

A person wearing a white VR headset with large ear speakers, looking upwards. The background is a futuristic, colorful environment with geometric shapes in shades of blue, purple, and pink.

EL METAVERSO, SURGE EL INTERNET MULTIDIMENSIONAL



ÍNDICE



03

**EL METAVERSO,
SURGE EL INTERNET
MULTIDIMENSIONAL**

07

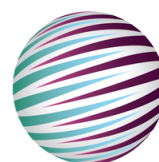
**ÚLTIMOS SUCESOS
ACERCA DE LAS
ELECCIONES
PRESIDENCIALES 2022
EN COLOMBIA**

14

**INFORME DEL
INTERCAMBIO
BINACIONAL ENERO-
FEBRERO 2022**

18

EVENTOS



EL METAVERSO COMO EXPRESIÓN DEL SURGIMIENTO DEL INTERNET MULTIDIMENSIONAL

Mis padres eran ambos doctores en filosofía y vivimos 10 años en la selva amazónica. Mi padre era buscador de oro y diamantes y mi madre mestiza indígena nos educó en casa mucho tiempo. No existía electricidad ni TV. Teníamos miles de libros y enciclopedias. En medio de la selva podíamos, al leer, navegar no sólo por todo el mundo sino también por todas las culturas de la mano de mentes brillantes. Desde darle la vuelta al mundo en 80 días hasta entender a la España del siglo XVII de la mano del Quijote. Leíamos tanto que al llegar a Europa en 1990 ya “conocíamos” Europa. La lectura permite entender lo que significa “aumentar la realidad”.

El internet poco a poco nos ha permitido aumentar nuestra presencia. Un grupo familiar o de amigos en whatsapp permite “sentir” a los demás cerca las 24 horas del día.

El metaverso es una nueva etapa de internet y me recuerda mucho al efecto de la lectura, Aumenta nuestra capacidad de vivir en otros mundos y entornos. Ese aumento de la realidad en modo inmersivo e híbrido abre aún más las posibilidades de educarnos, encontrarnos y expandir la economía a dimensiones incalculables. De una realidad de consumo que depende directamente de la producción de bienes industriales se abren realidades múltiples para una economía de la experiencia y el conocimiento.

En el metaverso volvemos a través de nuestro avatar a la presencia absoluta en unidad de tiempo y espacio. Como en la selva, todo encuentro se vuelve relevante y los aspectos relacionales, de empatía, simpatía o antipatía son claves. El lenguaje corporal de tu avatar será muy importante para interactuar.

El internet actual genera ultra comunicación pero es de baja interacción. Una tasa de “engagement” promedio (porcentaje de seguidores que interactúan activamente con tu contenido) en Instagram generalmente estará entre el 3% y el 6%. En el Internet inmersivo del Metaverso el engagement es de 100% al generar encuentros y tráfico similares a los de la vida real.



Tomemos el ejemplo de un Teatro. Hoy al producir una obra se estima su rentabilidad en términos de entradas vendidas y funciones realizadas. En el metaverso la misma obra puede ser vista en tiempo real por millones de personas conservando el mismo teatro. Los actores pueden hablar en todas las lenguas y sus avatars pueden actuar las 24 horas del día.

Lo mismo sucede con todos los comercios del mundo real. El retail en particular se expande pasando de un e-commerce de 2 dimensiones a espacios multi dimensionales de compra y experiencia. La realidad del avatar genera también una economía propia de necesidades propias a la navegación en el metaverso. Accesorios, herramientas y aplicaciones serán nuevos mercados infinitos.

Para las marcas esta nueva realidad viene a cambiar totalmente las bases de la publicidad y el marketing. Volveremos a métodos que florecieron en los años cincuenta de eventos en dónde el producto era una experiencia social. Se usaba mucho la radio para anunciar giras y encuentros con el producto. La publicidad no era invasiva, era inclusiva, era entretenimiento y ponía en escena a la vida cotidiana del consumidor. Las marcas deberán abandonar la publicidad masiva intrusiva de hoy por experiencias mucho más inclusivas y personalizadas a cada comunidad digital. El metaverso nos hace pasar de canales abiertos a realidades mucho más “íntimas y tribales”. En las redes sociales de hoy soñamos con millones de seguidores. En el metaverso construimos hogares y lugares de encuentro más auténticos. Comunidades de intereses y pasiones. Las marcas deberán dejarse adoptar e integrar estos nuevos hogares de un consumo más orientado al metaverso y menos al mundo real biológico.

La educación también va a cambiar de manera exponencial. Se acortan los tiempos de aprendizaje; la teoría y la práctica pueden operar de forma simultánea.

Es toda nuestra vida social, económica y política que esta cambiando de manera exponencial. El metaverso podría llamarse “omniverso” para tomar la medida de lo que esta sucediendo.



