

ESTUDIO DE MERCADO

Formulación de proyectos



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PROYECTO DE ANIMACIÓN 3D

Contenido

Introducción	2
Objetivos del Estudio.....	3
Alcance del Estudio	4
Metodología	5
Tipo de Investigación:.....	5
Técnicas de Recopilación de Datos:.....	5
Proceso de Recopilación de Datos:	5
Análisis de Competencia	5
Lista de Competidores:.....	5
Fortalezas y Debilidades:.....	5
Estrategias de Marketing:.....	5
Principales Amenazas:.....	6
Análisis de Mercado	9
Tamaño del Mercado:.....	9
Tendencias del Mercado:	9
Demografía del Mercado:.....	11
Segmentación del Mercado:	12
Análisis FODA	13
Fortalezas:	13
Oportunidades:	13
Debilidades:.....	13
Amenazas:	14
Investigación de Precios	14
Plan de Marketing	15
Objetivos de Marketing:	15
Estrategias de Marketing:.....	15
Propuesta de Calendario de Marketing:.....	17
Conclusiones	19
Bibliografía	20

Proyecto de animación 3D:

“Fear Fair” (La feria del miedo)

Objetivo del Estudio: **Análisis de mercado objetivo**

Fecha: **07/10/2023**

Responsable del Estudio: **Ignacio Andrade Salazar**

Introducción

En el mundo de la animación 3D, la creatividad y la innovación convergen para dar vida a mundos imaginarios, personajes cautivadores y narrativas envolventes. En este contexto, un pequeño grupo de apasionados animadores 3D se ha unido con el objetivo de dar rienda suelta a su talento y crear proyectos sorprendentes que deslumbren a audiencias de todas las edades.

Este estudio de mercado tiene como objetivo arrojar luz sobre las estrategias de promoción y alcance que este grupo de animadores 3D puede emplear para destacar en un mercado cada vez más competitivo. Con la visión de crear proyectos pequeños pero impactantes, el estudio de mercado se enfocará en identificar oportunidades, audiencias potenciales y estrategias efectivas que impulsen el éxito de este grupo creativo.

A través de un análisis detallado de la industria de la animación 3D, la competencia existente, las tendencias actuales y las preferencias del público, este estudio proporcionará una base sólida para el desarrollo de estrategias de marketing y promoción que permitan al grupo de animadores alcanzar sus metas y captar la atención de aquellos que anhelan experiencias visuales excepcionales.

A medida que continuamos en esta exploración, invitamos a los lectores a adentrarse en el fascinante mundo de la animación 3D y a descubrir cómo este grupo de talentosos creadores está listo para marcar la diferencia en esta industria llena de posibilidades.

Objetivos del Estudio

1. **Análisis de Mercado:** Realizar una investigación exhaustiva de proyectos de animación 3D similares que hayan tenido éxito, examinando su trayectoria, estrategias de marketing, públicos objetivo y resultados obtenidos.
2. **Identificación de Tendencias:** Identificar las tendencias actuales en la industria de la animación 3D, incluyendo temas populares, estilos de animación, plataformas de distribución y preferencias de audiencia.
3. **Evaluación de Competidores:** Analizar a fondo a los competidores en el mercado, destacando sus fortalezas, debilidades y estrategias de marketing utilizadas en proyectos similares.
4. **Segmentación de Audiencia:** Definir los segmentos de audiencia más relevantes para los proyectos de animación 3D, identificando sus características demográficas, intereses y comportamientos de consumo.
5. **Exploración de Estrategias de Promoción:** Investigar y resumir las estrategias de promoción utilizadas en proyectos de animación 3D exitosos, incluyendo la presencia en redes sociales, campañas de publicidad, colaboraciones y marketing de contenidos.
6. **Mapeo de Plataformas de Distribución:** Identificar las plataformas de distribución digital y física utilizadas por proyectos similares, evaluando su efectividad en la difusión del contenido.
7. **Evaluación de Resultados:** Examinar los resultados y logros obtenidos por proyectos comparables, incluyendo métricas de éxito como la audiencia alcanzada, las calificaciones y reseñas, y los premios obtenidos.
8. **Recomendaciones Estratégicas:** Basándose en la investigación realizada, proporcionar recomendaciones estratégicas para el grupo de animadores 3D, destacando las mejores prácticas y enfoques que podrían aplicarse a sus proyectos.
9. **Identificación de Nichos de Mercado:** Identificar nichos de mercado no explotados o sub-atendidos en la animación 3D que podrían representar oportunidades de crecimiento.

