

Curso de Pregrado “Pensamiento Sistémico” 2019

EL ABUSO DE LOS MICROPAGOS EN LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS

Sebastián
Bustamante Cardona
EAFIT
sbusta16@eafit.edu.co

Jhon Fernando
Oquendo Holguín
EAFIT
joquend4@eafit.edu.co

Diego Fernando
Martínez Osorio
EAFIT
dmarti22@eafit.edu.co

Jairo Andrés
Ruiz Machado
EAFIT
jruizma2@eafit.edu.co

Abstract. *In recent years the video game industry has seen a growing number of games including microtransactions as their primary source of revenue. In this paper we aim to analyze this trend and its impact on the gaming industry on a global scale. We also analyze how the increasing amount of microtransactions affect the consumers- who are mostly children and teenagers- in terms of their experience with the games and the psychological impact on the player. We found that the overuse of microtransactions does have an adverse effect on the video game economy, the quality of the games produced and the psychological state of the player.*

1 Instrucción

En estos últimos años, las grandes empresas desarrolladores de videojuegos han adoptado un nuevo sistema de remuneración de ganancias, la cual es conocida como método de Micro pagos, que ha generado un ambiente Tóxico y un sistema donde lo que interesa a la hora de sacar un Videojuego es el cómo el juego se desarrolla alrededor de los micro pagos y viceversa, como los micro pagos se integran a este.

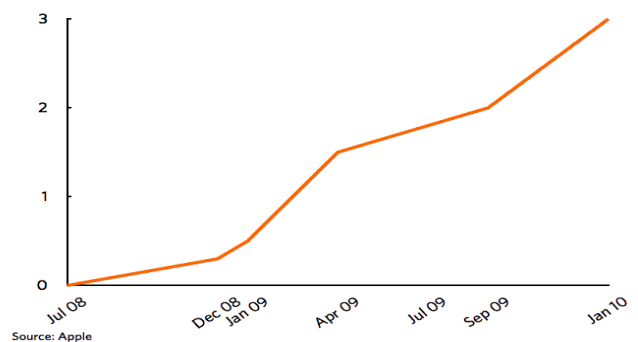
1.1 Evidencia de la Existencia del Problema

Esto es realizado de diferentes formas, pero la más frecuente es que los mismos desarrolladores hacen ajustes en el propio juego para que el progreso del jugador sea más lento y tedioso, es allí donde implementan un micro pago para que ese progreso sea mucho más rápido y sencillo [2], ya sea en la obtención de objetos clave del juego, personajes, niveles de experiencia, recursos del propio juego y continuación de la historia principal. Y muchos de las formas para la obtención de estos elementos, principalmente objetos y recursos del juego, son muy similares a las vistas en un casino llamadas Loot Boxes o cajas de Botín. Por esto varios países como Bélgica las ha prohibido [1], Australia y varios de los países bajos la están regulando [7].

1.2 Datos de MicroPagos los Videojuegos

Estas son las cifras de Micro transacciones en la App Store

iPhone App Store Sales
Billions

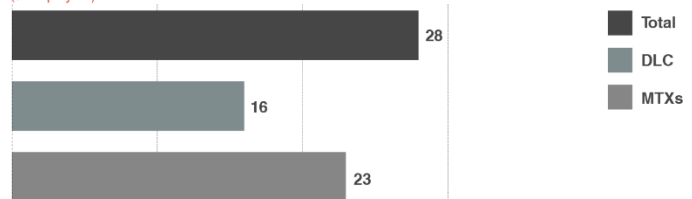


Tomado de:

<https://www.inteligenteconomist.com/economics-of-microtransactions/>

Esta es una gráfica de jugadores solo en USA que han comprado contenido extra. Donde los DLC (Downloadable Content o Contenido Descargable)

