



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

TÍTULO: VIDEOCONSOLAS-GUERRA DE PODER

AUTOR: ALVARO OVIEDO DELGADO

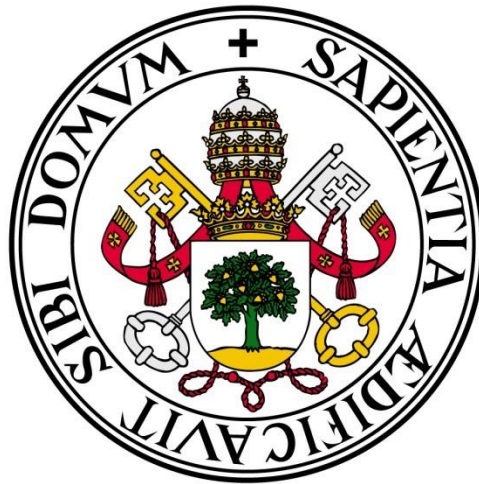
**FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID,
FECHA: 17/07/20**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2019/2020



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

TÍTULO: VIDEOCONSOLAS-GUERRA DE PODER

AUTOR: ALVARO OVIEDO DELGADO

**FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID,
FECHA: 17/07/20**



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2019/2020

TRABAJO FIN DE GRADO

TÍTULO:

VIDEOCONSOLAS

GUERRA DE PODER



Trabajo presentado por:

Firma:



Tutor:

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, fecha

ÍNDICE

ÍNDICE	4
1. PLANTEAMIENTO Y DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	5
2. HISTORIA DE SONY	5
3. HISTORIA DE MICROSOFT	8
4. HISTORIA DE NINTENDO	9
5. COMPARACIÓN ENTRE LAS VIDEOCONSOLAS	14
5.1 PS2 VS XBOX VS GameCube (2000-2001)	14
5.2 NINTENDO DS VS PSP (2004)	19
5.3 Xbox 360 VS PlayStation 3 VS Wii (2005-2006).....	23
5.4 NINTENDO 3DS VS PLAYSTATION VITA (2011).....	31
5.5 PlayStation 4 VS Xbox One VS Wii U (2012-2013).....	35
6. ACTUALIDAD	41
6.1 Nintendo Switch	41
6.2 Influencia del COVID-19 en el sector.....	44
6.3 PS5 y Xbox Series X.....	46
6.4 Plataformas alternativas	47
7. CONCLUSIONES	50
8. BIBLIOGRAFÍA	51

1. PLANTEAMIENTO Y DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

El objetivo de este proyecto es dar a conocer una de las industrias que más dinero mueve en la actualidad, videoconsolas y videojuegos, y que año a año va generando más y más dinero.

En especial lo que ocurrirá a finales de este 2020 en donde 2 de las 3 principales empresas que son Microsoft y Sony lanzarán su nueva videoconsola y ya han comenzado su particular lucha, una vez más, sobre quién será la mejor y la que más venda luchando por ser la número 1 junto a Nintendo.

Veremos en el trabajo sus distintas estrategias de Marketing y la fuerza del valor que tienen sus propios productos para diferenciarse de los otros para lograrlo.

Además, haré una mención especial a los Smartphones que prácticamente hoy en día son como pequeñas consolas portátiles en donde los llamados “Juegos Gacha” que son “gratuitos” acaban ingresando grandes cantidades de dinero; así como de los ordenadores y su principal plataforma “Steam”, siendo ambos las principales alternativas para jugar videojuegos.

Por último es importante señalar que las compañías que realizan los videojuegos son independientes de las compañías que ponen a la venta las diferentes plataformas para jugarlos, las videoconsolas, aunque si bien es cierto que se suelen acabar ligando a una o dos de ellas y algunos juegos incluso a las tres; así como algunas marcas de videoconsolas adquieren en exclusiva los derechos sobre ciertos videojuegos de gran cartel para tener el monopolio de ellos e intentar impulsar la venta de sus videoconsolas a través de esa estrategia de marketing.

2. HISTORIA DE SONY

Figura1. Logotipo de Sony



Fuente: Google

La compañía japonesa lanzó su primera videoconsola, PlayStation o también llamada PSOne años más tarde, en 1994 en Japón y en el año 1995 en América y Europa.

Esta llegó a vender 102,49 millones de unidades en todo el mundo, consiguiendo ser la primera videoconsola en superar la cifra de los 100 millones de unidades vendidas.

Su juego más vendido fue “Gran Turismo” juego de carreras de coches con más de 10 millones de unidades, seguido por “Final Fantasy VII” con 9,8 millones y de “Gran Turismo 2” con 9,370 millones de unidades.

Más tarde en el año 2000 tuvo lugar en lanzamiento mundial de la PlayStation2 o PS2, consola que tiene la mayor cifra de ventas con 160 millones de unidades vendidas.

Esta videoconsola fue un gran salto generacional ya que supuso la entrada de la opción de jugar online con otros usuarios del mundo y que incorporaba un reproductor de DVD ahorrando la necesidad de comprar uno y naturalmente también supuso una mejora en la calidad gráfica de los juegos.

Su juego más vendido fue el “Grand Theft Auto (GTA): San Andreas”, con 17,33 millones de copias vendidas con salida en el año 2004; esta posteriormente se convirtió en una de sus sagas más famosas.

Los dos siguientes fueron el “Gran Turismo 3 y 4” con 14,89 y 11,76 millones de unidades respectivamente.

Con los dos grandes éxitos anteriores en los años 2004 en Japón y en 2005 para EE. UU. y Europa lanzó su primera consola portátil, la PlayStation Portátil (PSP); lo cual era un terreno en donde reinaba Nintendo claramente.

Esta permitía además de jugar a juegos y ver películas, escuchar música y navegar por internet.

Esta consola llegó a vender 82 millones de unidades, la razón de esta bajada fue motivada en gran medida porque ese año sacó Nintendo su videoconsola más vendida, que además era portátil, la Nintendo DS.

Los juegos que más vendió la PSP fueron: Grand Theft Auto: Liberty City Stories 7.58 millones, Monster Hunter Freedom Unite (5.42 millones) y Grand Theft Auto: Vice City Stories (4.93 millones).

Al igual que entre las dos primeras consolas de mesa; 6 años más tarde en el 2006 en Japón y EE. UU y en 2007 en Europa salió la PS3 incorporando el HD y un gran disco duro interno para almacenar los datos, dado que en las anteriores era necesaria una tarjeta de memoria extraíble para ello.

Con su alta sofisticación y con la ayuda de ese disco duro llegó la PlayStation Store, la tienda online accesible desde la propia consola la cual te permitía comprar juegos, películas, música y descargarlo y almacenarlo en el disco duro.

La PS3 vendió 84,4 millones de unidades, una cifra baja con respecto a sus anteriores entregas; esto fue debido a que el año anterior Microsoft se adelantó y sacó la Xbox 360 con unas prestaciones muy similares lo que causó una fuerte competencia entre ambas.

Los juegos más vendidos de la PS3 fueron: "Grand Theft Auto V", con 21,3 millones, Gran Turismo 5 con 11,94 millones y "The Last Of Us" con 10 millones de copias vendidas.

En 2011 en Japón y 2012 EE. UU y Europa lanzó su segunda consola portátil, la PS Vita con pantalla táctil y dos joysticks analógicos, estos son las palancas que poseen los mandos o las consolas portátiles para realizar los movimientos del personaje; permitiendo realizar un rápido manejo mediante giros y movimientos de 360°.

Solamente alcanzó una cifra de ventas realmente baja, con alrededor de 15 millones de unidades vendidas.

Esto se refleja en que en el tema portátil no podía competir con Nintendo, la cual sacó una nueva videoconsola mejorada de su anterior portátil ese mismo año y barrió a Sony en ventas ya que Nintendo se especializaba más en sus portátiles.

Y llegamos a su última consola lanzada, la PS4; con la curiosidad de que ésta fue primero en EE. UU y Europa en el 2013 y Japón en el 2014 (aunque con poco margen de diferencia).

En esta ocasión recuperó Sony buena parte de la cuota de mercado perdida con 106 millones de unidades vendidas y sacando una gran diferencia a la Xbox One de Microsoft.

La PS4 ya era apta para el HDR lo cual daba una calidad gráfica sencillamente espectacular, tenía acceso a redes sociales para compartir los mejores momentos de los juegos, así como la capacidad de retransmisión en vivo y contar con el mejor mando de control considerado hasta la fecha.

En 2016 lanzó una versión algo más potente la PS4 Pro y para aprovechar mejor los nuevos televisores 4K.

Dado que contaban con un catálogo realmente amplio los juegos más vendidos estaban más repartidos, con lo que contando con eso las cifras de los juegos más vendidos

fueron: “God of War” y “Horizon Zero Dawn” con 10 millones ambos y “Uncharted 4” con 8,7 millones; siendo destacable mencionar que los tres son juegos exclusivos de Sony.

3. HISTORIA DE MICROSOFT

Figura2. Logotipo de Microsoft



Fuente: Google

Microsoft es la única de las tres grandes compañías que no es japonesa, sino americana.

Microsoft lanzó al mercado su primera consola en 2001 con unas cifras de ventas de 24 millones de unidades, una cifra algo baja, aunque hay que tener en cuenta que tenía la competencia de dos grandes rivales y que además eran compañías de Japón, con lo que en ese mercado, uno de los principales del mundo en ventas de videojuegos y videoconsolas, apenas vendió.

Contando con un catálogo más similar a los de PlayStation que al de Nintendo, la gran compañía informática destacando por su sistema operativo en los ordenadores se atrevió a dar el salto a las videoconsolas con un inicio duro que más tarde se vería recompensado.

Sus juegos más vendidos fueron: “Halo 2” con 8 millones, “Tom Clancy's Splinter Cell” con 6 millones y “Halo: Combat Evolved” (Halo 1) con 5 millones de copias vendidas.

Pero cuatro años más tarde (relativamente pronto) Microsoft sorprendió con el lanzamiento de una nueva consola la Xbox 360 adelantándose a Sony y Nintendo en esa nueva generación de consolas.

En esta ocasión aprendió de la última vez, se fijaron con lupa en Sony y Nintendo y con los recursos de la empresa (que son muchos) sacó una consola de gran potencial en 2005 con la que alcanzó su mejor cifra de ventas con 85,5 millones de unidades vendidas, más que PS3, dando un salto de ventas sideral en comparación a su primera videoconsola.

La presentación de su nueva consola fue bastante curiosa ya que lo hizo en el canal de televisión MTV, presentado por Elijah Wood (actor de Frodo en “El señor de los anillos”)

y con actuación de otros personajes famosos y el grupo de música “The Killers” lo que fue tremendamente llamativo para el público joven al que va dirigido.

Una de las prestaciones más famosas fue el “Kinect” aparato que incorporaba una cámara para captar los movimientos de los jugadores y que estos pudieran jugar sin necesidad de mando de control; se llegaron alrededor de 24 millones de unidades, pero no acabó de tener el éxito que esperaban ya que su catálogo no era muy amplio ni los juegos de alto nivel ya que esta tecnología se podría decir que llegó demasiado pronto para que fuera buena.

Así sus juegos más vendidos fueron: “Grand Theft Auto V” con 17,79 millones, “Halo 3” con 14,5 millones y “The Elder Scrolls V: Skyrim” con 13,7 millones de copias vendidas.

Microsoft en 2013 tuvo una guerra muy particular en esa nueva generación de consolas con Sony ya que ambos sacaron la suya ese año y también gracias al buen nivel de ambas videoconsolas en el pasado; concretamente en el año 2006. Con lo que la gente tenía muchas dudas de cual comprar, pero Microsoft acabó perdiendo claramente (se analizará en un apartado posterior más detenidamente).

La nueva videoconsola, Xbox One, alcanzó unas cifras de ventas bastante bajas con 41 millones de unidades vendidas; y ese dato ha mejorado gracias a los 2 últimos años en donde sacó una versión más potente, la Xbox One S.

Sus juegos más vendidos fueron: PlayerUnknown's Battlegrounds con 8 millones, Grand Theft Auto V con 7,6 millones y Halo 5: Guardians con 5 millones de copias vendidas.

4. HISTORIA DE NINTENDO

Figura3. Logotipo de Nintendo



Fuente: Google

Nintendo, es la compañía pionera en el mundo de las videoconsolas y videojuegos y más antigua de las tres principales.

Nintendo lanzó en 1984 en Japón y en 1985 en América y 1986 en Europa su primera videoconsola, el llamado “Nintendo Entertainment System” o comunmente conocida como NES consiguiendo la espectacular cifra de 61,91 millones de unidades

ventas algo que para la época es una cifra muy alta ya que fue un éxito inmediato nada más salir al mercado.

Nintendo contaba ya para la NES con algunas de las sagas más famosas de la historia de los videojuegos como Super Mario Bros, Metroid o The Legend of Zelda.

Sus juegos más vendidos fueron: Super Mario Bros con la destacada cifra de 40.240.000 millones de copias, Duck Hunt con 28.300.000 millones y Super Mario Bros 3 con 18 millones de copias vendidas; hay que destacar que en esa época el catálogo de videojuegos no era tan excelso, tan solo había 74, lo que provocaba que se vendieran más los que se hicieron más famosos rápidamente.

Poco tiempo después, en 1989 salió una consola que revolucionó el mundo de los videojuegos, la "Game Boy". Ésta fue la primera videoconsola portátil de bolsillo de éxito mundial, gracias a que contaba con un catálogo de más de 450 juegos y de todo tipo; contando con uno de los juegos nuevos y más famosos en su día y que sigue siéndolo hoy y lo seguirá en el futuro la saga de Pokémon.

