

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Título: Impacto de las Cajas de Botín y Gachas en la Industria del Videojuego

Autoría: Ariadna Macias Garcia

Tutoría: Jorge Bachs Ferrer

Departamento: Economía

Curso académico: 2023-2024

:



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Facultat d'Economia
i Empresa

Resumen

En la era digital, los videojuegos se han convertido en una parte integral de la vida de muchos jóvenes, una forma de desconexión del mundo real y un refugio donde las preocupaciones se desvanecen. Sin embargo, se ha experimentado una revolución en este mundo, con la llegada de las *loot boxes* y gachas en videojuegos, unas nuevas mecánicas de monetización que han generado controversia y debate.

Estas ofrecen la posibilidad de ganar recompensas de manera aleatorio a cambio de un pago. Además de agregar un componente de emoción y tensión al jugar, también pueden llegar a generar adicción, especialmente entre los jugadores más jóvenes.

En este trabajo de final de grado se propone a analizar en profundidad la relación entre las cajas de botín y gachas con la ludopatía, y las estrategias empleadas por las empresas para maximizar sus ganancias.

Summary

In the digital age, video games have become an integral part of the lives of many young people, offering a form of escapism from the real world and refuge where worries fade away. However, a revolution has taken place in this realm with the introduction of loot boxes and gachas systems in video games, new monetization mechanics that gave generated controversy and debate.

These systems offer players the chance to win rewards randomly in exchange for payment. While they can add an element of excitement and suspense to gameplay, they can also lead to addiction, especially among younger players.

This thesis aims to delve into the relationship between loot boxes and gachas systems and gambling addiction, analyzing the strategies employed by companies to maximize their profits.

Palabras clave: Loot boxes Gachas Ludopatía Ética empresarial Micro transacciones Regulación Pay-to-win MAR Gaming disorder

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	2
1. Justificación	2
2. Hipótesis	2
3. Objetivos	3
4. Metodología	3
4.1 Desarrollo de la Metodología	4
II. MARCO TEORICO	5
1. Los micro pagos	5
2. Las loot boxes y gachas	6
2.1 ¿Cuáles fueron las primeras loot boxes?	7
2.2 ¿Cuál fue las primeras gachas?	7
2.3 ¿Cuál fue el problema de estas mecánicas?	8
3. Teorías de la Ludopatía	9
3.1 Definición y concepto	9
3.2 Teoría del refuerzo aplicado a la ludopatía	10
3.3 Factores de riesgo y protección	10
3.4 La problemática de la adicción en cajas de botín	10
4. Teorías del comportamiento del jugador	12
4.1 Modelos de tomas de decisión del jugador	12
4.2 Teoría del flujo en los videojuegos	13
4.3 Influencia en adolescentes y menores de edad	14
5. Ética empresarial y Responsabilidad Social	15
5.1 Principios éticos de los negocios	15
5.2 Responsabilidad social corporativa en la industria de los videojuegos	15
5.3 Ganancias corporativas a través de estas mecánicas	18
6. Teorías sobre el impacto de los medios de comunicación y entretenimiento	20
6.1 Estrategias de marketing	20
6.2 Modelos cognitivos de la adicción al juego	22
7. Las regulaciones de las loot boxes y gachas	23
7.1 La regulación a nivel europeo	23
7.2 Normativa en Asia	25
7.3 Normativa en España	26
III. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	29
1. Análisis Hipótesis uno:	29
2. Análisis Hipótesis dos:	31
3. Análisis Hipótesis tres:	33
4. Hipótesis Global	34
IV. BIBLIOGRAFÍA	36
V. WEBGRAFIA	37
VI. ANEXO	39
1. Encuesta y resultados	39
1.1 Resultados encuesta	42

2. Entrevista a Carlos González Tardón.....	46
--	-----------

I. INTRODUCCIÓN

1. Justificación

Desde mi infancia, los videojuegos han formado parte de mi vida, han sido portales hacia experiencias inmersivas, y donde he logrado aprender una gama de conocimientos. Es entonces donde tenía claro que quería hacer un tema sobre el mundo de los videojuegos ya que me resulta emocionante investigarlo.

En la intersección entre la innovación tecnológica y el entretenimiento digital, surge un fenómeno que va más allá que un simple juego: las cajas botín y gachas en videojuegos. Este tema no solo me despierta curiosidad, sino que me plantea cuestiones fundamentales sobre la ética de las compañías y el impacto en la salud mental de una generación que crece en un mundo virtual.

La motivación detrás de este trabajo radica en la necesidad de comprender las complejidades que rodean estas mecánicas de juego. ¿Cómo influyen las recompensas virtuales en el desarrollo psicológico de los jóvenes? ¿Qué responsabilidades éticas tienen las grandes compañías de videojuegos al implementar estrategias que generan considerables ingresos corporativos?

La ludopatía, un fenómeno asociado tradicionalmente con los juegos de azar, ha encontrado un nuevo espacio en los videojuegos, y como estas mecánicas afectan a los jugadores más jóvenes que son más vulnerables a las influencias del entorno virtual.

No obstante, hay que estar alerta con el impacto económico de estas estrategias. Las ganancias corporativas generadas por las cajas de botín y gachas plantean preguntas cruciales sobre la responsabilidad social de la industria del entretenimiento digital

Con este trabajo, aspiro a arrojar luz sobre un caso polémico del mundo de los videojuegos, y poder reflexionar sobre ello. El conocimiento es la herramienta más poderosa para el cambio, y poder así dar una comprensión más profunda sobre el tema.

2. Hipótesis

Las cajas de botín y las mecánicas gacha en los video juegos pueden aumentar el riesgo de desarrollar ludopatía, especialmente entre los jugadores más jóvenes

Las cajas de botín y las mecánicas gachas como impulsores de ganancias en la industria de videojuegos

La implementación de cajas de botín y las mecánicas gachas en los videojuegos, pueden convertirse en una estrategia poco ética de las empresas desarrolladoras, ya que

aprovechan la vulnerabilidad psicológica de los jugadores, especialmente los más jóvenes, y promueven conductas adictivas.

3. Objetivos

Analizaremos críticamente las mecánicas de *loot boxes* y gachas, y para ello se plantean los siguientes objetivos

- Analizar las mecánicas de juego; describir el funcionamiento de las cajas botín y las gachas en videojuegos
- Examinar la ludopatía y comportamientos problemáticos; la relación entre estas mecánicas de juego y el desarrollo de comportamientos problemáticos, el índice de gravedad de problemas (PGSI), y especialmente en relación con la ludopatía.
- Investigar las ganancias corporativas; como las compañías generan una gran cantidad de dinero gracias a estas mecánicas de juego.
- Examinar la responsabilidad ética de las empresas de videojuegos; evaluar la ética empresarial, y su responsabilidad ante la salud mental de los jugadores
- Regulación y Políticas; analizar las regulaciones de políticas existentes y posibles futuras, para abordar las preocupaciones de estas mecánicas de juego
- Evaluar el impacto en menores de edad; considerando estos como población de riesgo al no tener las herramientas que tiene un adulto, y las posibles implicaciones que pueden tener las gachas y cajas botín
- Generar conciencia sobre este tema; actualmente candente en nuestra sociedad.
- Contribuir al conocimiento general: agregar conocimiento significativo, para que todos puedan comprender mejor las implicaciones de estas mecánicas de juego

4. Metodología

Este trabajo se basará en una investigación cualitativa y cuantitativa para analizar en profundidad las implicaciones del uso de cajas de botín y gachas en la industria de videojuegos.

Métodos:

- Lectura y análisis de literatura; se hará una revisión de informes de investigación, literatura académica, artículos periodísticos y otras fuentes relevantes
- Análisis de estrategias de marketing y publicidad, utilizadas por las compañías, y los diseños de videojuegos, para poder identificar las practicas que se emplean para incentivar al jugador.
- Se diseñará una encuesta online con una muestra representativa de jugadores para recopilar datos cuantitativos sobre sus experiencias con las cajas de botín y las mecánicas gacha.
- Se entrevistará a Carlos González Tardón, profesor universitario asociado en, Centro Universitario De Tecnología y Arte Digital, del Grado Universitario de

Diseño de Productos Interactivos, del Máster de *Game Design* y del Centro Profesional.

- Finalmente se hará un análisis de datos total, con toda la información recopilada.

4.1 Desarrollo de la Metodología

En marzo empecé a redactar las preguntas de la encuesta para enviar a jugadores, con el objetivo de obtener datos cuantitativos sobre las experiencias y percepciones en relación con las cajas de botín y mecánicas gacha. Utilicé la plataforma “Formularios Google” y la envié a partir de abril a través de un enlace, a varios amigos, grupos, y además lo publiqué en redes sociales. El periodo de la encuesta fue del 4 de abril al 12 de mayo.

Muestra:

- Tamaño: 117 jugadores
- Género; 92% masculino, 7% femenino, 1% prefiero no decirlo
- Menores de 18 años un 23,9% ; entre 18 y 24 años un 63,2% : entre 25 y 30 años un 8,5% ; entre 31 y 45 años un 3,5% , y finalmente mayores de 45 años un 0,9%
- El % mayoritario son de Cataluña e Islas Baleares

Referente a la entrevista, le dedique varios días a la búsqueda de candidatos que encajaran con los objetivos del trabajo, finalmente tuve la oportunidad de tener una conversación profunda con Carlos González Tardón el 22 de mayo. Carlos estudio la licenciatura de la psicología y cuando estaba por la mitad, se interesó por la interacción de la gente con las máquinas, empezó a trabajar sobre que ocurría cuando las personas juegan a videojuegos, sobre todo con la inmersión, pero fue un tema que no intereso en el doctorado y lo abandono, porque es lo que quería hacer realmente. Entonces empezó a trabajar con población, enseñándoles el uso saludable de los videojuegos, el impacto, como utilizarlos en educación. Posteriormente, trabajó con instituciones que querían hacer políticas sociales sobre el videojuego. Seguidamente paso a trabajar en empresas que querían aplicar la psicología del jugador dentro de sus videojuegos. Finalmente, volvió a la universidad y acabo su tesis doctoral sobre que fenómenos de transformación social se daban dentro de los videojuegos o a partir de ellos. Actualmente es profesor universitario y la otra mitad trabaja en industria como diseñador de videojuegos, también de estructuras de gamificación y *economy desgin* dentro del juego.

II. MARCO TEORICO

1. Los micro pagos

Durante la última década, los micro pagos se han vuelto una característica principal en el mundo de los videojuegos. Estos pequeños pagos conocidos como, micro transacciones, permiten a los jugadores adquirir contenido adicional, mejoras, y otros elementos dentro del juego, como trajes, también llamados “skins”, armas, efectos, sonidos, o simplemente una mejora dentro del juego, como subir de nivel rápido.

Para muchos jugadores es una práctica que parece inmoral, por una parte, porque no hacen el esfuerzo real que deberían hacer para conseguir las recompensas o completar los niveles, pero a pesar de esto, funcionan; ya que la mayoría de veces crean una situación que lleva a pensar, que es la mejor solución, ya que de manera normal es muy difícil avanzar en el juego, y acabas abandonando.

Las micro transacciones han generado enormes ingresos para las compañías. Por ejemplo, *Epic Games* ha logrado generar 1.000 millones de dólares en un año solo a través de microtransacciones en su juego *Fortnite*. Del mismo modo, la empresa Tencent ha generado 2,45 millones de dólares en 2020 solo con el juego "Honor of Kings".

El modelo de los negocios de las micro transacciones es algo común en la industria de los videojuegos para móviles, pero cada vez más presente también en los juegos de consola, ya sean de pago, como gratuitos. Este modelo no solo aumenta los beneficios de las compañías por juego, sino que también está reemplazando el modelo anterior, donde las empresas asumían grandes inversiones en un juego con la esperanza de que las ventas compensarán y generarán beneficios, lo cual no siempre ocurría.

Actualmente más del 40% de la población juega a videojuegos, convirtiendo al sector en un negocio multimillonario que ha encontrado una mina de oro en las micro transacciones, los DLC y las suscripciones, en resumen, los extras.

Según *The NPD Group*, en 2021, alrededor del 60% del gasto en videojuegos en EEUU viene del pago de estos servicios, un gran aumento considerando que en 2016 las micro transacciones apenas correspondían a la mitad de las ganancias actuales.

Entre todos estos extras, hay algunos que molestan más que otros, como las cajas de botín, que han adquirido mala reputación debido a su asociación con la ludopatía y a los mecanismos que utilizan para generar adicción en los jugadores.

2. Las *loot boxes* y gachas

A través de las micro transacciones, adquieres las *loot boxes* también llamadas, cajas de botín, una mecánica de juego que se ha estado normalizando los últimos años. Consiste en una especie de caja, en la que adquieres objetos aleatorios del juego, como por ejemplo armas, *skins*, entre otros. Estas *loot boxes* suelen tener objetos de diferentes rarezas, las más inusuales son las más difíciles de conseguir, por tanto hay más probabilidad de que toque lo más común del juego.

Lo podríamos denominar lo que hoy en día es un “traga perras”, pagas sin saber lo que te va a tocar.

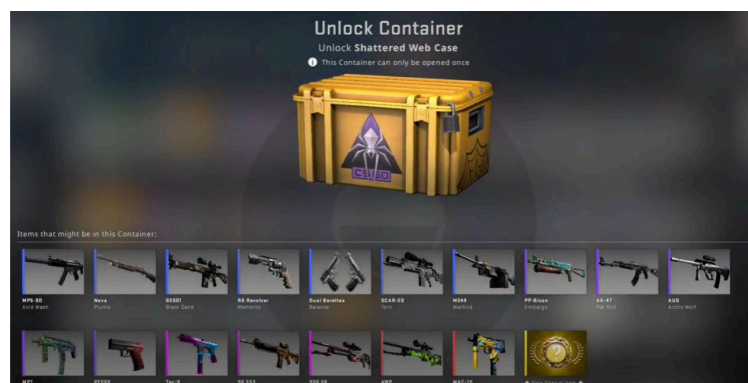


Ilustración 1 Ejemplo de *loot box*- Counter Strike

Aquí observamos un ejemplo de caja de botín, pagas por un premio al azar, en el que puede tocarte un arma legendaria, pero con muy baja probabilidad.



Ilustración 2 Streamer abriendo *loot boxes* en Overwatch

En referencia a las *gachas* de videojuegos, es lo mismo que las *loot boxes*, que se diferencian de ellas, en que son un sistema que va más allá de las *skins*, y puede tocarte personajes, también al azar, y además estas te dan un solo objeto por intento. El nombre de *gacha* proviene del nombre *gachapon* que es como se le denomina en Japón,

y este viene por el sonido de rotar la rueda y que salga la bola con el premio, al conjunto de onomatopeyas “gacha-gacha-gacha-pon”.



