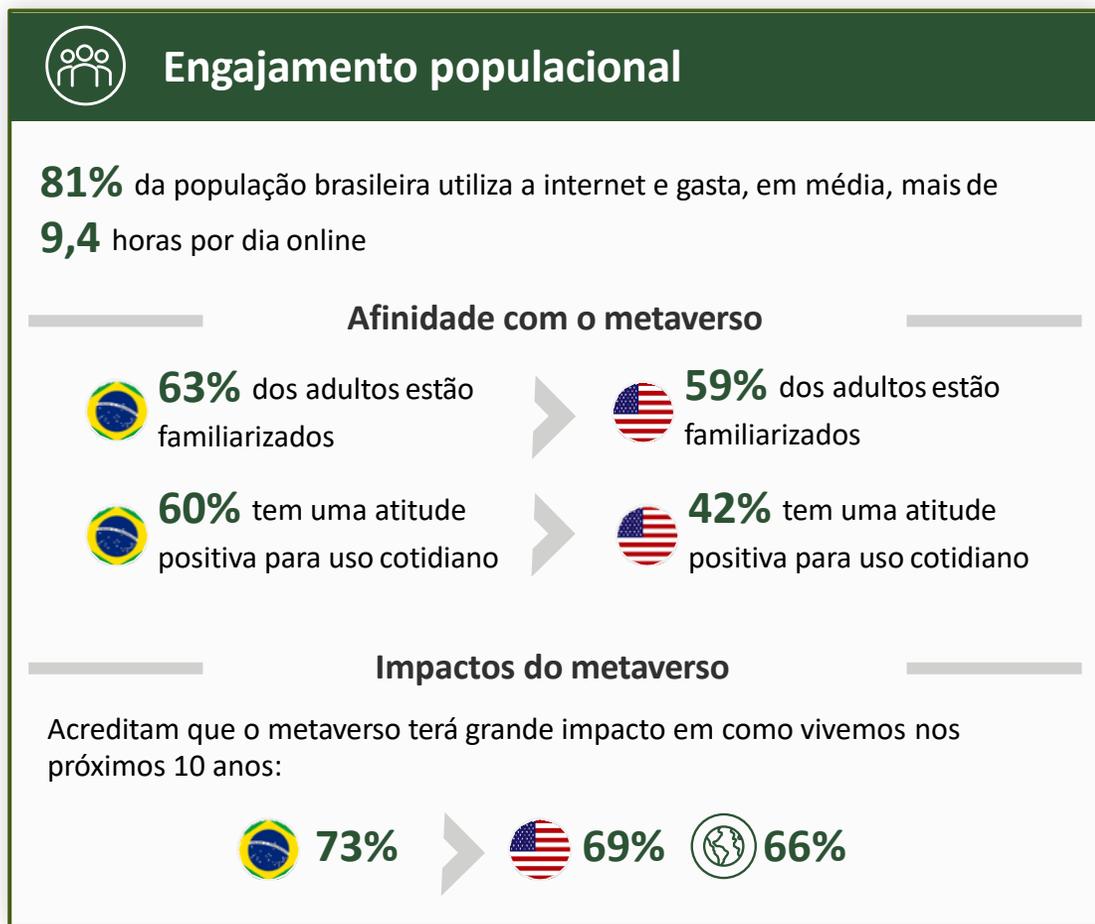
- Entrada antecipada para estabelecer liderança de pensamento
- Possibilidade de construção de ativos e ofertas de mercado conforme o desenvolvimento do mercado
- Criação de parcerias com fornecedores
- Construção de imagem de empresa de alta tecnologia para os consumidores

Notas: (1) Serviços bancários, financeiros e seguradoras

Fontes: Grand View Research, Comscore

Por que metaverso e por que agora?

