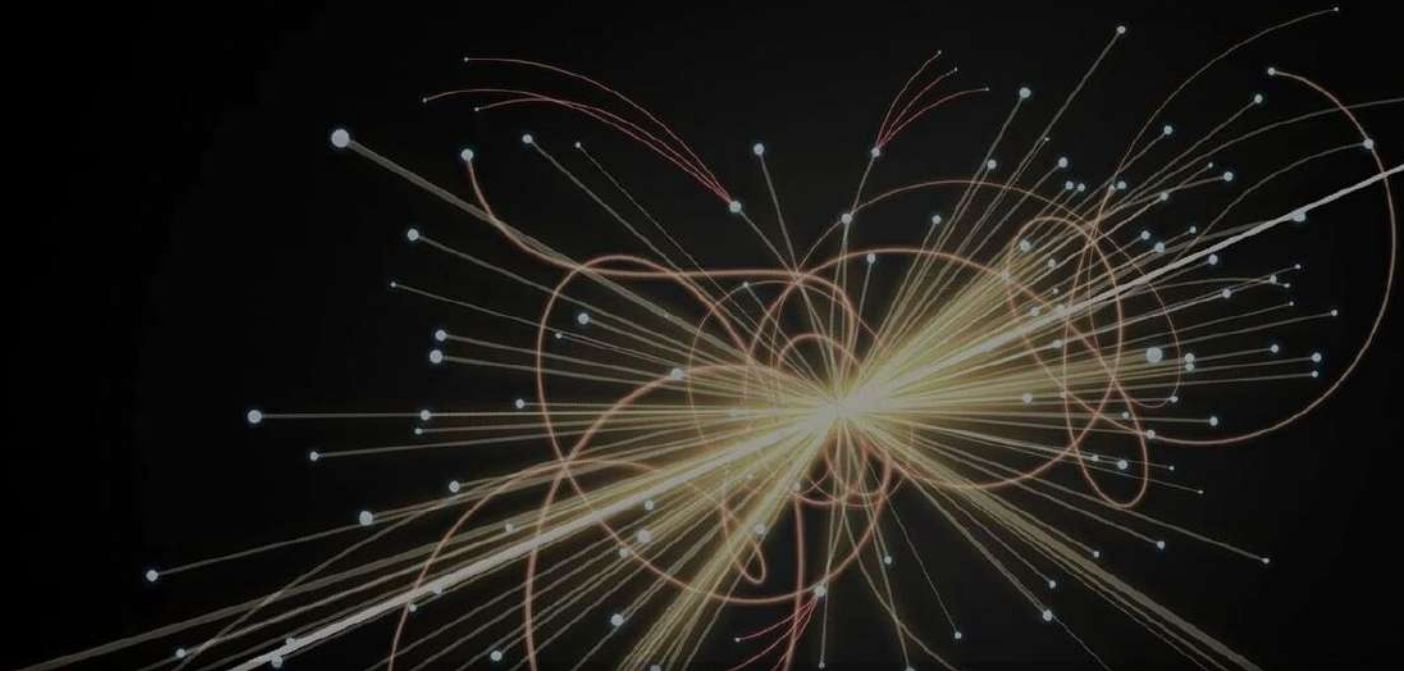


Causas

Efectos

Consecuencias



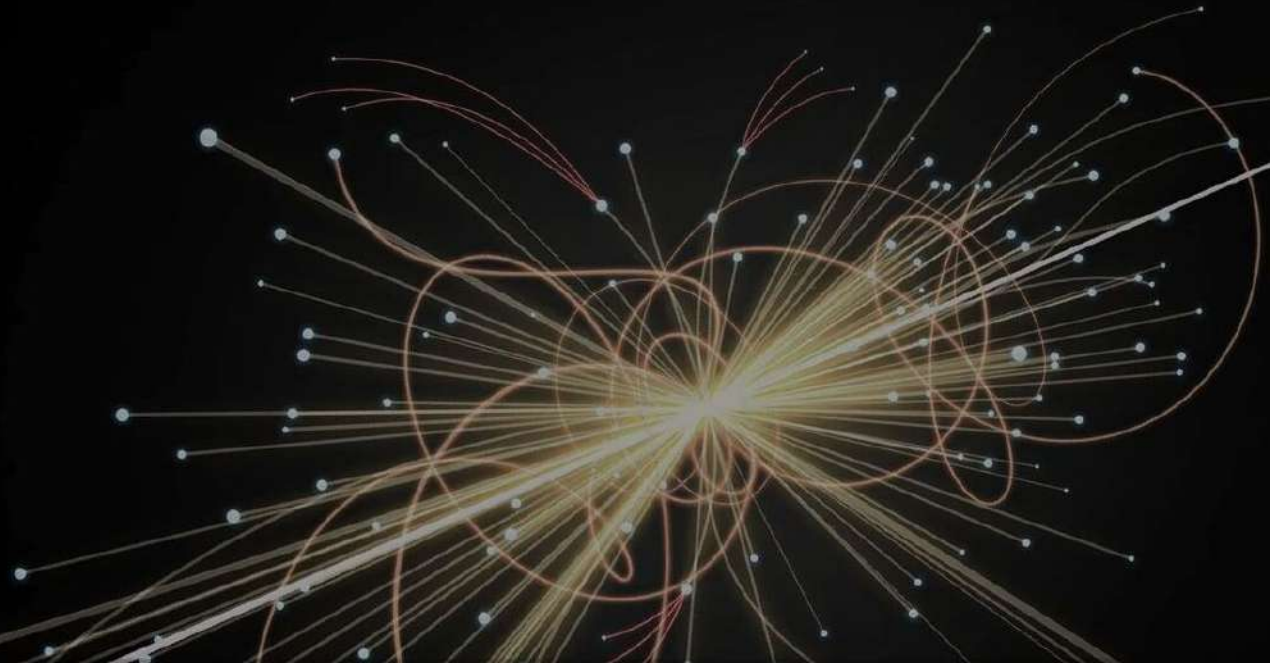
Causa #1: Invención del F2P

Un juego es un ejercicio de optimización del entretenimiento

Ejemplo: piedra papel tijera

Ejemplo: Fuera de juego

Ejemplo: Quake vs. Wolfenstein



Causa #1: Invención del F2P

Un juego es un ejercicio de optimización del entretenimiento

Un F2P es un ejercicio de optimización de un modelo económico

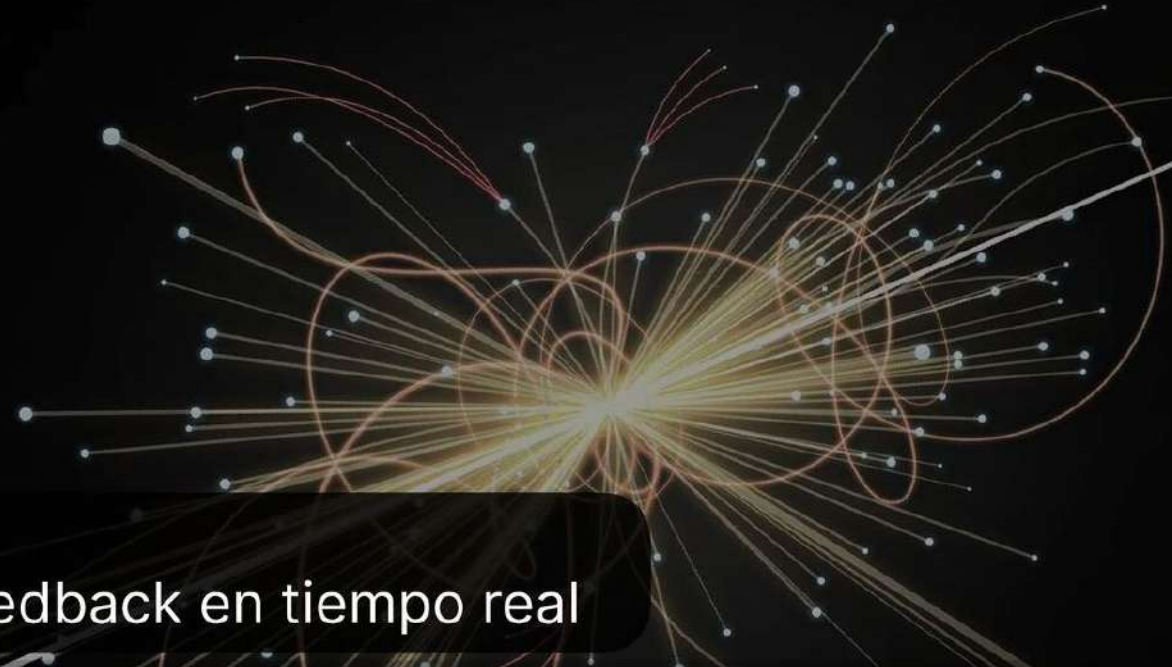
Adquisición

Retención

Conversión

Monetización

Todo ello, en un ciclo cerrado de feedback en tiempo real



