



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

“Microtransacciones en los videojuegos y sus modelos de negocios”.

Tesis

**Que para obtener el título de:
Licenciado en administración**

**Presenta:
Daniel Irving Velázquez Mondragón**

**Asesor:
L.A.E.C. Jesús Carlos Varela Cota**



Cd. Mx.

2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

“Microtransacciones en los videojuegos y sus modelos de negocios”.

Tesis

Daniel Irving Velázquez Mondragón



Cd. Mx.

2019

Índice:

Dedicatorias.....	4
Agradecimientos.....	5
Introducción.....	6
Capítulo 1	
Antecedentes.....	7
Clasificación.....	20
Top 50 videojuegos (diciembre 2018).....	22
Top 30 videojuegos P2W (diciembre 2018).....	25
Capítulo 2	
Comportamiento del gamer.....	28
Perfil del consumidor.....	29
Pay-2-win.....	29
Free-2-play.....	30
Importancia de ganar.....	31
Competencias E-Sports.....	32
Cuestionario.....	35
Resultados.....	35
Capítulo 3	
Proyecciones a 2021.....	37
Caso de éxito.....	38
Caso fallido.....	42
Implementación de estrategias.....	44
Caso práctico.....	47
Conclusión.....	51
Anexos.....	53
Bibliografía.....	58

Dedicatorias:

A mis padres Baldomero Velázquez Flores e Irma Mondragón Reyes, mis hermas Brenda Stephanie Velázquez Mondragón y Libni Karyme Velázquez Mondragón, a mi sobrino Yeshua Fabián Velázquez Mondragón, mis abuelitas Ma. Del Refugio Flores Merla, Ma. Félix Reyes Garduño y a mi tía Guadalupe Flores Merla. A mis amigos Hermes Alejandro Tapia Escalera, Irving Hassel Vázquez García, José Antonio Gómez García, Jorge Gómez Leyva, Abraham de Jesús Velázquez Zamudio, Salvador Rizo Balandra y a Daniela Rubí.

Agradecimientos:

A la Universidad Nacional Autónoma de México por el brindarme la oportunidad de conseguir una carrera al haber sido aceptado desde iniciación universitaria en la Prepa 2.

A la Facultad de Contaduría y Administración por brindarme a los mejores profesores para mi formación profesional, al igual que hubo malos en su mayoría fueron buenos.

Al profesor Jesús Carlos Varela Cota que fue mi asesor de tesis y con él conseguí aprender mejor el comportamiento del mercado, además de brindarme las herramientas necesarias para la elaboración de esta tesis y apoyo para terminarla.

A mis padres Baldomero Velázquez Flores por demostrarme la determinación para ser una mejor persona y siempre ser educado, a mi madre Irma Mondragón Reyes que me enseñó la fuerza para afrontar las dificultades, siempre encontrar una solución a todo y enfrentar el cáncer de una manera diferente tras 6 años de su enfermedad.

A mis hermanas Brenda y Libni por confiar en que iba a concluir mi carrera y darme esos ánimos para continuar estudiando, además de apoyarme con algunas cosas personalmente.

A mis familiares que a pesar de que escogí malas decisiones confiaron en mí para terminar mi carrera y no darme por vencido.

A mis amigos Hermes, Irving, Salvador, Abraham, Antonio, Jorge y Danny que han estado en los momentos difíciles de mi vida y me han brindado su apoyo para seguir adelante y pasar los mejores momentos a su lado, sin importar la situación me ayudaron a encontrar una solución.

A los profesores que he tenido dentro de toda la vida como estudiante que han brindado un poco de todo para ser una mejor persona y compartir su experiencia conmigo, a pesar, de que algunos no enseñaron mucho con algunos otros forme un aprecio por su dedicación como: Patricia Barrera Hernández profesora de literatura que me enseñó ese amor por la lectura y empezar a conocer un nuevo mundo, Magaly Cortina Ocaña que me asesoró durante la carrera para comprender mejor el marketing, a la Doctora Karina Salmerón por enseñarme algunas lecciones de vida de un modo diferente y analítico para solucionar los problemas.

Introducción:

En la actualidad existe un sinnúmero de videojuegos disponibles en la mayoría de las plataformas, que puede ser desde un smartphone hasta las consolas de videojuegos o una PC.

En el sistema de smartphone encontramos que algunos videojuegos son de contenido gratuito al descargarse, pero ya al entrar a la aplicación descubrimos que para obtener un mejor avance es necesario el gastar dinero real dependiendo del “paquete” como suelen llamarlo, el cual otorga al jugador una serie de complementos o mejoras para su inicio de la partida. Conforme avanza el jugador se verá estancado, debido al consumo de energía gratuita, acumulable a través de un periodo establecido y va en aumento dependiendo del nivel del jugador. Observamos que el juego es gratuito pero el contenido dentro de este es de paga; en otros casos, el abuso de la publicidad para poder jugar llega a ser incómodo para el jugador, obligado a ver el minuto de comerciales para conseguir algún beneficio dentro del videojuego, la manera para evitar la publicidad el juego invita al jugador a comprar un paquete con una duración de 30 días en donde podrá jugar sin interrupciones.

En el caso de las consolas de videojuegos se puede observar la venta de videojuegos incompletos, estos vienen con el desarrollo más simple y en diferentes versiones las cuales otorgan al jugador diferentes privilegios o usos exclusivos de ciertos “Skin” que podrá utilizar en su experiencia al jugar. En algunos casos para las personas que compraron la edición estándar del juego, si quieren tener acceso a cierto contenido o descargas con mejoras de contenido “DLC” deberán de comprar un pase de temporada los cuales les aseguran una “exclusividad” dentro del videojuego.

Ahora, el objetivo principal de esta tesis es comprobar si el uso de las microtransacciones en un videojuego puede favorecer o perjudicar el ciclo de vida del videojuego, además de analizar las mejores estrategias para el uso adecuado de estas y evitar que la empresa entre en conflicto legal con algún jugador o país. ¿La interacción de los jugadores que pagan para ganar “P2W” o los jugadores que deciden no gastar “F2P” es algo que hace una diferencia en los videojuegos? ¿Vale la pena gastar por un contenido “exclusivo”? ¿Se inflige alguna ley para ciertos criterios de una microtransacción? Esto es lo que busca resolver esta tesis.

Capítulo 1

Antecedentes:

En la historia de los videojuegos surge por un grupo de visionarios durante las últimas 3 décadas se han visto involucrados en varias disputas que provocaron un espionaje industrial, con el fin de buscar una adicción en donde los jóvenes y adultos encontrarán irresistibles. Hoy en día es un negocio de miles de millones de dólares, más productivo que Hollywood y su siguiente objetivo es la industria musical.

Todo inicio en el famoso Silicon Valley, en 1972 con un grupo de ingenieros en busca de cumplir sus sueños, entre ellos se encontraba Nolan Bushnell con 28 años, con un capital inicial de 500 euros en aquel entonces. Así es como nació Atari.

Atari comenzó con 3 personas, un pequeño taller donde nacería “PONG”, un juego de prueba. Pedirían permiso a la taberna local para hacer las pruebas de su nuevo invento. Empezó como una máquina encima de un barril en donde se pondrían monedas en la ranura que se había obtenido de un juego para niños, pasado un rato la primera persona estudiaría el movimiento de la pelota, después de un rato genero interés e insertó la moneda para empezar a jugar, es así como nacería el Arcade, pronto un pequeño grupo de personas se acercó para empezar a jugar con los dos mandos disponibles. Fue revolucionario e incierto, las personas en ese tiempo no estaban acostumbradas a observar algo sin recepción, lo que cuenta Bushnell como: “Se me acercó una niña y me preguntó ¿cómo era posible recibir una señal en un aparato como el que estaba ahí?”.



IMAGEN 1. PRIMERA MÁQUINA PONG.

Al día siguiente el dueño de la taberna los llamaría para notificarles que la máquina se había descompuesto, al llegar al lugar notaron que no se había descompuesta; sino, estaba llena de monedas del día anterior. Desde ese momento Nolan descubrió el potencial de su producto al cual explotaría y la multiplicaría. Después Atari cambiaría su local a una pista de patinaje en desuso donde sería su primera fábrica, al no tener idea del procedimiento a seguir se dirigieron una oficina de empleo y contrataron a personas de la calle, la mayoría en libertad condicional y mala gente, en pocas palabras: “Eran un montón de aficionados”.

El impacto del producto fue tal que a la semana se hacían 500 máquinas a la semana, 10,000 en los Estados Unidos de América, es un ejemplo de una inversión de 500 dólares les dejó una ganancia de 1, 000,000. Poco tiempo después decidieron crear una versión hogareña la cual dejaría más ganancias a la empresa. El mercado tras su éxito en versión Arcade, hizo que los desarrolladores generaran esa necesidad de que las personas tuvieran una máquina de “PONG” en sus hogares.



IMAGEN 2. JUEGO PONG EN ACCIÓN.

La innovación de los chips les dio una idea a los ingenieros para que el producto cuente con la mejor tecnología de esos tiempos. El costo del chip era de 10 euros, ellos al construir la máquina el precio de venta se convertía en 100 euros, el margen de ganancia fue de un 1000%, una decisión acertada para el momento adecuado.

No todo era un éxito del producto, la empresa Atari se enfrentó con un gran problema del momento, ese fue que las tiendas de juguetes no deseaban comprar el producto, al ver la reacción de las jugueterías harían un movimiento que sorprendería a todos, decidieron poner el producto en una tienda de deportes.

Sears fue la primera en comprar 150,000 unidades del “PONG” domestico durante la navidad del año de 1975. La presentación del modelo enviado a la tienda era exclusiva en ese momento, se buscaba la atracción de niños y adultos, la personalización del

producto tenía una marca distintiva de Sears, otro éxito más para Atari con esa visión dentro del mercado dado que Sears implemento todas sus estrategias de marketing para el producto; un solo anuncio, provoco la venta de todas las unidades existentes en la tienda al momento.



IMAGEN 3. PROMOCIÓN LANZADA POR SEAR EN NAVIDAD.

Bushnell decidió concentrarse en los Arcade, su motivación siempre fue el estar un paso delante de los competidores, el concepto fue simple: Creaban videojuegos, los comercializaban y los innovaban para estar a la vanguardia y mantener el liderato del mercado.

Un producto de calidad necesitaba de los mejores ingenieros, en Atari se enfocó en hacer que el clima laboral de la empresa fuera de lo mejor para que todos desearan trabajar ahí, una persona en específico de la empresa David Crane comentó sobre el clima laboral y como Bushnell motivaba a sus empleados para generar ese éxito. La motivación de Bushnell para la innovación en los videojuegos juega un papel importante, la actitud y el pensamiento de “Si uno quiere lograr algo, debe creer en que funcionará...” Las ideas siempre fueron un rol muy importante para la empresa, sin importar que tan disparatada fuera, se le daba esa oportunidad, en la actualidad la podemos llamar brainstorm o lluvia de ideas.

Tras su éxito, sufriría su primer conflicto legal, el plagio de Bushnell sobre la idea del videojuego “PONG”, el documento afirmaba que meses antes de la creación de Atari Bushnell vio el videojuego en una feria local, Ralph Baer diseñador de aparatos de televisión, el que pensó en crear un videojuego desde 1950 pero su finalización sobre este fue hasta 1966 mientras esperaba en una estación durante un viaje de negocios. El primero de septiembre de 1966, Baer había redactado 4 hojas donde explicaba todo su proyecto, incluía la sección de deportes, aventuras, entre otros.

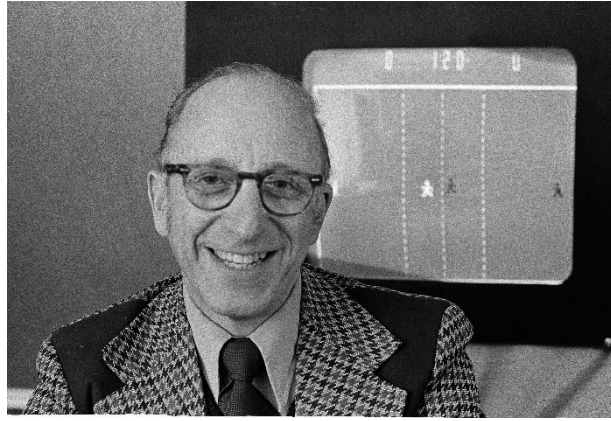


IMAGEN 4. RALPH BAER.