Mi mentora y amiga, la astronauta Anousheh Ansari, presidente del X-Prize, se interesa por este cambio exponencial de la humanidad y plantea con Elon Musk y Peter Diamandis la huella de carbono de esta nueva fase que incluye el metaverso.

La actividad de Internet representa hoy 4% de las emisiones de gases de efecto invernadero y solo el 17% de la energía utilizada es limpia o renovable. Estos porcentajes seguirán creciendo de forma acelerada. Sin embargo la oportunidad de migrar al metaverso sectores de la economía, creando nuevas economías puede ser una oportunidad real para responder a la crisis climática. Tomemos el ejemplo de la ropa o los muebles. Al vernos mucho más con nuestro avatar, será más importante mostrar nuestro look virtual que nuestro look real. Nuestro hogar en dónde más recibiremos a familiares y amigos será virtual.

En 1986, escuché a mi padre preocuparse por las olas de garimpeiros, buscadores de oro que llegaban a la selva, creando ciudades informales y destrozando ecosistemas enteros, desviando ríos inclusive. Recuerdo haberle preguntado por qué estaba llegando tanta gente. Mi padre me respondió lacónico, “son los efectos de la llegada de los robots”. En efecto, toda la industria automotriz brasileña se había automatizado, despidiendo a miles de trabajadores.

El metaverso está moviendo en profundidad las fundaciones del empleo. La pandemia actúa como catalizador y posiblemente veamos muchos avatars ocupar nuevos empleos y destruir muchos también. El crecimiento exponencial de meta sociedades, meta-culturas, meta-economías genera cambios muy rápidos sin ser progresivos. La adaptación se torna difícil.

Ya las grandes empresas, ciudades, instituciones y países deben ocupar las plataformas del metaverso. Las GDPR actuales no abarcan la explosión de datos compartidos en modo inmersivo. Necesitaremos meta-legisladores e inclusive meta-policías en cada ciudad y universo.

Todo lo que hoy va a suceder en el metaverso es la versión exponencial de algo que tomó más de cuarenta años en construirse. Ya la película TRON de Steven Lisberger y protagonizada por Jeff Bridges en 1982 mostraba una historia en realidad inmersiva. El entender que podíamos trabajar e inclusive vivir socialmente en remoto durante la pandemia nos acercó más a admitir que una realidad inmersiva podía solucionar muchos problemas.



Un amigo, me dijo hace poco, en tono de broma: "en el futuro solo los ricos podrán viajar de verdad." En tiempos exponenciales podemos apenas constatar lo que sucede día a día, adaptarnos y abrazar los cambios, pero no podemos realmente preverlos. Como lo dice Yuval Harari en Homo Deus, mientras más información manejamos, menos somos capaces de prever el futuro. En Homo Sapiens, Yuval Noah Harari define brillantemente lo que le permite a los seres humanos crecer como civilización y lo llama la ficción (valores, religiones, símbolos), una meta realidad que permite federar a grandes grupos de individuos en torno a una "meta-realidad" o consenso que facilita la cooperación. El metaverso es claramente esa nueva "ficción" que nos toca explorar para avanzar como especie y tal vez salvar nuestro planeta y nuestra conciencia.

Autor:

Jean Clauteaux
URIJI Digital Citizens



Jean Clauteaux
CEO co-founder of the URIJI Digital Citizens



ÚLTIMOS SUCESOS ACERCA DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES 2022 EN COLOMBIA

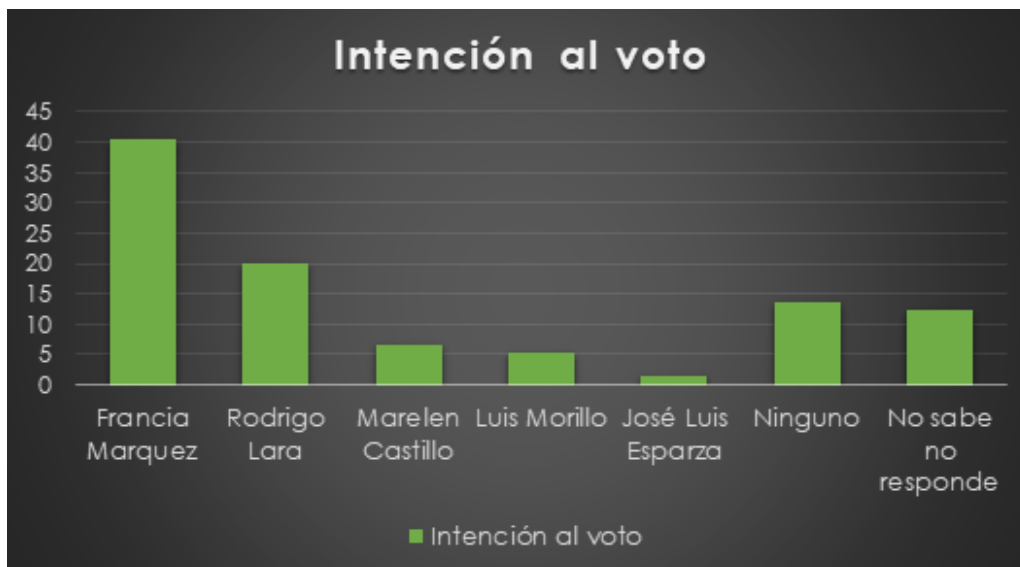
Según el artículo 202 de la Constitución Política vigente en la República de Colombia “El vicepresidente de la República será elegido por votación popular el mismo día y en la misma fórmula con el presidente de la República”.