Ilustración 3 Ejemplo de tirada gacha completa-Genshin Impact

2.1 ¿Cuáles fueron las primeras loot boxes?

Los primeros juegos más famosos que utilizaron estas mecánicas fueron los de *FIFA* con su modo Ultimate Team y *Overwatch*.

Con el *FIFA*, se creó un modo de juego de crear tu propio equipo mediante jugadores aleatorios que consigues a través de los sobres de azar, los cuales algunos eran mejores que otros, esto provocó grandes ingresos para la compañía *EA Sports*.

Respecto a *Overwatch*, introdujeron las cajas de botín con cosméticos para los jugadores de diferentes rarezas, siendo las skins legendarias las más deseadas y caras y a la vez más difíciles de conseguir.

La compañía *Blizzard*, comenta, que podías conseguir varias cajas botín al ir jugando y pasando niveles, por tanto, podías conseguir cualquier skin, simplemente jugando.

Respecto a juegos móviles, fue *Honor of Kings*, en 2015, y desde entonces ha generado millones dólares.

2.2 ¿Cuál fue las primeras gachas?

Es complejo saber con exactitud cuál fue el primer juego con gachas, pero la popularización de este sistema se debe a *Dragon Collection* de Konami un juego de móvil gratuito, que salió en 2016, desde entonces se han ido creando títulos con este sistema.

El más famoso es *Genshin Impact*, el cual lanzaron en 2020 y actualmente acumula más de 20 millones de descargas.

2.3 ¿Cuál fue el problema de estas mecánicas?

Cada vez más, són los jóvenes que están desarrollando problemas con el juego, llegando a tener adicción a abrir *loot boxes* o *gachas* de manera incontrolada, y gastando una gran cantidad de dinero. Es el caso de un joven “youtuber” que llegó a gastar más de 7.000 dólares en *Genshin Impact*.

Un youtuber que gastó más de 7000 dólares en Genshin Impact abandona su cuenta en señal de protesta

Este usuario se ha concienciado de lo perjudicial que puede llegar a ser el sistema de Deseos del free-to-play y ha decidido dejar la cuenta en la que gastó más de 7000 dólares

Por Víctor Rodríguez

Publicado: 29 Octubre 2020, 11:14

Y no solo afecta a jóvenes o adultos, sino a menores de edad. La comisión de juegos de Reino Unido redactó un informe, *Young People and Gambling 2019*, en el que analizó las cajas de botín y vio cómo el 93% de las *loot boxes* se consideran aptas para mayores de 12 años, y el 57% para mayores de 7 años.

También se obtuvo que el 52% de los jóvenes decían haber oído hablar de los objetos del juego, de los cuales el 44% había pagado dinero para abrir cajas de botín y el 6% haber apostado con objetos del juego.

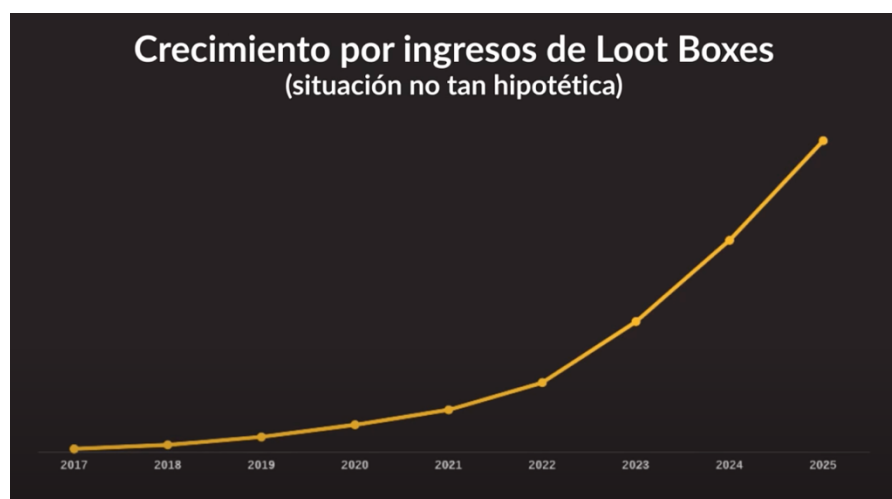


Ilustración 4 Gráfico de líneas. Fuente: Video de BaityBait

Este es el escenario que se está creando con las cajas botín, y las estimaciones hablan de un crecimiento sin control durante los próximos años.

Las empresas no esperan que todo el mundo desarrolle una adicción a abrir *loot boxes* o *gachas*, pero sí, un porcentaje significativo que les cuesta controlarse y que regularmente hacen pagos. A esto, hay que tener en cuenta, que los adolescentes son población de riesgo en ciertos temas, porque no tienen las herramientas que tiene un adulto para poner en marcha mecanismos, para defenderse de este tipo de problemas.

Y así es como el problema detectado tiene que ver con la ludopatía, especialmente en menores de edad, y los distintos Gobiernos ya se plantean medidas para detener su avance.

3. Teorías de la Ludopatía

3.1 Definición y concepto

El trastorno del juego patológico, también conocido como ludopatía, es una condición adictiva marcada por un comportamiento de juego disfuncional, persistente y repetitivo que conduce a un malestar significativo.

A menudo, se identifica a alguien con ludopatía cuando experimenta pérdidas sustanciales de dinero o sufre consecuencias financieras grave, pero esto no es solo el único problema, el jugador totalmente inmerso en el juego, descuida o abandona otras áreas de su vida, como las relaciones personales, familiares, sociales o laborales.

Los posibles síntomas son los siguientes:

- Necesidad de apostar cantidades cada vez más grandes, teniendo impulsos incontrolables.
- Preocupación constante por el juego, dedicando gran parte de su tiempo a planificar cuándo y cómo jugará.
- Intentar recuperar el dinero perdido, apostando más dinero, y de este mismo modo sentir la misma emoción que sentía cuando apostaba cantidades más pequeñas.
- Mentir a familiares o amigos la manera compulsiva en la que juegas.
- Sentir intranquilidad o irritabilidad al intentar dejar de apostar.
- Arriesgar o perder relaciones significativas, empleo u oportunidades debido a la adicción al juego.
- Depender de otros problemas para solventar problemas financieros.

La mayoría de los apostadores ocasionales cesan de apostar al perder, o fijan un límite de dinero. Sin embargo, aquellos con una adicción al juego sienten una compulsión por seguir apostando con el fin de recuperar las pérdidas, y se vuelve más perjudicial a medida que va pasando el tiempo.

3.2 Teoría del refuerzo aplicado a la ludopatía

La teoría del reforzamiento, propuesto por Skinner, comenta que, según este enfoque, un estímulo provoca una respuesta en el individuo, y si esta es condicionada mediante reforzadores positivos o negativos, se puede influir en esa conducta, fortaleciendo o debilitándola. Por tanto, es más propenso repetir una conducta a base de recompensas positivas.

En el contexto de la compra de cajas de botín, podemos señalar estos refuerzos positivos:

- Incertidumbre y sorpresa
- Recompensas intermitentes
- Dopamina y neuroquímicos

Según esta teoría, la ludopatía se desarrolla debido a los efectos del refuerzo positivo que experimenta el individuo al jugar. Las recompensas aleatorias y ocasionales, como ganancias monetarias, refuerzan el comportamiento de juego y pueden llevarlo a ser algo continuo.

3.3 Factores de riesgo y protección

Los factores de riesgo podemos clasificarlos de la siguiente forma:

- Factores individuales; aspectos personales como la tendencia a actuar sin pensar o ser vulnerable emocionalmente, antecedentes familiares con problemas de juegos, creer falsamente la probabilidad de ganar.
- Factores demográficos y socioeconómicos: ser hombre, joven y con bajo nivel educativo se asocia con un mayor riesgo de problemas de juego
- Factores familiares: la falta de comunicación, el exceso de protección, la falta de afecto o sentirse abandonado.
- Factores sociales: pertenecer a grupos donde se ve el juego de manera positiva
- Factores ambientales: amplia disponibilidad y accesibilidad de los juegos de azar, la falta de alternativas de entretenimiento.
- Factores relacionados con la conducta del juego: comenzar a jugar en una edad temprana, obtener gran ganancia en las primeras apuestas, sentir la necesidad de recuperar el dinero perdido, buscar emociones intensas.

3.4 La problemática de la adicción en cajas de botín

Las cajas de botín y gachas, han generado un gran debate en la industria de videojuegos por su potencial a encadenar problemas de adicción.

Estos modelos de negocio basados en el consumo excesivo y con características propias de juegos de azar, hace que una persona tenga una necesidad incontrolable de jugar.

Los jóvenes, especialmente los adolescentes, están altamente expuestos a estas mecánicas, al ser la población que juega más a videojuegos; en sí no son perjudiciales, pero ciertas prácticas, como la búsqueda constante de recompensa, puede llevar a problemas de ludopatía, dicho por la OMS.

Según un informe de UNICEF, indica que el uso de videojuegos podría estar generando problemas en un 16,7% de los adolescentes, mientras que un 3,1% adicional podría presentar síntomas de adicción.

Es cierto que el gasto dentro de los videojuegos es algo habitual en los jóvenes, según el informe de Adicciones Comportamentales 2021 del Plan Nacional sobre Drogas, confirma que 3 de cada 10 jóvenes gastaron dinero en 2021, para mejorar a su personaje, o obtener ciertas recompensas. También se informa que estudiantes de entre 14 y 18 años con posibles trastornos por uso de videojuegos han gastado más dinero en micro transacciones, que los jóvenes que juegan a videojuegos en general. Se demuestra que la juventud es la más vulnerable ante los MAR (Mecanismos Aleatorios de Recompensa).

Gaming disorder, es el nombre que le dieron a este problema, en la Asamblea Mundial de la Salud, “se caracteriza por un patrón de comportamiento de juego persistente o recurrente” según la CIE-11.

Un equipo de investigadores de la Universidad Brigham Young (EE.UU) ha llevado a cabo el estudio más prolongado realizado hasta la fecha, de 6 años, sobre la adicción a los videojuegos. Este estudio reveló que aproximadamente el 90% de los jugadores no presentan comportamiento perjudicial ni consecuencias negativas a largo plazo debido al juego. Sin embargo, una minoría significativa puede desarrollar una adicción real a los videojuegos, lo que puede afectar su bienestar mental, social y conductual.

Sarah Coyne, la autora principal del estudio, analizó las trayectorias a lo largo de 6 años, desde la adolescencia temprana hasta la adultez emergente, y descubrió que la adicción a los videojuegos no es un trastorno único para todos, sino que varía. Definió al jugador patológico como aquel que dedica un tiempo excesivo a los videojuegos, tiene dificultades para desconectarse de ellos y se ve afectado su funcionamiento saludable.

Los jugadores que mostraron síntomas de adicción, exhibían niveles altos de depresión, agresión, timidez, uso problemático de móviles y ansiedad en la adultez, en comparación con el grupo no patológico. Además, se detectaron dos predictores principales para la

adicción a los videojuegos: ser hombre y tener bajos niveles de comportamiento prosocial.

Hablemos del caso de Alicia, cuando su hijo tenía 14 años, se encontró varios cobros desconocidos en su cuenta bancaria, las primeras veces eran de cifras bajas, pero los importes iban ascendiendo, hasta llegar a encontrar cifras de tres dígitos, gastando más de 1.000 euros. El hijo arrepentido se lo acabó contando a su madre, de que se había gastado ese dinero en *loot boxes* del FIFA. La mayoría de los adultos son conscientes de que estas mecánicas pueden llegar a generar adicción, pero los niños y jóvenes no están familiarizados, y tienen accesos a este tipo de juegos.

Según datos de 2020, el 58% de las aplicaciones de juego de Google Play, el 59% de las de Apple Store y el 36% de Steam contenían *loot boxes*, además de que la gran mayoría estaban indicados para mayores de 12 años.

Hasta hace poco, era común que los juegos generaran monedas virtuales en su mundo, como las monedas doradas del Mario Bros, los *simoleones* en los Sims, entre otros. Estas monedas no tenían ningún valor fuera del juego, y se empleaban para obtener objetos o habilidades dentro de él.

No obstante, las compras con dinero real se han incorporado en los juegos no solo para dar ventaja a aquellos dispuestos a pagar para mejorar su experiencia de juego, sino para ganar recompensas aleatorias.

En resumen, es evidente que las cajas de botín representan un problema inquietante en la industria de los videojuegos, ya que su diseño y características pueden fomentar el desarrollo de comportamientos problemáticos y adictivos en algunos jugadores. Los estudios sugieren que las *loot boxes* tienen similitudes con las formas tradicionales de juegos de azar y pueden llevar a los usuarios a problemas con los juegos.

4. Teorías del comportamiento del jugador

4.1 Modelos de tomas de decisión del jugador

Estos modelos tienen en cuenta varios factores, que influyen en las decisiones que los jugadores hacen al participar en actividades de juegos, estos aspectos son la motivación del jugador, las expectativas de recompensa, la percepción del riesgo, así como los factores cognitivos y emocionales que pueden influir en la toma de decisiones.

- Modelo racional de toma de decisiones; es un proceso de selección entre alternativas para maximizar los beneficios de la organización. En el caso de los

jugadores se basa en la toma de decisiones de manera racional al evaluar objetivamente los costos y beneficios de diferentes opciones de juegos. Considerando factores como las probabilidades de ganar, las posibles pérdidas y premios.

Evalúan las probabilidades de obtener ciertos objetos o recompensas dentro de las *loot boxes* en relación con el coste de adquirirlas.

- Modelo prospectivo de toma de decisiones: este se basa en cómo los jugadores evalúan y ponderan las posibles recompensas que podrían obtener de una *loot box*, y las consecuencias de sus decisiones en el juego.
- Modelo de toma de decisiones impulsiva: nos explica cómo los jugadores toman decisiones rápidas y emocionales por el calor del momento sin considerar las consecuencias a largo plazo. Cómo sería la tentación de comprar cajas de botín por las recompensas potenciales.
- Modelo heurístico de toma de decisiones: se basa en la idea en cómo los jugadores pueden confiar en la intuición o en la experiencia previa para tomar decisiones de forma rápida y eficiente. Por ejemplo, pueden decidir cuándo comprar una *lootbox* cuando sienten una fuerte expectativa de ganar.
- Modelo de toma de decisiones adaptativa: considera como los jugadores ajustan sus estrategias de juego y toma de decisiones en función de la retroalimentación y la experiencia previa. Si tienen éxito en obtener objetos deseados en las *loot boxes*, pueden estar más inclinados a comprar más en el futuro, del mismo modo, de forma contraria si se sienten decepcionados, pueden reducir sus compras.