En 1968 logró desarrollar su primera consola de videojuegos a la que le dio el nombre de “la caja marrón”. El primer videojuego consistía en la persecución de dos puntos a través de la pantalla; no tardó en aparecer el primer videojuego de ping-pong, 4 años antes del lanzamiento de Bushnell. Baer tenía un contrato con Magnavox a la que le ofrecía 12 videojuegos diferentes, incluyó una personalización de colores para resaltar cada uno. Fue el pionero en los controladores de luz donde se debía disparar. Un invento muy adelantado en su tiempo. ODDYSEY fue lanzado en 1972 en New York, el 24 de mayo del mismo año en otra feria en Silicon Valley aparecería el registro de la visita de Bushnell, inclusive probó la consola ODDYSEY.



IMAGEN 5. THE MAGNAVOX ODDYSEY.

El asunto fue que la patente de Baer fue el 15 de julio de 1968, explicando todo el proceso donde se aprecia un televisor y dos controles para este. Es así como Magnavox demanda a Atari, tras 4 años de negociaciones, Bushnell y Baer se verían las caras en el tribunal de Chicago en 1976, antes de iniciar el juicio, Bushnell y su abogado estaban a favor de pagar las patentes de Baer, Magnavox aceptaría una

consolidación por el monto de 400,000 mil euros, Ralph Baer conseguiría la justicia por su patente; sin embargo, no alcanzaría ese reconocimiento internacional. Después de 25 años, Baer sufriría leucemia y en su biografía explicaría el origen de los videojuegos.

El VCS fue lanzado en 1977 en el cual se dio una expansión con los primeros joysticks en la consola para el hogar, al ser el líder en el mercado Atari fue capaz de implementar una variedad de complementos para sus consolas.

En 1978 Taito una empresa proveniente de Japón, creó un videojuego que alcanzó popularidad muy rápido, este videojuego provocó escases de monedas de 100 yenes en dicho país, el juego es el conocido “Space Invaders” (Invasores del espacio) con una venta mayor a 350,000 máquinas, así sería el renacer de los videojuegos en los “ARCADE”. En respuesta, sacaría su gama de juegos con temática espacial, los ingenieros de Bushnell en ese año fueron los pioneros en crear las gráficas vectoriales mostrando una mejor presentación.



IMAGEN 6. JUEGO “SPACE INVADERS” POR TAITO.

En 1979 “Asteroids” fue el mayor exponente de Atari y estaba acompañado de “Battlezone” el año siguiente con gráficos en 3D e influirían en el ejército norteamericano.

Los adolescentes y adultos pasaron la mayor parte de su tiempo en los Arcade tuvo un efecto inmediato por parte de los políticos y los padres de familia. Un comunicado de prensa hizo mención de que los Arcade estaban repletos de malvivientes comparadas con los casinos, fue una crítica muy fuerte y bombardeada a diario.

En 1980, Atari conseguiría los derechos del videojuego conocido como “Space Invaders”, el éxito fue abrumador, al implementar la estrategia de lanzar la consola para la temporada navideña.

Sus ingresos la llevaron a ser reconocida como una empresa norteamericana con mayor crecimiento en muy poco tiempo. La empresa Warner Bros al ver el éxito de Atari decidió hacerle una oferta a Bushnell para comprar la compañía a lo cual no rechazó dicha oferta, la adquisición fue por 28 millones de euros en comparación de la inversión inicial de 500 euros.

Esta decisión repercutiría en el destino de Atari. Bushnell termino relaciones con Warner Bros. Los directivos de Warner consideraron que la dirección de la empresa, al no comprender el concepto fundamental de Atari empezaron a cambiarla poco a poco su cultura empresarial y así es como dieron fin a la empresa. Tras una serie de distintas decisiones Bushnell tuvo que dejar su cargo, la empresa lo indemnizo para mandarlo a un retiro, la forma en que un visionario más ha caído comenzando así una serie de problemas en la empresa. El ya mencionado David Crane es un ejemplo de cómo la nueva dirección no reconocía su esfuerzo y talento a pesar de su pasado. Las falsas promesas a sus empleados fueron una molestia muy grande, el uso de nuevos ingenieros que elaboraban los cartuchos recibían un salario entre 50 y 60 mil euros al año con un periodo de 4 meses en su creación, la discriminación con la plantilla base de Atari los hizo ver que ya no estaban en la empresa a la que le dieron vida.

David Crane junto a otros 3 diseñadores importantes de Atari saldrían para fundar su propia empresa conocida como ACTIVISION. Después de dos años en disputas legales ACTIVISION logro los derechos para crear sus propios videojuegos. Crane sería el creador de un videojuego muy reconocido en su época “PITFALL”, ACTIVISION era un reflejo de los inicios de Atari a su vez provocó un desastre, en ese tiempo el mercado se sobreesaturó de videojuegos monótonos que el desinterés de los consumidores se notó inmediatamente, la baja calidad que se ofrecía fue el punto de ruptura entre los consumidores y las empresas.

InfoWorld

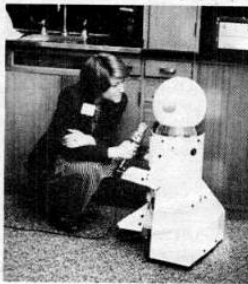
The Newspaper for the Microcomputing Community

August 4, 1980

Volume Two Number Thirteen

One Dollar

Huggy, the Wireless Puppet



By Maggie Canon

PALO ALTO, Ca.—Huggable, yes; a robot, maybe: Huggy, essentially an electronic puppet, was given an honorary membership in the U.S. Robotics Society here to promote continuing interest in robotics.

The United States Robotics Society (USRS) is offering free honorary memberships to all working robots. A nonprofit organization, the USRS monitors and records progress in the fields of artificial intelligence and robotics through a monthly newsletter, ROVOX.

Huggy, a product of Advanced Robotics Corporation, is cute and vicious. His primary responsibility is

Atari Sues to k.o. Competition

SAN FRANCISCO, Ca.—Atari, Inc., has filed suit here against Activision, Inc., of Sunnyvale, California, charging trademark violations and theft of trade secrets. Atari claims that Activision is using trade secrets which are the property of Atari in the development and production of game cartridges for the Atari video game system.

When contacted by *InfoWorld*, Jim Levy, president of Activision, said that he was "surprised and mystified by the suit." Although the founders of Activision include four former Atari employees, he stated that no Atari trade secrets were being used.

Levy noted that he had made an offer to Atari to appoint a neutral third party to review all of Activision's development operations to insure that no information proprietary to Atari was in use. But Activision's offer was ignored, and the suit was subsequently filed by Atari.

Levy expressed consternation that Atari did not want to encourage third party software vendors for the Atari game system. "Other manufacturers have been approaching us, asking us to develop games for their systems, but Atari seems to want to be the only



The Activision design team. (Left to right) Bob Whitehead, David Crane, Alan Miller (upper right), and Larry Kaplan.

source for Atari-compatible cartridges," he said.

The trademark violation charged by Atari involves the name DRAG STRIP, which was the name given to a prototype Activision game. Levi said that the name was changed to DRAGSTER when the Atari objection surfaced and before any production versions were

released. "They could have settled that one with a phone call," he said. "They didn't need to go to court. It isn't worth fighting over."

When contacted by *InfoWorld*, Ginny Juhnke of Atari said only that the suit was still in the discovery stage, and that Atari had no further comment.

IMAGEN 7. ATARI PIERDE VS COMPETENCIA.

En 1983 tras el rotundo fracaso de su videojuego basado en la película "E.T. El Extraterrestre" Warner anunciaría sus pérdidas por un valor aproximado de 250 mil euros con el efecto secundario de la caída de sus acciones en la bolsa. Bushnell al ver lo que sucedía con su empresa se arrepentiría de su decisión.

En 1984 Warner Bros. Desaparecería Atari dando un final muy triste a una empresa que prometía ser de las mejores en el sector. Un hecho curioso sobre esto es que la influencia de Atari, entre otros, hizo que unos niños de 12 años visualizaran un mejor enfoque y los volvería millonarios.

En Gran Bretaña, unos jóvenes causarían una revolución en las instituciones, se les diferenciaba por ser los alumnos genios de las ciencias y con pocos amigos, dando inicio a los futuros millonarios "Los gemelos Oliver", quienes empezaría como un hobby y terminaría de ser una obsesión para ellos hasta volverla su carrera. Phill y Andreu carecían de una consola de videojuegos por el hecho de que sus padres lo consideraban innecesarios en caso omiso, una computadora les parecía más

educativa. Afortunadamente aparecería el Spectrum ZX y el Commodore 64, los padres británicos adquirieron esos productos para sus hijos con la condición de que debían cumplir con todos sus deberes para poder jugar; así, los gemelos Oliver tendrían otros objetivos al descubrir que eran capaces de crear videojuegos mucho mejores que los comerciales de su época. Observaron que el uso de las monedas en cierto tiempo era necesario para que el consumidor pudiera gozar de la diversión en el Arcade mientras que con una consola podían pasar horas de diversión.



IMAGEN 8. GEMELOS OLIVER EN 2015.

En 1982 los gemelos Oliver presentarían su proyecto a una revista popular de su tiempo, el aporte fue a través de su experiencia y fueron completamente autodidactas, el resultado es el juego conocido como “ROAD RUNNER”, el pago de la revista para los hermanos fue de 75 euros, al poco tiempo consiguieron una oportunidad de aparecer en televisión para un programa de competición donde participaban jóvenes de su edad, ganaron el programa debido a que fueron los únicos que mandaron un proyecto, además de sobrepasar las expectativas del programa. Su éxito fue inmediato al grado de que las ofertas para comprar sus videojuegos eran demasiadas, un claro ejemplo de cómo una afición de estos dos jóvenes los convertiría en su pequeña industria.

A pesar de que las revistas promocionaban sus videojuegos, los gemelos conseguían muy poco dinero. Al cumplir los 18 años los padres de los gemelos consideraron mandarlos a la universidad para conseguir su carrera y su primer empleo forma, un profesor del colegio convenció a los padres de ellos para darles un año más, durante

ese tiempo tendrían que convertir su afición en un negocio, al paso de unas semanas conocerían a Richard y David Darling otro dúo que se dedicaba a la creación de videojuegos desde sus once y doce años, los Darling estaban insatisfechos por las ofertas que recibían por sus videojuegos, por esta razón empezarían el e-commerce para comercializar sus ideas desde el garaje de su casa, el proceso era sencillo, duplicaban la información, la cargaban en su cartucho y la mandaban a su comprador, su idea llegó a vender más de 1 millón de copias. A sus 17 y 18 años crearon su empresa llamada Code Master, en una conferencia durante una fiesta donde conocerían a los gemelos Oliver. Sus negociaciones fueron exitosas y pronto ambos dúos harían historia. Los gemelos Oliver aseguran que el 50% de los juegos creados por Code Master fueron creados por ellos.

Los gemelos Oliver aprovecharían su éxito para trabajar en un proyecto secreto, buscaban agregar un personaje animado a sus videojuegos dando origen a Dizzy (1986), la historia se relataría en un mundo de fantasía lo que cambiaba el aspecto de los videojuegos hasta el momento, es así como Dizzy tendría su propia personalidad y propia historia.



IMAGEN 9. JUEGO "DIZZY" 1986.

El ciclo se puede observar como los videojuegos empezaron a ser creados por players para otros players en computadoras, es de ahí que Gran Bretaña sería un exponente en los videojuegos hasta la actualidad.

Mientras los jóvenes británicos conseguían el éxito en la industria de los videojuegos, en el oriente Japón ya dominaba la costa oeste de los Estados Unidos, la relación que ha tenido este país con los videojuegos es muy importante, el aporte de sus diferentes personajes y juego icónicos creados por Shigeru Miyamoto, fue comparado con Walt Disney por su impacto que llegó a tener y la relación que creó con sus consumidores a

través de sus personajes, basados en los reflejos de su niñez expresó todo eso en sus videojuegos.

En 1980 Miyamoto ofreció a la compañía de Nintendo su creatividad y visión, Nintendo era una empresa con más de 100 años creando Hanafuda (un juego tradicional de cartas en la cultura nipona). Cuando el dueño de Nintendo Hirashi Yamauchi vio el impacto de los videojuegos como “Space Invaders” entre otros, transformó la empresa en una productora de videojuegos para computadora.

Durante los veinte años de Miyamoto, no resaltaba su interés por los videojuegos, su padre se preocupaba por él y deseaba que tuviera un trabajo respetable, Miyamoto fue descrito como un artista sin imaginar que iría a trabajar en una empresa de mucho prestigio, él no veía un futuro en las cosas intangibles.