Teniendo en consideración el argumento anterior, vemos que los candidatos a la Presidencia de la República de Colombia, definieron su fórmula presidencial, adquiriendo la siguiente formación:

PARTIDO	CANDIDATO PRESIDENCIAL	FÓRMULA PRESIDENCIAL
Coalición Pacto Histórico	Gustavo Petro Urrego	Francia Elena Márquez
Coalición Centro Esperanza	Sergio Fajardo Valderrama	Luis Gilberto Murillo Urrutia
Coalición equipo por Colombia	Federico Gutiérrez	Rodrigo Lara Sánchez
Partido Movimiento de Salvación Nacional.	Enrique Gómez Martínez	Carlos Alberto Cuartas Quiceno
Partido Verde Oxígeno	Ingrid Betancourt Pulido	José Luis Esparza Guerrero.
Colombia Justa Libres.	John Milton Rodríguez González	Sandra de las Lajas Torres Paz
Colombia Piensa en Grande	Luis Emilio Pérez Gutiérrez	Seferino Mosquera Murillo
Movimiento Liga de Gobernantes Anticorrupción.	Rodolfo Hernández Suárez	Marelen Castillo Torres

Una vez teniendo en claro, quienes son los candidatos con su respectiva fórmula vice presidencial, es momento de preguntarnos como se están posicionando las mismas en las encuestas, para ello se tendrá en consideración los datos publicados por el Centro Nacional de Consultoría (CNC):





Asimismo, el día 29 de marzo de 2022 se sorteó en el centro de convenciones “Ágora Bogotá” la ubicación de los candidatos en el tarjetón electoral, en donde podemos observar la siguiente alineación:



Por medio de esta imagen es interesante destacar que este año, a diferencia de otros, se tomó la medida de añadir en el tarjetón la imagen de los postulados a la presidencia y vicepresidencia de la República. Sin embargo, la verdadera polémica fue en cuanto al candidato de “Equipo por Colombia” dado que el “Pacto histórico” denunció que no puede ser que Federico Gutiérrez aparezca con su sobrenombre en lugar de su nombre completo.

Si tenemos en consideración la Ley 62 de 1988, según la cual "en la elección para presidente de la República, los ciudadanos votarán con tarjetas electorales que llevarán impresos los símbolos, emblemas y colores de los diferentes partidos o movimientos políticos que participen en las votaciones, con impresión clara del nombre y apellidos del respectivo candidato".