Su videojuego más vendido fue el Tetris con 35 millones, seguido de Pokémon Rojo/Azul/Verde con 31,380 millones y Super Mario Land con 18,140 millones de copias vendidas.

Varios años más tarde en 1998 sacaron la "Game Boy Color" que, aunque no fue la primera consola a color si fue la más exitosa debido a su practicidad.

Naturalmente no solo le añadieron el color también la mejoraron otras prestaciones, además llegó a tener un catálogo de más de 800 títulos.

Sus juegos más vendidos fueron: El primero fue con mucha diferencia Pokémon Oro/Plata con 23,100 millones, luego Pokémon Cristal con 6,390 millones y por último Pokémon Pinball 5,310 millones de copias vendidas.

Entre las 2 consolas se vendieron más de 118 millones de unidades siendo la tercera más vendida de la historia.

En 1990 en Japón y 1992 en el resto del mundo nació la segunda consola de sobremesa de Nintendo, la "Super Nintendo". Esta mejoraba en prestaciones a su antecesora, la NES pero se quedó mas corta en ventas 49,1 millones, debido fundamentalmente a que acababan de sacar la versión portátil (Game Boy) y a su corto catálogo de videojuegos no se vendió tanto.

Sus juegos más vendidos fueron: Super Mario World con 20,610 millones, Super Mario All-Stars con 10,550 millones y Donkey Kong Country con 9,3 millones de unidades vendidas.

Y llegamos a una de las mayores joyas de la compañía, la “Nintendo 64”, con salida en 1996 Japón y 1997 para el resto. Fue llamada así por ser la primera videoconsola en proporcionar los 64 bits, también fue su primera consola en incluir salida para hasta cuatro mandos a la vez para jugar con amigos o familiares.

A esta consola se le atribuye el ofrecimiento de los considerados varios mejores videojuegos de la historia, teniendo en cuenta la época que era tenían una calidad gráfica y de control de los personajes muy avanzada; no obstante, de nuevo chocó consigo misma y es que mucha gente seguía prefiriendo su versión portátil por comodidad y precio y solo consiguió 32,93 millones de unidades vendidas en todo el mundo.

Sus juegos más vendidos fueron: Super Mario 64 con 11,910 millones, GoldenEye 007 con 9,990 millones, Mario Kart 64 con 9,893 millones de copias vendidas y en cuarto lugar The Legend of Zelda Ocarina of Time (para muchos entendidos el mejor juego de la historia) con 7,6 millones de copias vendidas.

En 2001 hicieron un movimiento curioso sacando en el mismo año una consola de sobremesa, GameCube, y otra portátil, Game Boy Advance que como su nombre indica es una versión más avanzada de su antecesora la Game Boy Color.

La jugada les salió bien con la portátil la cual llegó a vender 81,51 millones de unidades (y más que habrían vendido si 3 años después no hubieran sacado su mejor portátil de la historia) y mal con la GameCube que alcanzó unas pobres cifras de ventas de 21,74 millones.

La causa de que las portátiles vendían mucho más que las de sobremesa es en gran parte porque Nintendo se centraba más en ellas, sacando videojuegos mucho más atractivos para el consumidor destacando fundamentalmente los de la saga Pokémon.

Y eso se comprueba en los juegos más vendidos de la “Advance”: Pokémon Rubí y Zafiro con 16,220 millones, Pokémon Rojo Fuego y Verde Hoja con 12 millones y Pokémon Esmeralda con 7,060 millones de copias vendidas.

Y llegamos al año 2004 para Japón y Estados Unidos y 2005 para Europa para la videoconsola de Nintendo con más ventas de la historia y la segunda más vendida, la “Nintendo DS” con 154,02 millones de unidades vendidas.

Esta consola, que era portátil, fue una auténtica revolución ya que contaba con 2 pantallas LCD, superior e inferior siendo la inferior táctil; permitiendo mostrar o varias cosas a la vez entre las 2 pantallas o por ejemplo un solo monstruo para dar mayor sensación de tamaño y poderío.

Además, contaba con un micrófono lo que permitía comunicarte con tus amigos a través de juegos o realizar divertidas interacciones con él y tenía compatibilidad con los juegos de "Game Boy Advance" lo que quiere decir que se podían utilizar sus juegos en la DS.

También poseía la opción de conectarse a internet a través de redes wi-fi para jugar con tus amigos o familiares en local o a distancia.

Más adelante llegaron a sacar dos versiones ligeramente mejoras, la DS Lite y la Dsi.

Sus juegos más vendidos de la historia fueron: New Super Mario Bros con 30,8 millones, Nintendogs (todas las sagas) con 23,96 millones y Mario Kart DS con 23,60 millones de unidades vendidas; la saga Pokémon seguía siendo de sus principales juegos superando la mayoría los 10 millones.

Y por fin tras varios años a la deriva en ventas de consolas de sobremesa llegó en 2006 en Japón y 2007 en el resto del mundo la Wii con 101,63 millones de unidades vendidas. Gracias a volver a crear varios juegos buenos de algunas de sus grandes sagas y al innovador mando de control con sensor de movimiento integrado e inalámbrico que habría un gran abanico a nuevos juegos y formas de jugar (aunque a muchos jugadores veteranos no les convencía mucho) y a separarse más de PlayStation y Microsoft dando a la consola y sus juegos un enfoque más familiar e infantil.

Sus videojuegos más vendidos fueron: Wii Sports con 82,87 millones (bien es cierto que lo vendían en pack con la consola a precio especial), Mario Kart Wii con 37,20 millones y Wii Sports Resort con 33,10 millones de copias vendidas.

Pero de su consola de sobremesa más vendida de la historia pasaron a la peor en 2012 con la Wii U con 13,56 millones. Tras el éxito de Wii y sus portátiles Nintendo se acomodó y no sintió la necesidad de crear otra consola de sobremesa de nivel y tras seis años de la Wii acabaron sacando este modelo ligeramente mejorado simplemente por sacar algo pero que no aportaba nada nuevo y con un catálogo de juegos realmente pobre volviendo a errores anteriores haciendo que a la gente no le entraran ganas de comprarse la consola.

Sus juegos más vendidos fueron: Mario Kart 8 con 8,44 millones, Super Mario 3D World con 5,82 millones y New Super Mario Bros.U con 5,8 millones de copias vendidas.

Y volviendo a las portátiles en 2011 salió la Nintendo 3DS, la primera consola que permitía al usuario disfrutar de gráficos 3D sin la utilización de gafas, teniendo además un catálogo variado y volviendo a sacar juegos que fueron grandes éxitos tiempo atrás, algunos mejorados gráficamente y otros no para que las nuevas generaciones de jugadores también tuvieran la oportunidad de jugar a esos grandes clásicos permitiéndolo a través de compra física del juego o por descarga a través de la Nintendo e-shop que incorporaba la consola.

A lo largo de los años desde su lanzamiento fue sacando varios modelos de esta como la 3DS XL (mejora principal de tamaño), la New 3DS XL (mejora de tamaño respecto a la original y mejora de prestaciones, haciéndola más cara) y sus versiones más económicas la 2DS y la 2DS XL buscando poder adaptarse a las pretensiones de cada individuo (aunque tantas versiones de la misma consola no acabaron teniendo un efecto muy deseado en el público).

Así entre todas las versiones consiguió 75,08 millones de unidades vendidas y sus juegos más destacados fueron: Mario Kart 7 con 18,26 millones, Pokémon X e Y con 16,39 millones y Pokémon Sol y Luna con 16,15 millones de copias vendidas.

Y finalmente la última videoconsola de Nintendo la cual es de sobremesa, pero también se puede utilizar de forma portátil (aunque en 2019 lanzaron una versión únicamente portátil a un precio más económico); la "Nintendo Switch".

Esto es posible gracias a su mando el "Joy-Con" que se usa como mando único al usarla para pantalla de televisor o se pueden usar los dos que vienen con la consola y acoplarlos a una pantalla pequeña de 6,2 pulgadas, también incluida, para jugarla como consola portátil.

Esta salió al mercado en 2017 y de momento está teniendo un gran éxito con unas cifras de venta de 52,480 millones de unidades vendidas (datos de enero 2020). Es cierto que en cifra de ventas están bastante lejos de la PS4 pero ésta tiene cuatro años más de antigüedad y esperan llegar a tener una cifra parecida a ellos cuando pase ese tiempo (superior a los 100 millones de unidades vendidas).

De hecho, de momento están tan contentos con su cifra de ventas que de momento no tienen pensado bajar un poco el precio de salida.

Esta buena acogida por parte del público se debe a que les han dado lo que pedían, nuevos videojuegos de sus sagas principales acorde al nivel exigente de la época actual.

Con todo esto, sus juegos más vendidos hasta la fecha son: Mario Kart Deluxe 8 con 22,96 millones, Super Smash Bros Ultimate con 17,68 millones y Super Mario Odyssey con 16,59 millones; en noviembre de 2019 salieron Pokémon Espada y Escudo con 16,06 millones de ventas con lo que al menos debería acabar como el segundo más vendido este año.

5. COMPARACIÓN ENTRE LAS VIDEOCONSOLAS

A continuación, en este apartado analizaremos, comentaremos y compararemos las videoconsolas que compitieron entre sí. Para este análisis se ha tenido en cuenta su fecha de lanzamiento al mercado y después se compararan varios puntos de vista como las características de las mismas, los precios, cuales han sido su mercado objetivo, las estrategias de marketing utilizadas, especialmente la publicidad, etc; para ver cuál fue la número uno en ventas y beneficio.

Gracias a ese análisis se podría decir que la elección final del público se basará en la elección que maximice su satisfacción y utilidad; haciendo sus comparaciones en cuanto precios y características y acabar realizando una ordenación según sus preferencias finales para tomar esa decisión.

5.1 PS2 VS XBOX VS GameCube (2000-2001)

Empezamos esta comparación entre consolas de sobremesa a comienzos del nuevo milenio con el análisis de la PlayStation2 versus la Xbox y la Nintendo GameCube. Como ya vimos anteriormente la PS2 es la videoconsola más vendida de la historia mientras que la Xbox y la GameCube consiguieron unas cifras de ventas muy bajas.

La superioridad de PS2 con respecto a Xbox fue debido a que Sony ya tenía fama tras su primera PlayStation mientras que la Xbox fue la primera videoconsola de Microsoft además de salir 1 año más tarde. Y con respecto a la GameCube, Nintendo se centró más en el desarrollo de su consola portátil la GameBoy Advance ya que ambas salían en el 2001 además de obviamente salir un año más tarde que PS2, pero vamos a ver las cosas con más profundidad.

PlayStation es comercializada por Sony Computer Entertainment una derivación y empresa conjunta entre Sony Corporation y Sony Entertainment con origen japonés y fundada en 1946 conocida y afamada en la década de los 2000 y anteriormente por la

comercialización y fabricación de productos electrónicos de la más alta calidad desde televisores, radios, fotografía, audio y vídeos hasta ya algunos teléfonos móvil de la época con lo que la calidad y confianza que daba de antemano la salida de una videoconsola y encima tras haber cosechado el éxito de la PlayStation (PS1) se daba por sentado en el público objetivo planteado por la entidad.

El logotipo de la videoconsola es muy sencillo e identificable el cual solo dice PS2, pero de una forma alargada y cuadrada que la hace fácilmente identificable.

Figura4. Logotipo PS2



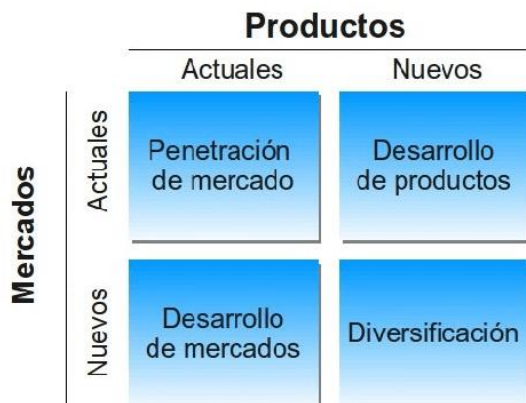
Fuente: Google

Con todo esto en su nuevo lanzamiento del año 2000 Sony se propuso ser la número 1 del mundo en videoconsolas quitándole el reinado a Nintendo cosa que no le sería fácil y difícilmente comparable en cierto sentido ya que Sony se acabó diferenciando bastante a los videojuegos que proponía Nintendo (Xbox, se asemejó también bastante a Sony distanciándose también mucho de Nintendo) y en esos años consiguió ser el líder de mercado.

Con lo que al lanzar la consola en el año 2000 se adelantó a una futura competencia más encarnizada haciéndolos líderes de mercado en esos momentos siendo una gran estrategia competitiva.

Viendo como referencia la “matriz de Ansoff”, que establece una relación entre los mercados y sus productos, nuevos o actuales, Sony se colocó en esa época en el Desarrollo del Producto buscando destacar por su nuevo producto y su potente tecnología en un mercado relativamente nuevo ya que por esos años y poco antes empezó a ganar gran importancia el sector de los videojuegos; aunque también en parte estaba orientada a la diversificación en la matriz adaptándose a esos mercados actuales incorporando un reproductor de DVD y de CD buscando llegar a más consumidores.

Figura5. Matriz de Ansoff



Fuente: Google

Por ejemplo, si los hijos/as de una familia querían la consola y los padres tenían dudas al incorporar esos reproductores les podía dar el empujoncito a comprarla y ya tener así un soporte para ellos (en caso de que no tuvieran ya uno).

