



**Vertical:** Producción de Videojuegos

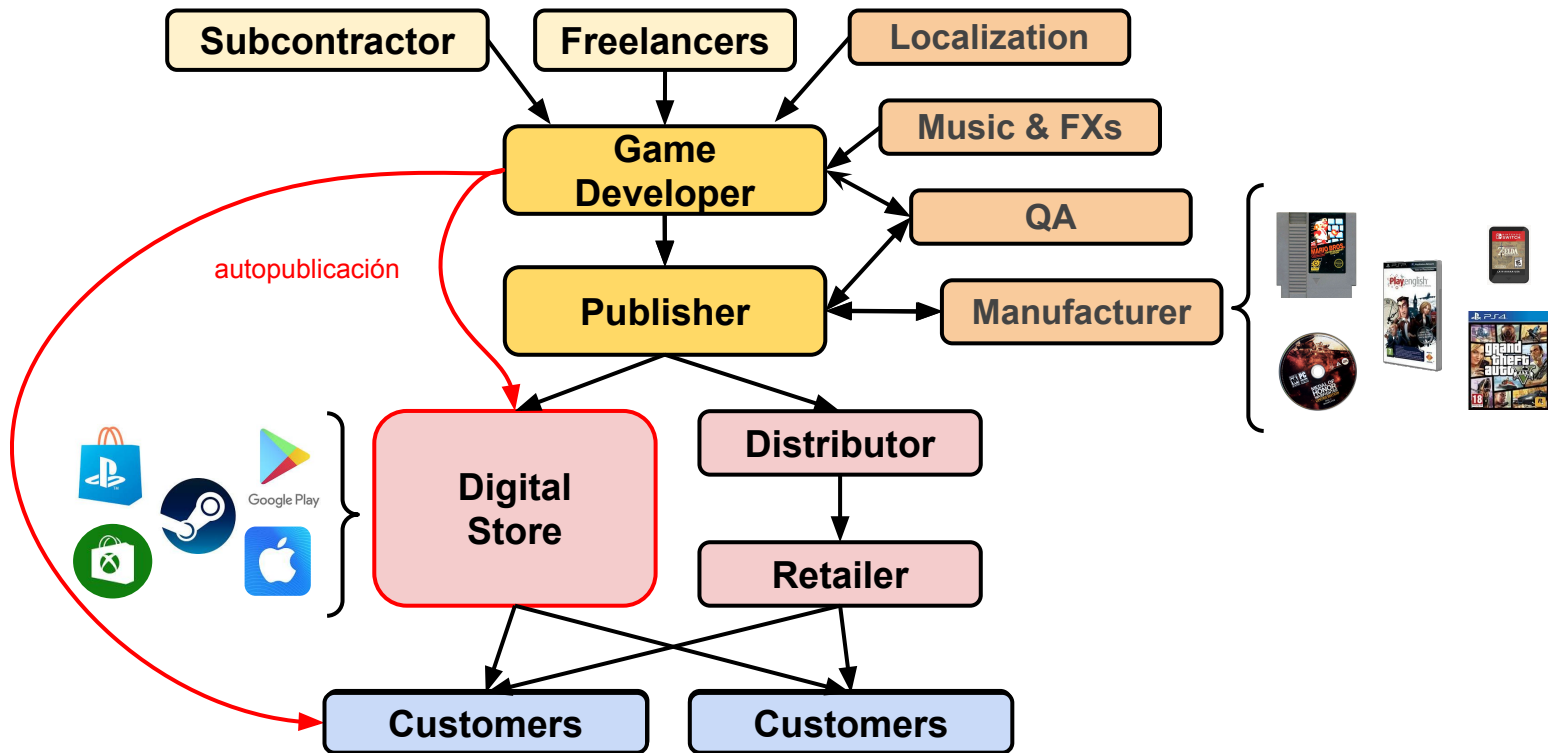
**Clase:** 4/10 - PUBLISHERS Y PITCHES

**Docente:** Eduardo Rodríguez Ortega

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



# CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS



# ¿POR QUÉ NECESITO UN PUBLISHER?

---



- **Para que me financie el desarrollo.**
  - Porque los videojuegos son una industria de HITs y solo 1 de cada 10 son exitosos.
- **Para que me oriente sobre como monetizar mi juego y me aporte su conocimiento del mercado.**
  - Porque tienen gran experiencia monetizando juegos.
- **Para que haga conocido mi juego.**
  - Para que invierta en campañas de adquisición y publicidad.
  - Que gestione destacados y otras oportunidades con los stores.

# ¿QUÉ ES LO QUE QUIERE SABER UN PUBLISHER DE TU JUEGO?



- **¿De qué se trata el juego? ¿Qué tiene de bueno?**
  - ¿Que lo hace distinto a lo que ya hay? ¿Por qué es divertido?
- **¿Cómo monetiza?**
  - Mecánicas de monetización: ¿Cuándo?, ¿Cómo?, etc.
- **¿Cual es el público del juego?**
  - **Teóricamente:** Género, Temática, Perfil de Usuario típico, etc.
  - **Empíricamente:** Resultados de campañas, análisis de público, métricas de usuarios, Wish lists, etc.
- **¿Qué retención tiene?**
  - Mecánicas de retención, métricas retención 1, 7, 30 días, funnels.
- **¿Cuánto le falta para estar terminado?**
  - Scope. Aproximación según estimaciones del Product Backlog.
- **¿Cuánto necesitan que les dé para terminarlo?**

# ¿EN QUÉ PIENSAN LOS PUBLISHERS?

---

## 1. ¿Vale la pena hacer este juego?

- Visión (Pilares)
- Unique Selling Points (Hooks)

## 2. ¿Puede este equipo lograrlo?

- Tecnología
- Plataformas
- Equipo (trayectoria)

## 3. ¿Qué necesitan de mí?

- Distribución
- Marketing
- Financiación
- Inversion



# ¿QUÉ MATERIALES TENGO QUE PREPARAR?

- **Buen elevator Pitch**
- **Trailer**
- **Presentación**
- **Video de Gameplay**
- **Video Explicativo**
- **Demo jugable**

Que se note en tus materiales de presentación el tiempo y esfuerzo invertidos en el proyecto, y además tu entusiasmo por él.