Alcance del Estudio

1. Tipo de Investigación: El estudio se centrará exclusivamente en la investigación secundaria, que consiste en recopilar y analizar datos y estudios ya existentes relacionados con proyectos de animación 3D y la industria en general.
2. Período de Análisis: El alcance incluirá proyectos y estudios realizados en los últimos cinco años para garantizar la relevancia de la información recopilada.
3. Fuentes de Información: Se recopilará información de fuentes confiables y diversas, como informes de mercado, análisis de la industria, artículos académicos, reseñas de proyectos, entrevistas con expertos y cualquier otra fuente relevante disponible.
4. Temas Clave de Investigación:
 - Estrategias de promoción y marketing utilizadas en proyectos de animación 3D.
 - Tendencias actuales en la industria de la animación 3D.
 - Perfil y preferencias de la audiencia objetivo.
 - Éxito y resultados de proyectos de animación 3D similares.
 - Plataformas de distribución y canales de promoción efectivos.
5. Competidores Seleccionados: Se investigarán y analizarán proyectos de animación 3D específicos que sean comparables en tamaño y enfoque al proyecto del grupo de animadores, con un enfoque en aquellos que han logrado un éxito notable.
6. Análisis de Resultados: Se resumirán y analizarán los resultados de la investigación secundaria para proporcionar una visión clara de las mejores prácticas, tendencias y estrategias relevantes.
7. Recomendaciones Estratégicas: Se proporcionarán recomendaciones estratégicas basadas en los hallazgos del estudio, con el objetivo de ayudar al grupo de animadores a planificar y ejecutar proyectos exitosos.

8. Limitaciones del Estudio: Se reconocerán las limitaciones del estudio, que incluirán la disponibilidad de datos y la posibilidad de que los resultados varíen según la fuente y el enfoque de cada proyecto estudiado.

Metodología

Tipo de Investigación: La investigación es cualitativa ya que no se realizarán encuestas, simplemente se analizarán gustos y aportaciones que el mercado objetivo ha hecho a proyectos similares.

Técnicas de Recopilación de Datos: Análisis de datos ya existentes de proyectos similares.

Proceso de Recopilación de Datos: Se realizará una investigación exhaustiva sobre proyectos similares a este, el como fue la aceptación del mercado, el alcance que tuvo y que hizo para lograr quedarse en el mercado.

Análisis de Competencia

Lista de Competidores: Dentro del mundo de la animación existen gran variedad de competidores, ya sean estudios de renombre como Pixar, Disney, así como pequeños estudios independientes, en nuestro caso como somos un competidor a escala pequeña consideraremos solo los animadores pequeños como los FreeLancer entre otros.

Fortalezas y Debilidades: Algunos cuentan con experiencia bastante desarrollada y conocen estrategias para atraer el mercado.

Estrategias de Marketing:

1. Crear un sitio web y portafolio en línea para mostrar proyectos anteriores, habilidades y experiencia.
2. Utilizar redes sociales como Instagram, Facebook, LinkedIn y Twitter para promocionar el trabajo y establecer una presencia en línea. Compartir imágenes, videos y actualizaciones sobre proyectos y crear una comunidad de seguidores interesados en la animación 3D.