4.2 Teoría del flujo en los videojuegos

Se basa en el concepto psicológico del flujo, que describe un estado mental en el que una persona se encuentra completamente inmersa en una actividad. Como sería:

- Motivación intrínseca y extrínseca: La motivación intrínseca es la verdadera motivación y aquella que debiera buscar despertarse en las personas para lograr un cambio o progreso real en su comportamiento (AMBROSE; KULIK, 1999). En cambio, la extrínseca, los motivos son factores externos los que llevan a realizar una determinada actividad. Cuando los jugadores participan en una actividad que coincide con sus intereses y habilidades, les proporciona una satisfacción intrínseca, además de obtener recompensas en el juego, como elementos virtuales, pueden aumentar la motivación extrínseca.
- Modelos de tomas de decisiones: los desafíos y objetivos claros, así como la retroalimentación inmediata sobre las acciones del jugador.
- Teorías de la ludopatía: para algunos jugadores pueden llevar a comportamientos de juego problemáticos, y en casos extremos, a la ludopatía. La búsqueda de emociones intensas y la gratificación instantánea pueden aumentar el riesgo.

- Modelos cognitivos: La teoría del flujo en los videojuegos también puede estar influenciada por los procesos cognitivos y las distorsiones en el pensamiento. Pueden experimentar una reducción en la conciencia del tiempo y del entorno externo.

4.3 Influencia en adolescentes y menores de edad

Según datos del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, nueve de cada diez jóvenes juegan, es por ello por lo que son la población más expuesta a las cajas de botín y gachas. Uno de cada 4, tiene alguna suscripción de pago vinculada a videojuegos, y 4 de cada 5 jugadores realizan micro pagos. Las más habituales son en personajes, armas y otros accesorios, el 21,4% las realiza mensualmente, seguidas por las cajas de botín que son adquiridas mensualmente por el 18,5%, y por último las expansiones y contenido descargable, por el 17,5%.

Como hemos mencionado anteriormente, los jóvenes son los que tienen mayor riesgo ante los MAR, en donde los hombres se observan, que tienen mayor frecuencia en realizar compras *in-game* mensualmente. Además, la realización de micro transacciones es mayor entre quienes tienen estudios secundarios o inferiores.

José Tamayo Hernández, psicólogo sanitario de Activa Psicología, expone que desde una perspectiva cognitiva, la compra de *loot boxes* presenta un potencial adictivo similar a los juegos de azar tradicionales o tragaperras.

Tamayo hace hincapié en los menores, por dos motivos, el primero es que son los que más cajas de botín compran; y el segundo su cerebro aun en desarrollo los hace más susceptibles. En concreto señala que la corteza prefrontal, responsable del control de impulsos y la toma de decisiones complejas, no ha madurado completamente. Además, su percepción del riesgo aún está en desarrollo, que les dificulta la comprensión de las posibilidades de obtener objetos valiosos en estas cajas. A todo esto, le sumamos, su menor conciencia del impacto económico de las compras, lo que les hace más vulnerable gastar dinero de forma descontrolada en *loot boxes* y gachas.

Concluimos, en que los menores son perfiles más influenciables por elementos que les incitan, como sería la publicidad, y la intensidad de las emociones que experimentan por las recompensas aleatorias.

Cabe destacar que gran parte de los jóvenes son conscientes de estos riesgos, y se muestran muy de acuerdo que los videojuegos de pago no deberían tener cajas de botín u otros micro pagos.

5. Ética empresarial y Responsabilidad Social

5.1 Principios éticos de los negocios

Adam Smith, autor de “La Teoría de los Sentimientos Morales”, discutió tanto la ética empresarial como la falta de ella entre los empresarios de su época.

Los principios fundamentales de la ética empresarial:

- Transparencia; no ocultar información
- Igualdad; hay que tratar de manera equitativa tanto a clientes, como proveedores, socios, entre otros.
- Respeto por el medioambiente
- Libertad de opinión; todo colaborador de la empresa tiene el derecho a dar su opinión libremente.
- Comunicación; se deben establecer canales de comunicación en ambos sentidos para transmitir los valores y misión de la empresa.
- Seguridad y salud: cumplir con la normativa de riesgos laborales, y preocuparse por el bienestar de sus empleados.
- Respeto y dignidad; es importante crear un ámbito laboral en el que no se tolera el acoso, ya sea sexual o por motivos de género.
- Responsabilidad social: contribuir positivamente a mejorar la vida de las personas y reducir cualquier impacto negativo.
- Cumplimiento legal: las empresas están obligadas a respetar y cumplir todas las leyes y regulaciones que les afecten.

Es importante seguir una ética empresarial para generar confianza tanto entre empresas como a los consumidores. Si los consumidores sienten esa confianza con la empresa, hay mayor posibilidad que los elijan a ellos antes que a otro competidor.

Además, ser un negocio ético también es muy atractivo para los inversores y accionistas, es más probable que inviertan dinero.

5.2 Responsabilidad social corporativa en la industria de los videojuegos

Según el Foro Económico Mundial (WEF,2017), la Responsabilidad Social Empresarial, se refiere a todas aquellas prácticas que involucran una participación en iniciativas de bienestar social y desarrollo humano. Hoy en día, la responsabilidad social ya no es algo opcional para las empresas, sino que se ha convertido en una obligación legítima. Esto significa que las empresas no solo deben preocuparse por el dinero que ganan, sino también por cómo lo ganan y el impacto que esto tiene en la sociedad en general. Deben considerar cómo sus acciones afectan a las personas y al medio ambiente, y trabajar para minimizar cualquier impacto negativo mientras maximizan los beneficios de la sociedad.

Es importante que las empresas adopten una cultura integral de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en lugar de acciones aisladas.

Kotler & Zaltman (1971) enfatizan en que la parte fundamental de la RSE es el diseño, la implementación y el control de programas destinados a influir en la aceptación de ideas sociales a través de los productos, servicios y comunicaciones de la empresa. Esto implica que las empresas deben considerar el impacto que tienen sus productos en los consumidores y en la sociedad en su conjunto.

Las empresas que ofrecen productos y servicios para las nuevas generaciones deben comprender el impacto que tienen en la sociedad en la que trabajan y deben tomar decisiones que incluyan las necesidades y demandas de todos los grupos de interés, no solo de sus usuarios.

En el contexto de los videojuegos, se sugiere que la industria debe asegurarse de implementar prácticas de RSE en el contenido de sus productos para cumplir con las demandas legítimas de la sociedad y para garantizar que sus productos cumplan con su propósito fundamental de proporcionar entretenimiento y placer a los jugadores.

5.2.1 Responsabilidad social en las loot boxes

Baity Bait, en su video sobre la ludopatía en las *loot boxes*, nos habla como las empresas poco a poco nos han ido acostumbrando a las cajas de botín.



Ilustración 5 Noticia sobre la ética empresarial de EA: Fuente: Europa Press, junio 2019

Kerry Hopkins, vicepresidenta de asuntos legales y gubernamentales de EA, se negó a reconocer que los cromos FIFA fueran cajas de botín, de hecho, dijo que eran bastante éticas. “Loot boxes aren’t gambling, they’re just like a Kinder Egg” (las cajas de botín no

son apuestas, son como un huevo *Kinder*) dijo Hopkins. También comentó “Creemos que la manera en la que hemos implementado estas mecánicas en FIFA y en los packs de FUT es en realidad muy ética, divertida y disfrutable para las personas”, Hopkins defiende en todo momento que todo su catálogo de juego utiliza estas mecánicas de forma ética.

Cuando salió a la venta *Star Wars: Battlefront 2*, fue muy criticado por los jugadores, expresaron que el sistema de *loot boxes* era abusivo. El considerable incremento de las críticas obligó a EA a reconsiderar su posición. Las eliminaron por completo, para posteriormente introducirlas de nuevo de una forma más equilibrada.

Patrick Soderlund, jefe de diseño de Electronic Arts, en una entrevista a Games Industry, comentó que la justicia y el equilibrio eran prioridades para la compañía. Cuando compras un juego debería haber una economía justa en la que no puedas pagar para ganar. Pero también observaron las tendencias y concluyeron que los jugadores están de acuerdo en pagar por otras cosas.

Uno de los ejemplos que hablan es del juego FIFA, que ha generado considerables ingresos para su empresa a través de su modalidad Ultimate Team, se analiza como una experiencia de juego rica y completa. Al obtener FIFA por 60 dólares, se obtiene acceso a una amplia gama de contenido que incluye una campaña para un jugador, partido en línea y actualizaciones gratuitas. La posibilidad de gastar más en Ultimate Team es opcional. Muchos usuarios indican que, incluso sin gastar más, reciben un producto que justifica el precio de compra.

Star Wars Battlefront II elimina finalmente las polémicas cajas de botín

Gracias a la última actualización, las cajas de recompensa que tan controvertidas fueron en los comienzos del juego dejan de existir. Además se añade el comando clon y el planeta Felucia



34

Cristina M. Pérez · 14:51 26/9/2019

Ilustración 6 Noticia sobre la eliminacion de las cajas de botín en Star Wars Battlefront 2

Star Wars Battlefront 2, fue el juego que hizo estallar la polémica, por la cantidad de quejas de que hubiese compras dentro del juego, llegando a provocar que la empresa tuviera que recular.

5.3 Ganancias corporativas a través de estas mecánicas

En la actualidad los videojuegos han experimentado un gran decrecimiento en las últimas décadas, a causa de la implantación de nuevas formas de monetización. El gran ejemplo serían las mecánicas de cajas de botín y gachas, que a pesar de haber tenido controversias éticas y de regulación, ha funcionado muy bien financieramente para las compañías.

Según un estudio realizado por Juniper Research, las cajas de botín habrán generado más de 20.300 millones de dólares en 2025, una cifra considerable. (Juniper Research, 2021)

Figure 2: Loot Boxes Revenue in 2025, Split by 8 Key Regions: \$20.3 Billion



Source: Juniper Research

Ganancias de las Loot Boxes en 2025; Fuente: Juniper Research

La gran parte del dinero proviene de videojuegos *freemium* para móviles, sobre todo en países como China y otros territorios del Este de Asia, algunos juegos son *Free Fire*, *Pokemon Go*, *Honor of Kings*, *Peacekeeper Elite*.

Counter Strike, un videojuego de disparos en primera persona, desarrollado por Valve, generó mil millones de ingresos por *loot boxes* en un año, una cifra bastante alta.

Electronic Arts, una de las principales compañías de videojuegos, obtuvo 7.000 millones de dólares durante 2022. El 72% de sus ingresos proviene de las compras realizadas dentro del juego, una mecánica muy utilizada actualmente. Es por ello, que EA en 2022, ha pasado a ser la empresa con mayor cotización, superando a *Activision-Blizzard*.

En cuanto al ámbito de las gachas, destacamos el videojuego gratuito *Genshin Impact*, lanzado en 2020, el cual logró generar 2,8 millones de dólares durante el año 2022, exclusivamente a través de plataformas móviles; el 62% de estos beneficios provienen únicamente de jugadores de China.

Estas ganancias naturalmente provienen de las micro transacciones dentro del juego, recordamos que *Genshin Impact* es un juego *free to play*, pero ofrece múltiples opciones para adquirir personajes y armas mediante compras con dinero real, utilizando un sistema de gachapon.

MiHoYo, la empresa encargada de *Genshin Impact*, superó ampliamente en ingresos durante 2022 a varias de las principales empresas distribuidoras de consolas de sobremesa a nivel mundial. *MiHoYo* alcanzó ingresos estimados de 3.830 millones de dólares en 2022 con una ganancia neta de 2260 millones de dólares. Aunque otras compañías registraron ingresos similares, ninguna logró igualarla.

Esto significa que tiene un modelo de negocios mucho más exitoso, fundamentado en contenido constante y gratuito, respaldado por un sistema de gachas.

Por otro lado, *Honor of Kings* un juego desarrollado por TiMi Studios, del que es propietario Tencent, fue de los primeros juegos móviles en convertirse en eSport. Un título polémico, ya que fue de los primeros en llevar las cajas de botín al mercado móvil. Desde que entró al mercado en 2015 ha generado unos 18.000 millones de dólares en ingresos.

Cada año el MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) de Tencent renueva su título como el juego para móviles que más ingresos genera en el mundo; un juego con más de 100 millones de usuarios activos diarios, según dato de la compañía, además de ser un juego que solo estaba disponible en China. En 2023 dio el salto en Brasil, pero próximamente lo dará en Turquía, el sur de Asia, Oriente Medio y el norte de África, y consecutivamente llegará al resto de mercado, incluyendo el europeo.

Gaming Revenue of Public Companies Worldwide

Fourth Quarter of 2019

Source: Newzoo

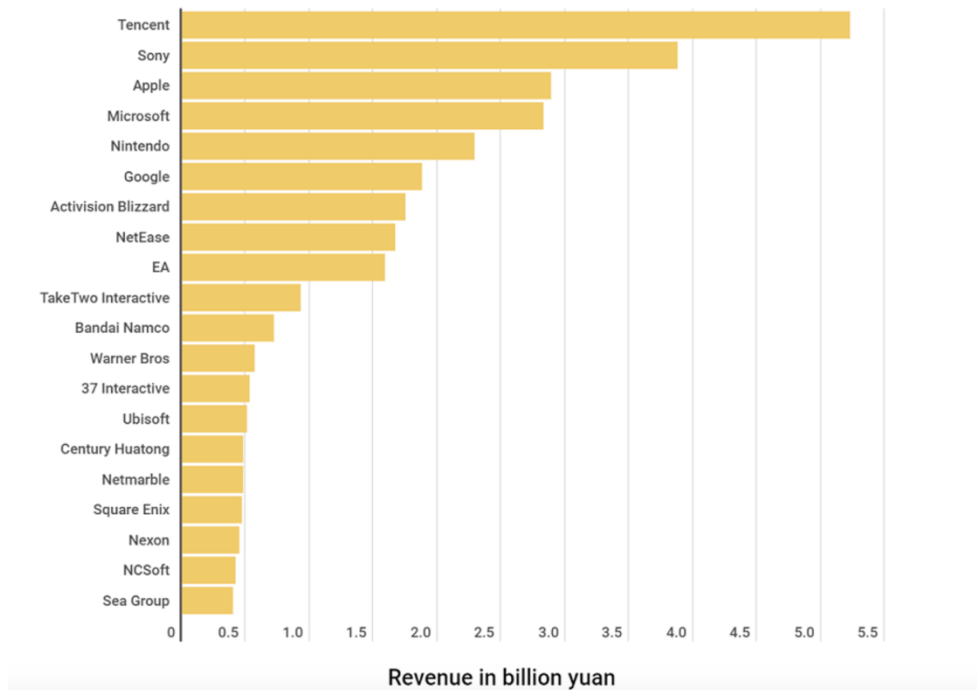


Gráfico 1: Ingresos por juegos de empresas públicas en todo el mundo. Fuente: Newzoo

El éxito absoluto de Tencent, se debe a sus estrategias puestas en práctica, y por la compra de acciones entre los integrantes más importantes en el sector.

