



**Vertical:** Producción de Videojuegos

**Clase:** 2/10 - Modelos de Monetización en la industria de los videojuegos

**Docente:** Eduardo Rodríguez Ortega

*<[eromail@gmail.com](mailto:eromail@gmail.com)> Copyright 2022*



# MODELOS DE INGRESOS

# TIPOS DE MONETIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS



Juegos  
Premium  
(pay to play)



## EXPERIENCIA PREMIUM

- Se paga por el juego completo.
- El progreso del jugador no está limitado artificialmente. No depende de que sigas pagando.
  - Todos los contenidos se desbloquean jugando.
  - El gameplay no está intervenido para obligar al jugador a gastar dinero adicional.
- Entretenimiento **sin publicidad**.
- Sin **microtransacciones** o con microtransacciones **optativas**, o pagos solo por DLC (contenido descargable adicional)



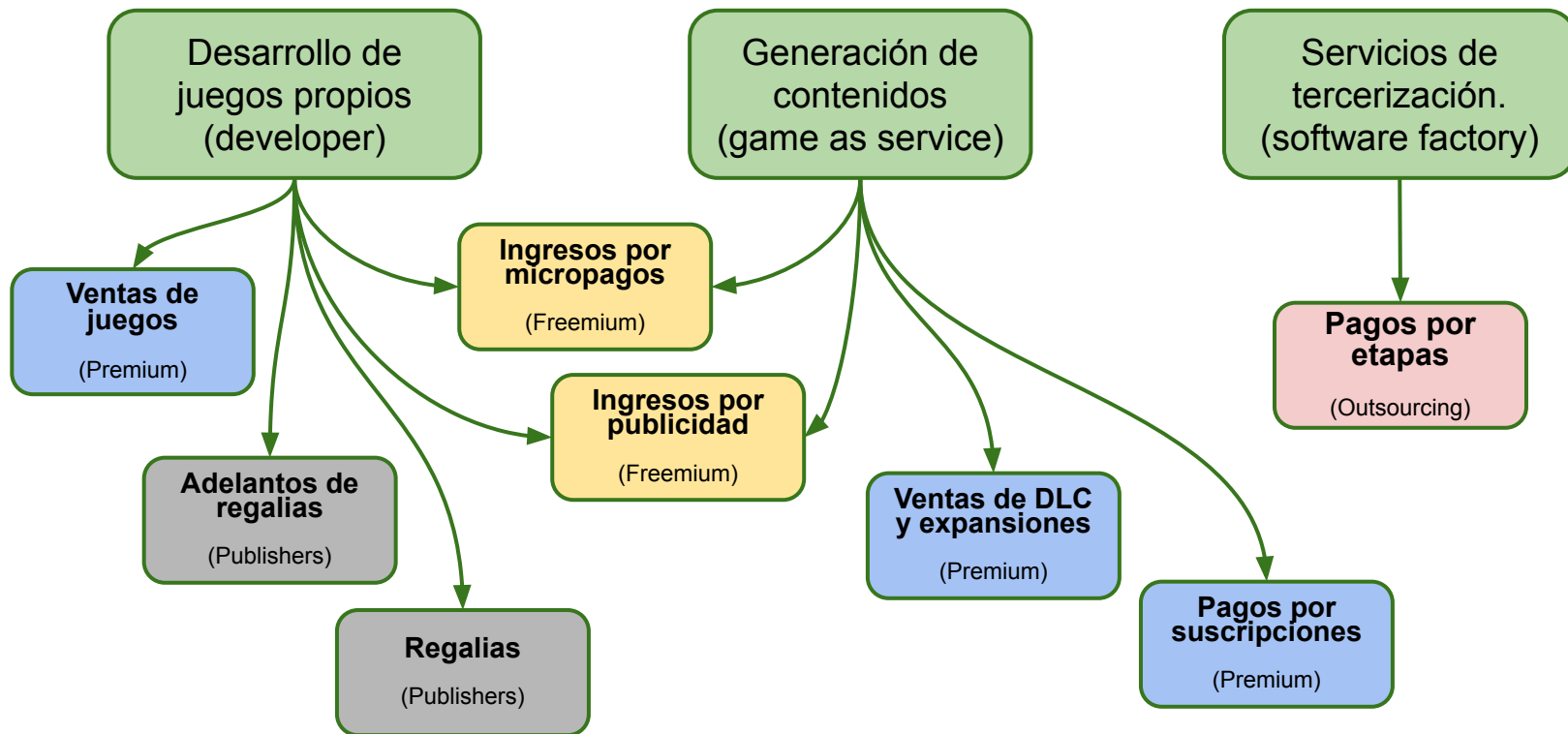
Juegos Freemium  
(Free to play)