3. Colaborar con otros artistas y creativos en proyectos conjuntos para ampliar la red y mostrar el talento a nuevas audiencias.
4. Unirse a foros y comunidades en línea relacionadas con la animación 3D, participar en discusiones, compartir consejos y ofrecer experiencia para establecer una reputación como profesional.
5. Crear un blog y contenido educativo en el sitio web, incluyendo tutoriales, consejos, reseñas de software y más, para atraer a estudiantes y profesionales interesados en aprender y mejorar sus habilidades.
6. Crear una lista de correo electrónico y enviar boletines informativos o actualizaciones sobre proyectos y servicios para mantener a los contactos informados y comprometidos.
7. Ofrecer proyectos pequeños a precios asequibles o incluso de forma gratuita a clientes potenciales como una forma de mostrar capacidades y atraer a futuros clientes.
8. Solicitar testimonios y referencias de clientes satisfechos y mostrarlos en el sitio web como una poderosa herramienta de marketing.
9. Invertir en publicidad en línea a través de plataformas como Google Ads o redes sociales para llegar a un público más amplio.
10. Asistir a eventos y ferias comerciales relacionados con la animación 3D para establecer contactos y promocionar el trabajo.
11. Enviar comunicados de prensa y establecer relaciones con periodistas y blogueros de la industria para obtener menciones en medios de comunicación y exposición adicional.
12. Solicitar recomendaciones a clientes satisfechos para atraer nuevos proyectos y colaboradores.

Principales Amenazas:

En cualquier sector del mercado, existen diversos factores que pueden afectar a la competencia, pero podemos rescatar algunos importantes como los siguientes:

- Competencia Feroz: La presencia de estudios de animación establecidos y grandes competidores en la industria puede dificultar la entrada y el

crecimiento de nuevos proyectos. La competencia feroz por la atención de la audiencia y los recursos puede ser una amenaza constante.

- Cambios en las Tendencias de la Industria: La industria de la animación 3D es dinámica y está sujeta a cambios rápidos en las tendencias y tecnologías. Un proyecto que no se adapte a las tendencias cambiantes puede quedar obsoleto.
- Problemas de Financiamiento: La falta de financiamiento adecuado puede ser una amenaza para proyectos de animación, ya que la producción de contenido de alta calidad suele requerir inversiones significativas en tecnología y talento.
- Dificultades de Distribución: Si un proyecto no tiene acceso a canales efectivos de distribución, como plataformas de streaming o mercados internacionales, su alcance y visibilidad pueden verse limitados.
- Calidad y Reputación: La calidad de la animación y la reputación del proyecto son esenciales. Si un proyecto recibe críticas negativas o no satisface las expectativas del público, su reputación podría verse dañada.
- Piratería y Derechos de Autor: La piratería de contenido puede reducir los ingresos y la rentabilidad de un proyecto. Además, problemas legales relacionados con los derechos de autor pueden surgir y afectar negativamente la operación del proyecto.
- Cambios en la Demanda del Público: Las preferencias del público pueden cambiar con el tiempo. Si un proyecto no se adapta a las demandas cambiantes del público, podría perder su atractivo.
- Desarrollo Tecnológico: La evolución tecnológica en la animación 3D puede ser una amenaza para proyectos que no sigan el ritmo de las últimas innovaciones. La falta de actualización tecnológica podría llevar a la obsolescencia.
- Efectos Económicos Globales: Eventos económicos globales, como recesiones, crisis financieras o fluctuaciones en las tasas de cambio, pueden afectar la inversión en proyectos de entretenimiento, lo que podría representar una amenaza para la financiación y el éxito del proyecto.

- Cambio en la Regulación: Cambios en las regulaciones de la industria o la legislación de derechos de autor pueden afectar la forma en que se produce y se distribuye el contenido de animación.
- Problemas de Producción: Problemas internos, como retrasos en la producción, problemas de gestión o conflictos dentro del equipo, pueden amenazar la calidad y la entrega oportuna del proyecto.

Es importante para cualquier proyecto de animación 3D estar preparado para abordar estas amenazas mediante una planificación estratégica sólida, adaptabilidad a los cambios del mercado y un enfoque constante en la calidad y la satisfacción del público.