6. Teorías sobre el impacto de los medios de comunicación y entretenimiento

6.1 Estrategias de marketing

En marketing hay dos estrategias que siempre han funcionado muy bien para que la población normalice un acto; la primera es las campañas de marketing con famosos, alguien que tienes como ídolo y prueba un producto, hace que tu también quieras probarlo. La otra son las campañas de acercamiento, consiste en poner un perfil de persona parecida a ti, y que esta consiga un premio, te hacen creer que tú también puedes conseguirlo.

DjMariio, un reconocido *streamer* con una audiencia de 1,5 millones de seguidores en Twitch, realiza frecuentemente aperturas de sobres del videojuego FIFA en sus transmisiones en vivo. Esta actividad, que forma parte de su trabajo como creador de contenido, le permite recuperar las inversiones realizadas en los sobres. De hecho, se ha registrado que, en una sola sesión, llegó a invertir 37.500 euros. Cabe destacar, que esta práctica, que involucra la compra de *loot boxes*, es presenciada por una gran cantidad de espectadores en sus transmisiones, por tanto, es una forma de marketing, el cual EA sale muy beneficiada.

Otro ejemplo, sería el Rubius, quien cuenta con alrededor de 15 millones de suscriptores en Twitch. Parte de su contenido incluye la apertura de cajas en *Counter Strike*, donde realiza inversiones considerables. Sin embargo, al igual que en el caso anterior, este tipo de contenido le permite recuperar con creces la inversión realizada.

Por otra parte, las empresas de videojuegos no son ajenas a la psicología humana, de hecho, contratan a psicólogos expertos para comprender los mecanismos que hace que los jugadores gasten dinero en ellas. El primer paso es romper esa barrera, que es la compra de tu primera *loot box*, esta barrera de pago es la más complicada, ya que aún no has experimentado esa emoción que se siente cuando abres una caja de botín, y la barrera psicológica de gastar dinero en nuestra primera caja es muy fuerte. Para ello, muchas empresas ofrecen la primera caja de botín es gratis, además a medida que subes de nivel te regalan cajas de botín, te ponen ese cebo, la exposición repetitiva y constante, hace que empieces a entrar en un espiral. Van apareciendo skins o personajes por tiempo limitado o descuentos especiales, también por amigos o compañeros que han caído antes, te empieza a dar envidia, y así, van entrando en juego, diferentes sesgos psicológicos, que nos ayuda a auto justificarnos para comprar, y seguir haciéndolo.

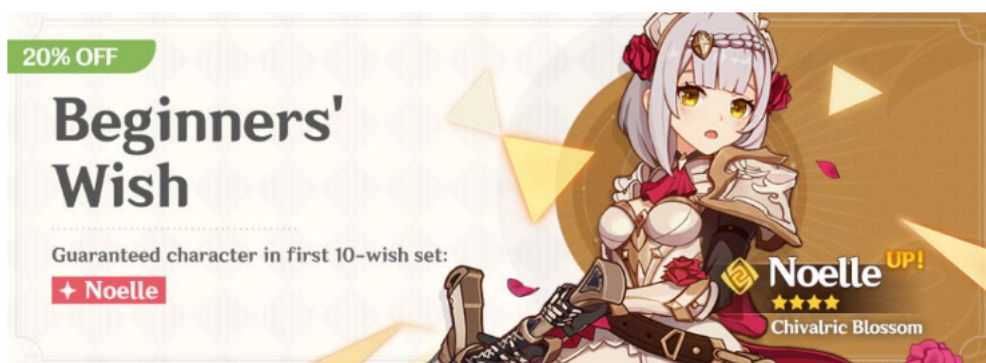


Ilustración 7 Gacha con descuento-Genshin Impact



Ilustración 8 Ejemplo de promoción de gacha - Genshin Impact

El sesgo, del cuasi-error, es el que te hace sentir que estas a punto de obtener una recompensa valiosa, lo que te incita a seguir intentándolo. También, la conocida como la Falacia del Jugador, que es cuando por ejemplo apuestas cinco veces al negro, y en las cinco sale rojo, y piensas “es prácticamente imposible que ahora no salga negro”, cuando realmente tienes las mismas probabilidades, y cuando llevas mucho gastado, entras en el sesgo de la recuperación de pérdidas, te hace pensar que puedes recuperar el dinero que has gastado comprando más cajas de botín.

Estas son las técnicas que suelen utilizar las compañías de videojuegos para venderte *loot boxes*, una práctica con la cual las empresas deberían tener cuidado, deben ser responsables y éticos, priorizando la experiencia del juego y el bienestar de sus usuarios. La transparencia y la información clara son aspectos clave para construir una relación de confianza con los jugadores y minimizar los riesgos asociados con estas mecánicas.

6.2 Modelos cognitivos de la adicción al juego

Se centran en los procesos de pensamiento y las distorsiones cognitivas que pueden contribuir al desarrollo y mantenimiento de la ludopatía.

Respecto a las distorsiones cognitivas:

- Ilusión de control: cuando los usuarios compran una caja de botín o realizan una tirada, sienten que pueden influir en el resultado, y por tanto tienen una falsa sensación de control, lo que refuerza su comportamiento en el juego y dificulta la abstinencia.
- Falacia del jugador: los jugadores creen que los resultados de las *loot boxes* o gachas son independientes entre sí, piensan que después de una racha de resultados desfavorables hay más posibilidades de obtener un premio valioso. Esto conlleva a que gasten más dinero en estas mecánicas.

Seguidamente, el condicionamiento operante:

- Recompensas intermitentes: Estas mecánicas ofrecen recompensas intermitentes, por tanto, los jugadores están en constante emoción que puede ser muy gratificante para ellos.
- Escapismos: Los usuarios están tan inmersos en el juego que desconectan de los problemas y el estrés de la vida real, y es por ello que las cajas de botín y gachas intensifican este efecto.

Hoy en día, gran parte de los juegos incluyen estas mecánicas, algo que ha llevado a normalizarse, y que los jugadores crean que es normal gastar dinero y tiempo en el juego para obtener recompensas.

Para concluir, los modelos cognitivos de la adicción al juego proporcionan un marco valioso para comprender los procesos de pensamiento y comportamiento que contribuyen a este trastorno.

7. Las regulaciones de las *loot boxes* y gachas

Ya son varios los países que han adoptado iniciativas para frenar la expansión de monedas virtuales mediante la consideración de estas como ludopatía.

Estas mecánicas se encuentran en el foco de mira, y los Estados están tomando medidas contra ellas.

En marzo de 2023, un tribunal del distrito de Hermagor (Austria) dictó una sentencia relacionada con las *loot boxes* del modo *Ultimate Team* del FIFA. Un menor de edad demandó a Sony, alegando que las mecánicas de las *loot boxes* constituían juegos de azar. El juez le dio la razón, y ordenó a Sony que le reembolsará los aproximadamente 400 euros que había gastado en sobres durante una noche.

7.1 La regulación a nivel europeo

7.1.1 Bélgica

A finales de noviembre de 2017 el ministro de justicia belga argumentaba que las cajas de *loot* y ciertas micro transacciones debían ser prohibidas en la Unión Europea.

Koen Geens, ministro de justicia, realizó una investigación mediante la comisión de Juego belga (Belgian Gaming Commission), sobre las cajas de botín en los videojuegos. Hace hincapié especialmente en tres videojuegos: *FIFA*, *Overwatch*, *Counter Strike: Global Offensive* y *Star Wars: Battlefront*, este ultimo fue el comienzo de los problemas.

En abril de 2018 la comisión del juego belga (Belgian Gaming Commission) anunció la prohibición de las cajas de botín aleatorias. Es por ello, que los juegos citados deberán eliminar esas mecánicas, por el contrario, conllevaría a multas de hasta 800.000 euros y hasta cinco años de prisión, que, a su vez, podrían doblarse si los jugadores involucrados son menores de edad.

7.1.2 Reino unido

Reino Unido, cuenta con el denominado *Gambling Act*, el abuso de estas prácticas fue evidente desde el primer momento, con juegos que prácticamente obligan a pagar por las cajas virtuales para tener alguna oportunidad de jugar en condiciones.

El Servicio Nacional de Salud (NHS) ha denunciado el potencial adictivo de estas mecánicas, a través de Claire Murdoch, la directora de salud mental de la entidad.

Es por ello por lo que la institución, a principios de 2020 presento un informe donde se quiere prohibir estas mecánicas para los menores de edad, introducir límites de gasto justos, se deje claro a los usuarios que porcentaje de posibilidades tienen de obtener artículos valiosos antes de comprar cajas de botín, pero finalmente deciden que no lo harán. Esto surge al poco tiempo de que España presentará un anteproyecto de ley (julio 2022) que lleva al segmento bajo la supervisión del regulador de juegos de azar.

Si bien es cierto que Reino Unido no quiso seguir su ejemplo, en su lugar dijo que el gobierno discutiría protecciones más estrictas con el sector del juego, que a principios de 2023 se esperaba endurecer estas restricciones.

La industria británica del videojuego (UKIE) ha elaborado una serie de once principios a cumplir, que regularán el uso de *loot boxes*: (UKIE, 2023)

1. Impulsar el conocimiento y la adopción de los controles tecnológicos entre todos los jugadores, padres y tutores a través de comunicaciones regulares.
2. Formar un grupo de expertos en garantía de edad en la industria del juego
3. Desarrollar controles tecnológicos para restringir efectivamente el acceso a cualquier menor de 18 años a las cajas de botín, sin el consentimiento de un padre o tutor.
4. Divulgar la presencia de cajas de botín antes de la compra y descarga de un juego
5. Proporcionar información clara sobre probabilidades de recibir determinados objetos virtuales.
6. Diseñar y presentar las cajas de botín de una manera que sea fácilmente comprensible para los jugadores

7. Apoyar la implementación del Marco de Investigación de Videojuegos para facilitar la creación de investigaciones de mejor calidad y basadas en datos sobre videojuegos
8. Continuar abordando la venta externa no autorizada de artículos adquiridos en cajas de botín por dinero real
9. Comprometerse con políticas de reembolso flexibles para las cajas de botín compradas directamente.
10. Promover la protección de todos los jugadores
11. Trabajar con el gobierno del Reino Unido y otras partes interesadas relevantes para medir la efectividad de estos principios.

7.1.3 En Holanda

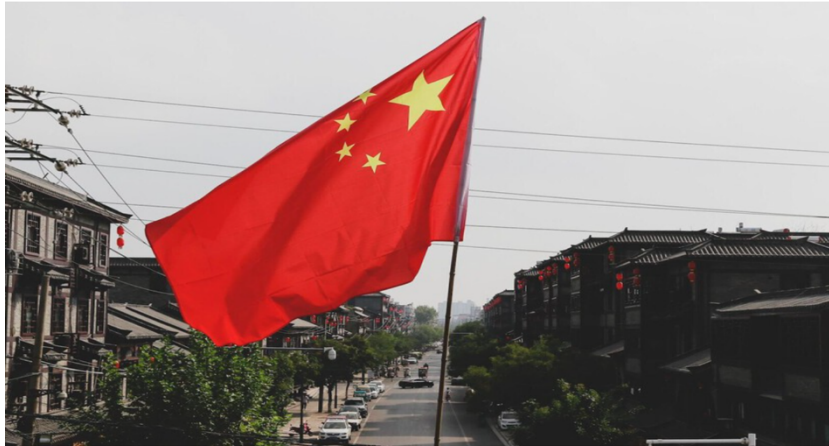
Netherland Gaming Authority realizó una investigación de 10 juegos populares, y concluyeron que cuatro de ellos no seguían la normativa del país. Se concluyó que estas mecánicas podrían ser sensibles para personas vulnerables, y que el contenido de las *loot boxes* estaba determinado por el azar. Además, lo que se ganaba podía ser intercambiado fuera del videojuego, por tanto, implica que estas recompensas tienen un valor de mercado, y por tanto venderlos sin licencia específica está prohibido.

Fue el caso del FIFA 21 el cual sentenciaron que las cajas de botín estaban oficialmente prohibidas, ya que los jugadores que conseguían a través de estas mecánicas, algunos podían ser de alto valor y se acababan comercializando fuera, una violación a la Ley del Juego

7.2 Normativa en Asia

China, Corea del Sur y Japón son los tres países donde la cultura de videojuegos está más consolidada, sin embargo, no está exenta de riesgos, especialmente en lo que respecta a la adicción del juego, al tener una gran cantidad de jugadores. Consciente de ello, en 2005 se creó una restricción de juego online que limitaba el tiempo de juego a tres horas. Además, en 2019, la Administración General de Prensa y Publicaciones de China, introdujo nuevas restricciones, como que los menores de edad no podrían jugar entre las 22:00h y 8:00h, y solo se podían permitir 90 minutos en los días lectivos. También se estableció un límite sobre la cantidad de dinero que podían llegar a gastar *in-game*; los niños entre 8 y 16 años podían gastarse un máximo de 200 yuanes (25 euros) al mes, por otro lado, los jóvenes de entre 16 y 18 años podían gastar 400 yuanes (50 euros). A pesar de haber tenido cierto éxito al reducir el tiempo de juego y gasto, también han sido criticadas por algunos sectores, argumentando que podían limitar la libertad del jugador y afectar negativamente a la industria de videojuegos.

China carga contra la ludopatía y los gacha, y se salda con miles de millones de dólares en pérdidas. Tencent o NetEase en caída libre



El gobierno ha anunciado sus medidas a futuro y los valores en bolsa de compañías de entretenimiento interactivo están a la baja

Ilustración 10 Noticia sobre la regulación en China

En diciembre de 2023, la empresa Tencent recibió un duro golpe con el endurecimiento de las medidas regulatorias, llegando a perder más de 54 mil millones de dólares. Según informa *Insider Gaming*, el gobierno de Xi Jinping busca establecer límites estrictos en el gasto de los jugadores. China obligará a las empresas que operan en el país a limitar el gasto, prohibir las recompensas diarias por inicio de sesión, y también se establecerá un límite máximo para las donaciones a los *streamers* del país.