¿Resultado?

El F2P no es en sí malo. Es una arma poderosa, si se usa bien.

Ejemplos: Fortnite, LoL y mil otros

¿Problema? El F2P ha atraído gente a la que el entretenimiento les importa tres pepinos.



正射正中

Seisha Seichu

"la postura correcta garantiza el impacto seguro"

G.M.T.



Causa #2: Covid

Gente encerrada

Videojuegos = socialización

Específicamente, multijugador

Falsa sensación de crecimiento

Atracción de fondos de inversión

Que no se caracterizan por apostar por la innovación

Resultado? Saturación en GAAS



Efecto #1

Vorágine inversora con la ola Covid

Presión inversora por atacar el sector más rentable (GaaS)

Efecto #2

Como los fondos apretaban para hacer GAAS...

... mucho estudio no-GAAS se vio tentado / forzado a migrar hacia GAAS

Efecto #3: llegada en masa de títulos similares,
no competitivos



En 2023-24, llegan al mercado miles de juegos, concentrados en unos pocos géneros.

¿Con qué se encuentran?

Sunken cost analysis

Hacer que la gente gaste.

Hacer que la gente obtenga.

Por tanto, tu «cuenta de usuario» vale mucho.

Eso te retiene, hace que no des oportunidades a juegos nuevos.

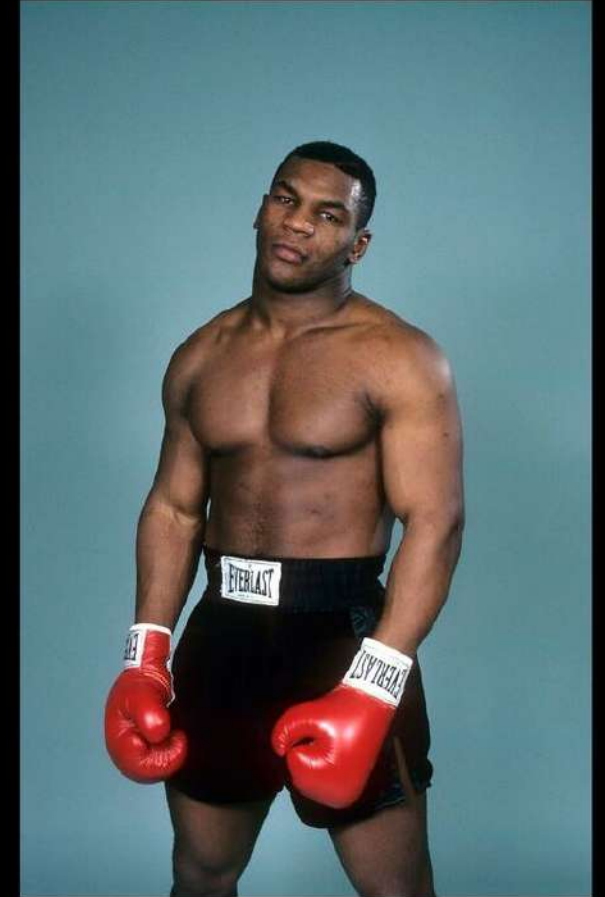
¿Con qué se encuentran?

