



VIDEOJUEGOS MÓVILES MÁS ALLÁ DEL ENTRETENIMIENTO

Joel Daniel Sanchez Ruiz¹, Olivia Quintero Alvarado¹, Marco Antonio Quiñonez Reyna¹ y Karla Jimena Salayandia Terrazas¹

1 Instituto Tecnológico de Parral. lanudoxm_007@hotmail.com, olyviaqa@hotmail.com, despmaqr@hotmail.com, ximena_wera@hotmail.com

RESUMEN

Anteriormente, se realizó una investigación acerca de cuál era el impacto de los videojuegos en la sociedad moderna, se obtuvieron estadísticas importantes que muestran que en México el uso de los juegos para dispositivos móviles representa el 17% del mercado global, se espera que para el 2016, los videojuegos móviles representen el 28% del mercado mundial. Actualmente en México, existen 17.7 millones de jugadores activos.

Actualmente 84% de los mexicanos mayores de 13 años cuentan con algún dispositivo móvil y 6 de cada 10 navegan en internet de forma activa a través de ellos. No existe un rango de edad acerca de personas que juegan a través de un dispositivo móvil, ya que estudios muestran que de cada 4 jugadores, uno es mayor de 50 años.

Pero, cuando se habla acerca de videojuegos móviles, no solo se hace referencia en el aspecto del entretenimiento, sino también en que otro beneficio nos puede traer el jugar desde un celular o Tablet. Un análisis realizado por IAB México, señala que de 2,037 casos, el 45.2% se conectan a internet a través de sus Smartphone, mientras que el 65% manifestó que le gustaría recibir publicidad en su teléfono a cambio de un beneficio.

Es por ello que se decidió llevar a cabo un estudio de mercado para probar el potencial que tendría realizar un juego que proporcione algo más allá que solo entretenimiento, entre las elecciones de más interés entre los usuarios de videojuegos se encontraron: recibir tiempo aire, incentivos o regalos, descuentos exclusivos entre otros.

1. INTRODUCCIÓN

Todos hemos escuchado y seguramente jugado alguna vez un videojuego. Estos han tenido un increíble desarrollo en tan sólo algunas décadas y hoy tenemos una vasta oferta de ellos. Básicamente un videojuego es un programa de ordenador en el que la interacción entre el usuario y el dispositivo se hace entretenida y divertida. A lo largo del tiempo, los videojuegos han evolucionado, ya que en la actualidad no es necesario tener obligatoriamente alguna consola en casa para poder acceder a ellos, hoy en día el segmento de los dispositivos móviles crece a mayor velocidad entre los jugadores dejando atrás las consolas caceras, además está teniendo un crecimiento acelerado y es más fácil llegar a más personas debido al aumento del uso del internet.



Actualmente, los juegos se encuentran de forma accesible en plataformas, para obtenerse de manera gratuita o ya sea realizando un pago no muy elevado, esto ha permitido que el mercado de juegos móviles crezca.

En la investigación realizada, se observó que el uso de juegos móviles figura en un porcentaje considerable a nivel global, y que constituye una gran parte del mercado. Además de esto se observó que existen usuarios a los cuales les interesaría recibir publicidad en su dispositivo móvil a cambio de algún beneficio o bien premios a través de los mismos juegos.

2. TEORÍA

Un videojuego para móviles es un videojuego que es desarrollado para jugarse en teléfonos móviles, PDA, teléfonos inteligentes y dispositivos móviles. Esto no incluye videojuegos jugados en videoconsolas portátiles como la PlayStation Portable o la Nintendo DS.

El valor del mercado global de los videojuegos está calculado en 66,000 millones de dólares (mdd), del cual el 12% corresponde a dispositivos móviles. En cuatro años se espera que el mercado global crezca hasta 78,000 mdd. Pero el mercado de juegos para dispositivos móviles (Smartphone) puede crecer a un ritmo mucho más elevado. Solamente en Estados Unidos, el tipo de jugador que prefiere este segmento es más numeroso, mientras que los 'gamers' fieles a las consolas fijas se mantienen o en van en retroceso. (Muciño, 2015)

En México, los smartphones ya son el primer medio de acceso de contenidos. El país es un gran mercado en el que este tipo de juegos puede llegar a un rango de gente más amplio y que aún no está al alcance de las consolas, que en un futuro pueden ver a los móviles como un rival.