Como comentábamos, estas medidas gubernamentales han afectado gravemente a los ingresos de las compañías; *NetEse* ha sufrido una pérdida del 30% de su valor en cuestión de horas, por otro lado, *Bilibili In*, cayo un 14%. El más relevante fue el caso de Tencent que sufrió su mayor caída desde 2008. Además, *Riot Games*, el que distribuye *League of Legends* ha experimentado una caída del 16% en el valor de sus acciones.

7.3 Normativa en España

Antes de las elecciones de 2011, el PSOE consiguió que el Congreso de los Diputados aprobara la primera normativa que regulaba las apuestas *online*. Sin embargo, esta ley no contemplaba la industria de los videojuegos ni las cajas de botín, un sector que aún no estaba tan extendido en ese momento. Durante el mandato del PP (2011-2018) a pesar de las crecientes preocupaciones en la comunidad *gamer*, no se tomaron medidas específicas para regular las cajas de botín.

Tras el periodo anterior, se produjo una moción de censura encabezada por el actual presidente, Pedro Sánchez, contra el gobierno de Mariano Rajoy, se comenzó a debatir sobre la necesidad de regular las cajas de botín en el ámbito de los videojuegos, donde diversos partidos políticos plantearon diversos argumentos al respecto.

En primer lugar, el PSOE, en 2019 alertó sobre los riesgos asociados a las cajas de botín, basándose en los resultados de una encuesta realizada por EDADES, en donde se reveló un aumento del consumo de drogas, alcohol y también de las puestas online, especialmente en menores de edad. En su programa electoral, afirmó que se debía regular la publicidad en el juego, y realizar campañas para prevenir la ludopatía.

Ciudadanos también pretendía crear una normativa de carácter estatal para prevenir y abordar las adicciones relacionadas con las cajas de botín.

A pesar de estas iniciativas, la ley vigente seguía siendo la del año 2011, sin que, por tanto, se haga alusión alguna a las cajas de botín, dejando un vacío legal muy relevante.

Fue entonces, en el verano de 2022, el ministro de consumo Alberto Garzón, aseguró en el seminario “Loot Boxes: Nuevos retos de la industria de videojuegos” que España iba a ser el primer Estado Miembro de la Unión Europea que tuviera una legislación para regular las *loot boxes*. De esta manera, se ha llevado a cabo el Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa, con la intención de que entre en vigor el 2 enero de 2024.

Las principales restricciones y obligaciones fijadas pueden resumirse en las siguiente: (Cuatrecasas, 2022):

1. Prohibición de acceso de las cajas botín o *loot boxes* a los menores de edad, imponiendo a las entidades que las exploten o comercialicen, la obligación de implementar sistemas de verificación documental de la identidad de los participantes, así como mecanismos de control parental.
2. Restricciones a las comunicaciones comerciales sobre las cajas botín o *loot boxes*.
3. Obligaciones de información a los usuarios de las cajas botín o *loot boxes* sobre las condiciones de estas, la probabilidad de obtener distintos objetos virtuales, el importe, así como el número total de cajas botín o *loot boxes* activados, entre otras.
4. Obligación de poner a disposición de los usuarios mecanismos de autoexclusión, consistentes en la suspensión temporal y la devolución de las cantidades de dinero u objetos virtuales que estuvieran vinculados a la activación de cajas botín o *loot boxes*.
5. Obligación de incluir mecanismos para limitar, con carácter voluntario, por parte del participante, el gasto en cajas botín o *loot boxes*.

6. Obligación de implementar mecanismos para que, de forma previa al acceso o activación, el usuario configure su sesión (tiempo máximo de utilización o cantidad máxima de dinero que está dispuesto a gastar) como requisito indispensable para poder acceder a cajas botín o *loot boxes*.

En marzo de 2024, se rechaza el “Anteproyecto de Ley”, por el actual ministro de Consumo, Bustinduy, donde subraya preocupaciones acerca de las potenciales restricciones al desarrollo creativo y económico de la industria de los videojuegos, un sector con capacidad de generar nuevos modelos de negocios.

Por otro lado, el director general de Ordenación del Juego, Mikel Arana, resalta la necesidad de regular las cajas de botín, y asegura que el Ministerio de Consumo está elaborando una nueva propuesta regulatoria.

País/ Estado	Opinión legal
Australia	Los <i>loot boxes</i> son considerados juegos de azar.
Bélgica	Los <i>loot boxes</i> son considerados juegos de azar.
China	Los <i>loot boxes</i> pueden implicar juegos de azar.
Dinamarca	Los <i>loot boxes</i> pueden implicar juegos de azar.
Alemania	Los <i>loot boxes</i> pueden violar las leyes sobre publicidad hacia niños.
Isla de Man	Las monedas convertibles y no convertibles se consideran “el valor del dinero”. Los <i>loot boxes</i> se consideran juegos de apuestas.
Japón	Los <i>loot boxes</i> tipo “kompu gacha” son considerados peligrosos.
Países bajos	Los <i>loot boxes</i> son considerados juegos de azar.
Nueva Zelanda	Los <i>loot boxes</i> no son considerados juegos de azar
Corea del sur	Los <i>loot boxes</i> pueden implicar publicidad engañosa.
Suecia	Los <i>loot boxes</i> no son considerados juegos de azar.
Reino Unido	Las <i>loot boxes</i> no son necesariamente juegos de azar. Los mercados de terceros sobre las <i>loot boxes</i> sí son considerados juegos de azar.
California	Un proyecto de ley propuso exigir que el embalaje indicase si el juego incluía microtransacciones.
Hawai	Restringir la compra de juegos con micropagos a mayores de 21 años. Exigir a las empresas que indiquen la probabilidad de los ítems Exigir que en el embalaje se marque si tiene juegos de azar.
Minesota	Restringir la compra de juegos con micropagos a mayores de 18 años. Exigir que se marque en el embalaje si contiene el paquete juegos de azar.
Washington	Un proyecto de ley propuso multar a la Comisión de Apuestas e investigar las <i>loot boxes</i> para recomendar posibles respuestas de política.

Tabla 1: Opiniones legales sobre *loot boxes* y su acción reguladora. Fuente: McCaffrey, 2019.

Podemos apreciar con la tabla 1, como cada país tiene su punto de vista sobre estas mecánicas.

III. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En este apartado se presentarán las conclusiones de la encuesta realizada para dar respuesta a las hipótesis planteadas. Teniendo en cuenta las limitaciones de la muestra; el 6,8% son mujeres, un porcentaje relativamente bajo, debido a esto, las hipótesis se centrarán en las características de los participantes masculinos.

A lo largo del trabajo, se ha analizado las cajas de botín y mecánicas gachas, y como estas están relacionadas en diferentes aspectos. Para ello, se plantearon tres hipótesis:

1. Las cajas de botín y las mecánicas gacha en los video juegos pueden aumentar el riesgo de desarrollar ludopatía, especialmente entre los jugadores más jóvenes
2. Las cajas de botín y las mecánicas gachas como impulsores de ganancias en la industria de videojuegos
3. La implementación de cajas de botín y las mecánicas gachas en los videojuegos, pueden convertirse en una estrategia poco ética de las empresas desarrolladoras, ya que aprovechan la vulnerabilidad psicológica de los jugadores, especialmente los más jóvenes, y promueven conductas adictivas.

Quiero recalcar, que la primera hipótesis pese a ser algo clínico, es necesario para poner en contexto y así poder argumentar posteriormente el resto de una manera más clara y concisa.

Para ello, se realizó una encuesta con una muestra total de 117 jugadores. El 95,73% han participado alguna vez a juegos que incluyan este tipo de mecánicas, de los cuales el 80,36% han realizado compras de *loot boxes* o gachas en alguna o varias ocasiones.

1. Análisis Hipótesis uno:

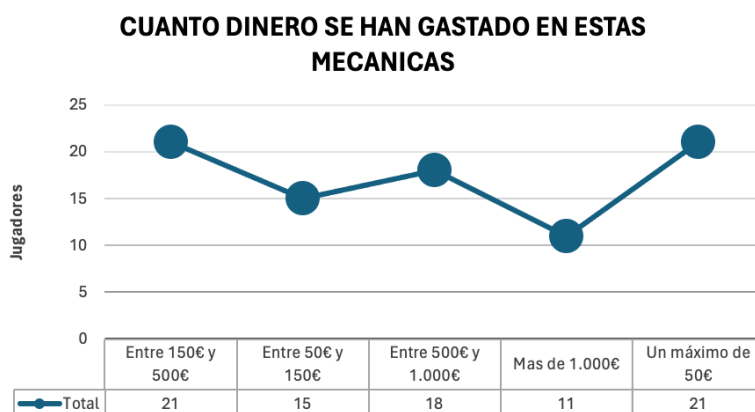


Tabla 1 Resultados Encuesta Fuente: Propia

En el siguiente gráfico, observamos el dinero que han llegado a gastar los diferentes encuestados, con un notable 12,8% que han gastado más de 1.000 euros. Recordemos los datos del estudio de *Juniper Research*, “las cajas de botín habrán generado más de 20.300 millones de dólares en 2025, una cifra considerable” o también el juego de Honor of

Kings que desde que entró al mercado ha generado unos 18.000 millones de dólares de ingresos gracias a estas mecánicas. Además, a través de la encuesta he podido recopilar a que nivel les motiva estas mecánicas con la pregunta de libre respuesta: “¿Sientes que las recompensas de las cajas de botín o gachas influyen en tu motivación para jugar?”, algunas de ellas han sido:

- Sí, ya que dicha situación de ganancia en la aleatoriedad genera dopamina e incita a jugar más cuando la recompensa supone un extra en tus partidas.
- Si, porque me siento mejor al jugar en algún juego equipando cosméticos/herramientas/cosas más limitadas o que para mi gusto sean mejores.
- Si, debido que a mayor variedad de skins o de aspectos en el juego, más exclusividad siente el jugador cuando obtiene una de rango especial.
- Si, para avanzar rápido en el juego y también sentirme superior dentro del grupo de mis amigos
- Te dan mejor estatus en el juego por ende respeto por los aliados y enemigos, así como en algunos juegos ventajas y ayudan a avanzar más rápido, en algunos juegos es una carrera por quien tiene más dinero y gasta más... así que si, motiva sacar un buen objeto que te de esa ventaja ante los demás.

Respecto a estas opiniones, observamos que la satisfacción y motivación obtenida por estas recompensas hace que los jugadores estén dispuestos a invertir más dinero en el juego.

Carlos González, experto en psicología y videojuegos, en la entrevista nos ofreció una visión clara de cómo estas mecánicas contribuyen significativamente a la rentabilidad de las empresas. González señala que los modelos de negocios de videojuegos *freemium* el 100% de las ganancias proviene de compras dentro del juego. Por otro lado, en la compañía *Electronic Arts* el 60% de sus ganancias había sido a través del modo del FIFA, *Ultimate Team*, donde los jugadores realizan múltiples pagos a menudo sin ser plenamente conscientes, por tanto, la compañía consigue ingresos recurrentes, y maximiza la rentabilidad continua del juego. El concepto micro transacciones descrito por Carlos “cuando en el juego te están diciendo todos los días venga 0,50€, un euro, dos tres, no te das cuentas y empiezas a gastar más” una estrategia que fragmenta los pagos en montos que parecen insignificantes, pero la suma puede superar el costo inicial del juego.

Otra de las compañías que gana grandes volúmenes de ingresos es *MiHoYo*, con su juego *Genshin Impact*, alcanzando los 2.830 millones de dólares en 2022, principalmente de estas mecánicas, este, está en el top de éxitos financieros.

Con todos estos datos se demuestra que las *loot boxes* y mecánicas gachas son efectivamente un impulsor significativo de ganancias en la industria de videojuegos. Un modelo de negocio en el que trata de ofrecer ventajas a los usuarios que estén dispuestos a gastar dinero lo que a su vez genera ingresos sustanciales.

2. Análisis Hipótesis dos:

Seguidamente, la hipótesis sobre que estas mecánicas pueden fomentar la adicción, la ludopatía, se valida a través de la encuesta realizada

Las cajas de botín y las mecánicas gacha en los video juegos pueden aumentar el riesgo de desarrollar adicción, especialmente entre los jugadores más jóvenes. Son muchos los juegos que contienen estas mecánicas y son aptas para menores, como observamos en el estudio de *Young People and Gambling 2019*, que vio cómo el 93% de las *loot boxes* se consideran aptas para mayores de 12 años, y el 57% para mayores de 7 años.

HAN TENIDO LA NECESIDAD COMPULSIVA DE SEGUIR COMPRANDO LOOT BOXES

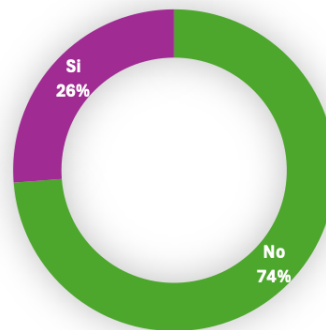


Gráfico 2: Resultados encuesta Fuente: Propia

Respecto a mayores de 18 años que habían comprado alguna vez *loot boxes* o mecánicas gacha, el 74% afirma que no han tenido necesidad compulsiva de seguir comprando.

HAN TENIDO LA NECESIDAD COMPULSIVA DE SEGUIR COMPRANDO LOOT BOXES

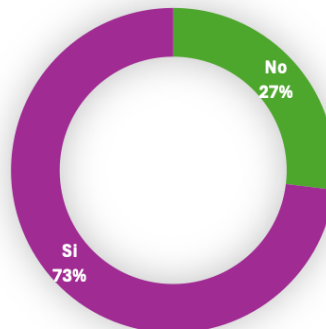


Gráfico 3: Resultados encuesta Fuente: propia

Pero si observamos respecto a menores, el 73% había tenido esa necesidad, una cifra considerablemente alta.

¿A que es debido esta diferencia? A que los menores está demostrado que son los que más cajas de botín compran, y en segundo lugar, es que su cerebro aun en desarrollo los hace más susceptibles, su percepción del riesgo aún tiene que acabarse de desarrollar, y tienen menor conciencia del impacto económico de sus compras. Además, se afirma que la compra de estas mecánicas presenta un potencial adictivo similar a los juegos de azar tradicionales.