Nintendo buscaba tener impacto en Estados Unidos lo que causaría la compra de un pequeño salón de Arcade en Seattle, al establecerse ordenaron 2 mil unidades a la empresa Atari con el juego popular en Japón conocido como “RADAR SCOPE”, desafortunadamente la cultura americana no apreció el videojuego convirtiéndolo en un desastre para la sede de Nintendo. La medida para contrarrestar ese efecto negativo fue una solicitud a la sede en Kioto, Japón la creación de nuevo contenido, al no tener una persona encargada le dieron a Miyamoto la oportunidad de sobresalir en la empresa. Al desconocer del tema se preocupó y empezaría a investigar sobre el tema, visitando las salas de Arcade en Japón, el fin de su investigación era analizar el comportamiento de los consumidores en dicha época para comprender el funcionamiento y desarrollo, de inmediato tuvo la increíble idea de contar una historia dentro del videojuego. La idea fue el primer boceto de Donkey Kong.



IMAGEN (10) PRIMERA CONSOLA DE NINTENDO 1980.

Con el fin de darles vida a sus personajes Miyamoto se las ingenió para lograrlo a pesar de las limitaciones tecnológicas de la época, uno de estos fue el pelo del personaje, la dificultad para recrearlo mostró un gran reto, los diseñadores no tenían ni

idea de cómo resolverlo a lo que Miyamoto lo resolvió poniendo una gorra al personaje. El plus que le agregó Miyamoto a su obra fue el soundtrack creado por él mismo. Al finalizarlo mandaría su copia a Seattle para ver si Donkey Kong triunfaría o sería otro fracaso más, el lanzamiento de Donkey Kong sería en el año de 1981.

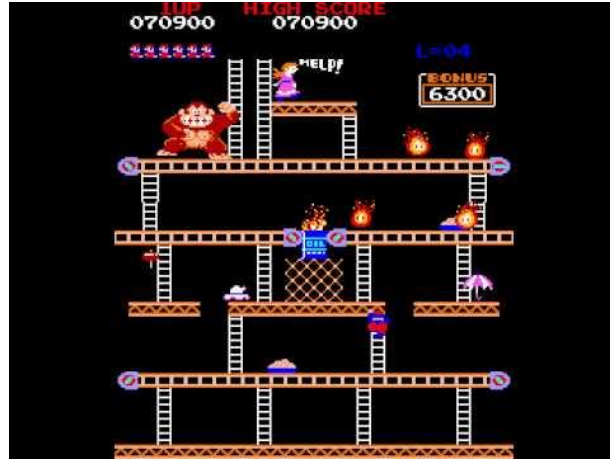


IMAGEN 11. PRIMER DONKEY KONG 1981.

Nintendo optó por la estrategia que le dio el éxito a Atari al exhibir su videojuego en un bar, al día siguiente de su prueba se sorprendieron al ver 30 euros en monedas de 20 centavos, la historia se repetía con el funcionamiento de la máquina todo el tiempo que estuvo abierto el bar, de ese punto de partida concluyeron que su “investigación de mercado” era suficiente y se fueron del bar. Su primer año de vida, el juego recaudó 100 millones de euros otorgándole la fama a Donkey Kong y sus secuelas en los videojuegos.

En 1985 Nintendo anunciaría su consola doméstica para suelos americanos, es el nacimiento de la NES, aprovecharon que los norteamericanos tenían un colapso en la industria de los videojuegos, el avance tecnológico les brindaría esa ventaja competitiva además de contar con el genio Miyamoto, Jumpman se transformó en el personaje de un plomero italiano de nombre Mario (1985).



IMAGEN 12. SUPER MARIO BROS 1985.

Mario tuvo tal éxito el cual hizo que más historias empezaran a cobrar vida dentro de los videojuegos, lo cual se pudo comprobar al realizarse una encuesta en el año de 1987 donde los niños norteamericanos reconocían más a Mario que a Mickey Mouse. Este año Nintendo lanzaría otra leyenda de los videojuegos conocido como “Legend of Zelda”, se considera que Zelda fue el primer videojuego de mundo abierto, la reacción de los players fue positiva y aceptada de inmediato.



IMAGEN 13. THE LEGEND OF ZELDA 1986.

A finales de los años 80's Nintendo ya había vendido más de 30 millones de consolas NES, miles de millones de juegos que abarcaba un 80% de todo el mercado, el líder tenía una idea en mente.



IMAGEN (14) CONSOLA NES (NINTENDO ENTERTAINMENT SYSTEM) 1986.

En 1988 Henk Rogers un holandés intentaba enviar a Japón nuevos videojuegos. A su vez Alexey Pajitnov un diseñador ruso buscaba una mejor experiencia dentro del videojuego, un verdadero reto para el player, su idea se basó en el juego ruso llamado pentaminó de ahí las modificaciones al ser un videojuego lo convertiría en el conocido Tetris, la pequeña modificación que sufrió es que en lugar de tener 5 cuadrados su videojuego constaba de solo 4 cuadrados. Pajitnov consiguió la patente del videojuego al convertirla en una interacción en tiempo real, agregó un incremento de la dificultad inicial conforme el tiempo transcurría dentro del videojuego. El impacto fue tal que un diseñador de software llamado Robert Stein decidió buscar a Pajitnov para que le otorgase una licencia del videojuego.

Nintendo le otorgaría una oportunidad a Henk Rogers para implementar el videojuego de Tetris en su nueva consola llamada Game Boy, existía un pequeño problema para Rogers, las licencias las contenía Stein quien se aseguraría de que sus derechos se hicieran validos por el control de Tetris.

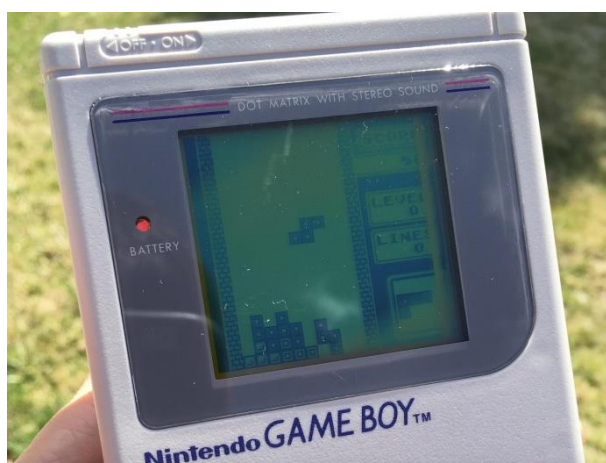


IMAGEN 15. CONSOLA GAMEBOY DE NINTENDO CON JUEGO TETRIS 1988

Rogers se adentró en la URSS para intentar conseguir dichos derechos, el asunto es que al solicitar las licencias a la KGB (Comité de Seguridad del Estado) le comentaron su falla de no haber proporcionado las licencias a Rogers y de su venta ilegal del

producto, para su fortuna al día siguiente conocería a Pajitnov con quien lograría ser empático, a su vez dentro de un juicio doble para Rogers que buscaba una licencia y Stein de conseguir el control total sobre Tetris.



IMAGEN 16. ALEXEI PAJITNOV, HENRY ROGERS Y EL PRESIDENTE DE NINTENDO MR. YAMAUCHI

Al ganar las licencias Rogers pudo aplicarla en la empresa de Nintendo por un lapso de 10 años, periodo en el cuál alcanzaría su fama a escala mundial.

Desde sus inicios humildes el ser humano descubrió que las personas necesitan jugar un rato, esa sensación de salir de la rutina, cumplir las historias que se les vendían, además de que iniciaría la guerra entre consolas, compañías y franquicias.

Clasificación de los videojuegos:

La industria de los videojuegos cuenta con su propia clasificación otorgada por la Junta de Clasificación de Software de Entretenimiento (ESRB) quienes analizan el juego y dependiendo de su contenido le asignan su categoría, la edad necesaria para su comprensión, si los elementos que proporciona son de interés o de riesgo y la interacción del usuario dentro del videojuego. A continuación, les presentamos las categorías de clasificación:

CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN



TODOS

El contenido por lo general es apto para todas las edades. Puede que contenga una cantidad mínima de violencia de caricatura, de fantasía o ligera, o uso poco frecuente de lenguaje moderado.



TODOS +10

El contenido por lo general es apto para personas de 10 años o más. Puede que contenga más violencia de caricatura, de fantasía o ligera, lenguaje moderado o temas mínimamente provocativos.



ADOLESCENTES

El contenido por lo general es apto para personas de 13 años o más. Puede que contenga violencia, temas insinuantes, humor grosero, mínima cantidad de sangre, apuestas simuladas o uso poco frecuente de lenguaje fuerte.



MADURO

El contenido por lo general es apto para personas de 17 años o más. Puede que contenga violencia intensa, derramamiento de sangre, contenido sexual o lenguaje fuerte.



ADULTOS ÚNICAMENTE

El contenido es apto sólo para adultos de 18 años o más. Puede que incluya escenas prolongadas de violencia intensa, contenido sexual gráfico o apuestas con moneda real.



CLASIFICACIÓN PENDIENTE

No se ha asignado una calificación final de ESRB. Solo aparece en la publicidad, marketing y materiales promocionales relacionados con un juego físico (por ejemplo, el que viene cerrado en caja) que se espera que tenga una clasificación de ESRB y debe ser sustituida por una clasificación de juego una vez que se haya asignado.

La Secretaría de Gobernación es la encargada de regular la clasificación de los videojuegos en México a través la ley Orgánica de la Administración Pública Federal y a la ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes a través de sus reformas mencionadas, con multas que van desde 3 mil y 30 mil días de salario mínimo a quienes infrinjan estas reformas, entraron en vigor a partir de marzo del 2018. Para su fin la institución que asesora el caso es el Instituto de investigaciones jurídicas y la facultad de Ciencias Políticas de la UNAM. (Anexo 1).

Top 50 videojuegos (Diciembre 2018):

Pos .	Juegos y plataformas disponibles	Género	A la venta	Valoración
1	<u>Red Dead Redemption 2</u> PS4	Acción	26-10-2018	<u>10</u> (PS4)
2	<u>Super Smash Bros. Ultimate</u> Nintendo Switch	Acción	07-12-2018	<u>9,5</u> (Switch)
3	<u>Fallout 76</u> PC	Acción	14-11-2018	<u>6</u> (PC)
4	<u>The Quiet Man</u> PC	Acción	01-11-2018	<u>2</u> (PC)
5	<u>Mutant Year Zero: Road to Eden</u> PC	Estrategia	04-12-2018	<u>8</u> (PC)
6	<u>Just Cause 4</u> PC	Acción	04-12-2018	<u>7,5</u> (PC)
7	<u>Darksiders III</u>	Acción	27-11-	<u>7</u> (PC)

	<u>PC</u>		2018	
8	<u>Pokémon Let's Go Pikachu / Eevee</u> <u>Nintendo Switch</u>	Rol	16-11-2018	<u>8,5</u> (Switch)
9	<u>PlayerUnknown's Battlegrounds</u> <u>PS4</u>	Acción	07-12-2018	<u>9</u> (PS4)
10	<u>Battlefield V</u> <u>PC</u>	Acción	20-11-2018	<u>8</u> (PC)
11	<u>Resident Evil 2</u> <u>PS4</u>	Acción	25-01-2019	
12	<u>GRIS</u> <u>PC</u>	Acción	13-12-2018	<u>8</u> (PC)
13	<u>Spider-Man</u> <u>PS4</u>	Acción	07-09-2018	<u>9</u> (PS4)
14	<u>Assassin's Creed: Odyssey</u> <u>PS4</u>	Acción	05-10-2018	<u>8,5</u> (PS4)
15	<u>FIFA 19: Ultimate Team</u> <u>PS4</u>	Deportes	28-09-2018	
16	<u>Fortnite</u> <u>PS4</u>	Acción	28-07-2017	
17	<u>Just Cause 4</u> <u>PS4</u>	Acción	04-12-2018	<u>7,5</u> (PS4)
18	<u>CoD: Black Ops 4</u> <u>PC</u>	Acción	12-10-2018	<u>9</u> (PC)
19	<u>Ashen</u> <u>PC</u>	Rol	07-12-2018	<u>8</u> (PC)
20	<u>Monster Boy and the Cursed Kingdom</u> <u>PS4</u>	Acción	04-12-2018	<u>9</u> (PS4)
21	<u>Spyro: Reignited Trilogy</u> <u>PS4</u>	Acción	13-11-2018	<u>8,5</u> (PS4)
22	<u>FIFA 19</u> <u>PS4</u>	Deportes	28-09-2018	<u>8,5</u> (PS4)