Nuevo vs. rodado

Un juego que lleva 5, 10 años en el mercado está **más rodado**:

- ▶ Gameplay más pulida
- ▶ Retención más pulida
- ▶ Monetización más pulida
- ▶ Adquisición más pulida

Es un combate Mike Tyson vs. mi madre

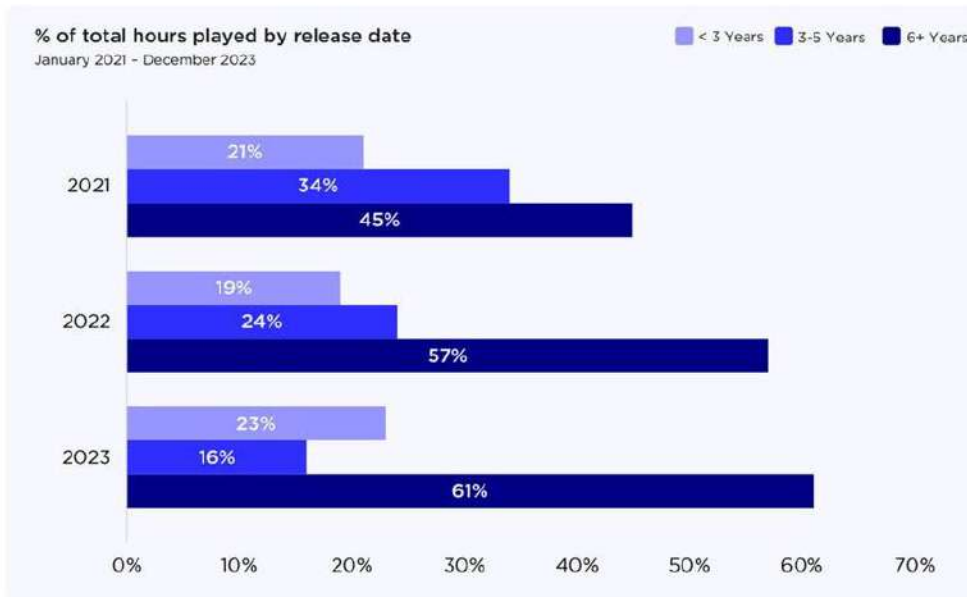


¿Resultado? *La marabunta + el yermo*

1. Jugadores descubren nuevo incauto que lo intenta
2. Jugadores acuden en masa (en el fondo, quieren novedad)
3. Saturan servers
4. Falsa ilusión de triunfo
5. Dicen “oh, no es mejor que X”
6. Se vuelven a X
7. Estudio quiebra

Veamos la foto del desastre

Titles six years old and over accounted for more than 60% of playtime from 2022 through 2023



Players are spending more time on games that came out six or more years ago. The time spent on these accounts for **over 60% of the time spent in games in 2023**.

These **older games are gaining an increasing share of playtime over games between three and five years old**, which dropped in playtime in 2021 and 2022. The drop in playtime in 2022 can be attributed to *Fortnite's* shift into a 6+-year-old game, but not in 2023.

2023 was a solid year for new game releases*, with the share of **new game playtime rising to 23%** (from 19% in 2022).

Both new games and 6+-year-old games took playtime from the category of games between three and five years old. This shows just **how difficult it's become to create a game that keeps players engaged for a long time**.

* New games are defined as games that launched after January 1st, 2022.

Veamos la foto del desastre

Games ranking in the top 10 by average MAU are over seven years old on average and generally fall into one of four categories



Top 10 games by average MAU in 2023

Per platform

PC 37 Markets 2023	PlayStation 37 Markets 2023	Xbox 37 Markets 2023	Switch US & UK 2023
1 Fortnite	1 Fortnite	1 Fortnite	1 Fortnite
2 Roblox	2 Grand Theft Auto V	2 Call of Duty: Modern Warfare II/III/Warzone 2.0	2 The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom
3 Minecraft	3 Call of Duty: Modern Warfare II/III/Warzone 2.0	3 Grand Theft Auto V	3 Super Mario Bros. Wonder
4 Counter-Strike 2 & GO*	4 EA Sports FC 24	4 Minecraft	4 Mario Kart 8
5 The Sims 4	5 Roblox	5 Roblox	5 Minecraft
6 Call of Duty: Modern Warfare II/III/Warzone 2.0*	6 Rocket League	6 Tom Clancy's Rainbow Six: Siege	6 Pokémon Scarlet/Violet
7 League of Legends	7 Minecraft	7 Rocket League	7 Fall Guys
8 Valorant	8 Tom Clancy's Rainbow Six: Siege	8 Starfield	8 Animal Crossing: New Horizons
9 Grand Theft Auto V	9 Apex Legends	9 Apex Legends	9 Hogwarts Legacy
10 Rocket League	10 Fall Guys	10 FIFA 23	10 Super Smash Bros. Ultimate
Average years on the market 9.6 years	Average years on the market 7.4 years	Average years on the market 7.2 years	Average years on the market 3.9 years

* Call of Duty: Modern Warfare III and Counter-Strike 2 share the same executable with their predecessors, and these rankings include the average MAU of those releases plus their predecessors.

