

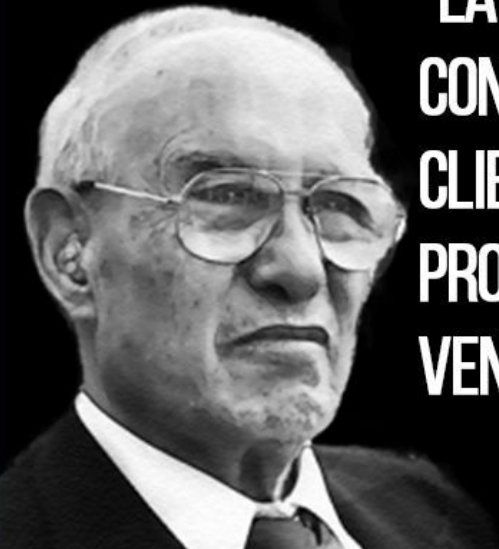


Diseño de Videojuegos

Estética

Tipos de jugadores

Conocer a los jugadores



**“LA META DEL MARKETING,
CONOCER Y ENTENDER AL
CLIENTE TAN BIEN, QUE EL
PRODUCTO O SERVICIO SE
VENDA SOLO”**

PETER DRUCKER

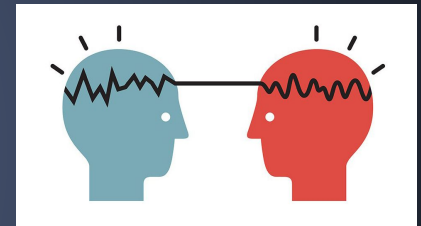
“
El propósito de un negocio es crear y
mantener un cliente.
— Peter Drucker —
”

Puntos clave

- El jugador
- Demografía del jugador
 - Región
 - Edad
 - Sexo
- Psicografía del jugador
- Segmentación como consumidores

El jugador

- La experiencia humana es algo cotidiano, pero muy **propio de cada persona**
 - Hay que olvidarse de uno mismo y escuchar las opiniones de los demás (*público objetivo*)
- Por todo esto es importante conocer a fondo al **tipo de jugador** que buscamos



“Poca observación y mucho razonamiento llevan al error. Mucha observación y poco razonamiento llevan a la verdad” (Alexis Carrel)

El jugador

- Para crear una gran experiencia debes saber lo que le va a gustar o no gustar a tus jugadores **incluso mejor que ellos**
 - ¿Buscan algo intenso, comprometedor, memorable?



“Los Sims” (2000)

No saben exactamente

“Si les hubiera preguntado a la gente qué querían, me habrían dicho que un caballo más rápido”
(Henry Ford)

Demografía del jugador

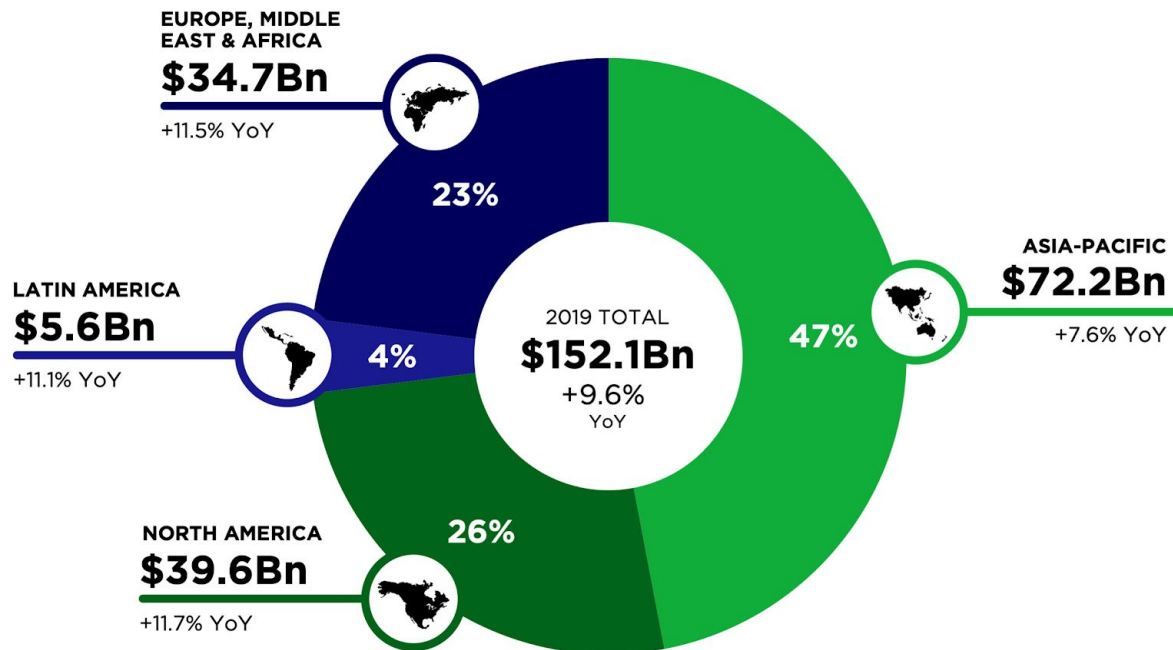
- Son estudios estadísticos de una población, segmentos distintos del mercado
- La industria usa como **principales criterios**:
 - **Región** (Nacionalidad como residencia)
 - Idioma y Cultura
 - **Edad**
 - Mayoría legal de edad (según qué usos)
 - **Sexo**
- Aunque hay otros factores interesantes
 - Poder adquisitivo, Posición social, Estado civil, familia, Experiencia en ese juego o similares, etc.

