

Metaverso: A próxima fronteira do marketing digital

Dissertação de Mestrado

João Pedro Aguiar

Mestrado em

Ciências Económicas e Empresariais



Ponta Delgada

2023

Metaverso: A próxima fronteira do marketing digital

Dissertação de Mestrado

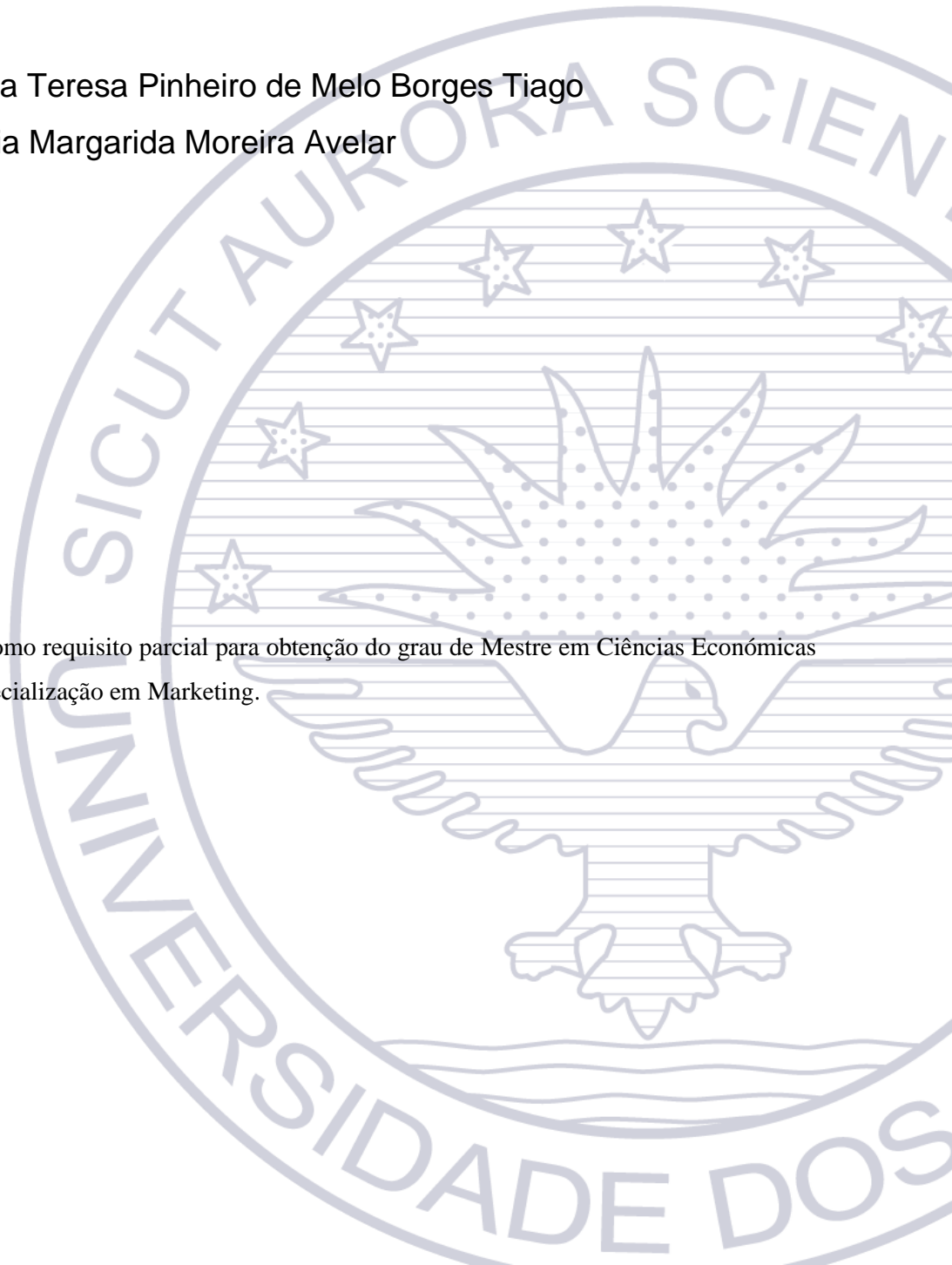
João Pedro Aguiar

Orientadores

Prof.^a Doutora Maria Teresa Pinheiro de Melo Borges Tiago

Prof.^a Doutora Sónia Margarida Moreira Avelar

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Marketing.