# RESUMIENDO

---

## ¿Cómo estructurar los tiempos de un pitch?

- Presentar al grupo/equipo/empresa.
- Explicar lo básico del juego, poniendo énfasis en los diferenciadores.
- Hablar del público objetivo.
- Explicar en que estado esta, cuanto falta para terminarlo:
  - Planes, cronogramas y estimaciones.
- Explicar qué estás buscando/necesitando.
- Escuchar, escuchar y escuchar.

[Ej: Payloaders Strike! - Pitch rondas de negocios](#)

# ¿PREGUNTAS?



# 30 COSAS QUE ODIO DEL PITCH DE TU JUEGO

# 30 COSAS QUE ODIIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---



Charla en la GDC 2017

de Brian Upton,

Game Designer

Game On The Rails

# 30 COSAS QUE ODIÓ DEL PITCH DE TU JUEGO



**¡Que comience el odio!**



# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #1

No me importa  
una 🍌 tu  
historia de  
fondo.

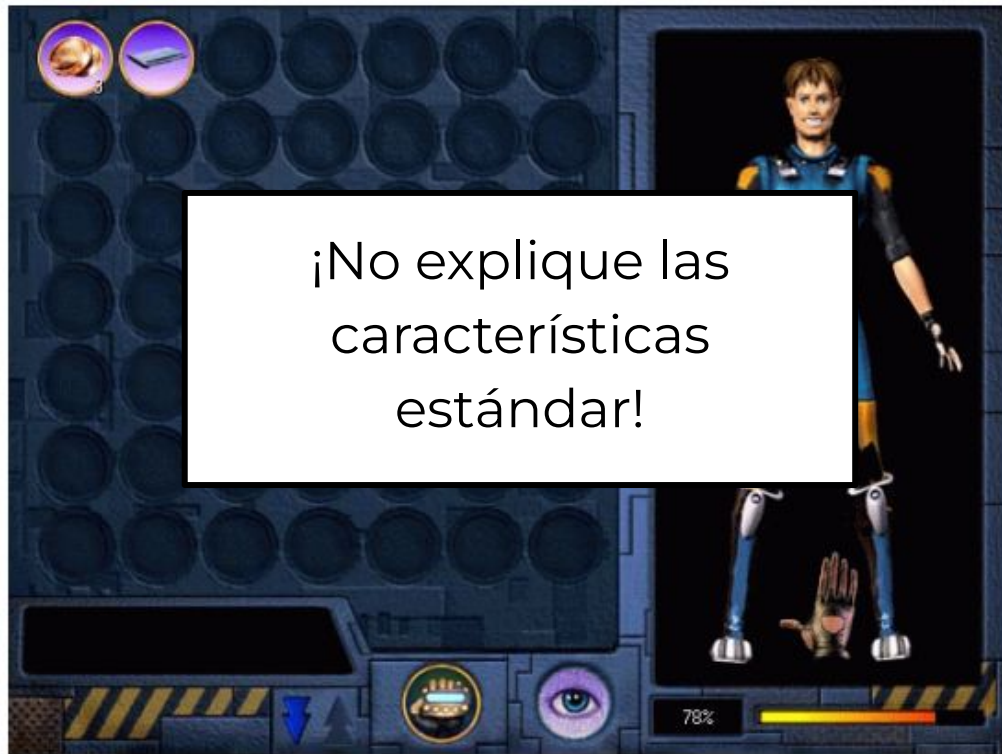


# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #2

Tampoco me importa una 💩 tu sistema de inventario.





## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #3

No voy a  
diseñar tu  
juego por vos.