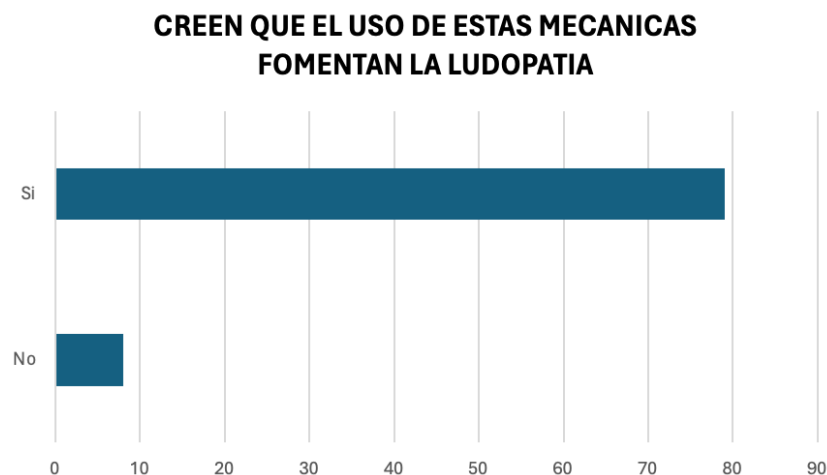


Gráfico 4: Resultados encuesta Fuente: propia

Las compañías de videojuegos te exponen constantemente a estas mecánicas, ya sea regalándote cajas de botín u ofreciéndote descuentos, y ahí es donde empiezas a entrar en un espiral. El sesgo del cuasi-error, que es el que te hace sentir que estas a punto de conseguir una recompensa valiosa y te incita a seguir comprando.

El Dr.González nos ofrece una perspectiva fundamental referente a este tema, sus afirmaciones son cruciales para entender cómo estas mecánicas pueden fomentar la ludopatía. Nos explica que estas mecánicas están basadas en la aleatorización de refuerzos positivos, y a veces negativos, estos refuerzos son conocidos en psicología como la capacidad para mantener el comportamiento repetitivo, ya que la incertidumbre y la expectativa, son altamente motivadoras y adictivas. Además, nos afirma que los adultos pueden manejar estas mecánicas de forma más autónoma, como hemos podido también comprobar en el resultado de la encuesta, el verdadero problema surge cuando estos sistemas se aplican a juegos destinados a menores.

Carlos también compara estas mecánicas con juegos de azar, la diferencia crucial es en la intensidad y la frecuencia de la recompensa en los videojuegos, así como la posibilidad de monetizar las recompensas obtenidas, con el modelo *Play to Earn*, el cual introduce a los menores en estructuras de compra y venta, algo que también aumenta el riesgo de

desarrollar conductas adictivas, ya que combina la excitación del juego con la posibilidad de obtener beneficios económicos.

Son muchos los países que han regulado o prohibido a estas mecánicas, debido a los problemas de adicción que conllevan, y otros muchos que ya se lo han planteado, algo que también nos da a entender el gran problema de estas mecánicas.

CREEN QUE DEBERIAN HABER REGULACIONES MAS ERICTAS

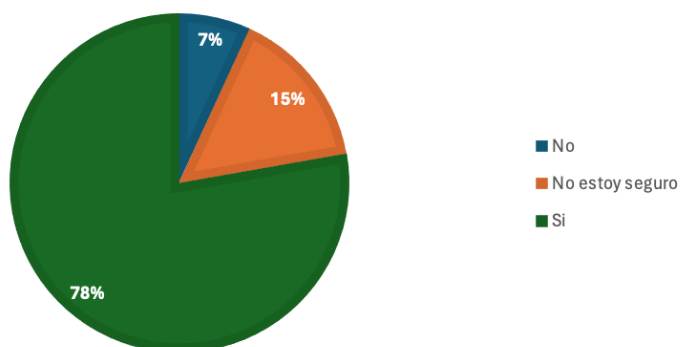


Gráfico 5: Resultados encuesta Fuente: propia

Hay que destacar, que gran parte de los usuarios, son conscientes de estos riesgos y muchos creen que deberían de regularse más estrictamente estas mecánicas, y no tener que pagar más dinero dentro de un juego el cual ya han pagado inicialmente por él. Una vez validada esta hipótesis introducimos la siguiente que está muy relacionada

3. Análisis Hipótesis tres:

¿Son realmente éticas las estrategias utilizadas por las empresas para vender estas mecánicas? Como hemos explicado anteriormente, las compañías de videojuego contratan a psicólogos para exprimir al máximo los usuarios, y hacer que muchos de ellos rompan la primera barrera de comprar o abrir su primer *loot box*, con la estrategia común de “la primera es gratis”. Sobre este tema también hemos hablado con el Dr. González, y nos dio su perspectiva y su conocimiento, enfatizando en que esta implementación es preocupante para los niños y adolescentes ya que son más vulnerables, y esto se agrava al no tener la capacidad de entender completamente las implicaciones de sus acciones.

Como bien sabemos, estas mecánicas están diseñadas para maximizar el tiempo de juego y gasto de los jugadores, los pagos realizados por los diferentes usuarios, hace que se cree una estructura similar a la lotería, donde pagan sin ningún tipo de garantía a que te toque algo valioso; esta falta de transparencia y la naturaleza adictiva de estas mecánicas son aspectos que las hacen problemática desde una perspectiva ética. Carlos resalta que estas

prácticas no son nuevas, comparándolas con productos tradicionales como los cromos o los juguetes de las cadenas de comida rápida como sería McDonald's y Burger King. Sin embargo, la clave de la diferencia es la escala de gasto, donde los jugadores pueden llegar a gastar grandes sumas de dinero, el cual intensifica el riesgo de explotación financiero y de adicción.

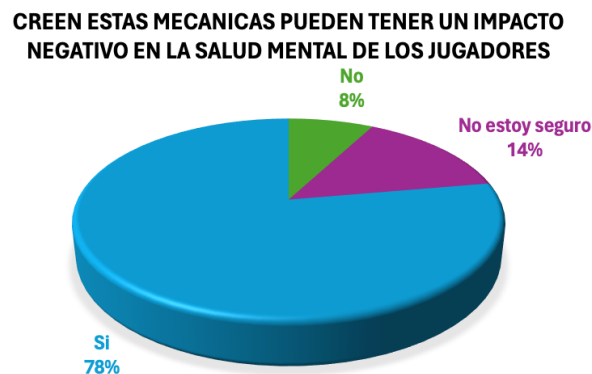


Gráfico 6: Resultados encuesta Fuente: propia

Para proteger a los jugadores, Carlos sugiere la necesidad de una mejor regulación y educación, como, por ejemplo, enseñar alfabetización digital, para que los jugadores comprendan los riesgos y las dinámicas de las *loot boxes* y mecánicas gachas. También destaca la importancia de sancionar a las empresas que manipulan los porcentajes de obtención de recompensas para maximizar sus beneficios, lo cual es una práctica poco ética.

Con toda esta recopilación de declaraciones, nos proporciona una validación sólida para la hipótesis, en que puede considerarse poco ético las estrategias utilizadas por las empresas de videojuegos.

4. Hipótesis Global

“Las cajas de botín y las mecánicas gacha en los videojuegos no solo representan una significativa fuente de ingresos para la industria, sino que además puede aumentar el riesgo de desarrollar una ludopatía, especialmente entre los más jóvenes, al aprovechar su vulnerabilidad psicología y fomentar conductas adictivas de manera poco ética.”

Estas mecánicas quedan demostradas que son grandes impulsores de ingresos, por jugadores que gastan grandes sumas de dinero en ellos, además se ve reflejado en compañías como *MiHoYo* y *Electronic Arts* que han salido muy beneficiadas hasta el punto de ganar ingresos millonarios. A través de la respuesta abierta de la encuesta revela

que un % de jugadores se sienten motivados por las recompensas obtenidas a través de estas mecánicas, y que les influye en su estado de ánimo.

Sin embargo, estas mecánicas también presentan un riesgo considerable de fomentar la adicción, especialmente entre los jugadores más jóvenes. A causa de su vulnerabilidad psicológica y de los refuerzos positivos o negativos constantes que promueven conductas adictivas.

Desde una perspectiva ética, la implementación de estas mecánicas en juegos aptos para menores de edad puede considerarse algo problemático. Las estrategias diseñadas para venderlos, y para maximizar el tiempo de juego y gasto del jugador, a menudo carecen de transparencia.

Para abordar estos problemas, es fundamental una mejor regulación y educación, y como comenta Carlos, una alfabetización digital. Es crucial que tanto jugadores como padres estén informados de los riesgos asociados al uso de estas mecánicas, y que sean utilizadas de forma responsable.

En resumen, las cajas de botín y las mecánicas gachas son un modelo de negocio rentable pero potencialmente dañino, especialmente para menores de edad. Mi objetivo era dar a conocer todo este tema candente a personas que no están metidas en este mundo y también poder llegar a otras para que se den cuenta del gran problema que hay actualmente.

IV. BIBLIOGRAFÍA

Pontes, H. M., & Olivera, J. M. (2020). The dark side of video games: Loot boxes as a potential gateway to gambling disorders. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. <https://home.liebertpub.com/publications/cyberpsychology-behavior-and-social-networking/10/overview>

Müller, K., & Lemke, R. (2021). The impact of loot boxes on adolescents gambling behavior and attitudes. *Journal of Gambling Studies*.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-82767-0_11

Zendler, R.M., & Browne, C.D. (2020). The psychology of loot boxes: A review of the literature. *Journal of Gambling Studies*.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448211027175>

Carrasco, J. M. R. (s/f). *EL FORO ECONÓMICO MUNDIAL. MÁS ÉTICA Y VALORES Y MENOS ECONOMÍA*. Funcas.es. Recuperado el 8 de junio de 2024, de <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2022/04/1119art9.pdf>

V.WEBGRAFIA

- Five ways the European Parliament wants to protect online gamers.* (s/f). Topics | European Parliament.
<https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20230112STO66402/five-ways-the-european-parliament-wants-to-protect-online-gamers>
- Verdú, J. (2023, septiembre 30). *Un estudio revela que los videojuegos se están convirtiendo en “tragaperras para menores”*. El Español.
https://www.elespanol.com/alicante/vivir/20230930/estudio-revela-videojuegos-convirtiendo-tragaperras-menores/798420272_0.html
- Arroyo, D. (2019, mayo 26). *La OMS hace oficial la adicción a los videojuegos como trastorno mental*. Meristation.
https://as.com/meristation/2019/05/26/noticias/1558879918_863987.html
- BaityBait. (s/f). *Hablemos de las Microtransacciones*.
<https://www.youtube.com/watch?v=lwOecq wz2QE>
- BaityBait. (s/f-b). *Medidas para la regulación de Lootboxes y juegos Gachas*.
https://www.youtube.com/watch?v=p2ps_L0VbPU
- Inside the game: Unlocking the consumer issues surrounding loot boxes.* (2019, abril 4). Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/events/2019/08/inside-game-unlocking-consumer-issues-surrounding-loot-boxes>
- Adicciones, C. C. (2022, septiembre 2). *Cómo las “loot boxes” de los videojuegos promueven la ludopatía*. CC Adicciones. <https://www.ccadicciones.es/como-las-loot-boxes-de-los-videojuegos-promueven-la-ludopatia/>
- Gutiérrez, R. (2023, agosto 4). *Las microtransacciones en los Videojuegos: Una doble cara de la moneda*. Areajugones. <https://areajugones.sport.es/videojuegos/las-microtransacciones-en-los-videojuegos-una-doble-cara-de-la-moneda/>
- Eureka Marketing. (2023, mayo 9). *Analizando el otro gran negocio: Las Microtransacciones*. Eureka! Marketing; Eureka! Marketing y Estudios de mercado en Canarias. <https://eurekamarketing.es/analizando-las-microtransacciones/>
- Rodríguez, V. (2020, octubre 29). *Un youtuber que gastó más de 7000 dólares en Genshin Impact abandona su cuenta en señal de protesta*. Areajugones.

<https://areajugones.sport.es/videojuegos/un-youtuber-que-gasto-mas-de-7000-dolares-en-genshin-impact-abandona-su-cuenta-en-senal-de-protesta/>

Salud, I. (2017, agosto 30). *Factores de riesgo en la ludopatía*. IVANESALUD.
<https://www.ivanosalud.com/factores-de-riesgo-en-la-ludopatia/>

Falcón, L. (2023, octubre 6). *DjMaRiiO revela cuánto dinero puede gastarse un youtuber en EA Sports FC 24 y la cifra es delirante*. Alfa Beta Juega.
<https://www.mundodeportivo.com/alfabeta/ea/djmario-revela-cuanto-dinero-puede-gastarse-un-youtuber-en-ea-sports-fc-24-y-la-cifra-es-delirante>

Juego Responsable. (s/f). Ordenacionjuego.es. Recuperado el 8 de junio de 2024, de <https://www.ordenacionjuego.es/es/juego-responsable-dgoj>

New principles and guidance on paid loot boxes. (s/f). Org.uk. Recuperado el 8 de junio de 2024, de <https://ukie.org.uk/loot-boxes>

Marcha atrás a la regulación específica de las Loot Boxes en España. (2024, marzo 19). Elrecreativo.com. <https://elrecreativo.com/marcha-atras-a-la-regulacion-especifica-de-las-loot-boxes-en-espana/>

VI. ANEXO

1. Encuesta y resultados

- ¿Cuál es tu edad?
 - a) Menor de 18 años
 - b) Entre 18 y 24 años
 - c) Entre 25 y 30 años
 - d) Entre 31 y 45 años
 - e) 45 años o más

- Género
 - a) Masculino
 - b) Femenino
 - c) Prefiero no decirlo

- ¿Con qué frecuencia juegas a videojuegos?
 - a) Diariamente
 - b) Varias veces a la semana
 - c) Una vez a la semana
 - d) Una vez al mes
 - e) Casi nunca

Experiencia con Cajas de Botín y Gachas

- ¿Has participado en juegos que incluyan cajas de botín o gachas?
 - a) Si
 - b) No

- ¿Has gastado dinero real en loot boxes o gachas en algún momento?
 - a) Si
 - b) No

- Si tu anterior respuesta fue SI, ¿cuánto dinero aproximadamente has podido llegar a gastar?