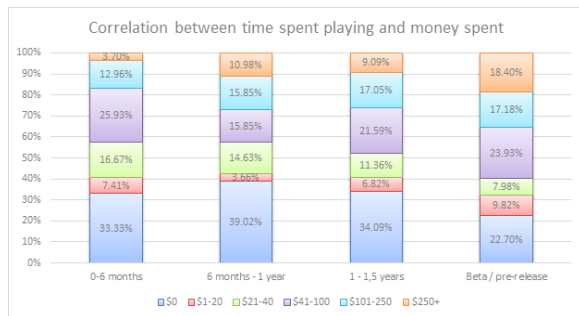
US Players Who Buy Extra Video Game Content (2016)
(% of players)



Tomado

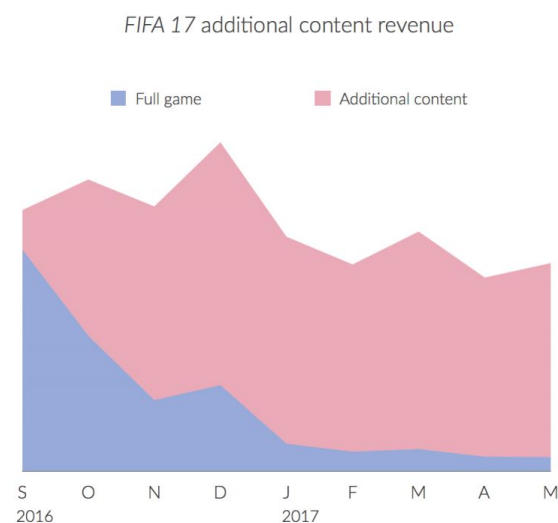
de: <https://gameanalytics.com/blog/microtransactions-games-good-bad-ugly.html>

Esta es una gráfica de encuesta sobre el tiempo que ha jugado videojuegos con lo gastado en extras



Tomado de: <https://i.imgur.com/zpIWcP1.png>

Esta gráfica aborda el enfoque del Juego FIFA17 desde Septiembre del 2016 hasta Mayo de 2017.



Tomado de: <https://goodgamers.biz/finance/microtransactions-income-doubled-in-the-last-five-years/>

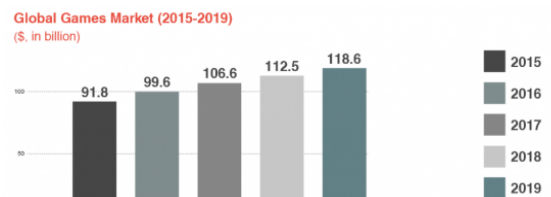
1.3 El Sistema Deseado

Los Micropagos no son el problema en sí, el problema es el cómo las empresas abusan de esto, ya que ponen de por medio los micropagos en vez de ponerlos de manera opcional tales sean cosas estéticas y sin dependencia de un medio pseudo Casino. Debe existir alguna regulación, alguna forma que las desarrolladoras se pregunten: ¿estás haciendo algo malo? ¿están tus diseños empujando o manipulando la gente a que haga cosas de las cuales se arrepientan o los hagan infelices?.[9]

2 Teorías

2.1 El Mercado de Videojuegos Global

Este mercado que ha sido valorado en 115 mil millones de dólares en el 2018, tiene proyectado crecer hasta los 132 mil millones de dólares para el 2021.[10][11]



Tomado de: <https://gameanalytics.com/blog/microtransactions-games-good-bad-ugly.html>

2.2 El Mercado de micropagos dentro de videojuegos:

La sobreproducción de juegos junto con el cambio de preferencia del mercado, resultó en un enfoque diferente por parte de los publicadores. Estos empezaron a vender contenido parcial en vez de el producto completo. Así fue como se dividió el efecto de los micropagos en 3 partes diferentes, económico, ético y social[11][13]

2.3 Relación entre los micropagos y las apuestas:

Investigadores afirman que algunos juegos en línea crean comportamientos de gasto infinito y emplean sistemas que disfrazan el costo a largo plazo de estas.