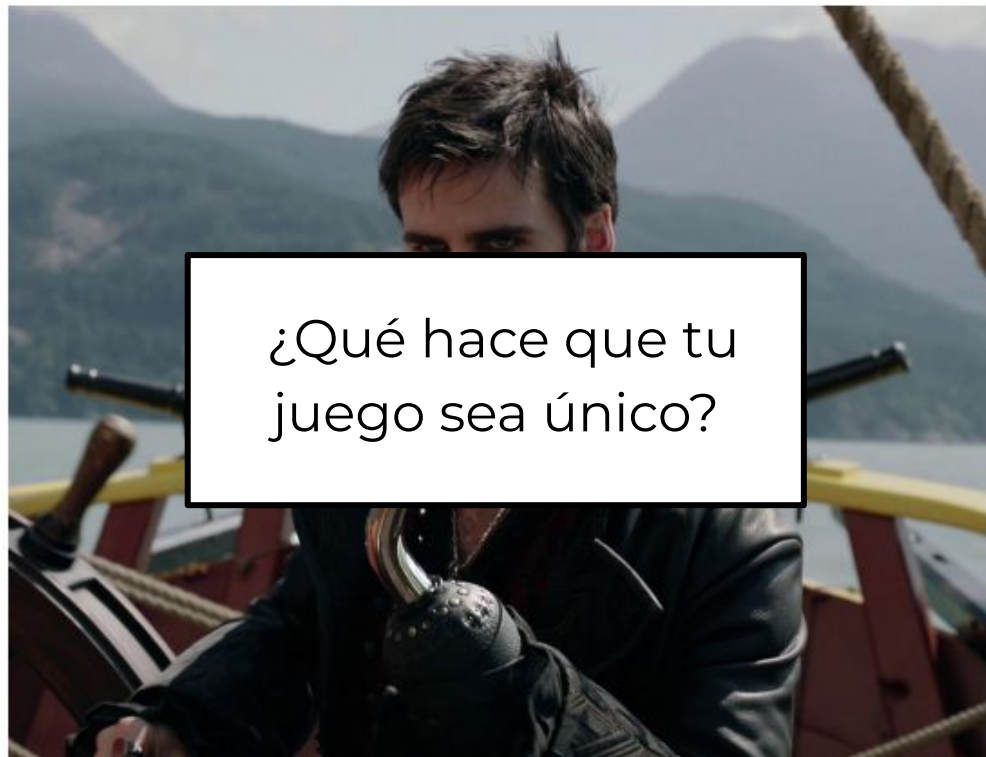
No me preguntes qué quiero.  
¡Dime que quieres!

# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #4

¡Los pilares no son ganchos!





## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #5

Nunca explicaste  
lo que hace el  
jugador.



# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #6

"¡En el mundo real, nadie puede saltar dos veces!".



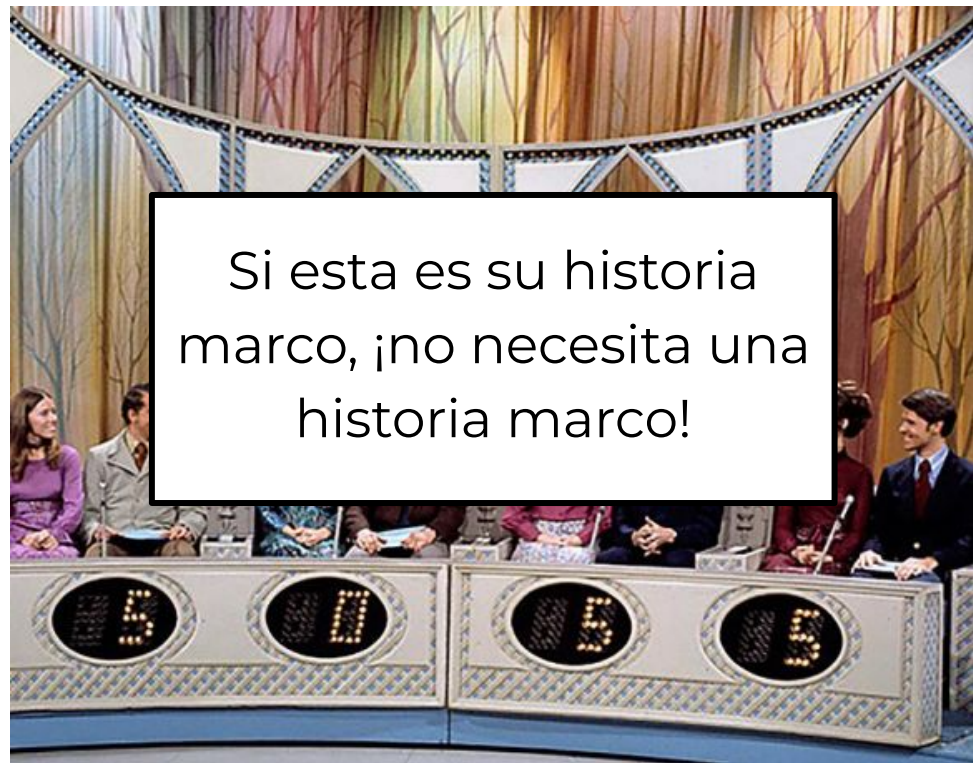
¡No uses el realismo  
para disculpar el mal  
diseño!

# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #7

"¡Es un show de juegos!"



# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #8

“¡Es una parodia!”



¿De verdad? ¿O es simplemente horrible?

## 30 COSAS QUE ODIOS DEL PITCH DE TU JUEGO

---

### #9

Nunca mencionaste tu evidente riesgo tecnológico.






## 30 COSAS QUE ODIIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #10

Tu prueba de concepto no prueba tu concepto.



¡Lo más fácil de prototipar no es lo que necesita prototipar!

# 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #11

Tener muchas imágenes de 🍌 no las hace menos de 🍌.