- a) Un máximo de 50€
 - b) Entre 50€ y 150€
 - c) Entre 150€ y 500€
 - d) Entre 500€ y 1.000€
 - e) Más de 1.000€
- ¿Con qué frecuencia compras o abres cajas de botín o gachas?
 - a) Regularmente
 - b) Ocasionalmente
 - c) Nunca
- ¿Sientes que las recompensas de las cajas de botín o gachas influyen en tu motivación para jugar? ¿Por qué?
- ¿Has experimentado cambios en tu estado de ánimo (por ejemplo, ansiedad, frustración, emoción) al jugar juegos que incluyen loot boxes/gachas?
 - a) Si
 - b) No
 - c) No estoy seguro

Impacto en la Ludopatía

- ¿Has experimentado comportamientos de juego problemáticos, la necesidad compulsiva de seguir comprando loot boxes/gachas para obtener ciertos objetos o recompensas?
 - a) Si
 - b) No
- ¿Crees que la presencia de cajas de botín o gachas en los juegos podría contribuir a problemas de ludopatía?
 - a) Si
 - b) No
 - c) No estoy seguro
- ¿Alguna vez has buscado ayuda o asesoramiento sobre tu relación con las *loot boxes*/gachas en los videojuegos?

- a) Si
- b) No
- c) Lo he llegado a pensar y finalmente no lo he buscado

Impacto en Menores de Edad

- ¿Conoces a menores de edad que participen en juegos con cajas de botín o gachas?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Soy menor de edad y SI participo en juegos de caja de botín o gachas
 - d) Soy menor de edad y NO participo en juegos de caja de botín o gachas
- ¿Crees que las mecánicas de cajas de botín y gachas pueden tener efectos negativos en el desarrollo de menores de edad?
 - a) Si
 - b) No
 - c) No estoy seguro

Opiniones sobre Regulación:

- ¿Crees que debería haber regulaciones más estrictas sobre la implementación de cajas de botín y gachas en videojuegos?
 - a) Si
 - b) No
 - c) No estoy seguro

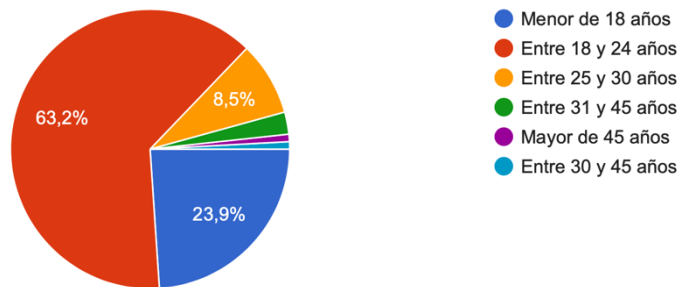
Impacto en la salud mental:

- ¿Crees que las cajas de botín y gachas pueden tener un impacto negativo en la salud mental de los jugadores?
 - a) Si
 - b) No
 - c) No estoy seguro

1.1 Resultados encuesta

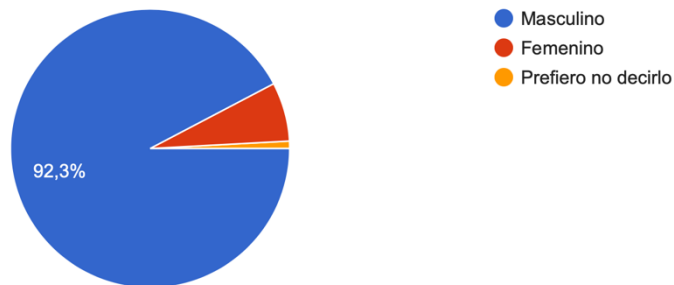
¿Cual es tu edad?

117 respuestas



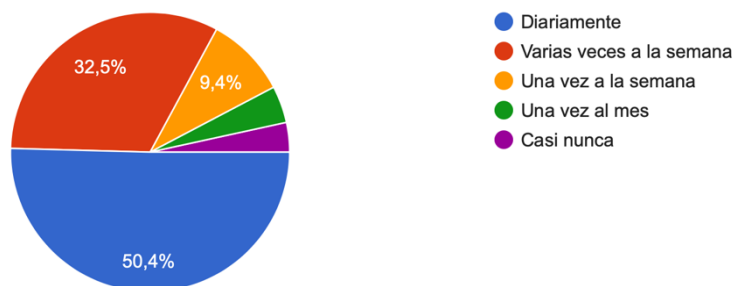
Género

117 respuestas



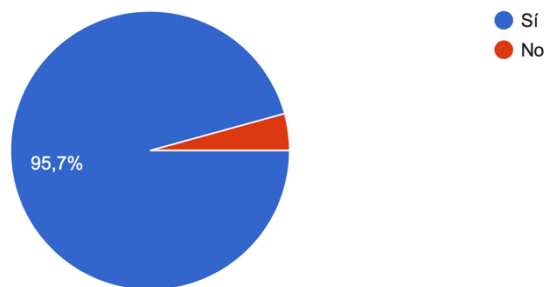
¿Con qué frecuencia juegas a videojuegos?

117 respuestas



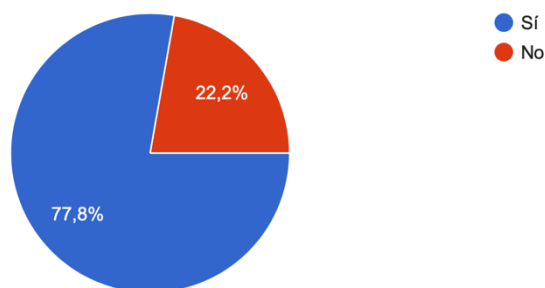
¿Has participado en juegos que incluyan cajas de botín o gachas?

117 respuestas



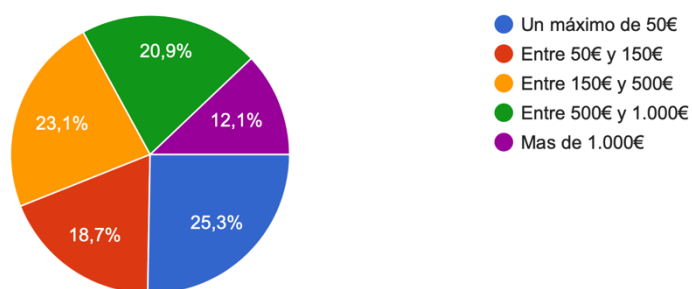
¿Has gastado dinero real en loot boxes o gachas en algún momento?

117 respuestas



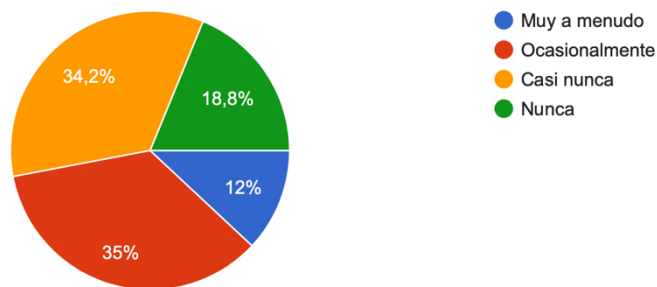
Si tu anterior respuesta fue SI, cuanto dinero aproximadamente has podido a llegar a gastar?

91 respuestas



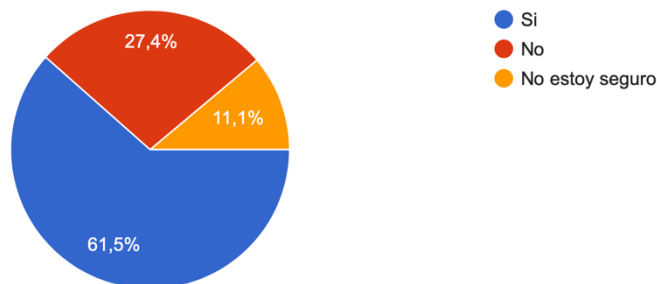
¿Con qué frecuencia compras o abres cajas de botín o gachas?

117 respuestas



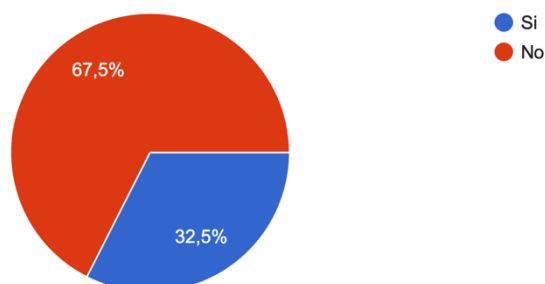
¿Has experimentado cambios en tu estado de ánimo (por ejemplo, ansiedad, frustración, emoción) al jugar juegos que incluyen loot boxes/gachas?

117 respuestas



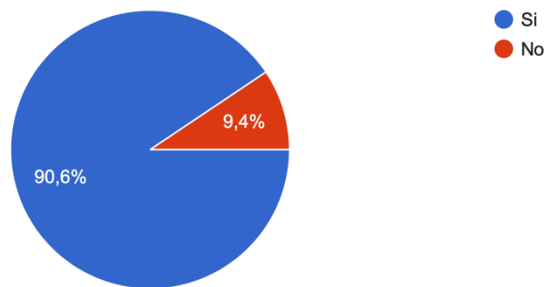
¿Has experimentado comportamientos de juego problemáticos, la necesidad compulsiva de seguir comprando loot boxes/gachas para obtener ciertos objetos o recompensas?

117 respuestas



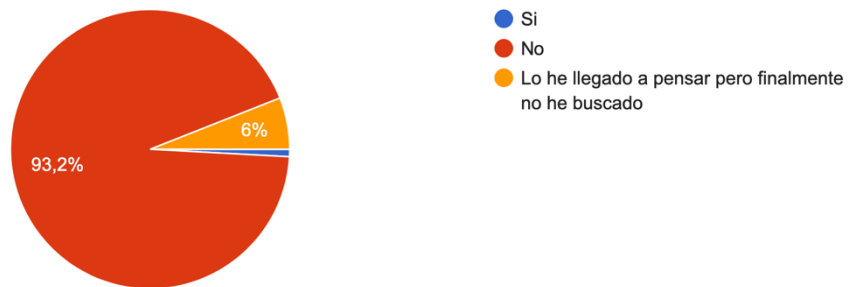
¿Crees que la presencia de cajas de botín o gachas en los juegos podría contribuir a problemas de ludopatía?

117 respuestas



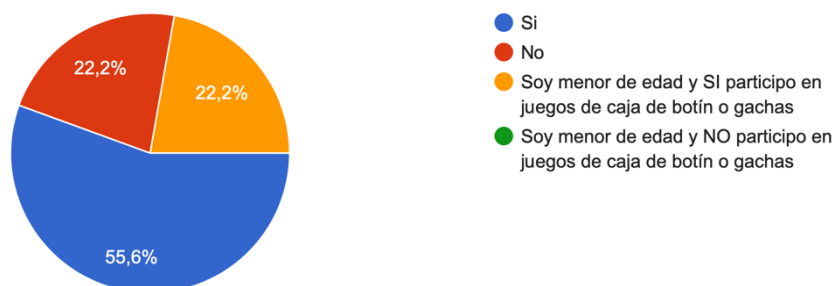
¿Alguna vez has buscado ayuda o asesoramiento sobre tu relación con las lootboxes/gachas en los videojuegos?

117 respuestas



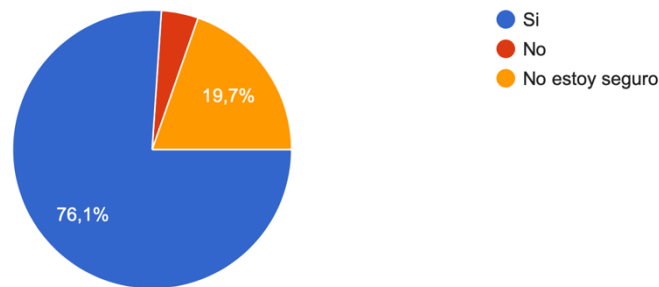
¿Conoces a menores de edad que participen en juegos con cajas de botín o gachas?

117 respuestas



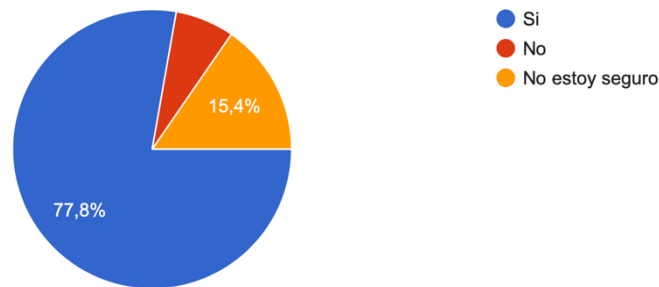
¿Crees que las mecánicas de cajas de botín y gachas pueden tener efectos negativos en el desarrollo de menores de edad?

117 respuestas



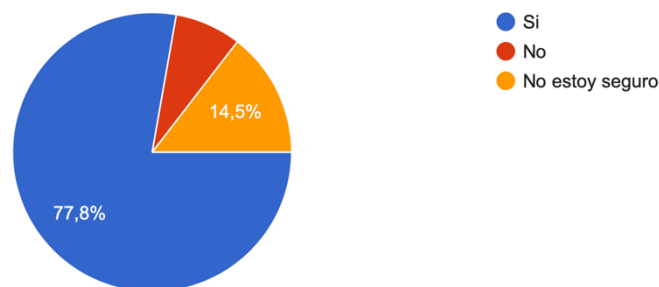
¿Crees que debería haber regulaciones más estrictas sobre la implementación de cajas de botín y gachas en videojuegos?

117 respuestas



¿Crees que las cajas de botín y gachas pueden tener un impacto negativo en la salud mental de los jugadores?

117 respuestas



2. Entrevista a Carlos González Tardón

Pregunta: Para empezar, ¿podría contarnos un poco sobre su formación y como llego a especializarse en la intersección entre psicología y videojuegos?

Estudie la licenciatura de la psicología y cuando estaba por la mitad me interesaba la interacción de la gente con las máquinas, y cuando llegue al doctorado vi que todo esto confluía en los videojuegos, entonces empecé a trabajar sobre qué es lo que ocurría cuando las personas juegan a videojuegos, sobre todo en la inmersión, que es cuando te metes dentro del videojuego, y fue un tema que no interesaba en el doctorado entonces me salía de la universidad, porque esto es lo que yo quería hacer, y entonces empecé a trabajar con población, enseñándoles el uso seguro y saludable de los videojuegos el impacto, como utilizarlos en educación

Posteriormente empecé a trabajar con instituciones, querían hacer políticas sociales sobre el videojuego para que la gente supiera jugar y utilizarlos bien o para aplicarlos en algunos ámbitos. Luego ya pase a trabajar en empresas que querían aplicar la psicología del jugador dentro de sus videojuegos. Finalmente acabe volviendo a la universidad explicando psicología del jugador y acabe mi tesis doctoral sobre que fenómenos de transformación social se daban dentro de los videojuegos o a partir de ellos.