Jugadores esperando ganar un objeto en particular pueden terminar comprando cajas de botín a un costo personal significativo. El verdadero costo financiero de tales juegos puede no ser obvio, hasta que el jugador no esté comprometido financieramente y/o psicológicamente, encontrando más difícil el dejar de gastar. [12][5]

3 Análisis

3.1 Variables, Definición y Medida

Empresas Desarrolladoras: Empresas encargadas de crear y desarrollar el juego

Medida (Números)

MicroPagos: compra de bienes dentro del juego
Medida (\$)

Calidad del Videojuego: La percepción de entretenimiento del juego

Medida (Puntaje)

Ventas: Cantidad de ventas del videojuego

Medida (\$)

Satisfacción: cuánta satisfacción obtiene el jugador al comprar servicios premium

Medida (Satisfacción)

Jugadores Activos: jugadores que emplean micropagos dentro del juego

Medida (Personas)

Jugadores Inactivos: jugadores que no emplean micropagos

Medida (Personas)

Desarrolladores: los que crean el juego

Medida (Personas)

Nivel de Regulación: cantidad de medidas empleadas para controlar las microtransacciones **Medida** (Existencia)

Tiempo de Juego: cuánto tiempo pasan jugando.

Medida (Horas)

Poder dentro del Juego: ventaja sobre otros jugadores

Medida (Puntaje)

Calidad de Cosméticos: Que tan vistosos o bien trabajados están los objetos cosméticos.

Medida(Puntaje)

Objetos: objetos dentro del juego

Medida (Objetos)

Dificultad para Obtener Objetos: que tanto se dificulta obtener los objetos

Medida (Puntaje)

Cartera del Jugador: Cantidad de dinero que posee un jugador.

Medida (\$)

Monedas Premiums: Divisa usada para comprar servicios premium en el juego que se compra con dinero.

Medida (Monedas)

Dinero Invertido en el Juego: Dinero que el jugador gasta en servicios dentro del juego.

Medida (\$)

Videojuegos: Videojuegos

Medida(#)

Ganancias:Ganancias

Medida(\$)

Servicios Premium: Servicios como potenciadores o ayudas dentro del juego.

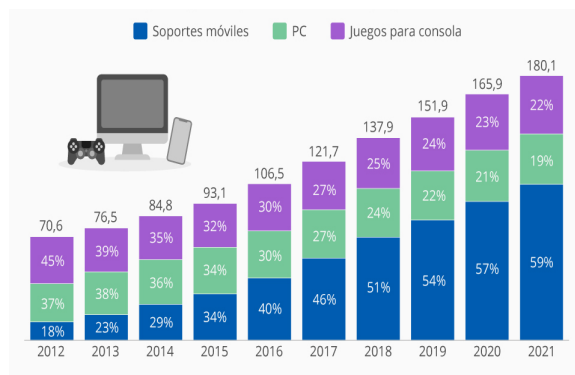
Medida(Puntaje)

Enfoque de micropagos: El nivel de interés de la desarrolladora en incluir micropagos en sus juegos.

Medida(#)

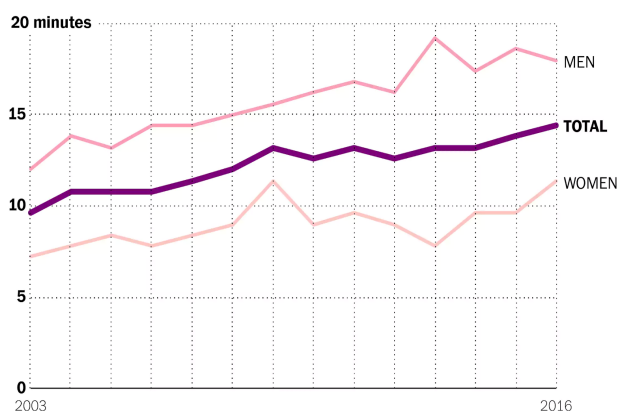
3.2 Modos de Referencia

Histórico de **Ventas** Global de VideoJuegos sub divididos en Consolas, PC y Móviles.



Tomado de: <https://es.statista.com/grafico/13827/los-soportes-moviles-generaran-mas-de-la-mitad-de-los-ingresos-de-videojuegos-en-2018/>

Histórico de promedio de **Tiempo de Juego** por parte de Jugadores de USA desde 2003 hasta 2016.