Análisis de Mercado

Tamaño del Mercado:

Para determinar una estimación del mercado de videojuegos del área de mi interés primero tenemos que identificar el tipo de videojuego que se desarrollará, como lo mencionamos anteriormente nuestra principal historia se centra en un juego de terror y suspenso, por lo que lo mas probable es que sea jugado por personas adultas, y según datos de la Asociación de Software de Entretenimiento (ESA) en los Estados Unidos, en 2020, el 65% de los adultos jugaba videojuegos, y el 37% de los jugadores prefería los juegos de acción, aventuras, terror y suspenso. Esto sugiere que un segmento significativo de jugadores disfruta de los juegos de terror y suspenso.

Si aplicamos estas estadísticas a nivel mundial, teniendo en cuenta que la industria de los videojuegos es global y que los juegos de terror y suspenso tienen un atractivo universal, podríamos estimar que al menos un tercio de los jugadores en todo el mundo disfrutan de estos géneros.

Dado que el número total de jugadores en todo el mundo es extremadamente grande (miles de millones), incluso un tercio de esa población representa un mercado significativo. Sin embargo, es importante destacar que el tamaño del mercado puede variar según la región y la plataforma, y también depende de factores como la calidad y la popularidad de los juegos específicos en esos géneros.

Tendencias del Mercado:

La industria de la animación 3D y los videojuegos es dinámica y está en constante evolución. A continuación, te menciono algunas de las tendencias actuales que están dando forma a esta industria:

1. Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA):

La RV y la RA siguen siendo tendencias importantes en la industria de los videojuegos y la animación. Los desarrolladores están creando experiencias inmersivas que permiten a los usuarios interactuar con el entorno digital de formas totalmente nuevas.

2. Streaming de Juegos:

Plataformas como Google Stadia, NVIDIA GeForce Now y Xbox Cloud Gaming (anteriormente conocido como Project xCloud) están ganando relevancia al permitir a los jugadores transmitir juegos de alta calidad directamente a sus dispositivos, sin necesidad de hardware de juego de gama alta.

3. Animación 3D en Tiempo Real:

La animación 3D en tiempo real se está volviendo cada vez más importante, no solo en los videojuegos, sino también en la producción de contenido de animación en tiempo real para plataformas de transmisión y redes sociales.

4. Gráficos de Alta Calidad y Ray Tracing:

Los avances en hardware y software están permitiendo gráficos de alta calidad y técnicas de trazado de rayos en tiempo real, lo que proporciona una calidad visual asombrosa en juegos y animaciones.

5. Contenido Interactivo y Narrativa Ramificada:

Los videojuegos y las experiencias de animación están adoptando narrativas ramificadas y decisiones interactivas que permiten a los usuarios influir en la dirección de la historia.

6. Juegos Multijugador en Línea (MOBA, Battle Royale, etc.):

Los juegos multijugador en línea siguen siendo extremadamente populares. Los géneros como los juegos de batalla real y los juegos de arena de batalla en línea (MOBA) han alcanzado un gran éxito.

7. Streaming y Contenido en Vivo:

La transmisión en vivo de juegos y contenido de animación en plataformas como Twitch y YouTube Gaming está en auge. Los creadores de contenido generan audiencias masivas y generan ingresos a través de transmisiones en vivo.

8. Desarrollo de Juegos Independientes (Indie):

Los desarrolladores independientes están creando juegos y proyectos de animación 3D innovadores y únicos que atraen a audiencias específicas y a menudo se destacan por su creatividad.

9. Inclusividad y Diversidad:

Hay un aumento en la atención a la inclusividad y la diversidad en los videojuegos y la animación, con personajes y tramas que reflejan una variedad de identidades y experiencias.

10. Metaversos y Mundos Virtuales:

Empresas como Facebook (ahora Meta) están invirtiendo en la creación de metaversos y mundos virtuales, donde los usuarios pueden interactuar, socializar y jugar en entornos digitales compartidos.

Estas tendencias representan solo una parte del panorama en constante cambio de la industria de la animación 3D y los videojuegos. Los avances tecnológicos, las preferencias de la audiencia y la creatividad de los desarrolladores continúan impulsando la evolución de esta industria emocionante.