El incremento y diversificación del uso de dispositivos móviles ha fortalecido la experiencia del usuario mexicano con las plataformas digitales, lo cual representa una gran oportunidad para las marcas de estar en contacto directo con su público meta. De acuerdo con el estudio, 84% de los mexicanos mayores de 13 años cuentan con algún dispositivo móvil y 6 de cada 10 navegan en internet de forma activa a través de ellos. (iab, 2013)

Para los usuarios mexicanos, tener disponibles sus dispositivos móviles es esencial, 87% declara que siempre salen de casa con ellos y 44% manifiesta que no puede salir de casa sin ellos porque les disgusta estar incomunicados. Además, es importante tenerlos a la mano en todo momento, 60% declara nunca apagar sus dispositivos móviles.

Los mexicanos encuentran cada vez más ventajas en los dispositivos móviles (4 en promedio), ya que además de ser un medio de comunicación (72%) y herramienta laboral (41%), ofrece la oportunidad de conectarse a internet (36%), entretenerse (34%) y hacer la vida más práctica (25%).



En promedio, los mexicanos realizan ocho actividades diferentes con su dispositivo móvil. El 88% los utiliza para actividades elementales (91% en 2012) como hablar por teléfono o enviar mensajes de texto. Las actividades de entretenimiento como escuchar música, jugar o tomar fotos son realizadas por 79% de los usuarios (70% en 2012), mientras que las actividades relacionadas con internet como el uso de redes sociales, correo electrónico, chats o compras en línea incrementaron significativamente su importancia a 61% (38% en 2012).



Figura 1: Actividades realizadas a través de un dispositivo móvil.
Fuente: iab México

Más del 50% de los usuarios utilizan sus dispositivos móviles para entretenerse o realizar actividades relacionadas con internet.



Figura 2: Promedio diario de navegación a través de dispositivos móviles.
Fuente: iab México



El uso de internet y aplicaciones incrementa significativamente, la conexión no está limitada a los planes de datos. El 65% de los usuarios de dispositivos móviles mayores de 13 años se conecta a internet a través de sus dispositivos móviles, la principal forma de conexión es a través de conexión wifi contratada (72%), seguida por conexión wifi de acceso público (39%), plan de datos contratado (19%) y plan de datos prepago (16%).

3. PARTE EXPERIMENTAL

Según iab México, el 57% de la población declara que le gustaría recibir publicidad en su dispositivo móvil a cambio de algún beneficio. Los beneficios que prefieren están relacionados con obtener tiempo aire (80%), regalos (54%) o mensajes de texto gratis (42%), sin embargo existe un grupo que está en crecimiento interesado en recibir beneficios exclusivos (43%).



Figura 3: Beneficios que los usuarios de dispositivos móviles desean recibir.
Fuente: iab México

Ahora bien, según las estadísticas obtenidas, y comprobando el éxito que actualmente tiene el uso del internet, los dispositivos móviles y los videojuegos móviles, se llevó a cabo un estudio de mercado en la ciudad de Hidalgo del Parral Chihuahua para evaluar que tan viable resultaría realizar un videojuego móvil que proporcione al usuario algo más allá que solo entretenimiento, es decir sentirse premiado solo por utilizar un videojuego a través de tu dispositivo móvil como medio de diversión, dándole un giro completamente a esta gran industria.

El resultado obtenido fue que a los usuarios les gustaría recibir tiempo aire y bienes virtuales a través de su dispositivo móvil.

4. CONCLUSIONES

Es por ello, que podemos concluir que los juegos pueden ir más allá de solo entretenimiento y pueden ofrecer a sus jugadores beneficios exclusivos, por realizar una actividad considerada de ocio y sin ningún beneficio alguno.

Es una manera viable de aprovechar el auge que en la actualidad tiene la industria de los videojuegos e implementarla para ofrecer al usuario, exclusividad y autorrealización.



Sin duda alguna los videojuegos móviles son una herramienta muy poderosa de marketing, que las empresas u organizaciones deben utilizar para encontrarse con su público meta, y a través de este medio ofertar sus productos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Muciño, Francisco. (14 de Abril de 2015) Forbes Mexico. Obtenido de: <http://www.forbes.com.mx/moviles-el-nuevo-rival-en-el-mercado-de-videojuegos/>
2. IAB México. (25 de Noviembre de 2013) IAB México. Obtenido de: <http://iabmexico.com/usos-habitos-dispositivos-moviles-2013>
3. Garcia Sergio. (17 de Marzo de 2015) sergioSubModulo2. Obtenido de: <http://sergiosubmod2.blogspot.mx/2015/03/4.html>
4. Superame (2015) Superame.com Obtenido de: <http://www.superame.com/estadisticas-del-uso-de-dispositivos-moviles-2013/>