23	<u>Battlefield V</u> PS4	Acción	20-11-2018	<u>8</u> (PS4)
24	<u>Fortnite</u> PC	Acción	28-07-2017	
25	<u>Borderlands 2 VR</u> PS4	Otros	14-12-2018	<u>7</u> (PS4)
26	<u>God of War</u> PS4	Acción	20-04-2018	<u>9,5</u> (PS4)
27	<u>Thronebreaker: The Witcher Tales</u> PS4	Estrategia	04-12-2018	<u>8</u> (PS4)
28	<u>Dragon Quest XI</u> PS4	Rol	04-09-2018	<u>9</u> (PS4)
29	<u>Far Cry: New Dawn</u> PS4	Acción	15-02-2019	
30	<u>Fallout 76</u> PS4	Acción	14-11-2018	<u>6</u> (PS4)
31	<u>Civilization VI</u> Nintendo Switch	Estrategia	16-11-2018	<u>9</u> (Switch)
32	<u>Call of Duty: Black Ops 4</u> PS4	Acción	12-10-2018	<u>9</u> (PS4)
33	<u>RIDE 3</u> PS4	Conducción	30-11-2018	<u>8</u> (PS4)
34	<u>Red Dead Online</u> PS4	Acción	28-12-2018	
35	<u>Overkill's The Walking Dead</u> PC	Acción	06-11-2018	<u>6</u> (PC)
36	<u>Asterix y Obelix XXL 2</u> PS4	Acción	29-11-2018	<u>7</u> (PS4)
37	<u>Hitman 2</u> PC	Acción	13-11-2018	<u>8</u> (PC)
38	<u>Forza Horizon 4</u> PC	Conducción	02-10-2018	<u>9,5</u> (PC)
39	<u>Barcelona Games World</u>	Otros	29-11-	

	<u>2018</u> Multi		2018	
40	<u>Kingdom Hearts III</u> <u>PS4</u>	Rol	29-01- 2019	
41	<u>Yokai Watch 3</u> <u>3DS</u>	Rol	07-12- 2018	<u>8,5</u> (3DS)
42	<u>Return of the Obra Dinn</u> <u>PC</u>	Aventur a	18-10- 2018	<u>9,5</u> (PC)
43	<u>Captain Tsubasa: Dream Team</u> <u>Android</u>	Rol	05-12- 2017	
44	<u>Monster Hunter: World</u> <u>PS4</u>	Acción	26-01- 2018	<u>9</u> (PS4)
45	<u>This War of Mine</u> <u>Nintendo Switch</u>	Estrate gia	27-11- 2018	<u>9</u> (Switch)
46	<u>Underworld Ascendant</u> <u>PC</u>	Rol	15-11- 2018	<u>4,5</u> (PC)
47	<u>SOMA</u> <u>PS4</u>	Aventur a	22-09- 2015	<u>9</u> (PS4)
48	<u>Assassin's Creed: Odyssey</u> <u>PC</u>	Acción	05-10- 2018	<u>8,5</u> (PC)
49	<u>11-11: Memories Retold</u> <u>PC</u>	Aventur a	09-11- 2018	<u>7,5</u> (PC)
50	<u>Guacamelee! 2</u> <u>Nintendo Switch</u>	Acción	10-12- 2018	<u>9</u> (Switch)

Top 30 Videojuegos Pay-To-Win (Diciembre 2018):

Po s.	Juegos y plataformas disponibles	Género	A la venta	Valoraci ón
1	Game of War: Fire A	Estrategia	25-07-2013	4 (Mobile)
2	Mobile Strike	Estrategia	11-07-2015	3.6 (Mobile)

3	Final Fantasy XV: A New Empire	Estrategia	15-06-2017	3.6 (Mobile)
4	Candy Crush	Lógica	12-04-2012	4.5 (Mobile)
5	Clash of Clans	Estrategia	02-08-2012	4.5 (Mobile)
6	Clash Royale	Estrategia	04-01-2016	4.4 (Mobile)
7	The Simpsons: Tapped Out	Construcción	29-02-2012	4.3 (Mobile)
8	Angry Birds Go!	Carreras	11-12-2013	4.2 (Mobile)
9	War Robots	Acción	12-04-2014	4.5 (Mobile)
10	Mobile Legends: Bang Bang	Batalla real	11-07-2016	4.2 (Mobile)
11	Gardenscapes	Rompecabezas	13-12-2013	4.5 (Mobile)
12	Star Wars Battlefront 2	Shooter	17-12-2017	8 (PS4)
13	Vikings: War of Clans	Estrategia	10-08-2015	4.4 (Mobile)
14	Lords Mobile	Estrategia	26-02-2016	4.4 (Mobile)
15	Hearthstone	Cartas	14-04-2015	
16	Plants vs. Zombies 2: It's About Time	Tower Defense	09-07-2013	4.4 (Mobile)
17	Yu-Gi-Oh! Duel Links	Cartas	17-11-2016	4.7 (Mobile)
18	Sniper 3D Assassin	Shooter	10-11-2014	4.5 (Mobile)
19	Club Penguin Island	Juego de Rol	29-03-2017 20-12-2018	2.9 (Mobile)
20	Jurassic World: The Game	Simulador	12-06-2018	9.7 (PS4)

21	Heroes Charge	RPG		4.5 (Mobile)
22	South Park: Phone Destroyer	Estrategia	09-12-2017	4.8 (Mobile)
23	Battle Warship: Naval Empire	Estrategia		4.1 (Mobile)
24	Tibiame	Juego de Rol	2003	3.2 (Mobile)
25	DomiNations	Estrategia	01-04-2015	4.4 (Mobile)
26	Magic the Gathering	Lógica	24-06-2002	3.7 (Mobile)
27	Asphalt 8 Airborne	Carreras	22-8-2013	4.8 (Mobile)
28	Asphalt 9 Legends	Carreras	25-07-2018	4.9 (Mobile)
29	Battle Bay	Acción	12-03-2016	4.5 (Mobile)
30	Fortnite	Supervivencia	25-07-2017	7.8 (PS4)

Comparación:

Al concluir la revisión entre los dos tops de videojuegos hemos comprobado que solo se repite un juego en ambas listas, su nombre es "Fortnite" el gigante que hasta la salida de Red Dead Redemption 2 logro destronar. Un dato curioso es que dentro de los juegos de pague para ganar (P2W) en su mayoría son juegos para celulares, la conclusión puede ser que el celular lo puedes llevar a todas partes, los tiempos libres que las personas utilizan es para las redes sociales o los videojuegos en donde el segundo algunos llegan a invertir más dinero con tal de jugar más tiempo.

Capítulo 2

Comportamiento del gamer:

Ahora que hemos comprendido y analizado los videojuegos que están dentro del top es momento de comprender la conducta del consumidor, los factores que pueden influir ya sean interno o externo, como se distribuye el mercado para ellos, la importancia de las competiciones que se hacen para la contribución del mantenimiento o desarrollo del juego, el impacto que llegan a tener los influencers o las redes sociales. Descubramos un mercado que en la actualidad va en crecimiento y con grandes prospectos al futuro, una inversión que consideraremos si es la mejor o no.

El gamer se ve diferenciado por dos tipos de comportamientos, los que suelen ser personas competitivas y las que prefieren ser pacientes para conseguir los objetivos dentro de los videojuegos. Ambo muestran comportamientos muy opuestos e influidos por la popularidad de los videojuegos o con sus amigos. La inversión varía en cada uno, ahora describiremos ambas conductas de los jugadores P2W y F2P. Los especialistas consideran que los gamers son personas más impulsivas, esto se debe al tiempo que están expuestos a los videojuegos, suelen tener poca percepción de los juicios morales y suelen tener una tendencia negativa ante los problemas.

En el libro de Google “Entreteniendo al jugador moderno” nos hace una referencia de que el 40% de las búsquedas relacionadas con un videojuego se realizan 6 meses antes de su lanzamiento, esto se conoce como el proceso de compra para los gamers. Aquí se investiga el contenido del videojuego, los personajes y dlc que contendrá y toda la información disponible para el título. El contenido que llegue a distribuir la empresa relacionada al videojuego marcará una pauta para el gamer, quien decidirá si comprará el juego o no.

Una vez que el juego es lanzado los usuarios suelen buscar información de dicho título los cuales sobresalen las guías y trucos de este.

Después de 4 meses aún sigue el punto en que jugadores indecisos están en que lo compraran o no, para eso buscan la opinión de personas que compraron el videojuego y así tomar una decisión y saber un costo aproximado del juego en su totalidad.

Google aseguró en su libro que un videojuego consigue hasta unos 250.000 clics antes de 10 meses previos al lanzamiento, de ahí el promedio de venta para cada uno puede variar entre los 2 y 4 millones de unidades vendidas en su primer trimestre de venta.

Perfil del Consumidor:

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	Hombres y mujeres Edad entre 18-33 años Estado civil: Soltero
VARIABLES SOCIOECONÓMICAS	NSE: A/B y C
ESTILO DE VIDA	Trabajadores y estudiantes
CENTROS DE INTERÉS	Shooter/ Acción Deportes Battle Royale
PERSONALIDAD	Extravagante, orgullosos, prepotentes, egocéntricos, competitivos, volubles.

Nota: Los menores de edad no pueden participar en este estudio debido a que no están capacitados para portar una tarjeta de crédito o débito.

Ahora describiré a los dos tipos de gamer que se necesitan para la tesis.

Pay-2-win:

Suelen ser personas a las que el ganar lo es todo, no importa si suelen utilizar la mayor parte de su tiempo dentro de los videojuegos, consideran que es una inversión necesaria para el progreso del juego, consideran que es un logro personal ganarle a una persona que ha invertido dinero. La competencia entre ambos los vuelve una adicción para el consumo de las Microtransacciones dentro de los videojuegos, generalmente suelen ser jugadores que están en comunicación constante para permanecer en las mejores posiciones, el recibir mejores recompensas dentro del videojuego. En algunas ocasiones utilizan el videojuego para relajarse después de una jornada de trabajo, un día difícil o un problema personal, en otros casos, suelen ser para mostrar superioridad en la comunidad y buscar el reconocimiento de los demás jugadores que se relacionan con el videojuego. Igual influye en ellos las relaciones con sus amigos quienes al comprar un videojuego y les guste lo recomiendan, la persona que compro el juego puede o no empezar una rivalidad con su amigo para ver quién es mejor, quien ha descubierto más secretos, quién ha obtenido más logros. Suelen ser personas que viven solas, son hijos de padres con solvencia económica para sustentar el juego, Youtubers y algunos casos menores de edad que utilizan las tarjetas de los padres para ser considerados “cool” en su círculo de amigos.



IMAGEN 17. REPRESENTACIÓN DE UN JUGADOR PAY TO WIN.

Free-2-play:

El caso con los f2p es más sencillo, ellos suelen ser personas que prefieren utilizar ese dinero para otro uso, a veces consideran que los precios suelen ser muy caros para el contenido y prefieren seguir esperando y con el tiempo conseguir las recompensas, en algunas ocasiones suelen ser jugadores que muy rara vez entran a jugar o no tienen la solvencia económica para disfrutar de los gastos que conlleva la inversión inicial en algunos videojuegos. Su tiempo de juego es mucho más corto que el de un p2w, debido a que en la mayoría de los videojuegos se necesita esperar un tiempo de carga para recuperar vida o energía, esto se ve reflejado en los teléfonos para celular que hasta el momento es donde se ha visto el mayor consumo de Microtransacciones. La victoria no es importante para ellos y solo disfrutan la convivencia con sus amigos, conocer personas, consideran que al hacer una inversión dentro del videojuego con el paso del tiempo lo podrán conseguir, a pesar de que conseguir los privilegios de alguien que compro algo dentro del videojuego al paso de 3 meses o más, ellos lo conseguirán sin gastar un centavo.

La importancia de ganar:

En muchas ocasiones lo que la sociedad ve como “aceptado” es un hecho que no debería afectar las demás actividades, el caso se da porque es una tendencia “nueva” a la que desconocen mucho del tema, incluso la OMS (Organización Mundial de la Salud) la ha considerado como una enfermedad.

Aquí no hablare de temas que ya se han estudiado como habrán notado, la mayor parte de esto habla de que es un fenómeno que está arrasando con todo, las marcas patrocinan a jugadores para incrementar sus ventas, el patrocinio que generar los gamers reconocidos en las diferentes plataformas, esa motivación que suelen dar a los jóvenes y veteranos gamers, a que no dejen sus sueños, que luchen por sus metas, no es fácil iniciar en la vida gamer, las trabas son muchas, las comunidades dentro de este mundo suelen ser muy tóxicas, entonces el poder sobresalir de la media y ganar es una satisfacción que muy pocas personas pueden comprender, es como alcanzar un doctorado para algunas personas, ser un músico famoso, actor, entre otras cosas.

Las personas que ganan dentro de los videojuegos sienten un placer mayor al de las personas, los hacen sentir con poder incluso supremacía sobre las demás personas, muchas veces podrán ser relacionadas por el alcance que les brinda una microtransacción, esa familiarización con el videojuego, la “suerte” que les da “x” personaje, la ventaja competitiva que les brinda una compra con dinero real, es algo que motiva a estas personas a seguir jugando, a realizar más comprar, a veces suele ser su modo de vida y está bien, no debemos juzgar esa parte porque alguien considere eso como una enfermedad, el auge de las TIC's es notorio, en pocos años los stand de videojuegos van a desaparecer por el hecho de la evolución y la digitalización de todo, ahorita ya lo podemos ver con las películas, series, programas deportivos y más.