Actualmente soy profesor universitario y la otra mitad trabajo en industria como diseñador de videojuegos, *game designer*, también diseñador de estructura de gamificación y *economy design*, dentro del juego, que es lo que creo que más te puede interesar.

Pregunta: Su tesis doctoral se centró en los videojuegos para la transformación social. ¿Cómo cree que los videojuegos pueden ser utilizados para promover valores positivos y generar un impacto beneficioso en la sociedad?

Todos los videojuegos generan un impacto en la persona más que anda porque al ser interactivos y adaptarse al comportamiento del jugador, el jugador le lleva más allá y tiene que aprender tanto las estructuras, como los valores, como también habilidades que propone el videojuego. Entonces cuando el videojuego está diseñado con un fin, tú lo que consigues es una transformación de la persona controlada, es decir, yo lo que quiero es que esta persona haga tal cosa. Y de ahí luego que esos son los juegos serios, surgió la gamificación, que es cuando ya coges alguna actividad que no tiene nada que ver con videojuegos y le metes una estructura de videojuego para hacer una transformación directa al usuario.

Pregunta: Su experiencia como consultor de videojuegos le ha permitido trabajar con empresas de diferentes sectores ¿Cómo cree que ha evolucionado la industria del videojuego en los últimos años?

La industria de los videojuegos le ha pasado como con el cine, cada vez es más variada, con mayores perfiles, con un impacto mayor dentro de la sociedad y eso implica también una cantidad muy distinta de tipologías de jugadores que estén

presentes. Entonces ahora los videojuegos se han convertido en un objeto cultural que ya está declarado como tal, que impacta de una forma muy distinta y diversa. Lo bueno es que ahora mismo hay un espacio bastante grande para poder desarrollar videojuegos y que esos videojuegos tengan un cierto resultado económico, no un gran resultado, pero sí que hay muchos nichos.

Pregunta: Mi trabajo se centra en el análisis de las *loot boxes* y gachas en los videojuegos. Desde su perspectiva ¿Qué papel cree que juegan estas mecánicas en el desarrollo de alguna adicción, especialmente en los más jóvenes?

Estas mecánicas, están desarrolladas sobre todo para freemium o play to earn, que son los dos modelos de negocio que están utilizando más habitualmente esas estructuras. El problema de estas estructuras es que están basadas en la aleatorización de refuerzo positivos y también algunas de ellas de refuerzos negativos inclusive. Todo esto está demostrado a nivel psicológico que tiene un gran impacto a la hora de educar al jugador, es decir, a la hora de conseguir que el jugador haga cosas de una forma más rápida o más constante o más seguida. Entonces, dependiendo de en qué caso se esté dando, sobre todo por la interacción que tiene con la personalidad del jugador, puede llevar a conductas adictivas, obviamente, porque le estas dando un refuerzo aleatorio que encima le premia por su esfuerzo, y generas ahí un bucle que te lleva a querer mantenerte el máximo tiempo posible.

Pregunta; De hecho, algunas personas argumentan que estas mecánicas son simplemente una forma de monetizar los videojuegos. ¿Qué opina de esta afirmación?

Los usuarios adultos pueden hacer lo que quieran, porque es legal el juego por dinero, y está ultra demostrado que eso es adictivo; es legal el alcohol y las drogas suaves. El problema viene cuando esto se aplica en juegos para niños o juegos que sabes que estadísticamente va a haber una gran cantidad de niños ¿Por qué? Porque tanto el alcohol, como el juego por dinero, como el tabaco, como todo esto, está prohibido para los niños, cualquier cosa que este asegurado que genera adicción, normalmente lo están prohibiendo, hay otras que no, por ejemplo, el azúcar el cacao y estas cosas lo pueden tomar los niños y no está prohibido, pero sí que es verdad que las que están más estructuradas para ello pues si lo están. ¿Entonces es un modelo de monetización? Si, pero es un modelo de monetización que impacta de una forma bastante severa con los usuarios menores de edad, por eso hay que tener cuidado, pero claro, un adulto puede meterse donde quiera mientras sea un adulto, ya que además hay una fuerte dependencia también de la

interacción con la personalidad. Hay gente que no va a caer nunca en estas estructuras adictivas porque no tienen esas características

Interacción mía: De hecho, Kerry Hopkins, que es la vicepresidenta de asuntos legales de *Electronic Arts*, dijo que estas mecánicas son como un huevo kónder, que era algo inofensivo para los menores de edad.

Es que el problema viene a que las estructuras de refuerzo aleatorios llevan estando vinculados con la infancia mucho tiempo. Es un buen ejemplo el huevo kónder, la diferencia entre este y un tragaperras no es mucha, más que nada porque el concepto de gacha es literalmente sacar una bola y a ver qué te toca.

Ahora la cuestión es esa, antes, sobre todo antes del Play to Earn, los juegos no te decían que podías sacar un sueldo, pero en cuanto empezaron los Play to Earn, ahí sí se acercaron ya totalmente, porque te decían que esos objetos luego los podías revender. Y ahí entra un bucle muy distinto, porque ya estas metiéndole en estructuras económicas de compra y venta a los menores.

Pregunta: ¿Cree que la implementación de estas mecánicas en los videojuegos puede considerarse una estrategia poco ética por parte de las empresas desarrolladoras?

Para menores, viendo el impacto, pues no es muy ético no, pero vuelve a ser lo mismo, es que los cromos son igual de poco éticos, luego los Kinder son igual de poco éticos, o las estructuras tipo Mc Donalds o Burger King, que tienen ahí figuritas que no sabes cuál te va a tocar, es que es lo mismo. Una cosa es que se haga y otra cosa es que no haya alternativas mejores, hay formas de hacerlo que son mejores. Sobre todo, cuando tú no sabes que ese refuerzo aleatorio lo tienes que pagar, ya no es un resultado de tu acción, es un resultado de tu acción y encima un pago. Por tanto, es una situación en la que tú estás pagando y no sabes para que, y entonces se convierte en una lotería obviamente. Entonces, todo esto debería haber unas regulaciones.

Pregunta: ¿Qué medidas cree que se deberían tomar para proteger a los jugadores, en especial a los menores de edad, de los riesgos asociados a la compra de *loot boxes*?

La primera y fundamental es formación, más que nada porque cualquier estructura de juego que son reforzantes puede llevar adicción. Entonces hay que enseñar, lo mismos que hay educación sexual, tiene que haber de alfabetización digital, tiene que haberla, no hay otra.

Y lo segundo, es que, si se demuestra, porque a veces ha ocurrido, que manipulan los porcentajes, para hacer que paguen más dinero, porque tú sabes, por la forma de jugar, que es lo que necesita y no se lo da, pues ahí sí que hay que meterle una multa muy grande. Mas que nada, porque lo que estás haciendo ya no es solo tragaperras, sino que encima estas manipulando esas tragaperras.

Interacción mía: Bueno, de hecho, han intentado hacer regulaciones, hay muchos sitios que, como, por ejemplo, Holanda, que han prohibido las loot boxes. Aquí en España fue como el primer país que intentó regular las loot boxes, pero cuando hicieron el Ante proyecto de ley y tal, finalmente hace poco lo anularon, porque creen que prohibían la libertad de las compañías

Hay que controlar el uso por parte de menores. Una de las cosas por las que yo criticaba lo de la ludopatía es que tú puedes esconder este tipo de mecánicas en otra cosa; vale pues entonces prohibimos las loot boxes, da igual, porque tú puedes coger y decir que los enemigos suelten ciertos objetos de forma aleatoria, porque eso lo llevamos haciendo toda la vida en videojuegos, sobre todo, en juegos de rol, entonces eso ya no son loot boxes, entonces ya está regulado. Es un problema que a nivel mecánico se puede hacer de muchas maneras, tú puedes hacer armas que cuando las cojas cambien las estadísticas y seguirá estando la misma estructura debajo y no es una loot box, entonces.

Post-pregunta: ¿Sabrías decirme que métodos utilizan para venderlos?

La primera es el coleccionismo, tú pones muchas cosas que se pueden conseguir y que se consigan de forma aleatoria a través de cromos, más bien de sobres, de lo que sea.

La segunda es cuando tú le das valor a eso, poniendo estructuras de fidelización; ¿Qué quiere decir eso? Cuando tu coges y dices vale, para abrir este cofre tienes que volver dentro de 12h y entonces, le generas un habito, un habito de que cada equis tiempo entrar.

Y la tercera, que es la que realmente se está persiguiendo ahora en game Design, es hacer estructuras de valor para las cosas que se están vendiendo de esa manera, por ejemplo, tú puedes coger y decir en un juego que se multijugador, puedes hacer un sistema de cruces que te lleve a que juegues contra jugadores, que hay ciertas cartas que es más probable que te toquen en las loot boxes y entonces le das más valor.

Y la última y fundamental es la visibilidad que se le da a las redes, hay un montón de gente que hace unboxing de estas cosas, voy a abrir sobres y a ver que me toca,

se le da palos a los videojuegos, pero eso lo hacen con las cartas de Pokemons, aquí a lado de mi casa tenemos una plaza en la que todos los domingos se reúnen cientos de personas a comprar y vender cromos y cartas de Pokemons, y se lleva haciendo desde los años 70 que empezaron los cromos en España, y se sigue haciendo ahora, la cuestión es esa, es si tu coges un juego para infancia, vinculado a IPs de infancia, pues hay que tener un poquito de cuidado

Es importante la educación de tus padres, yo compraba cromos, y sabía perfectamente que no me iban a tocar todos y lo utilizaba como herramienta para jugar otras cosas, ahora la cuestión es esa, es si tu no lo controlas, es una mecánica muy complicada, pero si tú quieres que tus hijos utilicen eso, te toca educarles.

Interacción mía: Claro, también creo que los padres no están muy informados con todo esto. Conozco menores de edad y le dices a sus padres que es para comprarse una cosa de un juego y tal y los padres no lo ven algo malo, pero no saben el trasfondo de lo que realmente están comprando.

Te digo como padre, toda la generación de padres actuales ha tenido cromo, ha tenido Happy meal, o sea, sabe perfectamente lo que es esto. Otra cosa es que se lo tomen más o menos serio, pero no hay nadie de esta generación, gente de 50, que no haya visto lo que son los cromos y que no sepa lo que son esas estructuras de este estilo, ahora el problema viene cuando los cromos son una cosa que vale x céntimos y hay objetos y estructuras de cromos que valen cientos de euros.

Interacción mía: Realice una encuesta y había una de las preguntas de cuánto dinero se habían llegado a gastar en loot boxes, y había gente que había gastado más de 1.000 euros, no sé hasta qué punto los padres saben todo.

Alguna vez me han sentado y me han dicho, que podemos hacer para que los hijos estén protegidos, es que a ver igual que no llevas a tu hijo a ver una película de terror y sangre pues tú tienes que decidir que juego no, “ya pero es que quieren jugar” ya bueno, y mi hija quiere pizza todas las noches.

Interacción mía: Hay juegos que pone para mayores de 16, y dentro de esos juegos hay *loot boxes*.

Al final los padres podrán prohibirles igualmente, es como en EE.UU, pueden llevar armas con cualquier edad, ya pero hay padres que les dejan y hay padres que no.

Pregunta: ¿En qué medida las *loot boxes* y las gachas contribuyen a la rentabilidad de las empresas de videojuegos?

Los *freemium* en el 100%. O, por ejemplo, FIFA, el dinero de verdad ya no lo hacen vendiendo la copia real, o la inicial, sino lo hace a través de los juegos que están vinculados a cartas ¿Por qué? Porque es lo mismo un juego y te dicen 70€, tienes conciencia de que estas gastando 70€ y que es un único pago, pero cuando en el juego te están diciendo todos los días venga 0,50€, 1€, dos tres, no te das cuentas y empiezas a gastar mas

Interacción mía: Tencent, el juego de Genshin Impact, el gran porcentaje de sus ingresos es a través de *loot boxes*, fue el primer juego de *loot boxes* además y hubo mucha polémica.

Un ejemplo que pongo yo siempre es ¿alguien ha intentado abrir un paquete de donetes sin que se raje todo el plástico? No se puede, porque está diseñado ese plástico para que ocurra eso, para que te tengas que comer todos los *donettes* y comprar uno nuevo. Y esto está diseñado igual que está diseñado el sonido que tiene que hacer las Pringles cuando se abre, el olor, toda la estructura. Es que la economía funciona así, es que está hecho para que haya un movimiento de dinero constante

Pregunta concluyente: Para ir finalizando, ¿Qué mensaje le gustaría transmitir sobre el equilibrio entre entretenimiento y bienestar en el mundo de los videojuegos?

Si nosotros queremos tener jugadores de largo recorrido, hay que cuidarles, y la otra cosa, todos los que estamos metidos en la industria del videojuego tenemos familia, nadie quiere coger y hacer adictos a los niños, porque todos tienen niños alrededor, si no tienes hijos, tienes sobrinos, y si no, tu has sido niño y si no tienes gente mayor que puede tener problemas.

La cuestión es esa, tiene que haber un doble cariz, por un lado de las empresa de autorregulación, y también creo una cierta regulación a nivel institucional, que estén atentos a esto y que lleguen acuerdos. No puede ser que las empresas se autorregulen, más que nada porque las empresas tampoco están, les cuesta estar atentos a todas estas cosas. Las instituciones públicas tienen que estar ahí también para ser sensible a esta situación.

Una persona adicta parece una buena inversión porque dices, ah va a gastar mucho dinero, ya, pero es una persona adicta, deja de recibir dinero, por lo tanto, tampoco

le interesa a la empresa, más que nada porque en un momento dado es que no tiene con que pagar. Entonces yo creo que se está buscando equilibrios, ahora la presión y sobre todo a partir de ahora que con el “pifostio” que hay, que ya supongo que has visto en la industria del videojuego con el cierre de eso, van a ser mucho más agresivos con las estrategias de monetización, ahora viene un momento dado que tienen que demostrar resultados, hemos pasado de después del COVID, de inversiones gigantescas en cosas que no tenían sentido, esos números, pues ahora es probable que empiecen con estructuras mucho más agresivas de monetización y habrá que estar muy atentos a ellas porque cuando hay una crisis todo el mundo quiere asegurar dinero y puede ser problemático.