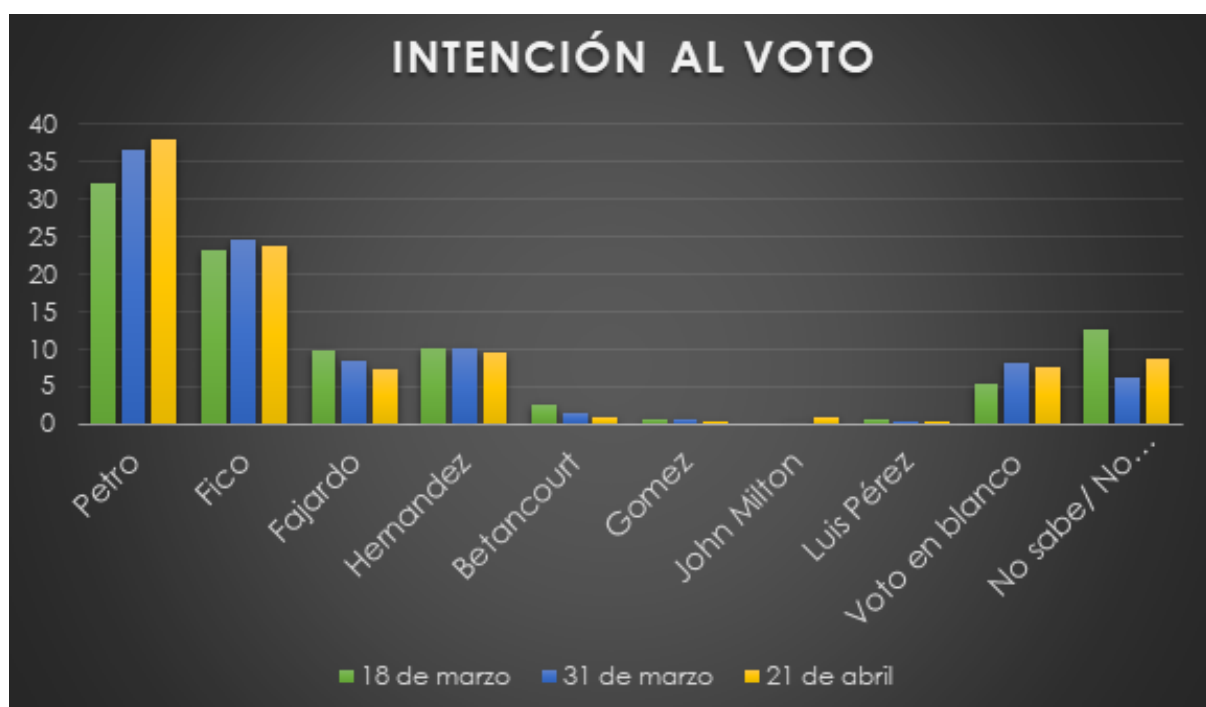
Podemos ver que la preocupación del Pacto Histórico es en cuanto a lo que pueda significar en votos para Equipo por Colombia, dado que puede ser una táctica para atraer a los votantes en el sentido de que, cuando usamos un sobrenombre y llamamos a alguien por él, lo hacemos porque sentimos la confianza y la cercanía suficiente para hacerlo.

Asimismo, otra de las preocupaciones de Pacto Histórico es en cuanto a su posición en el tarjetón, puesto que si bien, no están de últimos, le anteceden visualmente cinco candidatos. Puesto que normalmente cuando leemos comenzamos desde arriba a la izquierda.

En consideración a los sucesos anteriores, el día 18 de abril la registraduría de Colombia decidió publicar un nuevo tarjetón con ligeras modificaciones en el que podemos observar que los cambios principales son en cuanto a dos candidatos: Petro y Fico, a quienes se les permitió añadir su apellido como parte del logo. Además, de que se reemplazó la palabra Fico por Federico a raíz de la polémica del tarjetón. Siguiendo este argumento en la siguiente imagen se pueden visualizar los cambios realizados.



Por otro lado, en la siguiente gráfica podemos observar el posicionamiento de los candidatos de acuerdo a la intención al voto registrada entre el mes de marzo y abril:

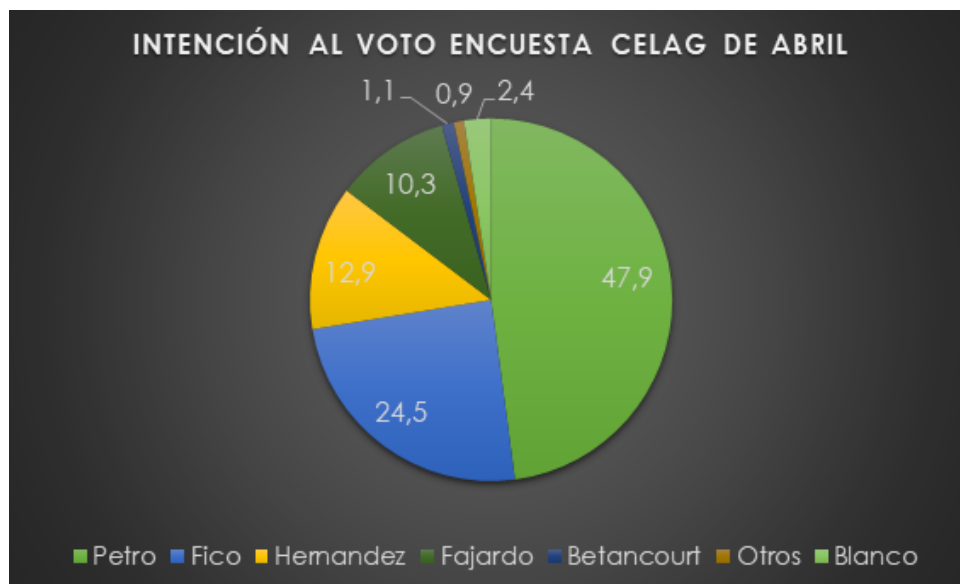


Teniendo en consideración el gráfico anterior, se hacen evidentes tres cuestiones: La primera es que Petro continua a la cabeza de la carrera política, segundo, Federico Gutiérrez “Fico” se posiciona como segundo competidor con 24% de aceptación, tercero, los otros candidatos no parecen tener mayor relevancia a los ojos de la población votante, lo cual invita a pensar que ellos deberían posicionarse desde ya con miras a una Segunda Vuelta o “Balotaje”; y finalmente como último punto, es interesante ver como disminuye el porcentaje de personas que no tienen claro por quien votar en las próximas elecciones, pero es aún más relevante ver como aumenta el porcentaje de personas que planea votar en blanco con más de 8% de afirmación.