Y curiosamente PS2 no era mejor que las otras consolas en algunos apartados de las características técnicas, de hecho, la Xbox la ganaba en la velocidad del procesador (más del doble) y en tener mayor memoria RAM, pero la PS2 la ganaba en aspectos que quizá no eran tan técnicos pero que sí que eran fundamentales como el mayor nivel de control a utilizar, el mando de la consola, mucho más cómodo de utilizar y con mejor sensibilidad en los botones y joysticks. Así como presenta el mayor catálogo de videojuegos de la historia con 3.870; siendo la consola multirregión ya que permite la reproducción de videojuegos de otros continentes (en esos momentos no estaban disponibles todos los videojuegos en las tiendas físicas de los distintos países del planeta) y la Xbox no tenía esa capacidad solo poseía 967 videojuegos.

La GameCube también tenía mejor velocidad del procesador que la PS2, aunque no tanto como la Xbox, así como mayor potencia del mismo y tenía el añadido que permitía la conexión con su consola portátil la GameBoy Advance (aunque claro para dar esa utilidad requería tener la Advance). La GameCube tenía 649 videojuegos y tampoco tenía la calidad de multirregión y algo menos de memoria RAM que la PS2; además de también tener un peor mando el cual era el que menos botones tenía 8, por 14 del de la PS2.

Otro de los factores para tener en cuenta es la edad del público objetivo, los 2000 era la época de la consolidación y el buen futuro de las videoconsolas. Desde que salió la primera PlayStation y que tuvo un gran éxito pasaron 6 años en donde esos jóvenes

jugadores se hacían más veteranos, lo que llevó a la publicación de videojuegos de contenido más adulto con una gran mayoría que requería los 13 y 16 años o incluso los 18 para jugar con lo que centró más sus esfuerzos de marketing en un público objetivo de esa edad hasta cerca de los 30; con lo que en este sentido se distanció bastante de Nintendo siempre caracterizado por sacar videojuegos hacia un sector más infantil o familiar en líneas generales.

Microsoft también ideó un plan con un público objetivo similar al de Sony, por lo tanto, todas segmentando el mercado en función de características como la edad, demografía o género; esto último en especial para Sony y Microsoft que en aquella época sobre todo al ser videojuegos de contenido más violento y algunos con cierto contenido sexual iba más dirigido hacia el público masculino que hacia el femenino.

También hay estudios que aseguraban que Sony había segmentado el mercado en función de factores psicográficos, diferenciándolos en función de su psicología, como por ejemplo sus valores, intereses o según el estilo de vida.

Con todo esto parte clave de su dominio durante esos años fue la alta calidad de su software, su extensión de alcance por el mercado mundial, su buena estrategia creativa y la gran fortaleza de su marca.

En cuanto a la estrategia creativa se centraron en llamarla “el tercer lugar”, el primero es el hogar y el segundo el trabajo y este tercer hogar, la PS2, se autodescribía como “un espacio oscuro y onírico caracterizado por transformaciones abruptas e inquietantes en el medio ambiente y sus ocupantes” para resaltar la intensa experiencia de juego. Todo esto la dio un posicionamiento de marca oscura y vanguardista convirtiéndose en una experiencia por descubrir en lugar de ser solo un modo de entretenimiento, esto tuvo buena acogida en el público y en sus consolas futuras mantuvo este modelo de “todo negro” (consola, mando y demás material externo), aunque llegó a sacar distintas consolas y mandos en otros colores.

Esta estrategia creativa buscaba cambiar la visión de las videoconsolas y videojuegos en aquella época normalizándola y elevándola a lo más alto de los sectores de entretenimiento como el cine o la música.

Ahora analizaremos a Sony con su videoconsola la PS2, desde el punto de vista de las cuatro P del marketing, la “P” de producto ya ha sido analizada con anterioridad al comentar sus características.

- Comunicación: La comunicación en el marketing engloba las relaciones públicas, la publicidad, la promoción de ventas y las ventas personales. La marca empezó a crear conciencia en relaciones públicas al ir dando pequeños fragmentos de información a lo largo del año anterior a su salida en medios editoriales creando así poco a poco un mayor interés entre su público objetivo. Después empezó a lanzar campañas en el gran medio masivo de la época, la televisión, así como en vallas publicitarias por las calles de los países del mundo para reforzar el interés y la conciencia del público. Desde su lanzamiento solo realizaron dos anuncios publicitarios más, coincidiendo con los lanzamientos de la Xbox y la GameCube para contrarrestar; ya que según ellos ya habían logrado la conciencia y el interés necesario antes. Sony también supo publicitarse en espacios importantes como en la Champions League o la Premier League (liga inglesa de fútbol), siendo dos eventos con una abrumadora expectación tanto en estadios como en televisión principalmente. O incluso por medio de internet y a través de un marketing directo recibiendo publicidad en boletines y correos si se suscribían a ellos, aunque en los 2000 no estaba al alcance de tanta gente como ahora naturalmente.
- Distribución: A causa de que eran conscientes de la alta demanda que iba a tener en el lanzamiento idearon un sistema de pre-orden a través de los minoristas, pero tuvieron algunos problemas y no funcionó del todo bien lo cual enojó algo a los consumidores; pero al lanzar el producto en la época navideña (algo habitual en todos los lanzamientos de videoconsolas) en tiendas especializadas y grandes almacenes a nivel mundial consiguió un enorme éxito en su lanzamiento igualmente.
- Precio: El precio de salida de PS2 fue de 74.900 pesetas (450€). Este precio resultaba elevado si comparamos con el precio actual de las videoconsolas, a pesar de lo cual fue un éxito en ventas. La Xbox salió por 479€ y la GameCube la más barata con diferencia, 199€, ésta tenía un menor coste de producción al realizarse con materiales de menor calidad.

Figura5. Consola PS2



Figura6. Consola Xbox



Fuente figuras 5 y 6: Google

Figura7. Consola GameCube



Fuente: Google

5.2 NINTENDO DS VS PSP (2004)

A continuación, vamos al ámbito de las videoconsolas portátiles, en donde en 2004 tanto Nintendo como Sony lanzaron al mercado una; destacando que fue la primera videoconsola portátil de Sony, contra la consola portátil más vendida de la historia y la segunda consola tanto portátil como de mesa más vendida de la historia; hablamos por supuesto de la Nintendo DS.

Hoy en día está claro quién es la ganadora ya que la Nintendo DS prácticamente dobló en ventas a la PlayStation Portátil (PSP), pero lo cierto es que Sony consiguió una excelente cifra de ventas con sus 82 millones de unidades vendidas contando con que era su primera consola portátil y con unos videojuegos y un público más adaptado a lo que ofrecía su consola de mesa que a una portátil; sobre todo porque Nintendo se especializó más en ese ámbito.

Siendo esta vez dos consolas que salieron al mercado el mismo año; vamos primero a empezar a ver cómo eran las características de cada una y en qué se diferenciaban una de otra para poder ver si la DS ahí la podía aventajar mucho o no.

Lo más destacado es el invento revolucionario que fue el aspecto y funcionamiento de la Nintendo DS gracias a su sistema de doble pantalla; siendo la inferior táctil. Esta característica permitía a los jugadores interactuar con ella y ofreciéndoles la posibilidad de un gran abanico de opciones divertidas e interactivas en todos sus videojuegos; cosa que con la PSP solo era la típica pantalla con los botones a los lados para su manejo.

Eso causaba que los jugadores sintieran una mayor implicación a la hora de jugar; no era algo tan simple como apretar los botones en el momento adecuado, lo que la hacía muy entretenida (años más tarde intentó seguir esa idea de interacción con sus otras consolas aunque de otra forma).

Figura8. Consola NDS



Figura9. Consola PSP



Fuente figuras 8 y 9: Google

Otro aspecto importante por destacar es que la duración de la batería de la DS era mucho más elevada, con lo que había menos riesgo de que se le apagara al jugador al llevársela fuera de casa y se quedara sin jugar. Un factor diferencial fue la conexión multijugador, con la Nintendo DS era muy sencillo, a través de una red wifi, conectar las consolas sin necesidad de cables y jugar con los amigos; mientras que Sony decidió que la PSP se orientara más hacia ser un dispositivo multimedia dando facilidades para ver videos o escuchar música a través de internet. Pero claro para los jugadores era más atractivo y divertido tener mayores facilidades para poder jugar con los amigos.

Nintendo acabó sacando además un total de 1014 juegos más que la PSP, la cual tuvo un total de 1823. Los videojuegos que sacaron también fue uno de los factores más destacados ya que el público andaba deseoso de poder continuar jugando a varias de las sagas de videojuegos más valoradas y esperadas como Pokémon, Zelda o los diversos juegos de Mario; mientras que la PSP no aportó grandes cosas diferentes a lo que hacía su consola de sobremesa; ya que muchos de sus videojuegos también salieron para la

PS3. Simplemente se lanzó para poder disfrutar de sus sagas fuera de casa, aunque sí que lanzó videojuegos que causaron también mucho fanatismo como los Metal Gear Solid o el Final Fantasy 7 (este último de hecho lo han sacado de nuevo como remake, actualizado y mejorado gráficamente para los tiempos modernos, en la PS4).

A lo largo de los años de vida de estas consolas fueron saliendo al mercado versiones mejoradas de las mismas, pero eso no le sirvió a Sony para recortar la distancia en ventas, por mucho que la potencia gráfica de la PSP fuera superior.

Aunque bien es cierto que ha habido ciertos períodos en que la PSP la superó en ventas, pero iba más ligado a momentos en que sacaban a la venta cierto videojuego concreto de alto nivel o popular que hacía que las ventas de la consola se inclinaran más a ella.

Otro de los puntos destacados es el mercado del público objetivo de ambas videoconsolas, la PSP estaba más orientada hacia un público juvenil/adulto con videojuegos más centrados en historias más complejas y adultas y violentas (como hacen sus consolas de sobremesa); mientras que la DS se podría decir que estaba orientada a todo tipo de público, más hacia uno infantil/adolescente eso sí pero también hacia públicos más adultos e incluso ancianos (había anuncios publicitarios en donde estos salían jugando) gracias a videojuegos como el "Brain Training" utilizados para mejorar y mantener en buen funcionamiento las capacidades cerebrales de los usuarios a través de distintos minijuegos. También juegos dedicados a enseñarte tipos de ejercicio físico o de cocina, de cuidado de mascotas, etc, que en aquella época buscaban para conseguir más ventas en el público femenino (aunque hoy en día ya no haya tanta diferenciación en ese sentido).

Un dato muy destacado sobre esto es que se calculó que el porcentaje de relación entre hombres y mujeres en la GBA (Game Boy Advance) era de 90% para los hombres y de mujeres tan solo un 10% pero con la DS esto cambia en gran medida hasta estar cerca de equilibrarse con un 60% a 40% a favor de los hombres; lo cual se acabó viendo reflejado en las ventas de la consola.

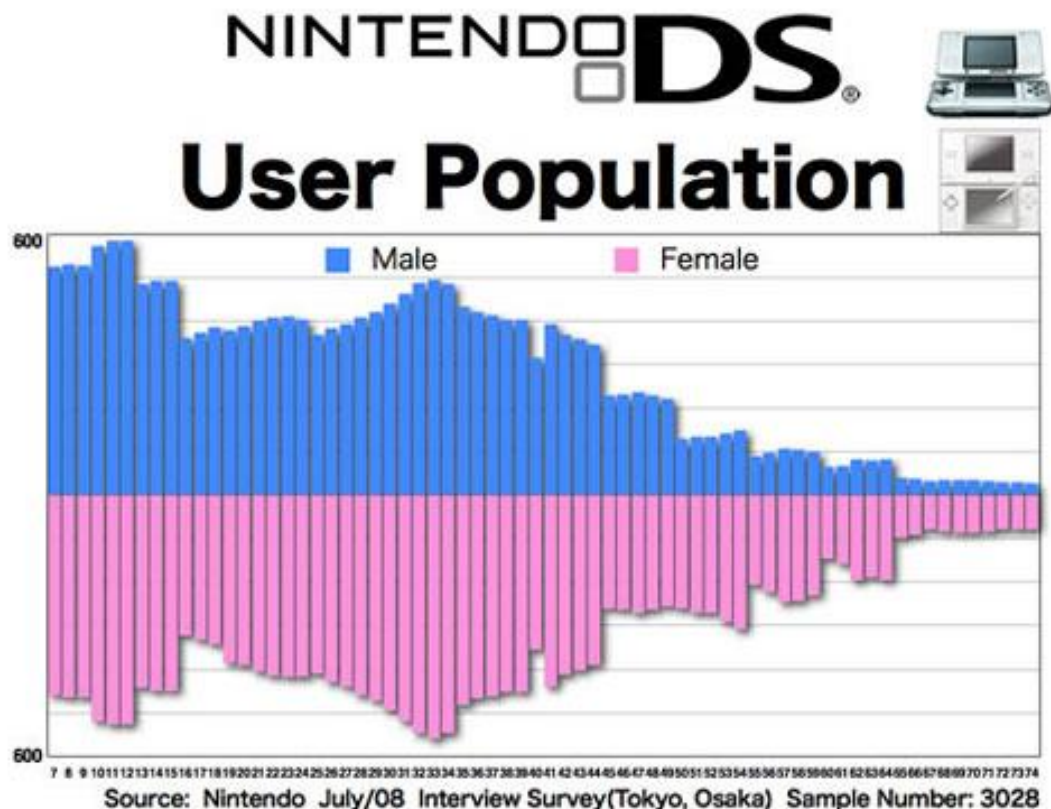
Por consiguiente, a través de esos juegos intentó inculcar los valores de diversión e innovación y diferenciación añadiéndole la experiencia de poder hacerlo más en familia o con amigos.