Regiones



2019 GLOBAL GAMES MARKET

PER REGION WITH YEAR-ON-YEAR GROWTH RATES



48%

of all consumer spending on games in 2019 will come from the U.S. and China



CHINA TOTAL
\$36.5Bn



US TOTAL
\$36.9Bn

Source: ©Newzoo | 2019 Global Games Market Report
newzoo.com/globalgamesreport

Regiones

Perfil del gamer medio

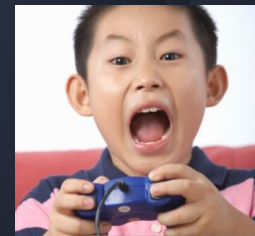
- Es sobre todo varón.
- Juega 3 o 4 días a la semana.
- La mayoría va de los 25 a los 34 años.
- Tiene trabajo y estudios universitarios.
- Juega sobre todo en PC.
- Hace relaciones sociales a través del propio juego.
- En redes sociales, sobre todo dedica tiempo a Youtube, Facebook e Instagram.



Fuente: Estudio de GfK para Intel.

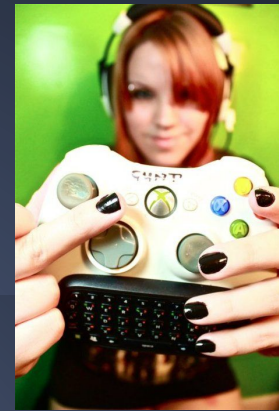
Rangos de edad

- ¡No confundir con la **autorregulación** basada en *recomendar contenido* por edad mínima!
 - ESRB Everyone, PEGI 18, etc.
- Rangos habituales en la industria
 - 0-3 **Bebé**, más juguetes que juegos
 - 4-6 **Preescolar**, con sus padres
 - 7-9 **Niño**, lee y razona, con sus gustos
 - 10-13 **Preadolescente**, pasión/obsesión



Rangos de edad

- 14-17 **Adolescente**, novedad (máxima variabilidad por sexos)
- 18-24 **Adulto joven**, tiempo libre, dinero propio y gustos muy claros
- 25-34 **Veinteañero y treintañero**, ocasional forzoso (o núcleo duro *-hardcore-* influyente)
- 35-50 **Treintañero y cuarentón**, ocasional (o familiar, ya que si tiene hijos decide sus compras)
- 51 o más **Cincuentón y más**, tiempo libre otra vez, mismos gustos pero menor habilidad



Participación

tiny.cc/DV

- ¿Qué crees que define al jugador **a tu edad**?
 - Respuesta (en texto libre)



Diferencias por sexo

- Sin entrar en **el debate entre lo innato y lo adquirido**, hay significativas diferencias en datos de consumo según el juego

>70% hombres Fortnite

>80% hombres CoD

>90% hombres LoL

63% consumo hombres

65% mujeres horas

Sing Star

50% aprox. mujeres

Super Mario

(aunque oscilan mucho *por edad y por región*)



Hombre jugador

- Preferencias masculinas
 - Dominar algo (que suponga un desafío)
 - Competir con otros (para ser el mejor)
 - Destruir cosas
 - Resolver puzzles espaciales (mejor navegación 3D)
 - Aprender mediante prueba y error (mejor sin guías)

“Si eres mujer y no entiendes a los hombres... posiblemente estés pensando demasiado” (Louis Ramey)



Mujer jugadora

- Preferencias **femeninas**
 - Explorar el mundo emocional (como fin)
 - Conectar con el mundo real (y hacer amigos reales)
 - Cuidar de otros (“criarles” de algún modo)
 - Resolver puzzles verbales y diálogos (mejor habilidad lingüística)
 - Aprender mediante ejemplos (tutorial, paso a paso)

“Las mujeres comprenden no solo con el intelecto, sino también con el corazón” (Edith Stein)



Psicografía del jugador

- En realidad lo difícil pero más interesante es hacer una **segmentación psicográfica**
 - División taxonómica, según inclinaciones y preferencias, del carácter psicológico del jugador

Sensación	Fantasía	Narrativa	Desafío
Compañía	Descubrimiento	Expresión	Sumisión

Los 8 placeres del juego (Marc LeBlanc)

Test de Bartle



Killers

Defined by:

A focus on winning, rank, and direct peer-to-peer competition.