Ellos quieren formar parte de esa evolución al contribuir a la mejora humana, es por eso que su importancia de ganar y mostrar al mundo que no todo es malo, suelen desarrollar habilidades que en algunos casos las personas no pueden, como mencione antes igual tiene sus contras como en todo, para ellos es su estilo de vida, algo que no puede ser sustituido por otra situación, cosa o evento en su vida.

Competiciones e-Sports

La última década ha sido un gran avance para los videojuegos, el impacto que han marcado a las generaciones es muy notorio. Las empresas han notado la importancia de mostrar al consumidor competiciones entre los representantes de los videojuegos, personas que suelen ser influencers, streamers que dedican su vida y es su profesión. En muchas ocasiones las empresas suelen sacar elementos virtuales para los consumidores, de esta manera pueden verse en la situación de comprar un personaje, un accesorio dentro de cierto videojuego y así sentirse como su ídolo dentro del mundo virtual.



IMAGEN 18. COMPETICIÓN E-SPORTS FORTNITE 2018.

Las campañas publicitarias de las empresas para sus videojuegos suelen tener convenios con los países a los realizaran la visita, como empieza, describamos un ejemplo

El pasado viernes 01 de febrero del año 2019 en México se llevó a cabo una competición por parte del estudio The Coalition, donde sus mejores equipos participaban para ganar una cantidad de dinero, la publicidad para este videojuego conocido como “Gears of War 4” se dio con una venta especial de paquetes los cuales contenían un skin de armas en representación azteca.



IMAGEN 19. E-SPORT GEARS OF WAR 4 MEXICO FEBRERO 2019.

Ahora los permisos que tuvieron que negociar para poder realizar las competiciones dentro de la ciudad fueron a través de un periodo de 4 meses con anticipación, los gamers podían apoyar a su equipo favorito comprando sus productos en el juego, además del costo de la entrada a dicha competición. Es un punto muy importante porque debido a las Microtransacciones fue posible que algunos equipos pudieran venir a la ciudad y mostrar sus habilidades a sus gamers.

Estas estrategias antes solían ser en eventos organizados por revistas que se ponían en contacto con los jugadores y daban una exhibición de sus habilidades como jugadores, con el paso del tiempo y la evolución en las TIC's ha facilitado el acceso y la difusión de los eventos, el efecto de la globalización favoreció a la industria para mejorar las relaciones entre empresa/consumidor y movilizar los eventos, lanzamientos, ahora con un simple clic uno puede encontrar variedad de versiones de un mismo juego.

No todo es color de rosa dentro de la industria, de igual manera se ve afectada por la discriminación de género, la sociedad aún no está muy preparada para ver a un equipo femenino alistarse para una competición. Una solución que se ha dado es el realizar competiciones donde solo un género pueda participar, este problema es muy antiguo y esperamos pronto pueda obtener una solución satisfactoria para ambos casos.

Algunas empresas que se ven favorecidas por esta tendencia son Deloitte y Amazon en las cuales han hecho una inversión acertada por el rumbo que está tomando la industria. Las estimaciones de Deloitte para sus eventos que realiza son de un

crecimiento del 25% a partir del 2016, en cambio Amazon se ha hecho dueño de Twitch al adquirirlo y agregar la función de streaming, la cual consiste en transmisiones en vivo donde los influencers suelen hacer videos de los videojuegos del momento y los usuarios pueden obtener ciertos privilegios al adquirir una suscripción a dicho canal, además de gozar una atención especial por parte del influencer. Una cosa más es que las personas que observan el directo pueden hacer donaciones voluntarias en donde muestran el apoyo a su influencer favorito, las donaciones es el monto mínimo que permite el influencer, los precios pueden varias desde 50 centavos americanos hasta más de mil dólares.



IMAGEN 20. PLATAFORMA DONDE SE REALIZAN TRANSMISIONES EN VIVO DE DIFERENTES VIDEOJUEGOS.

Es una ventaja competitiva y cada vez consiguen más patrocinadores que están interesados en la industria de los videojuegos debido a que son las nuevas generaciones y al no contener muchas restricciones como lo suele ser en la televisión, la audiencia suele estar menos controlada y mostrar los productos a un mayor mercado, incluso empezar a ser conocidos por los niños.

Cuestionario:

Hola, este cuestionario tomará menos de 2 minutos, se realiza con el fin de medir el impacto de los videojuegos en la vida diaria.

- 1) ¿En dónde pasas más tiempo jugando, en consola o en móvil?
A) Consola B) Móvil
- 2) ¿El juego muestra paquetes de compra con dinero real?
A) Sí B) No
- 3) ¿Te consideras un jugador f2p o p2w?
A) f2p B) p2w
- 4) ¿De cuánto es la cantidad inicial para un paquete dentro del videojuego?
A) Menos de 50 pesos MNX B) Más de 50 pesos MNX
- 5) Al mes, ¿realizas una microtransacción o más?
A) Una B) Más de una
- 6) ¿Cuánto es tu inversión en Microtransacciones al mes?
A) Menos de 500 pesos MNX B) Más de 500 pesos MNX
- 7) ¿Pagarías para ganar?
A) Sí B) No

Resultados:

La herramienta que se utilizó para la medición de esta encuesta fue mediante universo infinito, con la realización de 103 encuestas a personas de México.

Los resultados que arrojaron las encuestas fueron los siguientes:

Existe un 55% de jugadores en el móvil y un 45% de jugadores en consolas.

El 99% de los juegos muestra una compra inicial y solo el 1% no muestra dicha compra.

Hay un total del 56% que son jugadores f2p y un 44% que son p2w.

Las inversiones iniciales suelen ser un 61% menor a 50 pesos MNX y un 39% mayor a 50 pesos MNX.

La mayoría de las personas realiza por lo menos una microtransacción lo que equivale al 76% de los gamers un 24% hace más de una al mes.

Al mes una persona suele gastar menos de 500 pesos MNX en las Microtransacciones lo que es un 75% de la encuesta realizada y el otro 25% invierte más de 500 pesos MNX.

En nuestro país un 22% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar para ganar mientras el otro 78% prefiere no hacerlo.

Podemos apreciar que hay poca diferencia en algunos casos y poca en otros, esto nos da una idea de cómo se manejan las Microtransacciones en los videojuegos con una encuesta de 103 personas. Tabla 1. (Anexo 2).

Capítulo 3

Proyecciones a 2021

El incremento de los ingresos en los videojuegos ha tomado presencia con un ingreso de \$137.9 billones de dólares en 2018, lo que representa un incremento del 13.3% a comparación del 2017. Como era de esperarse los ingresos en los juegos móviles se ha incrementado a través de 10 años desde su lanzamiento en 2007 en el sistema operativo iOS, la retribución es de un 25.5% año con año además de abarcar el 51% del mercado.

Las especulaciones sobre el desarrollo de las TIC's para el año 2021 son favorables en la industria de los videojuegos, donde habrá un incremento mayor al 10% de la tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) pasando de \$137.9 billones a \$180.1 billones para el 2021 imponiendo los móviles ante las consolas y las PC. Gráficas 2 y 3. (Anexo 3).

La ventaja que otorga el móvil es que su traslado es muy sencillo, la persona en la actualidad cuenta con un teléfono inteligente el cual tiene una conexión a internet y de esta manera permite al gamer jugar en sus traslados o ratos libres durante el día, además algunos videojuegos no necesitan de conexión a internet lo que permite al gamer más accesibilidad de disfrutar en cualquier momento del día, la desventaja que vieron las empresas al permitir el uso de los videojuegos sin conexión a internet es que los gamers se aprovechaban de esa "ventaja" para utilizar los conocidos "hacks o trucos", al ver estas conductas que no iban de acuerdo a las políticas de uso las empresas tomaron medidas drásticas y ahora la mayoría de los videojuegos necesitan de una conexión a internet.

En el caso de las consolas y las PC se han creado las modalidades ya mencionadas como los e-Sports, el fin es otorgar una exclusividad para poder jugar, la cual consiste en que el gamer pague por una membresía de 1 mes, 3 meses, 6 meses o 12 meses y así obtenga el derecho de poder jugar a través de servidores privados que otorgue la empresa desarrolladora del juego. Incluye la facilidad de los videojuegos gracias a su teclado, ratón y los accesorios que permiten una reacción más rápida para el gamer en comparación de las consolas; sin embargo, el uso de las PC suele ser muy costoso por el hardware que necesita, el software y sus aditamentos para tener una PC Gamer son muy exigentes, ya que la capacidad para una competición suele ser muy exigente

como en cualquier otro deporte lo que puede otorgar una flexibilidad al momento de competir, incluso las empresas que venden los accesorios suelen hacer relaciones públicas con los Streamers regalándole accesorios para que los utilicen y así ellos promocionen sus productos.

El pasado 16 de febrero la Federación Mexicana de e-Sports obtuvo el registro Único del Deporte que otorga la Conade, aprobó a los deportes electrónicos de manera profesional en el país.

Los 3 países con son Japón, China y Estados Unidos de América los cuales van creciendo un 15.1% año con año lo que equivale a \$19.2 billones. Las compañías japonesas saben aprovechar el auge de sus animes y realizar los juegos para móvil, por consecuencia a pesar de ser juegos creados en Japón hay personas a través del mundo que descargan aplicaciones para poder jugar la exclusividad de dichos juegos. Se puede observar la diferencia que tiene contra los otros dos países seguido por EUA y el crecimiento de China igual ha sobresalido en los videojuegos. América del norte abarca el 23% del mercado global con una aportación de \$32.7 billones para este 2018. Gráfica 4. (Anexo 4).

Ahora ya que conocemos como ha sido la historia, la descripción de su target y el aspecto financiero los videojuegos veremos algunos casos en donde la implementación de las Microtransacciones tuvieron éxito o en donde se falló, el fin de analizar estos casos es ver cómo reacciona el público ante la implementación de malas estrategias y ver cuando una estrategia se logró con éxito.

Caso de éxito: “La cronología de Fortnite”

El estudio desarrollador Epic concluía en 2011 con una de sus sagas de videojuegos con mayor éxito hasta el momento, el famoso Gears of War 3 llegaba a su fin con el estudio y Microsoft agradecía a Epic por su participación con la saga. A finales del 2011 Cliff Bleszinski anunciaba el de manera oficial “Fortnite” en el evento Video Games Awards por medio de un tráiler.

En el 2012 la empresa china dentro del ámbito gamer adquiriría la mayor parte de las acciones de Epic, llegaría con un cambio muy notorio para la empresa, la prioridad que buscaba la empresa es un modo free-to-play, dicha decisión provocaría que Cliff y Rob, grandes representantes de la empresa Epic dejaran la empresa ese mismo año.

Durante el 2013, Epic junto a People Can Fly este segundo como co-desarrollador terminaron el juego “Gears of War: Judgement”, lo que el progreso de Fortnite continuaría a puerta cerrada, era un proyecto ambicioso para la empresa a pesar de dos años después de su anuncio en la celebración.

Gamer Informer reveló en el año 2014 algunos spots publicitarios del proyecto que tenía Epic con el título “Fortnite: Save the World” con una portada que daba un vistazo al modo historia del juego. El fin del juego era la recolección de materiales los cuales a su vez permitirían la construcción dentro de los enfrentamientos contra otros jugadores, un estilo de supervivencia, todo fue una filtración de los gameplays privados mediante imágenes en la revista. Al paso de unos meses Epic empezaría con sus pruebas Alpha del juego.



IMAGEN 21. FORTNITE TRAILER 2014.

Los años 2015-2016 fue un año de pruebas para el juego, debido a que lo adaptaron al sistema iOS para el Mac. El paso que dio durante estos años fue cambiar de Alpha a beta del juego, fue muy silencioso el desarrollo del juego.

En el mes de junio del 2017 Epic decidió lanzar los paquetes de fundador los cuales consistían en un acceso temprano al juego en donde era de paga, mientras Fortnite evolucionaba al paso de un tiempo se convirtió en un juego free-to-play compenso a las personas que compraron el paquete de fundadores con una bonificación especial. Al mes siguiente las pruebas del acceso temprano del modo “Save the World” estaba disponible para PC, Mac, Xbox ONE y PS4. En septiembre de ese año Epic lanzaría su modo “Battle Royale” para competir en el mercado contra otros juegos como el PUBG,

Player Unknow, entre otros, la diferencia fue que este modo de juego se lanzó de manera gratuita para los gamers, su presentación del Battle Royale fue dedicado para jugadores F2P con un modelo de Microtransacciones de aspecto cosmético y sentir al gamer identificado con ciertas cualidades en sus personajes.