En el apartado de la comunicación como ya he mencionado; realizaron campañas con actores ancianos, lógicamente también para niños pero uno de los aspectos más llamativos es que realizaron una inversión de alrededor del 70% destinado en este tipo de publicidad en anuncios para edades comprendidas entre los 25 y 49 años. Con eso

buscaban esa conexión más familiar tratando de llegar a padres principalmente y convencerles no solo de comprar la consola para sus hijos sino que también pueden utilizarla ellos para jugar y divertirse.

En el 2008 Nintendo realizó un estudio de usuarios de la DS tanto por género como por edad en donde se ve ese gran acercamiento entre los géneros y de como había cierto sector de la población en edades avanzadas que la llegó a tener y utilizar.

Figura10. Población usuarios NDS



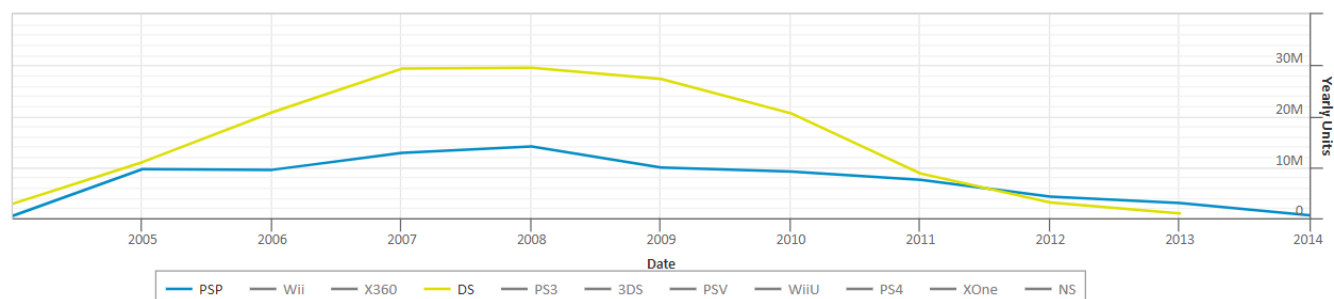
Fuente: Google

Todo esto también acabó siendo fundamental para Nintendo en años futuros para sus nuevas videoconsolas ya que comprobó que esa apuesta para atraer más al público femenino realmente le funcionó.

Respecto a los precios, la Nintendo DS salió en Europa y en Estados Unidos por 150€/€ mientras que la PSP costaba 185 dólares y 249€ en Europa. Aquí se ve que la diferencia de precio en dólares no era muy elevada, pero si en euros costando básicamente 100€ más que la DS con lo que no fue una estrategia de ventas muy apropiada teniendo encima en cuenta que ya sabían el precio de venta de Nintendo ya que esta salió en marzo en Europa y la PSP salió a la venta en septiembre.

En términos de distribución del producto por el mundo la PSP salió unos pocos meses antes en USA y Asia que en Europa registrando en esos momentos antes de su salida a Europa estas cifras de ventas: 5.07 millones de PSPs vendidas siendo de ellas 2.74 millones de PSPs vendidas en USA y 2.33 millones de PSPs vendidas en Japón y resto de Asia; siendo cifras superiores a las de Nintendo al acabar ese año en donde solo consiguió 5,27 millones de unidades vendidas pero esto se explica en que los juegos de lanzamiento de la DS no fueron tan llamativos pero en los años posteriores sacaron sagas a las que ningún amante de los videojuegos clásicos se podría resistir en especial los de Pokémon, Zelda o los anteriormente mencionados para conseguir atraer a esos nuevos públicos.

Figura11. Ventas PSP y NDS



Fuente: VGChartz

En el gráfico se ve claramente como durante el primer año comenzaron con cifras parecidas y que la PSP se mantuvo más o menos estable a lo largo de los años, pero la DS se disparó en ventas desde el 2005 hasta que se volvieron a igualar a mediados del 2011. Es importante destacar que en 2005 la Nintendo DS tuvo un importante juego superventas como el “Mario Kart” y en el año 2006 el “New Super Mario Bros” y el “Pokémon Diamante y Perla”.

5.3 Xbox 360 VS PlayStation 3 VS Wii (2005-2006)

Volvemos a un período en el que las tres marcas sacan una nueva consola de sobremesa prácticamente a la vez para pelear por quién va a ser la ganadora de esta nueva generación. Microsoft lanzó su Xbox 360 en 2005 y PS3 y Wii salieron en el año 2006 y en este caso el ganador sorprendentemente fue Nintendo con la Wii con un total de 101,63 millones de unidades vendidas, después Sony con 87,4 millones de PS3 vendidas y por último aunque con datos cercanos a la PS3 la Xbox 360 con 85,5 millones de unidades vendidas (las 3 consolas con datos globales en todo el mundo).

Antes de los lanzamientos de las tres videoconsolas Sony estaba bastante tranquila y confiada (aunque la Xbox si la inquietaba un poco, pero no demasiado tras las cifras de

la primera Xbox, debido al potencial económico y tecnológico que presenta un gigante como Microsoft) en que volvería a ser la ganadora ya que era la marca que reinaba desde el lanzamiento de su primera PlayStation; en especial tras el gran éxito de la PS2. Además con la confianza que la daba el poseer una capacidad tecnológica superior para su PS3 que la que tenían las demás, pero su equivocación no pudo ser más grande ya que sin lugar a dudas y viendo de dónde venían todas fue la que peores registros de ventas llegó a tener.

La PS3 sorprendió, ya que solo consiguió la mitad de ventas que la PS2. Microsoft, aunque su consola quedó la última en ventas se podría decir que fue la verdadera ganadora o la co-ganadora con Nintendo ya que pasó de las escasas 24 millones de unidades de la Xbox su primera consola a las 85,5 millones de unidades, lo que es un aumento muy importante en la cifra de ventas; Nintendo con la Wii también mejoró muchísimo con respecto a la GameCube de 2001 que solo consiguió 21,74 millones de ventas.

La principal razón de todas estas cifras es primero, el nivel tecnológico y de las características de las videoconsolas en donde Microsoft se igualó a Sony, aunque se diferenciaban en ciertos aspectos que se expondrán más adelante, y como siempre el catálogo de ventas de los videojuegos en donde el de la Xbox 360 y el de la PS3 era bastante parecido (a pesar de tener diferentes juegos exclusivos para cada una de ellas).

El de Nintendo era el más exclusivo ya que posee una muy amplia gama de videojuegos que solo se pueden jugar en sus videoconsolas.

Con todo esto se podría decir que tanto Microsoft como Sony se repartieron su nicho de mercado entre ellas y Nintendo se aprovechó de eso para ser la que más ventas generó ya que si solo hubiera salido o solo la de Microsoft o solo la de Sony habría sido la ganadora una de ellas con casi total seguridad.

Con respecto al precio de las consolas; la Wii, que fue la más barata de las tres, salió a la venta por 249€ en Europa, por 250\$ en Estados Unidos y 215\$ en Japón. La Xbox 360 sacó 2 versiones, una más standard por 299\$/€ y una versión "Pro" por 399\$/€ para intentar adaptarse a las diferentes capacidades económicas de su público objetivo. Pero la sorprendente fue la PS3 que salió unos meses más tarde que la Xbox y tenía la ventaja de poder manejar un precio competitivo contra ella, la vendió mucho más cara con una primera versión por 499\$/€ con 20GB de capacidad y otra por 599\$/€ con 60GB, lo cual aunque por características fuera algo mejor que la Xbox 360, la acabó poniendo en una situación complicada y perdió mucha cuota de mercado respecto a la de Microsoft.

Según “vgchartz”, página especialista en videoconsolas y videojuegos, la PS3 sólo fue la consola más vendida por regiones en Japón y la peor vendida de las tres en el resto de regiones, la Wii sólo ganó en Francia pero en el resto de las regiones fue la segunda más vendida y en América, Europa, Reino Unido y Alemania la Xbox 360 fue la consola más vendida con lo que a nivel global fue la preferida.

Todo ese comienzo tan abrumador les dio la esperanza de poder acercarse a la increíble cifra de ventas de PS2 o incluso superarla, pero acabó siendo un reto imposible de conseguir no obstante se colocó como la quinta videoconsola más vendida de la historia y tercera de sobremesa; no obstante, ahora sería sexta y cuarta respectivamente debido a la PS4.

Pero lo cierto es que, aunque la Wii solo ganó en ventas en Francia, la consola empezó su andadura a nivel mundial de manera brillante, durante el primer semestre de 2007 en EE. UU las ventas de Wii fueron mayores que entre la Xbox 360 y la PS3 juntas y hacia Marzo de 2008 se vendía 3 Wii por cada una de las otras dos. Y en el Reino Unido se batió el récord de velocidad de una consola en llegar al millón de unidades vendidas que fueron 38 semanas.

Ahora vamos a comparar las tres videoconsolas en cuanto a sus características y ver si en ese aspecto la Wii era la mejor de ellas o no.

En cuanto a la velocidad, potencia y rendimiento de la CPU la Wii es la peor con diferencia de las tres (algo que no sorprende ya que en ese aspecto siempre ha perdido contra las otras dos), en segundo lugar, la PS3 y la mejor de todas con amplia diferencia el de la Xbox 360 que también era la que tenía mayor memoria RAM.

En el tema de la comodidad y funcionalidad de los mandos para jugar cómodamente a los distintos videojuegos el mejor valorado con diferencia es el de la PS3 con una valoración sobre 100 de 86 puntos destacando que poseía acoples con doble potencia y que en ciertos momentos podía vibrar el mando para sentirse más dentro del juego, mientras que el de la Xbox más tosco y grande es de 34 puntos y el de la Wii de 54 puntos. Aquí hay que hacer una mención especial al mando de la Wii ya que Nintendo se salió totalmente de los estereotipos e ideó un mando propio único:

Figura12. Mando Nintendo Wii



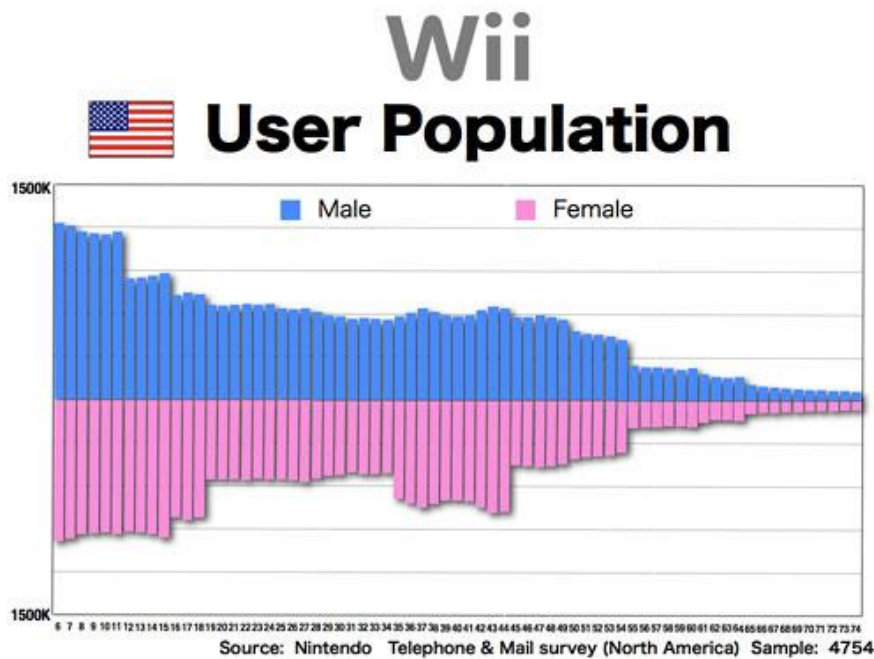
Fuente: Google

Era un mando pulsera que apenas tenía botones pero tenía la característica de la detección del control de movimiento (izquierda o derecha, arriba o abajo); lo cual fue una gran innovación, pero también causó mucha controversia ya que a los jugadores más tradicionales no les gustaba, pero a los jugadores menos habituales que los utilizaban para jugar más de vez en cuando a juegos para pasar el rato en familia o con amigos, les divertía mucho ya que permitía una gran interacción con muchos de sus videojuegos como moverlo hacia adelante para jugar al tenis o lanzar una bola de bolos. De hecho, la compañía japonesa realizó un estudio sobre la gente mayor y los niños y concluyeron que tantos botones, palancas o joysticks, eran complicados de utilizar para ellos, con lo que la idea de crear este nuevo mando era también para conseguir un mayor número de ventas, inclinándose hacia esos mercados objetivo simplificando así la forma de jugar para esos jugadores poco experimentados en los videojuegos.

Esta fue una estrategia de mercado muy arriesgada porque quería volver con fuerza al mercado de las consolas de sobremesa y tras el duro golpe sufrido con la anterior, la GameCube, tenían mucho en juego, pero por suerte para ellos la consola acabó convirtiéndose en un gran éxito en ventas.

Aquí se ve como en Estados Unidos la Wii mantuvo los niveles de paridad de género alcanzados y buscados con la Nintendo DS en su uso en todas las cifras de edad:

Figura13. Población usuarios Nintendo Wii en Estados Unidos



Fuente: Google

Lógicamente la creación de este dispositivo tuvo como premisa que los videojuegos utilizables en la Wii se tuvieran que adaptar a este mecanismo.