RESUMO

Nos últimos anos, o conceito de metaverso tem atraído a atenção de empresas e consumidores, uma vez que as tecnologias fundamentais para a sua implementação têm vindo a desenvolver-se, tornando cada vez mais viável a sua implementação. A sua implementação e aplicação a várias áreas do quotidiano trará mudanças fundamentais nas perceções, comportamentos e formas de atuação dos consumidores. Consequentemente, a forma como as empresas interagem com os seus consumidores também sofrerá alterações decorrentes da adaptação a esta nova realidade.

O objetivo com a realização do presente trabalho é o de relacionar o desenvolvimento deste novo espaço virtual com o conceito de marketing digital, procurando demonstrar que este será um novo espaço de interação, que requer compreensão por parte dos profissionais de marketing, para que possam comunicar de forma eficaz e relevante.

Para este efeito, realizou-se uma análise bibliométrica sobre o campo de investigação do marketing no metaverso, de forma a comprovar as asserções realizadas, assim como mapear o espectro de temas existentes e o estado atual da investigação sobre este assunto. O mapeamento do campo de investigação possibilitará oferecer uma perspetiva sobre o seu estado intelectual que poderá também auxiliar na realização de investigações futuras sobre este tema.

Face aos resultados obtidos, verifica-se que a discussão atualmente existente no campo de investigação tem por objetivo determinar as implicações e oportunidades que o metaverso e as tecnologias a este associadas poderão trazer para a área do marketing, assim como para o marketing de setores como o turismo, hospitalidade e cosmética. Deste modo, comprova-se que o metaverso constitui a próxima fronteira do marketing digital e que existe preocupação em entender como funcionará neste novo espaço. Neste sentido apresentam-se ainda sugestões de linhas de investigação futura que pretendem exponenciar a investigação já existente.

Palavras-chave: Marketing; Marketing Digital; Metaverso; Web 3.0

ABSTRACT

In recent years, the concept of the metaverse has attracted attention from companies and consumers alike, as the technologies that are fundamental to its implementation have developed, making its implementation increasingly feasible. Its implementation and application to various areas of everyday life will bring about fundamental changes in consumer perceptions, behaviors, and ways of acting. Consequently, way companies interact with their consumers will also suffer changes to adapt to this new reality.

The aim of this paper is to relate the development of this new virtual space to the concept of digital marketing, with the intent of demonstrating that this will be a new space for interaction that requires understanding from marketing professionals, so that they can communicate in an effective and relevant way.

To this end, a bibliometric analysis was conducted on the research field of marketing in the metaverse, to prove the assertions made, as well as to chart the spectrum of existing topics and the current state of the research on this subject. Mapping the field of research will also make possible to offer a perspective on its intellectual state, which could help in conducting future research on this subject.

Considering the results obtained, it concludes that the discussion currently taking place in the field of research aims to determine the implications and opportunities that the metaverse and the technologies associated with it could bring to the area of marketing, as well as to the marketing of sectors such as tourism, hospitality, and cosmetics. This proves that the metaverse is the next frontier for digital marketing and that there is a concern to understand how marketing will work in this new space. In this sense, there are also suggestions for future lines of research that aim to expand on existing research.

Keywords: Marketing; Digital Marketing; Metaverse; Web 3.0

AGRADECIMENTOS

A Deus, que sempre me amparou, apoiou e inspirou durante a realização deste trabalho.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram e incentivaram a atingir os meus objetivos e sonhos.