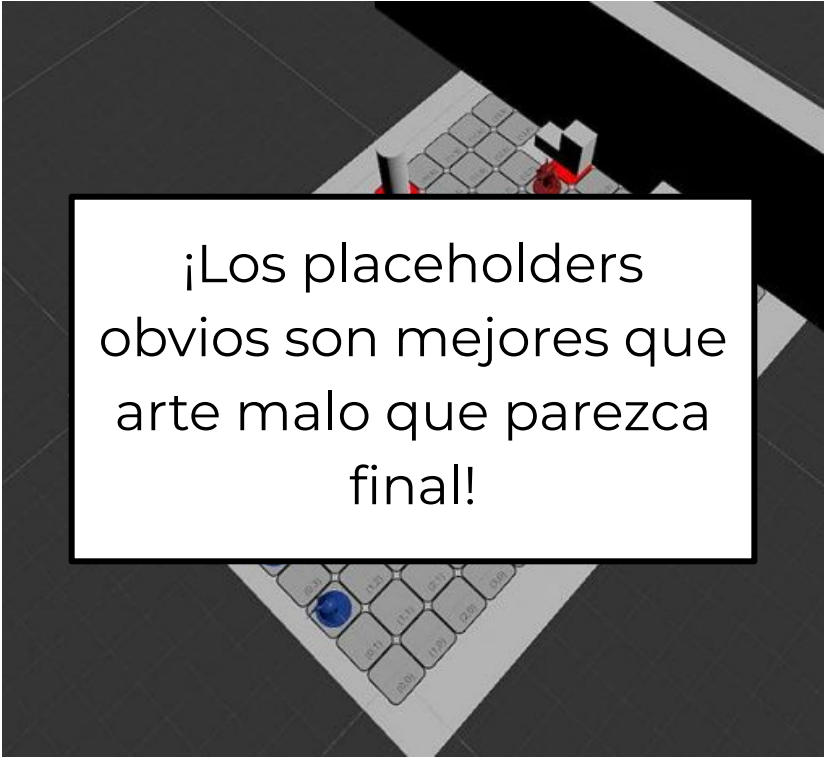


## 30 COSAS QUE ODIÓ DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #12

No puedo  
decir qué es  
placeholder y  
qué no.



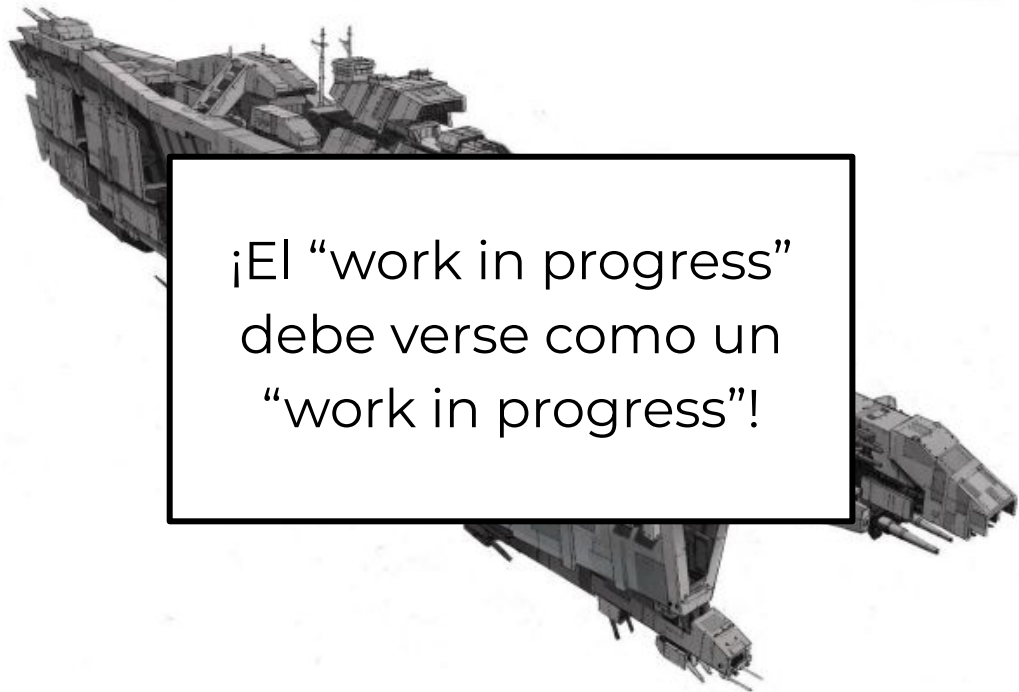
¡Los placeholders  
obvios son mejores que  
arte malo que parezca  
final!

# 30 COSAS QUE ODIOS DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #13

Lo puliste demasiado temprano.



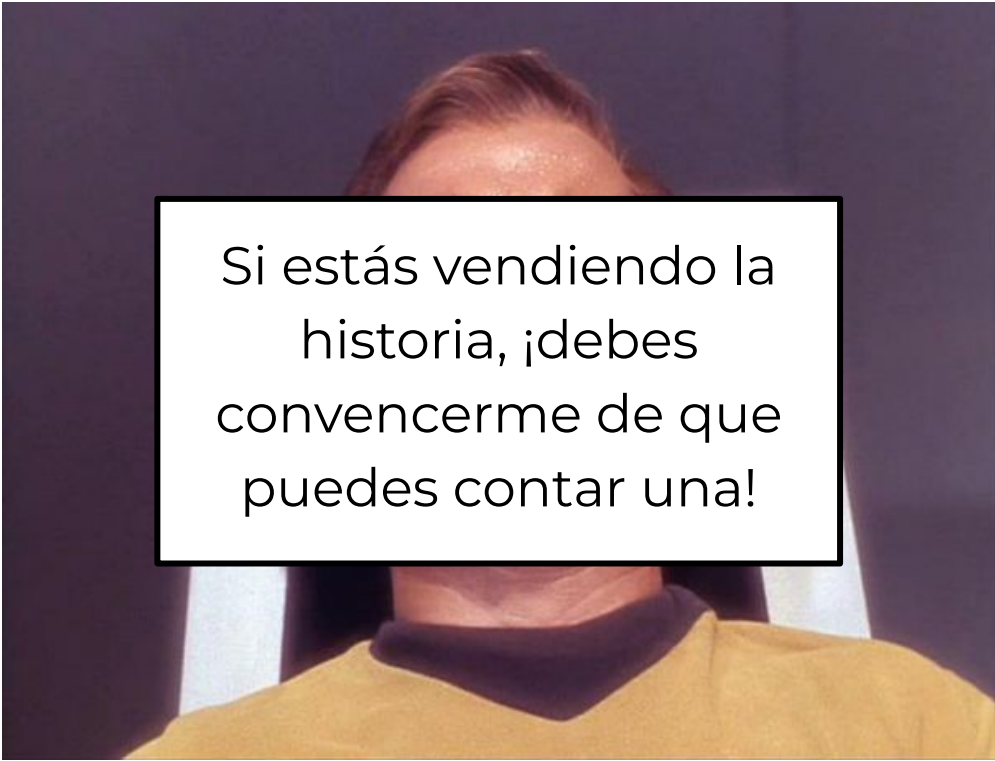
¡El “work in progress” debe verse como un “work in progress”!