En el apartado de la conectividad la mejor aquí también fue la PS3. Era ya una época en que empezaba a ser importante la conexión Wi-fi para poder jugar online no solo con gente cercana sino con gente de todo el mundo y Sony con sus juegos multirregión y sus potentes servidores fue quien se llevó el premio. También era la única de las tres consolas con puertos ya HDMI lo que la permitía, con un televisor adecuado, tener una calidad gráfica y de definición superior a las otras y que como con la PS2, aunque ahora de mayor nivel, permitía la reproducción de videos y lectura de Blue Ray.

Entonces si en todas las características principales no ganaba en nada la Wii, ¿cómo es que fue la consola más vendida de las tres?, bueno la respuesta es sencilla: por su catálogo de videojuegos y su exclusividad de ellos que como siempre es la mejor baza de Nintendo a la hora de vender sus videoconsolas.

Nintendo siempre ha tenido una característica única, por así decirlo, muchas personas que se compran las nuevas consolas de Nintendo que van saliendo para poder seguir jugando a sus 2,3,4 sagas favoritas, ya que en las otras consolas no podrían hacerlo porque no se puede jugar a ellas. Y con eso muchas veces les basta, mientras puedan seguir jugando a Pokémon, Mario, Zelda los demás juegos son secundarios para ellos porque quieren seguir jugando a sus videojuegos favoritos de su infancia; porque ahí

Nintendo caló más hondo que Sony y Microsoft ya que fueron videoconsolas más tardías en salir al mercado (sobre todo Microsoft).

También Nintendo siguió la estrategia que le dio tanto éxito con la Nintendo DS y fue la de sacar a la venta una gran cantidad de videojuegos muy entretenidos para jugar en familia sin importar la edad o el género, con lo que abarcaba más mercado que en comparación con la Xbox 360 y la PS3, que destacaban más por videojuegos de carácter más violento o historias más adultas o videojuegos de miedo para jugar en solitario más que para hacerlo en compañía, con lo que se centraban en un público objetivo más de género masculino y de edad joven/adolescente (hasta unos 30 años aproximadamente).

Pero todo este conjunto de la Wii, características específicas de la videoconsola más el precio de salida de la misma no fue una idea simple, sino que la meditaron mucho. Según Shigeru Miyamoto, considerado el padre de los videojuegos modernos por haber creado para Nintendo franquicias como Mario, Zelda o Donkey Kong entre las más destacadas, querían realizar una videoconsola fácil de usar, instalar, que no hiciera ruido y sobre todo en donde la calidad gráfica no lo definiera todo. Querían centrarse en realizar videojuegos divertidos con un aire innovador y una segmentación de mercado y una estrategia de precios basada en ser muy accesible para todo el mundo buscando alejarse lo más posible de sus otros dos competidores porque, no querían meterse en una guerra de potencia que sabían que no podrían ganar y por los resultados está claro que acertaron de lleno.

Mientras tanto, la PS3 y la Xbox 360 luchaban a muerte para ver quién tenía los mejores gráficos y la mayor potencia, la Wii se desmarcó y para bien.

Siguiendo con este tema del posicionamiento de Nintendo con la Wii, esta consola fue la primera de la compañía que no incluyó en nombre de Nintendo ya que simplemente era la Wii. Además, se llamó así porque se pronuncia como “we” en inglés que significa nosotros buscando resaltar aún más que era una videoconsola que todo el mundo podría jugar.

Con todo esto Nintendo se sintió muy contento por haber cambiado en gran medida el concepto de los videojuegos habiéndolo llevado más lejos de los típicos estándares de que son más para público masculino y joven; y un dato destacado que apoya más esto es que fue la videoconsola con más usuarios por hogar con 3,5 en Japón y 2,9 en Estados Unidos.

En el tema de comunicación y publicidad de las consolas hay que destacar los siguientes puntos:

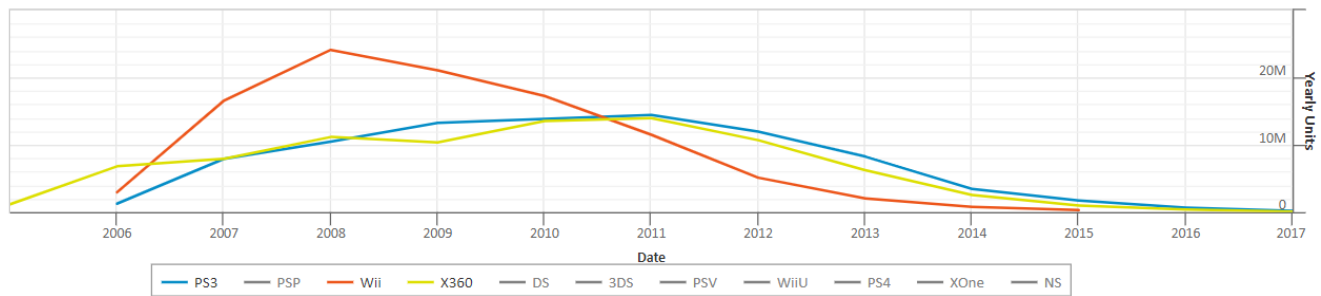
- Wii: Realizó campañas publicitarias en donde invirtió el 70% de las mismas para un público de edad entre los 25 y 49 años en anuncios en televisión, mientras que la publicidad para los jóvenes se realizó fundamentalmente por internet. La Wii no realizó esos anuncios televisivos demasiado llamativos u originales, pero tiene una curiosa anécdota durante su primer año en el que tuvieron que retirar toda la publicidad de su consola porque la cifra de ventas que estaban consiguiendo era muy superior a la esperada por parte de la compañía con lo que empezaron a escasear las existencias de la propia Nintendo Wii en el mercado con lo que acabaron optando por realizar esa drástica medida.
- PS3: Durante los tres primeros años no invirtió demasiado en publicidad en comparación con los años futuros confiando en que tendrían muchas ventas igualmente, lógicamente se equivocaron. En el 2009 Sony lanzó un nuevo modelo de la consola, la PS3 Slim, que como indica el nombre era más delgada que la original y salió al mercado por 299\$. En este caso Sony llegó a invertir 94 millones de dólares, era el momento de mejorar sus ventas, aunque esto les supusiera cambiar la estrategia del pasado. Ya en el 2011 a esta consola se le atribuye el haber realizado el mejor anuncio televisivo según muchos expertos llamado “long live play”, en donde gran cantidad de personajes de las franquicias principales de la consola cobraban vida para dar pie a ese genial y emotivo spot publicitario en donde el precio anunciado se rebajó hasta los 249\$.
- Xbox 360: Comenzaron haciendo campañas publicitarias resaltando en ellas los juegos más valorados y únicos suyos como Halo o Gears of War. Unos pocos años más tarde se centraron más en realizar anuncios en donde destacaban más las características de la consola retransmitiéndose en televisión, radio, cine y redes sociales para abarcar todos los ámbitos posibles.

Todo ello precedido por una importante publicidad y puesta en escena por parte de las tres videoconsolas en 2006 durante el famoso “E3” (Electronic Entertainment Expo) en donde se mostraron tanto la PS3 como la Wii con algunos videojuegos con los que saldrían las videoconsolas al mundo, así como el lanzamiento cercano en el tiempo de importantes juegos para la Xbox 360. Este evento es el sumun de la batalla vivida entre las compañías de videojuegos en donde a lo largo de tres días, por lo general, van dando diferentes

exposiciones dando a conocer al mundo todos sus planes, videojuegos y el potencial de las videoconsolas.

Para finalizar, el gráfico comparativo en ventas a lo largo de los años de las tres consolas en millones de unidades vendidas:

Figura 14. Ventas de PS3, Wii y Xbox 360



Fuente: VGChartz

En la gráfica se ve que la Wii empezó verdaderamente fuerte hasta 2008 y desde ahí comenzó su caída en ventas, aunque se mantuvo superior a Xbox 360 y PS3 hasta mediados del año 2011. En cambio, PS3 y Xbox 360 tuvieron a lo largo de todos los años unas cifras de ventas prácticamente calcadas estando casi siempre un poco por encima la consola de Sony.

Y aquí las imágenes de las tres consolas: Izquierda la Wii, derecha Xbox 360 y abajo la PS3.

Figura 15. Consola Wii



Figura 16. Consola Xbox 360



Fuente figuras 15 y 16: Google

Figura17. Consola PS3



Fuente: Google

5.4 NINTENDO 3DS VS PLAYSTATION VITA (2011)

En esta ocasión volvemos a las consolas portátiles, la última batalla existente de ellas, con la nueva versión mejorada de la Nintendo DS contra la versión mejorada de la PSP; llamada comúnmente PS Vita.

La batalla fue ganada por la consola de Nintendo si bien, ambas disminuyeron drásticamente sus cifras de ventas.

La 3DS vendió 75,08 millones de unidades con lo que experimentó una disminución de alrededor de 79 millones de unidades menos que su antecesora la Nintendo DS; mientras que la PS Vita vendió tan sólo alrededor de 15 millones de unidades (datos no exactos del todo ya que es la única consola que Sony no ha comentado sus datos de ventas públicos; esta cifra es una estimación dada por la antes mencionada web especializada "VGChartz"), lo que supone una disminución de 67 millones con respecto a su antecesora la PSP. Este gran fracaso de Sony la hizo tomar la dura decisión de retirarse definitivamente del terreno de las consolas portátiles; ya que desde entonces no ha vuelto a comercializar ninguna.

Es cierto que ambas consolas no innovaron demasiado, a excepción del sistema 3D con la consola de Nintendo, las dos eran simplemente versiones tecnológicamente superiores a sus antecesoras y como esas aún eran utilizables no causaron en su lanzamiento una sensación imperiosa en los posibles compradores de tener que adquirirlas nada más salir al mercado.

Aunque bien es cierto que la 3DS empezó vendiéndose muy bien, de hecho, fue la consola que más rápido alcanzó las 5 millones de unidades en Japón; consiguiéndose en 52 semanas. El problema es que en el resto del mundo no fue tan buena la acogida debido a unos pocos problemas, pero importantes.

- El primero fue la acogida por parte del público del sistema 3D (sin necesidad de gafas) que no les acababa de convencer; ya que no era apto para todos los juegos y si no se ajustaba bien causaba mareos, aunque se podía desactivar su uso y jugar normalmente.
- Los dos siguientes problemas iban unidos, primero el precio, el cual fue de 250€ y el segundo fue el catálogo de videojuegos el cual no era demasiado extenso en comparación con el de la DS con lo que no compensaba a los jugadores de momento cambiar de videoconsola, ya que aún en ese entonces el nivel de la Nintendo DS con sus muchos más videojuegos era muy bueno.
- Y por último refiriéndose a las ventas en Japón y al catálogo de videojuegos, es importante reseñar que al ser Nintendo una compañía japonesa había muchos videojuegos que solo salían a la luz para el país nipón debido a la temática de los mismos, muy arraigada a la cultura japonesa tanto clásica como moderna y que pensaban que no les compensaba sacar esos videojuegos fuera del país.

Debido a todos esos factores, Nintendo decidió seis meses después rebajar el precio a 169€ lo cual ayudó a incrementar las ventas. También a lo largo de los años sacó varios modelos nuevos de la misma consola como la 3DS XL, la New 3DS XL y una versión más económica la Nintendo 2DS (a la venta por 130€); buscando llegar a mucho más público adaptándose a todas las exigencias, pero no la ayudaron demasiado como para incrementar tanto sus ventas y acercarse a las cifras de la Nintendo DS.

Con la PS Vita ocurrió algo parecido a lo ocurrido con la 3DS, en Japón se vendió relativamente bien, ya que como pioneros tecnológicos en estos campos siempre han tenido una cultura más “gamer”. Además también tenía juegos exclusivos para ese país, aunque sin llegar a los niveles de tantos juegos como con la Nintendo DS.

En una entrevista a Andrew House, uno de los máximos responsables de Sony, desveló que el cambio en los hábitos cotidianos de los ciudadanos europeos y americanos hacia una cultura de smartphones fue el factor determinante que influyó en esas pobres ventas. Con lo que eso también se puede poner en común con la bajada de ventas de 3DS, el mundo smartphone y la gran cantidad de videojuegos gratuitos que la gente podría jugar en ellos empezaba a hacer mella, pero naturalmente no fue el único factor que condenó a la consola de Sony.

En esa línea sigue uno de los mayores errores de Sony, quiso crear una herramienta que se pudiera equiparar a los teléfonos móviles de la época y que estaban por venir con tecnología 3G, buena conectividad a internet y que facilitara el uso en la consola de las redes sociales, así como de YouTube, con la excepción de poder realizar llamadas telefónicas. Como empezaron a ver que meterse en ese terreno les estaba saliendo mal se centraron rápido en crear más videojuegos llamativos, de buena calidad y con un alto nivel de gráficos, pero ya fue demasiado tarde y Nintendo les había comido mucho mercado y lo único que la quedó fue vagar por los años restantes de su existencia hasta su cese de producción en 2019.

Otro de los problemas de la Vita fue la imposibilidad de bajar el precio de la misma (ni siquiera en los últimos años de existencia de la consola lo hicieron), la potencia que poseía y las características de ella implicaban que con un menor precio no tendrían beneficios o apenas los tendrían. Hubo dos modelos, una versión con Wifi a un precio de 250€ y otra con el 3G por 300€; implicando que era más cara que su competidora la 3DS. Y como Nintendo venía de un éxito abrumador con su antecesora, la mayoría del público que adquirió una consola portátil se decantó sin apenas dudar por la Nintendo 3DS en vez de por esta PS Vita; en donde fuera de Japón solo los más acérrimos seguidores de Sony y de la primera PSP la compraron. Intentaron crear una especie de relación más adelante con la PS4 pudiendo jugar a ciertos títulos de esa consola en modo portátil pero no sirvió de mucho.