## EXPERIENCIA FREEMIUM

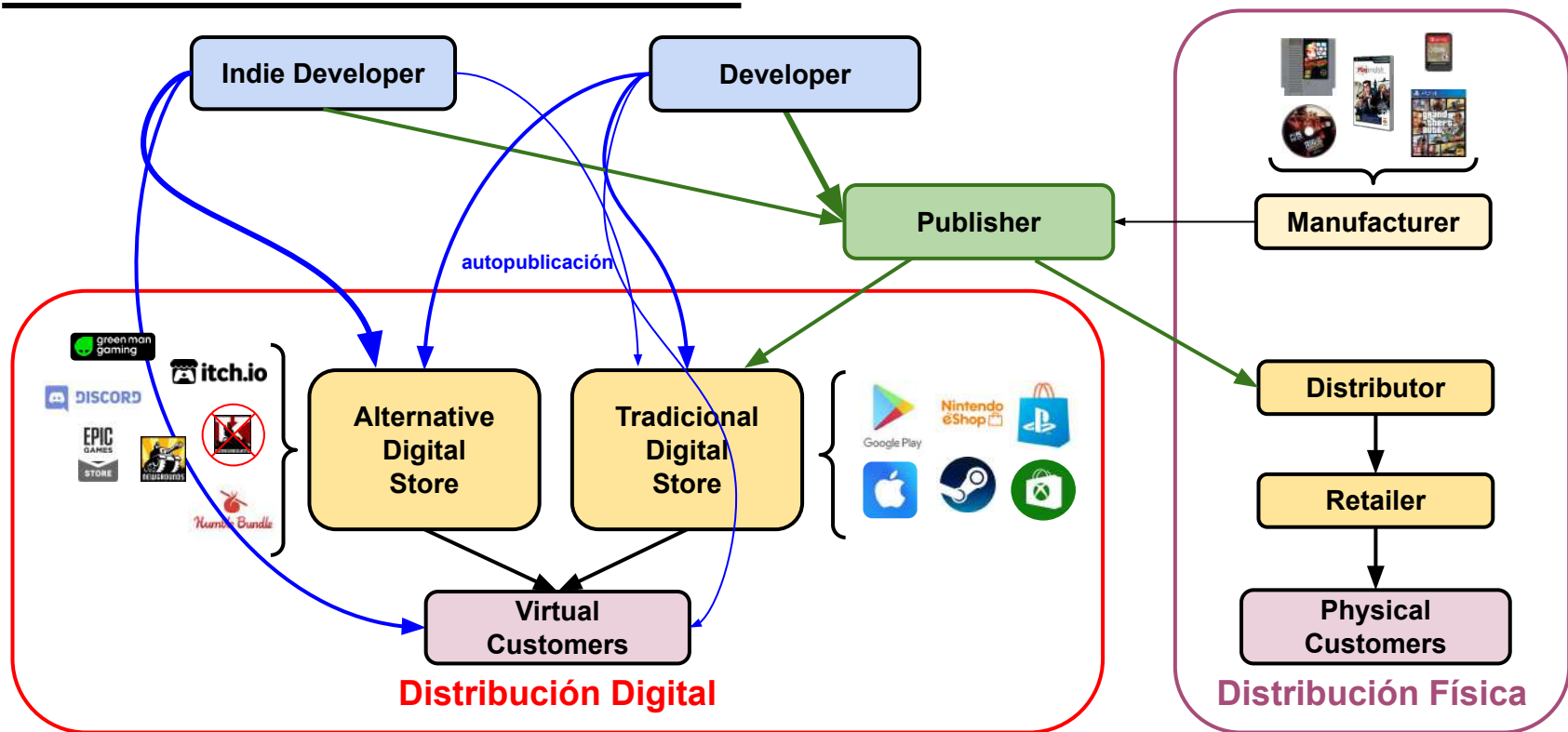
- El juego se distribuye gratuitamente.
- El progreso del jugador está limitado artificialmente para formar una monetización.
  - Puede haber un límite de tiempo que se puede jugar seguido (sistemas de energía).
  - Se necesitan ciertos elementos para poder progresar que no se consiguen jugando.
- Juegos **con publicidad**.
- Tiene **microtransacciones** para comprar items o moneda virtual.

# FUENTES DE INGRESOS DE UN DESARROLLADOR



# PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN

# TIPOS DE DISTRIBUCIÓN





# ¿PREGUNTAS?

# RESUMEN DE MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN



# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN

---



# RETAIL (PAY TO PLAY)

Juegos Premium (Distribución Física):

- El videojuego se vende en un cd / dvd / cartucho / sd, empaquetado en una caja en una tienda (por ej. un supermercado).
- Es el método más conocido y más usado hasta hace relativamente poco tiempo.
- Ejemplos:



Playenglish (PSP)



Super Mario Odyssey  
(Nintendo Switch)



Diablo II (PC)



# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN

---



# SUSCRIPCIONES

---

Se paga una cuota fija por mes para obtener distintos servicios.