IMAGEN 22. MODO "SAVE THE WORLD" 2017.

Empezando el 2018 Epic lanzaría una actualización del mapa 2.2.0, es una expansión al juego y la creación de uno de los lugares preferidos por los jugadores conocidos como "Tilted Towers", de igual manera esta sería la segunda temporada del juego desde su lanzamiento en septiembre.

La consecuencia de todos estos cambios fue que a partir de esa actualización Epic mantendría actualizado el mapa para diferentes eventos y mayor movilidad para su juego, lo que más sorprendió al público fue el anuncio de una beta para los móviles con sistema operativo iOS esto es el principio de los cambios que ha mostrado el juego y sería de los pioneros en mostrar el sistema de multiplataforma (Jugadores de diferentes consolas podrían jugar en una misma partida, un ejemplo: Jugadores de Xbox podrían jugar con personas de PS4). Fortnite empezó con un gran impacto opacando a la mayoría de los juegos en lo que conocemos como stream en Twitch.

Con el lanzamiento de la película "Avengers: Infinity Wars" Epic contactaría al estudio de Marvel para introducir a su personaje Thanos dentro del juego de Fortnite. Los estudios Marvel accedieron a la petición de Epic ya que se declararon fans del juego, como era de esperarse el impacto que causó el implementar a Thanos dentro del juego

atrajo a muchos más jugadores, creciendo mucho el mercado e incrementando las ganancias del juego.



IMAGEN 23. PERSONAJE DE MARVEL” THANOS” 2018.

Para julio el fenómeno de Fortnite era citado en todas partes, la cultura que creó el videojuego tuvo gran impacto desde las escuelas, lugares de trabajos, entre otros, habiendo generado ingresos superiores a los mil millones de dólares dentro del juego.

Lo que ha mantenido con vida al juego es que tiene actualizaciones regulares, filtraciones de contenido que mantiene a los jugadores esperando las actualizaciones, eventos únicos (en tiempo real). En algunos casos el juego ha cumplido las peticiones de los niños al introducir dentro del juego, los bailes tan populares hoy en día.

Un claro ejemplo fue el pasado 3 de febrero para el evento del Super Bowl donde implementaron un modo de juego con los “skins” de los equipos que participaban en el evento (Patriots vs Rams).



IMAGEN 24. EVENTO DEL SUPERBOWL EN FORTNITE 2019.

Otro ejemplo que puede mostrar el juego es que ha introducido un modo de juego llamado “Creative” el cual permite a los jugadores crear sus escenarios, modos de juego y desafíos para la comunidad. El más votado estaría dentro del mapa de Battle Royale una semana para los demás gamers.

Caso fallido “La decepción de Star Wars Battlefront 2”.

Transcurría el 2017 y los gamers esperaban el videojuego de la saga de Star Wars, el anunciado Star Wars Battlefront 2 llegaría en el mes de noviembre a cargo del estudio Electronic Arts, el juego prometía demasiado y durante la primera semana de su lanzamiento causó una polémica que arruinó al juego impidiendo que pudiera levantarse, todo esto relacionado con las microtransacciones y las cajas de loot dentro del juego.



IMAGEN 25. STAR WARS BATTLEFRONT 2, 2017.

Durante el periodo de beta, los influencers relacionados al universo de Star Wars previnieron a la comunidad sobre una implementación de las microtransacciones y un juego pay-2-win. Desde el inicio del videojuego se mostró que el bloqueo de los personajes, armas, entre otras cosas fue lo que generó una adulteración al juego lo que ralentizaba el progreso de este.

La primera respuesta que dio el estudio fue: “El uso de las Microtransacciones son necesarias para el desarrollo del juego, el juego debe mantenerse actualizado y todo eso es muy costoso”.

Al ver la respuesta de los gamers y todos los problemas que se generó dentro del juego, el estudio Electronic Arts tuvo que retirar las Microtransacciones y que estarían trabajando para equilibrar todo su sistema. La decepción de que la progresión del juego no mejoró nada, los desarrolladores entregaron una campaña obligatoria para los fanáticos que esperan algo innovador como se les había mencionado en el E3 de ese año. Un cambio de bando donde serías parte del Imperio Galáctico en contra la Rebelión, lo cual al final fue publicidad engañosa y eso molesto mucho más a los fanáticos.

Además, surgió un problema mucho mayor por el uso de las microtransacciones. Un usuario subió a un sitio web un video donde demostraba que los jugadores debían

invertir 80 dólares en las cajas de loot (ventajas dentro del juego) y en Reddit otro usuario publicaba que para poder desbloquear a Darth Vader eran necesarios 60 mil créditos del juego, en caso de ser un jugador que no deseaba comprar el producto, el tiempo aproximado eran unas 40 horas de juego para desbloquear a dichos personajes.



IMAGEN 26. DARTH VADER Y LUKE SKYWALKER, STAR WARS BATTLEFRONT 2, 2017.

El interés por parte de Electronic Arts fue notorio y apostaron por recompensas a largo plazo, un mal estudio donde ellos decidieron que el jugador sentiría satisfacción al conseguir a un héroe o villano tras muchas horas de juego, como era de esperarse, este post no le agradó a la comunidad y ha sido el comentario con más votos negativos en Reddit.

Al final lo que ha provocado el fracaso del videojuego fue el modelo de negocios abusivo que buscaba implementar EA con sus microtransacciones, las cuales brindarían ventaja y progreso en el juego, al ver el costo excesivo de estas cajas los gamers dejarían el juego y recibiría una aceptación negativa.

Implementación de estrategias

Fortnite (Modelo de negocios):

- 1.- Al ser un juego más importante del momento y popular en las plataformas de Twitch y ha recaudado más de 1000 millones de dólares.
- 2.- Implementarlo en todas las plataformas he creado un segmento de mercado de más de 80.000.000 personas en todo el mundo jugando Fortnite.
- 3.- El diseño de un videojuego amigable, estilo Disney, adictivo ha encantado al gamer, destacado por animaciones de calidad es algo que ha cautivado al consumidor.
- 4.- Al tener influencers como Ninja, Tfue, LOLITO FDEZ, Willyrex, El Rubius a los que la empresa EPIC otorga privilegios exclusivos y motiva a los gamers con el apoyo al creador de contenido incremento las ganancias un 100%. (Marketing de boca en boca y Marketing de influencia).



IMAGEN 27. TORNEO DE FORTNITE ORGANIZADO POR EL RUBIUS, 2018.

- 5.- La retroalimentación con sus jugadores y el estudio, permite crear diferentes Skin (disfraces) que salen a la venta.
- 6.- Al ser un juego Free-2-Play, el ingreso en la plataforma de iOS recaudaría \$455 millones de dólares en 2018 por la facilidad de juego.
- 7.- Aprovechó el timing o tiempo de lanzamiento de producto cuando los Battle Royale están en auge.

Mis estrategias para el juego:

- 1.- Buscar alianzas con más empresas para agregar modos de juegos utilizando algunos "skins" de dicha alianza, como sucedió con el villano Thanos de Marvel.

2.- Incluir un sistema de partidas Ranked y un sistema libre, esto evitará que los jugadores nuevos no se vayan por la frustración al enfrentar a los jugadores más experimentados.

3.- Mantener la división de los personajes de PC vs los jugadores de consolas, las desventajas que enfrentar los jugadores de consola frente a los de PC es muy notoria. (Tenerlos juntos en modo competitivo).

4.- Mejorar los servidores para agregar a un aproximado de 50 personajes más en las partidas y sean interactivas.

5.- Agregar un sistema de personalización de "skin" para cada jugador, al mantener los accesorios en compra y poder realizar la modificación a los "skins" predeterminados.

Star Wars Battlefront 2 (modelo de negocios)

1.- El realizar un mal estudio de mercado y comparándolo con otro juego donde las microtransacciones funcionaron sin tomar en cuenta el target.

2.- Una mala toma de decisiones sobre el precio de las microtransacciones hizo que las acciones de la empresa redujeran un 12% pasando de 119,60 dólares a 105,55 dólares.

3.- El mantener las microtransacciones hizo perder a la empresa un total de 3.000 millones de dólares en el primer mes de lanzamiento, lo cual tuvo un gran impacto para la aceptación del juego.

4.- El agregar una campaña publicitaria que mostraba la perspectiva del lado del imperio, al final sería el cliché de un villano a formar parte de los buenos, la poca dedicación a la historia ayudo a los fanáticos a destruir el juego.

5.- Implementar poco mantenimiento al juego y censurar a quienes criticaban el juego.

6.- Generar pocos DLC para los usuarios con tiempos de espera mayores a un mes, lo que provoca el abandono del juego por ser repetitivo.

Mis propuestas para el juego:

1.- Dar un mantenimiento constante en el juego, al permitir que pocos ingenieros trabajen dentro del juego dificulta que el juego se desarrolle de manera adecuada.

2.- Escuchar a sus jugadores y recibir de manera apropiada la retroalimentación sin molestarlos o brindar falsa publicidad.

3.- Mejorar la probabilidad de conseguir los recursos del juego a menor costo de tiempo y mejorarlos servidores.

4.- Incluir un modo historia original y no realizado más por obligación que por gusto.

5.- Incluir a influencers famosos que promocionen el producto de manera positiva, que sean un canal para obtener una mejor calidad del juego y pueda sobrevivir de manera positiva dentro del mercado.

Podemos ver las diferencias entre estas dos empresas que han llevado de diferentes maneras las microtransacciones, en donde la primera ha tenido un éxito constante y gradual mientras que la segunda por su mala toma de decisiones ha provocado revuelta entre los gamers y fanáticos, el simple hecho de pagar para ganar es algo que ha molestado a los gamers actuales, la evolución de los juegos ha cambiado mucho desde donde se vendía un juego completo hasta poder vender solo la el motor gráfico para después vender el juego por partes.

Caso Práctico: Star Wars Galaxy of Heroes

Es un juego basado en el universo de Star Wars basado en la estrategia y establecidos de manera canónica por la empresa Disney tras la compra de Lucasfilm, el juego consiste en tener personajes del lado luminoso como del lado oscuro, la forma para obtener a los personajes varia, puede ser desde un evento poco común hasta un periplo o evento legendario. El juego maneja a los personajes por rareza, nivel y equipamiento para adquirir una mejora de cada uno. Una vez que el gamer ha conseguido a un personaje en su rareza, el juego desbloquea modos de juego en donde pone a prueba al gamer y de esta manera le brinda más fragmentos de un personaje para conseguirlo a 7 estrellas, obtener créditos, naves, equipos, modificadores entre otros. Se ha considerado un juego p2w y ahora describiré una experiencia que tuve con el juego.



IMAGEN 28. MENU DEL JUEGO STAR WARS GALAXY OF HEROES, 2019.

Desde el pasado mes de octubre del año 2018 llego al videojuego un personaje que muchos fieles a la saga esperaban con ansias, desde su salida en el juego de Star Wars: Knights of the Old Republic, uno de los personajes que han sido aclamados por el público es Darth Revan, en este caso llegaría un evento para conseguir a su versión del lado luminoso y el aclamado Caballero Jedi Revan, el héroe de las guerras mandalorianas.

Durante el aviso para conseguir a este nuevo personaje y el tiempo de farmear a los personajes específicos para el evento fue de dos semanas, la jugada de EA es que libera a los personajes con muy poco tiempo para que los jugadores inviertan dinero real en un lapso muy corto. Como era de esperarse muy pocos jugadores consiguieron al personaje de evento Legendario y estas personas dominaban las arenas del juego.

Durante el mes de noviembre de ese mismo año se agregó al juego los personajes de Bastila Shan (Fallen) y Canderous Ordo, lo cuales permitió que la versión del lado oscuro del Caballero Jedi Revan fuera especulación, a finales del mes agregaron a otros dos personajes fundamentales del juego de Star Wars: Knights of the Old Republic para la historia de Darth Revan, mejor conocidos como la padawan Juhani y el soldado de la república Carth Onasi.



IMAGEN 29. REQUISITOS PARA EL EVENTO DE DARTH REVAN, MARZO 2019.

A inicios de enero del 2019 los personajes de Bastila Shan (Fallen) y Canderous Ordo tuvieron sus casillas para poder farmear, esto quiere decir que el jugador tiene 8 intentos para conseguir la mayor cantidad de fragmentos del personaje para poder subirlos de rareza, la incertidumbre llegó al juego y muchos dejaron pasar el farmear a estos personajes por concentrarse en conseguir a su versión del lado luminoso que llegaría a finales de ese mes.