Otro factor en contra de la Vita fue su escasa capacidad de memoria, para la gran cantidad de espacio que ocupaban sus juegos, la cual se llenaba con facilidad con solo unos pocos juegos instalados y te acababa obligando a desinstalarlos y perder tus partidas guardadas o comprar una tarjeta de memoria a mayores de 8GB por 30€ o una de 16GB por 46€.

Con respecto a sus campañas publicitarias también fueron muy pobres, su última aparición destacada fue en el E3, la feria mundial de la industria de las videoconsolas y videojuegos, de 2015 y eso que en Japón aún contaba con un público más o menos notable, para lo que fue la consola eso sí, y en Europa por ejemplo no hicieron nada destacado excepto un spot a principios del 2012.

➤ Características comparativas de PS Vita y Nintendo 3DS:

Figura18. Características PS Vita y 3DS

	Resolución	Memoria RAM	Pantallas	Nº de juegos
PS VITA	960 X 544	512 MB	1	2.273
3DS	800 X 240	128MB 256MB(LaNew3DS)	2	1.525

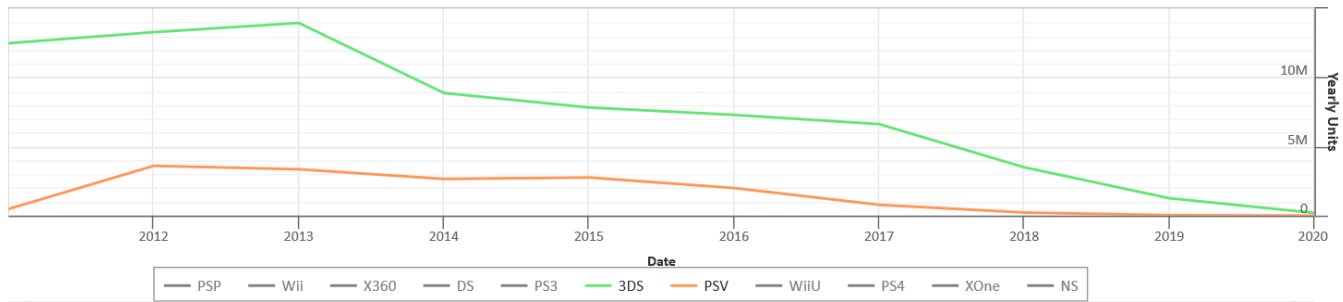
Fuente: versus.com

En estas comparaciones la 3DS la gana en el número de juegos y que sigue manteniendo las dos pantallas de la Nintendo DS. Teniendo esto en cuenta, una vez más en características técnicas la consola de Sony es mejor, además tiene juegos multirregión, pero una mejor interacción para jugar y un mayor número de posibilidades a la hora de escoger videojuegos vuelven a ser unos factores que decantan la elección del público de comprar una consola sobre la otra. Y eso que Nintendo experimentó numerosas críticas de fans que exigían un mayor nivel gráfico en muchos de sus juegos principales ya que podían dar más de sí, pero aunque no les hicieran mucho caso el público no se podía resistir a no poder jugar a los nuevos juegos de Pokémon, Mario o Zelda entre otros.

Para terminar, hay que añadir otra ventaja que tenía la consola de Nintendo respecto a la de Sony, que es la tienda online en la propia videoconsola. La 3DS tenía la llamada “eshop” que permitía la compra y posterior descarga e instalación de videojuegos en la propia consola sin necesidad de tener que ir a comprar el juego físico. Esto tiene más importancia de lo que parece ya que la dio un salto más moderno a la consola y de vez en cuando iban sacando promociones en los juegos o incluso regalaban alguno (sin que fuera uno importante eso sí) o ponían a la venta juegos clásicos superventas de sus consolas antiguas a precio barato, para que lo pudieran jugar los jugadores de la nueva generación o que pudieran volver a jugarlos sus jugadores más veteranos; atacando directamente al factor nostalgia, algo que Nintendo hace mucho y se acaba traduciendo en la generación de más ingresos con pocos costes para la empresa.

A continuación, muestro un gráfico comparativo de las ventas de 3DS y PS Vita año a año desde 2011 hasta el 2020.

Figura19. Ventas de 3DS y PS Vita



Fuente: VGChartz

En esta ocasión vemos que en comparación a cuando salieron la Nintendo DS y la PSP, la 3DS ya sacó mucha más diferencia en ventas que la PS Vita desde el inicio. La PS Vita al igual que su antecesora también tuvo un nivel de ventas estable pero la 3DS cayó continuamente en ventas desde el 2013 destacando la fuerte caída a lo largo de ese año 2013.

Y aquí las imágenes de las dos videoconsolas:

Figura20. Consola 3DS



Figura21. Consola PS Vita



Fuente figuras 20 y 21: Google

5.5 PlayStation 4 VS Xbox One VS Wii U (2012-2013)

Llegamos a la última comparación de consolas, en donde cada una de las tres compañías volvieron a lanzar al mercado una nueva videoconsola de sobremesa y teniendo en cuenta lo igualado que fue la anterior vez era de vital importancia ganarse al público desde el mismo momento en que se empezaron a promocionar.

Pero esta vez no habido ninguna duda de quien fue el claro ganador, que fue Sony con su PlayStation 4 (PS4) con una gran cifra de ventas que llega a los 110, 4 millones de unidades vendidas. La Xbox One consiguió solo algo menos de la mitad que la PS4 con

52,1 millones de unidades vendidas y la peor parada con mucha diferencia fue la Wii U con una pobre cifra de 13,56 millones de consolas vendidas.

Es muy llamativo que entre las tres videoconsolas la cifra de ventas fue de 176,06 millones; mientras que si sumamos las de PS3 más la de Xbox 360 y la de Wii fue de 275,53 millones de consolas vendidas; casi 100 millones de diferencia entre ambas generaciones.

A pesar de ese dato es cierto que la suma de las cifras de venta entre las consolas de Sony y Microsoft es muy parecida; donde está la pérdida fue en la consola de Nintendo que vendió alrededor de 75 millones de unidades menos que su antecesora la Wii. Existe la posibilidad de que no sólo influyera la mala consola de Nintendo, sino también lo buena que fue la Wii y sus compradores no sintieron la necesidad de hacer el cambio de consola o también la crisis económica mundial que en esa época aún estaba algo reciente y al fin y al cabo el tándem consola más videojuegos no son un producto barato.

Con relación al tema de precios, el de la Wii U en Japón fue de 261€ al cambio la versión standard y 314€ la versión premium y en Europa finalmente fue de 299,95€ la versión standard y 349,95€; llegando a ser más cara que la Wii. El de la PS4 fue de 399€ con el mismo en dólares y el de la Xbox One de 499€ con también la misma cantidad en dólares.

En esta ocasión la que se equivocó con la estrategia de precios fue Microsoft, debido a una causa principal: la interfaz Kinect. Esta versión mejorada del que se vendía con la Xbox 360, que en los inicios de venta de la Xbox One era de obligatoria compra con la consola causando que se elevara el precio de compra de la misma siendo además un aparato que mucha gente no quería. Todo eso dio lugar al rechazo por parte de los compradores y a que perdiera mucho terreno en ventas con la PS4 ya que hizo que fuera 100€//\$ más cara que ésta última y todo gracias a que cometieron el grave error de que tuviera que estar conectado el sistema Kinect para que pudiera funcionar su videoconsola.

Más adelante en el verano de 2014 acabaron rectificaron y sacaron una versión sin el Kinect por 399€//\$, el mismo que la PS4, para intentar remontar el vuelo.

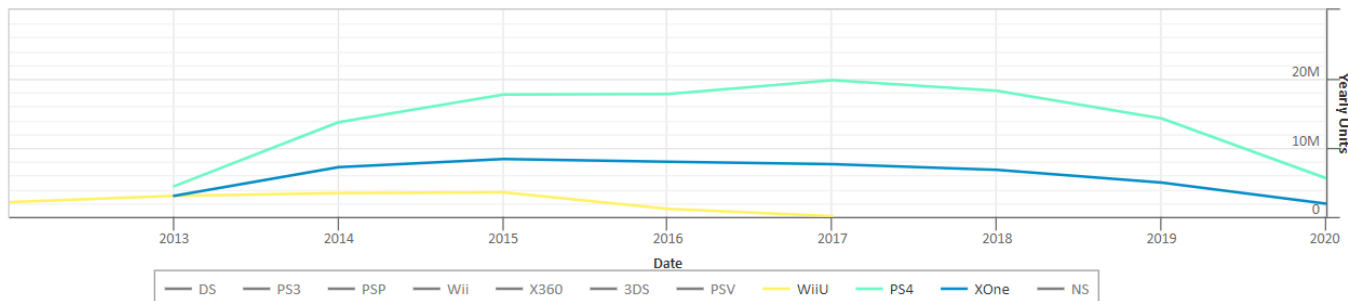
Además, en 2016 comercializaron la Xbox One S, una versión algo más pequeña y potente que la original por 249\$ y si querías más capacidad de almacenamiento el precio podía subir hasta los 399\$. También en noviembre de 2017 lanzaron la Xbox One X, la cual era una versión superior en potencia, almacenamiento y gráficos a la original por 499\$ buscando renovarse actualizando su consola al nivel tecnológico que podía ofrecer la compañía en esa época.

Sony por su parte no se quedó atrás y en septiembre de 2016 comercializó la PS4 Slim y en noviembre de ese año la PS4 Pro. La Slim costaba 299€/\$, fue una consola que presentaba ligeras correcciones de la original y presentando un tamaño que era un 40% menor. Mientras que la Pro costó 399€/\$ siendo una versión más potente que las otras dos, ofreciendo al consumidor grandes mejoras como jugar a 1080p y 60fps, dando más velocidad en el juego, o a 4K y 30fps, lo que aumentaba mucho la calidad gráfica y de ambas formas reduciendo el tiempo de carga de las pantallas.

Cierto es que para aprovechar ese potencial hay que tener un televisor acorde que lo pueda soportar. Comparando ambos casos se comprueba que tanto Sony como Microsoft ya no tenían ningún pudor e iban sacando cada pocos años versiones mejoradas de su plataforma como empezó a hacer Nintendo hace varios años.

A continuación, expongo el gráfico de ventas de las tres consolas desde su lanzamiento hasta la actualidad:

Figura22. Ventas de Wii U, PS4 y Xbox One



Fuente: VGChartz

En la gráfica se observa la clara ventaja que tomó la PS4 desde el inicio respecto a la Xbox One y que por mucho que los de Microsoft intentaran arreglar el error inicial fue algo irremediable. Como se puede apreciar, en ambas consolas hay un incremento del descenso de sus ventas desde inicios del 2019; esto es debido a los rumores que hubo con posterior comunicación oficial por parte de ambas empresas de que lanzarían al mercado para finales de 2020 una nueva videoconsola.

Por parte de la Wii U, es evidente que fue un fracaso desde sus inicios hasta su pronta desaparición en 2017; año en que salió al mercado la última consola vigente de Nintendo, la Nintendo Switch.

En términos de características tecnológicas y de funciones de utilidad hay dos claros enfoques entre las tres videoconsolas.

- El primero es que la Wii U está años luz por detrás de las otras dos consolas en relación con la potencia de la CPU, gráficos, memoria RAM, memoria interna y velocidad del procesador. Solo destaca en que ofrece una clara diferenciación de las otras dos en cuanto a los videojuegos únicos que ofrece Nintendo y también un mando único con pantalla incorporada y cámara para jugar a esos juegos distintos de los de Sony y Microsoft.

Figura23. Mando Wii U



Fuente: Google

- Y el segundo fue la gran igualdad de las características antes mencionadas, en prácticamente todas ellas, entre la PS4 y la Xbox One.

Figura24. Características PS4 y Xbox One

	VELOCIDAD CPU	MEMORIA RAM	VELOCIDAD DEL PROCESADOR	ALMACENAMIENTO INTERNO	MULTIRREGIÓN
PS4	8 x 1,6GHz	8GB	800MHz	500GB	SÍ
XBOX ONE	8 x 1,75GHz	8GB	853MHz	500GB	SÍ

Fuente: versus.com

En el esquema se comprueba que la igualdad era máxima, ganando mínimamente la consola de Microsoft causando que no sea un resultado tan notorio como para sacar ahí ventaja a la consola de Sony.

La PS4 se podía diferenciar en la existencia de un disco duro reemplazable, lo que le daba la posibilidad de aumentar su memoria interna, además de poseer la fuente de alimentación de manera interna, dentro de la consola, haciendo que sea menos aparatosa tener la consola ya que una fuente de alimentación externa puede ocupar mucho espacio físico. Poseía el importante añadido de poseer un mayor número de juegos exclusivos afamados (que no en suma total) que la Xbox One ya que por lo general esos juegos suelen

ser de los mejores de sus respectivas videoconsolas y contar con esas sagas es un empuje destacado en la lucha para vender más videoconsolas.

En cuanto a los mandos, ambos eran versiones algo mejoradas de sus antecesores. El de la PS4 venía con un botón para compartir al instante momentos en las redes sociales y una iluminación de colores y salida de sonido como un altavoz en su panel central que proporcionaba una sensación de estar más metido dentro del juego; mientras que el de la Xbox no incorporaba nada nuevo destacable.