Los formatos más conocidos son:

- Suscripción por Tiempo de juego (MMOs)
- Miembro vip: obtiene privilegios especiales (p. ej. ítems o contenidos exclusivos).
- Todo lo que puedas consumir: acceso a jugar a un conjunto de videojuegos de forma ilimitada.
- Compras por mes: uno o más juegos gratis (que elija) y descuentos adicionales.
- Acceso al modo multiplayer mas algunos juegos gratis/
- Suscripciones por hard currency o habilitar características extra de un juego (servicios)

Ejemplos:



# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN





# TRY BEFORE BUY (DOWNLOAD CASUAL GAMES)

## Juegos premium con demo gratis:

- Se distribuye una versión gratuita de prueba limitada por tiempo o por funcionalidades para permitir al usuario (potencial comprador) probar el producto y en caso de que le convenza el contenido puede pagar para obtener la versión completa.
- Antiguamente conocido como Shareware.
- Hoy algunos juegos de consolas también distribuyen demos gratis como estrategia de comercialización.





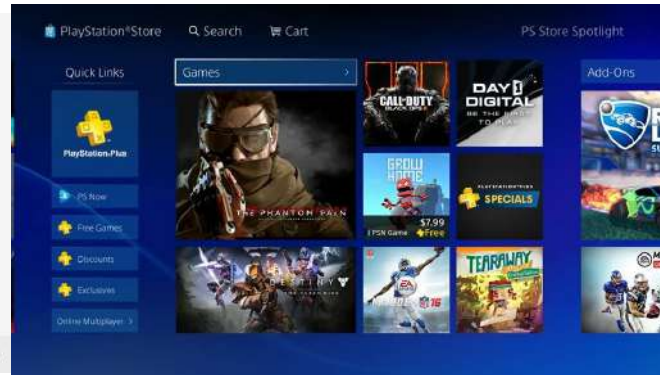
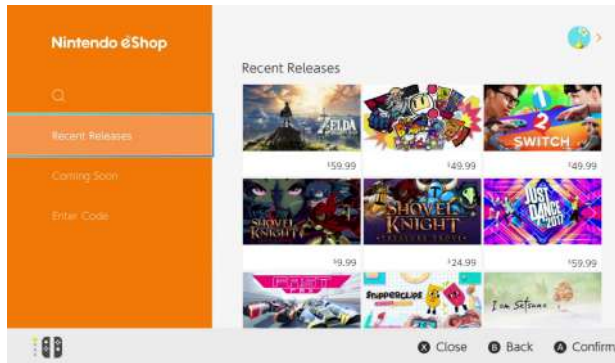
# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN



# ONLINE STORES

## Juegos Premium (Distribución Digital):

- Se distribuyen los videojuegos digitalmente desde un portal accesible desde el dispositivo y se pueden comprar por medio de una transacción desde el mismo.
- El juego se vende como en una tienda física (retail) pero solo se compra una licencia digital que habilita a descargarlo.



# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN



# MICROTRANSACCIONES

## Juegos Freemium:

- Se distribuye el juego de forma gratuita (generalmente).
- Se les provee a los jugadores contenido opcional como power ups, nuevas armas, pantallas, personalizaciones de su *avatar*, etc y se les cobra un poco dinero por cada una de estos o directamente se vende moneda virtual para adquirir esos ítems.





# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN



# PUBLICIDAD INTEGRADA

Se presentan distintos avisos publicitarios durante el videojuego, pudiendo ser cuando comienzan, en las cargas de pantallas, etc.

- Los juegos para móviles suelen permitir a los usuarios ver una publicidad para obtener ítems o moneda virtual. O simplemente obligarlos a verlas entre partida y partida. (Modelo Freemium)
- En caso de ser videojuegos *web*, los avisos pueden ser mostrados en la página que contiene el videojuego como cualquier otro aviso *web*. El videojuego web *Mundo Gaturro* hace uso de avisos publicitarios y pautas dentro del mundo virtual para obtener ingresos.
- Otro ejemplo es el *Pro Evolution Soccer* que publica avisos en las canchas, entre otros.





# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN



# ADVERGAMING

- Es un caso particular de publicidad donde el contenido del videojuego es la publicidad en sí misma.
- Se usa un videojuego gratuito para promocionar otra cosa. Los ingresos vienen del contrato con el dueño de lo que se publicita (típicamente series, películas y juguetes).



# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN





# DONACIONES o “PAY WHAT YOU WANT”

El juego es gratuito y las ganancias vienen de las donaciones de los usuarios.

- Ejemplo: The Kingdom of Loathing:
  - MMORPG de bajo presupuesto
  - 1.4 millones de cuentas creadas
  - 194 mil cuentas activas
  - Entre 140-150k dólares de ganancias por mes.



## • Kickstarter: El juego consigue los fondos de sus “backers”:

- Los backers obtienen una copia del juego y premios adicionales según cuánto dinero pongan.
- Si no se junta la cantidad necesaria, se devuelve la plata.

**Humble Bundle** ofrece packs de juegos y el jugador elige cuánto pagar por ellos y cómo se distribuye ese pago entre Humble Bundle, los desarrolladores y obras de caridad. A este modelo en el que el consumidor elige cuánto pagar se le llama “pay what you want”.



# MODELOS DE INGRESOS Y DISTRIBUCIÓN



# ¿PREGUNTAS?



# ¡GRACIAS!

*Eduardo Rodríguez Ortega*  
[<eromail@gmail.com>](mailto:eromail@gmail.com)