De forma aclaratoria, entendemos por voto en blanco “una expresión política de disenso, abstención o inconformidad, con efectos políticos” Asimismo, la Constitución Política de Colombia también lo prevé como un proceso asociado a la libertad de expresión del ciudadano, puesto que, al no sentirse proyectado o identificado con alguno de los candidatos de la elección popular pone a disposición del electorado la opción del voto en blanco.

Sin embargo, para que sea posible dicho escenario es necesario acumular el 50% más uno de los votos válidos. En consecuencia, si se da un escenario en el cual gane el voto en blanco, será necesario establecer un nuevo cronograma a partir de los 10 días para llamar a nuevas elecciones, con el fin de mantener la transparencia, la legalidad y la confianza de los ciudadanos en los procesos electorales. En cambio, si en una segunda oportunidad ocurriera el mismo escenario, la Registraduría Nacional del Estado Civil afirma que quedara electo el candidato con mayor número de votos válidos.

Por otro lado, con referencia a los datos de abril vemos que, Petro sube dos puntos con respecto al mes anterior, mientras que Fico baja por un punto en la intención al voto. No obstante, para el mes de abril, según los datos del CELAG es observable que, si bien muchos de los candidatos no han cambiado significativamente sus porcentajes, es relevante admitir que en cuanto a Petro existe un 48% de intención al voto. Si los datos de la encuesta son precisos y se abre este escenario político, Petro solo estaría a 3% de elegirse en la primera vuelta del día 29 de mayo de 2022.



En este sentido, la encuesta CNC plantea la pregunta “¿Y si en un escenario de segunda vuelta los candidatos fueran, Fico Gutiérrez y Gustavo Petro por quién votaría usted?” Vemos que los votantes responden de la siguiente manera:



Podemos observar que la población votante se inclina a favor de Petro. Sin embargo, Fico le sigue apenas por 3 puntos de diferencia. Por lo que se podría argumentar que en esta carrera por ocupar la casa de Nariño se encuentra “Crecientemente Polarizada” entre la izquierda (Petro) y la Centro-Derecha (Fico).

No obstante, cabría preguntarnos ¿Cuál será el nivel de abstención en las presidenciales colombianas? Como vimos en las elecciones legislativas y por medio del siguiente gráfico es evidenciable que hubo una participación del 45,87% de la población votante, lo que representa que menos del 50% asistió a las urnas.



La participación política es uno de los síntomas más importantes dentro de cualquier democracia porque es el gobierno de la mayoría, por tanto, si la participación es elevada, la democracia se fortalece y crece, pero si ocurre lo contrario, la democracia comienza a deteriorarse. No obstante, cabe acotar que, la abstención en Colombia no es un fenómeno nuevo dado que, según los datos del Centro de Estudios en democracia y Asuntos Electorales (CEDAE) se afirma que normalmente la abstención fluctúa entre 50 y 60% lo que podría derivar en consecuencias en torno a la gobernabilidad al no contar con el suficiente respaldo popular y debilitar la capacidad de gestión del gobierno en turno.

Como dato adicional cabe acotar que, a diferencia del voto en blanco, en el que es posible la organización de una nueva elección, vemos que, en el caso de la abstención, sin importar que tan alto sean los porcentajes, no cabe el escenario de una nueva agenda electoral.

Autora:

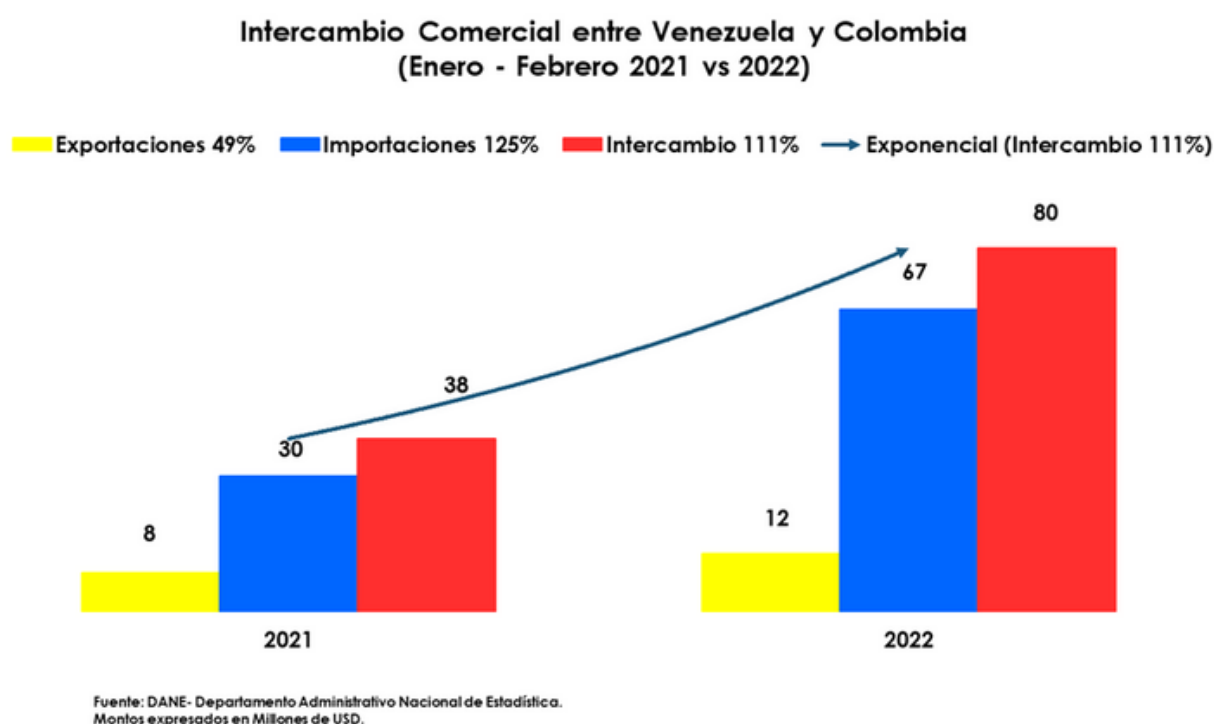
Daniela Becerra

Pasante de apoyo - Asistente a la Presidencia Ejecutiva
CAVECOL.

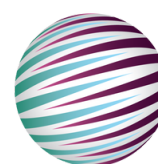


LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS VENEZOLANOS CON DESTINO COLOMBIA SE INCREMENTARON 49% DURANTE EL MES DE FEBRERO 2022

El comercio binacional entre Venezuela y Colombia durante el periodo enero-febrero del 2022 alcanzó la cifra de 80 millones de USD, representando un incremento del 111%, frente a los 38 millones de USD correspondientes al mismo mes del año 2021.



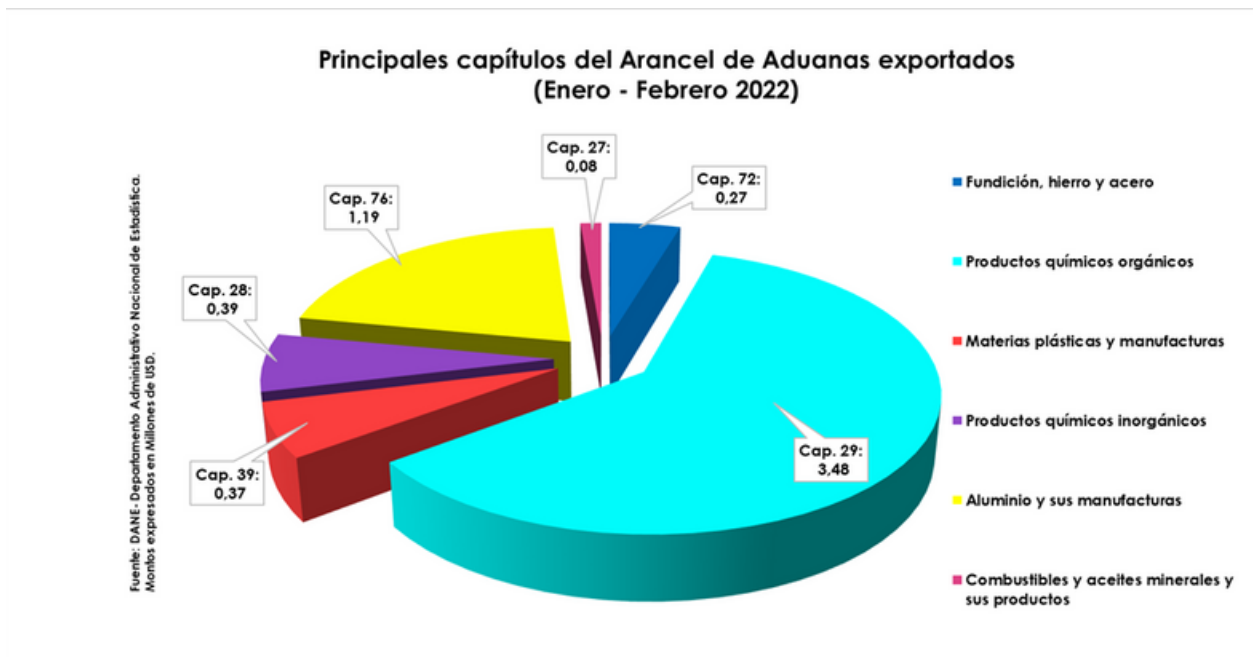
Durante el periodo enero-febrero del 2022, las exportaciones venezolanas hacia el país vecino incrementaron 49%, al llegar a la cifra de 12 millones de USD, en comparación a los 8 millones de USD acumulados durante el mismo período del año 2021.