Ahora vamos a hablar un poco de las estrategias de ventas y campañas de marketing de las compañías:

- PS4: Como en sus anteriores ediciones se dirigía hacia un público más veterano por así decirlo, buscando encantar a la ya contrastada figura del “gamer” y sin querer buscar un público objetivo más familiar como hace Nintendo. Sony comenzó la campaña publicitaria bajo el lema “**Greatness Awaits**” que significa, “lo grandioso espera” queriendo destacar su potencia gráfica y jugabilidad. Poco después introdujo el lema “**Greatness Exchange**”, buscando la fuerza del intercambio social a través del online de sus videojuegos buscando unir y relacionar a su comunidad gamer para una mayor interacción. Esto fue reforzado tras el lanzamiento por el “PS4Share”, apretando un botón podías subir a una red social un video o fotos de los mejores momentos o momentos graciosos de los jugadores en sus videojuegos bajo un hashtag.
Además, realizó populares concursos en donde la gente podía ganar grandes premios como trajes de soldado y armas de algunos de los juegos exclusivos y emblemáticos de la marca.
Realizando toda esa publicidad como en anteriores ocasiones a través redes sociales, videos de YouTube, anuncios televisivos y manteniendo su conexión con eventos importantes como la Champions League de fútbol entre otros.
- Xbox One: La consola de Microsoft comparte público objetivo con la PS4 sin diferenciación alguna. La campaña de marketing para esta consola fue mala, porque se consideraba que no escuchaban las exigencias de sus potenciales usuarios, como por ejemplo con la inclusión del Kinect, al contrario de lo que hacía Sony que siempre estaba pendiente de ello; y si en una batalla no se hace caso a las demandas exigidas los compradores se acabarán yendo al otro bando.

En 2014 hicieron una campaña publicitaria con un discurso de animarse, levantarse y devolver el golpe en clara referencia a su posición de ventas con respecto a la PS4.

- Wii U: Nintendo en sus anuncios intentó que se explicara lo diferente que podía ser esta consola de la Wii, pero no lo consiguió. Se veía simplemente con una nueva versión de la Wii sin apenas mejoras y con un mando nuevo raro con pantalla que no gustó al público; así que los fans de la Wii no sintieron la necesidad a través de los distintos métodos publicitarios de comprar esta nueva versión. En buena parte a eso también contribuyó su nombre que no daba la sensación de ser una nueva consola sino una nueva versión mejorada al estilo de sus consolas portátiles.

En conclusión, por mucho que el software y el hardware de una videoconsola a otras se asimilen o sea incluso mejor no todo se basa en eso; hay muchos más puntos que tratar y es en esos en donde la PS4 la metió una amplia ventaja a la Xbox One que terminó resultando en obtener el doble de ventas. Al igual que nunca hay que acomodarse con lo conseguido como hizo Nintendo porque luego la caída es muy dolorosa y en todas las empresas y en tecnología aún más se sabe que hay que estar en constante innovación.

Y para finalizar las tres imágenes de las consolas, izquierda PS4, derecha Xbox One y abajo la Wii U:

Figura25. Consola PS4



Figura26. Consola Xbox One



Fuente figuras 25 y 26: Google

Figura27. Consola Wii U



Fuente: Wii U

6. ACTUALIDAD

En este último apartado comentaré los temas más destacados relacionados con este mundo de los videojuegos; empezando por el fenómeno Nintendo Switch, seguido de cómo ha afectado el Covid-19 a la industria. Veremos también la nueva generación de videoconsolas que está por venir a finales de este año 2020 con la PS5 y la Xbox Series X y para terminar las nuevas alternativas a las videoconsolas como la plataforma para ordenadores “Steam” y el fuerte empuje de los videojuegos en los smartphones; los cuales están quitando ventas a las empresas de videoconsolas.

6.1 Nintendo Switch

Tras el espectacular fracaso de Wii U, Nintendo no tardó en reaccionar y en marzo de 2017 puso a la venta en todo el mundo la Nintendo Switch, la cual está teniendo un éxito bastante bueno.

Actualmente cuenta con aproximadamente 56 millones de unidades vendidas en poco más de tres años, que teniendo en cuenta que durante estos años están en el mercado la PS4 Pro y la Xbox One S es un resultado a tener en cuenta.

En esta ocasión quisieron crear una buena videoconsola y que eso se reflejara en las ventas sin que fuera portátil, así que tuvieron la brillante idea de hacer a la Switch doble; es decir es de sobremesa, pero también se transforma en una versión portátil. Eso es posible gracias a la pantalla táctil de 6,2 pulgadas en la cual se acopla el nuevo mando (Joy-Con) para poder jugar; quedando de esta forma:

Figura28. Nintendo Switch forma portátil



Fuente: Google

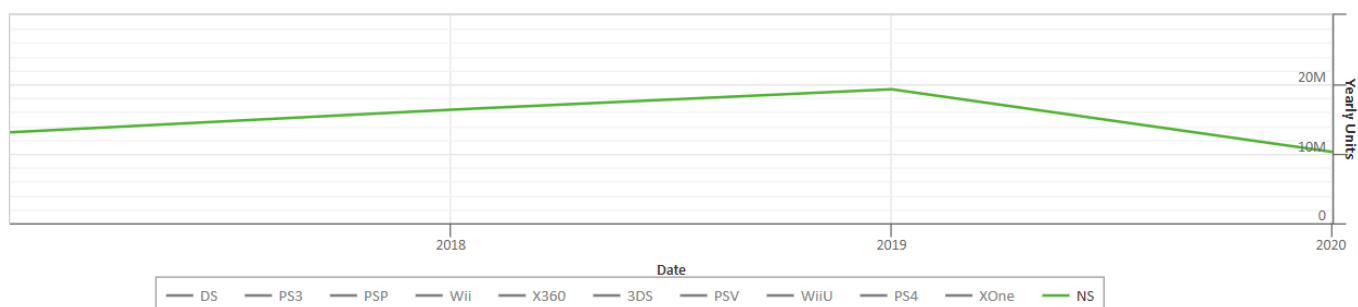
El mando se divide en dos y se acopla a los extremos de la pantalla para jugarla de forma portátil, de esta forma consiguen vender un 2x1 para abarcar los dos ámbitos de las videoconsolas y tener a todo el mundo satisfecho.

Unido a que el precio de venta no era muy elevado 299\$ y para Europa 319€ y en Japón era algo más barata al cambio, no la costó tener un gran éxito en ventas; de hecho, en Amazon Japón sus reservas se agotaron a los 15 minutos de salir en la web lo que es una auténtica locura. En septiembre del 2019 Nintendo sacó la “Nintendo Switch lite” por 200\$/€ que simplemente era la versión portátil de la misma de 5,5 pulgadas para los que solo la quisieran así y ahorrarse algo de dinero.

Estas estrategias de ventas unidas a el lanzamiento de varios videojuegos que el público esperaba y a una importante mejora de aspectos técnicos internos llegando a acercarse algo a lo que ofrecían la PS4 y la Xbox One fueron claves del éxito que está teniendo la Switch; pero parece poco probable que lleguen a alcanzar las cifras de ventas de la Wii.

A continuación, expongo la gráfica de ventas de la Nintendo Switch desde su lanzamiento en 2017:

Figura29. Ventas Nintendo Switch



Fuente: VGChartz

Como se puede comprobar ha sido un gran éxito desde sus inicios, llegando a superar las 10 millones de unidades; aunque es cierto que desde mediados del 2019 está sufriendo un importante descenso en ventas y eso es fundamentalmente a los videojuegos expuestos a la venta y a que tras tres años de vida no ha disminuido su precio la consola. Es más, el año pasado más o menos coincidiendo con la salida de Switch Lite, Nintendo lanzó una versión ligeramente mejorada de la original pero apenas bajó el precio de venta de la primera porque tenían la confianza de que se seguirían vendiendo igual.

Al fin y al cabo, una videoconsola no se vende solamente por sus características sino también por los videojuegos que ofrece y en el caso de Nintendo es aún más importante. Comenzó con importantes nombres como Mario Kart, un nuevo Zelda (que causó una grandísima satisfacción a sus fans, ya que se considera uno de los mejores) y un Mario de plataformas entre los más destacados. Pero a finales de 2018 y 2019 bajó algo el nivel, aunque sacaron juegos importantes como el Smash Bros y un nuevo Pokémon que no encantó a todo el mundo, pero aun así ha tenido grandes ventas. En marzo de este año se lanzó Animal Crossing, y a pesar que había grandes expectativas con posibles buenos juegos de Pokémon, esto no se ha materializado.

Debido a eso la consola se ha empezado a resentir en ventas porque si hay pocos juegos nuevos al año verdaderamente buenos, los compradores dudarán más para hacer el desembolso por la adquisición de la consola. También la salida de las nuevas consolas de Sony y Microsoft a finales de este 2020 influye, porque deciden ahorrar para ellas en vez de comprarse la Switch.

Para finalizar la imagen de la consola:

Figura30. Consola Nintendo Switch



Fuente: Google

6.2 Influencia del COVID-19 en el sector

Este virus ha causado un gran impacto en la economía mundial y afectado a todo tipo de industrias y ésta no iba a ser una excepción. Se han retrasado el lanzamiento de muchos videojuegos durante esos meses hacia este verano, finales de año o incluso el año que viene, pero también la población ha pasado una altísima cantidad de horas sin poder salir de casa; ¿causando tal vez un aumento de las ventas de videoconsolas y juegos estos meses?; a continuación, lo analizaremos.

Con las medidas de confinamiento impuestos ha aumentado la audiencia cautiva en este sector de los videojuegos y según un estudio de “Newzoo”, especialistas en marketing de videojuegos, se espera unos ingresos de 159.300 millones de dólares en juegos lo que supone una tasa de crecimiento del 9,3% respecto al año pasado y con previsión de superar los 200.000 millones para 2023 con lo que no parece que haya o vaya a afectar muy negativamente el virus a la industria.

Otra idea que apoya este estudio es que tanto Microsoft como Sony anunciaron que esto no va a afectar nada a sus planes y que podrán sacar al mercado sus nuevas videoconsolas sin ningún problema.

Y es que sin duda el sector de los videojuegos ha sido un consuelo y un entretenimiento muy importante durante el período de cuarentena haciéndolo más ameno y ayudando a matar el tiempo provocando que esos duros días no se hicieran tan aburridos ni tan largos. Además, los sistemas multijugador ayudaban un poco más a socializar, incluso con personas desconocidas, a través de los chats en esos videojuegos y su conexión a las redes sociales.

Estos factores han aumentado algo el número de jugadores poco habituales y esperan que un buen porcentaje de esos jugadores se acaben convirtiendo en habituales con el paso de los meses.

Un elemento afectado realmente importante fue el E3, el mayor evento de videojuegos y consolas del mundo que no se ha podido realizar, causando ahí pérdidas destacadas en publicidad y patrocinios. Debido a eso las tres empresas se tuvieron que reinventar y realizar ciertos streamings, transmisiones en directo por distintas plataformas a través de internet como YouTube o Twitch, para mostrar sus progresos y promocionar sus nuevas videoconsolas y videojuegos.

Pero la realidad es que este confinamiento ha sido positivo para los videojuegos y sus ventas; un artículo reciente, 17 de junio, del prestigioso periódico “Los Angeles Times” comenta la situación al respecto:

En ese artículo, Stanley Pierre-Louis, director ejecutivo de Entertainment Software Association, el grupo comercial líder de las compañías de videojuegos asegura que los videojuegos y su industria están viviendo un momento extraordinario y remarcaba que los videojuegos están uniendo a las personas y la comunidad.

Siguiendo ésta última línea, Mat Piscatella, analista de la industria perteneciente al mismo grupo que Stanley, consideraba que a medida que pasaba el tiempo, los videojuegos no eran solo un simple escape y diversión sino una gran manera de mantenerse en contacto con familiares y amigos basándose en cuatro puntos: Comodidad, Conexión, Diversión y Escapismo.

Un dato curioso es que en plena pandemia y confinamiento la cuenta oficial de Twitter de la OMS recomendó jugar a videojuegos, entre otras cosas.

En Estados Unidos se incrementaron las ventas un 9% con respecto al año anterior, corroborando el estudio de Newzoo, y en mayo se llegó a incrementar un 52%; además, aunque la población haya perdido empleo no influyó negativamente en el gasto en esta industria sino al contrario.

Lógicamente hay de todo y estudios más pequeños de creación de videojuegos han podido sufrir bastante; según un estudio de DEV que se realizó a mediados de marzo, Desarrollo Español de Videojuegos, estas empresas han experimentado un 40% de cancelaciones en la creación de videojuegos y solo el 54% pensaba que podrían sobrevivir así 3 meses más, aunque empresas de más de 50 trabajadores creían que no tendrían problemas el 89% de ellas. Esto se debe en buena parte a que es un empleo que se puede realizar fácilmente a través del teletrabajo ya que se realiza en ordenadores mediante programas de diseño.

Y para finalizar si las ventas de videojuegos han aumentado tanto, las de las videoconsolas no podían ser menos. Según un artículo de abril del periódico español La Razón, en España la primera semana aumentaron un 27% las ventas y un 66% en la segunda semana de confinamiento; mientras que en Reino Unido aumentaron un 126% la primera semana y un 250% en la segunda, una auténtica locura, en Francia en marzo aumentaron un 140% y en Australia en esas dos semanas llegó a aumentar un 300%.

Es cierto que este aumento en las estas cifras tanto de videojuegos como de videoconsolas ayudó que salieron a la venta varios videojuegos muy esperados por el público; pero no cabe ninguna duda de que esta pandemia con su confinamiento en hogares ha ayudado al aumentar los ingresos de prácticamente todas las compañías que están en esta industria.

