

# 5 PASOS

A TENER EN CUENTA ANTES DE SACAR UN  
VIDEOJUEGO AL MERCADO.

# Índice

Introducción Pág.3

Conoce tu propio videojuego Pág.4

Elige a tu público objetivo Pág.5

Cerciórate del contenido de tu videojuego Pág.6

Ve más allá de tu videojuego Pág.7

Cada grano de arena cuenta Pág.8

Localízanos Pág.9

---

## *Introducción*

---

Hola estimado lector/ora, te doy la bienvenida a “5 pasos a tener en cuenta antes de sacar un videojuego al mercado”. Mi nombre es Pablo Priego y soy el director de Midgard Graphics, empresa dedicada a aportar conocimientos empresariales a las compañías y a los desarrolladores de videojuegos, con el objetivo de que se cumplan todas las metas establecidas por los mismos, mediante el uso de estrategias de marketing, neuromarketing y estudios de mercado. Durante esta lectura te acompañaré por el camino hacia el éxito a la hora de desarrollar un videojuego, pues, aunque es realmente importante dominar conocimientos informáticos y de programación para lograr crear grandes videojuegos, no se debe de olvidar que el saber vender y promocionar dichos videojuegos es una tarea realmente ardua y por ello es necesario a día de hoy disponer de nuevas herramientas para lograr el éxito en el mercado de los videojuegos.

El mercado de los videojuegos se encuentra en pleno auge y es por ello que la competencia ha aumentado considerablemente en los últimos años y ello ha causado que muchas compañías fracasen a la hora de desarrollar sus propios videojuegos, ya que en la mayoría de ocasiones se han centrado en el apartado técnico y han dejado de lado otros apartados como por ejemplo el comercial o el promocional, los cuales podrían brindarles oportunidades en el sector de los videojuegos.

Por tanto, te invito a que me acompañes, a través de este documento con el objetivo de proporcionarte las nociones básicas que deberías de conocer si pretendes sacar tu propio videojuego al mercado, ya seas una compañía o un desarrollador indie. A lo largo del documento hablaremos de temas relacionados con el marketing dentro de los videojuegos, herramientas de reorganización de ideas y finalmente concluiremos con un par de consejos acerca del desarrollo de los videojuegos.

Aunque a simple vista parezca obvia esta afirmación, es una de las principales razones por las que muchos videojuegos fracasan incluso antes de llegar al mercado. Y ¿A qué se debe esto? La respuesta es muy simple, imagina a un arquitecto al cual le ha encargado la construcción de un hotel delante del mar. El arquitecto tiene dos opciones:

**Opción 1:** Realizar un estudio del terreno, con el objetivo de conocer si existe riesgo por inundaciones. Seguidamente diseñar un boceto del hotel con el fin de perfeccionar la estructura del mismo. Por último, realizar un presupuesto en el que se incluyan todos los costes tanto de los materiales como de la mano de obra y realizar un plan de contingencia en el supuesto de que las cosas vayan mal.

**Opción 2:** Ya que el arquitecto está bien formado en su profesión y dentro de su cabeza está la idea de cómo tiene que ser el hotel, decide proceder a la construcción del mismo, con el objetivo de obtener el pago cuanto antes, sin considerar ningún factor de riesgo y priorizando la rapidez.

Obviamente la opción válida sería la número 1, ya que, de lo contrario, el arquitecto podría soportar grandísimos costes tanto de materiales como personales sin contar las pérdidas que supondría que durante el invierno hubiera inundaciones.

El principal objetivo de un desarrollador de videojuegos es conocer su propio juego, es decir, debe de conocer de qué tema va a tratar su desarrollo, a que público se va a destinar, cuales son sus puntos fuertes (el apartado gráfico, la jugabilidad, la banda sonora, etc...) y lo más importante, debe de saber si es lo que realmente el mercado está demandando. Puesto que no se puede desarrollar un videojuego de simulación cuando actualmente en el mercado los juegos de plataformas son los más exitosos por encima de muchas otras categorías de videojuegos. Y es aquí donde la realización de estudios de mercado como los que desarrollamos en Midgard Graphics son de vital importancia, ya que de esta forma se puede empezar a deslumbrar la situación actual de los mercados y por tanto introducirse mejor en el sector de los videojuegos.

Otro concepto clave a la hora de desarrollar videojuegos, es elegir a tu público objetivo y posiblemente aquí radique una de las mayores dificultades a la hora de desarrollar un videojuego. Ya que el sector de los videojuegos crece cada año y varía constantemente, por lo que provoca en sus usuarios, que estén soportando un constante cambio y ello conlleva a que ciertos videojuegos terminen siendo acogidos por un público al que en un



inicio nunca se pensó destinar.

En otras palabras, en ocasiones un videojuego el cual ha sido diseñado para un público infantil o de temprana edad, puede acabar siendo consumido por un público adulto y de igual manera, pero viceversa. Por tanto, es de vital importancia, el saber a que público nos dirigimos, para poder focalizar todos nuestros esfuerzos en potenciar dicho público objetivo. Es en estas situaciones donde las nuevas tecnologías basadas en el marketing pueden ofrecer una gran ayuda a la hora de seleccionar y descubrir cuál es nuestro público objetivo, Midgard Graphics ofrece a sus clientes la posibilidad de realizar pequeños ensayos de laboratorio mediante el uso del neuromarketing, de esta forma podemos saber que sienten las personas cuando visualizan, oyen y disfrutan un videojuego. Gracias a ello podemos obtener ciertos datos que nos permitan desarrollar el perfil de un usuario final. De esta forma es realmente sencillo acertar con nuestro público objetivo, no obstante, cabe destacar que, igual que el mercado cambia, los usuarios también lo hacen y por ello estos ensayos se deberían de realizar periódicamente con el objetivo de visualizar la evolución de los usuarios a lo largo del tiempo.