Por otra parte, las importaciones de productos colombianos a nuestro país, presentó un incremento del 125%, alcanzando la cifra de 67 millones de USD para el periodo enero-febrero 2022, de acuerdo a la información publicada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística Colombiano (DANE).

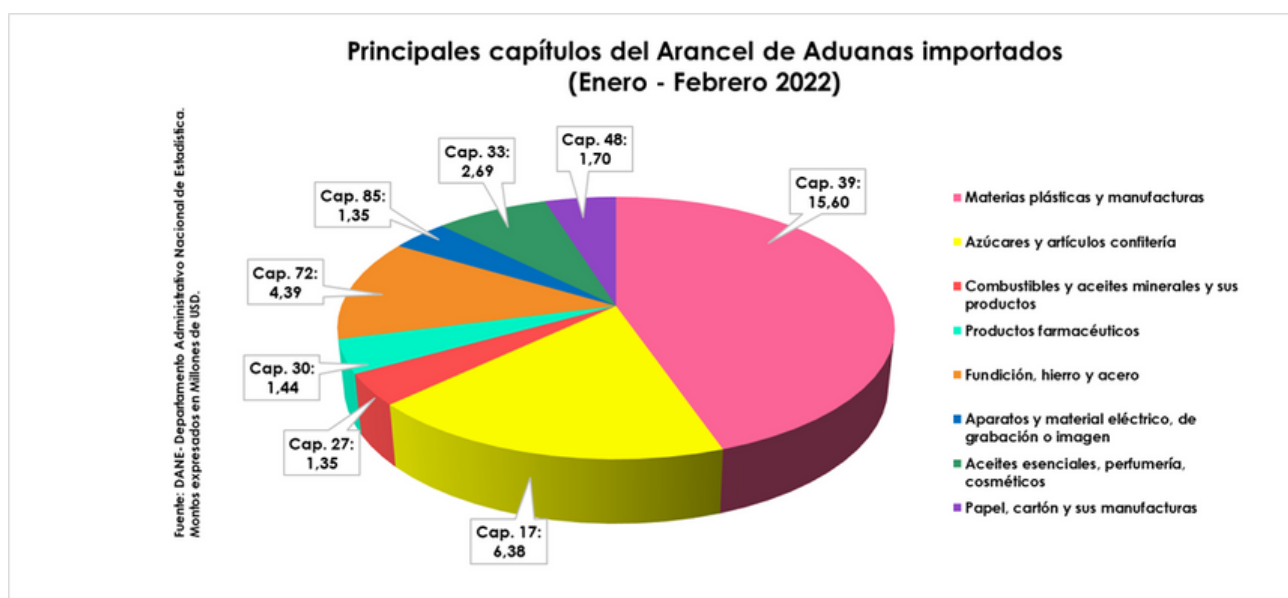
Entre los principales 6 productos de origen venezolano exportados hacia Colombia durante el mes de febrero del año 2022, resaltan los pertenecientes a los siguientes capítulos del arancel de aduanas:

- **Capítulo 29:** Productos químicos orgánicos (3,48 millones de USD).
- **Capítulo 76:** Aluminio y sus manufacturas (1,19 millones de USD).
- **Capítulo 28:** Productos químicos inorgánicos (0,39 millones de USD).
- **Capítulo 39:** Materias plásticas y manufacturas (0,37 millones de USD).
- **Capítulo 72:** Fundición, hierro y acero (0,27 millones de USD).
- **Capítulo 27:** Combustibles y aceites minerales y sus productos (0,08 millones de USD).



En este sentido, entre los 7 principales productos de origen colombiano importados hacia Venezuela durante el mes de febrero del año 2022, resaltan los pertenecientes a los siguientes capítulos del arancel de aduanas:

- **Capítulo 39:** Materias plásticas y manufacturas (15,60 millones de USD).
- **Capítulo 17:** Azúcares y artículos confitería (6,38 millones de USD).
- **Capítulo 72:** Fundición, hierro y acero (4,39 millones de USD).
- **Capítulo 33:** Aceites esenciales, perfumería, cosméticos (2,69 millones de USD).
- **Capítulo 48:** Papel, cartón y sus manufacturas (1,70 millones de USD).
- **Capítulo 30:** Productos farmacéuticos (1,44 millones de USD).
- **Capítulo 27:** Combustibles y aceites minerales y sus productos (1,35 millones de USD).