6.3 PS5 y Xbox Series X

Tanto Sony como Microsoft han anunciado y confirmado en estos últimos meses que lanzarán al mercado cada uno una nueva videoconsola en las navidades de este año 2020, la PS5 para Sony y la Xbox Series X de Microsoft.

Una vez más tendrán una nueva batalla para ver quien consigue vender más, ya han comenzado mostrando videos en los cuales enseñan las nuevas características que tendrán ambas; así como los videojuegos de salida que tendrán como reclamo para aumentar sus ventas.

En esta ocasión ambas alardean de ofrecer unos niveles tecnológicos jamás vistos y que mejorarán por mucho sus anteriores modelos; y claro, contando con eso el “hype” (altas expectativas generadas alrededor de un producto) generado en la población es extremadamente alto y se confía en que ninguna decepción, pero ¿con lo mostrado hasta ahora cual puede llevar ya una ligera ventaja?

En esta ocasión no voy a entrar en detalles sobre las especificaciones técnicas de ambas ya que pueden ser demasiado complejas, pero las de ambas videoconsolas serán más o menos similares.

Microsoft fue la que golpeó primero durante la cuarentena con una conferencia que mostró algunas cosas interesantes y sobre todo con la salida de “Halo Infinite”, un videojuego más de su saga más famosa. Sin embargo, unas semanas más tarde llegó la de Sony y según la opinión de muchos la pasó por encima a la de Microsoft; mostrando una calidad gráfica sencillamente espectacular en los videojuegos que mostró, y siendo muchos de ellos de gran peso exclusivos para su PS5, los cuales son: Un nuevo Spiderman, Gran Turismo 7, Horizon Forbidden West o el Demon’s Souls, remake del juego que dio comienzo a uno de los modos de juego más importantes de la actualidad.

Es cierto que un punto muy a favor de Xbox Series X es la función de retrocompatibilidad, esta función permite la utilización de videojuegos de sus consolas anteriores en su nueva consola, y de momento Sony no ha anunciado esa función

requerida por el público, aunque hay muchos rumores que indican que la acabarán incorporando.

Para finalizar es importante reseñar que ninguna aún ha revelado el precio que puedan tener, aunque se espera que ronden por los 600\$. La PS5 ha anunciado dos modelos, uno para meter los CDs y otro sin ellos, se espera este último más barato, ya que según ellos hoy en día se compran una gran cantidad de juegos en formato digital, descargándolos desde la PlayStation Store de la propia consola.

A continuación, las imágenes de ambas videoconsolas:

Figura31. Consola PS5



Fuente: Google

Figura32. Consola Xbox Series X



Fuente: Google

6.4 Plataformas alternativas

Este último apartado va a tratar de las dos plataformas alternativas principales que hay para jugar videojuegos; siendo los smartphones y los ordenadores, en donde me centraré en la plataforma Steam.

- Smartphones: Hoy en día prácticamente toda la población de los países desarrollados posee un smartphone con acceso a internet, los cuales van

teniendo cada vez pantallas más grandes y con funcionamiento táctil lo que les convierte en dispositivos idóneos para poder jugar a videojuegos donde sea y en cualquier momento. Poco a poco, año a año el uso de videojuegos en los móviles ha ido creciendo hasta ya ser en la actualidad una realidad más que contrastada y es que de los 120.100 millones de dólares que generó la industria de los videojuegos en 2019, más de la mitad han sido ingresos por juegos de móvil, 64.000 millones; y se espera que esas cifras sigan creciendo en los próximos años.

Esto se debe a que cada vez más empresas se centran más en hacer videojuegos para móvil de alto nivel y que sobre todo enganchen al público y naturalmente las empresas más importantes en fabricar los videojuegos para las videoconsolas no se van a quedar atrás y cada vez sacan más juegos para smartphones.

Sin embargo, casi la totalidad de estos ingresos no son de gente pagando y comprando juegos, ni mucho menos, ya de hecho es prácticamente al contrario; son de juegos gratuitos de jugar que representan un 80% de las ganancias totales.

Videojuegos que se formaron una gran fama en ordenador o videoconsolas como el Fornite, el Call of Duty o el Mario Kart han sacado sus versiones “gratuitas” para móvil; y están generando ahí un montón de beneficios. Eso es debido a que una vez dentro los jugadores acaban gastando dinero para mejorar armas, habilidades, diseño de personajes, etc; así que a la larga, aunque el juego sea gratis de jugar saben que el público se va a acabar gastando el dinero en esos detalles y les acabará compensando económicamente. Un ejemplo claro de esto es el fenómeno “Pokemon Go”, juego gratuito lanzado en 2016 y que en el verano de 2019 informó que había generado unos ingresos de 2.650 millones de dólares; otros ejemplos de estos son el Candy Crush, el Clash Royale y el mayor de todos el Clash of Clans con 3.150 millones de dólares desde su lanzamiento.

Otro tipo de juegos de móvil que cada vez coge más fuerza y genera más ingresos son los llamados “juegos gacha”, también gratuitos. Estos juegos de tendencia anime japonés, por lo general, pueden llegar a ser muy adictivos sino se tiene cuidado; ya que si quieres ir bien al día con ellos te obligan prácticamente a jugar un buen rato cada día porque te sacan personajes nuevos cada poco tiempo, 1 o 2 semanas, para competir en los eventos semanales pudiendo causar que sus jugadores se puede gastar

verdaderos dinerales en intentar hacerse con sus personajes favoritos porque la probabilidad de hacerse con ellos es baja, entorno al 1% o 3% suele rondar.

- Ordenador: Los ordenadores desde que están siempre han sido un competidor nato de las videoconsolas; una persona podía ir a una tienda y comprar un CD de un juego e instalarlo en el ordenador, pero todo eso evolucionó desde que en 2003 se creó la plataforma para videojuegos Steam.

Steam es una plataforma creada por la empresa desarrolladora de videojuegos Valve Corporation, pero pronto evolucionó para aceptar juegos de cualquier compañía. Actualmente es la plataforma por excelencia para jugar y comprar videojuegos para ordenador, teniendo en su catálogo videojuegos que se pueden adquirir para cualquier videoconsola, a excepción de los exclusivos de Nintendo y de Sony; aunque algunos de estos últimos se consiguen habilitar años después de su salida en las diferentes PlayStation cuando consideran que les compensa económicamente habilitarlos fuera de sus consolas.

Otra plataforma que está cogiendo fuerza desde 2017 gracias al Fornite es “EpicGames”, de funcionamiento similar a Steam y que últimamente está regalando juegos como reclamo siendo algunos de ellos de peso importante en la industria de algunos años atrás.

Hoy en día muchos jugadores prefieren montarse un ordenador por componentes que pueda soportar los juegos actuales porque piensan que les acaba compensando económicamente e ir actualizándolos cada pocos años para que les puedan durar más años que la vida media de una videoconsola.

Ir a jugar en ordenador en vez de consola tiene el añadido de que los juegos son más baratos; ya que no se compran actualmente en formato físico pudiendo costar entre 10 y 30€ más barato en su fecha de lanzamiento y con el añadido de que suelen tener rebajas de precios de forma más habitual y el poder jugar a algunos juegos que no salgan para la videoconsola que uno pueda tener.

No obstante, también tiene el inconveniente de que hay que estar cada cierto tiempo actualizándolo un poco y la imposibilidad de jugar a grandes videojuegos exclusivos de otras plataformas lo que te puede hacer sentir

desplazado de la actualidad “gamer”, que en este mundo el día a día es muy importante.

Porque al final un factor destacado de este mundo es la actualidad, es decir, la compra de un videojuego nuevo por 70€ probablemente no corresponda a su valor real y en un año o menos muchos de ellos se pueden adquirir a mitad de precio o casi; pero en parte se paga por esa exclusividad y ser de los primeros en jugarlo, jugar un videojuego cuando ya ha pasado de moda pierde valor en la comunidad.

Aún con todo eso no hay duda de que es una forma de jugar videojuegos que está comiendo terreno a las videoconsolas y un dato claro es que el año pasado se llegaron a gastar 29.600 millones de dólares en títulos para Pc y esa cantidad aumenta cada año.

7. CONCLUSIONES

Tras todo este análisis a lo largo de los años, es evidente que la industria de los videojuegos y videoconsolas cada año gana más importancia y genera más dinero, buscando constantemente la mejora y la innovación y descentralizando el uso de los dispositivos a usar; dando cada vez más importancia a los smartphones, por ejemplo.

Un aspecto relevante que le da más confianza a esta industria con respecto al futuro es lo ocurrido durante esta pandemia global. Es uno de los sectores que más beneficio ha conseguido y ante la amenaza de nuevos rebrotes u otras futuras pandemias de nuevos virus, que hay rumores, parece evidente que no solo va a sobrevivir, sino que la podrá proporcionar mayores ganancias y mayor peso en la economía mundial.

Con respecto a lucha de poder, la compañía reina ahora mismo es Sony; todas sus videoconsolas a excepción de la PS Vita han tenido un gran éxito en ventas y no ha permitido que el gigante económico que es Microsoft la pudiera amedrentar o superar y da la sensación de que también ganará la nueva generación.

En cuanto a Nintendo, digamos que ha sabido evolucionar, adaptarse y desmarcarse de la forma correcta. En los años 90 era la compañía más famosa pero rápidamente Sony la comió el terreno en las videoconsolas de sobremesa y decidió centrarse en hacer excelentes juegos en el ámbito portátil y para un público más familiar y para todas las edades y géneros, buscando esos nuevos nichos de mercado y la jugada la les funcionó de manera brillante; es más, en la actualidad ha evolucionado aún más con la

Nintendo Switch dando al público las dos cosas, sobremesa y portátil, ofreciendo también un gran éxito a la compañía.

Y para finalizar Microsoft, desde que entró al mercado se quiso igualar mucho con Sony en cuanto a lo que podían ofrecer sus videoconsolas. Y con la Xbox 360 la consiguió igualar, pero en su siguiente generación perdió claramente y habrá que ver qué pasa con las que están por venir a finales año. No obstante, está claro que luchando en igualdad de condiciones con relación a las características y público objetivo no la ha conseguido superar y ahora mismo tiene peor percepción pública que las consolas de Sony así que tendrá que seguir remando mucho para poder superar a la marca nipona.

8. BIBLIOGRAFÍA

20 minutos (2020, enero 3). Los juegos para móvil son ya más de la mitad de los ingresos de la industria de los videojuegos. Recuperado de <https://www.20minutos.es/videojuegos/noticia/4104502/0/juegos-moviles-mas-mitad-ingresos-industria-videojuegos-2019/?autoref=true>

Atalayar (2020, junio 17). Videojuegos y Covid-19. Recuperado de <https://atalayar.com/content/videojuegos-y-covid-19-el-impacto-en-los-mercados-emergentes>

Blog Marketísimo (2008, julio 28). El secreto del éxito de la Wii. Recuperado de: <http://marketisimo.blogspot.com/2008/07/el-secreto-del-xito-de-la-wii.html>

Código espagueti (2016, noviembre 15). Xbox: la historia de la gran consola americana. Recuperado de <https://codigoespagueti.com/noticias/xbox-historia/>

Comparación de videoconsolas www.versus.com

DEV (2020, marzo 19). El impacto de la crisis del Covid-19. Recuperado de <http://dev.org.es/es/noticias-a-eventos/notas-de-prensa-dev/504-el-impacto-de-la-tesis-de-covid-19-en-el-negocio-de-la-industria-de-desarrollo-de-videojuegos>

EOI (2012, abril 8). Gestión Internacional: Nintendo, Marketing Estratégico. Recuperado de <https://www.eoi.es/blogs/mbaftmad/gestion-internacional-nintendo-marketing-estrategico-magistral/>

Genwords (2014, enero 14). ¿Qué podemos aprender de la Campaña de Marketing detrás de la consola PS4? Recuperado de:

<https://www.genwords.com/blog/campana-de-marketing-de-playstation-4>

La Razón (2020, abril 7). Las ventas de videoconsolas se disparan en Europa por causa del coronavirus. Recuperado de:

<https://www.larazon.es/tecnologia/20200407/v2duy5faf5fk5kcg3qngnrrci.html>

Los Angeles Times (2020, junio 17). Los videojuegos prosperan en plena pandemia y los expertos aseguran que es positivo. Recuperado de:

<https://www.latimes.com/espanol/eeuu/articulo/2020-06-17/columna-los-videojuegos-prosperan-en-plena-pandemia-y-los-expertos-aseguran-que-es-positivo>

Marketing-papers (no viene fecha). Marketing the PS2. Recuperado de:

<http://www.marketing-papers.com/marketing-the-playstation-2.html>

Meristation (2019, abril 1). El adiós de PS Vita. Recuperado de

https://as.com/meristation/2019/03/26/reportajes/1553588118_415699.html

Meristation (2019, abril 21). ¿Qué sería atractivo para PS5? Recuperado de

https://as.com/meristation/2019/04/21/noticias/1555855056_688829.html

Meristation, buscar información genérica. www.meristation.es

Pokemaster (2019, julio 10). Pokemon Go: ¿cuánto ha ingresado desde su lanzamiento en 2016? Recuperado de <https://pokemaster.es/pokemon-go-cuanto-ha-ingresado-desde-su-llegada-al-mercado-no-117693/>

Web de Nintendo. www.nintendo.es

Web de información de videoconsolas www.vgchartz.com

Web PlayStation www.playstation.com

Xataka (2005, noviembre 28). Historia de la Xbox 360 y su predecesora. Recuperado de <https://www.xataka.com/videojuegos/historia-de-la-xbox-360-y-su-predecesora>