## 30 COSAS QUE ODIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

### #14

Tu diálogo de muestra apesta.



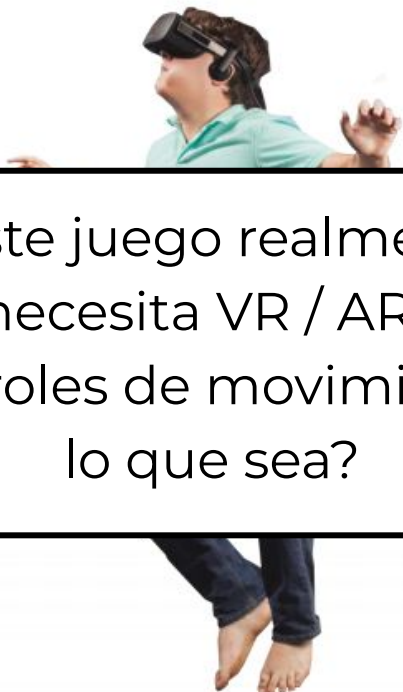
Si estás vendiendo la historia, ¡debes convencerme de que puedes contar una!

## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #15

Solo estás  
siguiendo la  
última moda  
tecnológica...



¿Este juego realmente  
necesita VR / AR /  
controles de movimiento /  
lo que sea?

## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #16

Acabas de pitchear un juego móvil a un publisher de consolas.



## 30 COSAS QUE ODIIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #17

Gone Home  
ya existe.

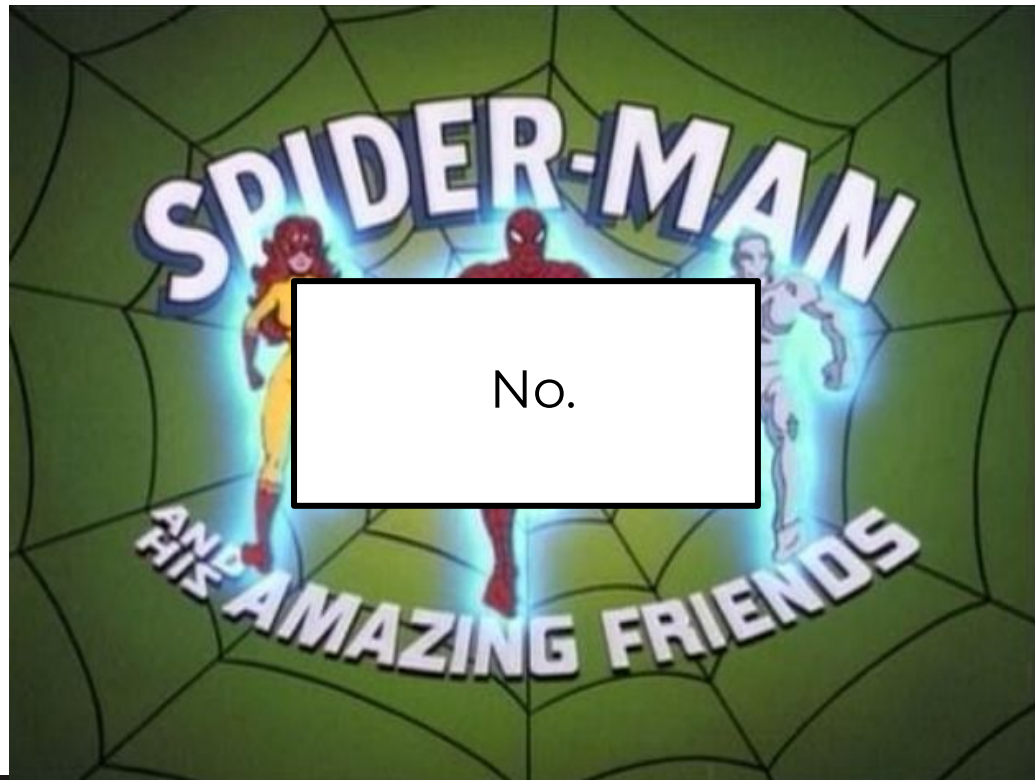


## 30 COSAS QUE ODIÓ DEL PITCH DE TU JUEGO

---

### #18

"¿Puedes ayudarnos a negociar un acuerdo de licencia con Marvel?"