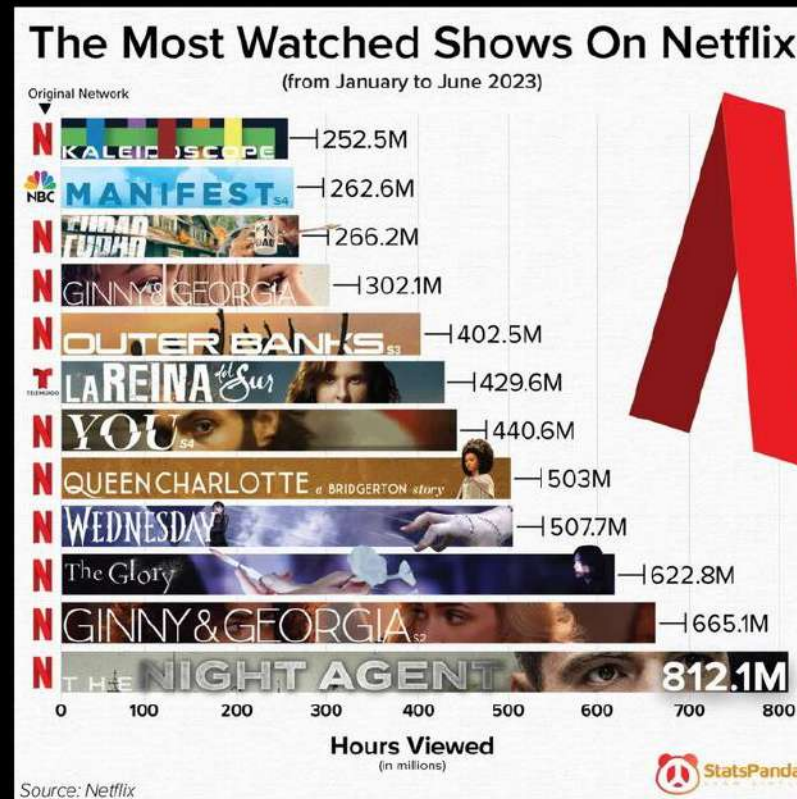
¿Decías?



Y es incluso peor... *dry pockets*



Comparemos con Netflix



¿Por qué la comparación es relevante?

Una serie no es adictiva

Una serie no puede optimizar para
retener

Una serie no tiene «sunken cost»



Casi todas las series
son nuevas

Top 10 franquicias más vendidas, PC

Minecraft – Over 238 million copies sold (cross-platform, PC included).

The Sims – Over 200 million copies sold (across all installments: The Sims 1, 2, 3, 4).

World of Warcraft – Over 100 million total accounts created (MMORPG subscriptions are a major factor beyond just direct sales).

Diablo – Over 50 million copies sold (across Diablo I, II, III, and IV).

PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG) – Over 75 million copies sold (cross-platform, PC included).

Counter-Strike – Over 40 million copies sold (across all versions, including CS).

StarCraft – Over 17 million copies sold (across StarCraft I and II).

Civilization – Over 57 million copies sold (across all versions of Sid Meier's Civilization).