O Brasil está bem posicionado para aproveitar as oportunidades do metaverso, pois tem uma população engajada com esse ambiente e um setor financeiro forte e inovador



2

FSI no metaverso



FSI no metaverso

Uma das principais características do metaverso é a união de tecnologias como Realidade Virtual e Aumentada, que possibilitam o aprimoramento de produtos, serviços e processos dentro da indústria de serviços financeiros



Realidade Virtual (VR)

Experiência de imersão completa fora do mundo físico e completamente digital por meio do uso de sons realistas, imagens e outras sensações, que criam uma replicação multidimensional de uma experiência em ambiente real.



Realidade Aumentada (RA)

Tecnologia de visão computacional que permite "aumentar" elementos digitais no ambiente físico. Ela usa a visão da câmera/sensores de dispositivos para dimensionar e colocar adequadamente o conteúdo digital no mundo real (texto, imagens, vídeo, navegação, modelos 3D, etc.).



Metaverso

Princípios chave

- O ecossistema do metaverso é **multidimensional** e inclui aspectos **técnicos, sociais, organizacionais, de conformidade**, etc.
- Uma **abordagem holística** é essencial para analisar como e se o metaverso **impulsionará o impacto nos negócios** e **eliminará os atritos na jornada do cliente** – ao invés de criar novos.
- Foca em pontos de **contato humano dentro da experiência digitalizada** para fornecer **serviços personalizados** e dar **aos consumidores uma sensação de confiabilidade**.
- Garantir o **uso ético da tecnologia**.

Fatores de impacto para FSI

Fatores transformacionais

Experiência do cliente

Transforme a experiência do cliente

- Alcance uma gama mais ampla de consumidores sem restrições geográficas (por meio de agências bancárias digitais, por exemplo)
- Amplie o escopo dos serviços prestados aos clientes
- Sobreponha mais informações digitalmente e simule diferentes cenários financeiros

Fatores habilitadores

Criptomoedas

Capacite as finanças

- Registre de maneira segura e descentralizada as informações
- Registre transações de forma permanentemente visível para qualquer pessoa

Contratos inteligentes

Reinvente as transações

- Velocidade, eficiência e precisão
- Confiança e transparência
- Segurança
- Economia de custos
- Automação

FSI no metaverso (1/3)

O metaverso pode permitir que os bancos se diferenciem de variadas maneiras criando, nesse novo contexto, agências virtuais, novos segmentos de clientes e produtos e serviços, entre outras estratégias de inserção nesse ambiente

● Oportunidades para FSI no metaverso ●

Atração, retenção e fidelização de novos clientes através de experiências imersivas

Economia virtual

Os bancos poderão **atingir novos segmentos de usuários** oferecendo **produtos e serviços financeiros em uma economia virtual** que se adapte à constante **mudança de expectativas** desse público

Novo segmento

Gerações como a Z e os Millenials estão alocando cada vez mais tempo nesse tipo de ambiente e podem estar dispostas a **comprar ativos digitais**, criando um **novo segmento** a ser atingido

Estratégia de engajamento

O metaverso também pode ser um **canal para aplicação de estratégias inovadoras de geração de engajamento nos clientes** (baseadas em dados e análises também geradas no ambiente) que podem auxiliar as instituições financeiras a **atingir taxas maiores de engajamento e lealdade** do público

Exemplo de caso de uso



Edifícios virtuais e experiências imersivas



Um banco brasileiro lançou **dois edifícios virtuais em um servidor chamado "Complexo"**, sendo um deles uma **réplica do prédio de uma das sedes do banco no país**

Novo canal

Dentro do ambiente o jogador poderá **aproveitar serviços da empresa, assim como ocorre na vida real**

Será possível realizar no mundo virtual ações do mundo real: **abertura de conta, recebimento de benefícios para seu avatar**, etc.

Engajamento dos clientes

O jogador também pode ter um trabalho, sendo um **funcionário do banco e dirigindo o carro-forte para abastecer os caixas eletrônicos do banco**

Também haverá **investimentos fictícios** para **apresentar esse conceito aos jogadores** e ajudá-los a **rentabilizar seus recursos virtuais**, sendo possível **investir até R\$ 100.000,00 por semana** em cada fundo

Objetivo do banco

“ Estamos falando de **levar produtos digitais para o ambiente virtual** onde o jovem está, apoiando a **estratégia de rejuvenescimento** de nossa base de clientes, um dos objetivos da Instituição.”