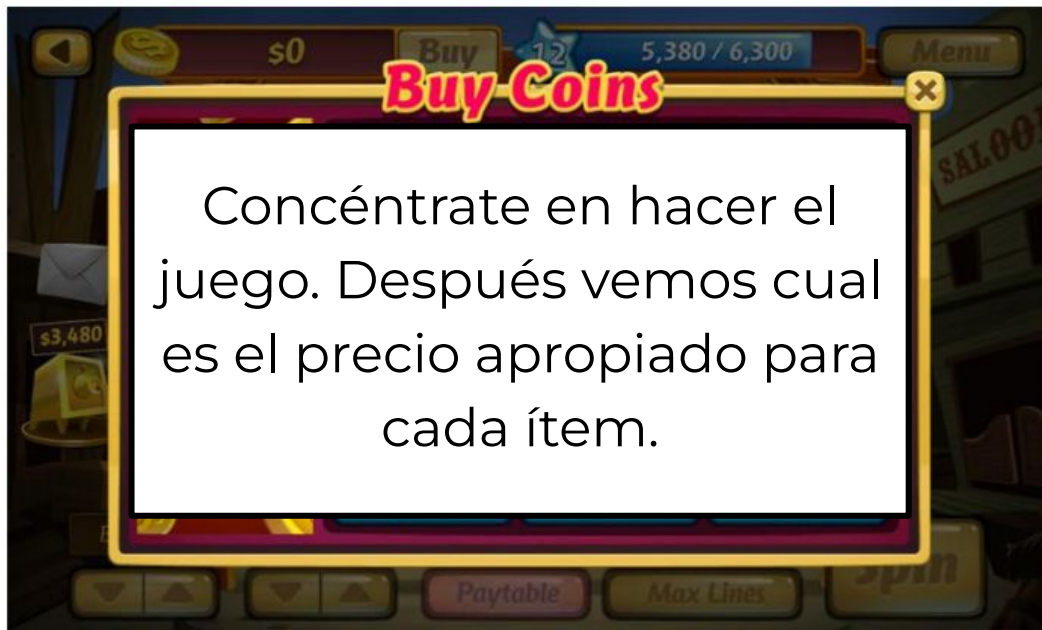


## 30 COSAS QUE ODIIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #19

Sé más sobre tu monetización que de tu mecánica.

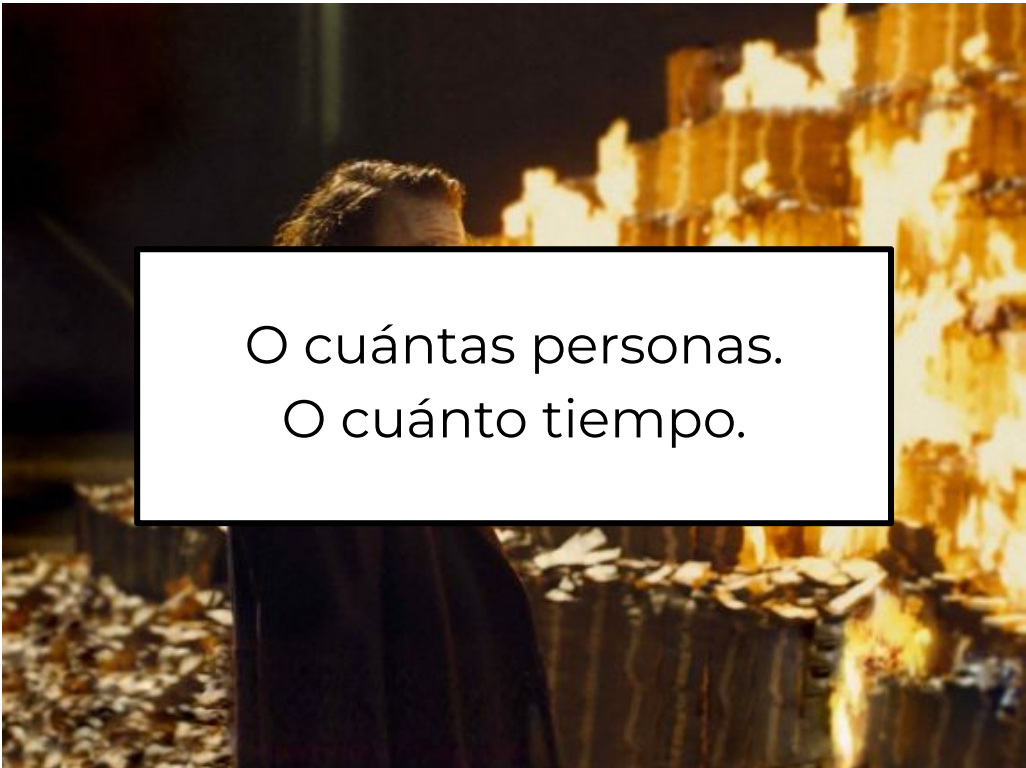


## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #20

No tienes idea de cuánto dinero necesitas para hacer esto.

A person with long hair is seen from the back, looking towards a large, intense fire that appears to be consuming a structure. The fire is bright orange and yellow, with thick smoke rising. The scene is dark, suggesting it might be at night or in a dimly lit area.

O cuántas personas.  
O cuánto tiempo.

## 30 COSAS QUE ODIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #21

No tienes un equipo.