Tomado de: https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2017/07/11/its-not-just-young-men-everyones-playing-a-lot-more-video-games/?hpid=hp&utm_term=.51823089ce36

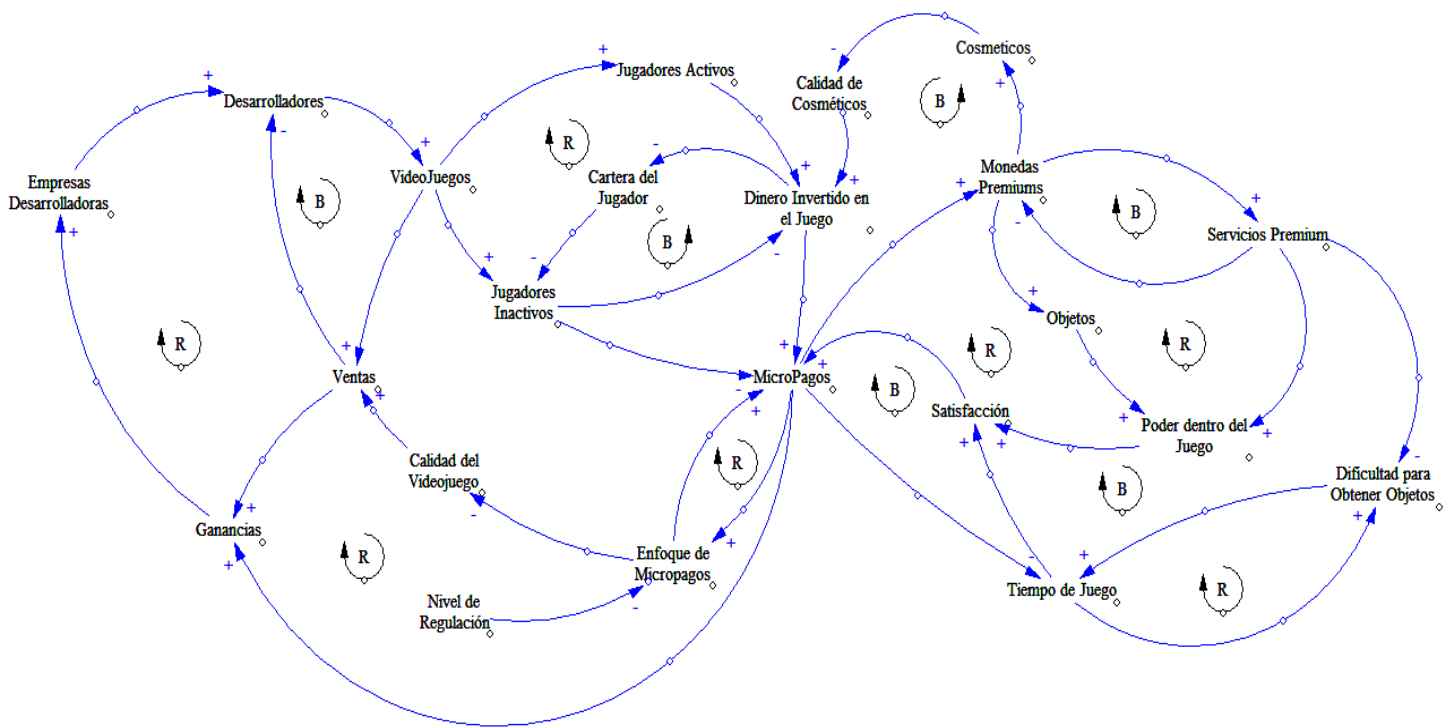
Histórico del Precio de **Moneda Premium** de World of Warcraft (Wow) de cada región en donde se encuentra el VideoJuego



Tomado de: <https://wowtokenprices.com/extended-history>

4 Análisis

4.1 Diagrama Causal



4.2 Explicación

A mayor cantidad de Empresas desarrolladoras, mayor número de desarrolladores, esto implica una mayor cantidad de videojuegos en el mercado. a Mayor cantidad de Videojuegos, mayor cantidad de jugadores (activos e inactivos) por ende, a mayor número de activos, hay una mayor gasto en el juego y esto afecta a la cartera de estos mismos, convirtiéndose en inactivos. ahora cuando gastan en el juego es en forma de micropagos aquí pasan Tres cosas.