Gerente Executivo da Diretoria de Marketing 

FSI no metaverso (2/3)

O metaverso pode permitir que os bancos se diferenciem de variadas maneiras criando, nesse novo contexto, agências virtuais, novos segmentos de clientes e produtos e serviços, entre outras estratégias de inserção nesse ambiente

— Oportunidades para FSI no metaverso —

Redefinição de um workplace com maior colaboração e aprendizado

Tecnologias imersivas

Com a **evolução nos modelos de trabalho híbrido e remoto**, instituições financeiras **estão reexaminando seus locais de trabalho** para **atrair e reter talentos**. Assim, **tecnologias imersivas** (VA, VR etc.) serão fundamentais para **promover criatividade, colaboração e inclusão dos funcionários independentemente de suas localizações**

Participação em reuniões

Hologramas em 3D e **avatars personalizados** já estão sendo utilizados para realização de **reuniões mais imersivas**

Gamificação

Empresas financeiras estão usando **tecnologias gamificadas para a aquisição de habilidades por meio de treinamentos imersivos via realidade virtual**, onde os funcionários podem **desenvolver novas habilidades** – como **conversas complexas com clientes** por meio de um **ambiente simulado**

Exemplo de caso de uso



Escritórios virtuais



Fintech que **possui conta digital com cartão físico** e outros **produtos financeiros** tem rotina e gestão de equipe na **plataforma do site**

**37 cidades de
12 estados**

Representam as **localidades** onde estão fisicamente os mais de **120 colaboradores** da fintech

Utilização

- Durante o expediente, os **avatars** dos colaboradores **caminham, se encontram, almoçam e fazem reuniões no escritório** da empresa, que é **personalizado pelos próprios usuários**
- Nas reuniões, **quando o avatar entra na sala do encontro**, passa a **receber áudio e vídeo** do que está sendo apresentado ali

Benefícios



Segundo os colaboradores, tornou-se mais simples **se comunicar, compartilhar trabalhos, montar reuniões e apresentações, tirar dúvidas**, etc, através de **ferramentas interativas**

FSI no metaverso (3/3)

O metaverso pode permitir que os bancos se diferenciem de variadas maneiras criando, nesse novo contexto, agências virtuais, novos segmentos de clientes e produtos e serviços, entre outras estratégias de inserção nesse ambiente

— Oportunidades para FSI no metaverso —

Oferta de produtos e serviços financeiros inovadores para o metaverso

Ofertas inovadoras



Os principais bancos globais estão oferecendo **ativos digitais por meio de plataformas** que poderiam ser estendidas aos **requisitos do metaverso**. Os bancos também podem considerar o desenvolvimento de suas **próprias plataformas de mundo virtual**, permitindo **novos produtos e serviços**, criando um **ecossistema financeiro flexível e infraestrutura de tecnologia robusta** que permitirá aos usuários **conectar-se entre os mundos físico e virtual**

Empréstimo imobiliário



Com o crescimento **do mercado de imóveis dentro do metaverso**, os bancos participantes, como ideia de produto inovador, têm a oportunidade de **oferecer produtos financeiros como empréstimos imobiliários comerciais no mundo virtual**

Exemplo de caso de uso



Oportunidades no setor imobiliário

- A popularidade de **NFTs¹** juntamente com o aumento do interesse em ambientes on-line e a limitação da quantidade de terrenos faz com que **os preços dos terrenos virtuais mantenham-se altos**. Os preços dos imóveis no metaverso **subiram 700% em 2021**



O Sandbox é o maior mundo virtual em termos de volumes de transações, **sendo 65.000 em terras virtuais, totalizando US\$ 350 milhões** em 2021



Decentraland

O Decentraland, segundo maior mundo virtual, **apresentou 21.000 transações imobiliárias no valor de US\$ 110 milhões** no mesmo ano

- Há expectativa de que os bancos participem desse processo imobiliário, oferecendo serviços de **empréstimos, arrendamentos e hipotecas**, conforme o metaverso evolua com o passar dos anos

Exemplo de caso de uso



Um desenvolvedor do metaverso **emitiu uma hipoteca para uma parcela de US\$45.000** no Decentraland

Notas: (1) NFTs (Tokens não fungíveis) são ativos criptográficos em um blockchain com códigos de identificação exclusivos e metadados que os distinguem uns dos outros.