Engaged by:

Leaderboards, Ranks



Achievers

Defined by:

A focus on attaining status and achieving preset goals quickly and/or completely.

Engaged by:

Achievements



Socialites

Defined by:

A focus on socializing and a drive to develop a network of friends and contacts.

Engaged by:

Newsfeeds, Friends Lists, Chat



Explorers

Defined by:

A focus on exploring and a drive to discover the unknown.

Engaged by:

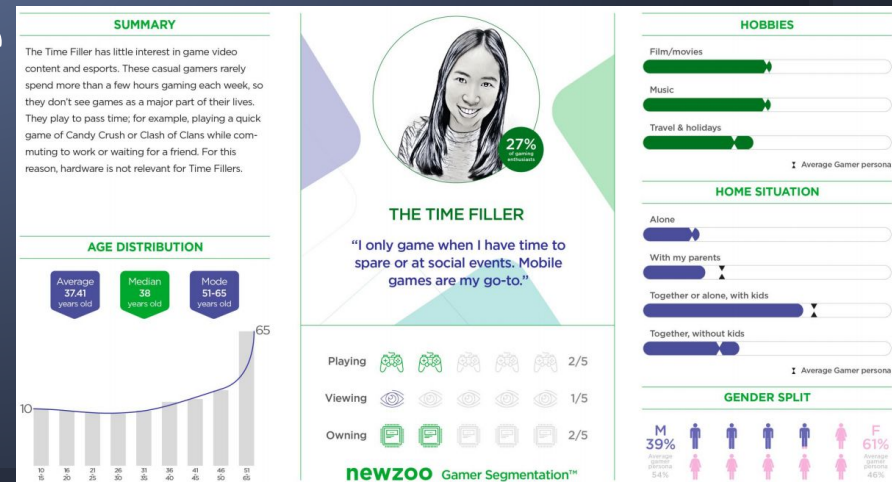
Obfuscated Achievements

<http://4you2learn.com/bartle/>

Los 4 tipos de jugadores (Richard Bartle)

Segmentación como consumidores

- ¿En qué medida **compras**, **juegas** o **ves jugar videojuegos**?
- ¿Cuánto consumes de **música**, **cine**, **hardware**, **deporte**, **viajes...** y **videojuegos**?
- ¿Vives **sólo**, en **pareja**, con **padres**, o **hijos**?
- En cada “segmento de consumo” se estudia la **media**, **mediana** y **moda de edad**, y **media de género**



Segmentación como consumidores



THE NEW BREED OF GAME ENTHUSIASTS

AN OVERVIEW OF THE EIGHT PERSONAS THAT MAKE UP NEWZOO'S GAMER SEGMENTATION



© Copyright Newzoo 2019 | Newzoo's Gamer Segmentation | Source: Consumer Insights in 30 markets | [newzoo.com/consumer-insights](https://resources.newzoo.com/hubfs/Newzoo_Gamer_Segmentation.pdf)

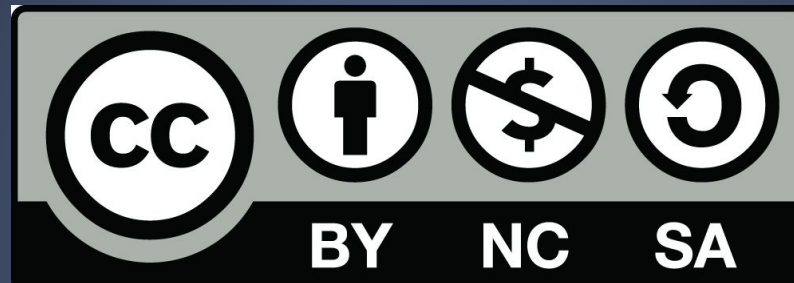
Resumen

- Para ofrecer grandes experiencias hay que conocer bien a tu *público objetivo*
- Los jugadores se pueden clasificar por edad, sexo... y muchos otros factores
- Ej. Los hombres tienden a dominar, competir, construir... y las mujeres a charlar, cuidar, conectar con la realidad...
- La psicología personal del jugador también permite catalogarlo según lo que busca
- Actualmente se habla de 8 segmentos

Referencias

- La llamada de Cthulhu (Fallo de Sistema)
<http://www.ivoox.com/29833021>
- Secrets of Game Feel and Juice (Mark Brown)
https://www.youtube.com/watch?v=216_5nu4aVQ
- Juice it or lose it (Martin Jonasson & Petri Purho)
<https://www.youtube.com/watch?v=Fy0aCDmgnxg>
- Test de Bartle
<http://4you2learn.com/bartle/>
- Newzoo Quiz
<https://newzoo.com/insights/quizzes/what-type-of-game-enthusiast-are-you/>

Críticas, dudas, sugerencias...



* Excepto el contenido multimedia de terceros autores

Federico Peinado (2015-2019)

www.federicopeinado.es