En el mes de febrero como jugador que pertenece a este videojuego esperaba la salida de Juhani y Carth a mediados del mes a más tardar, en caso contrario viendo cómo se comportaba el juego y las especulaciones que rondaban dentro de los foros me puse a pensar: "...si en este mes no permiten a los jugadores poder farmear a estos personajes, podría ser que Darth Revan este por llegar al juego...". Mi predicción fue acertada ya que el lanzamiento de esos dos personajes llegó a principios de marzo y con ellos a la semana el anuncio de que Darth Revan llegaría al juego en dos semanas.

Mi predicción para el evento:

Al conocer como es el ritmo del juego y analizar los eventos que iban saliendo conforme pasaba el tiempo mi deducción me llevo a enfocarme a esos 4 personajes

para el evento legendario, los primeros dos los pude conseguir sin mucha dificultad, los más difíciles de conseguir fueron los que lanzaron en el mes de marzo debido a que entre más cercano sea el evento la probabilidad de conseguir los fragmentos necesarios disminuye de manera notoria. Para esto realicé una compra del paquete dentro del juego de \$1900.00 MNX y me dispuse a conseguir los requisitos que me faltaban de los personajes. Tabla 5 y 6. (Anexo 5).

Una vez que empezó el evento el lunes 25 de marzo me aventure al evento, la dificultad para lograrlo fue sencilla debido a que si uno se enfocó como lo hice en los personajes, no tendría problema en subirlos al nivel necesario para superar el evento. Después de pasar 3 eventos legendarios pude predecir este 4 evento y al fin conseguirlo, pero el gasto era necesario, para conseguirlo debido a su reducción la inversión fue mínima a comparación de los jugadores que llegaron a gastar un mínimo de \$3800.00 MNX para conseguir al personaje en su primera vez.

Ahora que ha concluido su evento a pesar del retraso de una semana veamos cómo ha cambiado el reporte del juego durante estos días.

El meta del juego ha cambiado, donde antes podíamos notar un increíble uso del Caballero Jedi Revan ahora vemos que su versión del lado oscuro ha igualado la cifra (Caballero Jedi Revan 32% y Darth Revan 46% al 11 de abril del 2019) y permitió que el juego estuviera más balanceado, esto nos quiere dar a conocer la ventaja que se obtiene por comprar en este caso al personaje y los beneficios que brinda al usuario el conseguirlo en la primera ronda.

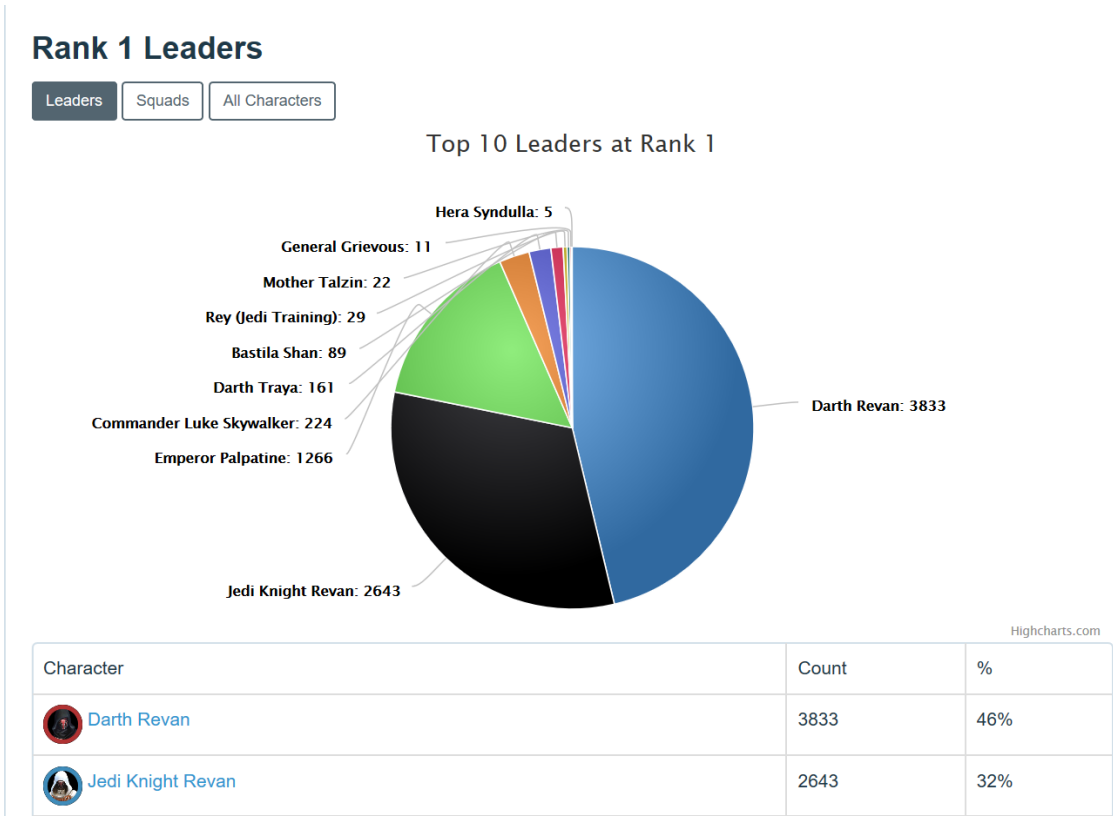


Imagen 30. REPORTE DEL TOP LIDERES DEL JUEGO STAR WARS GALAXY OF HEROES, ABRIL 2019.

La inversión inicial en mi caso ha sido de \$1900.00 MNX y en esta primera semana que he utilizado al personaje he tenido un retorno del 15% que vendría a ser \$300.00 MNX. Esto demuestra que, sí inviertes en un juego el mismo te beneficiará con las recompensas, la preparación para el próximo evento legendario en caso de no contar con los cristales requeridos. El juego es lo que he mencionado como un pague para ganar (p2w) y el tiempo aproximado que estará para su máximo uso es de 5 meses en lo que preparan el siguiente evento legendario.

Conclusión

AL analizar las tendencias del mercado y la evolución que los seres humanos tenemos día a día hemos creado un modo de adicción para un segmento de mercado, favoreciendo el crecimiento y la inversión de dinero real en un videojuego, sea por aspecto cosmético o por interés personal de ganar.

Las personas que generalmente pagan por el contenido de un juego suelen ser porque tienen la solvencia necesaria para poder invertir cantidades considerables. Es una variable que consideramos por el aspecto psicológico del ser humano en donde le gusta ser el mejor, ser el primero y conseguir el respeto de los demás, existen sus excepciones, pero buscamos siempre la aprobación de los demás, al fin y al cabo.

Las empresas empezaron a desarrollar este tipo de prácticas debido a la reacción de los gamers y ver que es una manera redituable de ganar más dinero. Lo que empezaría como una prueba y error ha resultado ser la manera en que en la actualidad los juegos se desarrollan, algunos han tenido éxito y sobrevivido más de 3 años y otros cierran dentro de los primeros días de lanzamiento.

En algunos casos las empresas han tenido un desarrollo constante, siempre a la vanguardia y lo más importante, realizan un buen estudio en el comportamiento del consumidor, de esta manera consiguen la ventaja sobre sus competidores. En el caso de otras empresas, la falta de un estudio fidedigno y la generalización de sus videojuegos ha provocado que sus lanzamientos fracasen, ya sea por los precios elevados y la poca garantía de conseguir algo o que el juego viene incompleto, que quiere decir esto, que solo venden el juego con uno o dos modos que el gamer puede probar, en caso de buscar una mejor experiencia, deberá adquirir los modos por un precio, estas prácticas no son bien recibidas y como vimos los mismos gamers pueden sabotear el videojuego.

El pay-to-win siempre será un tema de discusión entre los gamers por el factor de que también influye la capacidad del gamers, en otros casos puede ser un influencer y dar su punto de vista lo que motiva o no la compra del gamer.

Es una buena inversión en estos tiempos y lo mejor de todo es que la evolución en las TIC's favorece a las empresas para innovar sus licencias para el desarrollo de los juegos, las diferencia que tiene en comparación al cine y televisión como vimos son notorias y una buena estrategia te puede generar un puesto en el top 1 a nivel global.

Las empresas han notado la gran inversión de los juegos, para esto es la creación de los e-Sports, en estas competencias los ingresos son muy grandes al igual depende de la zona donde se realice, el juego patrocinado y los patrocinadores relacionados.

Como se pudo observar en el trabajo las empresas realizan microtransacciones para sentirse en un mejor status dentro de su círculo social, al igual de mostrar una gran competencia por mostrar quién tiene mayor poder adquisitivo.

La evolución de las TIC's ha favorecido a esta industria, ya que cada vez más la globalización y el acceso a estas tecnologías facilita su uso, uno de los fallos que encontré fue la clasificación de los videojuegos, esto se debe a la región donde será lanzado y las costumbres o normas políticas que estén en vigencia.

Las empresas de videojuegos han optado por este modelo de negocios por su rentabilidad, en algunos casos ha sido excesivo su uso y eso fue el fracaso de los videojuegos, al no comprender su mercado.

El proceso de compra se ha facilitado mediante el e-commerce, por la aplicación y facilidad que tiene, además de que la nube de compra y el éxito de un videojuego dependen de la publicidad que tenga, los influencers sobre los segmentos de mercado específico del juego y la fluidez que se mantenga durante la experiencia.

Tanto ha sido su impacto que hasta se ha formalizado como un deporte y una competencia para su práctica, aunque tiene un problema que la OMS lo clasifica como un enfermedad y eso podría perjudicar su imagen.

Las microtransacciones dan soporte al videojuego, el éxito o fracaso depende de cuánto se conoce a su mercado y la retroalimentación que se lleva con este, al carecer e imponer las ganancias puede que se perjudique a una franquicia y el juego no tenga un periodo de vida como se esperaba.

Anexos

Anexo 1

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Artículo 27

1. Ejercitar el derecho de expropiación por causa de utilidad pública en aquellos casos no encomendados a otra dependencia;
2. Vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público;
3. Regular, autorizar y vigilar el juego, las apuestas, las loterías y rifas, en los términos de las leyes relativas;
4. Compilar y ordenar las normas que impongan modalidades a la propiedad privada, dictadas por el interés público;

Anexo 2

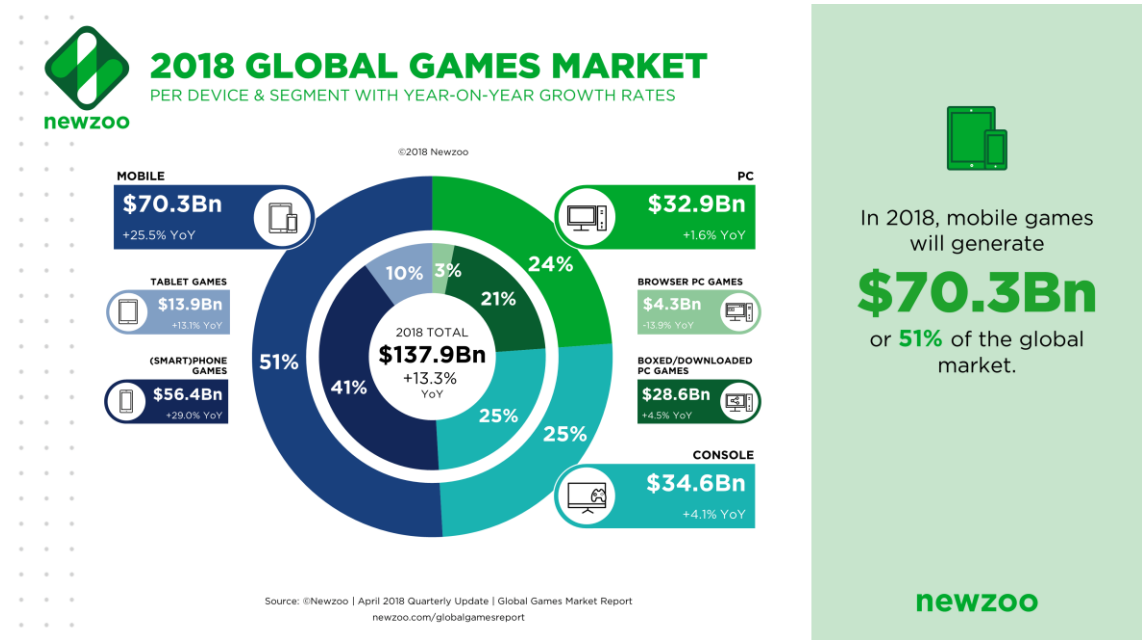
Tabla 1. Resultado de las encuestas realizadas a 103 personas dedicadas a los videojuegos.