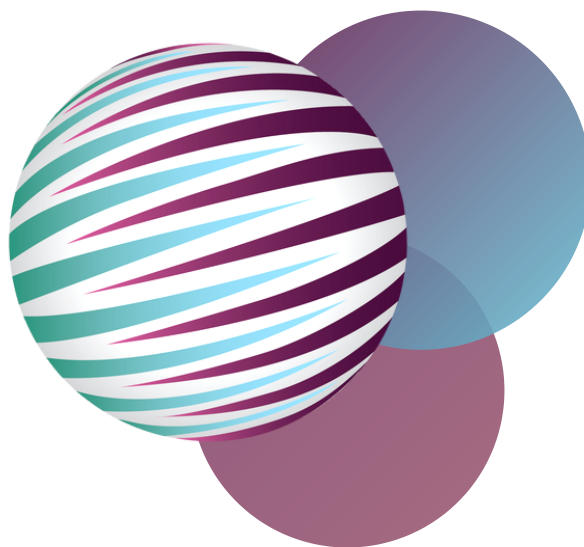
CONCLUSIONES ACERCA DEL COMERCIO BINACIONAL PARA EL MES DE FEBRERO 2022:

- En La balanza comercial en el mes de febrero fue superavitaria para Colombia en US\$ 34 millones.
- El total de las exportaciones de Colombia hacia Venezuela realizadas en febrero del año 2022 se ubicaron en US\$ 40 millones.
- El total de las importaciones provenientes de Venezuela durante enero de 2022 fueron de US\$ 6 millones.
- Los principales productos importados desde Venezuela durante enero fueron: Materias plásticas y manufacturas (15,60 millones de USD), Azúcares y artículos confitería (6,38 millones de USD), Fundición, hierro y acero (4,39 millones de USD).
- Los principales productos exportados hacia Colombia durante enero fueron: Productos químicos orgánicos (3,48 millones de USD), Aluminio y sus manufacturas (1,19 millones de USD), Productos químicos inorgánicos (0,39 millones de USD).

Autor:

Coordinación de Comercio Exterior

CAVECOL



EVENTOS

10 MARZO – Comité Legal “Tendencias y oportunidades que ofrece el marco regulatorio”:

El pasado 10 de marzo se llevó a cabo el primer Comité Legal del año, con el fin de recalcar, visibilizar y conocer las más recientes regulaciones dictadas y un balance general sobre el entorno regulatorio actual binacional (anuncios, declaraciones, noticias de interés, aspectos financieros, nombramientos, etc.), sobre todo que puedan tener un interés para la empresa privada.



11 MARZO – Consejo Consultivo:

El Consejo Consultivo de CAVECOL de forma semipresencial dado que se hizo el uso de plataformas como zoom para reunir de forma exitosa tanto a miembros de la junta directiva como a expresidentes de la Cámara con el objetivo de informar e intercambiar opiniones constructivas sobre el trabajo que se ha venido realizando de manera que apuntemos a la innovación, a la tecnología y a la creatividad las partes de seguir profundizando iniciativas de trabajo conjunto y de intercambio de contactos y experiencias que redunden en la prosperidad y el progreso en Venezuela.





25 DE MARZO - REUNIÓN CON REPRESENTANTES DE SUPERATEC



Mantuvimos una reunión con la Sra. Nelitza Zabala Gerente General de Superatec y con el Sr. Álvaro González, Presidente de Superatec, para conversar acerca del trabajo que vienen realizando en los distintos sectores del país

Además, la posibilidad de iniciar proyectos en el Estado Táchira y la región Andina junto a CAVECOL.



24 MARZO - Seminario de clausura de la XLIII Asamblea Anual de Afiliados CCV

La Cámara Colombo Venezolana celebró su XLIII Asamblea Anual de Afiliados de manera virtual, se analizaron las perspectivas de crecimiento de la economía mundial y regional ante un panorama de incertidumbre por la situación geopolítica actual.



No obstante se resaltaron las perspectivas positivas de recuperación económica para Colombia y de estabilización para Venezuela. Enfatizando la gestión de la CCV en la apertura de la frontera, en la internacionalización de empresas colombianas hacia Venezuela y en el desarrollo de proyectos productivos en pro de la integración colombo venezolana.



CONECTA CON NOSOTROS
A TRAVÉS DE NUESTRAS

Redes sociales



@cavecol

WWW.CAVECOL.ORG