La primera es a mayor cantidad de micropagos estos obtiene monedas Premium y con ellas se puede obtener servicios premium(SP), objetos y cosméticos (del personaje) y a mayor número de objetos y SP, mayor poder dentro del juego, por esto el usuario obtiene mayor satisfacción y gasta más en micropagos. A mayor servicios premium, se reduce la dificultad para la obtención de objetos lo cual reduce el tiempo de juego y aumenta la satisfacción. A mayor número de cosmeticos menor calidad de los mismos, por tanto va a ver un reducción en el dinero que gasta en el juego.

ahora la segunda cuando hay jugadores inactivos hay menos micropagos por tanto hay mayor tiempo de juego y esto reduce la satisfacción y puede incitar a realizar micropago, además de que a mayor tiempo de juego es más difícil conseguir nuevos y mejores objetos.

y las tercera es a Mayor micropagos las empresas van a tener mayor enfoque en estas portanto más

micropagos van a realizar y por tanto mayores ganancias.

y si hay mayor enfoque en los micropagos la calidad de los videojuegos decrece lo que puede ocasionar una pérdida en ventas y ganancias.

Al haber menos ventas las empresas despiden a los desarrolladores por su “Mal trabajo”.

A mayor ganancias surgen nuevas empresas que quieren entrar al mundo de los videojuegos

Por último a mayores regulaciones del estado a los micropagos, las empresas se ven desmotivadas en enfocarse en estas.

5 Conclusiones

- Los micropagos como forma de desarrollo del juego se convierten en un factor negativo. tanto para jugadores, desarrolladores y empresas.
- Los desarrolladores de videojuegos en su mayoría son personas apasionadas por esto, pero las empresas al ver las microtransacciones como una forma eficaz de ganar dinero exigen a los desarrolladores o presionan para crear un juego que se base en estas.
- Dada los problemas que generan las microtransacciones se puede desarrollar una estrategia para impedir estas, aplicando normas que limiten la influencia de los micropagos.

6 Referencias

- [1]<https://www.bbc.com/news/technology-43906306>
- [2]<https://www.youtube.com/watch?v=8hZo5rBCp7E&list=WL&index=19&t=11s>
- [3]<https://www.businessinsider.com/microtransactions-are-ruining-video-games-2015-4>
- [4]<https://www.intelligenteconomist.com/economics-of-microtransactions/>
- [5]<https://pezweb.com/microtransacciones-el-cancer-de-los-videojuegos/>
- [6]<https://youtu.be/Ls0CkonN8KI>
- [7]https://en.wikipedia.org/wiki/Loot_box.
- [8]<https://www.xataka.com/videojuegos/fenomeno-fortnite-hara-que-epic-games-cierre-2018-ganancias-record-3-000-millones-dolares>
- [9]http://twvideo01.ubm-us.net/o1/vault/gdc2018/presentations/Cox_Crystin_GoodDesignMakes.pdf
- [10]<https://www.statista.com/statistics/246888/value-of-the-global-video-game-market/>
- [11]TOMIĆ, N. (2017). Effects of Micro Transactions on Video Games Industry. *Megatrend Review*, 14(3), 239,–257.
<https://doi-org.ezproxy.eafit.edu.co/10.5937/MegRev1703239T>
- [12]<https://www.sciencedaily.com/releases/2018/06/180628105014.htm>
- [13]Evers, E. R. K., de Ven, N. van, & Weeda, D. (2015). The Hidden Cost of Microtransactions: Buying In-Game Advantages in Online Games Decreases a Player's Status. *International Journal of Internet Science*, 10(1), 20–36. Retrieved from <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=112227197&lang=es&site=eds-live&scope=site>