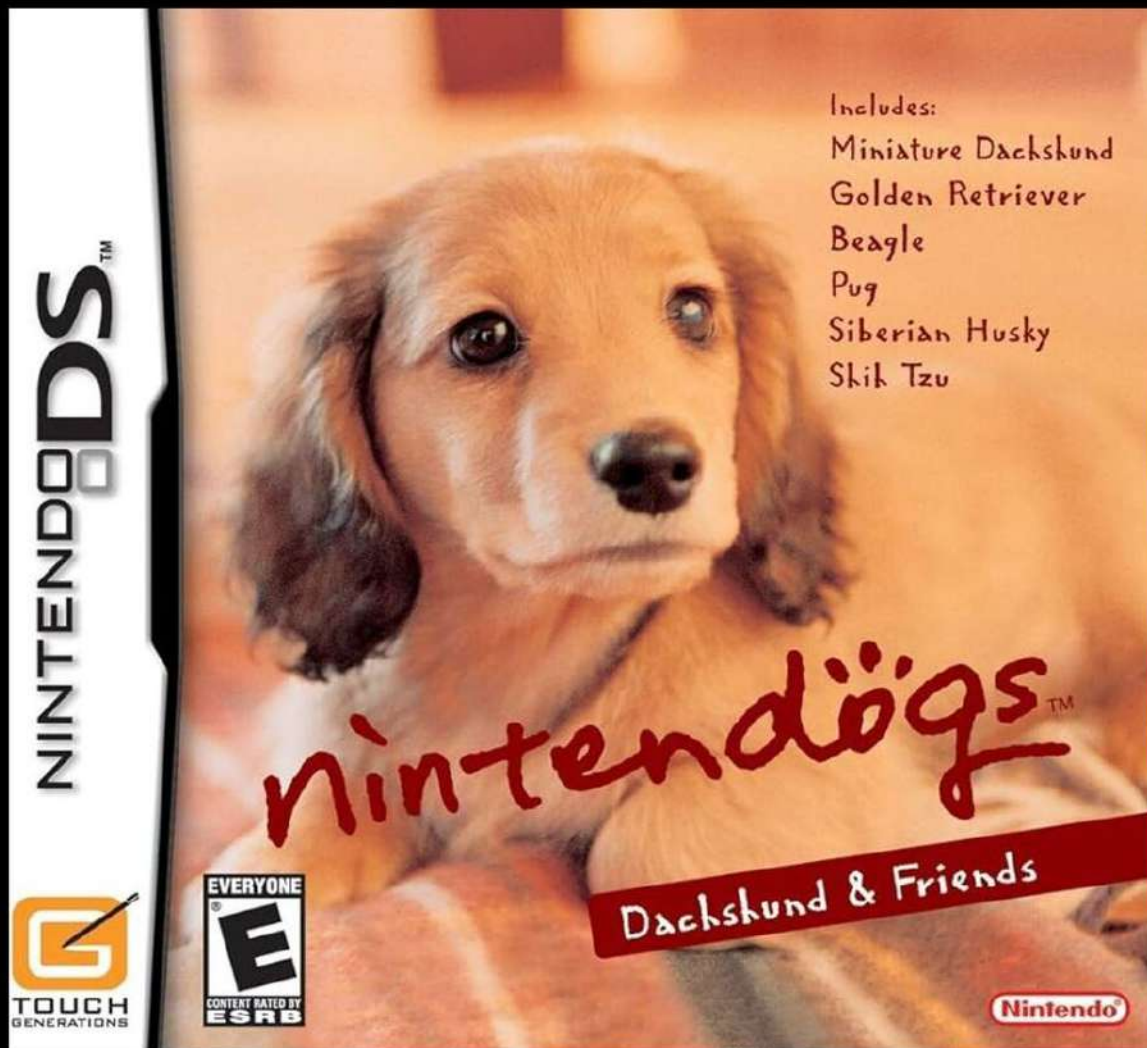
Half-Life – Over 32 million copies sold (across Half-Life and Half-Life 2).

Terraria – Over 44 million copies sold (cross-platform, PC included).

¿No veis el patrón?

Normal. Es que no lo hay.

La creatividad no tiene patrón.



La creatividad es un relámpago en la noche.

Cuando una industria creativa niega la
creatividad, pasa esto.

Y eso... ¿es malo?

A fin de cuentas, la industria gana dinero como nunca...

Ejemplo relevante: Marvel





DEADPOOL

¿Nos colgamos
de un pino?



I have been waiting.

Recordar por qué haces esto.

Somos una industria que optimiza el entretenimiento...

... y que cobra por ello.

Tenemos que dejar de escuchar cantos de sirena.

Juegos nuevos.

De diseñadores haciendo lo que saben hacer, no lo que el cuerpo les pide.

Pequeños, para iterar rápido.