Fontes: ISG, Forbes, Clipping, Análise Deloitte

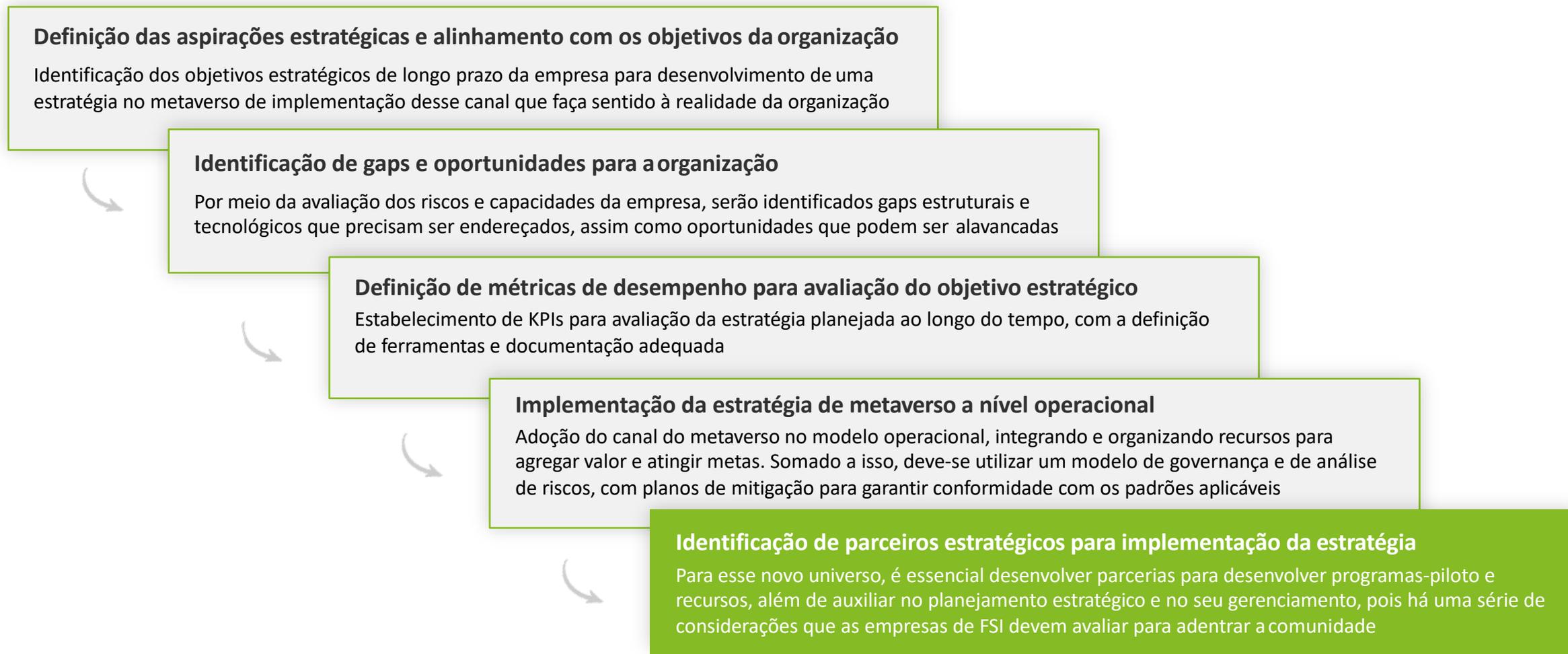
3

Como o setor pode
começar a se preparar?