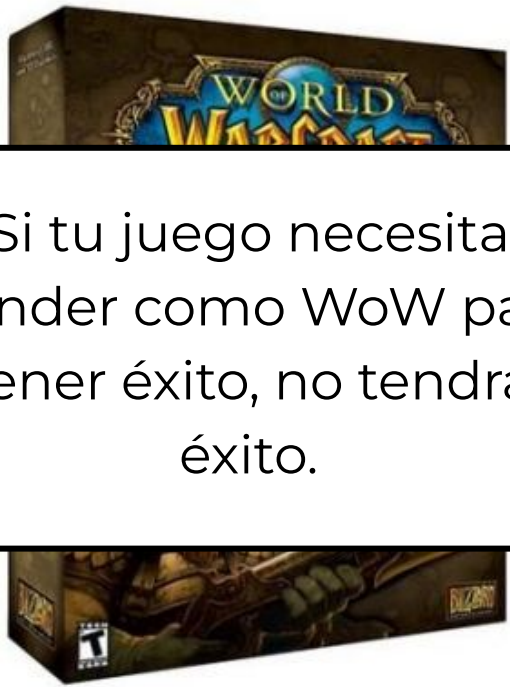


## 30 COSAS QUE ODIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #22

Su plan de negocios se basa en valores atípicos.

A World of Warcraft game box is shown, partially obscured by a text box. The box features the game's title in a stylized font and artwork of a dragon.

Si tu juego necesita vender como WoW para tener éxito, no tendrá éxito.

## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #23

Parece que trabajar con vos va a ser un dolor de cabeza...



## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #24

Tú esperas que yo sepa quién sos.



¡Puede que no haya jugado tus juegos anteriores!



## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #25

Estás molesto  
porque estoy  
haciendo  
preguntas.





## 30 COSAS QUE ODIOS DEL PITCH DE TU JUEGO

---

### #26

Estamos viendo el pitch en tu teléfono.

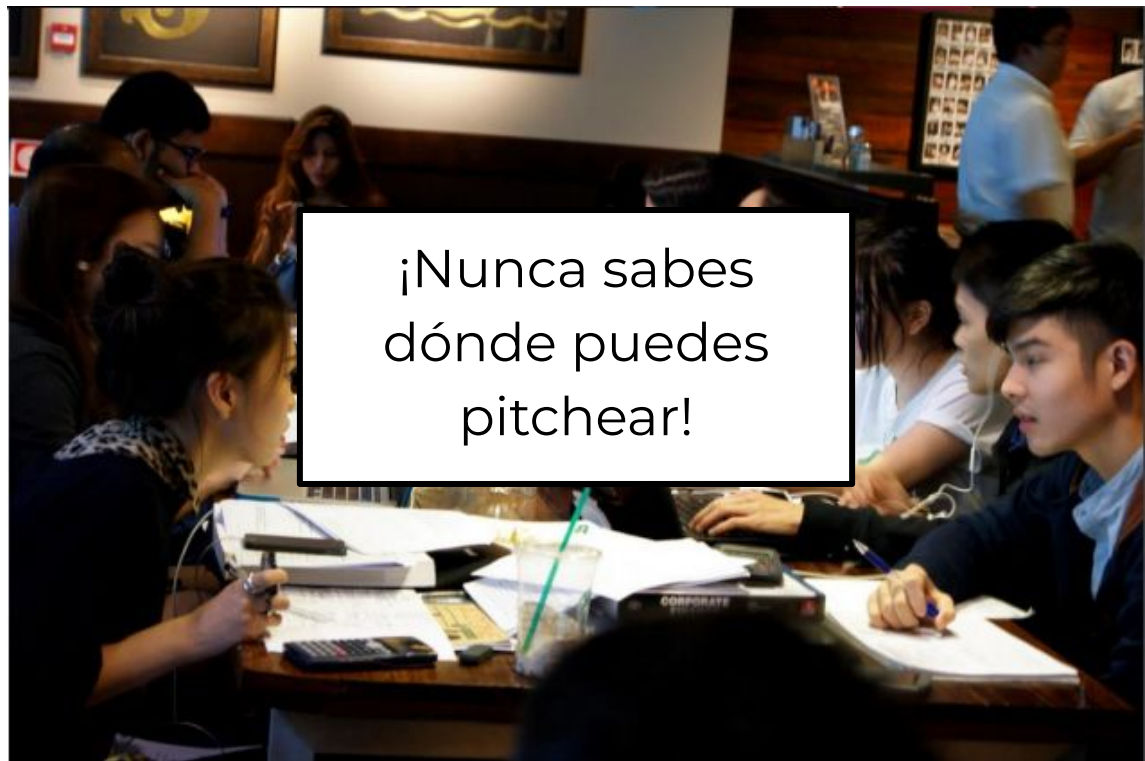


# 30 COSAS QUE ODIOS DEL PITCH DE TU JUEGO

---

## #27

Trajiste una laptop... pero no auriculares.