Como ya hemos comentado anteriormente, es de vital importancia el saber localizar a nuestro público objetivo. Pues una vez que se consigue, es relativamente sencillo el podernos enfocar solamente en ello y de esta forma ofrecer un videojuego totalmente personalizado y que les represente, logrando que nuestro videojuego empiece a despertar sentimientos en el usuario.



Si hay algo en lo que puede brillar un videojuego es en su historia o su trasfondo. Ya que en muchas ocasiones estos factores son los que atraen y atrapan a los usuarios. Por tanto, en el momento de desarrollar un videojuego hay que prestar principal atención a la hora de crear un trasfondo puesto que de ello dependerá el cómo se conozca nuestro videojuego. En muchas ocasiones los desarrolladores apuestan por historias o temas bastante tópicos lo que les ofrece un ligero colchón al no arriesgarse y optar por representar situaciones normales y poco agresivas éticamente. No obstante, muchos de los videojuegos más famosos a día de hoy han labrado su fama gracias a desarrollar temas chocantes o en ciertas ocasiones poco éticos, temas como las violaciones, el machismo, la homofobia, la guerra, los conflictos políticos, las enfermedades mentales o el bullying. Logrando crear videojuegos en los que te permiten ponerte en la piel de una persona con esquizofrenia, manejar un cartel de la droga, simular un genocidio en Auschwitz o simplemente ponerte en una situación en el que tengas que decidir moralmente entre varias decisiones. Y aunque todos estos factores supongan un impacto directo en los usuarios, es obligatorio estudiar a fondo el cómo se va a tratar dichos temas dentro de nuestro videojuego, ya que en el supuesto de que dichos temas se traten de una forma errónea, podrían dar una imagen totalmente contraria a lo que se desea. Esto nos podría poner en problemas tanto legales como políticos, ya que no es fácil introducir dichos temas en un videojuego sin herir la sensibilidad de algunas personas y por ello es impórtate como se ha comentado anteriormente seleccionar debidamente nuestro público objetivo.

---

## Ve más allá de tu videojuego

---

Como ya hemos comentado antes, el desarrollo de un videojuego no está solamente compuesto por un gran nivel de programación y de diseño de sus componentes, sino que está formado por una gran cantidad de factores no técnicos. En Midgard Graphics nos



especializamos en mostrarte todos estos factores y te ayudamos a aplicarlos a tus videojuegos, por ello también es importante el ver más allá de tu videojuego, pues el éxito en un videojuego no depende exclusivamente de que se venda muchas unidades del mismo. Sino que la gente hable y piense de nuestra creación y crear un lazo afectivo entre los usuarios y nuestro videojuego. Por ello es importante contemplar nuevas opciones que a posteriori servirán para fortalecer nuestra relación con los usuarios, por ello técnicas como el uso de merchandising pueden servir a largo plazo para afianzar dicha relación con el cliente, ya que es una forma de obtener detalles o esencia del videojuego de forma física.



Otra técnica interesante vendría de la mano de los famosos y pioneros e-sports, los cuales se están en pleno auge en la actualidad y por ello es realmente importante el pensar a la hora de desarrollar un videojuego si nuestro desarrollo se puede adaptar al deporte electrónico, es decir estamos buscando un

videojuego destinado para un consumo ¿individual, multijugador o multijugador masivo? Por ello se debe de reflexionar sobre estas cuestiones ya que no supondrá el mismo esfuerzo el desarrollar un juego familiar para un uso personal que el desarrollar un juego que permita competir entre muchos jugadores y atraiga a millones de “Gamers” dispuestos a invertir tanto su tiempo como su dinero en competir y ganar.

Desarrollar un videojuego no es una tarea sencilla, ya que como habrás podido observar existen muchos factores que se deben de tener en cuenta a la hora de sacar al mercado un videojuego exitoso. Por ello en este documento te he mostrado ciertos aspectos vitales a la hora de emprender la travesía del desarrollo de videojuegos. En esta travesía cada grano de arena cuenta, pues anquen a priori pueda parecer un viaje extremadamente agotador y lleno de complicaciones y peligros, Midgard Graphics te ofrece un apoyo incondicional en tu labor de desarrollar un videojuego. Te ofrecemos una tripulación bien preparada y con ganas de llevarte sano y salvo a tu destino, en este caso a lograr tu éxito en el sector de los videojuegos y desprender tu propia luz por encima de la sombra de las grandes compañías que dominan el mercado de los videojuegos. Por tanto, esperamos que te haya servido este documento para guiarte en mundo del desarrollo de los videojuegos y que utilices estos conocimientos para reestructurar tu modelo de negocio y de esta forma mejorar en tu contenido.

*Desde el equipo de Midgard Graphics te mandamos un cordial saludo.*



## Localízanos en:

Nuestro Blog: [www.midgardgraphics.com](http://www.midgardgraphics.com)

Facebook: midgardgraphics

Instagram: Mdgraphics

Twitter: Mdgraphics

YouTube: Midgard Graphics