Demografía del Mercado:

Basándonos en una investigación realizada sobre los videojuegos de terror en un artículo publicado llamado “¿Tus gritos venden?, el mercado de los videojuegos de terror”, en donde se entrevistó a 269 estudiantes universitarios nos proporciona la siguiente información:

“El horror hace uso del contenido perturbador y retorcido, por lo que limita a su público potencial a las audiencias más jóvenes y de género masculino, además, los jugadores más interesados en los videojuegos de horror son los que, generalmente, invierten una mayor cantidad de su tiempo jugando (Perron, 2014). Es decir, los jugadores casuales y menos experimentados con el mando de juego, suelen tener menos interés por los videojuegos de horror e incluso soportan menos tiempo jugando. Curiosamente, a pesar de que los hombres juegan más videojuegos de horror, no hay diferencias de género en cuanto al grado de horror experimentado (Lynch y Martins, 2015).”

Segmentación del Mercado:

Debido al mercado objetivo que maneja este proyecto, prácticamente son personas adultas y con al menos un poco de experiencia en los videojuegos, podríamos segmentarlo por el tipo de plataforma que utilizan, o por la cantidad de tiempo que dedican a jugar ese tipo de videojuegos.

Análisis FODA

Fortalezas:

- Talento Creativo: Si cuentas con un grupo de animadores 3D talentosos y apasionados, esto es una gran fortaleza. La creatividad y la habilidad son fundamentales en la animación.
- Innovación: Si tu proyecto se destaca por su originalidad o utiliza tecnología innovadora en la animación 3D, esto puede ser una ventaja competitiva.
- Enfoque de Nicho: Si tu proyecto se dirige a un nicho específico de entusiastas de la animación 3D o amantes del terror y el suspenso, puedes aprovechar una audiencia altamente enfocada.

Oportunidades:

- Demanda de Contenido de Calidad: Existe una creciente demanda de contenido de animación 3D de alta calidad en diversas plataformas, incluyendo streaming y videojuegos.
- Plataformas de Distribución en Línea: Las plataformas en línea ofrecen oportunidades para llegar a una audiencia global sin la necesidad de canales de distribución tradicionales.
- Colaboraciones Estratégicas: Colaborar con otros creativos o estudios de animación puede ampliar tus oportunidades y alcance en la industria.

Debilidades:

- Recursos Limitados: Si tienes recursos limitados en términos de financiamiento o personal, podría ser un desafío producir contenido de alta calidad de manera constante.
- Competencia: La industria de la animación 3D es altamente competitiva, y destacarse puede ser difícil en un mercado saturado.
- Complejidad Técnica: La animación 3D puede ser técnicamente desafiante, y los obstáculos técnicos pueden ralentizar la producción.

Amenazas:

- Cambios en las Preferencias de la Audiencia: Las preferencias de la audiencia pueden cambiar rápidamente, y un proyecto que no se adapte podría perder relevancia.
- Piratería: La piratería de contenido es una amenaza en la industria de la animación, lo que podría afectar tus ingresos.
- Competidores Establecidos: Enfrentar a estudios de animación más grandes y establecidos puede ser una amenaza, especialmente si tienen más recursos.
- Obsolescencia Tecnológica: Si no te mantienes al día con las últimas tecnologías de animación, podrías quedar obsoleto.

Investigación de Precios

El precio esperado por un cliente para un juego de terror puede variar según varios factores, incluyendo la plataforma de lanzamiento, la calidad del juego, la duración, las características adicionales y la reputación del desarrollador. Además, el precio de los juegos de terror puede diferir en función de la región y las tendencias actuales del mercado. Aquí hay algunas consideraciones generales:

- Juegos Indie: Los juegos de terror desarrollados por estudios independientes (indie) a menudo tienen precios más bajos en comparación con los títulos de grandes empresas. Los precios pueden oscilar entre \$10 y \$30 USD o su equivalente en otras monedas.
- Juegos AAA: Los juegos de terror de alto presupuesto desarrollados por grandes estudios (conocidos como títulos AAA) tienden a tener precios más altos. Pueden costar entre \$40 y \$60 USD o más en su lanzamiento.
- Ediciones Especiales y Contenido Adicional: Los juegos a menudo ofrecen ediciones especiales con contenido adicional, como expansiones, DLC (contenido descargable) o elementos cosméticos. Estos pueden aumentar el precio total del juego.
- Plataforma: El precio también puede variar según la plataforma. Los juegos de PC, a menudo disponibles en plataformas de distribución en línea como

Steam, pueden tener precios más bajos en comparación con los juegos de consola.

- Ofertas y Descuentos: Los descuentos y ofertas temporales, como ventas de Steam o promociones en consolas, pueden influir en el precio que los clientes están dispuestos a pagar.
- Reputación y Antecedentes del Desarrollador: Los juegos de terror desarrollados por estudios con una buena reputación o éxitos anteriores pueden tener un precio más alto debido a la confianza de los clientes en la calidad.
- Longitud y Calidad de la Experiencia: Los juegos de terror con una experiencia más larga y de alta calidad a menudo pueden justificar precios más altos.
- Reseñas y Críticas: Las reseñas y críticas positivas pueden influir en la percepción de valor de un juego y, por lo tanto, en el precio que los clientes están dispuestos a pagar.

Plan de Marketing

Objetivos de Marketing:

- Aumentar la conciencia y el interés en el juego de terror.
- Generar anticipación y emoción entre el público objetivo.
- Convertir el interés en ventas y descargas del juego.

Estrategias de Marketing:

1. Creación de Contenido de Pre-Lanzamiento:

Desarrollar teasers, avances y contenido exclusivo que muestre el juego de manera atractiva sin revelar demasiado.

2. Creación de un Sitio Web y Redes Sociales:

Crear un sitio web dedicado al juego y establece perfiles en redes sociales relevantes. Utiliza estas plataformas para compartir noticias, avances y contenido detrás de escena.

3. Campañas de Marketing de Influencia:

Colaborar con influencers y creadores de contenido en plataformas como YouTube, Twitch y redes sociales que se especialicen en juegos de terror.

4. Participación en Eventos y Convenciones:

Si es posible, participar en eventos y convenciones de videojuegos para mostrar el juego a una audiencia amplia.

5. Pruebas Beta Abiertas o Cerradas:

Lanzar pruebas beta para obtener comentarios de jugadores y generar anticipación.

6. Estrategia de Precio y Descuentos:

Considerar estrategias de precios competitivas y ofertas promocionales para atraer a los compradores.

7. Comunicación Constante:

Mantén una comunicación constante con la comunidad de jugadores a través de redes sociales, foros y correo electrónico. Escucha sus comentarios y responde a sus preguntas.

8. Estrategia de Lanzamiento:

Planificar un lanzamiento en etapas, comenzando con una fase de acceso anticipado o un lanzamiento en plataformas específicas antes del lanzamiento completo.

9. Publicidad Online:

Utilizar publicidad en línea, como anuncios en redes sociales y campañas de Google Ads, para llegar a una audiencia más amplia.

10. Actualizaciones y Contenido Post-Lanzamiento:

Planifica contenido adicional y actualizaciones para mantener el interés de los jugadores después del lanzamiento inicial.

11. Monitoreo y Análisis:

Utilizar herramientas de análisis para realizar un seguimiento del rendimiento de tus estrategias de marketing y ajustarlas según sea necesario.

12. Obtención de Reseñas y Cobertura de Medios:

Enviar copias del juego a medios de comunicación y revisores para obtener reseñas y cobertura.

Propuesta de Calendario de Marketing:

Fase de Preparación (3-6 meses antes del lanzamiento):

- Definir estrategia de marketing.
- Crear sitio web y perfiles en redes sociales.
- Contratar influencers y creadores de contenido.
- Desarrollar contenido de pre-lanzamiento (avances, teasers, imágenes, etc.).