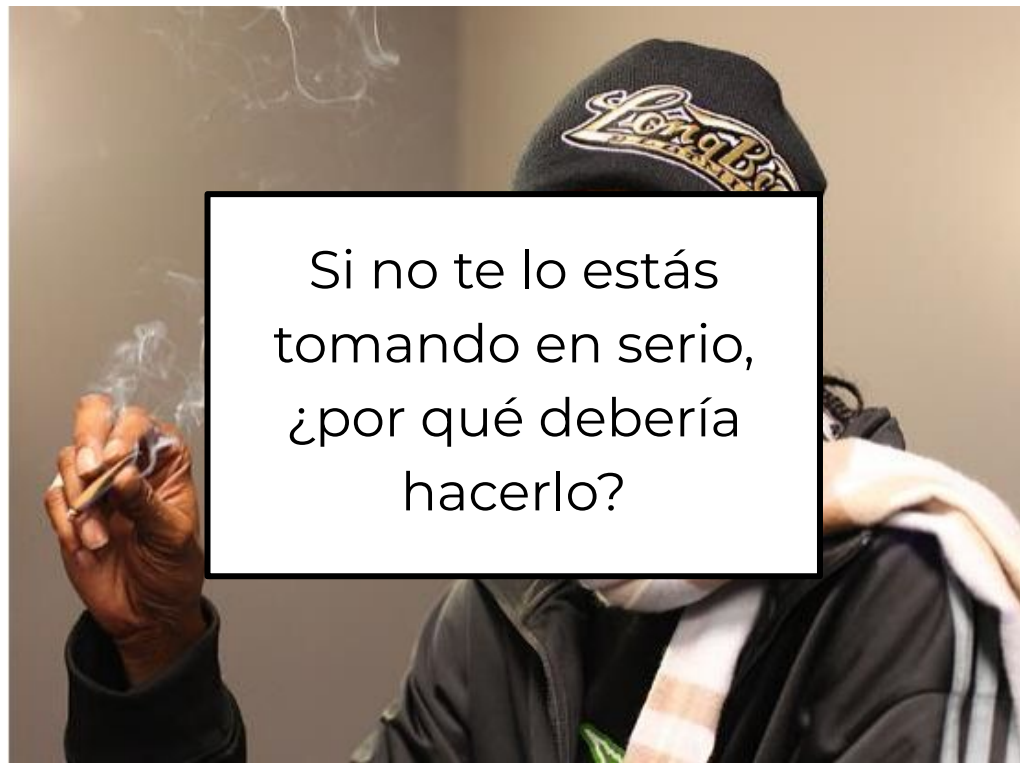


## 30 COSAS QUE ODO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #28

Tienes resaca...  
o estás borracho...  
o drogado...



## 30 COSAS QUE ODIIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

### #29

Hablás mal de otros juegos....

U otras empresas...

U otros publishers...

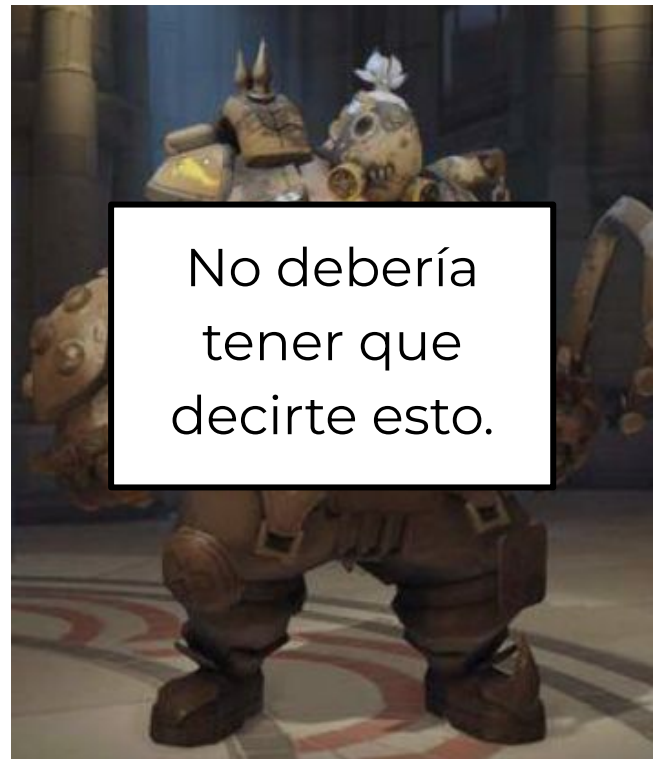


## 30 COSAS QUE ODIIO DEL PITCH DE TU JUEGO

---

# #30

Necesitas darte una ducha.



# RESUMIENDO

---



- Sé entusiasta.
- Sé honesto.
- Vende tu gancho.
- Conoce su alcance (scope).



# ¿CÓMO SE LLEGA A LOS PUBLISHERS?



## CALENDARIO DE EVENTOS:

- **GDC Connect**
  - San Francisco (California, EEUU)
  - Marzo
- **BIG Festival**
  - São Paulo (Brasil)
  - Junio
- **GameCom**
  - Colonia (Alemania)
  - Agosto
- **EVA**
  - Buenos Aires (Argentina)
  - Septiembre
- **Tokyo Game Show**
  - Tokyo (Japon)
  - Septiembre
- **G-Star**
  - Busan (Korea)
  - Noviembre

# EVENTOS NACIONALES



## RONDAS DE NEGOCIOS

- Rondas de negocios con publishers nacionales e internacionales.

## EVA PLAY

- Exposición de los mejores juegos de Argentina y de la región producidos en el año. Lanzamientos. Proyectos futuros.

## CHARLAS Y CONFERENCIAS

- Charlas, paneles y talleres con importantes speakers nacionales e internacionales.

## PORTFOLIO DAY

- Feria de entrevistas laborales. Hacé que tu CV le llegue a todas las empresas del sector.

## EVA AWARDS

- Premios de la Industria, de la prensa, del público, MVPV, etc.

MAS INFO EN: [http https://www.expoeva.com/](http://https://www.expoeva.com/)

# ¿PREGUNTAS?

# ¡GRACIAS!

*Eduardo Rodríguez Ortega*  
<eromail@gmail.com>