À minha irmã que está sempre comigo para me ajudar e incentivar a atingir os meus sonhos e objetivos.

Às minhas orientadoras, por toda a disponibilidade demonstrada e orientação dada que me permitiu ter perspectiva do trabalho a executar.

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| RESUMO | i |
| ABSTRACT | ii |
| AGRADECIMENTOS | iii |
| ÍNDICE..... | iv |
| LISTA DE TABELAS | vi |
| LISTA DE FIGURAS | vii |
| CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO..... | 1 |
| CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO..... | 3 |
| 2.1 Metaverso | 3 |
| 2.1.1 Aplicações do metaverso | 6 |
| 2.2 Marketing digital | 7 |
| 2.3 Marketing no metaverso | 9 |
| CAPÍTULO III - METODOLOGIA UTILIZADA | 12 |
| 3.1 Considerações sobre a metodologia escolhida | 12 |
| 3.2 Análise bibliométrica..... | 13 |
| 3.3 Procedimentos para realização da análise bibliométrica | 16 |
| 3.3.1 Definição do objetivo e âmbito do estudo bibliométrico | 17 |
| 3.3.2 Escolha das técnicas para a análise bibliométrica | 17 |
| 3.3.3 Recolha dos dados para análise bibliométrica..... | 18 |
| 3.3.4 Realização da análise bibliométrica | 18 |
| 3.4 Delineação do estudo bibliométrico | 19 |
| CAPÍTULO IV - RESULTADOS DO ESTUDO BIBLIOMÉTRICO | 20 |
| 4.1 Considerações sobre os dados bibliométricos recolhidos..... | 20 |
| 4.2 Análise de citações | 22 |
| 4.2.1 <i>Cluster</i> 1: O marketing e o desenvolvimento do metaverso e tecnologias subjacentes..... | 24 |
| 4.2.2 <i>Cluster</i> 2: Conceptualização do metaverso e definição das suas aplicações . | 25 |
| 4.2.3 <i>Cluster</i> 3: O metaverso e o setor do turismo e hospitalidade | 26 |
| 4.2.4 <i>Cluster</i> 4: Tecnologias de extended reality | 27 |
| 4.2.5 <i>Cluster</i> 5: A economia do metaverso | 27 |
| 4.3 Análise de acoplamento bibliográfico e de palavras com juntas..... | 27 |
| 4.3.1 Análise de acoplamento bibliográfico | 28 |
| 4.3.2 Análise de palavras conjuntas..... | 29 |
| 4.4 Interpretação conjunta dos resultados da análise de acoplamento bibliográfico e de palavras conjuntas..... | 31 |
| 4.4.1 <i>Cluster</i> 1: O conceito de metaverso e o seu desenvolvimento | 31 |

| | |
|---|----|
| 4.4.2 <i>Cluster 2</i> : Aplicações do metaverso | 33 |
| 4.4.4 <i>Cluster 4</i> : Aplicações do metaverso ao setor da hospitalidade e turismo | 36 |
| 4.4.5 <i>Cluster 5</i> : Transição do comércio tradicional para ambientes digitais e virtuais | 37 |
| 4.4.5 <i>Cluster 6</i> : Tecnologias de <i>blockchain</i> e as suas implicações | 38 |
| 4.4.5 <i>Cluster 7</i> : Aplicação do metaverso ao setor da cosmética | 40 |
| 4.5. Considerações gerais sobre os resultados obtidos | 40 |
| CAPÍTULO V – CONCLUSÕES | 43 |
| REFERÊNCIAS | 45 |
| ANEXOS | 52 |
| LISTA DE ANEXOS | 53 |
| Anexo 1 - Figura 3. Rede bibliométrica das 10 publicações mais citadas | 54 |
| Anexo 2 – Figura 4. Rede bibliométrica da análise de acoplamento bibliográfico.... | 55 |
| Anexo 3 - Figura 5. Rede bibliométrica da análise de palavras conjuntas..... | 56 |