Etiquetas de fila	Cuenta de En dónde pasas más tiempo jugando, en consola o móvil?	Cuenta de En dónde pasas más tiempo jugando, en consola o móvil?2
Consola	46	45%
Móvil	57	55%
Total general	103	100%
Etiquetas de fila	Cuenta de El juego muestra paquetes de compra con dinero real?	Cuenta de El juego muestra paquetes de compra con dinero real?2
No	1	1%
Sí	13	13%
yes	89	86%
Total general	103	100%
Etiquetas de fila	Cuenta de Te consideras un jugador f2p o p2w?	Cuenta de Te consideras un jugador f2p o p2w?2
f2p	58	56%
p2w	45	44%
Total general	103	100%
Etiquetas de fila	Cuenta de De cuánto es la cantidad inicial para un paquete del videojuego?	Cuenta de De cuánto es la cantidad inicial para un paquete del videojuego?2
Más de 50 pesos MNX	40	39%
Menos de 50 pesos MNX	63	61%
Total general	103	100%
Etiquetas de fila	Cuenta de Al mes, realizas una microtransaccion o más?	Cuenta de Al mes, realizas una microtransaccion o más?2
Más de una	25	24%
Una	78	76%
Total general	103	100%
Etiquetas de fila	Cuenta de Cuanto es tu inversión en microtransacciones al mes?	Cuenta de Cuanto es tu inversión en microtransacciones al mes?2
Más de 500 pesos mnx	26	25%
Menos de 500 pesos mnx	77	75%
Total general	103	100%
Etiquetas de fila	Cuenta de Pagarías para ganar?	Cuenta de Pagarías para ganar?2
No	80	78%
Sí	4	4%

yes	19	18%
Total general	103	100%

Anexo 3.

Gráfica 2. Muestra los ingresos de los videojuegos provenientes de los dispositivos móviles o consolas.

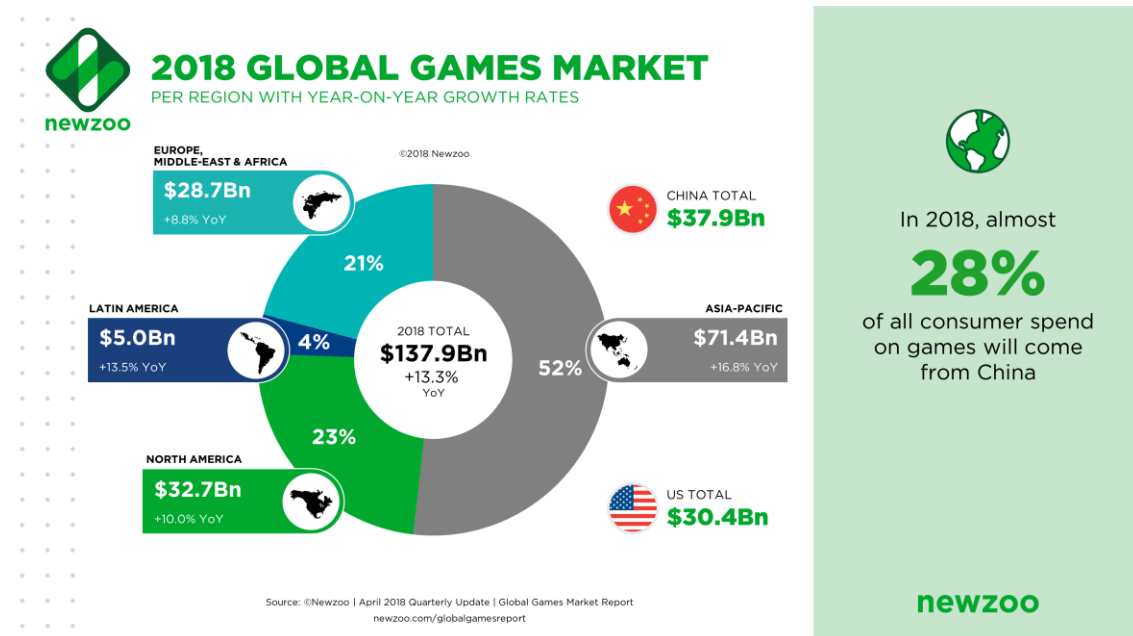


Gráfica 3. Es una proyección para el año 2021 por el ritmo de crecimiento de los videojuegos en diferentes dispositivos.



Anexo 4.

Gráfica 4. Países con mayor índice de consumo dentro de los videojuegos.



Anexo 5.

Tabla 5.

Intentos personales para conseguir a los personajes del evento:

Etiquetas de fila	Suma de FRAGMENTOS	Suma de FRAGMENTOS2
BASTILA SHAN (CAIDA)	52	14.09%
CANDEROUS ORDO	24	6.50%
CARTH ONASI	167	45.26%
HK-47	37	10.03%
JUHANI	89	24.12%
Total general	369	100.00%

Tabla 6.

Probabilidad de cada uno:

Character Faction Packs	
One card per pack. Drops shards of one character out of all of the characters in the faction pack.	
All characters within a faction pack have an equal probability to drop.	
Character Shard Quantity	Probability
10	19.24%
12	38.48%
15	28.86%
20	9.62%
25	2.41%
50	0.96%
80	0.19%
145	0.10%
230	0.05%
330	0.10%

PROBABILIDAD DE LOS FRAGMENTOS DE CADA PERSONAJE IMAGEN (30)

Bibliografía

BBC NEWS. (2016). Cómo el moderno e-Sport, el deporte del siglo XXI, sufre del más antiguo de los problemas. Recuperado el 14 de enero de 2019, de <https://www.bbc.com/mundo/deportes-38052023>

BUSINESS INSIDER ESPAÑA. (2019). Así se ha convertido Fortnite Battle Royale en un videojuego gratis, en negocio multimillonario. Recuperado el 07 de marzo de 2019, de <https://www.businessinsider.es/impresionantes-ingresos-genera-fortnite-battle-royale-357841>

Clarín.com. (2017) Lanza el videojuego más repudiado por los fanáticos de Star Wars: Battlefront II. Recuperado el 01 de abril de 2019 de https://www.clarin.com/tecnologia/lanza-videojuego-repudiado-fanatico-star-wars-battlefront-ii_0_rysciHh1M.html

EL FINANCIERO MÉXICO. (2019). Gamers, ¡atentos! México estrenará Federación de E-Sports esta semana. Recuperado el 26 de febrero de 2019, de <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/videojuegos->

Entertainment Software Rating Board. (2018). Guía de Clasificación de la ESRB. Recuperado el 30 de noviembre de 2018, de http://www.esrb.org/ratings/ratings_guide_sp.aspx

Estrategia y Negocios. (2019). Fortnite, el videojuego que obtuvo mayores ingresos en 2018. Recuperado el 06 de marzo de 2019, de <https://www.estrategiaynegocios.net/tecnologia/1251383-330/fortnite-el-videojuego-que-obtuvo-mayores-ingresos-en-2018>

Hipertextual. (2017). The Frozen Wilds: una expansión a la altura del mejor juego del año. Recuperado el 5 de marzo del 2019, de <https://hipertextual.com/2017/11/the-frozen-wilds-dlc>

IGN Latam. (2018). La historia de Fortnite... Hasta ahora. Recuperado el 6 de marzo de 2019, de <https://latam.ign.com/fortnite/54806/feature/la-historia-de-fortnite-hasta-ahora>

Jota Delgadillo. (2017). *LA CULPA DE LOS MICROPAGOS LA Tienen LOS JUGADORES*, Caso Star Wars Battlefront 2, Noviembre 15, 2017.

Kent, Steven L. (2017). *La gran historia de los videojuegos*. México; Edición: 00001 (1 de enero de 2017). 632 pp.

MuyComputer. (2017). Ros, Isidro. El escándalo de Star Wars Battlefront II hace perder a EA 3.000 millones de dólares. Recuperado el 02 de abril de 2019, de <https://www.muycomputer.com/2017/11/30/escandalo-star-wars-battlefront-ii/>

Newzoo organization. (2018). Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018. Recuperado el 02 de abril de 2019, de <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>

Star Wars Galaxy of Heroes. (2019). Meta report April 2019. Recuperado el 02 de abril de 2019 <https://swgoh.gg/meta-report/>

Tentulogo. (2018). Fortnite: el videojuego que amasa fortunas con el marketing. Recuperado el 06 de marzo de 2019, de <https://tentulogo.com/fortnite-el-videojuego-que-amasa-fortunas-con-el-marketing/>

THETOPTENS. (2018) Worst Free Pay-To-Win Mobile Games. Recuperado el 20 de diciembre de 2018, de <https://www.thetoptens.com/worst-free-pay-win-mobile-games/>

3D JUEGOS. (2018) Top 100 los mejores juegos. Recuperado el 20 de diciembre de 2018, de <https://www.3djuegos.com/index.php?zona=top100>

Imágenes:

1) The Washington Post. (2018) Allan Alcorn. Computer History Museum .Recuperada de https://www.washingtonpost.com/local/obituaries/ted-dabney-atari-co-founder-whose-engineering-paved-the-way-for-pong-dies-at-81/2018/06/05/ebaeff0c-68ca-11e8-bf8c-f9ed2e672adf_story.html?noredirect=on&utm_term=.43d9f7ffef6

2) Nerdist. (2017) Dan Casey. Recuperada de <https://nerdist.com/article/atari-pong-45th-anniversary-history-video-game/>

3) Atari. (1972). Recuperada de <http://www.skooldays.com/blog/pong/>

4) Sanders Associates, Inc., of Nashua, N.H. Feb. 3, 1977. Recuperada de <http://time.com/3622824/video-game-inventor-ralph-baer-dies/>

5) Atari. (1972). Recuperada de <https://2warstoneptune.com/2012/10/27/the-magnavox-odyssey/>

6) Recuperada de <https://www.youtube.com/watch?v=No2rU4YkBzk>

7) Info World. (1982). Recuperada de www.ataricompendium.com/archives/articles/crash/crash_coda.html

8) Recuperada de <http://videojuegosretro-upm.blogspot.com/2015/08/entrevista-oliver-twins.html>

9) Recuperada de https://en.wikipedia.org/wiki/File:Treasure_Island_Dizzy.png

10) Recuperada de https://www.ebay.ca/dsc/i.html?_sacat=0&_nkw=nintendo+1980+console&_frs=1

11) Recuperada de <https://www.youtube.com/watch?v=U24OcmpZ6fA>

12) Recuperada de <http://www.bestoldgames.net/super-mario-bros>

13) Recuperada de <https://www.youtube.com/watch?v=W0RmGNrNhHE>

14) Recuperada de https://en.wikipedia.org/wiki/Nintendo_Entertainment_System

15) Recuperada de <https://tetris.com/article/34/what-was-it-like-to-play-tetris-on-the-game-boy>

- 16) Recuperada de http://www.nintendolife.com/news/2018/11/henk_rogers_on_his_first_impressions_of_tetris_and_persuading_nintendo_to_bundle_it_with_the_game_boy
- 17) Recuperada de <https://computerhoy.com/noticias/apps/que-es-pay-win-pay2win-72597>
- 18) Recuperada de <https://tvrev.com/fortnite-esports-pubg-battle-royale-online/>
- 19) Recuperada de <https://news.xbox.com/en-us/2019/01/28/gears-pro-circuit-descends-on-mexico-city-february-1-3/>
- 20) Recuperada de <https://escharts.com/tournaments/gow/gears-pro-circuit-mexico-city-open-2019>
- 21) Recuperada de <https://www.youtube.com/watch?v=B3z1Gkud9Cc>
- 22) Recuperada de <https://absolutexbox.co.uk/fortnite-xbox-one-review/>
- 23) Recuperada de <https://www.dexerto.com/fortnite/thanos-possibly-returning-to-fortnite-alongside-avengers-endgame-536528>
- 24) Recuperada de <https://www.dexerto.com/fortnite/fortnite-introduces-brand-new-nfl-rumble-ltm-just-in-time-for-super-bowl-weekend-325051>
- 25) Recuperada de <https://news.ea.com/press-release/ea-studios/ea-announces-star-wars-battlefront-ii-will-launch-november-17-2017-worldwid>
- 26) Recuperada de <https://gamerant.com/star-wars-battlefront-2-unlock-time/>
- 27) Recuperada de <https://www.youtube.com/watch?v=J7T4HnjveOc>
- 28) Recuperada de https://en.wikipedia.org/wiki/Star_Wars:_Galaxy_of_Heroes
- 29) Recuperada de <https://forums.galaxy-of-heroes.starwars.ea.com/discussion/198136/ready-for-dr>
- 30) Recuperada de https://eaassets-a.akamaihd.net/assetssw.capitalgames.com/PACK_PROBABILITIES/2H8G6D/pack_probabilities.pdf