Fase de Pre-Lanzamiento (1-2 meses antes del lanzamiento):

- Iniciar campañas de anticipación en redes sociales.
- Lanzar teasers y avances del juego.
- Organizar pruebas beta abiertas o cerradas.
- Enviar copias del juego a revisores y medios de comunicación.

Lanzamiento (Día 0):

- Lanzar el juego en plataformas seleccionadas.
- Comunicar el lanzamiento en redes sociales y sitios web de noticias de juegos.

Fase de Post-Lanzamiento (Continua):

- Mantener una comunicación constante con la comunidad de jugadores en redes sociales.
- Recopilar comentarios y sugerencias de jugadores.
- Implementar actualizaciones y contenido adicional según sea necesario.

Publicidad en Línea (Continua):

- Iniciar campañas publicitarias en línea, incluyendo anuncios en redes sociales y Google Ads.
- Evaluar y ajustar estrategias publicitarias según el rendimiento.

Colaboraciones con Influencers (Continúa):

- Continuar colaborando con influencers para promocionar el juego a lo largo del ciclo de vida.
- Eventos y Convenciones (Según oportunidades):
- Participar en eventos y convenciones de videojuegos cuando sea posible para aumentar la visibilidad.

Actualizaciones y Contenido Post-Lanzamiento (Continúa):

- Planificar y lanzar contenido adicional, expansiones o actualizaciones para mantener el interés de los jugadores.

Monitoreo y Análisis (Continúa):

- Utilizar herramientas de análisis para rastrear el rendimiento de las estrategias de marketing y ajustarlas según sea necesario.
- Obtención de Reseñas y Cobertura de Medios (Continúa):
- Continuar buscando reseñas y cobertura en medios de comunicación para mantener la visibilidad.

Comunicación con la Comunidad (Continúa):

- Mantener una comunicación constante con la comunidad a través de redes sociales, foros y correo electrónico.

Conclusiones

Con la investigación realizada, y con los conocimientos y experiencia que tenemos en el mundo de los videojuegos, podemos concluir que la principal tendencia en el desarrollo de productos digitales esta apenas en el auge de crecimiento y que conforme pasen los años este se fortalecerá porque es una época fuerte para el despliegue de aplicaciones de este tipo, pero hay que tener cuidado ya que debido a eso, existen muchos productos similares y hay que tener en cuenta esto a la hora de ofrecer nuestro producto ya que este debe tener algo que lo diferencie y llame la atención del mercado objetivo, que en este caso son los adultos, en general de genero masculino que cuentan ya con experiencia en los videojuegos.

Bibliografía

Gamasutra: Un sitio web de noticias y recursos para profesionales de la industria de los videojuegos. Contiene artículos, blogs y análisis relacionados con el desarrollo y el marketing de videojuegos.

Polygon: Un sitio web que cubre noticias, análisis y reseñas de videojuegos. Puede proporcionar información actualizada sobre tendencias en la industria y opiniones de expertos.

The Game Developers Conference (GDC): Un importante evento anual de la industria de los videojuegos que ofrece charlas, talleres y paneles relacionados con el desarrollo y el marketing de videojuegos.

Entertainment Software Association (ESA): La asociación comercial de la industria de los videojuegos en los Estados Unidos. Ofrece datos y estadísticas sobre la industria.

ESA

Steam Developer Hub: Si estás interesado en lanzar tu juego en la plataforma de Steam, este recurso proporciona información sobre la distribución de juegos en Steam y estadísticas de la plataforma.

Unity 3D Blog: Si estás utilizando el motor Unity para desarrollar tu juego, el blog oficial de Unity 3D ofrece consejos y recursos relacionados con el desarrollo de juegos.

Informes de mercado y análisis de Newzoo: Newzoo es una empresa de análisis de mercado especializada en la industria de los videojuegos. Sus informes y análisis ofrecen datos valiosos sobre tendencias de mercado y estadísticas.

Asociación Internacional de Profesionales de Marketing de Videojuegos (IMGA): Esta asociación proporciona información y recursos relacionados con el marketing de videojuegos.