Etapas de implementação de estratégias para o metaverso

Por se tratar de uma tecnologia disruptiva, é preciso ter uma estratégia adequada para posicionar-se e utilizar o canal do metaverso em sua empresa. A Deloitte é o parceiro ideal para esse movimento.



Por que Deloitte?

Somos a maior Consultoria Global em termos de faturamento, oferecendo um amplo portfólio de serviços de estratégia, operações, tecnologia, capital humano e riscos



Nós criamos uma abordagem personalizada

Aliamos metodologias ao entendimento do seu desafio, criando abordagens sob medida e completamente modularizadas, facilitando o entendimento e posterior aplicação

Líder global em consultoria empresarial estratégica e de inovação nos últimos anos¹, com ampla experiência em projetos no assunto e adaptação de metodologias



Nós conhecemos o seu mercado

Nós temos uma equipe dedicada, com diversos conteúdos, conhecimentos e experiências que podem ser aplicadas no projeto

Realizamos diversas **pesquisas e publicações** de temas relevantes relacionados ao **metaverso**, tanto no contexto global quanto local, liderando a evolução do setor e gerando eminência



Nós possuímos uma ampla rede global

Nós temos acesso total ao alcance global da Deloitte, incluindo especialistas em diversos países e capacidade técnica local especializada no seu assunto para resolver os mais diversos questionamentos

Nossa rede global provê **conhecimentos valiosos** para o sucesso e o agregamento de **valor** ao seu projeto

Especialistas Deloitte



Luiz Caselli

luizcaselli@deloitte.com

Partner, Strategy & Business Design Leader



Sergio Biagini

sbiagini@deloitte.com

Partner, Financial Services Industry Leader



Matheus Rodrigues

marodrigues@deloitte.com

Partner, TMT Leader for Capital Projects and Network



Jefferson Denti

jedenti@deloitte.com

Partner, AI & Data Leader



Sandra Tokutake

stokutake@deloitte.com

Director, Strategy & Business Design

Nós desenvolvemos relatórios sobre participação e desenvolvimento do metaverso



Notas: (1) ALM, 2018 e 2019;

Fontes: Deloitte



A Deloitte refere-se a uma ou mais empresas da Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), sua rede global de firmas-membro e suas entidades relacionadas (coletivamente, a “organização Deloitte”). A DTTL (também chamada de “Deloitte Global”) e cada uma de suas firmas-membro e entidades relacionadas são legalmente separadas e independentes, que não podem se obrigar ou se vincular a terceiros. A DTTL, cada firma-membro da DTTL e cada entidade relacionada são responsáveis apenas por seus próprios atos e omissões, e não entre si. A DTTL não fornece serviços para clientes. Por favor, consulte www.deloitte.com/about para saber mais.

A Deloitte é líder global de auditoria, consultoria empresarial, assessoria financeira, gestão de riscos, consultoria tributária e serviços correlatos. Nossa rede global de firmas-membro e entidades relacionadas, presente em mais de 150 países e territórios (coletivamente, a “organização Deloitte”), atende a quatro de cada cinco organizações listadas pela Fortune Global 500®. Saiba como os cerca de 415.000 profissionais da Deloitte impactam positivamente seus clientes em www.deloitte.com.

Esta comunicação contém apenas informações gerais e nenhuma das empresas Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), sua rede global de firmas-membro ou suas entidades relacionadas (coletivamente, a “organização Deloitte”) está, por meio desta comunicação, prestando consultoria ou serviços profissionais. Antes de tomar qualquer decisão ou medidas que possam afetar suas finanças ou sua empresa, você deve procurar um consultor profissional qualificado.

Nenhuma representação, garantia ou compromisso (expresso ou implícito) é dado quanto à precisão ou integridade das informações contidas nesta comunicação e nenhuma das empresas DTTL, suas firmas-membro, entidades relacionadas, profissionais ou agentes devem ser responsabilizados por qualquer perda ou dano que ocorra direta ou indiretamente em conexão com qualquer pessoa que confie nesta comunicação. A DTTL, cada uma de suas firmas-membro e suas entidades relacionadas são legalmente separadas e independentes.